



Facultad de Ciencias de la Educación y Psicopedagogía

Profesorado Universitario para la Educación Secundaria y Superior

*Factores que intervienen en la motivación de la elección de la carrera de
Periodismo*

Alumna: Mara Derni

Febrero 2024, CABA

RESUMEN

La motivación que lleva a elegir una carrera universitaria es un factor relevante para el desarrollo de estrategias docentes que convoquen a los estudiantes a aprender nuevos conocimientos y competencias. El propósito de esta investigación es conocer cuáles son los principales factores que intervienen en la decisión de los y las alumnas de cursar Periodismo en la Universidad Abierta Interamericana.

PALABRAS CLAVES: MOTIVACIÓN, NECESIDADES, EXPECTATIVAS, UNIVERSIDAD, UAI, PERIODISMO, ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA.

INTRODUCCIÓN	4
ESTADO DEL ARTE	6
MARCO TEÓRICO	
Recorrido histórico	10
Metas y motivación	11
Necesidad y motivación.....	14
Estrategias de aprendizaje y motivación	15
Pregunta de investigación y Objetivos	18
TRABAJO DE CAMPO	20
CONCLUSIONES	27
BIBLIOGRAFÍA	29

INTRODUCCIÓN

En la carrera de Periodismo, de la Universidad Abierta Interamericana los y las profesoras advierten que sus estudiantes no se interesan por la coyuntura de la manera en la que ellos esperan. Suele haber diferencias de expectativas entre alumnos y docentes, especialmente en los primeros años de la carrera; se hace hincapié en la falta de motivación, interés por la historia, entusiasmo por leer o conocer autores; incluso por la lectura de sitios de noticias, más allá de las redes sociales. La problemática adquiere un interés mayor ya que numerosos autores acentúan que la motivación es clave para el aprendizaje.

Así, el propósito de este trabajo es identificar y comprender las motivaciones que intervienen en la decisión de los y las estudiantes de comenzar la carrera de periodismo, durante 2023, en la UAI, con el fin de contribuir a que los docentes puedan diseñar estrategias de aprendizaje efectivas en las aulas, más acordes con las expectativas de los alumnos.

El trabajo buscará constituir un insumo de interés capaz de orientar la programación de la enseñanza de docentes universitarios concebidos como profesionales reflexivos y atentos a las significancias que sus alumnos y alumnas le otorgan a los nuevos conocimientos.

Por último, los resultados de la investigación, bien podrían ser de utilidad para la revisión de los planes de estudio existentes.

La investigación privilegia la metodología y las herramientas cualitativas. La realidad compleja y cambiante se abordará a través de la realización de entrevistas semiestructuradas, presenciales individuales y grupales realizadas a los y las estudiantes de primer año de la Licenciatura en Periodismo en la Universidad Abierta Interamericana.

La carrera de Periodismo tiene una duración de 4 años, con la posibilidad de obtener un título intermedio a los 3 años.

El plan de estudio contempla prácticas de periodismo radial y televisivo que se desarrollan en laboratorios y estudios audiovisuales equipados con tecnología HD con los que cuenta la universidad. Los profesores suelen trabajar en medios de comunicación reconocidos y muchas veces, a través de acuerdos que realiza la facultad, convoca a los alumnos a realizar sus primeras prácticas profesionales.

Además de las materias troncales, hay algunas más específicas como Periodismo Digital, Cultural y de Espectáculos, Científico-Tecnológico, Deportivo, Político, Económico, Internacional, Judicial y Policial.

“El egresado estará en condiciones de desempeñarse como un profesional polivalente; podrá afrontar el desafío de la práctica multimedia radio, TV, gráfica que demanda el mercado laboral en la actualidad. Sabrá producir, procesar, distinguir la noticia y difundir la información.

Se informa en la página web de la facultad de Ciencias de la Comunicación:

“El periodista recibido en la UAI podrá tener un vasto desempeño en toda la gama de oportunidades que ofrece el mercado laboral en la actualidad. Estará preparado para trabajar en el mundo de los medios de comunicación tanto en los escritos impresos (diarios, revistas, agencias de noticias) como en los digitales - las páginas web que procesan y difunden noticias e información- y los audiovisuales (Radio y Televisión).

También estará capacitado para volcar sus conocimientos en el área general de la comunicación en empresas editoriales, consultoras, organismos públicos, privados y organizaciones no gubernamentales (ONG's) tanto nacionales como internacionales además de productoras de información. Para preparar al futuro profesional para esa instancia, la carrera contempla en su plan de estudio los seminarios taller de integración en práctica pre-profesional de Periodismo Gráfico, Periodismo Radial y Periodismo Televisivo”.

ESTADO DEL ARTE

En la búsqueda de otros estudios, investigaciones o publicaciones que han dado cuenta previamente al objeto de estudio del presente trabajo pueden rastrearse varios sobre otras carreras y con diferentes miradas.

Estévez- Medina-Chicaiza y González-Hernández (2016) en "El desarrollo de la motivación profesional en la formación de los estudiantes de periodismo con el uso de las TIC" analizan el potencial de las Tics en el Periodismo y su incidencia en las aulas durante la formación. Los autores marcan la relevancia de las nuevas tecnologías en la motivación, clave para el aprendizaje,

El trabajo busca demostrar, a partir de técnicas como la observación participativa y entrevistas que se llevaron a cabo entre distintos grupos que cursan un taller específico, la relación que existe entre el futuro profesional, la motivación y las competencias formativas.

