

6

CAPÍTULO

JAÉN

LOS JÓVENES ANDALUCES UNIVERSITARIOS DE LA UNIVERSIDAD DE JAÉN

Pedro Jesús Luque Ramos

Antonio Palomo Monereo

Área de Psicología Social. Universidad de Jaén

- 6.1 Datos socio-demográficos
- 6.2 Hábitos de lectura
- 6.3 Televisión y radio
- 6.4 Ordenador e internet
- 6.5 Cine y películas
- 6.6 Música
- 6.7 Teatro
- 6.8 Actividades deportivas
- 6.9 Otras actividades relacionadas con la cultura
- 6.10 Ocio y gasto en cultura
- 6.11 Valores
- 6.12 Actividades culturales en la universidad de Huelva
- 6.13 Artes plásticas y escénicas
- 6.14 Otros datos socio-demográficos

6.1 DATOS SOCIO-DEMOGRÁFICOS

La información incluida en este apartado, junto con los otros datos socio-demográficos ya citados, describe los estudiantes de la Universidad de Jaén, que han participado en la encuesta.

En cuanto al sexo, un 47,3% de los participantes son varones, frente a un 52,7% de estudiantes femeninos. Sobre la edad podemos decir que un 45% se encuentra en edades comprendidas entre los 18 y los 21 años, un 31,7% entre 22 y 25 años, un 13,3% de los encuestados tiene entre 26 y 30 años y finalmente un 9,9% tiene más de 30 años.

Atendiendo al estado civil, más de las tres cuartas partes de la muestra encuestada, el 91,2%, declara estar soltera. El 4,5% afirma estar casada. El resto de opciones de respuesta posibles, alcanzó en todos los casos porcentajes inferiores al 3%. De esta forma, un 2,8% de los encuestados respondió vivir como pareja de hecho y un 1,4% declaró estar separado/a o divorciado/a.

Respecto a la convivencia durante el curso académico, algo más de la mitad, concretamente un 54,1% declara vivir con sus padres; el 31,7% vive con amigos o compañeros (piso de estudiantes). El resto de alternativas no supone en ningún caso porcentajes iguales o superiores al 4%. Así, el 3,4% afirma vivir con su pareja (con hijos); el 3,1% con su pareja (sin hijos); el 3,1% en residencia de estudiantes o colegio mayor; un 2,5%, vive solo/a; y, únicamente, el 1,1% convive con otros familiares. Finalmente, un 0,8% manifiesta vivir en otro tipo de situación diferente a las mencionadas anteriormente.

Sobre los estudios que realizan, tres cuartas partes de los encuestados (75,4%), se encuentra cursando alguno de los tres primeros cursos; realiza cuarto, un 17,8%; quinto, un 2,3%; máster un 4% y realizando un doctorado, se encuentra un 0,6% de los encuestados.

En cuanto al nivel de estudios que se pretende alcanzar, es la opción “máster” la que recoge un mayor número de participantes (47,3%); el título de “grado” iría a continuación con el 31,2%; y desea realizar los estudios de doctorado un 14,4% de la muestra; con menor porcentaje se encuentra un 5,9% que desea completar la licenciatura; y finalmente, tiene la intención de obtener el nivel de diplomatura, un 1,1% de los estudiantes encuestados.

El nivel educativo de los padres y madres de los participantes en la muestra se distribuye del modo siguiente: sin estudios estarían el 0,3% de los padres de los participantes y el 0,3% de las madres; los estudios primarios incompletos es la casilla elegida por el 11,6%, en referencia a los padres y por el 10,8% en referencia a las madres; la categoría “primarios / EGB” es la elegida para el 34,6% de los padres y para el 41,4% de las madres; con bachiller superior, FP o COU, estarían el 24,9% de los padres y el 27,8% de las madres; el 9,9% de los padres tendría estudios universitarios medios, frente al 8,2% de las madres que habría alcanzado ese grado; los estudios universitarios superiores los tendría el 10,2% de los padres y el 7,66% de las madres tendría tales estudios; con estudios de doctorado estarían el 2,3% de los padres y

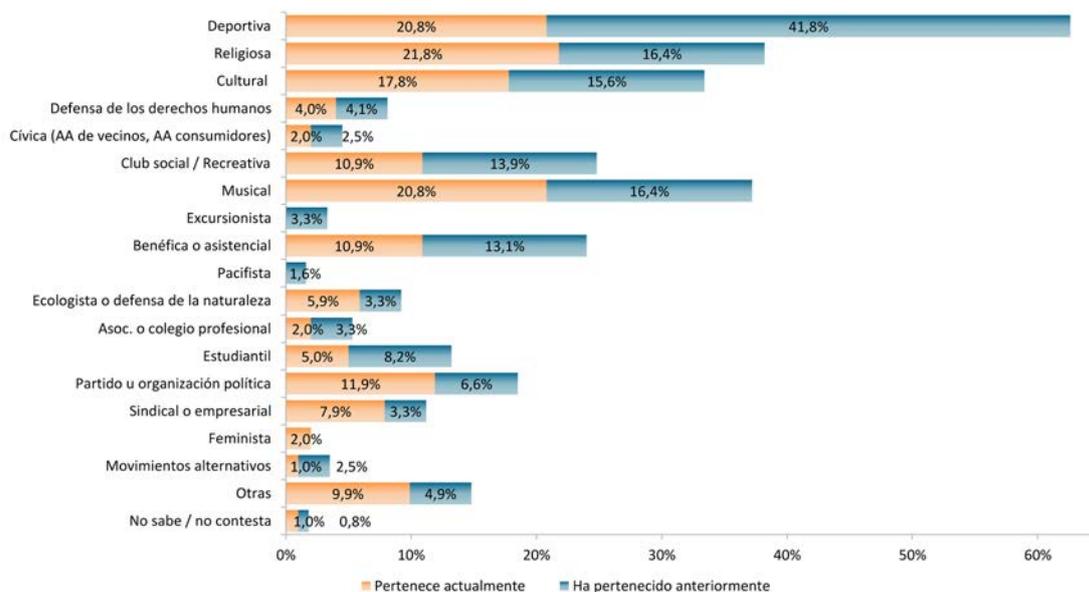
el 1,1% de las madres; el título de máster lo presentan el 0,6% de los padres y el 0,3% de las madres de los estudiantes encuestados; finalmente, se eligió la opción “no sabe / no contesta” para el 5,7% de los padres, y el 2,5% de las madres.

En relación con la situación laboral, el 75,9% de los encuestados declara solamente estudiar, mientras que el 17% principalmente estudia aunque también trabaja y un 7,1% principalmente trabaja y también estudia.

En relación con la pertenencia a algún tipo de asociación, el 28,6% de los encuestados afirma encontrarse en esa situación en la actualidad y un 34,8% declara haber pertenecido a algún tipo de asociación anteriormente. En la figura 1 se analiza esta cuestión de manera pormenorizada, en función de los diferentes tipos de asociaciones propuestos, comparando los tipos de asociaciones a los que se pertenece actualmente y a los que se ha pertenecido anteriormente.

Por lo que respecta a la pertenencia pasada, pero no actual, destaca el hecho de que un 41,8% de la muestra declara haber pertenecido a “asociaciones deportivas” y este dato se reduce a la mitad en la actualidad. En cuanto a la pertenencia actual, destaca la integración en asociaciones de carácter deportivo, religioso, cultural y musical declarada cada caso por más de un 15% de la muestra, seguida, en proporciones inferiores, por la pertenencia a “benéfica o asistencial” y “clubes sociales” o “asociaciones recreativas” con más de un 10%. En el otro extremo cabe destacar que para asociaciones de tipo: “colegio profesional”, “cívica”, “movimientos alternativos”, “pacifista” o “feminista” el porcentaje de no pertenencia ni en la actualidad ni en el pasado, supera el 90%.

Figura 1. Asociaciones a las que pertenece actualmente y a las que ha pertenecido con anterioridad



Parece ser que respecto a la pertenencia a asociaciones y comparando los resultados con el primer estudio de *Usos, hábitos y demandas culturales*, realizado con anterioridad a los estudiantes de la Universidad de Jaén, el porcentaje de estudiantes que pertenecen a una asociación en la actualidad, ha aumentado ligeramente, pasando de un 25,9% a un 28,6% en este segundo estudio. Además, se observa que la tendencia que existía en el primer estudio, donde para la mayor parte de las categorías, los porcentajes de la opción “pertenece actualmente” eran menores que los de la opción “ha pertenecido”, se invierte en este segundo estudio, en referencia a la pertenencia a los tipos de asociaciones estudiadas.

6.2 HÁBITOS DE LECTURA

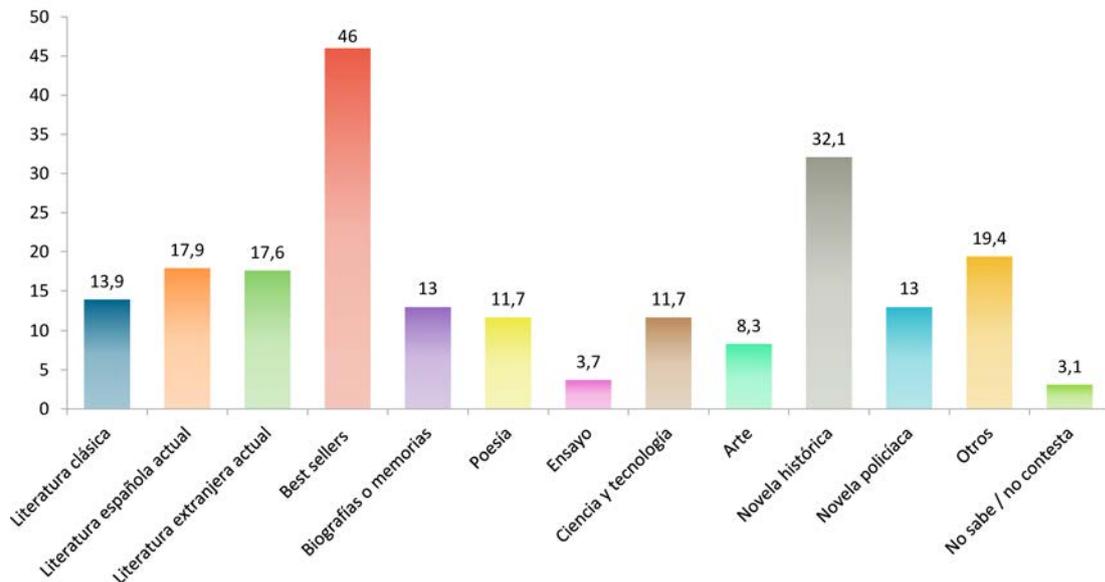
En este apartado, se analizan diferentes aspectos relacionados con los hábitos de lectura de los estudiantes, tanto en formato papel como en digital; tales como el tiempo dedicado a la lectura, tipos de lectura preferidos o el uso de las bibliotecas.

