

Universidad de Sevilla



Estudio cualitativo de demandas y motivaciones culturales de los estudiantes de la Universidad de Sevilla

*Clementina Rodríguez Legido y Pedro Malpica Soto. Departamento de Sociología.
Universidad de Sevilla*

INTRODUCCIÓN

Este estudio, de carácter cualitativo, es continuación y complemento de otros cuatro realizados en los últimos cinco años en el ámbito de las universidades públicas andaluzas. Todos ellos se encuadran dentro del *Proyecto Atalaya*, un observatorio cultural que ofrece información sobre los usos, hábitos y demandas de los colectivos que integran la institución universitaria y su entorno: estudiantes, profesores, PAS (Personal de Administración y Servicios) y población con campus.

Los cuatro anteriores, ya publicados, se realizaron con la técnica de encuesta para la recogida de la información y el análisis estadístico para la descripción y explicación de los resultados. Al concluir este proceso cuantitativo se vio la necesidad de profundizar en uno de los aspectos más relevantes de los usos y hábitos culturales: la motivación; para ello se abordó este estudio con una perspectiva cualitativa que aportara mayor profundidad y matices en la información. Si conocer las motivaciones hacia la cultura podía ser interesante en todos los colectivos, adquiriría especial relevancia en el de los estudiantes; ellos son futuros profesionales con alto grado de cualificación y en consecuencia con gran proyección social. Por ese motivo este estudio se ha centrado en ellos.

Para el diseño de la muestra se seccionaron cuatro grupos de discusión. Una primera clasificación se realizó entre aquellos estudiantes que se consideran usuarios de actividades culturales organizadas por la Universidad de Sevilla (Usuarios) y los que no lo son (No usuarios). Dentro de cada uno de estos grupos se eligieron otros dos, en función del tipo de estudios que realizaban: estudiantes de Ciencias y estudiantes de Letras. El número de componentes de cada grupo fue de 7 (4 mujeres y 3 varones en unos casos y al contrario en otros). Los grupos de discusión se desarrollaron en el curso académico 2009-2010.

Antes de empezar a analizar los contenidos de los grupos, hemos considerado de interés hacer una breve reflexión sobre el concepto sociológico de cultura y la aplicación que, de ese término, se hace en la sociedad actual.

El concepto sociológico de cultura se refiere a las formas de vida de una sociedad, es decir a los símbolos, el lenguaje, los valores, las creencias, las actitudes y los objetos materiales que la configuran. Esta definición incluye los modos de pensar, de creer, de actuar, de relacionarse con otros y con el mundo exterior; como señala Geertz Clifford “[teniendo en cuenta la complejidad de este término] el análisis de la cultura no puede hacerse al modo de las ciencias experimentales, buscando leyes que luego se puedan contrastar empíricamente. Analizar una cultura significa interpretarla, descubrir sus significados”¹.

Sin embargo, la evolución del término “cultura” ha adquirido cierto grado de polisemia a lo largo de la historia², de tal manera que en diferentes contextos y etapas históricas ha podido tener significados asimilables a los conceptos de “instrucción”, “razón”, “progreso”, “civilización” o “idiosincrasia nacional”.

Hoy en día, aún mantiene una marcada ambigüedad, y mientras que su significado científico se ha sedimentado sobre la idea de las específicas formas de vida y comportamientos en las distintas sociedades, en el ámbito cotidiano y popular, “cultura” se refiere a los aspectos más elevados de la mente (arte, música, literatura,...).

La definición elaborada por la Unesco en el año 1982, es un ejemplo de confluencia de las dos vertientes del término; consigue acercar las dos perspectivas en una sencilla y bella descripción: “...la cultura da al hombre la capacidad de reflexionar sobre sí mismo. Es ella la que hace de nosotros seres específicamente humanos, racionales, críticos y éticamente comprometidos. A través de ella discernimos los valores y efectuamos opciones. A través de ella el hombre se expresa, toma conciencia de sí mismo, se reconoce como un proyecto inacabado, pone en cuestión sus propias realizaciones, busca incansablemente nuevas significaciones, y crea obras que lo trascienden”³.

¹ Geertz, C. (1995): *The interpretation of cultures*. Hutchinson, London. (Citado por Macionis, JJ, Plummer, K. (2007): *Sociología*. Prentice Hall, Madrid.

² Cucho, D. (1999): *La noción de cultura en las ciencias sociales*. Nueva Visión, Buenos Aires.

³ UNESCO (1982): *Declaración de México sobre las políticas culturales*. <http://portal.unesco.org>

1. PERCEPCIÓN DE “CULTURA” Y DE LA OFERTA CULTURAL

Cuando los alumnos se acercan a la palabra cultura, mayoritariamente lo hacen asociándolo a actividades consideradas popularmente como “culturales”; es decir, cine, música, teatro, danza, museos, conferencias, libros, etc. De manera minoritaria, algunos la enfocan desde una perspectiva más sociológica y señalan términos como folklore, iglesia, leyes, política, idiomas, y los más festivos añaden, la Feria, la Semana Santa e incluso, “Sevilla”. Como puede observarse, en esta ciudad existe un sentimiento profundo de identidad cultural.

