

**Noticia**

**Resultados de la primera encuesta a egresados y egresadas de la FIC<sup>[1]</sup>**

En el aula magna de la FIC, el 16 de agosto de 2022, se presentaron los resultados de la primera encuesta a egresadas y egresados de Archivología, Bibliotecología y Comunicación. En la apertura participaron la decana Gladys Ceretta y Gabriel Kaplún del Observatorio de las Profesiones de la Comunicación (OPC). Aunque el Observatorio ya había realizado una encuesta anterior, en 2016, aquella abarcó solo a quienes egresaron de Comunicación, en tanto esta vez comprendió a egresadas de las tres carreras de la FIC.



Los encargados de presentar los resultados del estudio fueron Stella Infante y Gabriel Kaplún, y Martín Martínez moderó el encuentro. Luego comentaron los datos Julia Demasi (Asociación de Bibliotecólogos del Uruguay), Emilia Cardozo (Asociación de Archivólogos), Federico Barreto (Orden de egresados de la FIC) y Nicolás Fiori (Programa de Seguimiento de Egresados de la Udelar).

Se trata de una encuesta que se aplicó a egresadas y egresados de la FIC en 2021, en ocasión de las Elecciones Universitarias. De las 883 personas de Información consultadas, respondieron el cuestionario 516, lo que representa el 58 % de los votantes de ese orden. En Comunicación, de las 2413 personas, contestaron la encuesta 1088, el 52% de los votantes estimados.

Según los datos difundidos, que pueden consultarse en el informe del OPC[2], relativos a las carreras de Información -Licenciatura en Archivología y Bibliotecología- el 80% de las personas encuestadas vive en la capital del país y el 87% son mujeres. El promedio de edades de las egresadas y los egresados de Información son mayores al promedio de las egresadas y los egresados de Comunicación, y en su relación con el mercado laboral, encuentran empleo mayormente en el sector público y, muchas veces, antes de egresar. Además, el 90% contestó que realiza buena parte de sus tareas relacionadas con el título.

En Comunicación, la población de egresadas y egresados es más joven que en Información, 67% son mujeres y 78% vive en Montevideo. Un tercio de las personas declararon no estar desempeñando tareas vinculadas a su perfil profesional en el ámbito laboral y mayormente se emplean en el sector privado. Los egresados presentaron una mayor disconformidad hacia su realidad laboral: el 79% cree que debería ser mejor remunerado por sus competencias profesionales y el 30% busca otro empleo.

Para conocer más sobre el proceso de la encuesta y los aportes a la comunidad FIC, hablamos con Gabriel Kaplún, coordinador del Observatorio de las Profesiones de la Comunicación.

## **¿Qué es el Observatorio?**

El Observatorio de las Profesiones de la Comunicación nació a fines de 2014 en el Departamento de Especializaciones Profesionales del Instituto de Comunicación de la FIC planteando un trabajo en dos direcciones interrelacionadas: diálogo crítico con el mundo profesional y revisión de las prácticas y sustentos de la formación universitaria para el ejercicio de las profesiones. Se trata de aportar al campo profesional y a la Universidad, promoviendo su adaptación activa a la

realidad, su capacidad de aprendizaje y transformación de sí misma y de su entorno[3].

Comenzamos trabajando en dos líneas principales. Una sobre las trayectorias profesionales que busca indagar en la forma en que los comunicadores y comunicadoras transitan por su vida profesional. Entre otros aspectos, estudiamos el ingreso al campo laboral, la consolidación profesional, la forma en que se autorrepresentan y las condiciones en las que trabajan. Otra línea de trabajo la denominamos comunicación y políticas públicas que apunta a conocer más sobre el rol de los comunicadores en el Estado y el diseño, implementación y evaluación de las políticas públicas. Hemos trabajado con técnicas cualitativas -como esta encuesta- y cualitativas: entrevistas en profundidad, talleres de historias de vida en grupo, etc. Confluyen en el Observatorio estudios desarrollados por docentes del Departamento (unos diez compañeros y compañeras), estudiantes de posgrado cuyas tesis tutelamos, estudiantes que participan de nuestro curso “Trabajar en comunicación”, donde desarrollan pequeñas investigaciones sobre el mundo laboral, además de ayudarlos a pensar su inserción en el campo y su futuro profesional. También algunos egresados y egresadas que han presentado trabajos en los seminarios que hemos realizado con la participación de académicos nacionales e internacionales y actores relevantes del campo profesional.

