



Varenka Parentelli

Unidad de Apoyo a la Enseñanza, Facultad de Información y Comunicación. Magíster en Enseñanza Universitaria y licenciada en Ciencias de la Comunicación, Udelar. Profesora adjunta y coordinadora de las UAE de FIC y FCEA, Udelar.
varenka.parentelli@fic.edu.uy

Victoria Cuadrado

Unidad de Prácticas Preprofesionales, Facultad de Información y Comunicación. Magíster en Ciencias de la Comunicación, Universidad Autónoma de Nuevo León. Coordinadora general de la Unidad de Comunicación y Asistente de Gestión de Prácticas Preprofesionales de la FIC, Udelar.
victoria.cuadrado@fic.edu.uy

Ana Martínez

Licenciada en Ciencias de la Comunicación. Docente de grado y asistente de la UAE de FIC, Udelar.
ana.martinez@fic.edu.uy

Historia Editorial

Recibido: 29/11/2018
Aceptado: 20/12/2018

Citación recomendada

Parentelli, V., Cuadrado, V., Martínez, A. (2018). Las trayectorias de los primeros estudiantes de Comunicación del plan de estudios 2012. *InterCambios. Dilemas y transiciones de la Educación Superior* 5(2), 70-83.

Las trayectorias de los primeros estudiantes de Comunicación del plan de estudios 2012

The trajectories of the first students of Communication degree, curriculum of 2012

As trajetórias dos primeiros alunos de Comunicação do currículo de 2012

Resumen

En ocasión de la implementación del Plan de estudios 2012 de la Licenciatura en Comunicación, se realizó un estudio longitudinal a los estudiantes de las generaciones 2013 y 2014 y se los siguió a medida que fueron avanzando semestre a semestre. El objetivo general se centró en estudiar las trayectorias de los estudiantes y generar insumos para optimizar la propuesta formativa, así como su implementación. La metodología utilizada incluyó la aplicación de encuestas, la realización de grupos focales y el análisis de documentos. Se compararon los resultados entre ambas generaciones con el propósito de indagar en los aspectos diferenciados que pudieran emerger entre ellas, así como identificar los obstáculos y fortalezas coincidentes.

La primera etapa del estudio buscó conocer el perfil de los estudiantes de ingreso e indagar en los motivos y las expectativas con los cuales se inscriben en la carrera. Posteriormente se realizaron una exploración de los itinerarios formativos trazados por los estudiantes y la identificación de los criterios en la toma de decisiones durante el avance. Se relevaron fortalezas, debilidades y obstáculos. Se realizó un análisis sobre los itinerarios de los estudiantes en función de sus intereses formativos, se indagaron el grado de avance en el último tramo de la carrera en función de los créditos obtenidos, así como los obstáculos por los cuales aún no están realizando el trabajo final de grado y el nivel de satisfacción respecto a las expectativas con las cuales ingresaron a la carrera.

Palabras claves:

Trayectorias e itinerarios de los estudiantes, flexibilidad curricular, implementación de plan de estudios.

Abstract

On the occasion of the implementation of the 2012 curriculum of the degree in Communication, a longitudinal study was carried out for the students of the generations 2013 and 2014 and they were followed as they progressed semester to semester. The general objective was to study the trajectories of the students and generate inputs to optimize the training proposal, as well as its implementation. The methodology used included the application of surveys, the realization of focus groups and the analysis of

documents. The results were compared between both generations with the purpose of investigating the differentiated aspects that could emerge between them, as well as identifying the obstacles and matching strengths.

The first stage of the study sought to know the profile of the entrance students and inquire into the reasons and expectations with which they enroll in the career. Later an exploration of the formative itineraries traced by the students is made and the identification of the criteria in their decisions during the advance of the career. Strengths, weaknesses and obstacles were surveyed. An analysis was made about the itineraries of the students according to their educational interests, the degree of progress in the last stretch of the race was investigated based on the credits obtained, as well as the obstacles for which they are not yet doing the final degree work and the level of satisfaction with respect to the expectations with which they entered the career.

Keywords:

Trajectories and itineraries of the students, curricular flexibility, implementation of curriculum.

Resumo

Por ocasião da implementação do currículo (2012) da formação em Comunicação, um estudo longitudinal foi conduzido para estudantes das gerações 2013 e 2014 e foram seguidos enquanto estavam avançando de um semestre para outro semestre. O objetivo geral foi estudar as trajetórias dos alunos e gerar insumos para aperfeiçoar a proposta de formação, bem como sua implementação. A metodologia utilizada incluiu a aplicação de pesquisas, a realização de grupos focais e a análise de documentos. Os resultados foram comparados entre as duas gerações com o objetivo de investigar os aspectos diferenciados que poderiam emergir entre eles, bem como identificar os obstáculos e as vantagens correspondentes.

A primeira etapa do estudo procurou conhecer o perfil dos alunos ao início da formação e investigar as razões e expectativas com as quais se inscrevem para a formação. Posteriormente, exploraram-se os itinerários de formação traçados pelos alunos e a identificação dos critérios na tomada de decisão durante o progresso. Pontos fortes, fraquezas e obstáculos foram pesquisados. Foi feita uma análise dos itinerários dos alunos de acordo com seus interesses educacionais, o grau de avanço na última seção da formação foi investigado com base nos créditos obtidos, bem como nos obstáculos para os quais eles ainda não estão realizando o grau final de trabalho e o nível de satisfação com as expectativas com as quais eles entraram na formação.