El estudio concluye que las TIC tienen un vertiginoso avance en la incorporación a los procesos de enseñanza-aprendizaje, que los estudiantes se adaptan fácilmente a ellas y que estas incorporaciones fortalecen las prácticas pre-profesionales.

Es decir y aquí el aporte a mi trabajo, que las intervenciones alineadas con la inserción profesional impactan positivamente en la motivación.

Córdoba y Borrego (2021) se ocupan de analizar a través de encuestas realizadas a los y las estudiantes de Periodismo de las universidades españolas de Málaga y Complutense de Madrid, durante tres años consecutivos (2017, 2018 y 2019), la transformación en la motivación y en las aspiraciones.

El trabajo estudia las variables que inciden en la falta de motivación de los estudiantes y cuáles, por el contrario, la elevan. La principal conclusión es que a lo largo de los años ésta decae. Entre los factores que afectan positivamente a la motivación del estudiante de Periodismo está el interés por el periodismo deportivo, la satisfacción general con los estudios realizados, el interés por la sección de Política, la percepción de necesidad de la titulación para ejercer la profesión, el interés percibido en sus compañeros, la edad, la experiencia en

prácticas y el interés por las áreas de Economía y Local. Por el contrario, otras como el paso de los cursos, el interés por la comunicación no periodística, la percepción del grado de independencia de los medios y el grado de preparación percibido en el profesorado la aumentan.

El trabajo puede ser un aporte en lo metodológico, ya que establece ciertos factores que inciden en la motivación para seguir la carrera. Como posibles predictores se emplearon tres grupos de variables: sociodemográficas (género, edad, curso, experiencia profesional previa; variables de percepción del estado del sector de los medios (estándares éticos y honestidad de los periodistas, del nivel de preparación de los periodistas, del grado de libertad de expresión, del grado de independencia de los medios y Variables de percepción y satisfacción con el grado en Periodismo (valoración del nivel de preparación de los estudiantes, del interés por aprender).

También Barba y Pallares (2015) se ocupan de describir, a través de un cuestionario suministrado a los alumnos de primer año de Periodismo de la Universidad Complutense de Madrid durante el curso académico 2013/2014, cómo perciben la profesión cuando llegan a las aulas. La investigación arroja como resultado que los medios influyen en la elección de carrera de los jóvenes y que éstos llegan con un alto grado de motivación y expectativas. La encuesta pregunta sobre el destino laboral preferente, el por qué de la elección de esa carrera y el área de interés periodístico. Cada pregunta ofrece distintas respuestas que luego obtiene una valoración. Considero que este estudio puede aportar al presente trabajo porque se ocupa de una muestra acotada que puede escalarse a otros años o instituciones en un futuro y en lo que refiere a los factores que se toman en cuenta para analizar la elección de carrera. Por ejemplo: “Es una profesión nada rutinaria y muy atractiva, Es una profesión que me permitirá ser popular y trabajar con personajes populares; No podría dedicarme a otra cosa: es mi vocación; Es la profesión que me permitirá ganar el dinero suficiente para vivir como quiero; Porque está de moda estudiar Periodismo; Porque es una carrera fácil”.

El artículo de Garcés y Vicente (2018) identifica el perfil de competencias de acuerdo a los requisitos de desempeño actuales y prospectivas en el entorno laboral del periodismo. Resulta interesante cómo el equipo investigador

sistematiza las competencias en tres categorías Básicas, específicas y transversales para diseñar un perfil profesional y los procesos demandados por las empresas. El estudio se basa en la premisa de que la convergencia mediática provocó cambios disruptivos en los roles y perfiles profesionales y a los autores les interesa ahondar en cómo se reconfiguraron.

Así, determina que la necesidad de que las competencias profesionales estén asociadas a la formación continua y a la gestión de cambio como requisitos indispensables para un desempeño profesional idóneo en un mundo complejo y cambiante. El análisis de las competencias está en función de organizar los planes de estudio, en relación a los requisitos de empleabilidad. Al igual que mi investigación buscará establecer ciertos cambios en el plan de estudios a partir de lo que se concluya. La convergencia mediática provoca cambios disruptivos de roles y perfiles profesionales. En tanto configuración de nuevas relaciones laborales, la convergencia mediática puede caracterizarse a partir de procesos y subprocesos que faciliten la descripción analítica del entorno laboral. La investigación se basó principalmente en una muestra teórica que analiza artículos, ponencias, tesis a lo largo de 10 años, privilegiando los últimos 5. A la vez se entrevistaron a 26 expertos de Cuba, España, México, Ecuador, Uruguay, Colombia y Reino Unido.

Por otro lado, Ortega y Humanes (2000) estudian el cambio en los planes de estudio de la carrera de Ciencias de la Comunicación en la Universidad Complutense de Madrid y en Pontificia de Salamanca y ahondan en las motivaciones y expectativas de los estudiantes. Basan el trabajo en una encuesta realizada a una muestra de 190 estudiantes durante los meses de marzo y abril de 1999.

Concluyen que las razones para estudiar periodismo se pueden dividir en tres grupos, en el primero están los gustos personales, el interés por la lectura o la escritura; el segundo, las características de la actividad periodística y en el tercero los efectos de la actividad, como la posibilidad de influir en los cambios sociales. El estudio concluye en que en la decisión confluyen las tres variables “que influyen con diferente forma e intensidad” (pag. 162) La percepción que se tiene de otros periodistas y del retrato del tipo ideal de periodista aparece clave en la elección. En este sentido, siendo una profesión que no está matriculada, es importante conocer qué valor le asignan los y las alumnas a la formación

universitaria o qué tipo de formación consideran la más adecuada para ejercer su futura tarea.