## **¿Cómo fue el proceso de diseño y aplicación de la encuesta?**

Habíamos aplicado, desde el OPC, una primera encuesta en el año 2016 solo a los egresados de Comunicación. Esa primera encuesta la hicimos partiendo de un estudio que realizó la Udelar entre los egresados de toda la Universidad. Sobre esa base ampliamos, agregamos preguntas, porque una encuesta a todos los egresados de la Udelar tiene características más acotadas. Tomamos esa base de 2016 e hicimos varias cosas: por un lado una revisión y discusión amplia de la nueva encuesta, generando dos cuestionarios casi idénticos pero con algunas diferencias entre el de Comunicación y el de Información. Tomamos en cuenta aportes de otras partes del mundo, muy particularmente del Observatorio de la Universidad

de Buenos Aires que tiene más preguntas que incorporamos con matices y modificaciones. Diseñamos el formulario con esa base y la aplicación se realizó de un modo similar a la anterior: aprovechamos las Elecciones Universitarias, que es la única instancia donde todos o muchos de los egresados concurren a la Facultad.

La encuesta fue de autocompletado *online*, voluntaria. Tuvimos una respuesta muy buena. Más de la mitad de los egresados que concurrieron a votar completaron la encuesta. Hicimos un trabajo de ponderación, ya que han respondido en mayor número los egresados más recientes que los más antiguos. Luego ponderamos los datos a la hora del análisis para que el sesgo de edad no deformara los resultados. Los datos que surgen tienen entonces un alto grado de confianza.

### **De los datos surgidos, ¿cuáles les parecieron más relevantes o novedosos? ¿Por qué?**

Para el caso de Comunicación podemos hacer comparaciones con la encuesta anterior. Para Información los datos son nuevos. Repasando algunos aspectos, una primera constatación general es que la población de egresados de Información tiene mayor edad que los egresados de Comunicación, simplemente porque las carreras se iniciaron hace más tiempo. Tiene consecuencias, por ejemplo, en todas las carreras universitarias, los salarios mejoran a medida que la gente tiene más edad. Hay algunos indicadores a favor de las carreras de Información que pueden explicarse por tener una población más "grande".

Respecto del trabajo, si bien los niveles de desocupación son relativamente bajos, en el caso de Comunicación están en línea con el promedio país, lo cual llama la atención porque los universitarios tienen menores niveles de desocupación que el resto de la población.

En el caso de Comunicación hubo una variante respecto de hace cinco años y es cómo acceden los egresados a su primer trabajo. Principalmente acceden por contactos, aunque han venido teniendo un papel creciente los llamados públicos y

concursos, y empieza a tener un papel mayor la propia facultad en la inserción profesional a través de pasantías o prácticas preprofesionales. Se da en mayor medida entre egresados de Información. Se produce una diferencia importante entre nuestras carreras: los egresados de Información están principalmente insertos en el sector público y los llamados pesan mucho más, y se insertan antes de terminar la carrera. Hay un tercio de egresados de Comunicación que hoy está realizando tareas poco vinculadas a su profesión. Eso no pasa en Información, porque se trabaja en aquello que se estudió. Es un dato que se mantiene con los resultados de la anterior encuesta. Esto nos resulta preocupante. Los egresados de Información se encuentran mayoritariamente en los sectores públicos, en el caso de Comunicación bastante más parejo (sector público y privado), algo que cambia con la edad. A medida que pasan los años tienden a insertarse más en el sector público de empleo.

Otro elemento interesante es la sindicalización o pertenencia a organizaciones profesionales. Es alarmantemente baja la de Comunicación. Una explicación es que no hay una asociación de egresados como sí lo hay de Bibliotecología y Archivología. Esto a los egresados de Información les ha permitido organizarse para reivindicar derechos y tiene consecuencias en la exigencia de presentar títulos para trabajar en su propia área. Eso es mucho menor en Comunicación.

