

Notas:

1. Apunta Roland Barthes (1966): "Es escritor aquel para quien el lenguaje es un problema".

Referencias bibliográficas

- Adorno T., (1962). "El ensayo como forma". En Adorno T., *Notas de literatura*. Barcelona: Editorial Ariel.
- Aira C., (diciembre de 2001). *El ensayo y su tema*. Boletín (9), p9.
- Alfón F., (2016). *¿Qué es el ensayo?* En Giurleo P. [et al.], *El ensayo y la escritura en las ciencias sociales*. La Plata: UNLP. Facultad de Periodismo y Comunicación Social.
- Arciniegas G., (1963). *Nuestra América es un ensayo*. Cuadernos, (3), pp. 9-16.
- Barthes R., (1966). *Critique et vérité*, Paris: Minuit.
- Bense M., (1947). *Sobre el ensayo y su prosa*. Revista Merkur.
- Bloom H., (1995). *Canon occidental*, Barcelona: Anagrama.
- Clemente J., (1961), *El ensayo*, Buenos Aires: Ediciones Culturales Argentinas.
- Díaz S., (2017), *El ensayo académico. Recomendaciones para la práctica*. Reflexión académica en Diseño y Comunicación, 30, p. 182-184.
- Ferrer Ch., (marzo de 2006). Centauro, Babilonia y Babel. *El Interpretador* (24). Recuperado de <http://www.elinterpretador.net/24ChristianFerrer-CentauroBabiloniaYBabel.html>
- Grüner E., (1996), *Un género culpable. La práctica del ensayo: entredichos, preferencias e intromisiones*, Rosario: Homo Sapiens Ediciones.

- Lukács G., (1985). "Sobre la esencia y la forma del ensayo. Una carta a Leo Popper". En Lukács G., *El alma y las formas*. México: Editorial Grijalbo.
- Marichal J., (1957) *La voluntad de estilo. Teoría e historia del ensayismo hispánico*, Barcelona: Seix Barral.
- Montaigne M., (1580) *Les Essais*, Paris: Gallimard.
- Rest J., (1991), *Conceptos de literatura moderna*, Buenos Aires: CEAL.
- Sarlo B., (26 de septiembre de 1999). *El país de no ficción*. Clarín.
- Sarlo B., (diciembre de 2001). *Del otro lado del horizonte*. Boletín, (9), p16.

Abstract: In the following article will be realized some of the characteristics, definitions and interpretations around the essay, proposed as complex genre.

Keywords: essay - genres - writings

Resumo: No seguinte artigo se dará conta de algumas das características, definições e interpretações em torno do ensaio, proposto como gênero complexo.

Palavras chave: ensaio - gêneros - escritos

(*) **Sergio Díaz**. Licenciado en Sociología Universidad de Buenos Aires (2005). Magister en Comunicación y Cultura - Universidad de Buenos Aires (Tesis en preparación). Profesor de la Universidad de Palermo en el Área de Investigación y Producción en la Facultad de Diseño y Comunicación.

Para conocer más y mejor a los estudiantes de la Facultad. Censo de ingresantes

Fecha de recepción: agosto 2017

Fecha de aceptación: octubre 2017

Versión final: diciembre 2017

Emiliano Echevarría (*)

Resumen: Con los resultados obtenidos del censo de ingresantes del primer cuatrimestre de 2017 se elabora un perfil del conjunto de los ingresantes de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo y se comparan los perfiles de las cuatro áreas en que se agrupan las carreras de la Facultad analizando datos sociodemográficos, intereses, expectativas, estudios previos y la experiencia de inscripción de los alumnos.

Palabras clave: censo – ingresantes – estadística – cuestionario – análisis cuantitativo

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 194]

Presentación

Con el objeto de conocer mejor a los estudiantes de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo, en el primer cuatrimestre del año 2017 se llevó a cabo un censo de ingresantes. Se buscó, en primer lugar, elaborar un perfil del conjunto de los ingresantes de la Facultad y, en segundo lugar, investigar los patrones de comportamiento de los ingresantes de las

distintas áreas y compararlos entre sí. Para ello se trabajó con las cuatro áreas en que se agrupan las carreras de la Facultad (*Diseño, Moda, Comunicación y Audiovisual y Teatro*) y se propuso abordar diferentes esferas de la vida de los estudiantes, indagando acerca de sus intereses, sus expectativas personales, sus estudios previos y su experiencia durante el proceso de inscripción en la carrera.