Este mapa es dibujado con el conjunto de estudiantes que han formado parte de este estudio; es decir, con aquéllos que participan en alguna de las actividades culturales organizadas por la Universidad de Sevilla (Usuarios) y los que no participan (No usuarios). Sin embargo, es interesante destacar las diferencias encontradas según estudien “Letras” o “Ciencias”. Dentro de los “Usuarios”, los de “Letras”, tienen mayor consciencia de los aspectos sociológicos del término y en consecuencia lo asocian, en mayor medida, con una forma de vida que produce identidad. Se podría pensar que esto ocurre porque, presumiblemente, han recibido mayor formación en ciencias sociales.

Sin embargo, habría que ser cautos en la interpretación de este hecho, ya que en el caso de los estudiantes “No usuarios”, son los de “Ciencias” los que señalan más términos vinculados a la concepción social de la cultura. Así que, en principio, se puede concluir que ser estudiante de “Letras” o de “Ciencias” es independiente de la concepción de la cultura.

La oferta cultural de la Universidad de Sevilla la asocian, fundamentalmente, a actividades como el deporte, la música, el teatro, las exposiciones, el flamenco, las conferencias...; también la califican con términos interesantes como variedad, escasez, orientación, diferencia, juvenil, interesante, ayuda, interés, aburrimiento... Y por último, destacar otro aspecto aparentemente ajeno a la actividad cultural como es la concesión de “créditos” académicos por la asistencia a estas actividades. Curiosamente este aspecto ha sido uno de los más reiterados en los cuatro grupos realizados, como se verá más adelante.

2. CONOCIMIENTO DE LA OFERTA CULTURAL

Por regla general, los alumnos se sienten desinformados respecto a la oferta cultural universitaria y tildan de inadecuados a los mecanismos de difusión. Incluso los asistentes se quejan de la dificultad o falta de idoneidad que caracterizan las formas en que se publicitan las actividades; el mayor desconocimiento, como era de esperar, es más común en los no participantes:

Yo lo que pienso de las actividades culturales es que tampoco... bueno, a lo mejor es en mi escuela, que tampoco se participa demasiado, ni se sabe mucho de ellas, no hay mucha información con respecto a las actividades culturales. Entonces muchas veces hay cosas, pero no nos enteramos.

(NO USUARIO, CIENCIAS)

Los alumnos que no participan en las actividades, tan sólo muestran un conocimiento general sobre ellas; citan el cine, el teatro y el baile, sin concretar nada sobre ninguna. Por el contrario, los alumnos calificados como usuarios conocen muchas de las actividades ofertadas, entre las que destacan las siguientes:



2.1. RESPONSABLES DE LAS ACTIVIDADES CULTURALES

Los alumnos perciben que las actividades culturales de la Universidad de Sevilla están organizadas fundamentalmente por los profesores y el alumnado; este último, suele aparecer vinculado a las organizaciones estudiantiles como la “Delegación de Estudiantes” u otras asociaciones de alumnos. A veces, se especifican ámbitos particulares de actuación como las “delegaciones” de cada centro.

Yo creo que la Delegación de Alumnos también pone en marcha todo este tipo de iniciativas.

(USUARIO, CIENCIAS)

La Delegación de Estudiantes, ellos también miran qué cosas les gusta, y por eso proponen esas actividades culturales.

(NO USUARIO, CIENCIAS)

Es destacable, en bastantes de sus intervenciones, que los estudiantes identifican el CICUS (Centro de Iniciativas Culturales de la Universidad de Sevilla) con cultura, más concretamente como el organizador de las actividades culturales. En algunos casos señalan a la Universidad como un “todo” responsable de la cultura y su difusión.

También se alude a ciertos organismos colaboradores que suelen participar en la organización de actividades, como las asociaciones que están integradas en la Red Asociativa Universitaria; un ejemplo, citado en repetidas ocasiones por el grupo de los que sí participan, es la “Asociación Cultural Corchea 69”, la destacan por su eficacia en la difusión de la programación. Aún así, las alusiones a las asociaciones denotan menor conocimiento que al nombrar a otros organizadores como profesores, alumnos o el propio CICUS.

[La organización de actividades obtiene respaldo] por asociaciones... en la Universidad hay asociaciones, ¿no?, y ellos son los que promueven las actividades y hablan con... No sé con quién tenga que hablar de la Universidad... Y alquilan aulas o sitios para hacerlas, cogen fechas...

(USUARIO, CIENCIAS)

Cuando citan a organismos colaboradores se refieren a entidades externas y generalmente de carácter público como la Junta de Andalucía o la Diputación Provincial. A veces, también señalan a empresas que participan en alguna actividad cultural relacionada con el turismo como, por ejemplo, las agencias de viajes.

Bueno, en Turismo lo organiza muchas veces las empresas, hostelería, agencias de viajes, grupos empresariales.

(USUARIO, LETRAS)

Los grupos de discusión no se limitan a nombrar a los profesores y a los alumnos como responsables de la organización de actividades, sino que se extienden suficientemente para caracterizar su labor. Los profesores, como organizadores (u otras más raras alusiones a “los departamentos”), suelen aparecer relacionados con las actividades académicas y de extensión universitaria, tales como conferencias, cursos, debates, actividades de investigación...

Yo creo que los profesores organizan, por ejemplo, en mi facultad la Jornada de Fisioterapia para investigar sobre anatomía, para que vayan los alumnos investigando...

(USUARIO, CIENCIAS)

Lo organizan con los departamentos los profesores.