Palavras chave:

Trajetórias, itinerários dos alunos, flexibilidade curricular, implementação de planos de estudo.

Introducción

La Ordenanza de Estudios de Grado y otros Programas de Formación Terciaria¹ tiene principios orientadores que el plan de estudios (PE) de la Licenciatura en Comunicación (LC) recoge: articulación, flexibilidad curricular y la centralidad de la propuesta en el estudiante como protagonista de su trayectoria formativa. En este marco, es el estudiante quien, de acuerdo con sus intereses formativos, toma decisiones y traza su itinerario curricular. No obstante, tal como propone Escalona Ríos (2008), la flexibilidad académica es mucho más que eso e incluye lo funcional, lo administrativo, lo tecnológico y el gobierno, además de lo referido al plan de estudios.

En este contexto, la autora aclara que es necesario que el estudiante tenga una apertura a la oferta curricular y esté preparado para asumir su rol y tomar las decisiones adecuadas a lo largo de sus trayectorias educativas. Según Terigi (2009), existen dos tipos de trayectorias: la *trayectoria teórica*, que supone una progresión lineal de los estudiantes en un ritmo marcado sin alteraciones, cumpliendo con los requisitos establecidos en el currículo en tiempo y forma, y la *trayectoria real* de los sujetos que indica que existen ritmos diferentes que condicen con multiplicidades de itinerarios y formas de transitar. La concepción teórica de la autora se condice con el supuesto del que parte nuestro estudio respecto a la trayectoria de los estu-

diantes, en el que existen un aspecto teórico y otro real que hasta pueden contraponerse. En este sentido, este estudio longitudinal se propone indagar en las trayectorias de los estudiantes tomando la expresión de sus motivos y expectativas al ingreso y durante el tránsito por la carrera durante ocho semestres.

Objetivo

Caracterizar las dos primeras generaciones de estudiantes del actual plan de estudios de la Licenciatura en Comunicación e indagar en las decisiones que toman, durante el tránsito por la carrera, para el trazado de sus itinerarios formativos al mismo tiempo

¹ Documento institucional aprobado en 2011 bajo la forma de ordenanza que se aplica al conjunto de las formaciones universitarias terciarias y de grado impartidas por la Universidad de la República.

que se identifican aspectos referidos a la propuesta curricular y su implementación.

Metodología

Para el cumplimiento de los objetivos en torno a la necesidad de comprender una realidad específica en el contexto educativo ya referido en la introducción, se utilizó una propuesta metodológica mixta, con la inclusión de una encuesta que reúne datos cuantificables, con énfasis en una perspectiva cualitativa hermenéutica, a partir de lo cual se analizó la per-

cepción de los sujetos sobre algunos aspectos de la realidad y documentos específicos.

Se recabó información a partir de estrategias en las que se hizo énfasis en la experiencia y percepciones, y por ser un estudio longitudinal de las dos primeras generaciones de estudiantes (2013 y 2014), se aplicaron técnicas cualitativas y cuantitativas para la recolección de datos en diferentes períodos acompañando las dos generaciones. Así, el estudio dio inicio con la generación de ingreso y continuó semestre a semestre con el seguimiento de los estudiantes que fueron avanzando.

Con la información obtenida en la aplicación de las encuestas se sistematizaron los datos cuantificables y se realizó un análisis interpretativo a partir del cual se construyeron las categorías y subcategorías. Asimismo, a partir de lo recabado en los grupos focales, se realizó una interpretación hermenéutica de los datos en la que se identificaron dimensiones de análisis. Mediante el estudio de las escolaridades se pudieron analizar las trayectorias de los estudiantes con énfasis en el avance y la construcción de sus itinerarios formativos.

Cuadro 1. Acciones realizadas

Acción	Detalle
Análisis de documentos	Se tomó una muestra de escolaridades de quienes cursan el 8.º semestre: en 2016 (36 escolaridades de 2013) y en 2017 (43 escolaridades de 2014). La selección fue aleatoria y se buscó que la cantidad de escolaridades por orientación profesional fuera representativa. Se indagó en el tránsito de los estudiantes en relación con el cumplimiento de los créditos estipulados y sus decisiones en función del perfil formativo elegido y la coherencia del itinerario transitado en consecuencia.
Encuestas	Encuestas autoadministradas con preguntas cerradas y abiertas: 1.º semestre. Se indagó en los motivos y las expectativas con los cuales ingresaron a la carrera y caracterizar la población. Completaron la encuesta 484 estudiantes en el 2013 (57,7 % del total) y 394 en el 2014 (53,6 % del total). 4.º semestre. Se indagó en cómo eligen los estudiantes y con qué criterios toman sus decisiones en el trazado de sus itinerarios. Se obtuvieron 85 respuestas de estudiantes 2013 y 86 de 2014. 8.º semestre. Se aplicó una encuesta a los estudiantes que cursaron los Seminarios de Trabajo de Grado para conocer sus recorridos en el tramo final de la carrera e identificar las dificultades con las cuales se encontraron. A esta altura de la carrera y a medida que avanzó la investigación, la cantidad de estudiantes se redujo sustantivamente. Se obtuvieron 35 respuestas de estudiantes 2013 y 31 de 2014.
Grupos Focales	6.º semestre. Se indagó en el tránsito de los estudiantes por la carrera para ver si sus intereses variaron desde el ingreso. Se profundizó en las trayectorias formativas, los obstáculos y los apoyos encontrados para la toma de decisiones. Se realizaron dos grupos focales integrados por cinco estudiantes 2013 y un grupo focal y tres entrevistas en profundidad para la 2014. En el transcurso de la aplicación del instrumento, la información rápidamente se saturó, por lo que se entendió que los datos obtenidos eran suficientes para comenzar el análisis que, si bien no define la representatividad, brinda una imagen clara de la situación respecto al propósito de indagación.

