



Espacios Públicos

ISSN: 1665-8140

revista.espacios.publicos@gmail.com

Universidad Autónoma del Estado de México
México

Ayala Perdomo, Juan Carlos
Seguimiento laboral de egresados 2008. Licenciatura en Comunicación de la Facultad de Ciencias
Políticas y Sociales de la UAEM
Espacios Públicos, vol. 12, núm. 26, diciembre, 2009, pp. 315-328
Universidad Autónoma del Estado de México
Toluca, México

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=67612145019>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica
Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

Seguimiento laboral de egresados 2008. Licenciatura en Comunicación de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UAEM

Juan Carlos Ayala Perdomo
Coordinador de la Licenciatura en Comunicación

RESUMEN

El documento presenta un panorama general de los resultados de la encuesta aplicada en noviembre de 2008 a egresados de la Licenciatura en Comunicación de la Universidad Autónoma del Estado de México (UAEM), a fin de obtener un conocimiento más amplio de los egresados y su experiencia en el ámbito profesional, en particular en el campo laboral.

PALABRAS CLAVE: egresados, Licenciatura en Comunicación, encuesta, campo profesional, inserción laboral.

ANTECEDENTES

En 2004 la entonces Facultad de Ciencias Políticas y Administración Pública, hoy Facultad de Ciencias Políticas y Sociales (FCPyS) de la UAEM, emprendió el proceso de innovación curricular que daría paso a la transformación de la oferta educativa no sólo de los programas de licenciatura adscritos a este Organismo Académico, sino de la Universidad toda, sostenida en el modelo pedagógico de la educación basada en competencias.

A la par de la reforma curricular, este Organismo Académico se sumó a los procesos de certificación de calidad educativa que se proyectaron como pauta para el desarrollo institucional de la UAEM desde los albores de la década presente. En el caso de esta Facultad, el primer paso se dio con el autoestudio al que le sucedería la evaluación por parte de los Comités Interinstitucionales para la Certificación de la Enseñanza en el Nivel Superior, cuyas recomendaciones fueron dadas a conocer en 2003. Después, en 2006, la Asociación para la Acreditación y Certificación de

Ciencias Sociales AC organismo de evaluación externa reconocido por el Consejo para la Acreditación de la Educación Superior AC, otorgó la acreditación a cada uno de los programas de licenciatura, incluyendo al de Comunicación.

OBJETIVOS

En la convergencia de estos momentos, la innovación curricular por un lado y el compromiso institucional con la búsqueda de la mejora en la calidad educativa a través de la autoevaluación y la acreditación mediante pares académicos por otro, es imprescindible la mirada hacia sí mismo, su entorno y sus agentes de cambio. En el caso de un programa educativo de nivel superior, la ponderación de su pertinencia, eficiencia y valor social, debe tener como indicador prioritario a sus egresados. Por diseño curricular se pueden prever desarrollos de múltiples competencias, prefigurar escenarios de actuación profesional y humana, esbozar perfiles de ingreso y egreso que idealicen, no se olvide, a sujetos que participen de complejos y diversos contextos socioculturales, y que hacen de su paso por la universidad una trama entrelazada de conocimientos y de experiencias sensibles. Pero el más riguroso y competitivo mapa curricular, bajo el más sofisticado modelo educativo, pierde su propósito si no puede tomar cuerpo y energía intelectual en quienes lo estudian, y los alumnos que lo siguen no hacen de su formación universitaria una trayectoria vital.

El contacto permanente con egresados de las licenciaturas es un ejercicio constante,

obligado en el marco de las actividades de Extensión Universitaria de todo Organismo Académico, que le permita a la administración de los mismos explorar, diagnosticar y evaluar las condiciones, necesidades y áreas de oportunidad de quienes buscan integrarse al mercado laboral, o bien, reconocer las problemáticas y posibilidades de mejora que tienen frente a sí aquellos que han logrado acumular experiencia como profesionales en su campo de conocimiento, en ámbitos afines, o de quienes han modificado el rumbo previsto por el currículum de su licenciatura.