(NO USUARIO, LETRAS)

Más allá de los espacios organizados y órganos de representación estudiantil, tales como la Delegación de Alumnos, los participantes de nuestra muestra, suelen ser con frecuencia, muy críticos consigo mismos al evaluar su capacidad de iniciativa, describiendo su actitud generalizada como abúlica o poco participativa. Señalan como ejemplo el caso de la disolución de una compañía de teatro universitario de una de las facultades de esta Universidad, debido a la escasez de participantes. Si bien, al mismo tiempo, indican excepciones que muestran lo contrario; en este caso ponen de ejemplo al exitoso grupo de magia que se constituyó en una facultad por la iniciativa espontánea de algunos alumnos aficionados. Ahondaremos en la visión crítica de la actitud del alumnado más adelante, al tratar aspectos relacionados con la asistencia a las actividades culturales.

Las respuestas de los alumnos a las preguntas sobre quién decide qué actividades han de incluirse en la programación cultural universitaria suelen denotar cierta duda o indefinición; pareciera que se aventuran, más a suponer la autoría que

a contestar con conocimiento de causa. Algunas intervenciones apuntan a que las actividades culturales se programan según la preferencia de quienes toman la iniciativa de organizarlas. A veces perciben que el motor que pone en marcha la programación cultural es “la costumbre”; esto ocurre especialmente cuando observan que ésta sigue unos patrones previamente establecidos.

También se alude al enfoque publicitario o mercadotécnico de ciertas decisiones en la programación. En diversas ocasiones se critica el interés económico de algunas actividades programadas y caracterizadas por su elevado precio; se refieren, en especial, a aquéllas que otorgan créditos y que reciben apelativos poco amables como “sacadineros” o “pagamos dos veces”. Esta visión constituye una censura a lo que consideran una práctica deliberada de abuso, aprovechando la necesidad del alumno a asistir a Cursos de Libre Configuración; estas críticas son especialmente comunes entre los estudiantes de “Letras”. Los alumnos de “Ciencias” suelen hacer más énfasis en la demanda del alumnado como criterio para la elección de uno u otro tipo de actividades, preparando las que resulten más útiles, interesantes o motivadoras para ellos.

De forma difusa señalan que “deberían organizarse actividades”, aunque no especifican ni la forma ni quién debe canalizarlas. En cualquier caso, sí se aboga por la puesta en marcha de foros, encuestas o mecanismos participativos para la inclusión de propuestas de los alumnos a la hora de diseñar la programación cultural.

2.2. VÍAS DE INFORMACIÓN SOBRE LA AGENDA CULTURAL

La vía más eficaz de difusión de las actividades culturales —y de otras muchas informaciones de importancia en la vida universitaria— sigue siendo el “boca-a-boca”. Los participantes en los grupos de discusión suelen referirse, con mucha frecuencia, a que un amigo o amiga les comentó la celebración de determinada actividad cultural. Y al parecer, en este tipo de casos, no se trata tan sólo de una mera transmisión de información, sino de una recomendación que anima o incentiva la asistencia, en mayor medida que otras formas de publicidad, como por ejemplo, la cartelería. Así al menos parece desprenderse de la manera en que, dentro de estos grupos, se narran los casos que muestran mayor entusiasmo o fiabilidad; en estos casos siempre ha habido una recomendación “directa”.

Este tipo de difusión suele, por lo tanto, garantizar un correcto y eficaz conocimiento de la convocatoria de la actividad, no sólo en los casos informales, sino también en los más sistematizados y planificados; en ambos, se mantiene el carácter personal, que además de informar, “te anima a asistir”. En el caso de los alumnos que están implicados en la organización de algún evento, los anuncios suelen llevarlos a cabo, “aula por aula”. Cuando la difusión la realizan los profesores, suele ser, bien porque ellos participen en la organización, o bien porque consideran la convocatoria de interés para los alumnos.

Hay veces que los propios alumnos por las clases, los dos que más se encargan llegan a la clase y comentan su iniciativa y el que quiere va.

(USUARIO, CIENCIAS)

Es... depende, de las actividades. Los profesores informan, aunque ellos no estén involucrados, pero si realmente a nosotros piensan que nos van a venir bien y que nos interesa. Otra cosa es algo que no tengamos nada que ver con lo que estamos estudiando, ni siquiera nos lo dicen. Pero si es algo que a nosotros nos viene bien, sí nos avisan y nos lo dicen.

(NO USUARIO, LETRAS)

Internet se revela como una vía de difusión de enorme potencial, aunque también de defectuoso aprovechamiento. Da cabida, no sólo a la información más formal, sino a la más personalizada como por ejemplo “el boca-a-boca informático”, es decir, al correo electrónico y a las redes sociales. Un participante de los grupos de discusión, narra que tuvo conocimiento de una actividad porque un compañero le envió un *e-mail*. Parece claro que este recurso debe incorporarse a la difusión de las convocatorias culturales (o de otro tipo) en el futuro. En los grupos de nuestra muestra, se alude de manera especial a las redes sociales, sobre todo, entre los alumnos de “Ciencias”.

Por el Tuenti, por la red social de Internet, los alumnos de mi universidad a lo mejor te mandan correos o te mandan mensajes privados, eventos y cosas de esas.