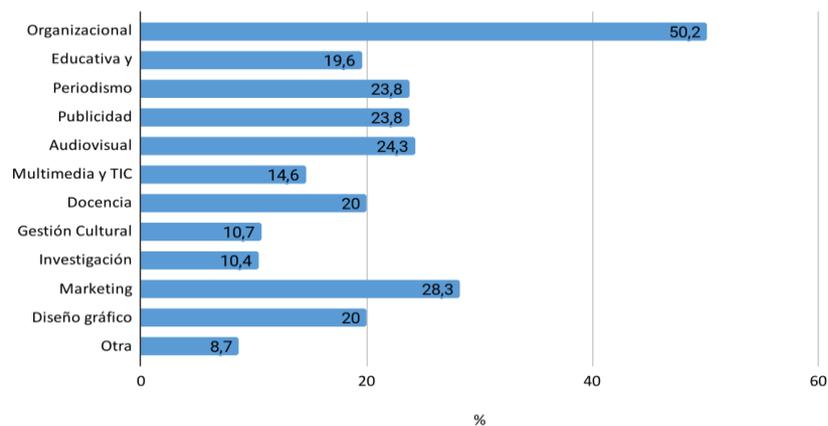
Otro elemento es los ingresos, cuánto gana la gente. Encontramos datos relevantes con niveles de ingreso promedio de 70.000 pesos en caso de Información y 60.000 de Comunicación<sup>[4]</sup> y esto puede tener que ver con la edad y con algún otro factor que esté jugando allí. Si en Comunicación hacemos una comparación de resultados de la encuesta anterior con cuánto ganan hoy, podemos tomar con mucho cuidado este dato, que sería un 10% menos. Esto prende una luz amarilla sobre el asunto.

Otra cosa es que, ya no nos encontramos en Comunicación —y nos deja la duda, quizás merezca más análisis—, un diferencial entre las áreas profesionales. Hace años atrás se podía considerar que los profesionales que se dedican a la Publicidad ganaban más que en otras áreas, pero ya no encontramos casi diferencias. Otro elemento es la diferencia entre el empleo en las áreas. Esto contradice varios de

los imaginarios instalados desde fuera de la profesión, incluso desde dentro del campo de la Comunicación, porque en este caso, el periodismo y la Publicidad, en el imaginario social de quienes entran a la facultad, deberían ser la áreas donde más gente trabaja, pero no lo son. Tiene un papel importante, un 25% de egresados trabajan en estas áreas, pero hay otras que están parejas y aparecen más alejadas en el imaginario, como Comunicación educativa y comunitaria o la producción audiovisual, pero la gran estrella, lo era en 2016 y sigue siendo ahora, es la Comunicación organizacional, que ocupa a más de la mitad de los egresados (Gráfico 1).

Gráfico 1

Áreas de la comunicación relacionadas con su trabajo

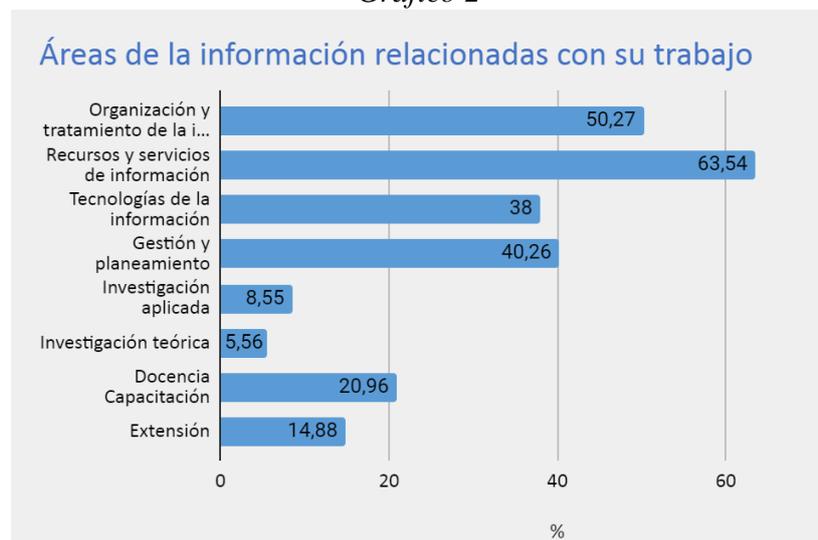


Fuente: Encuesta a egresados y egresadas de la FIC 2021 - Observatorio de las Profesiones de la Comunicación.

