

Jorge Garrido Orozco



Los jóvenes universitarios andaluces

Los jóvenes universitarios andaluces

Antonio Javier González Rueda, Vicerrectorado de Extensión Universitaria de la Universidad de Cádiz
Sebastián Castro Jiménez, empresa Insoga

"Los jóvenes de ahora aman el lujo, tienen pésimos modales y desdennan la autoridad. Muestran poco respeto por sus superiores y ya no se levantan cuando alguien entra en casa"

Atribuido a Sócrates (Siglo IV antes de Cristo)¹

"Me decía hace poco un joven amigo que un fenómeno tan importante como el del modo de ser de la actual juventud es, para él, el de la desvelada preocupación que los adultos de hoy muestran por ella"

José Luis López Aranguren (1961)

"Lo tendréis, sí, todo a vuestro alcance, pero nada os pertenecerá, sólo el orgullo de saber hacerlos bien el nudo en los zapatos de piel de caimán"

091 (grupo de rock granadino, 1993)

0. INTRODUCCIÓN

Sin ser ninguno de los dos autores de este estudio sociólogos "stricto sensu" nos gustaría que este artículo tuviera las mismas finalidades que el que realizaba el sociólogo Alberto Moncada en 1987 y que por ello citamos:

"Tengo a la vista los datos de la encuesta sobre el comportamiento cultural de los españoles realizada en 1985 y me gustaría practicar con ello esos dos oficios del sociólogo que son, por una parte, poner el fenómeno en su contexto, o, por decirlo de manera más llana, explicar las otras cosas que le suceden a los españoles encuestados. En segundo lugar, me gustaría utilizar la encuesta para legitimar algún prejuicio propio, es decir, para arrimar el ascua a mi sardina".

En resumen nos fijamos como objetivo el análisis, la contextualización y la confirmación o no de algunas hipótesis previas.

Ciudadanos sin edad

Tradicionalmente la sociología ha utilizado dos criterios para definir el concepto "juventud" o "jóvenes". El primero, bastante elástico a lo largo de la historia, se ha basado en definirlos como un grupo de edad y el segundo se ha centrado en la idea de la juventud como un período de transición de la infancia a la edad adulta. Para muchos autores (Giddens, 1991) la dilación de los procesos educativos, la creciente presión para actualizar las destrezas profesionales y el estereotipo de lo "juvenil" como moda positiva están haciendo que la juventud ya no sea un período de edad, o una transición hacia algo, sino una "prolongada fase de la vida en sí misma". Para Gil Calvo el éxito de superar la encrucijada de la emancipación está en mejorar el estatus que se tenía estando en casa de los padres y como quiera que eso resulta difícil, la edad juvenil se alarga. En 1961 José Luis López Aranguren ya sostenía que "la juventud ha llegado ser la edad social y culturalmente de moda" (Aranguren, 1961: 11).

Ciudadanos de su tiempo

La ya tradicional confusión entre cultura y universidad (la universidad es el recinto tradicional de la alta cultura, los universitarios son las personas cultas de nuestra sociedad) además de suponer un cierto prejuicio sociológico es, hoy día, un concepto con cierta necesidad de actualización. La universidad, con su universalización o con la democratización del acceso a la misma, ha dejado de ser un templo cerrado del saber para convertirse en un centro de formación muy especializado. Por eso identificar lo cultural (lo creativo: sea artístico, científico o técnico) con la universidad es quizás confundir la parte con el todo. Además, en una sociedad tan conectada como la que nos ha tocado vivir, los contenidos de la cultura suelen circular más por las redes de las industrias culturales y de la cultura popular (cine, televisión, radio, Internet) que por los medios más tradicionales a los que se acogía la universidad de la alta cultura. Por todo ello, a veces se piensa en el mundo universitario como en una isla aislada y no podemos olvidar que nuestros estudiantes son hijos de su trayectoria vital y social y cada vez más son integrantes de un mundo abierto a todo tipo de influencias. Lo que queremos decir es que, probablemente, nuestros jóvenes universitarios no sean tan diferentes del resto de sus compañeros de edad o del resto de sus conciudadanos. La universidad en sí misma, afortunada o desgraciadamente -hay todo tipo de opiniones- no genera una tipología de persona aislada de su contexto social. Por ello, estudiar a los jóvenes universitarios andaluces no debe hacernos pensar en el análisis de un grupo de elegidos sino más bien en un sector poblacional en contacto con su tiempo y su entorno. Para Enrique Gil Calvo "cuando un joven participa en la cultura juvenil está inter-

pretando personajes rituales ante un público de espectadores" que "no son los adultos sino sus propios pares o iguales con quienes se relaciona" (Gil, 2001: 113).

Jóvenes europeos de hoy (de 1961)

Por su gran valor testimonial y hasta profético reproducimos, encadenados, una serie de comentarios del filósofo José Luis López Aranguren (Aranguren, 1961) porque consideramos que a pesar de estar hechos hace casi medio siglo pueden considerarse vigentes y descriptivos de los jóvenes objetos de este estudio. Decía Aranguren que "lo característico de la actual juventud es el desplome de los ideales, la desilusión y, consecuentemente, en mayor o menor grado, el escepticismo" y "su inclinación a un sobrio Idealismo de la "utilidad" y a una "privatización de la existencia". Se trata por tanto de un "individualismo existencial de quien se propone, por encima de todo, preservar y mejorar el reducto de su vida privada y cotidiana".

Sabidamente finalizaba Aranguren este ensayo reconociendo que "no solamente los jóvenes sino asimismo muchos que no lo somos ya, nos sentimos, en mayor o menor grado, retratados aquí".

Ciudadanos globalizados

Multitud de geógrafos han estudiado con gran detalle la gran mutación de nuestro tiempo: la ruptura de la comprensión espacio-temporal. La revolución de los transportes y sobre todo la irrupción de Internet no han acabado con el concepto de espacio y de tiempo pero sí lo han modificado ampliamente. En ese contexto de "hiperespacio" a los jóvenes "les es difícil localizarse, confrontados como están ya no a su medio más inmediato sino a un horizonte inmenso, múltiple y fragmentado. Estas mutaciones espaciales producen nuevas movibilidades cosmopolitas y mestizajes antes impensables, así como repliegues singularizados e identitarios" (Nogué, 2004: 194). Los procesos culturales, con el acceso casi total a determinados contenidos a través de la red, se democratizan pero, territorialmente, el acceso a bienes y servicios culturales más tradicionales sigue generando algunas "brechas culturales" que esperamos este estudio sea capaz de detectar.

1. CARACTERÍSTICAS SOCIALES Y DEMOGRÁFICAS

El estudio de los usos y demandas culturales de los estudiantes que cursan sus estudios en alguna de las universidades de Andalucía se ha realizado a partir de los resultados de la encuesta a los jóvenes universitarios/as. Esta fue aplicada a 3.700 estudiantes de las diez universidades que componen la comunidad educativa en Andalucía, concretamente en este informe nos centraremos en los datos acumulados de nueve de ellas, excepto la UNIA, evitando la duplicidad de las unidades muestrales, jóvenes estudiantes en las universidades andaluzas con una edad comprendida entre los 18 y 30 años.