Es imprescindible el ejercicio permanente de sistematización de información que permita recuperar lo aprendido de las experiencias de flexibilización curricular y de las prácticas de evaluación institucional, en un escenario de coyuntura: ¿cómo es percibido el programa de la licenciatura que antecedió al que ahora está vigente?; ¿cuál es la experiencia laboral que han tenido los egresados de la licenciatura?; ¿cuáles son las oportunidades y las contrariedades que enfrentan para insertarse en el mercado laboral, permanecer en él, o incluso configurarse las propias opciones ocupacionales?; ¿están siendo eficientes los vínculos ideales entre las actividades de servicio social y prácticas profesionales con las competencias y expectativas de los empleadores?; ¿cuál es la ponderación que los egresados hacen de su carrera universitaria en el escenario en que ésta ha pasado a ser tanto compromiso profesional como un modo de vida y sostén económico?

Estas cuestiones, cruciales en la toma de decisiones tanto académicas como administrativas en lo que concierne a los estudios de nivel

superior, serán abordadas por diversas instancias e instrumentos, característicos de la vida colegiada de las instituciones educativas. En particular, una primera y valiosa aproximación es a través de la aplicación de la encuesta a egresados, procurando hacerse de la información necesaria para un análisis integral de la propuesta educativa de la Facultad en lo concerniente a los planes de estudio de licenciatura, y en correlación con otros factores de desarrollo, como servicio social, áreas de acentuación y opciones de titulación.

METODOLOGÍA

Se realizó una selección muestral intencional no probabilística centrada en las últimas cinco generaciones de egresados de la licenciatura, con posibilidad de aplicación a egresados de generaciones anteriores a 2003. Al universo de egresados convocados se les aplicó un cuestionario organizado bajos los siguientes criterios: año de egreso, titulación, empleo, desarrollo profesional, desempleo, valoración de los estudios, y extensión universitaria.

RESULTADOS DESCRIPTIVOS

A continuación se presenta una descripción de los resultados de la encuesta a egresados de la licenciatura en Comunicación, aplicada en noviembre de 2008.

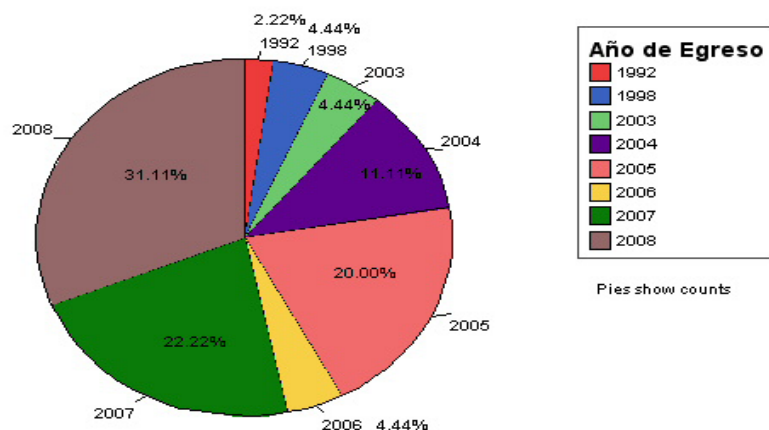
Se aplicó un total de 45 cuestionarios, una muestra del 5% sobre el universo de egresados de la licenciatura en Comunicación desde su primera generación. Del total de encuestados, 24.44% son hombres y el 75.56% mujeres.

A la aplicación de la encuesta a egresados de la licenciatura en Comunicación, en el mes de noviembre de 2008, asistieron egresados de diferentes generaciones, mayoritariamente de las últimas cuatro generaciones (2005 a 2008), distribuidos de la siguiente manera:

TITULACIÓN

Sólo 22.22% de los encuestados son titulados, mientras que 77.78% restante aún no obtienen el título de licenciatura. A pesar de este indicador, 71.11% de los encuestados contaban con un empleo al momento de la

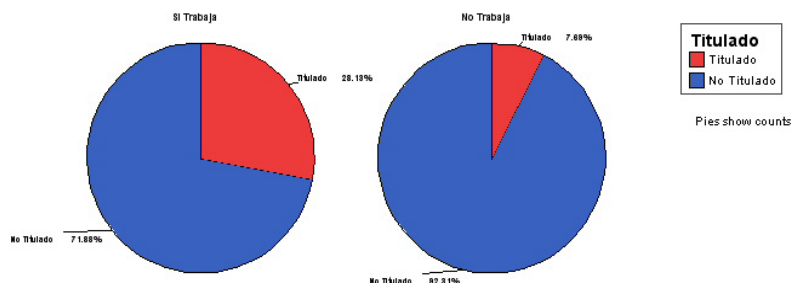
Gráfica 1
INDICADOR GENERACIÓN



FUENTE: elaboración propia con datos de la encuesta a egresados de la licenciatura en Comunicación, 2008.

