**I Jornadas de reflexión y debate sobre práctica docente universitaria
Facultad de Ciencias Sociales – UBA - Abril 2015**

**CONOCER AL ESTUDIANTE: ALUMNOS INICIALES DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN, AÑO 2014.**

**Metodología y Técnicas de Investigación Social, cátedra Salvia,
carrera de Ciencias de la Comunicación.**

Eduardo Donza

Yamila Gómez

La cátedra dirigida por el Dr. Agustín Salvia dicta la materia Metodología y Técnicas de la Investigación Social en la carrera de Ciencias de la Comunicación, Universidad de Buenos Aires. Desde el año 2004 al interior de la cátedra se realizan encuestas a los alumnos, dando lugar a una experiencia de 10 años de relevamientos observando en total 20 cohortes de estudiantes. En estas encuestas se realiza la evaluación de la cátedra considerando la opinión de los estudiantes, pero también se han relevado distintos aspectos que hacen a su perfil sociodemográfico, vocacional, político, sus consumos mediáticos, relación con el mundo, etc. Esta experiencia ha permitido a lo largo del tiempo poder conocer al alumnado más allá del mero rendimiento académico, dando cuenta de sus intereses, motivaciones y prácticas dentro y fuera de la universidad. En este trabajo se expondrán los resultados relativos a la cohorte 2014, con encuestas realizadas a 258 estudiantes iniciales de Ciencias de la Comunicación. Para profundizar este perfil pueden leerse informes de años anteriores en la web de la cátedra: <http://metodos-comunicacion.sociales.uba.ar/>

En el año 2014 se encuestaron a 258 alumnos durante las clases prácticas de la última semana de clases. Se considera que la muestra es relativamente representativa de los alumnos iniciales de la carrera, dada la ubicación de la materia en el comienzo del tronco común del plan de estudios. Como principales rasgos sociodemográficos encontramos un alumnado con un promedio de edad de 21,3 años (la moda es de 20 y la mediana de 21 años). Siendo una materia inicial, con un año previo de Ciclo Básico Común, podría considerarse una edad un tanto superior a la esperada. Además es un alumnado preponderantemente femenino, con un 66,4% de mujeres frente a un 33,6% de varones. En cuanto a la condición de actividad se observa que el 51% de los alumnos

estudia y trabaja, el 15,7% está buscando empleo (es decir, un 66,7% del alumnado ya está orientado al mercado laboral), mientras que el 33,3% solamente estudia. En cuanto al clima educativo del hogar (principal indicador de clase social, se calcula a partir del nivel de instrucción del padre y de la madre), se observa que el 43,8% de los alumnos son de clima educativo medio, mientras que el 56,2% de los estudiantes son de clima educativo de hogar alto, sin registrarse casos de alumnos de clima educativo de hogar bajo (su porcentaje también venía disminuyendo en encuestas anteriores).

En la encuesta también se indagan aspectos vocacionales, como el motivo de elección de la carrera. El 50,2% manifestó estar interesado en los medios de comunicación, mientras que el 34,5% eligió la carrera por los contenidos, como puede verse en la Tabla 1. Esto está en concordancia con el área de desempeño esperada una vez graduado, que figura en la Tabla 2. El 37,1% espera trabajar en medios de comunicación masivos, seguidos por un 23% de alumnos que desean trabajar en publicidad, opinión pública o marketing.

Tabla 1: Motivo de elección de la carrera

Metodología y Técnicas de la Investigación Social – Cátedra Salvia – Año 2014

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Por los contenidos de la carrera	88	34,1	34,5	34,5
	Le interesan los medios de comunicación	128	49,6	50,2	84,7
	Cree que le ayudará en su crecimiento personal	26	10,1	10,2	94,9
	En su familia ya alguien cursó la carrera	2	,8	,8	95,7
	Otros motivos	11	4,3	4,3	100,0
	Total	255	98,8	100,0	
Perdidos	Sistema	3	1,2		
Total		258	100,0		