Metodología

Se elaboró un cuestionario anónimo de 25 preguntas para ser autoadministrado por los ingresantes en su primer día de cursada en un tiempo estimado de entre 5 y 10 minutos. No se realizó un muestreo sino que se estudió a la totalidad de la población de los ingresantes y por tanto se trató de un censo. Como se buscó evitar que el desarrollo de la cursada incidiera sobre las respuestas de los estudiantes, el relevamiento tuvo lugar antes de comenzar las clases. Así, en el ingreso del primer día se le dio a cada uno de los docentes un sobre con 40 cuestionarios para repartirles a sus estudiantes apenas hayan ingresado al aula; transcurrida media hora, se pasó a retirar los cuestionarios completados. Esto se llevó a cabo de manera simultánea en todas las sedes y se repitió en los tres turnos los días lunes 20 y martes 21 de marzo (dado que no todos los ingresantes cursaban el día lunes).

Instrumento

El cuestionario constó de cuatro secciones. En la primera de ellas se solicitó a los ingresantes una serie de datos de orden demográfico, como la edad, el sexo y la nacionalidad, además de la carrera y el turno de cursada. También se les preguntó allí por sus intereses, por sus expectativas de trabajar durante el desarrollo de la carrera y por las actividades artísticas o creativas realizadas. En una segunda sección se abordó el tema de la educación previa y se les preguntó por el colegio secundario, por el año de egreso del mismo y por otros estudios terciarios o universitarios, en caso de tenerlos. Le siguió una sección dedicada a su experiencia de la inscripción en la UP, donde se les preguntó a los estudiantes cómo la conocieron, cómo fue su proceso de inscripción, cuál es su imagen de la UP, por qué eligieron su carrera y qué les gustaría hacer al terminar la misma. En la última sección se les pidió que compartieran una experiencia que consideraran interesante vinculada con su proceso de elección de la carrera y con la inscripción en la Universidad.

Los cuestionarios completados fueron ingresados a una base de datos mediante un formulario de Microsoft Access; de allí la información se exportó al software de estadística IBM SPSS para hacer el análisis de los datos elaborando las tablas y los gráficos necesarios. A excepción de la edad, no se trabajó con variables numéricas sino solamente con variables categóricas (nominales y ordinales) y de cadena (las correspondientes a aquellas preguntas abiertas que no fueron categorizadas).

Resultados generales

El turno mañana concentra un 40,4% de los ingresantes, la tarde un 38% y la noche un 21,6%. La media de edad del total de ingresantes (es decir, el valor por debajo del cual se encuentra la mitad de los casos) es de 19 años mientras que la moda (el valor que más se repite) es 18 años y la media aritmética es 20,5 años. Es comprensible que el valor más frecuente, la moda, sea 18 años (un 30% del total exactamente) ya que esta es la edad que tienen la mayoría de los ingresantes que comienzan la universidad apenas haber terminado el colegio secundario (o cuanto mucho un año después).

Por su parte, la media es la mayor de las tres medidas de tendencia central (y por lo tanto el histograma está sesgado hacia la derecha) ya que los casos extremos de mucha edad, aun siendo poco frecuentes, inciden considerablemente sobre el promedio; la asimetría positiva se explica porque no hay casos extremos de poca edad ya que no se puede ingresar a la Universidad con menos de 17 años. Comparando los distintos turnos entre sí, se obtuvo que la media de edad en el turno mañana es 18 años mientras que en el turno tarde es 19 años y en el turno noche 22 años. Resulta conveniente en este caso utilizar esta estadística para efectuar las comparaciones debido a que, como no se ve incidido por los casos extremos, constituye un valor más robusto que el de la media aritmética.

El 68% de los ingresantes son mujeres y el 32% hombres, es decir que hay aproximadamente dos mujeres por cada hombre. Sin embargo en el turno mañana se acentúa la diferencia puesto que allí hay un 77% de mujeres mientras que en los otros turnos disminuye su participación, alcanzando un 62,4% a la tarde y un 60,6% a la noche.

Hay un 80% de ingresantes argentinos y un 20% de extranjeros, es decir que uno de cada cinco ingresantes es extranjero. Dentro de los países de origen de los ingresantes extranjeros, los más frecuentes son Colombia y Perú, seguidos por Ecuador, Venezuela, Bolivia y Chile. En el turno mañana el porcentaje de extranjeros se reduce a un 15% mientras que en los turnos tarde y noche sube a un 23% y 24%, respectivamente.