aplicación de la encuesta, con independencia de estar titulados o no. De acuerdo con estos resultados, es posible realizar una correlación de variables, obteniendo que la proporción de egresados que cuentan con el título de licenciatura es mayor entre quienes también tienen empleo (28.13%), y descende entre quienes están desempleados (7.49%), sugiriendo una relación directa creciente entre las oportunidades laborales y la condición de titulado entre quienes respondieron a la encuesta

Gráfica 2
CORRELACIÓN OCUPACIÓN/TITULADOS

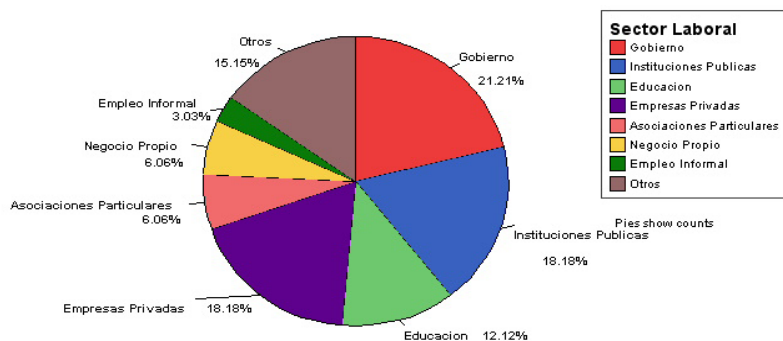


FUENTE: elaboración propia con datos de la encuesta a egresados de la licenciatura en Comunicación, 2008.

EMPLEO E INGRESOS

En cuanto a la ocupación, el total de los encuestados que trabaja manifiesta hacerlo en un empleo afín a la licenciatura. Sin embargo, las diferencias aparecen en los sectores donde ellos se desempeñan. Se observa una distribución equitativa de concentración entre el sector público y el privado. En el ámbito público, las actividades se desarrollan en dependencias de gobierno en niveles municipal, estatal o federal, en instituciones públicas descentralizadas y en la educación, principalmente en actividades docentes, tanto en escuelas públicas como privadas, sobre todo de nivel medio superior. En el ámbito privado el sector más recurrente es la empresa privada, seguido por las asociaciones particulares, y una presencia del autoempleo, distribuido entre los negocios propios, la prestación de servicios independientes y el empleo en actividades económicas informales.

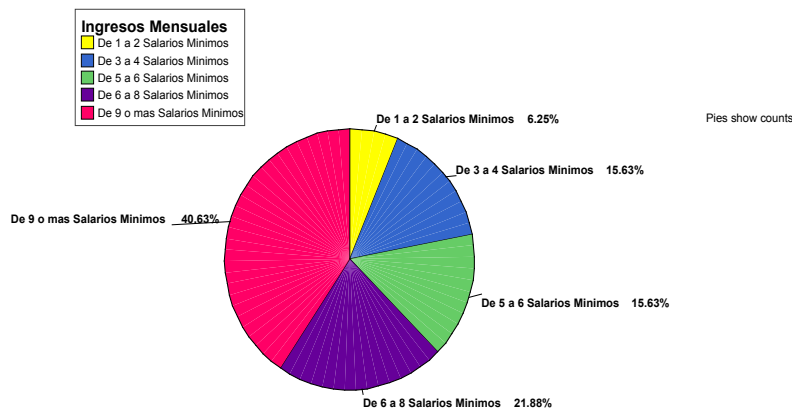
Gráfica 3
INDICADOR SECTOR DE OCUPACIÓN



FUENTE: elaboración propia con datos de la Encuesta a Egresados de la Licenciatura en Comunicación, 2008.