Fuente: Elaboración propia.

Resultados

Perfil del estudiante de ingreso

En 2013 se inscribieron 840 personas y 735 en 2014. Más del 80 % de los estudiantes tienen menos de 25 años y en ambas generaciones las mujeres son más del 50 %.

Casi el 70 % (69 % en 2013 y 68,5 % en 2014) proviene directamente del nivel de enseñanza media superior y el 16 % de ambas generaciones posee estudios universitarios previos. En el entorno del 8,5 % de los estudiantes realizaron estudios relacionados con la comunicación.

Son más los que no trabajan frente a los que sí lo hacen; no obstante, el porcentaje de estudiantes que trabajan es relativamente alto: 47,1 % en 2013 y 42,4 % en 2014. De los que trabajan, en el entorno del 30 % lo hacen en algo relacionado con la carrera.

Expectativas y motivos

Es necesario aclarar que en este estudio la motivación es todo lo expresado respecto a aquellos factores que promovieron la inscripción en la carrera, y las expectativas refieren a lo

que se espera de la carrera antes de comenzar.

Asimismo, con respecto a la motivación, existen teorías referidas a la *motivación intrínseca* propuesta por Ryan y Deci (2000), citados por García y Organista (2006), sobre la libre implicación en actividades sin la necesidad de estímulos externos, negativos o positivos, a fin de buscar retos y novedades o para extender y ejercitar capacidades, así como explorar y aprender. El fin está en consonancia con la obtención de la satisfacción sin una recompensa externa que la promueva. La motivación dada por factores externos, *motivación extrínseca*, propuesta por los mismos autores, refiere a lograr resultados concretos determinados por algo externo con el fin de obtener un resultado.

En Sander *et al.* (citado en Pichardo *et al.*, 2007), se hace referencia a las expectativas puestas en aquello que el estudiante espera en términos de profecía de autocumplimiento. Pueden agruparse en:

- Predictivas: lo que es más probable que ocurra.
- Normativas: dadas por la experiencia en otras situaciones similares.
- Ideales: lo que se prefiere o desea.

El procesamiento de datos supuso la organización de las respuestas a la encuesta en categorías y subcategorías *ex post*:

- *Formación*: aspectos vinculados con la obtención de conocimientos orientados a la profesión o al campo disciplinar, a la investigación y a los aprendizajes específicos.
- *Graduación*: respuestas vinculadas a culminar la carrera u obtener la titulación.
- *Vida profesional y desempeño profesional futuro*: enfatiza el propósito de mejorar la vida profesional en el sentido de las oportunidades, del éxito o de trabajar en algo que sea grato.
- *Oferta de actividades curriculares*: respuestas que refieren a la cursada, tipo de actividades, características del plan de estudios.
- *Expectativas difusas*: respuestas que no están claramente definidas o tienen un carácter subjetivo que no puede valorarse («ver si me gusta», «que me colme», «que sea amena»).
- *Crecimiento personal*: realización personal y mejora de las características propias.

Cuadro 2. Expectativas

	2013	2014
	%	%
Formación	44,4	40,5
Graduación	14,3	13,1
Vida y desempeño profesional	13,7	16,5
Oferta curricular	11,5	9,4
Expectativas difusas	8,6	4,4
Crecimiento personal	5,8	4,3
Servicio	1,5	3,1
Expectativas afectivo-emocionales	0	4,3
Relacionamiento social	0	4,3
Otros	0,3	0,6

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 3. Formación

	2013	2014
	%	%
Conocimiento vinculado a la profesión	51,5	38,2
Conocimiento sin enfatizar la profesión	45,2	55,1
Investigación	2	2,9
Quiero aprender a escribir mejor	1,3	3,3
Mejorar la expresión verbal	0	0,4

Fuente: Elaboración propia.

- *Servicio*: deseo de hacer algo por los demás.

Se destaca especialmente lo referido a *Formación*. *Oferta de actividades curriculares* en ambas generaciones aparece en cuarto lugar (11 % en 2013 y 9,6 % en 2014) y parece ser un factor que podría atraer a ciertos estudiantes ya que la referencia a ella es considerable y revela su significación. En este sentido, dada la filosofía que propone el PE con respecto a la flexibilidad de la oferta curricular, los estudiantes parecen valorar el protagonismo que se les ofrece y algunos sitúan su expectativa en la inclusión de la dimensión práctica. La distribución de las subcategorías en la categoría más representada se manifiesta como se presenta en el cuadro 3.

Existe una diferencia notoria en la subcategoría predominante para cada generación. Mientras que para la 2013 *Conocimiento vinculado a la profesión* es la más representada en términos de frecuencia de aparición, para la 2014 lo es *Conocimiento sin enfatizar la profesión*. No obstante, parece que la adquisición del conocimiento es lo que más atrae a los estudiantes.