Es preciso apuntar que la muestra está compuesta en cuanto al género por el 54,7% de mujeres y 45,3% de varones, respecto a la edad se han estructurado en cohortes de edades quedando su distribución como sigue; 18-21 años (46,3%), 22-24 años (31,3%), 25-27 años (15,2%), 28-30 años (7,2%).

Se trata en su mayoría de una población todavía soltera que convive con sus padres o con otros compañeros de estudios. En concreto, el 96,4% de estos jóvenes están solteros, frente al 2% que vive en pareja, el 1% restante que está casado/a. Por lo que se refiere a la residencia durante el curso académico, el 65% de los/as universitarios/as andaluces convive con sus padres u otros familiares y el 24% con compañeros o con amigos en pisos de estudiantes. Por el contrario, la convivencia en pareja (6%), el vivir solos (2,6%) y en residencias o colegios mayores (3%) son comportamientos menos frecuentes entre los jóvenes universitarios. Se aprecian diferencias en este sentido si atendemos a la edad de los encuestados/as y la universidad donde realizan sus estudios. En cuanto a la edad, a medida que los jóvenes cumplen años disminuye la convivencia con los padres y aumenta el porcentaje de universitarios/as que viven solos. En referencia a la universidad destacan la UPO y Cádiz como las universidades donde los jóvenes en mayores porcentajes viven con sus padres ó familiares, 83,6% y 90% respectivamente. Y las universidades en las que hay mayor número de jóvenes que viven con amigos o compañeros (piso de estudiantes) son Granada (43,5%) y Jaén (40,5%).

Centrándonos en los estudios educativos de los padres, aproximadamente el 53% de los padres de los universitarios andaluces tiene estudios medios o superiores, existiendo diferencias entre las madres (50%) y los padres (57%) En cuanto a los ingresos medios anuales en el hogar, en el 38% de los hogares de los estudiantes tiene ingresos medios mensuales comprendidos entre 1.202 € y 1.803 €, frente al 25% y al 37% con ingresos inferiores y superiores, respectivamente.

Convivencia durante el curso académico según Universidad

% de Universidad

	Sevilla	Cádiz	Huelva	Jaén	Córdoba	Málaga	Granada	Almería	UPO	Total
Con mis padres	61,6%	78,6%	63,5%	46,8%	53,8%	56,2%	35,1%	59,2%	81,4%	59,6%
Con otros familiares	6,5%	1,4%	3,2%	3,2%	5,4%	2,4%	5,1%	6,2%	2,2%	4,0%
Con mi compañero/a	5,9%	5,7%	4,6%	5,1%	5,9%	5,1%	6,8%	10,8%	3,0%	5,9%
Vivo sólo/a	1,6%	1,9%	2,2%	1,4%	3,5%	3,8%	4,9%	2,4%	1,4%	2,6%
Con amigos o compañeros (piso de estudiantes)	20,5%	10,8%	25,4%	40,5%	24,6%	21,9%	43,5%	20,0%	10,5%	24,2%
Residencia de estudiantes o Colegio Mayor	3,2%	1,4%	,5%	2,7%	5,9%	8,4%	3,5%	,3%	1,4%	3,0%
Otra situación	,5%	,3%	,5%	,3%	,8%	2,2%	1,1%	1,1%	,3%	,8%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	1000,

Por lo que se refiere a su participación en el mundo laboral: el 67% de los jóvenes universitarios en Andalucía se dedican exclusivamente a estudiar, mientras que el 26% restante compagina los estudios y el trabajo, y el 6% tiene el trabajo como prioridad ante los estudios. Existe una leve diferencia si atendemos al género, el 35% de los varones trabaja además de estudiar, frente al 30% de ellas. Entre aquellos/as universitarios/as que trabajan la media de horas laborales a la semana se sitúa en 17,6 horas.

En cuanto a sus aspiraciones académicas, casi la mitad de los estudiantes (48%) tiene como objetivo conseguir el título de licenciado, frente al 26% que se conforma con el de diplomado y el 25% restante que espera obtener un título de postgrado, ya se trate de master o doctorado, no apreciándose diferencias en este sentido en cuanto al género de los universitarios/as.

2. USOS Y HÁBITOS DE LECTURA, RADIO Y TELEVISIÓN

Tradicionalmente la sociología cuantitativa y los conocidos como *cultural studies* han considerado los índices de lectura como uno de los grandes indicadores para medir el estado cultural de una comunidad. A veces, y no sabemos si éste es el caso, la sociedad cambia pero las formas de observarla permanecen quizás por una cierta tendencia a la "comparabilidad estadística". Creemos que este es el caso de la lectura en los estudios sobre usos culturales actuales en general y en éste en particular. El enfoque de la lectura se aborda desde la perspectiva de lo impreso y, ese hecho, puede provocar la construcción de una realidad distorsionada. La lectura a través de la pantalla de un ordenador se ha generalizado en toda la población y muy especialmente en la población universitaria lo que hace que todas estas cifras tengan que ser valoradas de una manera no absoluta.

Dicho esto, podemos decir que la frecuencia de lectura en formatos tradicionales es un hábito cultural arraigado entre los jóvenes universitarios andaluces: el 55 % lee libros no profesionales con una cierta frecuencia semanal. Este hábito coexiste con el de la lectura de prensa no deportiva (69% lo incluye en su agenda semanal) y en menor medida con el formato "revistas" (39 % de universitarios con un cierto hábito semanal de lectura).

Frecuencia de lectura de ...			
	Libros (no profesionaes)	Prensa General (no deportiva)	Revistas
	%	%	%
Todos/Casi todos los días	27,0%	41,2%	8,9%
Alguna vez a la semana	19,9%	19,1%	14,2%
Sólo los fines de semana	7,8%	8,5%	16,1%
Alguna vez al mes	14,6%	7,2%	21,0%
Con menos frecuencia	14,5%	6,8%	12,1%
Casi nunca/Nunca	15,0%	15,6%	25,3%
Ns/Nc	1,3%	1,6%	2,3%

Si nos centramos en el hábito de lectura más enraizado, el de la lectura de libros no profesionales, podemos observar cómo el hábito de la lectura está mucho más arraigado en la mujer que en el hombre: el 29,3 % de nuestras universitarias declara leer todos los días algún libro no profesional frente al 24,3 % de nuestros jóvenes universitarios. En este apartado el factor edad es fundamental para caracterizar un hábito más o menos enraizado: a medida que aumenta la edad de nuestros universitarios el hábito de lectura es superior como se puede intuir en los datos de la tabla inferior:

Lectura de Libros (no profesionales) según Grupos de edad % de Grupos de edad						
		Grupos de edad				Total
		18-21 años	22-24 años	25-27 años	28-30 años	
Libros (no profesionales)	Todos/Casi todos los días	22,0%	29,8%	33,4%	33,9%	27,0%
	Alguna vez a la semana	18,7%	20,7%	20,0%	23,4%	19,9%
	Sólo los fines de semana	8,6%	6,9%	7,9%	6,7%	7,8%
	Alguna vez al mes	16,0%	13,7%	13,4%	11,3%	14,6%
	Con menos frecuencia	15,6%	13,5%	12,8%	15,5%	14,5%
	Casi nunca/Nunca	17,6%	14,4%	11,3%	7,9%	15,0%
	Ns/Nc	1,6%	,9%	1,2%	1,3%	1,3%
Total		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Si anteriormente hemos considerado que el hábito de lectura de libros no profesionales se podía situar entre los que leen todos los días y los que leen los fines de semana, podemos decir que este hábito de lectura se encuentra distribuido territorialmente de forma bastante similar: la cuña abarcaría entre el 64,8 % de hábito de lectura de los jóvenes de la UGR y el 46,6 % de los jóvenes de la UAL. A Granada le siguen con cifras muy parecidas las Universidades de Sevilla y Cádiz.