El dato de los ingresos mensuales promedio del total que sí trabaja puede considerarse alentador, pues 40.68% percibe nueve o más salarios mínimos como ingreso mensual, habiéndose considerado en la encuesta un referente aproximado de \$50.00 pesos diarios como salario mínimo. La proporción acumulada de egresados percibiendo ingresos superiores a los seis salarios es de 62.56%. El dato debe considerar implicaciones mayores, por supuesto, incluyendo la necesidad de diagnosticar la estabilidad de los ingresos, las posibilidades de promoción laboral y la situación familiar de los encuestados, entre otras variables. Entre tanto, la distribución de ingresos muestra también una disparidad en el rango de percepciones, que va desde uno, hasta los nueve o más salarios mínimo.

Gráfica 4
INDICADOR INGRESOS MENSUALES

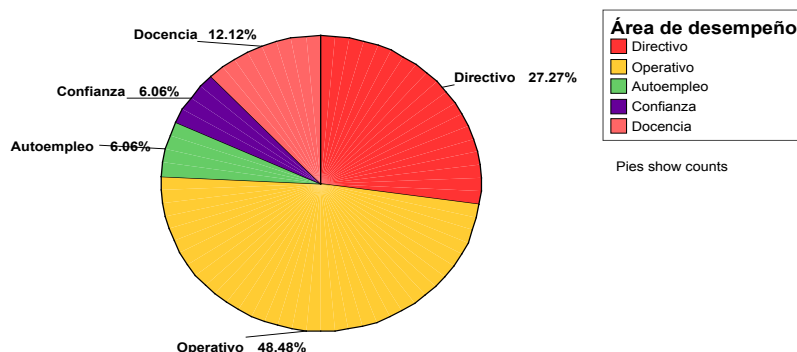


FUENTE: elaboración propia con datos de la encuesta a egresados de la licenciatura en Comunicación, 2008.

Las áreas de desempeño en el empleo según el rango laboral fueron codificadas de la siguiente forma: rango de dirección, de operación, de empleado de confianza, docente y autoempleo. Se observa que 75.75% se desempeña entre niveles de dirección y operativos en sus centros de trabajo, frente a una minoría posicionada en cargos de confianza, auto empleados o en el campo de la docencia. El 48.48% se desempeña en el área de operación, como reporteros, fotógrafos, redactores, locutores, enlaces de comunicación, auxiliares de marketing, editores, continuistas y realizadores de audiovisuales; dentro del 27.27% que se desempeñan en el área de dirección, se encuentran coordinadores de comunicación, directores y subdirectores de información, jefes de departamento y responsables de proyectos.

Las actividades están basadas en la división por áreas de acentuación que actualmente se consideran para la licenciatura; es decir, actividades propias de la comunicación política, a la que refiere dedicarse 6.06% de encuestados, como redacción de discursos, relaciones públicas, dirección de campañas, marketing político, investigación política, análisis y seguimiento de medios; de la comunicación social, referido por 33.33%, como la asistencia en la comunicación organizacional de una empresa, difusión

Gráfica 5
INDICADOR ÁREA DE DESEMPEÑO SEGÚN RANGO LABORAL



FUENTE: elaboración propia con datos de la Encuesta a Egresados de la Licenciatura en Comunicación, 2008.

de programas sociales, coordinación y supervisión de contenidos de programas en radio, seguimiento de medios de coordinación en la comunicación interna de una empresa, atención ciudadana, coordinación y supervisión de noticias, atención a medios, redacción de boletines, reportes, y evaluaciones; de la comunicación audiovisual, mencionado por 36.36%, como la preproducción, producción y postproducción de audiovisuales tanto para empresas públicas como para negocios propios, fotografía, edición de imágenes, cámara, diseño gráfico, publicidad, diseño editorial, edición de video, conducción y locución, realización de cápsulas para radio y televisión; y de la docencia, identificado por 9.09%; en la categoría “otros”, referido por 15.15%, se incluyen actividades diversas como: logística de eventos, conducción de temascas, investigación, capacitación de personal en instituciones políticas, asesoría e información, administración de sitios web, manejo de agenda, y realización de programas mercadológicos.

DESEMPLEO

En cuanto a la condición del desempleo, se buscó un acercamiento a través de las siguientes preguntas: ¿desde cuándo estás desempleado? y ¿cuál es la causa que consideras más importante para no tener empleo? De ello resultó que 58.33% de los egresados sin empleo al momento de la encuesta tiene menos de seis meses desempleado; 25% ha estado sin trabajar en un periodo de

seis meses a un año y la minoría, 16.67% lleva más de un año desempleado. Los motivos del desempleo se concentran principalmente en dos aspectos: la percepción de que existe mercado laboral *ad hoc* para los egresados de la Licenciatura en Comunicación, pero en el que no existen suficientes oportunidades, en primer lugar (33.33%), y postergar la inclusión al empleo por extender sus estudios, en segundo (25%). En tercer término, con 16.67% de menciones, no tener dominio de segundo idioma y no estar titulado.