El tiempo medio diario dedicado a la lectura es de 45,7 minutos en días laborables, con una desviación típica de 41,506, y es de 54,3 minutos en días festivos, con una desviación típica de 63,189. El número medio de libros leídos en el último año, es de 4,10, con una desviación típica de 4,424, en el caso de libros en formato papel, y 1,31, con una desviación típica de 5,794, para libros en formato digital.

El tiempo de lectura dedicado a los libros no profesionales se distribuye de la siguiente forma: “todos / casi todos los días”, el 33,4% de los participantes preguntados; “tres / cuatro días por semana”, el 14,2%; “un día / dos días por semana”, el 11%; “sólo los fines de semana”, el 5,9%; “tres / cuatro veces al mes” el 5,9% de los encuestados; “una vez / dos veces al mes”, el 4,2%; dentro de la categoría “con menor frecuencia” se encontraría el 10,8%; y en la opción “nunca o casi nunca”, el 12,7%. El 1,7% restante se acoge a la opción “no sabe / no contesta”.

En cuanto al tiempo dedicado a la lectura de la prensa general (periódicos, no deportiva), éste se distribuye como sigue: “todos / casi todos los días”, el 28,9% de los participantes preguntados; “cuatro / tres días por semana”, el 11,6%; “uno / dos día / s por semana”, el 11,9%; “cuatro / tres veces al mes”, el 4%; sólo los fines de semana el 4,8% “una vez / dos veces al mes”, el 5,4% de los encuestados; “con menor frecuencia”, el 7,1%; y la opción nunca o casi nunca el 23,2%. El 3,1% restante se acoge a la opción “no sabe / no contesta”.

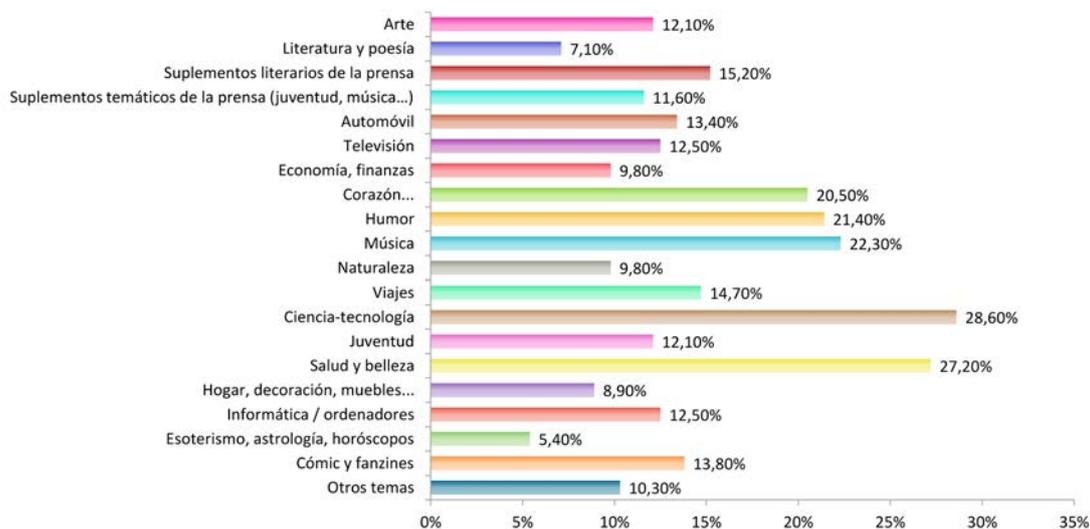
El tiempo dedicado a la lectura de revistas, está distribuido de la siguiente forma: “todos / casi todos los días”, el 7,1% de los participantes; “cuatro / tres días por semana”, el 5,7%; “uno / dos día / s por semana”, el 11,3%; “sólo los fines de semana”, el 7,4%; “cuatro / tres veces al mes”, el 8,2%; “una / dos vez / veces al mes”, el 8,8%; “con menor frecuencia”, el 12,5%; dentro de la categoría “nunca / casi nunca” se encontraría el 36,5%. El 2,5% restante opta por escoger la opción “no sabe / no contesta”.

Figura 2. Tipo de libros que leen con más frecuencia en formato papel y digital

Otra de las cuestiones planteadas se refiere a los libros no profesionales leídos con mayor frecuencia en formato papel y digital, los datos obtenidos se indican en la figura 2. En este caso, se empleó un formato de respuesta múltiple. Los *best seller* son elegidos en un 46% de los casos; a estos le sigue la novela histórica con un 32,1%; la literatura española actual con un 17,9%; la literatura extranjera actual con un 17,6%; la literatura clásica, un 13,9%; la novela policiaca, un 13%; las biografías o memorias, un 13%; ciencia y tecnología, un 11,7; poesía, un 11,7%; arte, un 8,3; y, por último, ensayo con un 3,7%. En un 19,4% de los casos se eligió la opción otras. En un 3,1% de los mismos, se optó por la categoría no sabe / no contesta.

Sobre la forma de adquisición de la prensa, cabe destacar que la prensa general se obtiene en un 66,8% de manera gratuita en internet y las revistas en un 42,4% también en internet de forma gratuita; se obtiene en papel de forma gratuita, un 22,9% de la prensa general y un 17% de las revistas, frente al resto, que se obtiene de forma no gratuita, con precio.

En el caso de los periódicos leídos en mayor medida por los estudiantes de la Universidad de Jaén, también se utilizó un formato de respuesta múltiple. Se situarían en orden decreciente del siguiente modo: *El País*, 43,9%; *El Mundo*, 30,6%; prensa local, 28%; prensa gratuita, 24,0%; prensa digital, 16,6%; otros, 14,8%; *ABC*, 14%; *La Razón*, 8,5%; *La Vanguardia*, 3%; y un porcentaje del 6,6% de los encuestados escoge la opción no sabe / no contesta.

Figura 3. Revistas o publicaciones periódicas que suelen leer habitualmente

La figura 3 recoge las revistas o publicaciones periódicas de carácter no profesional, que suelen leer los encuestados; se utilizó, nuevamente, un formato de respuesta múltiple. Las respuestas recogidas presentan la siguiente distribución: las revistas de ciencia y tecnología, son elegidas en el 28,6% de los casos; las revistas de salud y belleza son elegidas en el 27,2% de los casos; las revistas de música, en el 22,3%; las revistas de humor, en el 21,4%; las revistas del corazón, en el 20,5%; las revistas de tipo suplementos de la prensa, en el 15,2%; los comics y fanzines, en un 13,8%; las revistas de automóvil, en un 13,4%; las revistas de televisión e informática / ordenadores, en un 12,5; las revistas de arte y las de juventud en un 12,1%; los suplementos temáticos de la prensa, en un 11,6%; en un 9,1%; las revistas de economía-finanzas y las de naturaleza, en un 9,8%; las revistas de hogar, decoración..., el 8,9%; las revistas de literatura y poesía, el 7,1%; y, las revistas de esoterismo, astrología y horóscopos, el 5,4%. En un 10,3% de los casos se eligió la alternativa "otros temas".

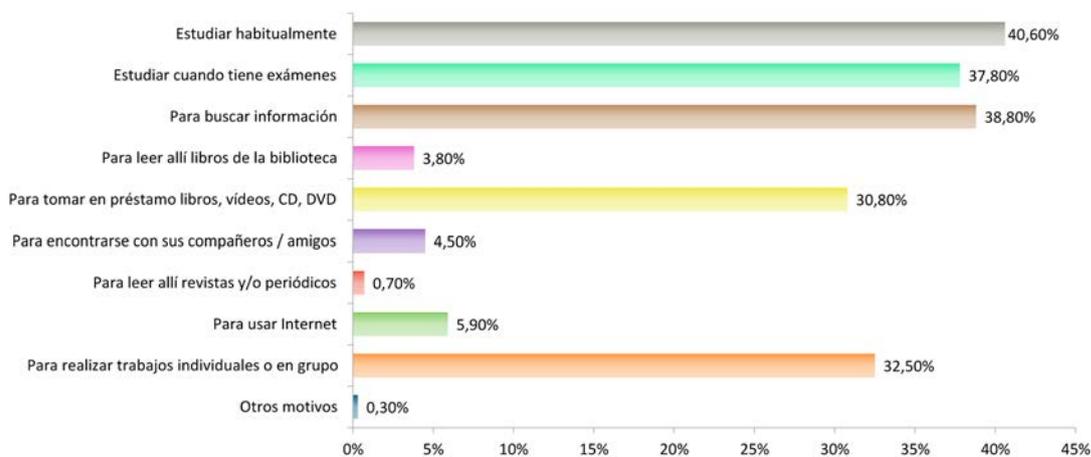
En cuanto a los datos relacionados con el uso de bibliotecas mediante asistencia a las mismas, un 17% de los estudiantes acude "todos / casi todos los días" a una biblioteca; un 11% lo hace "cuatro / tres días por semana"; un 20,7% de los encuestados responde que lo hacen "dos / un día por semana"; "sólo los fines de semana" ninguno de los encuestados; un 9,3% lo hace "cuatro/tres veces al mes"; un 9,6% "dos / una vez / veces al mes"; un 12,7% acude "con menor frecuencia"; y, un 19% no lo hace "nunca o casi nunca". Finalmente, un 0,6% opta por responder dentro de la categoría "no sabe / no contesta".

En cuanto a los datos relacionados con el acceso por internet a alguna biblioteca, un 10,8% de los estudiantes accede "todos / casi todos los días" a una biblioteca; un 5,9% lo hace "cuatro / tres días por semana"; un 11,6% de los encuestados responde que lo hace "dos / un día por semana"; "sólo los fines de semana" un 1,4% de los encuestados; un 5,4% lo hace "cuatro / tres veces al mes"; un 7,6% "dos / una vez / veces al mes"; un 10,2% acude "con menor frecuencia"; y llama la atención que un 44,5% no lo hace "nunca o casi nunca". Finalmente, un 2,5% opta por responder dentro de la categoría "no sabe / no contesta".