Si miramos el gráfico se ve que la suma no da 100%, porque muchos egresados dicen trabajar en más de una. La enorme mayoría de ellos trabaja en varias áreas. Tiene dos explicaciones básicas: que trabajan en dos lugares distintos y también porque en el mismo trabajo realizan tareas en más de un área. Se produce lo que se conoce como la “hibridez del campo profesional”, no hay perfiles tan claros sino más de uno. Esto parece que tiene que ver con más estabilidad laboral, mejores condiciones de trabajo y mayores salarios. explica el atractivo que ha tenido ese área y está casi en relación inversa con las decisiones de formación que tomaron los graduados siendo estudiantes. Esta formación no existía hace 10 años atrás, por lo que se forman con posgrado o con educación permanente.

En Información se destaca la atención de centros y bibliotecas como fuente principal de empleo y el sector mayoritario es la Educación como gran espacio de empleo. También empiezan a aparecer las Tecnologías de la información y la comunicación en ese campo (Gráfico 2).

Gráfico 2



Fuente: Encuesta a egresados y egresadas de la FIC 2021 - Observatorio de las Profesiones de la Comunicación.

En cuanto a la valoración que hacen los egresados de la Facultad con su formación y lo que quieren estudiar ahora de egresados, muestra una diferencia entre las dos áreas. En las dos hay una valoración alta de aspectos tales como la solidez teórica. En el caso de Información se valora también la posibilidad de inserción profesional, rápida y es menor en el campo de la Comunicación, donde la inserción cuesta más.

## ¿Qué aportes genera el conocimiento de estos datos a la comunidad de la FIC?

Desde que nació el OPC se planteó como un espacio para saber qué pasa en el mundo profesional, para ayudarnos a pensar la formación y a incidir en el campo profesional. Pensar el ida y vuelta de la Universidad con el campo profesional. Además, repensar la formación nos ayuda a pensar mejor cómo hacemos las cosas

en la propia Facultad, uno puede repensar énfasis o cambios curriculares necesarios, por ejemplo. Nos podemos preguntar: ¿Tenemos espacios donde hablar sobre el campo profesional? ¿Planteamos estrategias para que los egresados puedan generar proyectos propios?

También se puede pensar el campo profesional en el área del trabajo. A veces lo que hay que hacer es trabajar mejor desde la Universidad cuestionando al mercado y brindando a los egresados herramientas para reflexionar sobre el campo y poder transformar ese mercado. No es tan cierto que la demanda manda. Hay mucha oferta que genera su propia demanda.

Se habla de la participación de los trabajadores en la gestión y eso puede empezar a tener demanda si se contempla un nuevo perfil de egreso, donde se piense al egresado capaz de trabajar en forma estratégica en una organización y no necesariamente ejecutando aquellas tareas instrumentales que le son requeridas. Se trata de una adaptación crítica al mercado, de dialogar con él, generando canales de ida y vuelta. Y será útil para eso que los egresados se organicen cada vez mejor. En Comunicación tenemos una deuda histórica con esto.

Unidad de Comunicación FIC

Prof. Gabriel Kaplún FIC

---

## Notas

[1] Noticia publicada en el portal web de la Facultad de Información y Comunicación de la Universidad de la República ([fic.edu.uy](http://fic.edu.uy)), con agregados para *Informatio*. La entrevista original fue realizada por Patricia Pujol, de la Unidad de Comunicación de la FIC.

[2] El informe completo con los principales resultados de la encuesta pueden encontrarse [aquí](#). La presentación realizada puede verse en el [canal vivo de la FIC](#).

[3] El documento base para su creación puede encontrarse [aquí](#). Información sobre sus actividades [aquí](#).

[4] Equivalen a 1412 y 1647 dólares americanos respectivamente, al tipo de cambio del momento en que se realizó la encuesta.

---

### **Nota del autor**

El texto se basa en una síntesis de la actividad realizada por la Unidad de Comunicación de la FIC, con algunos agregados y ajustes realizado por el Prof. Dr. Gabriel Kaplún.