La investigación también determina que entre las cuestiones que no deben pasarse al investigar sobre las expectativas profesionales de los futuros periodistas es la percepción que tienen los alumnos sobre el rol de los medios de comunicación. Los autores le pidieron que ordenaran las funciones siguiendo cuatro tareas: informar, entretener, influir e instruir. Concluyen que los medios son fundamentalmente un canal de entretenimiento, con gran capacidad de influir y donde la información queda supeditada a las funciones anteriores.

Asimismo Montes (2019) analiza las causas internas y externas que afectan la motivación y cómo éstas inciden en la motivación académica, también afectando la autoestima de los y las estudiantes. El trabajo basa sus conclusiones en la revisión de distintos documentos como tesis de posgrado y estudios científicos. La investigación concluye que la motivación es clave en el aprendizaje, donde participa un componente afectivo, representado en la satisfacción personal si el proceso de aprendizaje es positivo, siendo este un estímulo para el cumplimiento de ciertas tareas. A la hora de elegir, expresa el estudio, el contenido de las materias es tomado en cuenta para la decisión. Como recomendación final, la autora hace un llamado a generar programas que promuevan la motivación de los estudiantes universitarios, dado que la educación superior es un proceso permanente que posibilita el desarrollo de las potencialidades del ser humano.

MARCO TEÓRICO

Muchos son los pensadores que han abordado el tema de la motivación y su influencia profunda en los diferentes aspectos de la vida, entre ellos, el educativo. Que los estudiantes mantengan una disposición positiva para aprender o transitar una formación es un tema que reviste de interés para docentes y teóricos que han abordado el problema desde distintas perspectivas.

Recorrido histórico

El concepto de motivación y su interpretación fue cambiando a lo largo de los años y cada enfoque hizo un aporte significativo para comprender el fenómeno y cómo opera. Desde la década del '20 y hasta mediados de los '60 primó la perspectiva conductual, que señalaba que las recompensas externas o los castigos modulaban la motivación de las personas. Esta mirada puso el acento en los incentivos que promueven el interés y dirigen la conducta hacia comportamientos considerados apropiados o inapropiados.

Esta perspectiva se basa en lo que señala Trechera (2005): "Las personas suelen realizar comportamientos con el objetivo de obtener algún beneficio y evitan o dejan de hacer aquellas conductas que conllevan un daño. Para este enfoque toda modificación de conducta se realiza básicamente mediante la evitación u omisión de aquello que sea desagradable".

Siguiendo esta línea, el cambio en la conducta se logra impartiendo refuerzos positivos o negativos. Los primeros se emplean en pos de que una respuesta esperada ocurra. Es decir, se espera que si en una situación hace algo deseado y tiene una recompensa es muy probable que en una situación similar vuelva a comportarse en esa misma dirección. En cambio, en el refuerzo negativo se elimina un estímulo que la persona considera desagradable con el fin de mantener o promover una conducta.

A partir de los '60 las teorías humanistas tuvieron protagonismo y desde mediados de los 60 y hasta la actualidad la perspectiva cognitiva es la que tiene mayor influencia en el estudio de la motivación.

La perspectiva humanista se centra en las capacidades de las personas para lograr su crecimiento; considerando las necesidades y las emociones mientras que las teorías cognitivas enfatizan que las ideas, creencias y opiniones, es decir los pensamientos que se tengan sobre uno mismo, determinan el desarrollo personal.

Ambos enfoques guían las investigaciones en la motivación asociada a los logros personales, la necesidad de rendimiento, el control interno y la experiencia consciente.

Metas y motivación

Para Herrera, Ramirez y Roa (2004) la motivación puede entenderse como el “el proceso que explica el inicio, dirección, intensidad y perseverancia de la conducta encaminada hacia el logro de una meta, modulado por las percepciones que los sujetos tienen de sí mismos y por las tareas a las que se tienen que enfrentar. En el ámbito de la educación (Santos 1990) motivación “es el grado en que los alumnos se esfuerzan por conseguir metas académicas que perciben como útiles y significativas”.

A entender de Tapia (1991) las metas que persiguen los alumnos pueden clasificarse en diferentes categorías, una “taxonomía que no la vuelve excluyente”.

Las metas relacionadas con las tareas hacen que el individuo sea más persistente, aprenda más eficazmente y tienda a llegar a conclusiones. El logro de esta meta se da cuando el estudiante toma conciencia de que la tarea ha sido superada y que ha logrado un mejoramiento en una de las áreas que le interesa. En el campo académico ese logro, que produce un aumento del nivel de motivación, se traduce en la posibilidad de aplicar lo aprendido o desarrollar una determinada habilidad. “Experimentar que se ha aprendido algo o que se va consiguiendo mejorar y consolidar destrezas previas, esto es, el deseo de incrementar la propia competencia. Se supone que cuando el sujeto aprende

algo -nuevos conocimientos, nuevas destrezas-, se produce una respuesta emocional de carácter gratificante ligada a la percepción de competencia”.

Las metas relacionadas con el "ego": en la relación que el estudiante establece con sus pares, demostrarles a los demás, sus capacidades y destrezas propias, permite lograr una reconciliación con el "ego" y la satisfacción personal de éxito.

Las metas relacionadas con la valoración social del estudiante en sociedad, asociada a la necesidad de aceptación y reconocimiento de las virtudes y aprobación tanto de padres como maestros y compañeros. La experiencia de evitar el rechazo es un elemento de motivación en el nivel de grupo.

“Estrictamente hablando, las metas que se incluyen en esta categoría no son metas directamente relacionadas con el aprendizaje o el logro académico. Sin embargo, son muy importantes ya que tienen que ver con la experiencia emocional que deriva de la respuesta social a los propios logros o fracasos escolares” Tapia (1992)

Por último están las metas relacionadas con la consecución de recompensas externas, vinculadas al acceso a una posición social, un estatus económico u otras posibilidades como becas o premios.

Siguiendo al autor, la motivación surge por medio de procesos intrínsecos o bien, extrínsecos. Analizarla bajo este lente permite evidenciar el valor que suponen las orientaciones docentes cuando se propone mantener el grado de motivación durante una clase.

Cuando es intrínseca la persona se siente satisfecha por la experiencia más que por el resultado; se siente motivado por el conocimiento o la resolución de la tarea. Esta actitud, analiza Tapia, es “la forma de motivación con efectos más positivos sobre el aprendizaje, se da cuando el alumnos se adentra en las tareas escolares deseoso principalmente de incrementar la propia competencia o interesado en el descubrimiento, comprensión y dominio de los conocimientos o destrezas cuyo aprendizaje está en juego, porque implica sentirse atraído por la naturaleza de la tarea y los efectos intrínsecamente ligados a su realización.

Para este autor, es tarea del docente, cuando el nivel de motivación intrínseca es muy bajo, intentar crear las condiciones para que produzca una transformación; incluso a través sirviéndose de las recompensas. El autor pone de ejemplo la motivación por la lectura: “dado que disfrutar de la lectura requiere de cierta destreza (...) y adquirir esa destreza requiere un esfuerzo un tanto árido, el uso del incentivo externo ayudará a crear una de las condiciones de que depende el que llegue a interesarse por la lectura en sí misma”. En este caso podría ser efectivo ofrecer un incentivo externo por cada libro que el alumno desmotivado lee.

Por el contrario, cuando la motivación proviene de situaciones externas, el fin es instrumental y está relacionada con la búsqueda de una nota académica o un premio.

Tapia (1997) asegura que la intervención motivacional en clase no debe desconocer el perfil motivacional del alumno en relación a las metas que lo movilizan. “No todos los alumnos persiguen las mismas metas” y saberlo es prioritario para determinar cuál es la forma de actuar en clase ante las “distintas prioridades de los alumnos”.

Las metas personales y los modos de enfrentarse al trabajo escolar, escribe Tapia, no dependen sólo de las características de la tarea, de las características personales y del clima del aula, sino también de la actividad de profesores y profesoras. “Por esta razón, es necesario examinar qué formas de actuación contribuyen de modo más positivo a motivar para el aprendizaje”

Para el autor el conocimiento de la relevancia de lo que se va a aprender es un factor clave en la motivación. “Todo alumno afronta la actividad escolar con la pregunta siguiente, explícita o implícita: ‘¿para qué necesito saber esto?’. La pregunta implica la búsqueda del significado, instrumental o de meta, de lo que se ha de aprender, y su respuesta va a condicionar en buena medida los incentivos que el sujeto va a tener para atender a una explicación, estudiar un tema o realizar una tarea y, en consecuencia, el esfuerzo que va a poner en todo ello. La respuesta, esto es, el significado que alumnos y alumnas otorgan a una actividad, depende al menos de dos factores. En primer lugar, del grado en que

son capaces de situar la tarea en el contexto de lo que ya saben, capacidad que, como hemos visto, por un lado determina de manera importante el interés por la tarea, y, por otro lado, queda muy condicionada por la actuación de los profesores. En segundo lugar, depende de que los alumnos sean capaces de determinar las implicaciones futuras de su realización" (Tapia, 1997)

En el campo universitario, la percepción de la identidad profesional que tienen los estudiantes de determinada carrera también es analizada como una variable motivacional. "La identidad profesional es un proceso que involucra componentes cognitivos, sociales y afectivo (...) La autoimagen, el reconocimiento social, las competencias profesionales y las expectativas a futuro constituyen componentes de la identidad (Bolívar, 2006) y "si bien la constitución de la identidad es un proceso que se da a lo largo de la vida, en especial, durante la vida laboral (...) estos se potencian fuertemente en niveles superiores de la formación inicial y en la formación continua" (Cardoma, Arias).

Motivación y necesidad

Las necesidades son "la fuerza que impulsa a los hombres y mujeres a actuar, a moverse y a encontrar los medios para satisfacer sus demandas" (Abarca, 1995). Así este autor define la motivación como un fenómeno integrado por varios componentes, los cuales aparecen y desaparecen de acuerdo con las circunstancias determinadas por los fenómenos sociales, culturales y económicos y, por ende, debe tener un tratamiento particular para cada uno de los sujetos. La necesidad implica una carencia de algo que puede ser obtenido mediante una actividad y su concreción

Autores como García (2008) se ocuparon de jerarquizar las necesidades humanas como motor de la motivación. Según estas teorías a medida que se van cubriendo las más básicas, se asciende a las de orden superior.

Entre las primeras están las necesidades vitales existenciales, materiales, como las del abrigo y las alimentarias; entre las más altas aparecen la necesidad de "amor y pertenencia", "de estima" y de "autorrealización". La necesidad vinculada

al aprendizaje es un factor que propicia la motivación y debe analizarse como una fuerza pujante y personal; capaz de variar en el tiempo y las circunstancias.

Otros autores como Valdes (2005), tomando a Maslow, agregan dos necesidades más, a las que solo podría arribarse una vez alcanzadas las anteriores: la necesidad de conocer y entender el mundo que rodea a las personas y la necesidad de satisfacción estética, referida a las necesidades de belleza, simetría y arte.

La satisfacción de estas carencias que impulsan a las personas a actuar a lo largo de la vida tienen un impacto emocional importante.

Por último, diversos autores relacionan la emoción con la motivación. Escribe Naranjo (2019): “cuando se produce una emoción se produce una predisposición a actuar. Es una motivación reactiva; es decir, la conducta es motivada como respuesta a las condiciones del medio. La emoción depende de lo que es importante para la persona”.

Estrategias de aprendizaje y motivación

Davini (2008) da cuenta de las ventajas que tiene planificar o programar la enseñanza de manera anticipada: permite organizar los contenidos a abordar; jerarquizarlos, “reflexionar acerca del para qué, el qué y el cómo concretar sus intenciones, así como las maneras para adecuarlas a las características de los alumnos y a los contextos particulares”. Es decir, para programar los contenidos se deben desarrollar distintos procesos de selección, organización y secuenciación de los contenidos que tiene en cuenta el perfil y el nivel de los alumnos, las características del ambiente y los recursos.

Por otro lado, existe un consenso entre profesores y autores: estar motivado, en palabras de Davini (2008) es una condición propicia y deseable para el aprendizaje. Las tareas se hacen mejor cuando despiertan interés y desafíos. El interés facilita la mayor concentración y el esfuerzo por lograr siempre más; su ausencia puede generar la indiferencia, la apatía, el abandono y hasta el rechazo

explícito. Así el autor enuncia una serie de diez criterios didácticos para motivar en la enseñanza.

Entre ellos, Davini hace hincapié en transmitir contenidos relevantes y valiosos, apelar a los códigos y lenguajes de los estudiantes (en tiempos en los que la figura del docente no se legitima como “templo del saber” por sí mismo); trabajar desde lo concreto y los problemas concretos; dar a los alumnos la oportunidad de implicarse activamente en las tareas; promover la participación o estimular a los alumnos a que se comprometan con distintos problemas. Sin duda cada uno de ellos bien podrían beneficiarse de la información que provean los y las estudiantes a través de esta investigación.

Anijovich y Mora definen a las estrategias de enseñanza como “el conjunto de decisiones que toma el docente para orientar la enseñanza con el fin de promover el aprendizaje de sus alumnos. Se trata de consideraciones generales acerca de cómo enseñar un contenido disciplinar considerando qué queremos que nuestros alumnos comprendan, por qué y para qué”.

Una clase funciona, aseguran las autoras, cuando los componentes de la programación “son coherentes entre sí, válidos para el contenido que se ha de enseñar, relevantes para el docente y significativos para el grupo de alumnos destinatario.

De esta manera la transposición didáctica, en la que el profesor hace una serie de transformaciones adaptativas para transformar “el saber sabio” al “saber enseñado” con el fin de que los estudiantes puedan comprender ese lenguaje y apropiarse de determinado conocimiento, está dada por esa alineación.

Las estrategias tienen dos dimensiones, la reflexiva y la de acción y ambas se expresan en tres momentos: en el de la planificación, de la acción y de la evaluación de la implementación de lo elegido.

Las estrategias son un proceso reflexivo y dinámico implica entender al aprendizaje desde una concepción espiralada, que no es lineal, sino que tiene avances y retrocesos, la que el docente diseña su planificación.

En cada instancia conocer los significantes que los estudiantes le otorgan a lo que se les va a enseñar es señalado como clave. Las actividades son las tareas

que los alumnos realizan para apropiarse de diferentes saberes y vivir experiencias necesarias para su propia transformación. A la hora de diseñar el docente debe poder construir escenarios diversos considerando además del tipo de demanda cognitiva que se pretende del alumno, sus propios intereses. El para qué también es fundamental a la hora de establecer el contrato didáctico con los alumnos, el qué y para qué.

El docente busca así proponer consignas significativas y auténticas en las que los alumnos ocupan un lugar central, no solo por el contenido de la propuesta sino porque al ser explícitas y contribuir al desarrollo de la autonomía de los estudiantes; puede manejar el grado de incertidumbre, aquel que lo desafía, pero no lo paraliza (Abramovich)

Onrubia toma un concepto notado en la obra de Vigotsky, el de Zonas de Desarrollo Próximo, para plantear distintas ayudas que asisten de manera “ajustada” a la enseñanza. “La ayuda ajustada supone retos abordables”, escribe.

“Si la ayuda ofrecida no conecta de alguna manera con los esquemas de conocimiento del alumno, sino que no es capaz de movilizarlos y activarlos, y a la vez, de forzar su reestructuración, no estará efectivamente cumpliendo con su cometido”.

Por otro lado, en este trabajo el docente es comprendido como un profesional reflexivo y lleva adelante una práctica en la que toma decisiones. La docencia así pasa a ser una actividad consciente en la que la persona se compromete activamente a explorar las experiencias que transita junto a sus alumnos.

Una práctica que se lleva adelante en aulas en las que la norma es la heterogeneidad: la armonía surge cuando cada alumno “toca su propio instrumento”. Las aulas heterogéneas se constituyen bajo el concepto de “flexibilidad”, que implica diversos modos posibles de organizar los espacios, los tiempos, los agrupamientos de los alumnos, los canales de comunicación y el uso de los recursos en función de lo que la situación, los objetivos y los contenidos por aprender requieran.

Dice Onrubia, tomando a Coll y Solé (1989), cuando se pregunta qué significa enseñar, ajustar, asistir en la Zona de Desarrollo Próximo: en la tarea del profesor hay tres elementos básicos: la planificación detallada y rigurosa de la enseñanza, la observación y la reflexión constante de y sobre lo que ocurre en el aula, y la actuación diversificada y plástica en función tanto de los objetivos y la planificación diseñada como de la observación y la práctica que vaya realizando. De acuerdo a estos ejes, el profesor queda definido claramente como un profesional reflexivo, que toma decisiones, las pone en práctica, las evalúa y las ajusta de manera progresiva en función de sus conocimientos y su experiencia profesional y no como un mero ejecutor de las decisiones de otros o como un aplicador mecánico de fórmulas fijas de actuación.

PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN

¿Qué motivaciones intervienen en la decisión de los y las alumnas de estudiar la carrera de Periodismo en la sede centro de la Universidad Abierta Interamericana durante el año 2023 para brindar al cuerpo de profesores orientaciones que guíen la planificación de la enseñanza?

OBJETIVOS

- Comprender qué ideas circulan entre los y las estudiantes sobre sus opciones profesionales.
- Establecer las expectativas que los y las alumnos tienen sobre la carrera.
- Identificar los factores que inciden en la motivación de los estudiantes.
- Establecer las competencias que las y los alumnos esperan adquirir durante su formación.
- Conocer qué habilidades reconocidas como propias suponen que pondrán en valor durante la carrera.

TRABAJO DE CAMPO

Para responder a la pregunta de investigación se realizarán entrevistas y encuestas a 6 estudiantes de primer año de la carrera de Periodismo de la Universidad Abierta Interamericana que cursan en la sede centro. Las mismas se llevaron a cabo en la facultad, de manera presencial, durante el mes de diciembre de 2023.

Recopilación

En Técnicas de Investigación 2, Urbano y Yuri, a través de distintos autores posicionan a la entrevista como una herramienta cualitativa y una técnica de recolección de datos muy valiosa y “relevante para la investigación social y cultural porque permite obtener información provista por los propios sujetos de manera directa”, conocer de primera mano las experiencias y sentimientos de las personas. En el presente trabajo se harán entrevistas individuales estructuradas, formal o con cuestionario. “Existe una guía con preguntas preestablecidas (que pueden ser abiertas o cerradas), tomando forma de un cuestionario que debe ser planteado por el entrevistador y respondido verbalmente por el entrevistado, respetando la secuencia y completando la totalidad de los componentes de la guía” (Yuri, Urbano).

Los resultados

Las preguntas que integraron tanto las entrevistas como las dos encuestas indagaron acerca de las motivaciones que llevaron a las y los estudiantes a optar por una carrera como Periodismo; apuntaron a conocer las competencias, habilidades y preferencias del alumnado como así también permitieron reconocer las expectativas sobre el rol, función social y futuro profesional imaginado.

La propia facilidad para “hablar” y “charlar”, pero también para “escuchar” aparecen como respuestas recurrentes al porqué de la decisión; al igual que la necesidad de “hablar sobre lo que pasa para contárselo a los demás”, “informar”,

“conversar”, “ayudar a la gente a conocer lo que pasa”, “explicarle a la gente lo que está pasando en el mundo” o “hablar sobre los problemas de los que no se hablan, que son muchos”. Entre las habilidades necesarias para el Periodismo aparecen respuestas diversas: “persistir” para conseguir un dato; “exigir” y también surge la capacidad de “darlo todo”, saber expresarse y “no tenerle miedo a la cámara”

“Siempre me gustó hablar e informar. Desde que era chiquita me gustaba contarle cosas a mi mamá. Me encantaba hablar y expresarme”, destaca Laura, de 19 años. La certeza o convicción aparece con frecuencia en el relato asociada a la niñez o al “desde siempre”, “desde chico”, de “toda la vida”. “En el secundario elegí la orientación en comunicación porque sabía que iba a elegir periodismo, desde primer año”, dice Julia, de 19 años.

Resulta oportuno destacar que algunos estudiantes comentan que además de Periodismo estudiaron o pensaron en estudiar Abogacía, Psicología o Historia. Sin embargo, se inclinaron por la comunicación por el gusto por “hablar con los demás”, “investigar” o escudriñar en la realidad.

Explica Augusto (19) “Empecé a estudiar Periodismo por la búsqueda de la verdad, por esta necesidad de querer saber qué es lo que está detrás de lo que escuchamos; para tener mi propia información, estar más informado de la realidad y comunicárselo a los demás”. “El Periodismo tiene la función social de explicar lo que está pasando para que no les mientan y saber lo que está pasando en su mundo”, agrega.

Otro factor que aparece como decisivo a la hora de definirse por Periodismo es la extensión de las otras carreras, percibidas como de más años de cursada y mayor demanda de lectura. Enumera Claudia (19) para explicar los muchos motivos por los que dejó de cursar Abogacía apenas iniciada la carrera en la Universidad Nacional de San Clemente Paz (UNPAZ): “me resultaba muy pesada, tenía muchísimo contenido y era muchísimo lo que había que leer”. Sin embargo cuando se les consulta si pensaban que Periodismo es una carrera “fácil” o “liviana”, los alumnos ponderan lo que consideran ventajas formativas y

vinculares: la actualidad de los programas, en sintonía con lo que demanda el mercado y la posibilidad de hacer prácticas durante la carrera.

Cuenta Natalia (19): “ Me gustaba la idea de que no fuera tanto tiempo. Sentía que me iba a sentir más relajada y así fue. Es una universidad muy familiar, entre nosotros y los profesores. Hay mucho compañerismo y eso me animó a seguir”.

Pero qué vislumbran los estudiantes en relación a su futuro profesional. En las entrevistas se les brindó algunos disparadores para que se expresen sobre cómo imaginaban su futuro profesional; por ejemplo: “teniendo mi propio medio de comunicación”; “trabajando en una redacción”, “en una radio” o “en un canal de televisión”, “integrando el área de comunicación de una empresa”; “en una ONG”m “dando clases”; “quiero ser una persona muy conocida para influir en la opinión pública”; “entrevistar a gente famosa y hacer coberturas periodísticas alrededor del mundo”; “manejar varias cuentas de Instagram”.

El mundo digital aparece como el favorito entre las opciones laborales proyectadas y muchas veces en relación a un interés previo. Dice Augusto: “Yo soy fanático de fútbol e hincha de San Lorenzo y manejo mi propia información sobre ese tema. Hace tres años creé mi propio canal de YouTube. También me imagino haciendo algo en Twitter porque me gusta la actualidad, la política y la economía: soy asesor de inversiones”.

Comparte Laura: “ A los 14, en la secundaria, tuve un canal de YouTube con una amiga, nos gustaba hacer videos”. A Claudia le encantaría entrevistar a personajes de la cultura, del mundo del cine y de la música. Natalia, piensa, querría sacar su propio ciclo de podcasts sobre temas sociales o producir un programa de radio. Otra opción es escribir en un portal. “Es una carrera que te da muchas muchas opciones para trabajar”, dice. “El periodismo se reinventa y consigue nuevas herramientas para contar”, analiza Pablo (18) .

Otra de las alternativas laborales elegidas es la de conducir un programa de televisión propio.

Además de las entrevistas semiestructuradas, las encuestas realizadas brindan algunas aproximaciones sobre las expectativas en relación a las competencias que la formación fomentará.

La mayoría de los y las entrevistadas consideran que la carrera ayudará especialmente a:

- Mejorar mi capacidad de comunicarse oralmente
- Desarrollar una mirada crítica y analítica de las problemáticas actuales
- Aprender a verificar la información para informar con responsabilidad y rigurosidad
- Aprender a realizar buenas entrevistas
- Producir un programa de radio

Y menos a:

- Conocer posibles estrategias de monetización de un proyecto propio
- Planificar, producir y ejecutar producciones para medios masivos de comunicación, autogestivos o independientes
- Conocer la historia política, económica y social de nuestro país para poder interpretar la realidad
- Conocer distintos métodos de investigación

En la segunda encuesta presentada las y los estudiantes (7, en este caso) debían puntuar tomando una escala del 1 al 10 las siguientes de las 15 motivaciones presentadas, fundamentalmente relacionadas a sus propios intereses o gustos; al rol del Periodismo y al imaginario social de la profesión.

Se tomó 7 como valor de corte.

Me gusta escribir	7	4	9	6	10	10	5
Me gusta leer	5	4	9	8	8	5	8

Me gusta leer distintos medios	9	6	7	9	7	8	8
Me encanta la radio	9	6	7	10	5	7	7
Quiero tener un medio propio	3	8	10	10	10	8	9
Me identifico con el tipo de vida poco rutinaria que tienen	2	7	8	8	4	4	5
Es una profesión prestigiosa	6	5	8	9	8	5	7
Para informar a la sociedad de lo que sucede	10	7	10	9	10	9	10
El periodismo es un servicio a la sociedad	10	7	8	10	9	10	10
Creo que puedo influenciar a mucha gente	4	8	6	8	10	8	9
Estoy probando si me gusta, estaba entre	1	3	3	8	3	3	1

Periodismo y otra							
Permite conocer a mucha gente diferente	10	5	10	9	9	6	5
Es una profesión muy retributable económicamente	2	4	7	8	10	3	4
Me interesa investigar sobre distintos temas de la realidad	8	8	8	8	10	9	9
Me gusta opinar sobre los temas de relevancia social	8	7	8	9	10	8	7

Analizando los datos obtenidos se puede decir que al 57,1 % de los entrevistados les gusta leer y escribir; 85,7 % suele “leer distintos medios y le gustaría tener su propio medio”; al 71,4% le encanta la radio.

La totalidad de los y las entrevistadas dijo estar interesada/o en investigar sobre distintos temas de la realidad y “opinar sobre los temas de relevancia social”.

Asimismo, el 42, 8 % admite identificarse con el tipo de vida poco rutinaria que imaginan llevan sus futuros colegas y el 57,1 % considera que el Periodismo es una profesión prestigiosa y una misma proporción cree que les permitirá conocer “a mucha gente diferente”.

Respecto a si la consideran una profesión “muy redituable económicamente”, el 57,1 % aseguró que no, en mayor o menor medida, porque, según surge de las entrevistas previas, asumen que los periodistas suelen tener más de un trabajo.

En cuanto a la importancia del rol social del periodismo el total de las y los entrevistados consideran que se trata un servicio a la sociedad que tiene como objetivo el de informar. Asimismo, el 71,4 % supone que “puede influenciar a mucha gente”.

CONCLUSIONES

Uno de los datos que arrojan las encuestas es que una vez tomada la decisión (y en su mayoría ya habiendo cursado un primer cuatrimestre) más del 87 % de las y los estudiantes están convencidos de que Periodismo es la carrera que quieren estudiar y en la universidad que actualmente los alberga, en algunos casos después de un paso breve por otras carreras como Historia, Psicología, Abogacía e incluso Comunicación en una universidad de gestión estatal. Los estudiantes no dudan tampoco cuando se proyectan recibidos. Como dice Laura “me veo viviendo de esto, es el futuro que quiero”, a pesar de que económicamente no es considerada una profesión redituable. Los entrevistados asumen que “los periodistas suelen tener varios trabajos” y “es una carrera que te da muchas opciones para trabajar”.

Las materias que posibilitan que los alumnos hagan prácticas pre profesionales aparecen como una de las principales motivaciones durante la formación; los talleres de radio, televisión o producción audiovisual los convocan en mayor medida que otras materias que forman parte del plan de estudios como Sujeto y Sociedad, Corrientes Filosóficas o Problemática del mundo actual. De todos modos, surge de la encuesta, la gran mayoría de los participantes entiende que la carrera los ayudará a “desarrollar una mirada crítica y analítica de las problemáticas actuales”.

También es posible concluir que los estudiantes consideran que la formación les brindará las herramientas para potenciar una habilidad o competencia que reconocen en ellos mismos. En las entrevistas aparece con frecuencia la enunciación de sus propias fortalezas y debilidades, siendo uno de sus metas personales sustanciales el potenciar las primeras. La dirección e intensidad de la motivación está dirigida hacia el logro de esa meta.

“Me va a costar no ponerme nerviosa cuando tenga que hablar frente a cámara curse tele, pero cada vez que lo hago siento que es una meta cumplida, es un gran avance” (Natalia)

“Creo que me vendría mejor potenciar mi habilidad como orador que escribiendo”
(Augusto)

“Creo que esta carrera puede ayudarme a expresarme mejor” (Pablo)

La posibilidad de que la formación promueva en los estudiantes la expresión oral o les proporcionen estrategias discursivas para desenvolverse o exponer sus ideas frente a una cámara de televisión o ante un micrófono radial es sin duda una de las competencias que los estudiantes esperan desarrollar en su formación.

Con lo expuesto, si bien es claro que es difícil establecer determinaciones o certezas absolutas dado que la muestra analiza un universo minúsculo en comparación con la población universitaria referida, mucho más cuantiosa y diversa, el trabajo de campo realizado permitió arribar a ciertas aproximaciones o tendencias que bien pueden ser un punto de partida o constituir una ventaja docente en la búsqueda por diseñar estrategias pedagógicas efectivas y atractivas para sus estudiantes; que contribuyan a que los alumnos mantengan el entusiasmo y la motivación, entendido como un proceso dinámico que debería poder sostenerse durante el tramo formativo y más allá de ella, ya que el pasaje por la facultad sellará el trayecto profesional de las nuevas camadas de periodistas y comunicadores y comunicadoras.

BIBLIOGRAFÍA

Hernández, A. (2005). Actualidades Investigativas en Educación. *Revista Electrónica Actualidades Investigativas en Educación*, volumen (10).
<https://www.redalyc.org/revista.oa?id=447>

Naranjo Pereira, M. (2009). *Motivación: perspectivas teóricas y algunas consideraciones de su importancia en el ámbito educativo*. Revista Educación, volumen (33). <https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/educacion/article/view/510>

Ortega, F y Humanes, M (2000), Periodistas del Siglo XXI. Sus motivaciones y expectativas profesionales CIC. *Cuadernos de Información y Comunicación*, volumen (5).
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=93500508>

Cardona, M., Carmona, J. y Arias, V. (2022). Percepciones y expectativas profesionales en estudiantes de Licenciatura en Física. *TecneEpistemes y Didaxis*, volumen (51)
<https://revistas.pedagogica.edu.co/index.php/TED/article/view/11988>

Rodríguez Barba, D.; Rodríguez Serrano M.y Rodríguez Pallares, M. (2015)
Una mirada desde dentro. Aportaciones sobre la percepción de la profesión periodística de los alumnos de Periodismo. Comunicación y Hombre. Revista Interdisciplinaria de Comunicación y Humanidades.
http://ddfv.ufv.es/bitstream/handle/10641/1180/11_i1_perezrodriguezrodriguez.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Corra, Garcés, R.; Rosales Vicente E. y Rosales Vicente, B. (2018). *Identificación de competencias profesionales en la carrera de Periodismo*. Revista Iberoamericana. Vol.18. <https://rieoei.org/RIE/article/view/3222/3993>
- Montes Pérez, Katherine (2019) *Motivación como factor psicosocial en el rendimiento académico en estudiantes universitarios*. Revista Unicatólica. Volumen 203 (203) <https://repository.unicatolica.edu.co/handle/20.500.12237/1822>
- Anijovich, Rebeca (2014). *Gestionar una escuela con aulas heterogéneas*. Paidós.
- Davini, María (2008). *Métodos de enseñanza*. Santillana
- Onrubia, Javier (1995). Enseñar: crear zonas de desarrollo próximo e intervenir en ellas.
- Mora, Anijovich, Cappelletti y Sabella (2009). *Transitar la formación pedagógica. Dispositivos y estrategias*. Buenos Aires.
- Yuri, Claudio Ariel Urbano (2014) *Recursos metodológicos para la preparación de proyectos de investigación*. Volumen 2. Editorial Brujas.
- Alonso, Tapia (1991). *Motivar en la adolescencia*. Facultad de Psicología Instituto de Ciencias de la Educación. Universidad Autónoma de Madrid.
- Alonso, Tapia (1997) *Motivar para el aprendizaje*. Edebé. España

Abarca, S. (2001). *Psicología de la motivación*. San José, Costa Rica: EUNED.