Si se analiza el tipo de centro al que acuden, una amplia proporción de la muestra, un 90,2%, hace uso de “biblioteca / s del centro de la universidad en la que estudia”; en el 40,6% se utiliza la “biblioteca municipal”; un 10,8% acude a la “biblioteca provincial”; y, un 3,5% hace uso de “biblioteca de otras facultades de la universidad”. En el 1,7% de los casos se elige “bibliotecas de otras universidades”; y en el 0,7% restante se elige la opción “otras bibliotecas”.

La figura 4 muestra el uso que los estudiantes hacen de las bibliotecas a las que acuden. De nuevo, se utilizó un formato de respuesta múltiple. El principal uso realizado tiene que ver con el “estudio habitual”, elegido en el 40,6% de los casos. A continuación se encuentra “la búsqueda de información” con el 38,8%. El tercer uso principal es “para estudiar cuando tiene exámenes” con un 37,8%. “Para realizar trabajos individuales o en grupo es elegido en el 32,5% de los casos; y “para tomar préstamo de libros, vídeos...” fue seleccionado en el 30,8%; el resto de los motivos fue seleccionado en un porcentaje menor del 6%, siendo el correspondiente al porcentaje más alto (5,9%) el motivo “para consultar Internet”.

Figura 4. Motivos por los que van a la biblioteca



Comparando los resultados obtenidos en este apartado, con el correspondiente apartado del primer estudio de *Usos, hábitos y demandas culturales* realizado con anterioridad, podemos observar algunas variaciones; aumenta ligeramente el tiempo dedicado a la lectura diaria de libros no profesionales y de prensa en general, disminuyendo en cambio el dedicado a la lectura diaria de revistas; el número de libros leídos en el último año es similar, aunque existen variaciones en cuanto al formato, ya que se obtiene una media de 1,31 libros leídos en formato digital; en el caso de los periódicos leídos en mayor medida, *El Mundo* ocupa un lugar entre los tres primeros periódicos leídos, ocupado anteriormente por la prensa gratuita; se observa además que disminuye ligeramente la asistencia diaria a la biblioteca (de un 28,4% a un 17%), mientras que el principal motivo o uso de la misma sigue siendo el estudio habitual y se sigue prefiriendo la biblioteca del centro de la universidad donde se estudia, lo cual indica que no sería destacable ninguna carencia en la biblioteca de la universidad.

6.3 TELEVISIÓN Y RADIO

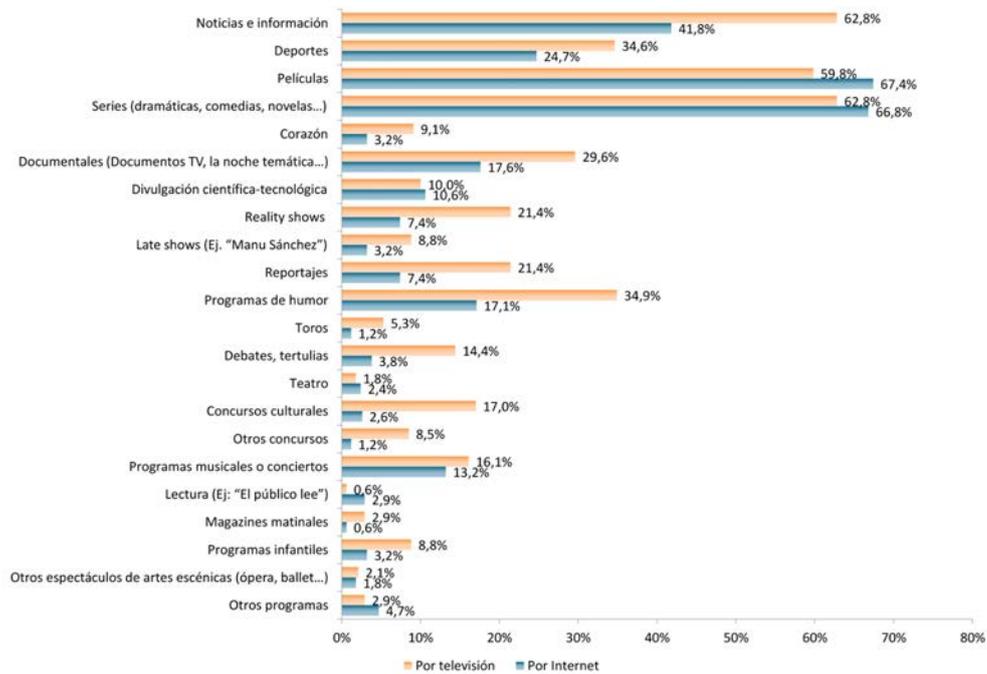
En el apartado dedicado a televisión, contenidos audiovisuales a través de internet y radio, se tratan diversas cuestiones como el tiempo dedicado a estos medios, el tipo de acceso que se tiene a los mismos, así como los contenidos preferidos por los estudiantes de la universidad jiennense que han participado en el estudio. En primer lugar se abordan las cuestiones relacionadas con la televisión y contenidos audiovisuales a través de internet y en segundo lugar se plantean las cuestiones que tienen que ver con la radio.

En cuanto a la frecuencia con que ven la televisión o consumen contenidos audiovisuales por la televisión “todos o casi todos los días” el porcentaje es del 67,1% siendo para contenidos audiovisuales a través de internet del 64%; Tres / cuatro días por semana consumen televisión el 11% y el 11,9% a través de internet; Uno / dos días por semana es del 6,2% a través de la televisión directamente y contenidos audiovisuales por internet es del 6,5%; para “sólo los fines de semana” es del 3,7% para ambos formatos; Tres / cuatro veces al mes es del 2% la televisión y 1,4% a través de internet; para la opción una / dos veces al mes es del 0,6% y del 1,4% respectivamente; en el caso de con menos frecuencia es del 2,3% y del 3,4%; Casi nunca / nunca el 5,9% y el 6,5%; finalmente no sabe / no contesta para la opción por televisión un 1,1% y la misma que para contenidos audiovisuales a través de internet.

En referencia al tiempo que consumen contenidos audiovisuales por televisión, en la encuesta se analizaba tanto el tiempo dedicado en días laborables, como el tiempo dedicado en días festivos. Los días laborables los estudiantes dedican una media de 99,51 minutos, con una desviación típica de 73,959, a ver la televisión. Esta cifra se eleva los fines de semana, llegando a una media de 147,46 minutos, con una desviación típica de 145,323. Por otra parte, respecto al tiempo que dedican a ver contenidos audiovisuales a través de internet en días laborables, los estudiantes dedican una media de 109,63 minutos, con una desviación típica de 118,414. Esta cifra, en este caso, también se eleva los fines de semana, llegando a una media de 142,09 minutos, con una desviación típica de 138,784.

La figura 5 recoge el tipo de programas que los estudiantes que han participado en la encuesta, ven con más frecuencia. La opción de respuesta era múltiple. Se consideran veintidós categorías, incluida la dedicada a otros tipos de programas no recogidos en la lista.

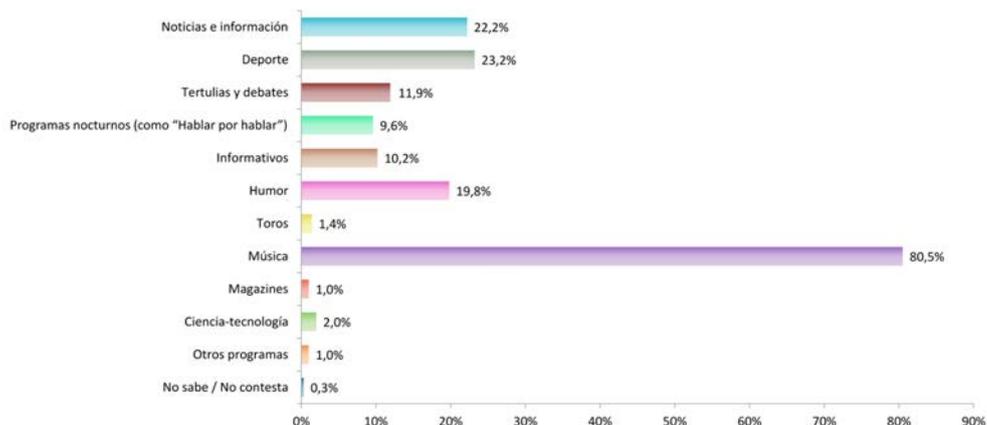
Figura 5. Tipo de programas que ven con más frecuencia, por televisión y por Internet



Cuando se analiza el porcentaje de casos más altos de consumo de programas a través de la televisión un 62,8% lo hace para ver noticias e información, el mismo porcentaje para ver series, un 59,8% para ver películas; un 34,9% para ver programas de humor; un 34,6% lo hace para ver deportes; y, un 29,6% lo hace para ver documentales; Si comparamos con los programas más vistos a través de internet, comprobamos que los porcentajes más altos eligen la opción de "películas" (67,4%), "series" (66,8%), "noticias e información" (41,8%) y "deportes" (24,7%).

A continuación abordaremos los aspectos relacionados con la radio. En referencia al tiempo que escuchan los estudiantes la radio, en la encuesta se analizaba tanto el tiempo dedicado en días laborables, como el tiempo dedicado en días festivos. Los días laborables los estudiantes dedican una media de 49,11 minutos, con una desviación típica de 79,136, a escuchar la radio. Esta muy similar aunque algo inferior a la de los fines de semana, que tiene una media de 53,13 minutos, con una desviación típica de 85,919.

Figura 6. Programas de radio que suelen escuchar



Respecto al tipo de programas de radio habitualmente escuchados, la distribución de las respuestas dadas por los encuestados, según formato de respuesta múltiple, puede observarse en la figura 6. El mayor porcentaje lo obtiene la opción de “música” con un 80,5%; el 23,2% de los casos corresponde a la categoría “deporte”; el 22,2% se refiere a “noticias e información”; y, el 19,8% elige programas de “humor”; el resto de categorías de elección posibles, se sitúan bien por debajo de las mencionadas anteriormente; de esta forma, los programas de “tertulias y debates” obtienen el 11,9% de las respuestas; los programas “informativos”, el 10,2%; y, los “programas nocturnos”, el 9,6%. La alternativa que hace referencia a otras modalidades de programas diferentes a las indicadas, fue elegida por debajo del 3% de los casos. El 0,3% de la muestra encuestada se acogió a la opción “no sabe / no contesta”. En referencia a la pregunta de si “has escuchado la radio en el último mes o has descargado programas de radio de internet”, el 63,7% responde “sí” y elige la opción “no” un 36,3% de los estudiantes encuestados.