Si concretamos estos índices de lectura podemos concluir que casi la mitad de nuestros jóvenes universitarios leen al año más de 4 libros no profesionales y que el 34 % de ellos dedica al menos una hora diaria a este tipo de lectura.

Si profundizamos en este hábito de lectura encontramos que los tipos de libros más leídos son tres: los "best-sellers" (16,8 %), la novela histórica (14,5 %) y la literatura española actual (11,5 %). En este caso nuestros jóvenes universitarios reproducen las pautas de lectura del resto de los españoles. Es sintomático constatar que la variable de la edad no genera cambios de tendencias significativos en el caso de la tipología de libros más leídos.

Si comparamos esta batería de datos con su colectivo superior (el de los jóvenes españoles en general) detectamos que, en el caso andaluz, el factor universitario no hace que el hábito de lectura sea mayor. Por ejemplo, si el 27 % de nuestros jóvenes universitarios lee un libro (no profesional) todos o casi todos los días, en el caso de los jóvenes españoles en general la cifra es del 39 % (Fuente: Centro de Investigaciones Sociológicas. 2.478. Año 2003).

En cuanto a la lectura de prensa general (no deportiva) los datos pueden quedar resumidos en la siguiente tabla:

Lectura de Prensa General (no deportiva) según Sexo % de Sexo				
		Sexo		Total
		Varón	Mujer	
Prensa General (no deportiva)	Todos/Casi todos los días	48,2%	35,3%	41,2%
	Alguna vez a la semana	18,9%	19,3%	19,1%
	Sólo los fines de semana	8,5%	8,4%	8,5%
	Alguna vez al mes	5,9%	8,3%	7,2%
	Con menos frecuencia	5,0%	8,4%	6,8%
	Casi nunca/Nunca	12,3%	18,3%	15,6%
	Ns/Nc	1,1%	2,0%	1,6%
Total		100,0%	100,0%	100,0%

La lectura de este tipo de prensa es un hábito cultural muy instaurado en el 41,2 % de nuestros jóvenes universitarios ya que la leen todos los días o casi todos los días. A diferencia de la lectura de libros, la lectura de prensa tiene al género masculino como un usuario más habitual y a la edad como una variable muy importante ya que el índice de lectura va aumentando por grupos de edad hasta llegar a casi un 46 % en el rango de 28 a 30 años. En este apartado de la lectura de prensa la variable territorial adquiere una gran importancia ya que existen grandes diferencias entre las diferentes universidades: la provincia de Sevilla aparece como la que tiene un mayor hábito entre nuestros universitarios (el 65,9 % de la UPO y el 59,2 de la USE leen prensa todos o casi todos los días) y Huelva y Jaén registran los menores índices con un 19,7 % y un 20,3 %.

Si nos centramos en los periódicos que se leen con más frecuencia emerge un dato muy significativo y que debiera hacer reflexionar a la prensa tradicional: el 31,6 % de nuestros universitarios lee la llamada "prensa gratuita". Le sigue a suficiente distancia los diarios locales (20,2 %), El País (17,6 %), ABC (8,8 %) y El Mundo (8,4 %). Geográficamente es interesante resaltar que El País tiene una mayor fidelidad entre los universitarios granadinos (16,2 %), el ABC en Córdoba y Sevilla (rondando el 20 % en ambos casos) y el diario local entre los universitarios gaditanos (17,2 %). Desde el espino- so punto de vista de la ideología se confirman los ya tradicionales patrones de adscripción ideológica a los cuatro princi- pales periódicos de implantación nacional.

Comparativamente con los jóvenes españoles en general, en este aspecto, el factor universitario sí genera unas medias más altas de lectura de prensa: un 41,2 % de nuestros jóvenes universitarios andaluces leen prensa todos o casi todos los días frente a un 30,4 % de jóvenes españoles (fuente: Encuesta de hábitos y prácticas culturales en España 2002-2003).

El tercer apéndice tradicional de la prensa escrita, las revistas, es un formato, en general, poco atractivo para los jóve- nes universitarios andaluces ya que sólo un 8,9 % de ellos las lee todos o casi todos los días. Resulta muy significativo que 1 de cada 4 encuestados nunca o casi nunca accede a ellas. El hábito de lectura de revistas alcanza su punto más alto en el rango de edad de los 28 a 30 años y presenta a los estudiantes de la UCA como el caso más extremo: por un lado el 11,4 % de ellos las tiene como una lectura diaria -el porcentaje más alto entre las universidades andaluzas- y por otro el 33,8 % no las lee nunca -también el porcentaje más alto en la comparativa de universidades-. La tipología de revis- tas más leídas está encabezada por los suplementos de juventud y música (13,7 %), las del corazón (9,6 %), las espe- cializadas en música (9,4 %), las de salud y belleza (8,4 %) y las relacionadas con el automóvil (7,1 %). Como ya es tradicional en este tipo de estudios la lectura de revistas del corazón y de salud y belleza tienen un marcadísimo perfil femenino de lectoras y las del automóvil al contrario.

En este apartado de la lectura de revistas las medias de lectura de los jóvenes españoles en general que leen revistas semanalmente es del 15,4 % frente 8,9 % de los jóvenes universitarios andaluces.

El uso de las bibliotecas por parte de los universitarios andaluces está muy arraigado como se puede observar en la tabla inferior:

Frecuencia de asistencia a la Biblioteca		
	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Todos/Casi todos los días	30,3	30,3
Alguna vez a la semana	29,8	60,1
Sólo los fines de semana	,7	60,8
Alguna vez al mes	18,3	79,1
Con menos frecuencia	10,4	89,5
Casi nunca/Nunca	10,3	99,8
Ns/Nc	,2	100,0
Total	100,0	

Este uso de las bibliotecas se desgrana con una cierta lógica: el 66,7 % utiliza la biblioteca universitaria de su universidad, el 14,2 % la biblioteca municipal y el 12,1 % la biblioteca universitaria de otra universidad. Los dos segundos usos que hemos recalado vienen muy ligados a los estudiantes que no viven en la ciudad donde se instala la universidad y que van y vienen con un carácter diario desde su lugar de origen. El alto uso de las bibliotecas municipales (bibliotecas no especializadas) genera una sobrecarga de las mismas como "salas de estudio" que en algunos municipios genera un alto grado de tensión y que según el estudio se da de forma más extrema en los casos de los estudiantes de la UJA y de la UPO (en el caso de los estudiantes de la UGR aparece muy destacado el uso de la biblioteca provincial).

Los dos principales usos de las bibliotecas por parte de nuestros universitarios son estudiar (45,2 %) y el préstamo de libros (34,8 %), quedando el resto de los usos (lectura de prensa, lectura de libros de literatura, lectura de ensayo o libros técnicos y préstamos audiovisuales) en una situación muy marginal. El uso de la biblioteca como "sala de estudio" decrece a medida que aumenta la edad y el préstamo de libros aumenta en los rangos de edad más altos.