(NO USUARIO, CIENCIAS)

Internet es un recurso utilizado de forma institucional por la Universidad de Sevilla para la difusión de sus actividades culturales, fundamentalmente mediante dos fórmulas que son comentadas negativamente por los grupos de discusión. Una es la web de la Universidad de Sevilla, calificada de “densa”, “difícil” de utilizar, con datos “escondidos”, en la que hay que “meterse a buscar” la información con tiempo y dedicación. Se plantea una reestructuración y cambio de concepto

en la administración y diseño de la web para hacerla realmente eficaz como vía de difusión de la agenda cultural o de otras informaciones de interés.

En la página web de vez en cuando se puede..., pero incluso en la página web está escondido, tienes que averiguar...

(USUARIO, LETRAS)

La verdad que por la página web, es tan densa que no te enteras nunca de nada, por los tablones normalmente encuentras.

(USUARIO, CIENCIAS)

Otra utilización institucional de Internet es el envío masivo de correos electrónicos a las cuentas de los alumnos. Este sistema tampoco resulta muy eficaz, dado que muchos de ellos no usan su correo institucional: en ocasiones lo tienen desactivado, no conocen su clave de acceso, o incluso desconocen que lo tienen disponible; existen algunas opiniones críticas ante tal desconocimiento, responsabilizando a la propia Universidad, porque “no nos dicen nada”. En otras ocasiones el correo funciona correctamente, pero ya sea por falta de tiempo (muy especialmente), por falta de interés o de costumbre, obvian leer los correos informativos masivos, o incluso directamente los borran. Al mismo tiempo, algunos estudiantes solicitan recibir por correo electrónico la información de interés, en lo que parece constituir una paradoja a su rechazo *de facto* de este recurso.

A mí si una vez al mes me llegara todo a mi correo electrónico, un calendario de eventos, sería genial.

(USUARIO, CIENCIAS)

Como respuesta a esta contradicción, se debería ampliar la información al alumnado sobre el recurso de su cuenta institucional; también cabe considerar el dosificar el envío de estos correos institucionales para que el flujo no sea excesivo y no desanime a su lectura y consulta.

Otra alternativa sería, recuperando la idea expresada anteriormente, fomentar la presencia de las redes sociales, como *Tuenti* o *Facebook*, en la Universidad. En la actualidad se están constituyendo en una herramienta imprescindible en una sociedad marcada por la inmediatez de la comunicación.

Yo crearía en Facebook, por ejemplo, un usuario de la Universidad porque las radios, por ejemplo, tienen un usuario, por ejemplo, y se van apuntando y hay foros de debates y eso... y tendríamos más que nada un punto para mirar las cosillas.

(NO USUARIO, CIENCIAS)

Deberían de buscar más alternativas para que nos lo hagan llegar más fácil, nosotros es que nada más hacemos todos los días meternos en el Tuenti, pues que lo manden por ahí... eventos culturales que más no puedan llamar la atención, o por correo para incentivarnos más, porque para que haya un boca o boca alguien primero habrá tenido que ir a ese evento y para que haya tenido que ir se ha tenido que enterar de alguna manera.

(USUARIO, CIENCIAS)

Los carteles no constituyen, en opinión de numerosos alumnos, un método de difusión eficaz (con alguna opinión excepcional que los encuentra útiles y que reconoce consultarlos con asiduidad). El problema con los carteles es que “no se ven”; lo que significa en el contexto del discurso, tanto que están diseñados y/o colocados en lugares poco visibles como que no existe, por parte del alumnado, el hábito de mirarlos. En la totalidad de grupos, los alumnos confiesan que, no se tienen costumbre de consultarlos y en consecuencia, “no se detienen a leerlos”.

Porque los carteles puedes pasar, lo ves y dices tú: “anda, esto...” y a lo mejor has pasado veinte veces por delante del cartel y no lo has mirado.

(NO USUARIO, LETRAS)

Yo creo que la información está, pero parece que muchas veces no la vemos, porque los carteles, muchas veces están, pero pasamos del tema.

(USUARIO, CIENCIAS)

En algún testimonio se señala que, si “de casualidad” se repara en algún cartel, suele ser antiguo y el evento anunciado ya ha pasado de fecha o el plazo de inscripción ha caducado. La “casualidad” en mirarlo parece definir el éxito del cartel,

cuya utilidad —en muchos casos— parece estar más marcada por el azar que por su factura. Sin embargo, algunos participantes de los grupos sí plantean necesidades en el diseño y tipografía de los carteles, para conseguir llamar la atención y ser más eficaz. Se solicita que se coloquen en más lugares y en todas las facultades, por alejadas que éstas puedan estar del lugar de celebración de la actividad. También aparece la necesidad de optimizar la utilización de tabloneros de anuncios, en los que, con frecuencia, se aprecia un excesivo número que dificulta la visión; a veces comparten espacio o se solapan con anuncios de particulares como carteles de alquiler de vivienda que, colocados de forma indiferenciada, ocultan la información cultural. Otros recursos impresos, como los folletos y panfletos son poco nombrados, pero en algunos casos se les alude como otra vía eficaz.

Los servicios y organismos de la Universidad de Sevilla, nombrados en los grupos de discusión, son, además del citado CICUS (Centro de Iniciativas Culturales de la Universidad de Sevilla), el SACU (Servicio de Asistencia a la Comunidad Universitaria), el “Pabellón de Brasil” y la Delegación de Alumnos. Todos ellos son percibidos como una fuente de difusión eficaz pero, en realidad, muy desaprovechada, debido al desinterés o falta de actitud preactiva de gran parte del alumnado que no acude a informarse, en ocasiones porque ignoran su existencia. La Delegación de Alumnos recibe una fuerte crítica en el grupo de “Usuarios” de “Letras”, al acusar a sus componentes, de difundir la información de determinadas actividades ventajosas solamente, o en primer lugar, entre sus allegados.

La *Gaceta Universitaria* es otra vía de difusión, nombrada irónicamente en los grupos de “No usuarios”, tanto de “Letras” como de “Ciencias”. Los “Usuarios” de “Letras” aluden a “revistas culturales”, en general.

Sobre este aspecto diversas voces vuelven a reiterar una crítica a la actitud de desinterés y de poca participación por parte de numerosos alumnos.

O sea, estamos en lo de siempre, si no te mueves...tú te enteras de las conferencias que hay..., de los créditos sí que te enteras porque te interesa, ¿sabes? Necesitas créditos y te buscas la vida, pero vamos no sé... yo veo un montón de carteles por la facultad, no sé... te puedes enterar de un montón de cosas, yo no sólo veo de cursos, también a lo mejor de obras de teatro. Y por la calle, no sólo por la facultad, también por la calle... de obras de teatro, monólogos... a lo mejor no entran tanto dentro de la parte cultural, pero un montón de cosas, de conciertos, no sé...igual que ves, cuando vas buscando piso, si tú no buscas evidentemente nadie te lo va a traer.

(USUARIO, LETRAS)

Yo creo que somos un poco “pasotistas”, porque información hay, y decir que no tienes tiempo, o que no puedes, o no sé, es la excusa de siempre, si quieres algo...

(NO USUARIO, LETRAS)

Pero sin menoscabo de su incumplimiento de la responsabilidad de “dejarse informar”, los alumnos aprecian que la información cultural de la Universidad de Sevilla no es la correcta y que la publicidad es escasa y poco eficaz.

Pues yo no he visto mucha publicidad de las cosas que hace la Universidad.

(NO USUARIO, LETRAS)

Es interesante que algunos alumnos afirmen que una optimización de la misma podría traducirse en una mayor afluencia a las actividades culturales.

Porque, la verdad, es que yo creo que si me enterase de más cosas asistiría a más.

(NO USUARIO, LETRAS)

De hecho, no falta alguna opinión que intenta vislumbrar algún motivo oculto en el hecho de que la información no sea del todo eficiente: así, se afirma en el grupo de “No usuarios” de “Letras”, manifestando que a veces se restringe, deliberadamente, una convocatoria (por ejemplo, una actividad gratuita y/o que otorgue créditos) para evitar que se masifique o que haya una demanda excesiva.

La crítica a las carencias en las vías de conocimiento de la agenda cultural universitaria cobra más relieve cuando se compara el esfuerzo realizado por hacer llegar la información y la “deficiente” forma de difusión utilizada. Este contraste lo ponen de manifiesto algunos de los participantes que perciben dichas formas como escasas, mecanizadas o poco imaginativas.

Cuando ellos quieren te bombardean a correos.

(USUARIO, CIENCIAS)

3. “USO” DE LA CULTURA UNIVERSITARIA

La oferta cultural universitaria es abordada, en no pocas ocasiones, como intrínsecamente minoritaria, no muy popular o conocida, y a veces su uso es casual o anecdótico. En algún comentario jocoso que tiene lugar en los grupos de discusión se contraponen el circuito cultural con el ocio habitual de la mayoría de los estudiantes, como los bares (un popular establecimiento de clientela estudiantil es nombrado humorísticamente como el espacio más eficaz para la difusión de información y convocatorias) o las barriladas, fiestas, etc.

Muchos alumnos aducen diversos motivos para no asistir a las actividades culturales, tales como la falta de tiempo, el solapamiento horario, el conocimiento tardío, el fuera de plazo de las convocatorias o la lejana localización de algunas actividades; señalan como ejemplo el cine (una de las actividades más disfrutadas) que se encuentra ubicado en la Escuela de Arquitectura en el campus de Reina Mercedes. No es raro que atribuyan la responsabilidad de la poca afluencia a la escasa difusión de dichas actividades por parte de la Universidad. También critican la concepción misma de la oferta cultural universitaria, abogando por una adaptación a las preferencias y demandas del colectivo estudiantil o juvenil, en contraste con unas actividades culturales más propias de “gente mayor”.

Pero más allá de estas carencias (reales o percibidas), los estudiantes también asumen —como se ha señalado anteriormente— su propia responsabilidad y critican la abulia y desinterés que caracteriza a gran parte del alumnado. En este sentido, en el grupo de estudiantes de “Letras” asistentes a actividades culturales, se comenta, no sin ironía, que la mayoría de los alumnos de la Universidad de Sevilla sabe la fecha y hora de las “barriladas” sin que aduzca ningún problema de incompatibilidad horaria o defectos en la difusión de la convocatoria.

A pesar de ello, la organización de actividades culturales por parte de la Universidad de Sevilla es algo valorado positivamente por el alumnado, tanto por los “Usuarios” como por los “No usuarios”. Se percibe que es una oferta cultural variada, amplia y que responde a distintas preferencias y sensibilidades.

Yo pienso que sí que hay variedad. Si no te gusta el teatro tienes cine; si no te gusta el cine, tienes música clásica, que a la mayoría no nos gusta, pero [a] que le guste la Orquesta Sinfónica de Navidad, supongo yo que a alguien le gustará. Si lo hacen, será por algo, yo creo que sí que hay variedad. Yo pienso que Sevilla tiene una oferta cultural bastante amplia.

(USUARIO, LETRAS)

Hay muchas cosas, hay muchas actividades y está para todos los gustos y todos los intereses.

(USUARIO, CIENCIAS)

Lo que ofrece lo hace bien, porque te dan un abanico amplio. La persona que le guste el deporte lo va a tener, quien quiera idiomas lo va a tener.

(NO USUARIO, LETRAS)

Entre otros aspectos positivos también se señala la buena calidad de las actividades culturales y su carácter de suplemento a la de la oferta cultural de otras entidades de la ciudad, diferenciándose de las mismas y complementándolas.

Yo creo que la calidad es bastante buena.

(USUARIO, CIENCIAS)

No sé, yo creo que la variedad es fundamental, las actividades que hace la Universidad están más o menos complementadas, porque yo creo que hay para todos los gustos, y la que yo he ido, por lo menos son de buena calidad. Hombre, hay algunas que no, pero...yo creo que lo bueno compensa lo malo.

(USUARIO, CIENCIAS)

Eso iba a decir yo. Yo creo que se complementan, porque en realidad, por ejemplo, la ciudad ofrece cosas culturales que no ofrece la facultad, y al revés.

(NO USUARIO, LETRAS)

3.1. ACTIVIDADES CON CRÉDITOS DE LIBRE CONFIGURACIÓN

En los cuatro grupos de alumnos estudiados se desarrolla un componente transversal que está presente a lo largo de todo el “discurso”, concretamente hace referencia a la “utilidad” académica de ciertas actividades culturales; es decir, a la ob-

tención de Créditos de Libre Configuración por la asistencia a determinadas actividades. Suele tratarse de conferencias, seminarios, cursos y otras actividades de formato similar al magistral (a veces asociadas a la idea de “lo aburrido”).

Este tipo de actividades son las más demandadas de toda la oferta cultural universitaria aunque, como podremos observar por los sucesivos comentarios, los alumnos las eligen desde una posición de “necesidad” (obtención de créditos). Según nuestro criterio y también experiencia docente, esta situación desvirtúa el componente de adscripción libre y espontánea a la cultura que debería caracterizar el disfrute de este tipo de eventos. Resulta revelador observar, en estas actividades, el gesto de indiferencia y de “ausencia” en cierto número de alumnos.

Sobre todo por necesidad, porque dan créditos.

(USUARIO, LETRAS)

Como no te hagan falta los créditos, no vas a ir, porque son muchas horas las que echas en clases y sales y dices: “uff, ahora meterme otra vez en otra charla”. Hay charlas que tú vas, me han dicho mis amigos que tú vas y una vez que estas ahí dicen que se lo han pasado bien, que les ha gustado, escuchan cosas un montón de interesantes, pero yo que sé, yo no... es que es eso falta de créditos.

(NO USUARIO, CIENCIAS)

Este sistema, si bien pudiera plantearse como un complemento en las funciones de la agenda cultural, es percibido como un aspecto que, en cierta medida, “fuerza” el acercamiento a la agenda cultural universitaria e incluso puede llegar a adulterar su naturaleza. En algún caso específico se habla incluso de la obligatoriedad de asistencia que los profesores de ciertas asignaturas establecen para ciertas actividades.

O es de la misma asignatura; yo he ido a conferencias a las que he tenido que asistir obligatoriamente para poder luego presentarme a un examen, o cualquier cosa.

(NO USUARIO, LETRAS)

Sin embargo, en la mayoría de los casos se trata de una asistencia formalmente voluntaria, pero a la que el alumnado se siente, de alguna forma, compelido para completar el número de créditos. Algunas anécdotas, como la presencia de vigilantes que supervisan el que los asistentes permanezcan en el recinto donde se celebra la actividad, subrayan el carácter casi “coactivo” de dichos eventos.

No es raro que, muchas de estas actividades, se nombren en los grupos de discusión como “especializadas” por áreas de conocimiento; vinculándose, de facto, al currículo de cada facultad o titulación y circunscribiendo su público al alumnado matriculado en la carrera o carreras afines.

Es reseñable que, a pesar de las críticas, muchos estudiantes manifiestan su satisfacción con este sistema de adquisición de créditos y se declaran usuarios fieles al mismo. De hecho, en no pocas ocasiones nombran los créditos como incentivo muy motivador para su asistencia a las actividades.

Depende del contexto donde enmarques...pero, hombre, recibir algo a cambio siempre es un incentivo.

(USUARIO, LETRAS)

Yo iba porque... a ver, me atraía un poco, porque venía gente que conocía, Montserrat Domínguez, y muchos poetas, Federico Mayor, no sé... y mucha gente conocida. Pero también por los cuatro créditos.

(USUARIO, CIENCIAS)

Sí te dan créditos.

(NO USUARIO, LETRAS)

Existen actividades de este tipo que son gratuitas, y así se alude en los grupos de discusión; pero éstas, suelen ser escasas, estar masificadas y en ocasiones es difícil acceder a ellas al estar limitado el número de asistentes; incluso han llegado a señalar que la convocatoria es deliberadamente restringida o que favorece a las personas más allegadas en su difusión. Por otro lado, en algunos comentarios se alude a que las actividades gratuitas son de peor calidad que las de pago.