Las expectativas predictivas, normativas e ideales

Considerando las expectativas identificadas en la primera categorización, en esta segunda se distribuyeron de la siguiente manera:

2013

- *Predictivas*: adquirir conocimiento, obtener el título y recibirse.
- *Normativas*: adquirir conocimiento, brindar algo a alguien, obtener el título y recibirse, aprender a escribir mejor, a investigar, culminar los estudios.
- *Ideales*: obtener el título con rapidez, tener éxito, crecimiento personal, una carrera que guste y/o que colme, que sea práctica.

2014

- *Predictivas*: adquirir conocimiento, culminar los estudios y obtener el título; conocer gente nueva y con objetivos similares a los propios, así como relacionarse académicamente.
- *Normativas*: adquirir conocimiento, aprender, mejorar en la escritura y la expresión verbal, investigar, culminar los estudios y obtener el título, poder enseñar y conocer gente nueva, avanzar en la carrera, aprender a escribir y expresarse mejor, investigar.
- *Ideales*: recibirse con rapidez, tener éxito, trabajar en lo que se quiere, relación entre la teoría y la práctica en función de lo referido al plan de estudios, que sea una carrera dinámica y flexible en sus horarios e integrar la bolsa de trabajo, brindar algo a alguien, disfrutar, que colme, que satisfaga, que sorprenda, que emocione, que guste.

Para ambas generaciones el comportamiento es similar. Las expectativas ideales son menos, pero están más dispersas y atraviesan varias categorías, mientras que las normativas y predictivas se centran en las categorías referidas a la formación y a la graduación.

Los motivos

Los motivos expresados por los estudiantes fueron agrupados en nueve categorías que se construyeron *ex post* en función de las respuestas obtenidas.

- *Perfil profesional*: perfiles profesionales ofrecidos por la IC o aquellos que los propios estudiantes definen (periodismo, publicidad, audiovisual y algunas de sus especialidades: la comunicación organizacional, la fotografía, entre otros).
- *Adhesión afectivo-cognitiva*: respuestas que enfatizan en el interés y el gusto o la «vocación» vinculadas a la comunicación.
- *Medios*: interés por los medios de comunicación en general o por un medio en particular. En algunas ocasiones los medios aparecen vinculados al perfil profesional, mientras que en otros aparecen vinculados al interés por conocer y comprender cuál es su papel en la sociedad o cómo operan en la dimensión social.
- *Oferta educativa*: referencia a la obtención de un título universi-

Cuadro 4. Motivos

	2013	2014
	%	%
Perfiles profesionales	40,2	34,6
Medios	15,5	13,1
Oferta educativa	7,3	10,6
Interés por la comunicación	0	9,3
Adhesión afectivo-cognitiva (me interesa, siempre me gustó, es lo que amo)	16,4	8,2
Otros	4,4	5,3
Relación con el mundo del trabajo	4,7	5,2
Profundización. Complemento de estudios. Estudió antes UTU Comunicación Social	6	4,2
Interés por escribir	0	2,4
Segunda opción o descarte	2,8	0,8
Incertidumbre	2,7	0,7
Servicio	0	0,1
Investigación	0	0,1

Fuente: Elaboración propia.

tario, la amplitud de la formación que ofrece la IC, el interés por la vida académica o universitaria, el carácter público de la oferta, etcétera.

- *Profundización o complemento de otros estudios*: mejorar con relación a la formación previa.
- *Relación con el mundo del trabajo*: mejorar la posibilidad laboral en el futuro, obtener mejores remuneraciones, complementar la vida profesional, etcétera.
- *Descarte o segunda opción*: expresiones que evidencian una inscripción que no es el interés principal o estudiantes a los que familiarmente se les exige estudiar algo, sin que importe demasiado la elección.
- *Incertidumbre*: respuestas que especifican la falta de seguridad en la inscripción.
- *Interés por escribir*: interés por la expresión escrita.
- *Otros*: reúne una variedad de respuestas que suelen ser únicas o poco frecuentes; incluimos también en esta categoría respuestas poco elaboradas respecto de la

especificidad para estudiar comunicación, como la recomendación de terceros, los test de orientación vocacional, el crecimiento personal.

Las tres categorías más representadas varían de un año a otro, lo que supone un cambio respecto de lo que sucede con las expectativas. La categoría con mayores porcentajes es *Perfil profesional*, con 40,2 % en 2013 y 36,4 % en 2014. Para la generación 2013, la segunda categoría más representada es *Adhesión afectivo-cognitiva* (16,4 %) y en tercer lugar aparece *Medios* (15,6 %), mientras que para la generación 2014 la categoría que se ubica en segundo lugar es *Medios* (13,8 %) y en tercer lugar *Oferta educativa* (11 %). Respecto a la categoría más representada, la distribución de las subcategorías se manifiesta como se presenta en el cuadro 5.

Resulta interesante la representatividad de las subcategorías de la categoría *Oferta educativa*, ya que hay manifestaciones que difieren de una generación a otra.

Mientras que para la generación 2013 la *Amplitud formativa* en relación con

los trayectos es la más representada, para la 2014 el foco está puesto en la *Oferta de materias y temas* que, a su vez, casi no está representada en la generación 2013.

En la generación 2014 aparece una categoría denominada *Interés por la comunicación* que refiere a un interés más general en el análisis del fenómeno comunicacional.