Para los jóvenes universitarios andaluces las bibliotecas universitarias tienen como principales carencias: la falta de espacio (muy acentuada en los estudiantes de la UMA y USE y casi inexistente en la UAL), la accesibilidad (muy presente en la UPO, UAL y UCO) y los horarios no adecuados (muy referenciado por los estudiantes de la UCO y de la UMA). Resulta de interés resaltar que el 11,5 % de nuestros universitarios no detecta ninguna carencia en su biblioteca universitaria.

En general los jóvenes universitarios andaluces se sienten satisfechos con sus bibliotecas universitarias como refleja el siguiente gráfico:

Grado de satisfacción de la Biblioteca universitaria a la que acude con más frecuencia				
		Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	Muy satisfecho	12,1	13,8	13,8
	Satisfecho	44,3	50,3	64,1
	Ni satisfecho, ni insatisfecho	20,4	23,2	87,3
	Insatisfecho	7,4	8,4	95,7
	Muy insatisfecho	2,6	2,9	98,6
	Ns/Nc	1,2	1,4	100,0
	Total	88,1	100,0	
Perdidos	No usa biblioteca universitaria	11,9		
Total		100,0		

Los estudiantes más satisfechos con los servicios de biblioteca son los de la UPO, UAL y UJA respectivamente.

Con cierta lógica, comparativamente, el factor universitario sí es crucial en un mayor uso de la biblioteca que cuando abordamos el colectivo de los jóvenes en general. Hablamos de un 30,3 % frente a un 15,4 % que acude todos o casi todos los días.

Los jóvenes universitarios andaluces hacen un uso de la televisión bastante alto en comparación con los jóvenes españoles y mucho menor que el de la población general española (211 minutos por día y habitante), sobre todo teniendo en cuenta que el tiempo libre de un estudiante suele ser menor que el de un joven de su misma edad que no estudia o trabaja. En concreto, los jóvenes universitarios andaluces ven la televisión 138 minutos diarios en días laborables y 184 en fines de semana. Este uso televisivo es similar en función del sexo y también de la universidad en la que se estudia. Ciertamente este consumo televisivo no siempre es real ya que como se ha demostrado en numerosos estudios, la televisión se ha convertido en un "ruido doméstico" más (Moncada, 1987:15). Comparativamente el Informe de Juventud en España 2004 (IJE 2004) recoge una media diaria de 106 minutos para los jóvenes españoles. Este uso televisivo se centra fundamentalmente en tres tipos de programa: películas (17,5 %), telediarios (17,2 %) y series (15,4%). Los llamados programas del corazón dicen ser sólo vistos por un 4 % de nuestros jóvenes universitarios. El dato bastante alto de preferencia por las películas puede venir apoyado en el hecho de que un 33,7 % de nuestros jóvenes tienen acceso a canales de televisión de pago.

El uso de escuchar la radio irrumpe también con mucha fuerza entre los jóvenes universitarios andaluces: un 59,5 % de ellos escucha la radio todos o casi todos los días, cifra casi idéntica al 61,2% de los jóvenes españoles en general (Fuente: Encuesta de hábitos y prácticas culturales en España 2002-2003). El hecho de que la radio sea un medio que no inhabilita la realización de otras actividades está en el origen de este altísimo uso. Confirmando la tendencia de los últimos años, nuestros jóvenes universitarios suelen escuchar programas musicales (52 %) vinculados a las diferentes radio fórmulas y a más distancia programas deportivos (18,1 %) o informativos (14,8 %). Los programas musicales tienen a la mujer como usuaria mayoritaria y los deportivos a los hombres.

3. CINE, MÚSICA Y TEATRO

El hábito de ver cine está muy consolidado entre nuestros jóvenes universitarios tal y como se puede observar en el siguiente cuadro:

Frecuencia de asistencia al cine		
	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Al menos una vez por semana	9,8	9,8
Dos o tres veces al mes	25,1	34,9
Una vez al mes	26,2	61,2
Cada dos meses	15,5	76,7
Alguna vez al año	18,6	95,3
Nunca	4,7	100,0
Total	100,0	

Aunque la encuesta realizada no lo preguntaba, de la tabla superior podemos inferir que los jóvenes universitarios andaluces superan ampliamente la media por habitante española de ir al cine (3,4 veces al año) pero no alcanza las 5 veces al año que acuden los jóvenes españoles en general (Fuente: Encuesta de hábitos y prácticas culturales en España 2002-2003). Si consideramos que un hábito cultural puede ser acudir, al menos una vez al mes al cine, el 61% de nuestros universitarios tienen ese hábito.

En este campo no aparece un hábito diferenciado por sexo aunque sí por grupos de edad: se detecta que el hábito de acudir al cine va disminuyendo a medida que aumenta la edad. Por universidades, los estudiantes de la UCA son los que dicen ir "al menos una vez por semana al cine" en mayor porcentaje (15,1 %) siendo los alumnos de la UAL (6,8 %) los que presentan un porcentaje menor.

Frecuencia de asistencia al cine según Universidad (% de Universidad)								
	Universidad							Total
	Sevilla	Cádiz	Huelva	Jaén	Córdoba	Granada	U.P.O	
Al menos una vez por semana	8,7%	15,1%	7,3%	9,5%	10,5%	12,2%	10,8%	10,6%
Dos o tres veces al mes	27,6%	25,1%	21,6%	24,8%	23,8%	28,4%	26,5%	25,4%
Una vez al mes	24,9%	28,6%	22,2%	22,6%	26,8%	24,9%	34,3%	26,4%
Cada dos meses	19,5%	10,3%	16,2%	16,8%	17,1%	13,5%	13,2%	15,2%
Alguna vez al año	16,5%	15,4%	23,2%	21,4%	18,8%	17,8%	13,5%	18,0%
Nunca	2,7%	5,4%	9,5%	4,9%	3,0%	3,2%	1,6%	4,3%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Según nacionalidades, el 42,7 % de nuestros jóvenes universitarios suele ver cine americano, el 33,4 % cine español y el 19,7 % cine europeo. Estas cifras suponen cambios significativos con respecto a la distribución del gusto de la población española en general con cifras mucho más inferiores en cuanto al cine no americano. En esta tendencia la variable sexo no tiene una importancia relevante aunque sí la edad. A menor edad mayor predilección por el cine americano, a mayor edad mayor inclinación por el cine europeo y el español en concreto. Geográficamente el cine americano tiene mayor éxito entre los universitarios de Andalucía Occidental y el cine europeo entre los universitarios de Andalucía Oriental.

Ante la oferta existente en Andalucía los universitarios andaluces dicen en un porcentaje del 66,7 % que "siempre o casi siempre" "encuentran las películas que quieren ver en la cartelera".