En lo relativo a este apartado y en comparación con los resultados obtenidos del primer estudio de Usos..., destaca el hecho de que varía la forma en que se consumen los contenidos audiovisuales, teniendo constancia de que en la actualidad internet es un medio que iguala y supera a la televisión, para el consumo de contenidos audiovisuales como “películas”, “series”, “informativos”...que por otra parte siguen siendo los más vistos entre los estudiantes universitarios de Jaén. Respecto a los programas más escuchados a través de la radio, los musicales siguen siendo los más oídos, aumentando incluso su porcentaje de 57,6% a 80,5% entre los estudiantes.

6.4 ORDENADOR E INTERNET

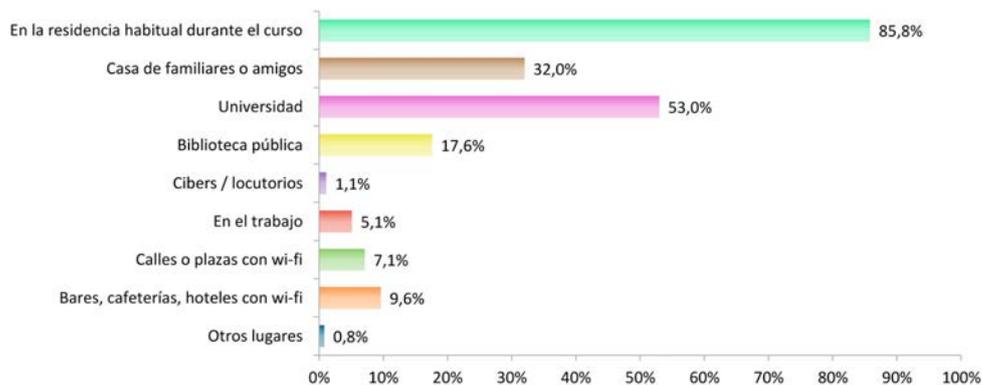
Bajo este epígrafe se recoge información sobre los tipos de uso que los estudiantes hacen del ordenador, y aspectos relacionados con el acceso y uso de internet.

En cuanto a los datos relacionados con el uso de ordenador por trabajo o estudio, un 82,4% de los estudiantes utiliza “todos / casi todos los días” el ordenador por este motivo; y, un 11,9% lo hace “cuatro / tres días por semana”; con un porcentaje menor del 1% se utiliza el ordenador por trabajo o estudio con una frecuencia de “sólo los fines de semana, tres / cuatro veces al mes y nunca o casi nunca”. La opción no sabe / no contesta la elige un porcentaje del 0,3% de los encuestados. En referencia a la frecuencia con que se usa el ordenador por otros motivos, el porcentaje más alto de estudiantes (83%), ha elegido la opción de “todos / casi todos los días”; un 8,5% la opción “tres / cuatro días por semana”; un 4,2% la opción “uno / dos días por semana”; un 1,4% “sólo los fines de semana”; y, un 1,1% “nunca / casi nunca”; las otras opciones “tres / cuatro veces al mes” y “con menos frecuencia” obtienen un porcentaje aproximado del 1%; Finalmente, un 2% opta por responder dentro de la categoría “no sabe / no contesta”.

Respecto a los resultados obtenidos que informan sobre el uso de internet por trabajo o estudio, la mayoría un 83,6% lo hace con una frecuencia diaria “todos / casi todos los días”; un 11,9% lo hace “tres / cuatro días por semana”; un 3,1% de los encuestados responde que lo hacen “uno / dos días / s por semana”; “sólo los fines de semana” un 0,6% de los encuestados; un 0,3% lo hace “tres / cuatro veces al mes”; y, un 2,5% opta por elegir la opción “no sabe / no contesta”. Para la frecuencia de uso del ordenador por otros motivos, se obtiene una mayoría de estudiantes, el 84,7% que declara utilizarlo por otros motivos distinto del trabajo o estudio,

“todos / casi todos los días”; un 7,6% lo hace “tres/cuatro días por semana”; un 3,7% de los encuestados responde que lo hace “uno/dos día/s por semana”; “sólo los fines de semana” un 1,4% de los encuestados; un 0,3% lo hace “uno / dos veces al mes”; un 0,3% opta por elegir la opción “con menor frecuencia”; un 0,8% elige la categoría de “casi nunca / nunca”; y, por último un 1,1% de los encuestados opta por la opción “no contesta”.

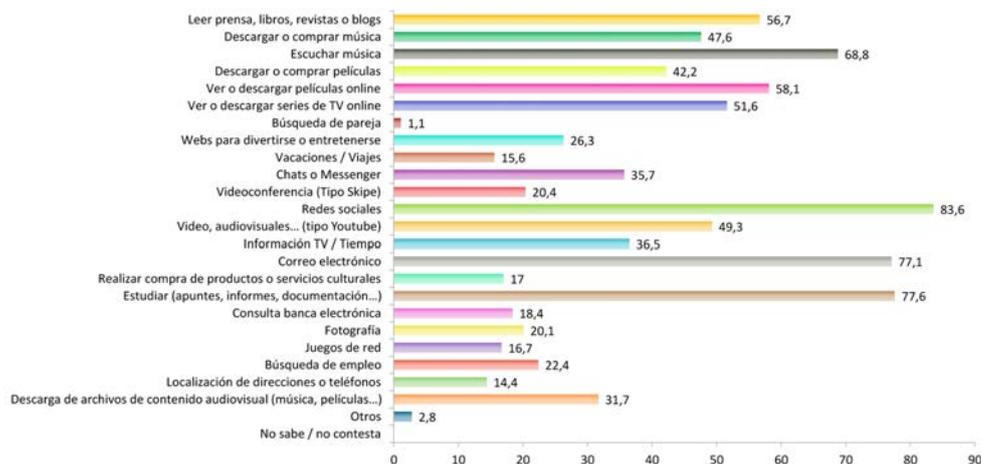
Figura 7. Lugares desde donde utilizan internet



En la figura 7 se indican los lugares en los que habitualmente se hace uso de internet, los dos fundamentales son la universidad y el propio domicilio. El 85,8% de los encuestados manifiesta utilizar internet en la residencia habitual; y, un amplio porcentaje afirmó hacer uso de internet en la universidad, el 53%. Otras opciones incluidas en este apartado y que son lugares en los que los encuestados declararon hacer uso de internet en porcentajes bastante inferiores, son en casa de familiares y amigos con un 32%; y, un 17,6% en bibliotecas públicas. El resto de las opciones como bares, calles o plazas, y en el trabajo fueron elegidas por debajo del 10% de los estudiantes encuestados. La opción “otros lugares” fue seleccionada por sólo el 0,8% de los encuestados.

Se han considerado en el estudio veinticinco categorías de posibles usos de internet por parte de los estudiantes de la Universidad de Jaén, incluidas las categorías “otros” y “no sabe / no contesta”. El formato empleado para obtener esta información, es de respuesta múltiple. Los datos recogidos se muestran en la figura 8.

Figura 8. Utilización que realizan de Internet



Como se puede observar en la figura 8, el uso de las “redes sociales” es el más frecuentemente realizado, correspondiendo al 83,6% de los casos. El resto de opciones se sitúa en porcentajes sensiblemente inferiores, así otros usos frecuentes incluyen: “estudiar” (77,6%), “correo electrónico” (77,1%), “escuchar música” (68,8%), “ver o descargar películas online” (58,1%), “leer prensa, libros, revistas o blogs” (56,7%), “ver o descargar series de televisión online” (51,6%), “ver videos o audiovisuales” (49,3%), “descargar o comprar música” (47,6%), y “descargar o comprar películas” (42,2%). El resto de posibles usos de internet corresponde a porcentajes inferiores al 36% del total de casos. Por otro lado, las tres categorías de respuesta que reúnen el porcentaje más exiguo de respuestas y, por tanto, reflejan un uso poco frecuente de internet para tales fines, son: “búsqueda de pareja” (1,1%) y “Otros” (2,8%).

Parece ser que respecto al primer estudio de *Usos...* las redes sociales se convierten en el uso del ordenador más frecuentemente realizado (83,6% de los casos), lugar que ocupaba anteriormente el correo electrónico. Sobre los lugares donde se utiliza internet, ocupa el primer lugar con diferencia, “el propio domicilio” (85,8%) respecto a “la universidad” (53%), opciones que obtuvieron porcentajes similares en el estudio anterior.

6.5 CINE Y PELÍCULAS

En el siguiente apartado se abordan distintos aspectos tales como la frecuencia de visionado de películas, la asistencia a salas de proyección cinematográfica y la preferencia en cuanto al género de las películas y medios o espacios más utilizados para el visionado de las mismas, A su vez, respecto a la oferta cinematográfica propia de la Universidad de Jaén, se recoge información sobre la frecuencia de asistencia y la valoración de las proyecciones.