Área de desempeño esperada una vez graduado

Metodología y Técnicas de la Investigación Social – Cátedra Salvia – Año 2014

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Medios de comunicación masivos	95	36,8	37,7	37,7
	Medios de comunicación alternativos	23	8,9	9,1	46,8
	Publicidad, opinión pública y/o marketing	58	22,5	23,0	69,8
	Comunicación institucional público-privada	27	10,5	10,7	80,6
	Comunicación socio-comunitaria	10	3,9	4,0	84,5
	Educación	11	4,3	4,4	88,9
	Investigación	18	7,0	7,1	96,0
	Otras áreas de desempeño	10	3,9	4,0	100,0
	Total	252	97,7	100,0	
Perdidos	Sistema	6	2,3		
Total		258	100,0		

En lo relativo a la opinión pública, en el año 2014 se preguntó a los alumnos por su interés en la realidad del país. El 63% manifestó tener bastante interés, seguido por un 34,3% que indicó tener algo de interés, como puede verse en la Tabla 3. En las tablas 4 y 5 puede verse la opinión sobre el gobierno actual. Para esto se indagó cómo lo valoraban en relación al progreso del país, con un 75,4% de opiniones negativas y 24,6% de valoraciones positivas. No obstante, esta opinión desfavorable disminuye notoriamente al considerar el interés del gobierno en erradicar la pobreza y mejorar la distribución del ingreso, con un 51% de opiniones positivas. Esto indicaría un alumnado que hace una valoración diferencial según el tema que se enfoque.

Tabla 3: Interés en la realidad del país

Metodología y Técnicas de la Investigación Social – Cátedra Salvia – Año 2014

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sin interés	7	2,7	2,8	2,8
	Algo de interés	87	33,7	34,3	37,0
	Bastante interés	160	62,0	63,0	100,0
	Total	254	98,4	100,0	
Perdidos	Sistema	4	1,6		
Total		258	100,0		

Tabla 4: Opinión sobre el gobierno actual en relación al progreso del país

Metodología y Técnicas de la Investigación Social – Cátedra Salvia – Año 2014

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Positiva	59	22,9	24,6	24,6
	Negativa	181	70,2	75,4	100,0
	Total	240	93,0	100,0	
Perdidos	Sistema	18	7,0		
Total		258	100,0		

Tabla 5: Opinión sobre el gobierno actual en relación a erradicar la pobreza y distribución del ingreso

Metodología y Técnicas de la Investigación Social – Cátedra Salvia – Año 2014

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Negativa	119	46,1	49	49
	Positiva	124	48,1	51	100
	Total	244	94,6	100,0	
Perdidos	Sistema	14	5,4		
Total		258	100,0		

Otro resultado a considerar es que el 51,4% de los alumnos indicó no sentirse representado por ningún dirigente político, como puede observarse en la tabla 6. Esto estaría en consonancia con la volatilidad de la opinión, considerando el hecho o aspecto sobre el que deba formarse esa opinión. También se indagó por el dirigente político que

menos representaba a los alumnos, eligiendo el 39,4% a Mauricio Macri. Por otra parte, en la tabla 8 puede verse la postura del alumnado frente al conflicto que mantienen el Gobierno Nacional y el Grupo Clarín, con un 57,1% de los alumnos postulándose en desacuerdo con ambos, seguido por un 27,5% que se manifestó a favor del Gobierno.

Tabla 6: Dirigente político que más lo representa
Metodología y Técnicas de la Investigación Social – Cátedra Salvia – Año 2014

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Cristina Fernández de Kirchner	25	9,7	11,6	11,6
	Elisa Carrió	5	1,9	2,3	13,9
	Sergio Massa	7	2,7	3,2	17,1
	Mauricio Macri	13	5,0	6,0	23,1
	Ninguno	111	43,0	51,4	74,5
	Otros	55	21,3	25,5	100,0
	Total	216	83,7	100,0	
Perdidos	Sistema	42	16,3		
Total		258	100,0		

Tabla 7: Dirigente político que menos lo representa
Metodología y Técnicas de la Investigación Social – Cátedra Salvia – Año 2014

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Cristina Fernández de Kirchner	47	18,2	21,8	21,8
	Elisa Carrió	6	2,3	2,8	24,5
	Sergio Massa	18	7,0	8,3	32,9
	Mauricio Macri	85	32,9	39,4	72,2
	Ninguno	31	12,0	14,4	86,6
	Otros	29	11,2	13,4	100,0
	Total	216	83,7	100,0	
Perdidos	Sistema	42	16,3		
Total		258	100,0		

Tabla 8: Postura en relación al conflicto Gobierno Nacional - Grupo Clarín
Metodología y Técnicas de la Investigación Social – Cátedra Salvia – Año 2014