En cuanto a los lugares o soportes en los que ven las películas, los jóvenes universitarios andaluces han diversificado los mismos de forma acelerada tal y como se refleja en la siguiente tabla:

De cada 10 películas que ves ¿cuántas ves en...?	
	Media
Salas de cine	2,48
Video-club o TV	2,16
TV abierta	2,67
TV pago	,62
Ordenador	2,07
TOTAL	10,00

Como quiera que las universidades, desde sus programaciones cinematográficas, están tratando de complementar la tradicional y mayoritaria oferta de cine comercial americano de los grandes complejos cinematográficos con una oferta de cine, habitualmente de cine de otras nacionalidades y en versión original subtitulada, la asistencia a películas o proyecciones que realiza la universidad parece baja:

Asistencia a películas o proyecciones que realiza la Universidad		
	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Frecuentemente	2,2	2,2
Alguna vez	9,2	11,4
Rara vez	14,1	25,5
Nunca	68,6	94,1
No hay cine universitario	5,9	100,0
Total	100,0	

Si estos valores absolutos son comparados con los porcentajes de la población española que acceden a películas en versión original subtitulada, las cifras son más que alentadoras. Las universidades de Jaén, Granada y Cádiz (2,7% cada una) son las que cuentan con uso más frecuente de este tipo de programaciones. Además los jóvenes universitarios andaluces valoran la calidad de estas programaciones con un 6,65 y su variedad con un 6,19.

El hábito de escuchar música es quizás el hábito cultural más consolidado entre nuestros jóvenes universitarios: el 86,7 % de ellos escucha música todos o casi todos los días. Se trata de un hábito muy afianzado en ambos sexos y que va decreciendo a medida que la edad aumenta. A juicio del sociólogo Enrique Gil Calvo, "el ritual musical" es "la única práctica cultural a la que los jóvenes prestan considerable atención, dentro de su bulímico menú de compulsivos consumos audiovisuales" ya que les "permite organizar a corto y largo plazo el lapso de tiempo biográfico que dura el proceso de emancipación juvenil" y sincronizar "el ritmo vital de cada joven con el de sus demás coetáneos generacionales" (Gil, 2001: 127) .

En consonancia con "el carácter efímero de los soportes" esta encuesta ya recoge un cambio de tendencia significativo: el 32,3 % utiliza el lector de MP3 como el medio más frecuente para escuchar música. De hecho, este medio ya supera a la radio y a la televisión (29,8 %). Tan es así que el 63,5 % de los jóvenes universitarios andaluces disponen de lector de MP3 con la peculiaridad de que el uso está más extendido entre los hombres y, también, entre la cuña de edad más joven. Territorialmente, este soporte tan reciente -el lector de MP3- tiene una mayor presencia entre los jóvenes universitarios de la UCA (72,4 %) y una menor en los de la UCO (55,1 %).

Aunque en un mundo tan complejo y tan cambiante como el de la música las etiquetas no describen de forma exacta las tipologías musicales, los jóvenes universitarios andaluces escuchan principalmente pop. Preferentemente pop español (24,1%) e internacional (17 %). Dado que puede presentar un gran interés este apartado reproducimos a continuación un cuadro mucho más completo:

Tipo de música que suelen escuchar los/as universitarios/as de Andalucía (a)			
	Respuestas		Porcentaje de casos
	Nº	Porcentaje	
Jazz	270	3,4%	8,2%
Blues	176	2,2%	5,3%
Pop español	1927	24,1%	58,4%
Pop internacional	1360	17,0%	41,2%
Rock español	883	11,0%	26,7%
Rock internacional	758	9,5%	23,0%
Canción melódica (boleros, baladas)	410	5,1%	12,4%
Clásica	271	3,4%	8,2%
New age	82	1,0%	2,5%
Hip Hop	449	5,6%	13,6%
Heavy	210	2,6%	6,4%
Canción popular	114	1,4%	3,5%
Étnica	293	3,7%	8,9%
Música electrónica	305	3,8%	9,2%
Otras	496	6,2%	15,0%
Total	8004	100,0%	242,5%
(a) Respuesta Múltiple			

Lógicamente -por la eclosión del lector del MP3- el hábito de escuchar música, que siempre fue un hábito fundamentalmente individual, está cada vez más vinculado a las esferas de lo privado que a la de lo colectivo: casi un 60 % de nuestros jóvenes universitarios realiza este uso individual. Por ello, la asistencia a conciertos en vivo promovidos por el ámbito privado o público es bastante reducida: si consideramos como hábito la asistencia al menos a dos o tres conciertos al año, el 27,3 % de nuestros universitarios acude a conciertos de pop rock. Con un porcentaje de hábito del 10 % le sigue el flamenco y con ya porcentajes muy marginales el jazz, la música clásica y la ópera.

En este apartado la comparación con los jóvenes en general o con la población en general es complicada e inexacta ya que se utilizan indicadores y formas de medir diferentes en las grandes encuestas nacionales (CIS, Ministerio e INJUVE). Si extrapolamos algunas cifras sí observamos que los jóvenes universitarios andaluces confirman la tendencia de los jóvenes en general quizás con un leve matiz a la baja por la menor disponibilidad de tiempo.

En 1987, hace casi veinte años, a propósito de los hábitos culturales de los españoles, el sociólogo Alberto Moncada escribía: "Parece como si la música se hubiese transformado en un ruido de fondo de la subcultura juvenil. Los jóvenes hablan y estudian con música... Pero hasta aquí llega su musicalidad. Sólo un 6 % toca algún instrumento y apenas nadie canta" (Moncada, 1987: 16).

Tras el cine y la música, las dos industrias más asentadas en el ámbito de la cultura, nos intentaremos acercar a los hábitos relacionados con el teatro. Todos los estudios similares a éste valoran dos aspectos relacionados con este hábito: primero el interés y luego la asistencia a representaciones teatrales. En relación con el interés por el teatro (concepto que curiosamente no se utiliza en otros hábitos más asentados) la siguiente tabla puede ser bastante ilustrativa:

Interés por el Teatro según Sexo (% de Sexo)				
		Sexo		Total
		Varón	Mujer	
Interés por el Teatro	Muy bajo	30,9%	15,2%	22,3%
	Bajo	22,2%	16,7%	19,2%
	Medio	24,4%	31,3%	28,2%
	Alto	14,5%	21,8%	18,5%
	Muy alto	8,0%	15,0%	11,9%
Total		100,0%	100,0%	100,0%

Si comparamos estos datos con la Encuesta de hábitos y prácticas culturales en España 2002-2003 detectamos que los datos de los jóvenes universitarios andaluces se equiparan más con los de la cuña de edad de 20 a 24 años de la Encuesta que con los encuadrados en el nivel de estudios de "enseñanza universitaria". En el caso español de la Encuesta de hábitos... el 60,5 % de los que cuentan con un título universitario tienen un interés alto o muy alto por el teatro. En este sentido parece que, en el caso andaluz, la variable universitaria en relación con el interés por el teatro no genera un aumento de los hábitos. En función de la tabla superior sí podemos destacar el mayor interés de las mujeres por el teatro y cómo a medida que aumenta la edad de nuestros universitarios este interés se amplía.

La asistencia a obras de teatro por parte de nuestros jóvenes universitarios se refleja en la siguiente tabla:

Frecuencia de asistencia a obras de Teatro según Sexo (% de Sexo)				
		Sexo		Total
		Varón	Mujer	
Frecuencia de asistencia a obras de Teatro	Frecuentemente	1,9%	1,6%	1,8%
	Varias veces al año	5,4%	8,1%	6,9%
	Dos o tres veces al año	12,2%	14,2%	13,3%
	Una vez al año	11,3%	15,8%	13,7%
	Con menor frecuencia	11,4%	13,6%	12,6%
	Casi nunca/Nunca	56,1%	45,0%	50,0%
	Ns/Nc	1,7%	1,8%	1,7%
Total		100,0%	100,0%	100,0%

En el caso de la frecuencia de asistencia a obras de teatro, el hábito de los universitarios andaluces es muy similar al de los españoles que se encuentran en el grupo de edad de 20 a 24 años (el 8,2 acude frecuentemente o varias veces al año a ver una obra de teatro). El sexo y la edad en este apartado son cruciales para que el hábito crezca (mujer y más edad) o disminuya. Territorialmente, son los universitarios de Granada, Sevilla y Córdoba los que tienen el hábito más consolidado aunque las diferencias porcentuales con otras universidades no son extremadamente sensibles.