Aun conociendo la existencia de ofertas de actividades gratuitas que sirven para completar créditos, la mayoría de las alusiones a este tipo de actividades “utilitarias” las vinculan al coste económico que, en muchas ocasiones, lo consideran excesivo. En consecuencia, los estudiantes dirigen críticas explícitas a lo que perciben como un aprovechamiento eco-

nómico de sus necesidades académicas y señalan que, al haber pagado ya la matrícula del curso, este sistema les obliga a pagar “dos veces”.

Sin embargo, y más allá de las críticas al precio o a la gestión de estas actividades (con créditos), los estudiantes las califican con términos como “necesidad”, “ayuda”, utilidad... y las diferencian del resto de actividades culturales; estas últimas las asocian a “diversión” o “gustos personales”. Esta distinción es elocuente de la escisión entre uno y otro tipo de uso cultural.

Yo es que realmente voy a las conferencias y seminarios y eso, por necesidad de créditos. Y entonces... y además porque en mi carrera, sí que evidentemente hay de todo, hay diversión, cine, teatro... pero que yo realmente me centro en los créditos; yo voy, aprendo lo que pueda en ese aspecto. Y luego, verás...yo salgo y me pongo con mis amigas, qué te ha parecido... [y en cambio este tipo de actividad] no es una cosa que yo hago un debate. Voy por necesidad.

(USUARIO, LETRAS)

A veces vas por los créditos, no te interesa de lo que va.

(USUARIO, CIENCIAS)

A veces coinciden ambas contribuciones en una actividad que, además de aportar créditos, es en sí atrayente. Aunque estos casos parecen ser escasos.

3.2. MOTIVACIONES Y DIFICULTADES PARA ASISTIR A LAS ACTIVIDADES CULTURALES

Más allá de la utilidad académica, los motivos para asistir a las actividades son variados: no se obvia la utilidad de “culturizarse” e instruirse, aprender y obtener información provechosa. Si los contenidos de determinadas actividades guardan relación con la propia trayectoria académica o ámbito de especialización, es considerada un plus por algunos de los estudiantes.

Yo voy un poco de las dos, más que nada por necesidad, a las que voy como te he dicho antes, es porque le saco algún provecho, es una información que va a servir en el futuro para trabajar.

(USUARIO, LETRAS)

Sí, por intereses culturales y personales por eso lo hago, por eso asisto a las diferentes conferencias.

(NO USUARIO, LETRAS)

Conocimiento, cuanto más sepamos mejor, conocimiento, te da cultura, temas de que hablar con tus amigos.

(USUARIO, LETRAS)

Los gustos personales también son un argumento para explicar la elección de determinada actividad. Otras veces, en cambio, se alude a cierta curiosidad sobre actividades que no se conocen y a las que se acude “por cambiar”. El carácter ameno o divertido de ciertas actividades también supone una motivación importante.

Por diversión, por pasártelo bien, o ver otras cosas. Es divertido, te lo pasas bien y vas.

(USUARIO, LETRAS)

El aspecto de sociabilidad parece fundamental a la hora de incentivar la asistencia a las actividades culturales: que éstas supongan un espacio extraordinario de encuentro y convivencia con los compañeros de estudios es un factor que se revela clave para sentirse inclinado a asistir. Este aspecto aparece, en algunas intervenciones, como más característico de la actitud de asistencia voluntaria (por propio interés, por ocio), mientras que en las actividades a las que se acude por “necesidad” (académica) o por una utilidad más informativa, parece irrelevante asistir acompañado. Como puede observarse, de nuevo se pone de manifiesto la eficacia del “boca-a-boca” o “la recomendación personal” en la difusión de actividades culturales.

Por ahí hay temas que dirías: iría si voy con alguien, para poder compartirlo, y demás. Pero a lo mejor ningún amigo mío está interesado en el tema.

(USUARIO, LETRAS)

Si se apuntan un par de amigos tuyos, tú ya te animas más.

(USUARIO, CIENCIAS)

Hombre, si hay que ir sola, se va. Pero si tienes un amigo que le interesa y te dice: “venga, yo voy contigo”, tú dices: “venga, ahora sí.”

(NO USUARIO, LETRAS)

Si no es por necesidad vas con los amigos.

(NO USUARIO, CIENCIAS)

En este último sentido, un participante, aboga por potenciar el carácter de “espacio de encuentro” mediante la preparación de un “espacio” de venta y consumo de comida y bebida a la salida de los eventos culturales (“que a la salida se ponga una barra”); todo ello, fomentaría la asistencia, el tiempo de permanencia, el debate, el ocio y la aparición de encuentros y actividades informales.

Entre otros elementos que favorecerían la asistencia a actos culturales, algunas intervenciones señalan: la idoneidad de una buena campaña de difusión, el carácter gratuito de ciertas actividades, la adaptación de la oferta al perfil juvenil, y el carácter ameno, participativo o interactivo de algunos eventos. La asistencia a actividades cuyos organizadores o autores sean conocidos (compañeros que forman parte de compañías de teatro, o que exponen obras plásticas, por ejemplo) redundan en el aspecto de “sociabilidad” como motivación adicional para el éxito de eventos culturales. Una vez más, se explicita que la concesión de Créditos de Libre Configuración supone un aliciente para numerosos alumnos. También se apunta que distintos incentivos (obsequios, sorteos, premios) pueden favorecer la asistencia.