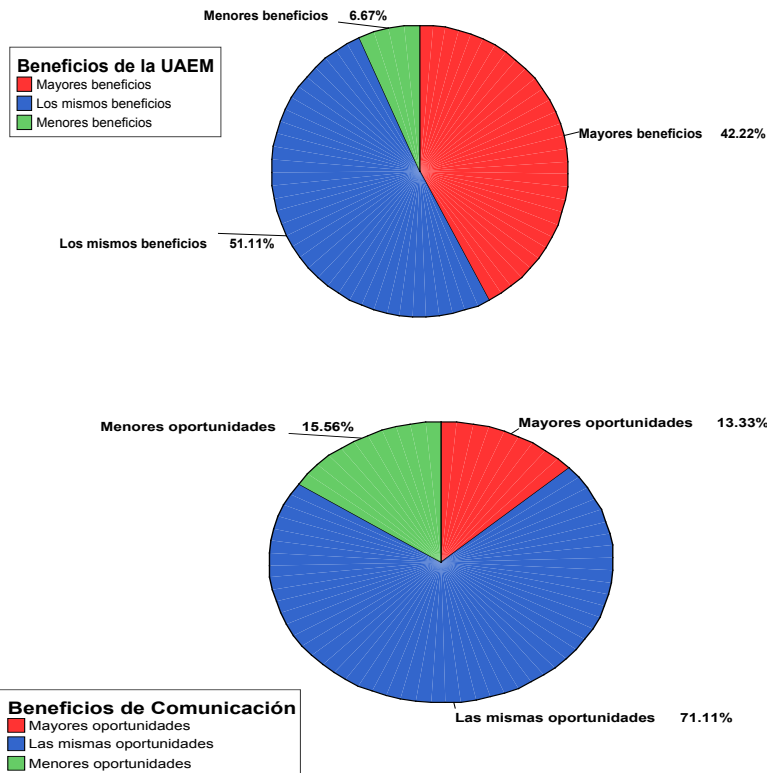
EVALUACIÓN DE LOS ESTUDIOS

¿Cuál es la percepción de los egresados de Comunicación en relación con su universidad y con la licenciatura que cursaron en la UAEM? Haber estudiado en la UAEM otorga los mismos o mayores beneficios que haberlo hecho en otra universidad para 63.33% del universo de la encuesta, es decir, un posicionamiento positivo de la institución en sus egresados. Esta consideración desciende respecto de la licenciatura, pues para sus egresados el haber estudiado esta carrera universitaria en la UAEM, confiere las mismas oportunidades profesionales que haber cursado otras licenciaturas. Debe notarse que el renglón de quienes creen que da menores oportunidades laborales tiene más menciones cuando se refiere a la licenciatura en Comunicación, y se reduce cuando se refiere a los estudios de la UAEM.

Adentrándose en la percepción de los egresados de Comunicación respecto de su plan de estudios, se les solicitó una evaluación de contenidos en cada una de las dimensiones de la formación universitaria en esta área del conocimiento: teóricos, metodológicos y técnicos. Se solicitó ponderar cada uno de estos contenidos en función de su relevancia para el desempeño de sus labores profesionales.

Se observa una percepción constante en la mayor proporción de encuestados que refiere como “suficientes” los contenidos teóricos y técnicos, bajo el supuesto de que proporcionaron herramientas adecuadas, pero con oportunidad de ampliarse, mejorarse o actualizarse. Un 20% de los encuestados evaluó como relevantes los conocimientos teóricos y técnicos obtenidos y 13.33% como muy relevantes. La suma de estas proporciones es de cualquier manera menor a la suma de las menciones que evalúan como “suficientes” con 35.6% e irrelevantes con 31.1%. Son evaluados más favorablemente los aprendizajes metodológicos, creciendo a 33.33%