4. EL USO DEL ORDENADOR Y DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS

En la era de la información, como no podría ser de otra manera, entre los jóvenes universitarios/as andaluces el uso del ordenador y de las nuevas tecnologías como el acceso al Internet, está bastante extendido. En concreto, el 99% de los universitarios utiliza habitualmente Internet.

Este amplio uso del Internet por los universitarios/as se enmarca en una alta disponibilidad de ordenador personal en

casa de tal forma que el 90% de los jóvenes universitarios tiene un ordenador en el hogar donde vive durante el curso. Fundamentalmente, el uso que realizan de éste es personal (56%) y en menor medida compartido con otros familiares (38%) o con compañeros (5%). La mayoría de los jóvenes universitarios que disponen de ordenador en casa, tiene también acceso a Internet: en concreto, el 64% de los mismos. El tipo de servicio más contratado es el de tarifa plana con banda ancha, seguido de la tarifa plana solamente, sin banda ancha.

Principalmente los lugares desde donde acceden los estudiantes a Internet son desde sus casas (65%) y la universidad (51%), como tercera vía para acceder a Internet utiliza la casa de familiares y/o amigos, con un porcentaje del 15%. El cuarto y quinto lugar lo ocupan el acceso desde los ciber-cafés (9%) y la biblioteca pública (8%).

Pero qué usos realizan los jóvenes universitarios/as de Internet, en este sentido, destaca la variedad de finalidades con la que éste es utilizado. No obstante, entre las aplicaciones más frecuentes se encuentran por orden de importancia: el correo electrónico (75%), estudiar, apuntes, informes, documentación, etc.), (63%), chats o messengers (61%) y bajar música o películas (50%). De esta forma, Internet constituye, entre otras aplicaciones como las de comunicación y entretenimiento, una herramienta de importante utilidad para el estudio y preparación de las materias académicas por parte de los estudiantes. Hombres y mujeres difieren en algunos apartados en el uso que realizan de Internet, a favor de ellos destaca la lectura de prensa, 36% frente a 10%, bajar música o películas, 55% frente al 46% de ellas, sexo 12% varones y 1% mujeres, y vídeos-audiovisuales 17% de ellos frente al 9% de ellas utilizan Internet con esa finalidad, y por último juegos en red, 15% de varones frente al 5% de mujeres.

En cuanto a los aspectos en los que las universitarias hacen mayor uso que sus compañeros sobresaltan los siguientes: estudiar 68% de ellas lo utilizan con este objetivo frente al 57% de ellos y búsqueda de empleo, 21% frente al 16%.

De los datos, a grandes rasgos se puede afirmar que los usos que las jóvenes universitarias realizan de Internet tienen un carácter más laboral y académico que el de los jóvenes universitarios, más enfocado al entretenimiento.

Usos que realizan de Internet según el género (a)

	Porcentaje		Total
	Varones	Mujeres	
Leer prensa	35,9%	9,8%	21,6%
Bajar música o películas	55,5%	45,7%	50,1%
Sexo	12,1%	1,0%	6,0%
Libros o apuntes	36,5%	39,9%	38,3%
Vacaciones / Viajes	14,4%	18,0%	16,4%
Chats o messengers	58,0%	62,8%	60,6%
Información TV / Tiempo	13,2%	8,0%	10,3%
Correo electrónico	73,6%	75,4%	74,6%
Comprar entradas	7,4%	6,3%	6,8%
Estudiar (apuntes, informes, documentación)	57,4%	67,7%	63,0%
Fotografía	14,7%	12,9%	13,7%
Vídeos, audiovisuales	17,4%	9,2%	12,9%
Zapping, entretenimiento	11,3%	7,8%	9,4%
Juegos en red	14,6%	5,3%	9,5%
Búsqueda de empleo	15,7%	21,1%	18,7%
Localización de direcciones o teléfonos	10,1%	9,5%	9,8%
Otros	4,0%	2,6%	3,2%
Ns/Nc	0,9%	,6%	,8%

(a) Respuesta Múltiple

Prácticamente la totalidad de los estudiantes de las universidades andaluzas (el 99,2%) disponen de un teléfono móvil. Su uso es generalizado en los dos sexos, en todos los grupos de edad y universidades, sin que se registren diferencias significativas. El teléfono móvil es utilizado por la inmensa mayoría de estudiantes tanto para el envío como para la recepción de llamadas (97%). El segundo uso más importante es el del intercambio de mensajes (92%). Menos frecuentes son las aplicaciones del teléfono móvil para realizar fotos (32%), descargar melodías/tonos (7%) o logos/imágenes (4%).

Por lo que se refiere al coste del teléfono al mes, se sitúa en torno a los 25 € mensuales, sin que existan diferencias significativas entre varones y mujeres. Según los estratos establecidos de consumo, el 56% de los estudiantes gasta entre 12 y 30 € al mes, frente al 24% y 20% con un gasto inferior y superior a estas cantidades, respectivamente.

El pago de la factura telefónica es asumido en el 52% de los casos por el propio usuario, mientras que en el 39% corre a cargo de los familiares u otras personas. Menos frecuente es que el pago sea compartido a medias con los familiares (8%) o que lo paguen otras personas (0,9%).

Comparativamente, es importante confirmar que no existe "brecha digital" en los jóvenes universitarios andaluces.

5. IDEOLOGÍA POLÍTICA Y ASOCIACIONISMO

En este apartado nos centraremos en el análisis de la ideología y el interés por el asociacionismo de los jóvenes universitarios/as.

Respecto a la ideología que presentan los estudiantes de las universidades andaluzas se sitúan en las posiciones moderadas del centro-izquierda. En la escala ideológica del 1 al 7, en la que el 1 significa la extrema izquierda y el 7 la extrema derecha, los jóvenes universitarios se atribuyen una posición media de 3,57 puntos, con una desviación típica de 1,31 puntos. Si agrupamos las puntuaciones que representan en la izquierda (1, 2, 3 de la escala), casi la mitad de estudiantes (el 48,5%) se ubica en el lado izquierdo del espectro ideológico, frente al 23% que se coloca en las posiciones de la derecha (5, 6 y 7), mientras que el 28,5% se identifica con la posición de centro (4). Es preciso señalar que en ambos lados de la escala ideológica, las posiciones extremistas son poco frecuentes de tal forma que la extrema izquierda y la extrema derecha representan respectivamente en torno al 4% y del 1% de los estudiantes.

Por género y grupos de edad no se observan diferencias significativas en la ideología de los estudiantes. Por el contrario, entre universidades se aprecian leves diferencias, las universidades de Jaén y Granada presentan una posición ideológica diferenciada hacia la izquierda de la media, y en sentido contrario se sitúan las universidades de Málaga, Córdoba, Almería y la UPO. No obstante, los universitarios de todas las universidades se posicionan en términos medios en el lado izquierdo de la escala ideológica.