Figura 9. Frecuencia de asistencia al cine



En relación a la frecuencia de asistencia a proyecciones cinematográficas, como podemos observar en la figura 9, una proporción de encuestados, el 28,3%, declara ir al cine sólo “algunas veces al año”. Asimismo, el porcentaje de participantes en la encuesta que declara no ir nunca o casi nunca al cine alcanza el 22,1%. Únicamente el 1,4% de los encuestados declara asistir a proyecciones cinematográficas “al menos una vez por semana”. El 12,2% asiste a proyecciones

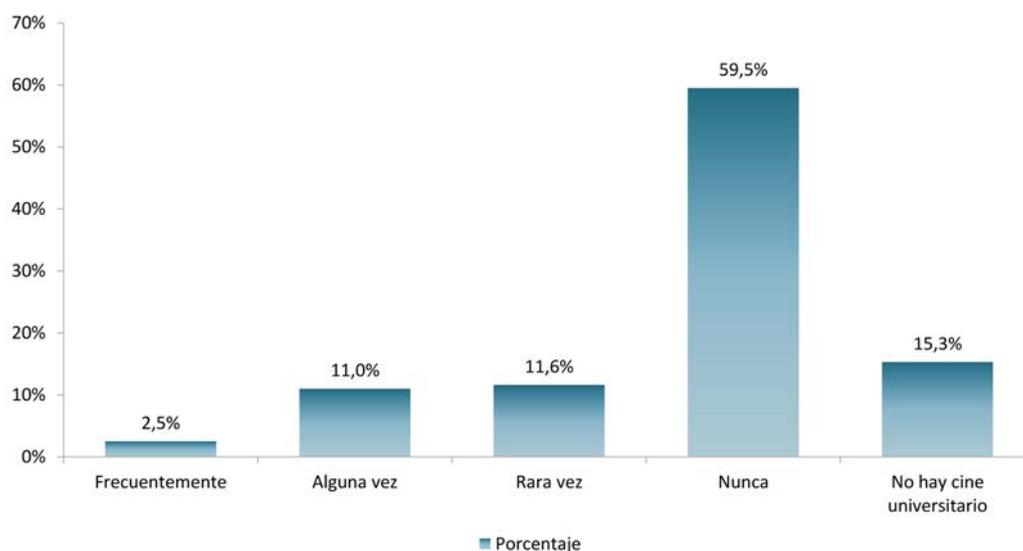
cinematográficas “dos o tres veces al mes”. El 19% lo hace “una vez al mes”. El 16,4% asiste “cada dos meses” y un 0,6% eligió la opción “no sabe / no contesta”.

Otra de las cuestiones planteadas en esta encuesta a los estudiantes se refiere a la frecuencia de visionado de películas a través de cualquier medio. Más de la mitad de encuestados, el 62,9%, declara ver películas sólo “al menos una vez por semana”. Asimismo, el porcentaje de participantes en la encuesta que declara ver películas “dos o tres veces al mes” alcanza el 23,8%. Únicamente el 9,6% de los encuestados declara verlas una “vez al mes”. El resto de las categorías, “cada dos meses”, “alguna vez al año” y “casi nunca / nunca” obtienen porcentajes menores del 2%. Un 0,3% eligió la opción “no sabe / no contesta”.

Respecto a la nacionalidad de las películas preferidas por los encuestados, aspecto abordado en formato de respuesta múltiple, la comedia se encuentra entre las preferencias del 62,6% de los encuestados. A continuación, se sitúan con porcentajes similares, la ciencia ficción (46,2%), el cine de acción (44,8%), las películas de suspense (40,8%) y las películas de aventuras (40,5%). Con menor porcentaje aparece el género drama (35,1%), las películas de terror (32,4%) y las de tipo clásico, antiguo (21,0%). Un 7,4% respondió “no sabe / no contesta”.

Si nos referimos a los espacios o medios habitualmente utilizados para ver películas, la opción de películas descargadas o compradas de internet u online es la forma principalmente elegida, con una media de 4,41 películas sobre un total de diez. A continuación, con una media similar aparece la “TV abierta” (3,13). El resto de las opciones obtienen una media menor; “salas de cine” un 1,56 y las demás por debajo de 1, “TV pago”, “video-club” y “DVD”.

Figura 10. Asistencia a películas o proyecciones que realiza la universidad



Otro de los aspectos explorados es la oferta cinematográfica dependiente de la propia universidad descrita en la figura 10. Destaca que el 59,5% de los encuestados admite no asistir nunca a las proyecciones que realiza la universidad; un 15,3% declara que no hay cine universitario. El 11,6% rara vez asiste a las proyecciones realizadas por la universidad, mientras

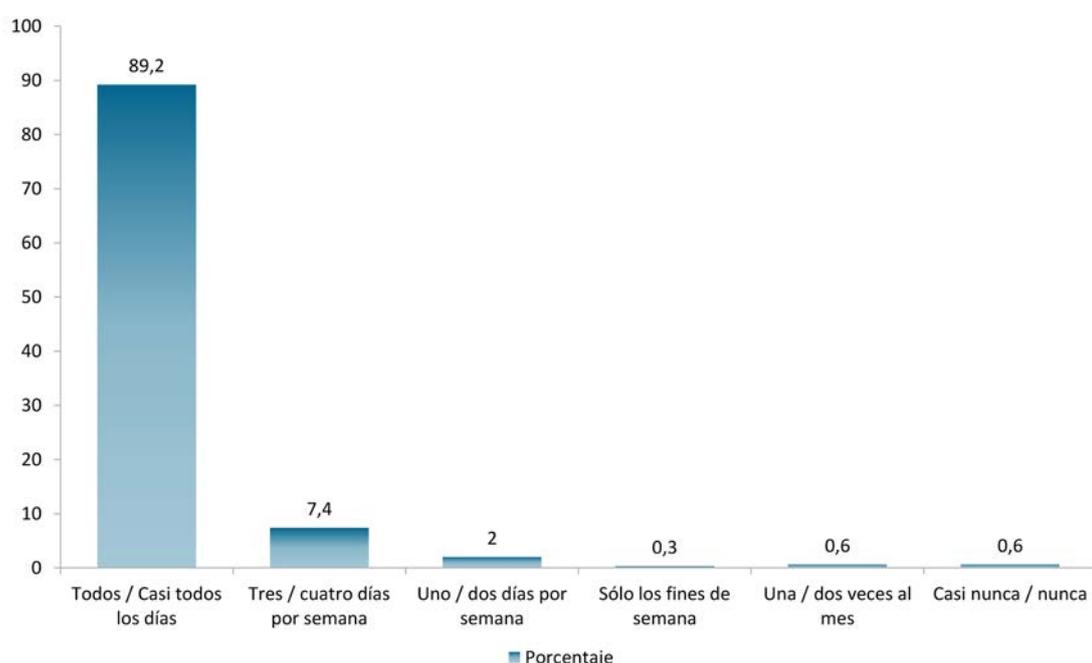
que el 11% asiste alguna vez. Tan sólo el 2,5% manifiesta asistir frecuentemente a este tipo de eventos. La “oferta” de las proyecciones valorada en una escala de 1 a 10, obtiene una puntuación de 5,47, la “diversidad” de las mismas una puntuación algo superior (6,33) y el “interés” que despiertan es valorado con un 6,74 de media sobre 10.

Si comparamos los aspectos tratados en este apartado con los descritos en el primer estudio de *Usos...* se puede observar que la frecuencia de asistencia diaria al cine ha disminuido pasando de un 9,5% a un 1,4% así como para la opción de frecuencia “dos o tres veces al mes” que ha pasado de un 24,6% a un 12,2%. El porcentaje de estudiantes que afirma no asistir nunca a las proyecciones de la universidad disminuye de un 70,5% a un 59,5%, a la vez que incrementa el porcentaje de estudiantes que declaran que no hay cine universitario, de un 1,4% a un 15,3%.

6.6 MÚSICA

En este epígrafe se tratan cuestiones relacionadas con los hábitos musicales de los estudiantes de la Universidad de Jaén. Entre los asuntos tratados, se encuentran la frecuencia con la que escuchan música, el tipo de música preferida, el dispositivo más frecuentemente utilizado para escucharla, el lugar donde habitualmente escuchan música y el soporte en que la escuchan. Se aborda además la asistencia a conciertos, desde una doble perspectiva: el tipo de conciertos musicales preferidos y la frecuencia con que se asiste a los mismos.

Figura 11. Frecuencia de escuchar música



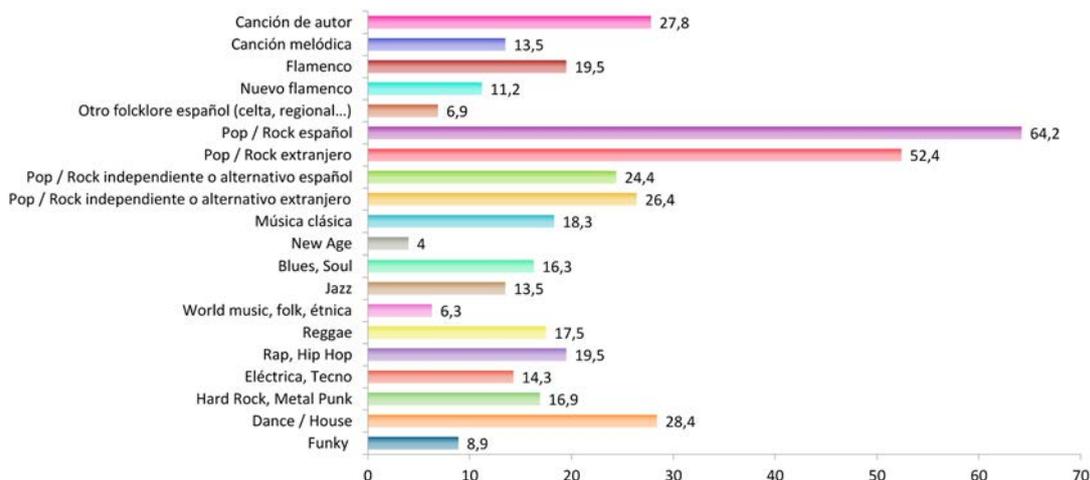
En cuanto a la frecuencia con que los participantes en la encuesta escuchan música indicados en la figura 11, la mayoría de los mismos, el 89,2%, manifiesta hacerlo “todos / casi todos los días”. El 7,4% declara escuchar música “tres / cuatro días por semana”; el 2% lo hace un / dos días por semana”; el 0,3% “sólo los fines de semana”, “una / dos vez / veces al mes”, el 0,6%; y, finalmente “nunca / casi nunca”, el 0,6%.

Los medios más habituales utilizados para escuchar música son el “ordenador” (79,5%), el “móvil” (59,3%), la radio (56,7%) y los “equipos de música” (38,5%); La “televisión” (12%) y las “tabletas / ipads” (4,3%) se utilizan con menor frecuencia; y la opción “otros equipos” presenta un porcentaje de 1,7%.

Los formatos más utilizados con diferencia son “directamente de internet” con un 67% y “otros formatos digitales (ficheros)” con un porcentaje del 65,8%. Le seguiría con una menor proporción, los formatos “CD, DVD o Blue Ray” con un 35,6% y finalmente la opción “casete o disco de vinilo” que es la menos elegida con un 4,3%.

Para responder a la cuestión de cuáles son los lugares en los que habitualmente escuchan música los estudiantes de la Universidad de Jaén, se utilizó, una vez más, un formato de respuesta múltiple. Los principales lugares donde los encuestados realizan esta actividad son “en tu habitación” (68,1%), “en casa (otros lugares)” (67,5%) y “en el coche”, con un 61,5%; un 36,5% obtuvo “en el transporte público” como espacio en el que suele escuchar música y otros sitios elegidos con menor porcentaje incluyen “en casa de amigos” (24,2%) y “en el trabajo” (8,5%); un 6,3% eligió, asimismo, la opción “otros lugares”.

Figura 12. Tipo de música favorito



Respecto al tipo de música preferido, el formato utilizado fue de respuesta múltiple. Como podemos observar en la figura 12, el tipo de música que cuenta con mayor grado de aceptación por parte de los estudiantes de la Universidad de Jaén es el “pop / rock español”. Esta es una opción seleccionada por el 64,2% de los encuestados. En segundo lugar, se sitúa el “pop / rock extranjero”, elegido por el 52,4%. En tercer lugar, aparece la música “dance / house”, que es seleccionada por el 28,4% de los encuestados. En cuarto lugar, se sitúa la “canción de autor” con un 27,8%. En quinto lugar, aparece el “pop / rock independiente o alternativo extranjero”

con un 26,4%, seguido del “pop / rock independiente o alternativo español” con un 24,4%. A continuación, en porcentajes situados entre el 20% y el 15%, se encuentran el “rap, hip hop” (19,5%), el “flamenco” (19,5%), la “música clásica” (18,3%), el “reggae” (17,5%), el “hard rock, metal punk” (16,9%) y el “blues, soul” (16,3%). El resto de tipos de música tenidos en cuenta en este apartado se encuentran entre las preferencias de menos del 15% del total de la muestra encuestada. Con menos del 10% aparece la música “funky” (8,9%), “otro folklore español” (6,9%), la “world music, folk, étnica” (6,3%) y la música “new age” que obtiene el menor porcentaje, un 4%.

Respecto al apartado en que se analizaban los tipos de conciertos a los que asisten con mayor frecuencia los participantes en esta encuesta, destaca fundamentalmente, el elevado porcentaje de los mismos que manifestó acudir “casi nunca / nunca” (37,1%) y “una vez al año” (24,4%), a actuaciones musicales y el bajo porcentaje que eligió la opción “frecuentemente” con un 2%.

Por otra parte, haciendo referencia al tipo de conciertos a los que los encuestados asisten, se realizó una pregunta de tipo respuesta múltiple, cuyos resultados dan un alto porcentaje a la asistencia a conciertos de: “pop/rock español” (58,1%), “pop / rock extranjero” (21,6%), “canción de autor” (20,3%) y “pop / rock independiente o alternativo español” (15,8%); Con porcentajes entre el 15% y el 10%, se encuentra la asistencia a conciertos de “flamenco” (13,1%), “música clásica” (12,6%), “hard rock, metal punk” (12,2%), y “música independiente (Indie)” (10,8%); con los valores más bajos, menores del 5%, se encuentran los tipos de conciertos de música “eléctrica, tecno” (4,5%), “dance, house” (4,1%), “funky” (3,6%), “world music, folk, étnica” (1,8%), y por último los conciertos de “otro folklore español (celta, regional...)” con el porcentaje menor, un 0,9%. Un 7,7% obtuvo la opción “Otro tipo”.

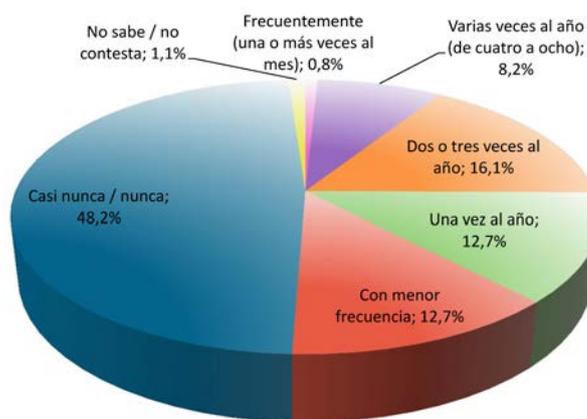
Parece ser que existen algunas variaciones en comparación con el estudio anterior de Usos... realizado a los estudiantes de la Universidad de Jaén; aunque la frecuencia con que se escucha música, los lugares donde se escucha y el tipo de música que se escucha no han variado significativamente, si lo ha hecho el medio que más se utiliza para ello, pasando el ordenador de un tercer lugar con un 21,3% al primer lugar con un porcentaje del 79,5% bastante por encima de los demás medios utilizados y siendo los soportes “directamente de internet” (67%) y “otros formatos digitales” (65,8%) los más utilizados. La frecuencia de asistencia a conciertos ha disminuido ligeramente pasando de obtener, por ejemplo, la opción “frecuentemente” de un 5,4% a un 2%.

6.7 TEATRO

En este apartado se valoran dos aspectos, el interés por el teatro y la frecuencia de asistencia a obras de teatro.

El interés por el teatro se valora en una escala del 1 al 5. El 10,8% de los encuestados se decantó por la máxima puntuación; el 16,4% eligió un “4”; el 30,3%, escogió un “3”; el 18,1%, un “2”; y, el 24,4%, un “1”. De esta forma, un 42,5% de los participantes en la encuesta declaró un interés por el teatro inferior a la puntuación central de la escala; mientras que un 27,2% se situó por encima. El interés medio de los estudiantes por las obras de teatro es de 2,71, en dicha escala de 1 a 5.

Figura 13. Frecuencia de asistencia a obras de teatro



La frecuencia de asistencia a obras de teatro se recoge en la figura 13. Tan sólo el 0,8% de los encuestados asiste a representaciones teatrales “frecuentemente”. El 8,2% declara asistir “varias veces al año (4 a 8)”. El 16,1% declara asistir “2 o 3 veces al año”. El 12,7% manifiesta asistir “una vez al año”. El mismo porcentaje (12,7%), afirma asistir “con menor frecuencia”. A su vez, el 48,2% manifiesta no asistir “nunca o casi nunca” a representaciones teatrales. El 1,1% optó por la categoría “no sabe / no contesta”.

Sobre el tipo de teatro que les interesa a los estudiantes más de la mitad optaron por la opción “comedia”, con un 53,5%; con porcentajes inferiores pero representativos contaron el “teatro de actores actuales” (29,2%), el teatro “clásico” (28,6%) y las obras de tipo “experimental o alternativo” (20,1%). La opción “otros” la eligió el 12,2% de los estudiantes.

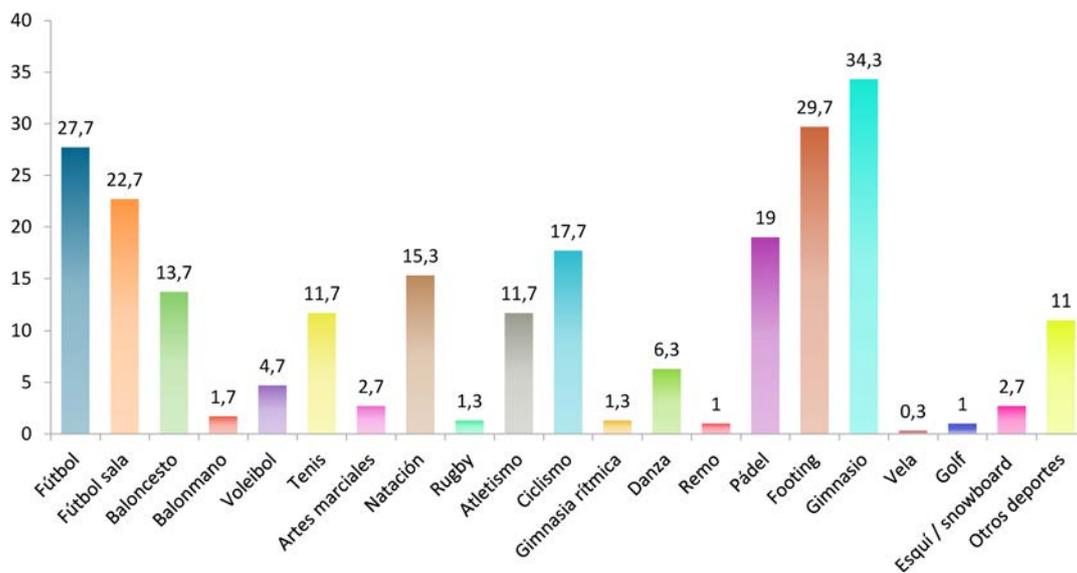
En referencia a este tema y comparando los resultados con el primer estudio de *Usos...* señalar que se obtienen resultados similares a los mismos, en cuanto al interés por el teatro y a la frecuencia de asistencia a las obras de teatro.

6.8 ACTIVIDADES DEPORTIVAS

Los aspectos valorados respecto a las actividades de carácter deportivo realizadas por los estudiantes de la Universidad de Jaén, incluyen, por una parte, la práctica habitual de actividades deportivas; el tipo de deporte que realizan habitualmente; y, la frecuencia con la que practican deporte. Asimismo, se valoran cuestiones tales como la asistencia a competiciones deportivas y el tipo concreto de competiciones deportivas a las que acuden con mayor asiduidad.

La proporción de encuestados que manifiestan practicar habitualmente algún tipo de deporte (84,4%) supera holgadamente a la de los individuos que declaran no practicarlo habitualmente (15%). En este sentido, el 31,7% de los encuestados que practican habitualmente deporte declara hacerlo “alguna vez por semana”. Un 28,9% de los encuestados dice practicar deporte “todos / casi todos los días”; un 11,6%, lo haría “alguna vez al mes”; y, “con menor frecuencia”, un 12,2%. Un porcentaje del 0,6% eligió la opción “no sabe / no contesta”.