Gráficas 6 y 7
INDICADORES PONDERACIÓN DE ESTUDIAR EN LA UAEM
Y PONDERACIÓN DE ESTUDIAR COMUNICACIÓN



FUENTE: elaboración propia con datos de la Encuesta a Egresados de la Licenciatura en Comunicación, 2008.

las menciones de “relevante”, 11.1% para “muy relevantes”, aunque guardando una mayoría de menciones para “suficientes” de 51.1%. Considerando que se precisó en las preguntas que la evaluación se hacía en función de lo necesario para el trabajo profesional, llama la atención que 31.11% de los encuestados manifestó que tanto los contenidos metodológicos como los teóricos se definían como “irrelevantes”. Otro dato que replantea el imaginario global que tenemos de la licenciatura está en el examen de la relevancia de los aprendizajes técnicos, de carácter práctico, comúnmente

percibidos y apreciados por los aspirantes a estudiar Comunicación (producir audiovisuales, tomar fotografías, diseñar imágenes), destacando que 35.6% de los encuestados los consideró sólo “suficientes”, y 31.1% los estimó “irrelevantes”.

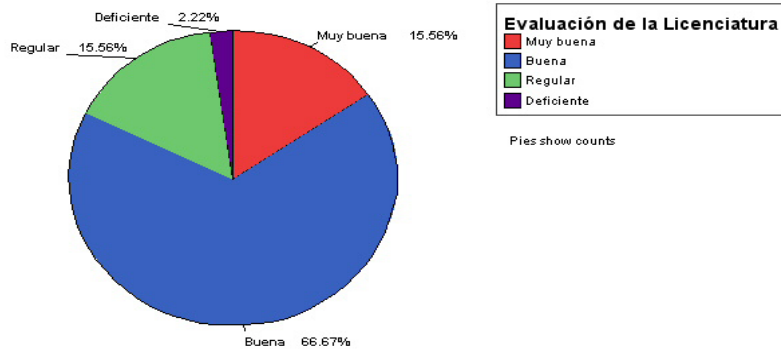
Una primera acotación llama al replanteamiento de la dimensión teórica y metodológica del egresado de Comunicación más allá del espacio académico y sus compromisos formativos en el campo de la investigación, no sólo como requisito de titulación, sino para el desarrollo de competencias indagadoras para la comprensión del sentido social en el contexto de intervención laboral. Precizando algunas necesidades particulares, se menciona con mayor frecuencia a las materias de teoría de la comunicación y de géneros periodísticos como las más importantes durante la licenciatura.

La evaluación global de la licenciatura para esta muestra de egresados, sobre todo en las últimas cuatro generaciones (2005-2008), reitera un posicionamiento favorable, aun con la agenda pendiente en relación con el diagnóstico curricular y la reflexión sobre la pertinencia y márgenes de mejora para el actual plan de estudios, cimentado en una experiencia previa que, hasta este punto, es considerada positiva por parte de sus agentes protagónicos.

TITULACIÓN E INSERCIÓN LABORAL

Concluidos los estudios curriculares, la mayoría de los egresados siguen encontrando dificultades para la obtención del título universitario. A la fecha han egresado 942 estudiantes de la Licenciatura en Comunicación, de los cuales se han titulado 481, es decir, 51%. Las razones son multivariadas, pero en cualquier caso deben encuadrarse en las posibilidades que tienen para lograrlo sobre la base de las modalidades de titulación existentes, percibidas favorablemente por los encuestados, al ser consideradas como “buenas” o “muy buenas” por un agregado de 59.09%. Sin embargo, es necesario profundizar sobre la calificación de “regular” o “deficiente” que apunta 40.81% de los egresados, explorando modalidades pertinentes que acompañen las competencias específicas desarrolladas por las generaciones más recientes, sobre todo la de los interesados en el ámbito de la producción de comunicación audiovisual. Esta necesidad se refuerza ante la importancia que los encuestados indican que ha tenido su trabajo de titulación en relación con sus oportunidades laborales y de crecimiento o consolidación profesional.

Gráfica 8
INDICADOR EVALUACIÓN GLOBAL DE LA LICENCIATURA



FUENTE: elaboración propia con datos de la encuesta a egresados de la licenciatura en Comunicación, 2008.