Situación ideológica		
Universidad	Media	Desv. típ.
Sevilla	3,41	1,292(a)
Cádiz	3,52	1,284
Huelva	3,44	1,518
Jaén	3,31	1,299
Córdoba	3,80	1,144
Málaga	3,81	1,289
Granada	3,37	1,303
Almería	3,79	1,236
UPO	3,70	1,344
Total	3,57	1,319
(a) Extrema izquierda 1, extrema derecha 7		

Como es pauta habitual en el conjunto de la población andaluza y española, y concretamente entre los jóvenes, la participación civil a través de asociaciones es escasa. Así, los datos confirman lo expuesto anteriormente, el 66% de los jóvenes universitarios no pertenece a ninguna asociación. En términos medios, los varones con un porcentaje del 41% son más asociativos que las mujeres (28%). Por el contrario, la edad no representa un factor significativo en el grado de asociacionismo.

Sin embargo se detectan diferencias en el grado de asociacionismo si atendemos a la universidad en la que los/as jóvenes desarrollan sus estudios, así los porcentajes más bajos en cuanto a asociacionismo se refiere se dan en las universidades de Jaén (27%), Cádiz (27%) y Almería (30%), en sentido positivo en cuanto que los estudiantes de estas universidades tienden en mayor medida a asociarse se sitúan los universitarios/as de Córdoba (54%) y la UPO (40%).

¿Pertenece actualmente a alguna asociación? según Universidad (% de Universidad)										
	Universidad									Total
	Sevilla	Cádiz	Huelva	Jaén	Córdoba	Málaga	Granada	Almería	UPO	
Sí	31,9%	26,8%	30,3%	25,9%	54,1%	34,9%	33,2%	29,7%	39,7%	34,1%
No	68,1%	73,2%	69,7%	74,1%	45,9%	65,1%	66,8%	70,3%	60,3%	65,9%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

¿Podrías decirme si perteneces, has pertenecido o nunca has pertenecido a alguna de las siguientes asociaciones....?			
	Pertenece actualmente	Ha pertenecido	Nunca ha pertenecido
Deportiva	12,1%	25,4%	62,5%
Religiosa	6,1%	11,3%	82,7%
Recreativa, peña, club social	6,4%	8,3%	85,3%
Musical	4,7%	8,4%	86,8%
Excursionista	2,0%	7,4%	90,6%
Benéfica, asistencial	4,1%	5,5%	90,4%
AAVV o consumidores	1,6%	1,8%	96,6%
Defensa y ayuda a inmigrantes	1,0%	1,5%	97,5%
Defensa de derechos humanos, pacifista	1,4%	1,3%	97,3%
Ecologista	2,3%	3,3%	94,4%
Asociación o colegio profesional	1,5%	2,2%	96,3%
Estudiantil	5,2%	7,8%	87,0%
Partido u organización política	3,5%	1,6%	94,9%
Sindical	1,6%	,7%	97,7%
Feminista	,4%	,4%	99,3%
Ayuda Tercer Mundo	3,2%	2,9%	93,9%
Atención a pobres, ancianos, prostitutas	1,7%	2,6%	95,7%
Movimientos antiglobalización	,5%	,8%	98,7%
Otras	2,7%	2,7%	94,6%

Las principales asociaciones que registran una mayor participación por parte de los jóvenes, por orden, son las siguientes: las deportivas (12%), las recreativas (6,4%), las religiosas (6%) y las estudiantiles (5%), si bien es reducido el número de estudiantes que declara pertenecer a alguna de ellas.

Es relevante destacar la minoría de jóvenes (5%) que pertenecen a asociaciones estudiantiles, a través de las cuales los jóvenes pueden reivindicar derechos universitarios y organizar acciones colectivas organizadas en el ámbito universitario. Igualmente se producen muy bajos porcentajes de participación a nivel político (3,5%) y sindical (1,6%) de los jóvenes universitarios andaluces.

Finalmente, es preciso señalar la escasa participación de los universitarios en asociaciones de carácter humanitario que asumen la defensa de los derechos de ciertos colectivos como las benéficas, de ayuda a los inmigrantes, al tercer mundo etc. En conclusión, se puede afirmar que el bajo nivel de asociacionismo de los jóvenes universitarios de Andalucía se produce en todo tipo de asociaciones, ya tengan un fin social, cultural, político, profesionales o simplemente de entretenimiento.

6. OCIO

La palabra ocio, en este caso, bien podría ser sustituida por las palabras tiempo libre, diversión, deporte o juego. Para el filósofo José Luis López Aranguren el "ocio", en un sentido etimológico e histórico, era una ocupación fundamental absolutamente excluyente del "negocio" y que, hoy día, podría equipararse bien al llamado "trabajo intelectual" (Aranguren, 1961: 117). El mismo Aranguren recoge una frase de *El Capital* de Karl Marx que nos pudiera parecer apócrifa: "el reino de la libertad sólo empieza donde y cuando las penalidades del trabajo material han terminado ya".

Los jóvenes universitarios andaluces disponen o tienen la sensación de disponer de menor tiempo de ocio y diversión que sus coetáneos los jóvenes españoles. La siguiente tabla desgrana por sexos (el sexo femenino dispone de menos tiempo libre que el masculino) los rangos de tiempo de los que disponen nuestros jóvenes universitarios.

Nº de horas libres a la semana para ocio y diversión según Sexo (% de Sexo)				
		Sexo		Total
		Varón	Mujer	
Nº de horas libres a la semana para ocio y diversión	Menos de 10 horas	9,1%	13,8%	11,7%
	Entre 10-19 horas	22,7%	23,8%	23,3%
	Entre 20-29 horas	20,9%	21,0%	21,0%
	Entre 30-39 horas	13,1%	8,8%	10,8%
	Más de 39 horas	9,4%	5,8%	7,4%
	Ns/Nc	24,8%	26,8%	25,9%
Total		100,0%	100,0%	100,0%

Mientras que los universitarios andaluces que disponen de más de 39 horas de ocio semanales son un 7,4 %, el IJE 2004 destaca que el 22,3 % de los jóvenes españoles disponen de este amplísimo tiempo de ocio o diversión. En el resto de períodos de tiempo libre, la comparativa entre ambas fuentes nos confirma que el hecho de ser universitario reduce el tiempo de ocio disponible. Sociológicamente, este dato puede abrir múltiples interpretaciones sobre las posibilidades de mayores hábitos y usos culturales cuando el tiempo real y percibido para ellas es escaso.

En este tiempo de ocio nuestros jóvenes universitarios se dedican, fundamentalmente, a cuatro actividades: dos con un carácter muy absorbente como son ver la televisión (el 71,4 % lo hacen todos o casi todos los días) o usar el ordenador (67,1 %) y dos con carácter más complementario como son estar con amigos (27,7 %) o descansar (27,9 %). Estas cifras, aunque con indicadores diferentes, se alinean muy bien con las aportadas para los jóvenes españoles en el Adelanto 2006 del Estudio INJUVE sobre Calidad de Vida.