Figura 14. Tipo de deporte practicado

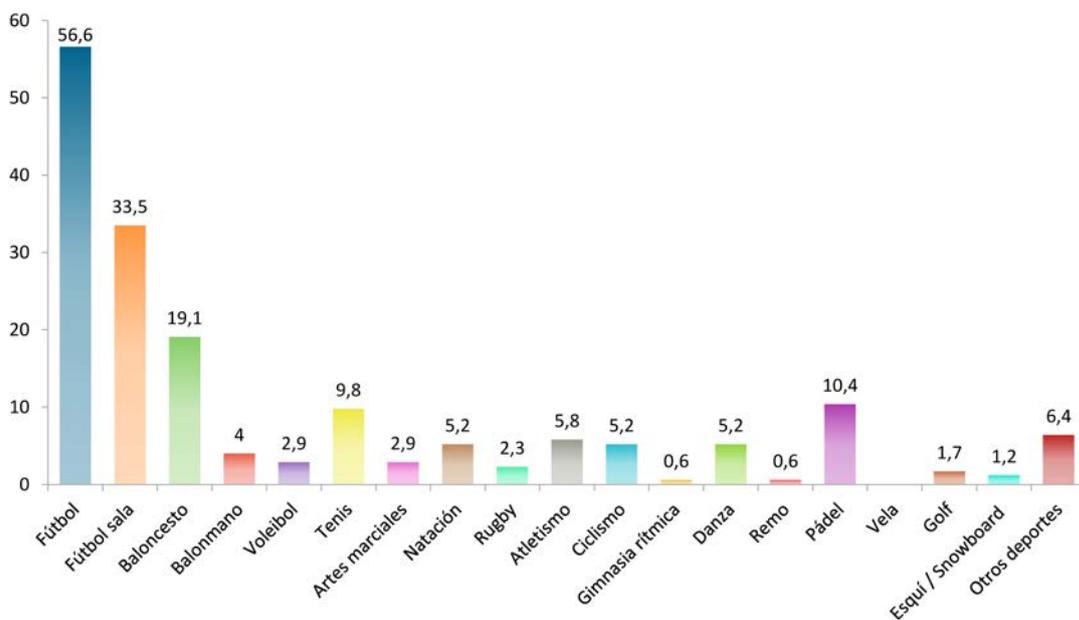


En la figura 14 se especifica el tipo de deporte practicado por los alumnos, que incluye una amplia variedad de actividades. Para responder a esta cuestión se utilizó un formato de respuesta múltiple. Dentro del grupo de actividades practicadas con mayor asiduidad destacan las actividades de “gimnasio”, elegidas por el 34,3% de los entrevistados; el “footing”, seleccionado por el 29,7%; el “fútbol” practicado por el 27,7% de la muestra; y, el “fútbol sala” elegido por un 22,7% de los estudiantes. Un segundo grupo de actividades deportivas practicadas en porcentajes inferiores incluyen: “pádel” (19%), “ciclismo” (17,7%), “natación” (15,3%), “baloncesto” (13,7%), “tenis” y “atletismo” (ambas con un 11,7%). El resto de actividades propuestas se sitúa en porcentajes inferiores al 7%. Existen dos actividades que han sido elegidas por un 1% de los encuestados: “remo” y “golf” y la actividad de “vela” que es elegida sólo por un 0,3%. Asimismo, un 11% de los encuestados manifestó practicar “otros deportes” diferentes de los mencionados.

Cuando se alude a la principal actividad deportiva practicada, existen dos actividades que destacan por encima del resto. Éstas son “gimnasio”, elegido como actividad principal por el 16,1% de los encuestados y “footing”, elegido por el 13,6%. Por otra parte, destaca el porcentaje de encuestados, un 5,9%, que elige como principal actividad deportiva “otros deportes” diferentes a las especificadas en la pregunta.

Respecto a la asistencia a competiciones deportivas, el porcentaje de personas que reconocen no asistir a las mismas (51%), es ligeramente superior al de personas que manifiestan asistir a competiciones deportivas (46,8%).

Figura 15. Asistencia a competiciones deportivas



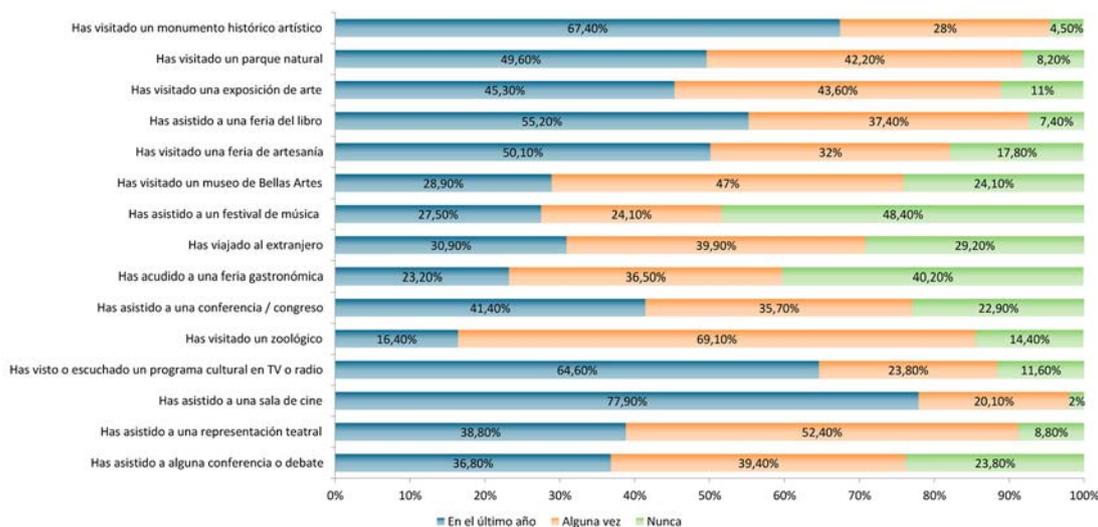
En la figura 15 se presenta la información correspondiente al tipo de competiciones deportivas a las que asisten los alumnos universitarios. Destaca fundamentalmente el porcentaje de encuestados que afirma asistir a partidos de “fútbol”, con un 56,6%, de “fútbol sala” con un 33,5%, de “baloncesto” con un 19,1% y de “pádel”, con un 10,4%; Para el resto de competiciones deportivas los porcentajes de asistencia son inferiores al 10% en todos los casos, siendo el “tenis” la actividad que obtiene mayor porcentaje (10,4%) de este grupo. Con los porcentajes menores de asistencia se encuentran el “remo” y la “gimnasia rítmica” ambas con un 0,6%. Un 6,4% escogió “otros deportes” distintos de los explicitados.

La proporción de encuestados que manifiestan practicar habitualmente algún tipo de deporte (84,4%) ha aumentado de forma significativa respecto a la proporción obtenida sobre esta cuestión, en el primer estudio de Usos... (48,4%). Además, respecto a la asistencia a competiciones deportivas, el porcentaje de personas que reconocen asistir a las mismas (46,8%), es ligeramente superior al resultado obtenido en el estudio anterior (35,9%).

6.9 OTRAS ACTIVIDADES RELACIONADAS CON LA CULTURA

En este apartado se exploran otros tipos de actividades culturales en las que los encuestados participan.

Figura 16. Porcentajes de visitas o asistencias



En la figura 16 se recogen los resultados obtenidos en relación con diversas actividades culturales, realizadas alguna vez o en el último año por los estudiantes de la Universidad de Jaén. Cabe destacar una serie de actividades que han sido realizadas por más de la mitad de los sujetos encuestados durante el último año. Estas actividades incluyen la asistencia a salas de cine, realizada en el último año por el 77,9% de los estudiantes encuestados; las visitas a monumentos históricos, por un 67,4%; ver o escuchar programas culturales en la radio o televisión, un 64,6%; asistir a una feria del libro, un 55,2%; y asistir a una feria de artesanía con un 50,1%; El resto de actividades relacionadas con la cultura ha sido realizado en el último año por menos de la mitad de los estudiantes encuestados. Dentro de éstas, destaca como la actividad realizada durante el último año por el menor porcentaje de encuestados, la visita a un zoológico con un 16,4%. Por otra parte, cabe mencionar que el 14,4% de los encuestados declaró no haber visitado jamás un zoológico y el 24,1% no haber visitado un museo de Bellas Artes.

Si comparamos los resultados obtenidos en este apartado, con los resultados del apartado correspondiente del primer estudio de Usos... parece ser que aunque destacan las mismas actividades realizadas por los estudiantes, los porcentajes obtenidos por las distintas actividades se van aproximando, de forma que aumenta el número de estudiantes que por ejemplo viaja al extranjero o visita un zoológico (opciones señaladas por menor número de estudiantes en el primer estudio).

6.10 OCIO Y GASTO EN CULTURA

Los aspectos tratados en este apartado incluyen el análisis de la frecuencia con que los encuestados se involucran en diferentes actividades de ocio propuestas, así como las estimaciones realizadas por los mismos acerca de las horas libres con las que cuentan semanalmente, para dedicarse a actividades de ocio y diversión.

A continuación, se detallan las diferentes actividades de ocio propuestas y los principales datos obtenidos al respecto. Entre las actividades más realizadas “todos / casi todos los días” destacan dos “usar el ordenador” (94,3%) y “usar las redes sociales” (79%); por encima del 20%, y por tanto también destacables se encuentran “ver una serie de televisión en el ordenador o televisor” (34,3%), “leer cualquier tipo de literatura” (27,5%), “salir o reunirse con los amigos” (27,2%) y “ver una película en el ordenador o en el televisor” (21%). Como actividades preferidas para realizar “sólo los fines de semana” con más de un 25% se encuentran “beber, ir de copas” (37,4%), “ir de botellón” (29,7%), e “ir a discotecas, bailar” (29,2%); en menor grado pero destacables obtienen más de un 10%, las actividades “salir o reunirse con los amigos”(15,6%), “ver una película en el ordenador o televisor”(12,5%) y “salir al campo o a la playa” (12,5%). Como actividades que se realizan con una frecuencia de “una / dos veces al mes” obtienen un mayor porcentaje con diferencia sobre las demás actividades propuestas “asistir a una sala de cine” (33,4%), “viajar” (24,1%) y “salir al campo o a la playa” (19,3%) Con una frecuencia “nunca / casi nunca” las tres actividades con porcentajes más altos son “asistir a actividades religiosas” (70,8%), “participar en grupos musicales o teatrales” (64,3%) y “realizar acciones de voluntariado” (60,9%).

Los estudiantes encuestados estiman el número medio de horas libres a la semana que disponen para actividades de ocio y diversión en 21,67 horas, con una desviación típica de 21,484.