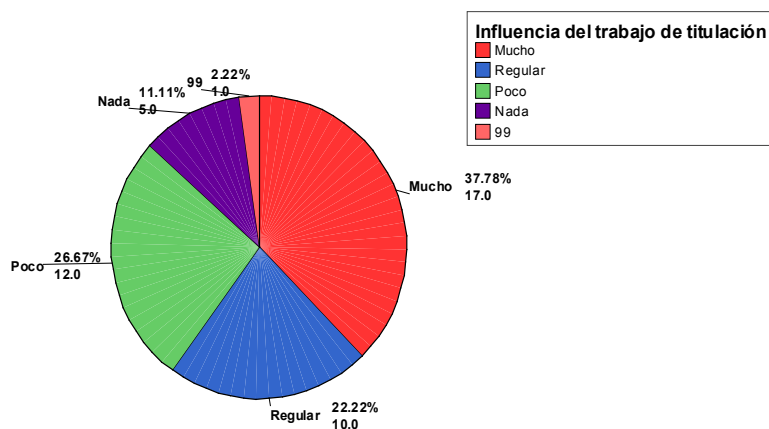
EXTENSIÓN UNIVERSITARIA

Otro de los tópicos evaluados fueron las actividades de extensión universitaria que se implican directamente con la proyección laboral de los universitarios, en particular el servicio social y las prácticas profesionales. Sobre estas actividades se cuestionó respecto a su importancia para efecto de incursión en el mercado laboral, destacando la mayoría de egresados que encuentran de mucha importancia el servicio social (57.78%), en contraste con 40% que respondió “no” a la pregunta de si la realización de prácticas profesionales habría sido factor para su integración al empleo, por 33.33% que lo consideró como factor eficiente.

INTERÉS EN ESTUDIOS DE POSGRADO

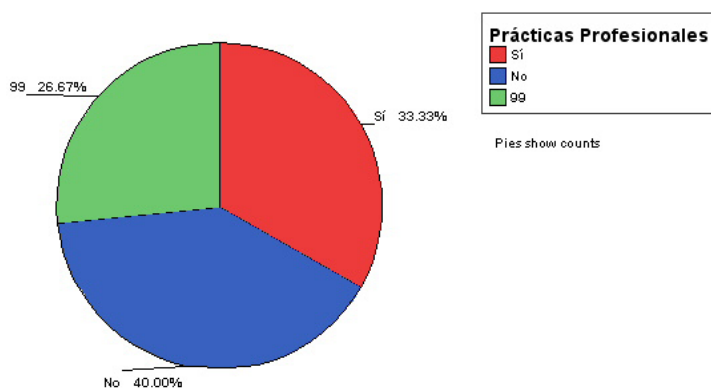
¿Cómo se percibe el futuro de los egresados en relación con su propia formación universitaria? Uno de los indicadores que puede dar cuenta de esta intención vital, la ofrece la interrogante a si estarían interesados en realizar estudios de posgrado en el plazo del próximo año. El 66.67% expresó su intención de continuar estudios de posgrado, apoyado con el dato previo de quienes han postergado su integración al mercado laboral por encontrarse estudiando tras la conclusión de la licenciatura.

Gráfica 9
INDICADOR INFLUENCIA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN
EN OPORTUNIDADES LABORALES



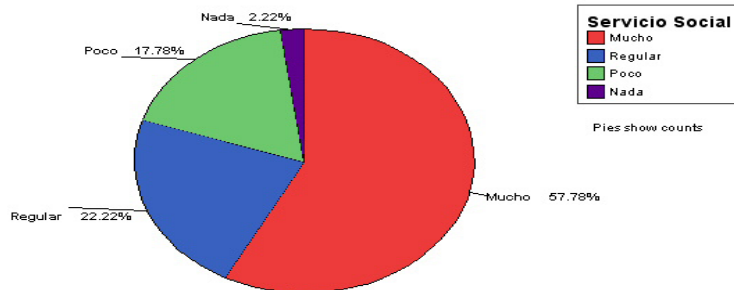
FUENTE: elaboración propia con datos de la encuesta a egresados de la licenciatura en Comunicación, 2008.

Gráfica 10
INDICADORES RELEVANCIA DEL SERVICIO SOCIAL Y DE LAS PRÁCTICAS
PROFESIONALES EN LA INSERCIÓN LABORAL



FUENTE: elaboración propia con datos de la encuesta a egresados de la licenciatura en Comunicación, 2008.

Gráfica 10

INDICADORES RELEVANCIA DEL SERVICIO SOCIAL Y DE LAS PRÁCTICAS
PROFESIONALES EN LA INSERCIÓN LABORAL

FUENTE: elaboración propia con datos de la encuesta a egresados de la licenciatura en Comunicación, 2008.

CONCLUSIÓN

La administración y ejecución de un plan de estudios siempre es una cuestión de carácter colectivo, colegiado, y por tanto de convergencia profesional, formadora de una comunidad académica en búsqueda permanente de acuerdos que provienen, en el caso de Comunicación, de las más diversas ramas del árbol del conocimiento científico social. Pero tiene una dimensión tan subjetiva, de trayectorias personales e intereses propios, que pasan de ser una apuesta, un riesgo, a un espectro de posibilidades para la toma de decisiones que cada profesor y cada miembro de una administración institucional supone será la más pertinente y valiosa como aportación que consolide el proyecto colectivo de la formación de universitarios en un campo específico. Desde los resultados de este primer, y necesariamente limitado, ejercicio de encuesta a egresados de la Licenciatura en Comunicación, se puede anotar que la confluencia de la propuesta colegiada que dio origen al Plan de Estudios 2004, con la experiencia personal de quienes legaron la práctica y conocimientos necesarios para proponer un currículum acorde con las necesidades y demandas de un mundo en permanente transformación, aporta datos alentadores como el nivel de ingresos en el empleo, la evaluación de la universidad en general y de la licenciatura en particular; la afinidad del empleo con el perfil profesional previsto por la currículum antecedente. La reflexión sobre estos indicadores llama a un esfuerzo aún mayor por

lograr que la brecha entre los perfiles que se prefiguraron para el universo de potenciales profesionales de la comunicación que son los estudiantes, y la realidad laboral, como de crecimiento social y personal, sea reducida.

Más valiosas son las cuestiones críticas pendientes. La formación teórica y de investigación académica, fortaleza percibida por los egresados y reconocida por los propios académicos de la Facultad, debe consolidarse en un sentido potenciador para la intervención efectiva en el contexto social próximo, así como la demanda constante tanto de estudiantes como de empleadores, de apuntalar las capacidades técnicas de los egresados, en especial aquellos involucrados en los ámbitos profesionales del periodismo y la producción audiovisual que, si bien no representan todo el abanico de oportunidades profesionales de los licenciados en Comunicación, sí se reconocen como subcampos privilegiados por su historia y trascendencia en la relación sociedad-universitarios. También es menester una revisión más profunda de las condiciones laborales, asuntos como la estabilidad en el trabajo y los ingresos, la capacidad de ejercer en un campo que valore los conocimientos adquiridos en las aulas universitarias, hacer más eficaces los vínculos entre las dimensiones que fueron acentuadas en el plan de estudios (conocimientos específicos desprendidos de un diagnóstico de la realidad próxima), así como de los esfuerzos porque el servicio social y las prácticas profesionales sean facilitadores de las oportunidades más pertinentes para la suma de experiencias acopladas a las competencias referidas en los programas de aprendizaje.

La evaluación constante del seguimiento a egresados, el acercamiento con empleadores, y la discusión fundada de todo ello en el seno de los organismos académicos, es un paso acompañado de otros como la innovación y revisión curricular, la actualización permanente de los académicos, y la producción de conocimiento sobre los caminos por los cuales se busca generar y no sólo reproducir conocimiento, son asuntos que pasan entonces del carácter de proyectos a labores cotidianas, por el bien de una licenciatura como la de Comunicación, en constante debate sobre sí misma.

BIBLIOHEMEROGRAFÍA

- Fuentes, Raúl (coord.) (2004), *Producción, circulación y reproducción académicas en el campo de la comunicación en México*, Tlaquepaque, ITESO.
- Medina Cuevas, Lourdes *et al.* (2005), *Innovación y Curriculum. Desafíos para una convergencia necesaria*, Toluca, UAEM.
- Facultad de Ciencias Políticas y Administración Pública (2004), *Plan de desarrollo 2004-2008*, Toluca, UAEM.
- Facultad de Ciencias Políticas y Sociales (2008), *Plan de desarrollo 2008-2012*, Toluca, UAEM.
- Universidad Autónoma del Estado de México (UAEM) (2005), *Plan rector de desarrollo institucional 2005-2009*, Toluca, UAEM.