Si nos centramos en el fin de semana, la actividad que irrumpe con mayor impacto es la del botellón: un 42,9 % de nuestros jóvenes universitarios hace botellón en el fin de semana. Estadísticamente esta actividad de ocio no es reseñable en días entre semana. El botellón es una actividad muy equilibrada por el rango sexo, muy centrada en los tramos de edad más jóvenes de nuestros universitarios y con un arco territorial que va del 57,8 % de los jóvenes de la UHU que hacen botellón durante el fin de semana hasta el 27,3 % de los jóvenes de la UAL.

Dentro de este apartado de tiempo libre o de ocio se preguntó también a los jóvenes universitarios andaluces por el recuerdo que tenían de haber realizado algunas otras actividades que de una u otra forma entran en el terreno de lo cultural. El resultado aparece reflejado en la siguiente tabla:

Alguna vez o en el último año ...				
		Nunca	Alguna vez	En el último año
Ha visitado un monumento histórico	%	3,8%	37,6%	58,6%
Ha visitado un parque natural	%	7,5%	48,9%	43,6%
Ha visitado una exposición de arte	%	14,1%	48,5%	37,4%
Ha asistido a una feria del libro	%	8,4%	39,8%	51,8%
Ha visitado una feria de artesanía	%	23,8%	37,0%	39,2%
Ha visitado un museo de Bellas Artes	%	30,4%	48,3%	21,3%
Ha viajado al extranjero	%	28,2%	40,5%	31,3%
Ha acudido a una feria comercial	%	32,0%	42,9%	25,1%
Ha asistido a una conferencia	%	10,3%	34,9%	54,8%
Ha visitado un zoológico	%	16,0%	72,9%	11,1%
Ha visto o escuchado un programa cultural en TV o radio	%	6,6%	25,3%	68,0%

En este apartado sigue llamando la atención cómo las visitas a museos casi no aparece en las agendas de los jóvenes universitarios. Por sexos los datos son muy similares salvo en el asunto de las ferias del libro en el que el recuerdo de la visita es mucho mayor entre las mujeres.

En relación con la práctica del deporte los jóvenes universitarios andaluces son absolutamente equiparables a los jóvenes españoles: el 51,6 % de los universitarios andaluces practica algún tipo de deporte frente al 52,6 % de los jóvenes españoles (dato extraído del Informe de Juventud en España 2004). Como en algún caso anterior volvemos a corroborar que, en la práctica deportiva, el hecho de que una persona pase por la universidad no hace que ésta aumente esa práctica con lo que se constata una generalización de las prácticas de ocio más sedentarias. Tras el "rey fútbol" (15 %) y su derivado el fútbol sala (12,4 %), los deportes más practicados son la natación (8,5 %) y el baloncesto (7 %). Junto a ellos emerge con gran fuerza el gimnasio con un 12,6 % de practicantes.

Sólo el 37,7 % de nuestros jóvenes universitarios asisten a competiciones deportivas, siendo el fútbol la competición con mayor presencia de universitarios (el 41,9 %) y el baloncesto (11,6 %), seguida a gran distancia por deportes más minoritarios como el balonmano, el voleibol, etc.

7. GASTO CULTURAL, OFERTA Y DEMANDA

Como refleja la tabla el factor edad sólo tiene un carácter determinante en la franja de gasto más alta. Territorialmente son los universitarios de la UGR los que tienen los porcentajes de gasto más alto en cultura de los andaluces (el 20,5 % gasta entre 31 y 60 € y el 11,4 % más de 60 €).

En general, incluso en los rangos de gasto más bajos, los jóvenes universitarios andaluces superan ampliamente el gasto medio de un español en el año 2000 que fue de 171 € al año (Fuente: Encuesta de hábitos y prácticas culturales en España 2002-2003).

Los jóvenes universitarios andaluces, en la cuestión de demandas culturales, tiene como principal deseo el de hacer cine (37,8 %), hacer música (30,7 %) y escribir libros (29,5 %). En el último año reconocen haber realizado teatro un 19,4 % de ellos (esta cifra no casa bien con los hábitos teatrales por lo que intuimos que se expresa más un deseo que una realización), un 16,5 % algún tipo de actividad musical y un 13,3 % reconoce haber realizado una actividad artística relacionada con la pintura.

Los jóvenes universitarios andaluces valoran la oferta realizada en materia cultural por sus universidades con un 4,99. Si comparamos con otro tipo de estudios que han valorado, por ejemplo, las ofertas culturales municipales el resultado es bastante superior en el caso de las universidades. El desglose de esta valoración es el siguiente aunque debemos adver-

tir que la desviación típica (la medida de la dispersión de la distribución de valores alrededor de su esperanza matemática) es alta (1,978).

Gasto aproximado al mes en cultura según Grupos de edad (% de Grupos de edad)						
		Grupos de edad				Total
		18-21 años	22-24 años	25-27 años	28-30 años	
Gasto aproximado al mes en cultura	0 €	6,5%	4,8%	3,2%	4,2%	5,3%
	Entre 1 € y 12 €	31,3%	25,2%	23,7%	24,7%	27,8%
	Entre 13 € y 30 €	40,8%	42,4%	40,9%	38,1%	41,1%
	Entre 31 € y 60 €	14,1%	17,9%	22,9%	18,4%	16,9%
	Más de 60 €	4,1%	6,3%	6,3%	12,1%	5,7%
	Ns/Nc	3,2%	3,4%	3,0%	2,5%	3,2%
Total		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

U. de Granada	5,95
U. Pablo de Olavide	5,85
U. de Cádiz ²	5,37
U. de Jaén	5,19
U. de Sevilla	5,03
U. de Huelva	4,89
U. de Córdoba	4,58
U. de Almería	4,42
U. de Málaga	4,4

En consonancia con ello, un 36,2 % asiste alguna vez a estas programaciones y un 31,4 % no asiste nunca. La asistencia frecuente a las actividades culturales de las universidades se produce sobre todo en Córdoba (6,8 %), Granada (5,1 %) y Cádiz y Sevilla (4,9 % ambas).

COLOFÓN

A nuestro juicio se hace necesario repetir, periódicamente -quizás cada dos años-, este mismo estudio para poder establecer una foto dinámica de los cambios que se generan en este sector de la población joven y universitaria así como para facilitar al mundo de la investigación universitaria un material de primera mano (junto a este primer estudio se edita un cd así como una web con las bases de datos, estadísticas completas, surgidas del trabajo de campo) que pudiera facilitar en gran manera la aparición de estudios más completos o de estudios parciales sobre este colectivo.

Por último no nos resistimos a añadir una reflexión última: este Estudio ha constatado que los jóvenes universitarios andaluces carecen de un tiempo libre similar al del resto de jóvenes y ciudadanos en general, por lo que parece casi imprescindible que lo cultural deba dejar de ser una actividad sólo vocacional para integrarse en la agenda curricular de nuestros estudiantes. Así el modelo norteamericano universitario que integra todas estas actividades artísticas en el itinerario del estudiante podría ser un buen patrón a estudiar para nuestros universitarios. Difícilmente, si no se llegara a hacer esta integración de lo cultural y artístico en el currículum universitario, la tan siempre mencionada por todos "formación integral de nuestros estudiantes" podría alcanzarse.

1. Tomado de: Aznárez, J.J: "La generación más libre". En: El País, 3 de abril de 2006, página 14.

2. La valoración de la oferta fue solicitada a los alumnos de la UCA en el cuestionario general y en un específico complementario que se realizó al mismo tiempo. Se toma el dato de esta segunda fuente por tener un mayor número de respuestas.