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	De acuerdo con el Gobierno Nacional	68	26,4	27,5	27,5
	De acuerdo con Grupo Clarín	21	8,1	8,5	36,0
	No acuerda con ninguno de los dos	141	54,7	57,1	93,1
	No le interesa el conflicto	16	6,2	6,5	99,6
	No sabe de qué se trata el conflicto	1	,4	,4	100,0
	Total	247	95,7	100,0	
Perdidos	Sistema	11	4,3		
Total		258	100,0		

En oposición al alto interés que manifestaron los alumnos por la realidad política, económica y social del país, en la Tabla 9 puede observarse que el 60% indicó tener poco interés por la política en la Facultad, y un 29,4% indicó no tener interés. Sólo un 10,6% manifestó estar muy interesado en la política de su ámbito académico. Es más, el 55,1% indicó no conocer el sistema de co-gobierno de la UBA (ver tabla 10).

Tabla 9: Grado de interés en la política en la Facultad
Metodología y Técnicas de la Investigación Social – Cátedra Salvia – Año 2014

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Ningún interés	75	29,1	29,4	29,4
	Poco interés	153	59,3	60,0	89,4
	Mucho interés	27	10,5	10,6	100,0
	Total	255	98,8	100,0	
Perdidos	Sistema	3	1,2		
Total		258	100,0		

Tabla 10: Conocimiento del funcionamiento del co-gobierno de la UBA
Metodología y Técnicas de la Investigación Social – Cátedra Salvia – Año 2014

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí, conoce el sistema de co-gobierno	18	7,0	7,1	7,1
	Conoce en parte el sistema de co-gobierno	96	37,2	37,8	44,9
	No conoce el sistema de co-gobierno	140	54,3	55,1	100,0
	Total	254	98,4	100,0	
Perdidos	Sistema	4	1,6		
Total		258	100,0		

A lo anterior debe añadirse, como se observa en la tabla 11, que el 59,8% considera poco adecuada la forma de comunicación que llevan a cabo las agrupaciones estudiantiles. Otro dato llamativo es que el 55,2% del alumnado no se identifica con ninguna agrupación estudiantil y un 4% no las conoce. El 40,8% sí se identifica con alguna agrupación, como puede verse en la tabla 12. Ahora bien, el 41,1% está en desacuerdo con las acciones que realiza el Centro de Estudiantes de Ciencias Sociales, a lo que se añade que un 37,1% desconoce lo que realiza el CECESO (ver tabla 13).

Tabla 11: Evaluación de la forma de comunicación de las agrupaciones estudiantiles
Metodología y Técnicas de la Investigación Social – Cátedra Salvia – Año 2014

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy adecuada	2	,8	,8	,8
	Adecuada	50	19,4	19,7	20,5
	Poco adecuada	152	58,9	59,8	80,3
	Inadecuada	50	19,4	19,7	100,0
	Total	254	98,4	100,0	
Perdidos	Sistema	4	1,6		
Total		258	100,0		

Tabla 12: Identificación con agrupaciones políticas
Metodología y Técnicas de la Investigación Social – Cátedra Salvia – Año 2014

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Se identifica con alguna agrupación	91	35,2	40,8	40,8
	No se identifica con ninguna	123	47,7	55,2	96
	No las conoce	9	3,5	4,0	100
	Total	223	86,4	100,0	
Perdidos	Sistema	35	13,6		
Total		258	100,0		

Tabla 13: Opinión sobre el accionar del CECSO
Metodología y Técnicas de la Investigación Social – Cátedra Salvia – Año 2014

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	De acuerdo	54	20,9	21,8	21,8
	En desacuerdo	102	39,5	41,1	62,9
	No conoce lo que hace el CECSO	92	35,7	37,1	100,0
	Total	248	96,1	100,0	
Perdidos	Sistema	10	3,9		
Total		258	100,0		

Los resultados obtenidos en el relevamiento del año 2014, ratifican observaciones anteriores donde se apreció un mayor interés de los alumnos por la realidad del país y un mayor desinterés por el ámbito académico a pesar de su cercanía y cotidianeidad. Además, tal como en relevamientos anteriores se observa la formación de opinión a partir de hechos puntuales por sobre la adscripción política o ideológica.-