Tres cuartas partes de los ingresantes piensan trabajar durante la carrera pero en los turnos mañana y tarde ese porcentaje disminuye a un 69% mientras que en el turno noche asciende al 93%, es decir, casi la totalidad del turno.

Bajo la pregunta “¿Qué otros intereses tenés?” se aclaró que podían seleccionar más de una opción entre las siguientes: música, teatro, cine, televisión, literatura, moda, series, deporte y otros (cada una de estas opciones se acompañaba por un casillero de verificación para tildar). Así se registró un promedio de 3 intereses diferentes por ingresante y se obtuvo que a un 56% del total le interesa la música, a un 44% la moda, a un 41% el cine, a otro 41% los deportes y a un 36% las series; menos frecuentes fueron los intereses por la literatura, el teatro y la televisión. El 42% de los ingresantes realiza algún tipo de actividad artística o creativa; a su interior, el porcentaje mayor es el de los que hacen una actividad relacionada con la música (casi un tercio del total de los que realizan actividades de este tipo), seguido por los porcentajes de los que realizan actividades relacionadas con las artes plásticas, con la danza y con la fotografía. Por otro lado, se observó que un tercio de los ingresantes tiene estudios previos; dos tercios de los que tienen estudios previos los abandonaron mientras que un cuarto de ellos los finalizó y el resto aún los mantiene en curso. Tras la pregunta: ¿Cuál es tu imagen de la UP? se colocaron las opciones *prestigio*, *creativa*, *innovadora*, *excelencia*, *internacional*, *diferente*, *crecimiento*, *tecnológica*, *emprendedora*, *profesional*, *moderna*, *la mejor* y *otras*. De ello se obtuvo que tres cuartos de los ingresantes tienen una imagen de la UP como creativa, la mitad

de los ingresantes la ve como moderna y un tercio como innovadora.

Al preguntarles por qué eligieron su carrera (permitiéndoles también aquí que seleccionaran más de una opción) se observó que dos tercios de los ingresantes eligieron su carrera por vocación y que la mitad lo hizo por el plan de estudios. Mucho menor es el porcentaje de los que la eligieron por un test de orientación vocacional, porque tiene salida laboral o bien para trabajar en una empresa familiar. Por otro lado, dos tercios de los ingresantes evaluaron otras carreras además de la que eligieron.

En cuanto a qué les gustaría hacer cuando terminen su carrera, de entre varias opciones no excluyentes el 58% seleccionó *desarrollar su propio emprendimiento* y el 56% *conseguir trabajo*. Al 41% *le gustaría hacer un posgrado en el exterior* y solo al 11% *le gustaría hacer uno en Argentina*.

Resultados área por área

El área Diseño se diferencia del promedio de la Facultad en que en esta área hay casi igual cantidad de hombres que de mujeres y en que hay un mayor porcentaje de ingresantes que realizan actividades vinculadas con las artes plásticas.

Por su parte, el Moda se compone casi exclusivamente por mujeres y más de la mitad de los ingresantes del área se concentran en el turno mañana, siendo aquí el turno tarde el menos frecuente de los tres; a la mayoría de los ingresantes del área le interesa la moda, constituyendo el interés principal. En Moda es mayor que en las otras áreas el porcentaje de los ingresantes que eligieron su carrera por vocación y menor que en ellas el de los que lo hicieron porque les gustó el plan de estudios. Es también mayor el porcentaje de aquellos a los que les gustaría, una vez terminada la carrera, desarrollar su propio emprendimiento o realizar un posgrado en el exterior y menor el de aquellos a los que les gustaría conseguir trabajo o realizar un posgrado en Argentina. También es esta el área donde menor es la cantidad de ingresantes que evaluaron otras alternativas de carrera. Siendo tan alto el componente vocacional y tan bajo el porcentaje de los que evaluaron otras carreras, podríamos decir que se trata del área en que mayor es la seguridad en la elección de la carrera.

Por otro lado, el área Comunicación es donde mayor cantidad de estudiantes piensa trabajar mientras estudia su carrera. La mitad de los estudiantes del área cursan a la mañana, un tercio a la tarde y el resto a la noche. Les interesan más los deportes y las series que a los ingresantes de las demás áreas y son los que en menor proporción realizan actividades artísticas o creativas. Es también el área en que menor es el porcentaje de los que eligieron su carrera por vocación y mayor el de los que lo hicieron porque le gustó el plan de estudios, por el test de vocacional y porque tiene salida laboral. Es asimismo el área donde a menor cantidad de ingresantes le gustaría desarrollar su propio emprendimiento una vez terminada la carrera.