Motivación intrínseca o extrínseca

Considerando los motivos identificados en la primera categorización, en esta segunda dichos motivos se distribuyeron de la siguiente manera:

2013

- *Motivos intrínsecos*: incertidumbre, descarte, adhesión, interés por los medios y perfiles profesionales, vivir una experiencia universitaria, crecimiento personal, adaptación a las cualidades, temas artísticos, entender la comunicación, curiosidad.
- *Motivos extrínsecos*: profundizar conocimientos y complemento, relación con el mundo laboral,

Cuadro 5. Perfiles profesionales

	2013	2014
	%	%
Periodismo	35,6	35,5
Publicidad	27,1	32,2
Audiovisual y tv	19,4	23,3
Otros	8,8	2,4
Fotografía	4	3,7
Comunicación institucional y organizacional	5,2	2,8

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 6. Oferta educativa

	2013	2014
	%	%
Trayectos: amplitud formativa	17	14
Experiencia universitaria	15	4
Componente de la integralidad	12	0
Nuevo plan	8	6
Educación pública	5	0
Flexibilidad	1	0
Materias y temas	1	22
Obtención del título	1	11
Interés por investigar	0	19

Fuente: Elaboración propia.

oferta educativa, recomendación de terceros, test vocacional, herramientas para la sociedad y servicio.

2014

- *Motivos intrínsecos*: incertidumbre, descarte, adhesión, interés por la comunicación y por los medios y perfiles profesionales, vivir una experiencia universitaria, crecimiento personal, adaptación a las cualidades, temas artísticos, entender la comunicación y la literatura, curiosidad.
- *Motivos extrínsecos*: profundizar conocimientos y complemento,

relación con el mundo laboral, oferta educativa, recomendación de terceros y servicio.

En ambas generaciones son mayores los motivos movilizados por intereses personales sin impulso externo y sin la búsqueda de una recompensa; no obstante, los estudiantes 2014 manifiestan más motivos extrínsecos que los 2013.

Las elecciones que hacen los estudiantes

Más del 60 % de los estudiantes encuestados en ambas generaciones cursan las cuatro unidades curricula-

res² (UC) comunes del cuarto semestre de la carrera, algunas con más participación que otras. En términos comparativos hay menos concurrencia en la generación 2014 que en la 2013.

Respecto al cursado de optativas,³ el mayor porcentaje de estudiantes de la generación 2013 cursó tres UC (25 %), mientras que para los estudiantes de 2014 el mayor porcentaje está representado por una sola UC (20,9 %).

La única UC optativa que se repite en ambas generaciones es Taller de Comunicación Oral y Escrita, y en 2014 aparecen otras, por lo que la oferta curricular varió de un año a otro.

2 Unidades curriculares obligatorias o comunes: actividades de cursado obligatorio para todos los estudiantes. Plan de Estudios 2012, p. 22.

3 Unidades curriculares optativas: actividades dictadas por la propia licenciatura. Plan de Estudios 2012, p. 22.

Cuadro 7. Elecciones

	2013	2014
	%	%
Sociología de la Comunicación	84,7	73,3
Epistemología de la Comunicación	91,8	98,8
Teoría del Cine y Medios Audiovisuales	89,4	61,6
Diseño y Análisis Cualitativo y Cuantitativo	81,2	69,8
Otras	2,4	3,5

Fuente: Elaboración propia.

En cuanto a los criterios de elección que utilizan los estudiantes para decidir qué optativas cursar, los tres primeros identificados para ambas generaciones son, en orden de importancia: *interés por la temática, horario, obtener créditos*. Esto demuestra que los estudiantes encuestados ponderan el interés temático sobre los otros.

Tránsito de los estudiantes por la carrera

Se profundizó en tres aspectos fundamentales que nuclearon las categorías identificadas.

1. *Dimensión subjetiva que supone un componente reflexivo para la toma de decisiones en pos de los propósitos*. Inferimos que las trayectorias de los estudiantes, de ambas generaciones, que cursan el sexto semestre en el tiempo previsto de la carrera tienen un carácter complejo. Algunos estudiantes manifiestan intereses muy específicos con respecto al perfil formativo de preferencia, mientras que otros están abiertos a un espectro más amplio del campo de la comunicación. Asimismo, suponen un componente reflexivo para la toma de decisiones en pos de algunos propósitos tales como la obtención de conocimientos, la preparación profesional y el avance en la carrera.
2. *Dimensión institucional en relación con la amplitud de la oferta y las expectativas que traían al inicio*.

Observamos que la amplitud de la oferta contribuye a modificar las trayectorias en relación con las expectativas con las que inicialmente se inscribieron en la carrera. Los estudiantes se enfrentan con enfoques o áreas de conocimiento que despiertan intereses que no se habían planteado antes, o bien se decepcionan respecto de temáticas que los atraían con anterioridad. Es de destacar que la generación de estudiantes 2014 pone énfasis en el trabajo final de grado y lo considera como «un año más en la carrera».

3. *Dimensión sobre el acceso a la información, que articula las dos anteriores*. Según la percepción de los estudiantes, la información brindada por la institución para tomar decisiones es compleja, poco accesible, inoportuna e incompleta. Falta claridad respecto de las fuentes confiables y de los canales de comunicación. Los estudiantes encuentran apoyo en sus pares para tomar decisiones y para la obtención de información (siempre de su propia generación) y ocasionalmente en algunos espacios institucionales. Un aspecto para destacar con respecto a la generación 2014 refiere a la aparición de la plataforma virtual ADÁN como un espacio de referencia. Se trata de un espacio virtual creado por los estudiantes que propone un *conocimiento colaborativo* y donde se comparten

clases grabadas, resúmenes, exámenes, parciales e información institucional.

Avances y rezago

Sobre el avance en la carrera, en especial con respecto al cumplimiento de los créditos (135) del Ciclo de Profundización (CP), solo un estudiante de cada generación lo cumplió estrictamente. El resto, para ambas generaciones, se divide casi en partes iguales entre los que no han alcanzado aún los créditos necesarios del CP y los que lo han superado. Un dato interesante refiere a que hay estudiantes que, aun cursando el seminario de grado, están por debajo de los 100 créditos aprobados en el CP.

Coherencia entre los itinerarios por los cuales optan los estudiantes y la orientación profesional de preferencia

Durante el tránsito por la carrera los estudiantes pueden tomar decisiones en cuanto a las orientaciones curriculares de preferencia y así trazar sus itinerarios de cursada. Existe un listado de itinerarios sugeridos por orientación de salida, realizado por las distintas secciones académicas de referencia, que se actualiza según la oferta curricular.

Para poder analizar lo referido, se observó las UC opcionales cursadas en

función del seminario de grado cursado:

Comunicación Organizacional.

Debe tenerse en cuenta que esta orientación aún era muy incipiente, por lo que la oferta en relación con ella fue mínima. No obstante, hecha la advertencia, se identifica que:

- 2013. Dentro de la oferta que hay con relación a esta orientación, en general, los itinerarios de cursada podrían considerarse coherentes con la orientación curricular sugerida. La mayoría, además del Seminario Organizacional, hacen el Seminario de Comunicación Educativa y Comunitaria y algunos optan por Publicidad o Periodismo.
- 2014. Los itinerarios trazados por los estudiantes de esta generación que optan por esta orientación profesional incluyen las optativas específicas y complementadas con otras UC que, al igual que para la generación anterior, presentan coherencia de cursada.

Audiovisual. Con una muy buena oferta de UC específicas para la orientación, el análisis de la muestra nos indica que:

- 2013. En general, en el itinerario por el que optan los estudiantes hay una combinación que incluye las UC específicas de audiovisual con otras UC de otras orientaciones, en especial Publicidad y Periodismo. Salvo excepciones, no hay un itinerario específico marcado solo por el audiovisual.
- 2014. Se observa algo análogo a lo observado con respecto a la generación anterior. No obstante, se identifica un caso que vincula, en su trayectoria, contenidos referidos a lo transmediático.

Comunicación Educativa y Comunitaria.

Teniendo en cuenta que esta orientación es más «flexible» en cuanto a lo específico de los contenidos, es decir, que puede «complementarse» lo específico con casi toda

la oferta de la malla, identificamos que:

- 2013. Hay coherencia en el itinerario por el que transitan los estudiantes con relación a la orientación e incluyen UC de otras orientaciones para «nutrir» lo específico.
- 2014. En la muestra se observa un caso que, habiendo optado por el seminario correspondiente a esta orientación profesional, tiene un fuerte perfil hacia el audiovisual, y otro caso que transitó por UC correspondientes al módulo cuyos contenidos nucleaban los contenidos referidos a las ciencias humanas y sociales. En esta generación, el perfil es más confuso que en el año anterior.

Periodismo. Considerando que hay una buena oferta de UC específicas para la orientación, se puede visualizar que:

- 2013. La mitad de los estudiantes hacen elecciones con un marcado perfil periodístico y la otra mitad lo combinan con UC de otras orientaciones. Esta última mitad al parecer hace una combinación de orientaciones como por ejemplo: Periodismo y Audiovisual. Es de destacar que todos los estudiantes (escolaridades) de la muestra cursan la UC Taller de Escritura.
- 2014. Aquí la amplia mayoría tiene un marcado perfil periodístico, casi todos cursan la UC Taller de Escritura y Radio I. Para esta generación, el trazado del itinerario es mucho más claro y específico.

Publicidad. También para esta orientación hay oferta curricular considerable específica para orientación profesional y se observa que:

- 2013. La gran mayoría de los estudiantes de la muestra hacen elecciones de UC muy relacionadas con la orientación y algunos combinan orientaciones como por ejemplo Publicidad y Audiovisual.

- 2014. Se observa que las UC opcionales muy específicas de esta orientación se incluyen en el itinerario de los estudiantes de la muestra, pero luego se abre una variedad de perfiles con relación a otras opcionales que eligen.

Investigación. Es necesario tener en cuenta que para esta orientación no hay suficiente oferta curricular. Realizada la advertencia, se observa que:

- 2013. La totalidad de la muestra elige UC relacionadas con los estudios de la comunicación, la cultura y la sociedad.
- 2014. En este caso, la elección es variada y no resulta un itinerario coherente.

Existe en general una coherencia entre la elección de la orientación profesional y el itinerario por el cual transitan los estudiantes. Los que resultan más confusos tienen que ver con la poca oferta curricular específica, por lo que excede a la intención del estudiante, ya que no tiene opciones reales con las cuales organizar su itinerario y sus decisiones no se condicionan estrictamente con la pertinencia de los contenidos en función de sus intereses formativos. No obstante, con respecto a las orientaciones profesionales que sí tienen una fuerte oferta de opcionalidad específica puede observarse que hay estudiantes que trazan itinerarios fuertemente coherentes, como es el caso de Periodismo. En el caso de Audiovisual y Publicidad los itinerarios se nutren de otras ofertas y se trazan así perfiles diferenciados.