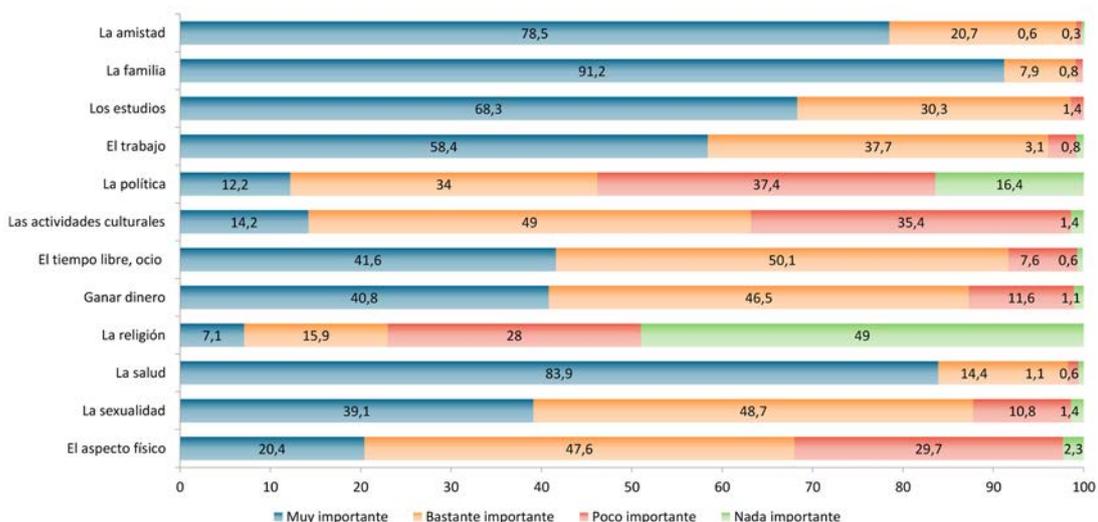
El gasto al mes estimado en cultura para el 36% de los encuestados, oscila entre los trece y los treinta euros. Por su parte un 33,4% declara gastar entre uno y doce euros siendo un 9,6% quién declara no gastar nada en absoluto. Un gasto entre treinta y un y sesenta euros es manifestado por el 15,9% de los encuestados, mientras que un 5,1% declara un gasto superior a los sesenta euros. El gasto medio al mes en cultura de los estudiantes universitarios es de veinticuatro euros con sesenta y siete céntimos, con una desviación típica de 39,552.

En comparación con el estudio anterior de Usos... parece variar la frecuencia de las actividades realizadas: “usar el ordenador” se convierte en la actividad principal diaria frente a “ver la televisión”, en segundo lugar e incrementando su porcentaje también, aparece “usar las redes sociales” (79%), como segunda actividad que se realiza “todos / casi todos los días”. Sobre el gasto al mes estimado en cultura y el número medio de horas libres no se aprecian diferencias significativas.

6.11 VALORES

En este epígrafe se describen los valores y la importancia que éstos tienen para los estudiantes de la universidad de Jaén. En la figura 17 se describen los porcentajes obtenidos valorados desde “muy importante” hasta “nada importante”. Destaca de las cuestiones propuestas “la familia” valorada como “muy importante” en un 91,2% y “la salud” con un porcentaje de 83,9%; le seguiría “la amistad” (78,5%), los estudios (68,3%) y el trabajo (58,4%). “La religión” es valorada como “nada importante” con un 49%, asimismo “La política” obtiene en segundo lugar, un 16,4%. “Las actividades culturales” obtienen un porcentaje casi del 50%, como “bastante importante”.

Figura 17. Porcentajes de valores



6.12 ACTIVIDADES CULTURALES EN LA UNIVERSIDAD

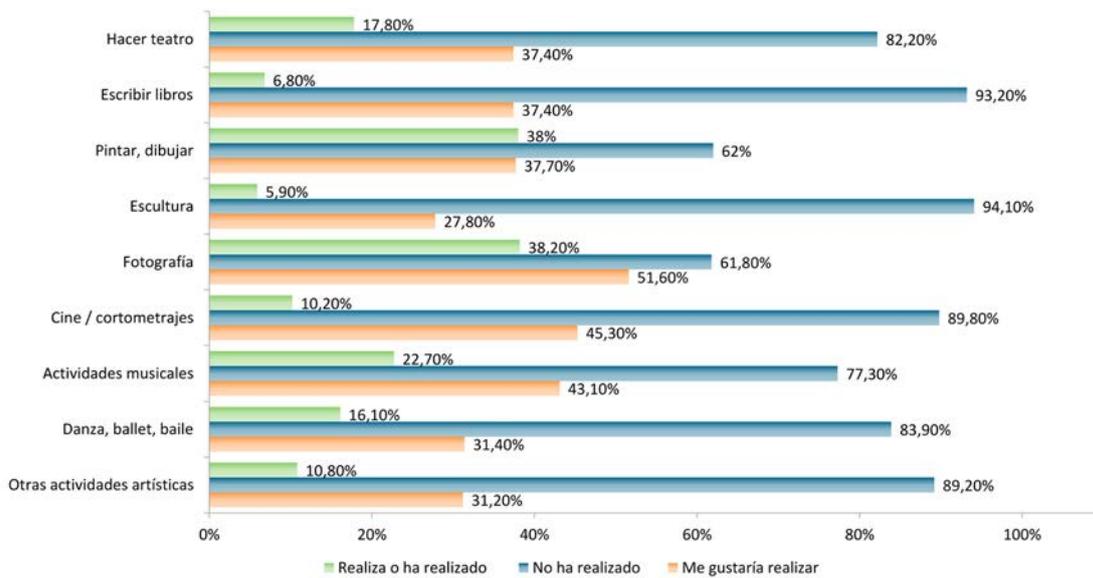
En el siguiente apartado se evalúan cuestiones relacionadas con las actividades culturales ofrecidas por la propia Universidad.

Respecto a la oferta cultural específica de la Universidad de Jaén, los encuestados le otorgan un exiguo aprobado; la valoración media de la misma alcanza un 5,84 sobre un máximo de 10 puntos.

6.13 ARTES PLÁSTICAS Y ESCÉNICAS

En este apartado se analizan diferentes actividades artísticas que realizan, han realizado o le gustaría realizar a los participantes en la encuesta. La figura 18 presenta los datos obtenidos al respecto.

Figura 18. Actividades artísticas



De las siete categorías de respuesta posibles, incluyendo la opción “otras actividades artísticas”, destacan como actividades que realizan o han realizado la opción “fotografía” con un 38,2%, le sigue de cerca “pintar, dibujar” con un 38% y la opción “actividades musicales” obtiene un 22,7%. Como opciones de actividades artísticas que no se han realizado nunca aparecen con mayor porcentaje la “escultura” (94,1%), “escribir libros” (93,2%), “cine / cortometrajes” (89,8%) y “hacer teatro” (82,2%). Asimismo, es la “fotografía” la actividad que le gustaría realizar al mayor porcentaje de individuos, el 51,6%; seguidamente, se sitúan “cine / cortometrajes” (45,3%) y “actividades musicales” (43,1%).

6.14 OTROS DATOS SOCIO-DEMOGRÁFICOS

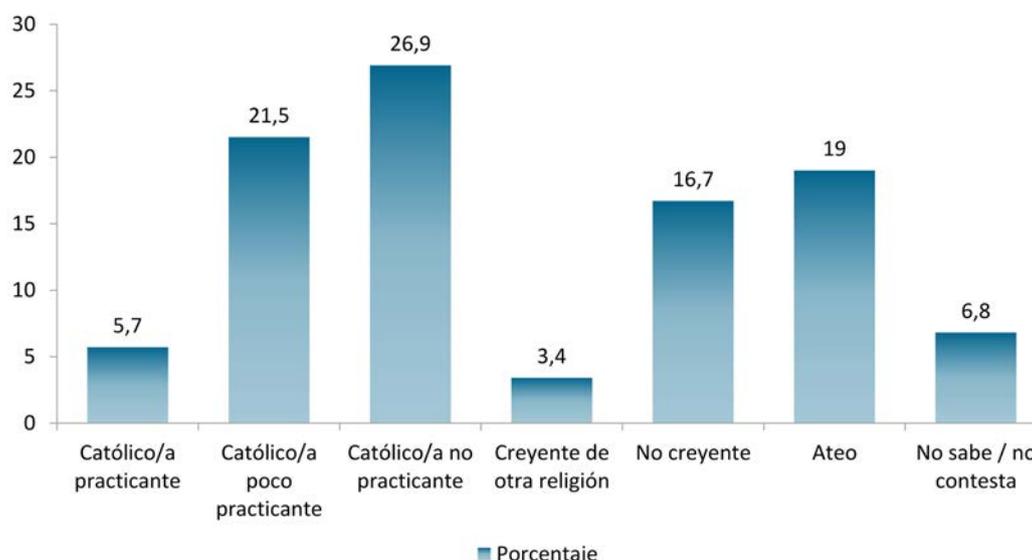
En este punto se hace referencia a otras cuestiones que permiten caracterizar a los estudiantes universitarios, tales como los ingresos familiares mensuales, las creencias religiosas o el posicionamiento ideológico.

En cuanto a los ingresos familiares mensuales, el 12,4%, se sitúa en la banda “más de 2.400□”. El 13,9% declara encontrarse en la banda comprendida “entre 1.801□ y 2.400□”. El 19,8% se sitúa en la banda comprendida “entre 901 y 1.200□”. El 13,6% eligieron la opción “menos o igual de 900□”. Finalmente, el 22,4% de los encuestados se acoge a la opción “no sabe / no contesta”.

La figura 19 muestra los datos correspondientes a las creencias religiosas de la muestra encuestada. Más de la mitad de los encuestados, el 54,1%, se declara católicos. Refiriéndonos exclusivamente al colectivo que se define católico, se distribuye entre un 5,7% que se define “católico practicante”; un 21,5% que se declara “católico poco practicante”; y, un 26,9% que manifiesta ser “católico no practicante”.

En porcentajes considerablemente inferiores a quienes se definen como católicos, se encuentran en orden decreciente: “ateo” (19%), “no creyente” (16,7%), y “creyente de otra religión” (3,4%). El porcentaje de personas que eligieron la opción “no sabe / no contesta” ascendió al 6,8%.

Figura 19. Porcentajes en materia de religiosidad



Respecto al posicionamiento ideológico de los estudiantes encuestados, se utilizó una escala de 0 a 7 que cubría el rango desde el valor mínimo, que reflejaría un posicionamiento de extrema izquierda, hasta el valor máximo que reflejaría posicionamientos afines con la extrema derecha. La media de las respuestas válidas registradas alcanzó el valor de 3,54, con una desviación típica de 1,409; lo que podría considerarse como una posición media de centro-izquierda.