Por el contrario, entre los elementos que desaniman u obstaculizan la participación destaca, como el más importante, el horario de las actividades coincidente con las de clases. La habitual sensación de “falta de tiempo” de los estudiantes supone también una dificultad para la asistencia, incluso cuando no existe solapamiento horario. En consecuencia, se aboga por una mayor flexibilidad y amplitud horaria en las actividades, y por la repetición de pases en el caso del cine, teatro o similares; llegan a especificar que se distribuyan a lo largo de la mañana y la tarde en consideración a los distintos turnos académicos de los estudiantes.

Entre las propuestas que se realizan en este aspecto no existe un consenso; según su disponibilidad personal, cada estudiante solicita un diferente tramo horario, o día de la semana en el que habrían de ofertarse determinadas actividades. La naturaleza de éstas, también influye; así, por ejemplo, en ciertas intervenciones se opina que en días laborables pueden tener cabida las actividades de carácter más académico, mientras que las de perfil más asociado al ocio o la diversión pueden celebrarse en fines de semana (el único problema a esta propuesta, es que, según los propios alumnos, numerosos estudiantes pasan sábados y domingos con sus familias en sus municipios de origen).

El precio de ciertas actividades se revela como un factor que puede llegar a desmotivar la asistencia de forma determinante. En este sentido, se aboga por la oferta de actividades gratuitas, o al menos más baratas, como factor incentivador a la afluencia de público.

Sí, pero lo del precio también puede ser. Si, por ejemplo, hay una actividad de... flamenco, y hay que pagar diez euros por la entrada, ya te lo piensas. Hombre, si ya lo proporciona la Universidad de Sevilla, entras tú dentro del grupo, si sale más barato, yo creo que sí, que sí que iría más gente..., a lo mejor.

(NO USUARIO, CIENCIAS)

La accesibilidad y la distancia parecen ser otros obstáculos añadidos para la asistencia a algunos actos culturales (algunos alumnos abogan por un edificio universitario céntrico y bien comunicado que albergue y concentre todas las actividades culturales).

Otros aspectos que suman dificultades a la asistencia y participación son: las ya comentadas carencias en la difusión y publicidad, la apatía del alumnado y el perfil poco atractivo de algunas actividades.

3.3. “USOS” SEGÚN EL TIPO DE ACTIVIDADES Y DE INFORMACIÓN SOBRE ELLAS

El cine parece ser el paradigma de la actividad cultural entre los estudiantes de la Universidad de Sevilla. La califican como amena, entretenida, “fácil”..., no requiere trabajo personal (en oposición a las actividades académicas) y no se obvia su utilidad educativa o formativa. Suele también vincularse a la idea de “vida social”, ya que, en la mayoría de los casos, se va al cine en compañía. El cine como actividad cultural es bastante conocido, y no pocos estudiantes señalan que se enteran sin problemas de dónde y cuándo se oferta.

El teatro, aunque menos conocido, tiene una imagen similar a la del cine en sus aspectos de amenidad, diversión, formación y posibilidad de compartirlo con los demás. Sin embargo, la difusión de esta actividad está considerada, entre los grupos de discusión, como una de las peores: la mayoría admite que nunca ha oído hablar de su existencia en la oferta cultural universitaria.

Los conciertos de música, que también se perciben como una actividad amena y novedosa, fallan igualmente en la difusión, y muchos estudiantes no se han enterado nunca de una convocatoria musical.

Las conferencias son las actividades más conocidas, por la ya comentada funcionalidad académica, pero salvo casos de interés personal o de utilidad informativa, la percepción, que mayoritariamente tienen respecto a este tipo de actividades, suele ser, la de una extensión del aula; en consecuencia la asocian a obligatoriedad, pasividad del público y, en ocasiones, al aburrimiento. Los talleres, al ser más interactivos o más novedosos, parecen disfrutar de mejor prensa, si bien requieren demasiado tiempo y disponibilidad, lo que desanima a muchos alumnos a acudir; uno de ellos propone como solución a este inconveniente el modelo de curso *on-line*. Otras actividades aludidas, son las exposiciones. De ellas destacan su diversidad: a algunas las califican como muy amenas o novedosas y a otras, como más monótonas o aburridas. Sobre los concursos señalan que los más conocidos son los de fotografía y cortometrajes.

Para terminar señalar que, además de lo expuesto hasta aquí, en estos grupos de discusión se ha manifestado cierto grado de interés por actividades enfocadas a las habilidades para manejarse en la sociedad, sobre todo cuando deban enfrentarse al mundo laboral. También es destacable una tímida inquietud por la política, el orden mundial y la solidaridad.

Por todo lo estudiado sobre los usos y motivaciones culturales de los estudiantes universitarios, podríamos concluir que, en nuestra Universidad, coexisten un importante número de alumnos que viven con escasos o nulos intereses culturales e intelectuales más allá de lo puramente académico y una minoría inquieta que busca “abrirse” y entender el mundo incierto y apasionante que vivimos. Un mundo que difícilmente podría ser entendido sin el concepto universal de cultura. Para ellos, la Universidad es la plataforma que les ayudará en esa tarea.