El tramo final de la carrera y las decisiones que toman los estudiantes

Las orientaciones curriculares de preferencia varían de una generación a otra. Mientras que para los estudiantes 2013 la orientación más preferida es Organizacional (55 %), seguida por Publicidad (13 %) y Periodismo (12 %), para 2014 es Publicidad

Cuadro 8. Orientación de preferencia

	2013	2014
	%	%
Audiovisual	8,8	22,6
Audiovisual - Periodismo	2,9	3,2
Investigación	2,9	3,2
Organizacional	54,6	19,4
Periodismo	11,6	12,9
Publicidad	13,4	35,5
Comunitaria	2,9	0
Investigación - Periodismo	0	3,2
No pude hacer ninguna, me arreglé con lo que había	2,9	0
Total	100	100

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 9. Motivos por los que no se realiza el trabajo final

	2013	2014
	%	%
Falta de tiempo	6,2	9,7
No cumple con los requisitos para hacerlo	21,6	22,6
Falta de información clara	3	0
Temas personales	0	3,2
No tengo tema definido	6,2	0
Esperando que actualicen mi información en la escolaridad	3	0
Oferta curricular confusa	0	3,2
Dudas o cambios de orientación	0	6,4
No encontré tema	0	6,5
Desmotivación	0	3,2
Está realizando el trabajo final	60	45,2

Fuente: Elaboración propia.

(35 %), Audiovisual (23 %) y Organizacional (19 %).

Un dato interesante refiere a que la orientación profesional más elegida por los estudiantes 2013 es Organizacional (50 %), pese a que en la encuesta inicial de ingreso no se manifestó.

El PE prevé que el estudiante, habiendo obtenido 240 créditos, teniendo el Ciclo Inicial completo, las UC comunes del Ciclo de Profundización y la lengua extranjera aprobada, además

de estar cursando o haber cursado un Seminario de Orientación del trabajo de grado, presente un proyecto de trabajo final para el egreso. Del procesamiento de las respuestas respecto a estar realizando el trabajo de grado, se observa que son más los estudiantes que lo están haciendo (60 % de 2013 y 45,2 % de 2014). Esto tiene sentido, ya que los estudiantes encuestados, incluidos en el estudio longitudinal, son los que avanzan en los tiempos propuestos por el PE. A los estudiantes

que indicaron no estar realizando el trabajo de grado se los consultó sobre las causas (cuadro 9).

Las causas se centran en la falta de tiempo y sobre todo en no contar aún con los requisitos para poder hacerlo. Asimismo, interesó saber si los estudiantes efectivamente han cursado la orientación de preferencia vinculada a los motivos por los que ingresaron a la carrera o si durante su tránsito han cambiado de opinión, y en este último caso si responde a sus intereses.

La gran mayoría de los estudiantes de ambas generaciones manifiestan estar cursando la orientación curricular de preferencia por la cual se inscribieron en la carrera (85,6 % de 2013 y 80,6 % de 2014). Entre aquellos que dicen no hacerlo, la principal causa es atribuida a la poca oferta curricular para el caso de estudiantes 2013 y haber encontrado otra área de interés dentro del campo de la comunicación para los de 2014.

Un alto porcentaje manifiesta que no se cumplieron las expectativas con las cuales ingresaron a la carrera (60 % en 2013 y casi el 45 % en 2014) y la principal causa es atribuida a la oferta curricular insuficiente.

Trabajos finales de grados y egresos

Se indaga en la cantidad de proyectos de trabajo de grado presentados. El dato recogido a la fecha de cierre de este informe (27 de agosto de 2018) indica que al momento se defendieron 16 trabajos de grado que involucraron a 30 estudiantes. De ellos, 26 son egresados de la generación 2013 y 4 de la 2014. Asimismo, se presentaron 19 propuestas de trabajo de grado que involucran la participación de 31 estudiantes y que aún están en proceso de desarrollo o de defensa. En este caso, 25 estudiantes pertenecen a la generación 2013 y 6 a la generación 2014.

Reflexiones finales

En ambas generaciones, las expectativas referidas a lo que ofrece la carrera no son tan variadas como los motivos por los que ingresan los estudiantes. No obstante, llegan a la carrera con más de una expectativa y se observa que la mayoría coinciden con la oferta formativa respecto a las orientaciones profesionales y están puestas en el egreso.

Ambas generaciones tienen trayectorias con recorridos sinuosos que, si bien son guiadas por intereses previos, permiten descubrir nuevos horizon-

tes formativos. En dichas trayectorias pueden identificarse estrategias complejas que implican la valoración de los espacios formativos. Podemos inferir que se trata de estudiantes que aprovechan la oferta educativa y definen claramente dónde poner el esfuerzo, y si bien en las expectativas se manifiesta un marcado interés por terminar la carrera en ocho semestres, ello no supone un tránsito superficial ni apresurado.

Los estudiantes que avanzan sin rezago son menores de 25 años. Algunos manifestaron haber cambiado de orientación respecto de su motivación inicial e identificaron un grado de dificultad importante durante su trayectoria por la carrera, sobre todo en el tramo final. Se cumplen las expectativas de inicio para cerca de la mitad de los estudiantes y la mayoría de los encuestados que se encuentran en el semestre final están realizando el trabajo final de grado. Existe en general una coherencia entre la elección de la orientación profesional y el itinerario por el cual transitan los estudiantes. Los itinerarios que resultan más confusos se vinculan con la poca oferta curricular que existe; esto excede la intención del estudiante, que no tiene opciones reales con las cuales organizarse, por lo que las decisiones que toma no se condicionan estrictamente con la pertinencia con respecto a los contenidos en función de los intereses formativos específicos de la orientación profesional de preferencia.

Los estudiantes ponen el énfasis en la ausencia y la desactualización de la información a nivel institucional; no obstante, constatamos que parte de ella está disponible, pero el acceso reviste un grado de complejidad que la vuelve escasamente procesable o de difícil interpretación, incluso para los estudiantes que han manifestado una búsqueda de información proactivamente. La propuesta formativa centra su mirada en el alumno esperado, y espera un estudiante autónomo que pueda tomar decisiones, se informe, sepa qué quiere aprender y arme su itinerario de cursada. No obstante, la heterogeneidad de motivos que expresan respecto al ingre-

so a la carrera propone un doble desafío a la institución: un desafío en cuanto al diseño de una oferta curricular, así como modalidades de enseñanza que resulten próximas a los motivos expresados por esta población estudiantil, y otro desafío que se instala en cuanto se propone una oferta muy diversificada y que, a su vez, no resulte altamente fragmentada.

Asimismo, la IC tiene un supuesto de un estudiantado homogéneo y pierde de vista la multiplicidad de ritmos de cursada que da lugar a las *trayectorias reales* dadas por los intereses propios de cada estudiante, entre otros motivos. Así, está pensado para que los estudiantes egresen en ocho semestres, y a pesar de saber que las diferencias existen, la diversidad no es contemplada. Lo anterior puede ponerse en diálogo con lo que propone Ezcurra (2007), que refiere a una diferenciación entre el *alumno real* y el *alumno esperado*.

Considerando que el PE se presenta como una propuesta flexible en la cual el estudiante está convocado a ser protagonista, resulta de relevancia proponer una oferta que se adecue estrictamente a la posibilidad real de elección, y una gestión acorde para que la información esté actualizada y disponible para que el estudiante pueda tomar decisiones autónomamente con proyecciones curriculares posibles. En este sentido, tal como menciona Díaz Villa (2005), la flexibilidad implica una redefinición de políticas, estrategias, organización e instrumentación institucional para promover un escenario de formación dinámico, abierto e innovador.

Asimismo, tal como propone Collazo (2012), los planes flexibles demandan un especial involucramiento estudiantil y docente para poder evaluar y ajustar la implementación y el desarrollo curricular continuo. En este sentido, resulta importante tener estrategias institucionales claras, en un plan que invita a los estudiantes a ser protagonistas de su formación, para mejorar y acompañar el tránsito, el trazado de los itinerarios y para optimizar el desempeño para la toma de decisiones.

Referencias bibliográficas

- COLLAZO, Mercedes (2012). El cambio curricular, una oportunidad para repensar(nos). *InterCambios*, n.º 1, 2012. Recuperado de <http://intercambios.cse.edu.uy>.
- DÍAZ VILLA, Mario (2005). Flexibilidad y organización de la educación superior. Flexibilidad académica y curricular en las instituciones de educación superior (63-117). En René PEDROZA FLORES, Bernardino GARCÍA BRICEÑO (comps.). México: M. A. Porrúa. Recuperado de https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/8415808/fes_colombia.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1544498209&Signature=88t8vU08HBxB2VymEBIOFkn%2Fsto%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DFlexibilidad_y_educacion_superior_en_Col.pdf.
- ESCALONA RÍOS, Lina (2008). Flexibilidad curricular: elemento clave para mejorar la educación bibliotecológica. *Investigación Bibliotecológica*, 22 (44), 143-160. Recuperado de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0187-358X2008000100008&lng=es&tlng=es.
- EZCURRA, Laura (2007). Los estudiantes de nuevo ingreso: democratización y responsabilidad de las instituciones universitarias. *Cuadernos de Pedagogía Universitaria*, 2. Universidad Nacional de General Sarmiento, Argentina.
- GARCÍA GARDUÑO, J. M. y ORGANISTA, J. (2006). Motivación y expectativa para ingresar a la carrera de Profesor de Educación Primaria: un estudio de tres generaciones de estudiantes normalistas mexicanos de primer ingreso. *Revista Electrónica de Investigación Educativa*, 8 (2). Recuperado de <http://redie.uabc.mx/vol8no2/contenido-garduno.html>.
- PICHARDO, M. C.; GARCÍA BERBÉN, A. B.; DE LA FUENTE, J. y JUSTICIA, F. (2007). El estudio de las expectativas en la universidad: análisis de trabajos empíricos y futuras líneas de investigación. *Revista Electrónica de Investigación Educativa*, 9 (1). Recuperado de <http://redie.uabc.mx/vol9no1/contenidopichardo.html>.
- TERIGI, Flavia (2009). *Las trayectorias escolares. Del problema individual al desafío de política educativa*. Ministerio de Educación. Buenos Aires. ISBN 978-950-00-0703-0.
- UNIVERSIDAD DE LA REPÚBLICA (2011). *Ordenanza de Estudios de Grado y Otros Programas de Formación Terciaria*. Montevideo, Uruguay. Recuperado de http://www.cse.udelar.edu.uy/wp-content/uploads/2013/12/documento_ordenanza_de_grado_corregida_paginas_simples.pdf.
- (2012). *Plan de estudios de la Licenciatura en Comunicación*. Montevideo, Uruguay. Recuperado de http://fic.edu.uy/sites/default/files/inline-files/plan_estudios_2012_comunicacio%CC%81n_0.pdf.