Por último, el área Audiovisual y la de Teatro tienen una diferencia menor entre la proporción de hombres y mujeres y es la que registra el mayor porcentaje de extran-

jeros pues constituyen casi un tercio. Se distingue de las demás áreas en que la mayoría de los ingresantes se concentran en el turno tarde, dos tercios, pero es necesario aclarar que muchas de las carreras del área solo se ofertan en ese turno, lo cual permite explicar la frecuencia del turno. Son, de todas las áreas, los ingresantes a los que más les interesan la música, el cine, la literatura, el teatro y la televisión y a los que menos les interesan la moda y los deportes. En esta área se observa el mayor porcentaje de ingresantes que realizan actividades artísticas o creativas (principalmente las vinculadas con la música), superando incluso a los que no las realizan. Es además el área en que mayor proporción de ingresantes posee estudios previos de algún tipo y es entre ellos muy alto el porcentaje de los que eligieron su carrera por vocación. Son también los ingresantes que en mayor porcentaje conocieron a la UP a través de la Web y los que menos lo hicieron gracias a una recomendación.

Comparaciones entre áreas

Del total de ingresantes, el 37,6% es de Diseño, el 27,9% de Moda, el 16,9% de Comunicación y el 17,6% de Audiovisual y Teatro. En los turnos mañana y noche aumenta el porcentaje de estudiantes de Moda y disminuye el de Audiovisual y Teatro mientras que en el turno tarde sucede lo contrario.

Si bien dos de cada tres ingresantes son mujeres, en Diseño hay aproximadamente igual cantidad de hombres que de mujeres mientras que en Moda las mujeres constituyen casi la totalidad de los ingresantes. En Audiovisual y Teatro hay un 60% de mujeres y en Comunicación se mantiene un valor muy similar al del total de los ingresantes.

Se observó que un quinto de los ingresantes son extranjeros pero en el área Audiovisual y Teatro los extranjeros constituyen casi un tercio del total mientras que en el área Moda representan la mitad de esa parte.

Por otro lado, en tanto que tres cuartos del total de ingresantes piensa trabajar durante la carrera, en el área Comunicación ese porcentaje crece a cuatro quintos del total mientras que en Moda disminuye a un 71,4%.

En el turno mañana se concentra la mitad de los ingresantes de Moda y de Comunicación mientras que solo hay un 38% de los de Diseño y un quinto de Audiovisual y Teatro. En el turno tarde por su parte se concentra el 69% de los ingresantes de Audiovisual y Teatro mientras que de Diseño solo hay un 39%, de Comunicación un 31% y de Moda un 21%. Por último, en el turno noche se registró un 28% de los ingresantes de Moda, un 23% de los de Diseño, un 19% de los de comunicación y un 11% de los de Audiovisual y Teatro.

Con respecto a los intereses de los ingresantes, se aprecia una diferencia importante entre las áreas. Por un lado, de los ingresantes de Audiovisual y Teatro al 68% le interesa la música mientras que en Diseño solo a un 59%, en Comunicación a un 54% y en Moda a un 47%. Luego, a un 83% de los ingresantes del área Moda le interesa la moda mientras que del área Comunicación tan sólo a un 35%, de Diseño a un 28% y de Audiovisual y Teatro a un 26%. Por otro lado, a dos tercios de los ingresantes del área Audiovisual y Teatro le interesa el cine mientras que de Diseño sólo a un 39%, de Comunicación a

un 37% y de Moda a un 32%. Los deportes interesan más a las áreas Comunicación y Diseño que a Moda y a Audiovisual y Teatro; las series interesan más a Comunicación y a Audiovisual y Teatro que a Diseño y Moda. La literatura, por su parte, interesa más a las áreas Audiovisual y Teatro y Diseño que a Comunicación y Moda. Por último, el Teatro y la Televisión interesan mucho más al área Audiovisual y Teatro que a las demás áreas.

El 59,5% de los ingresantes del área Audiovisual y Teatro realiza una actividad artística y creativa mientras que en Moda y Diseño dicho porcentaje disminuye a un 39% y en Comunicación a un 31,4%. En el área Diseño las actividades artísticas o creativas más frecuentemente realizadas son la pintura y la música y en el área Moda lo son la danza y la música mientras que en Comunicación y en Audiovisual y Teatro lo son la música y fotografía. La música se encuentra entre las dos actividades más frecuentes en cada una de las distintas áreas. El 40,4% de los ingresantes del área Audiovisual y Teatro poseen estudios previos mientras que en las demás áreas ese porcentaje disminuye al 31% o 32%. Es probable que esta alza se relacione en parte con el hecho de que en el área Audiovisual y Teatro la participación de extranjeros es mayor que en todas las demás y que entre extranjeros son mayoría los que poseen estudios previos. Por otro lado, si bien la mediana de edad es 19 años en todas las áreas (debido a que los estudiantes de mayor edad de Audiovisual y Teatro tienen más años que los estudiantes de mayor edad de las otras áreas), la media aritmética es mayor en Audiovisual y Teatro que en las demás áreas y es posible que ello genere también un alza en el porcentaje de los ingresantes que tienen estudios previos en esta área.

En Moda y en Audiovisual y Teatro los porcentajes de ingresantes que eligieron su carrera por vocación son mayores que en Diseño y en Comunicación. Por su parte, en Comunicación es mayor la proporción de ingresantes que eligieron su carrera gracias a que les gustó el plan de estudio y es menor en el área de Moda. El porcentaje de aquellos que eligieron su carrera por haber hecho un test de orientación vacacional es mayor en Comunicación y en Diseño que en Moda y en Audiovisual y Teatro, de igual modo que el porcentaje de los que eligieron su la carrera por tener salida laboral.

En Moda es mayor el porcentaje de los ingresantes a los que al finalizar la carrera le gustaría desarrollar su propio emprendimiento que en Comunicación. Por otro lado, es en el área Moda donde menor es el porcentaje de ingresantes a los que les gustaría conseguir trabajo al terminar la carrera o realizar un posgrado en Argentina pero mayor el de ingresantes a los que les gustaría realizar un posgrado en el exterior. Por último, en Moda es menor que en las demás áreas el porcentaje de los ingresantes que evaluaron otra carrera además de la que eligieron.

Conclusiones

Se observó que hay una mayoría significativa de ingresantes mujeres en la Facultad y que, si bien una gran

mayoría de los ingresantes son argentinos, el porcentaje de extranjeros es también muy importante. Sus nacionalidades son variadas pero casi todos son latinoamericanos, con predominancia de colombianos y peruanos. Por otro lado se vio que los turnos más numerosos son la mañana y la tarde y que tres cuartos del total de los ingresantes piensa trabajar durante su carrera. Los ingresantes presentaron gran diversidad de intereses, con la música como predominante, seguida por la moda, el cine y los deportes; una gran parte de ellos realiza una actividad creativa, en su mayoría vinculada a la música, pero son también frecuentes las artes plásticas, la danza y la fotografía.

Tres cuartos de los ingresantes ven a la UP como creativa mientras que la mitad de los ingresantes la ve como moderna y un tercio como innovadora. Por otro lado, resulta llamativo el hecho de que la mayoría de los ingresantes eligió su carrera por vocación, siendo que la mitad la eligió porque le gusta el plan de estudios y que son mucho menores los porcentajes de los que lo hicieron por el resultado de un test de orientación vocacional, por la salida laboral o bien para trabajar en la empresa familiar. Un tercio de los ingresantes, a su vez, dijo no haber evaluado otras carreras, lo cual da cuenta de una gran confianza en su elección. Al finalizar la carrera, a la mayoría de los ingresantes le gustaría desarrollar su propio emprendimiento, conseguir trabajo y/o realizar un posgrado en el exterior.

Abstract: With the results obtained from the census of beginners in the first four months of 2017, a profile of all them at the Faculty of Design and Communication of the University of Palermo, the profiles of the four areas in which the Faculty analyzing sociodemographic data, interests, expectations, previous studies and the experience of enrollment of students is compiled.

Keywords: census - input - statistics - questionnaire - quantitative analysis

Resumo: Com os resultados obtidos do censo de participantes do primeiro trimestre de 2017 elaborase um perfil do conjunto dos participantes da Faculdade de Design e Comunicação da Universidade de Palermo e compararam-se os perfis das quatro áreas em que se agrupam as carreiras da Faculdade analisando dados sociodemográficos, interesses, expectativas, estudos prévios e a experiência de inscrição dos alunos.

Palavras chave: censo - participantes - estatística - questionário - análise quantitativa

(¹) **Emiliano Echevarría.** Sociología (UBA, en curso). Forma parte del equipo de Gestión Académica de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo.