

# Los jóvenes andaluces universitarios de la Universidad de Cádiz

*Gema González Ferrera (Universidad de Cádiz)*

**E**n este capítulo se analizan los resultados de la investigación realizada entre universitarios de la Universidad de Cádiz para conocer sus usos, hábitos y demandas culturales.

Este estudio consta de siete apartados y unas conclusiones:

1. Características sociodemográficas del colectivo estudiado.
2. Creencias religiosas, ideología política y actividad asociativa.
3. Hábitos de lectura y utilización de bibliotecas.
4. Hábitos televisivos y radiofónicos.
5. Cine, música y teatro.
6. El uso del ordenador y de las nuevas tecnologías.
7. Prácticas deportivas y actividades de ocio.

Conclusiones

## 1. CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS

La encuesta se ha realizado con una muestra de 370 universitarios pertenecientes a la UCA, de los cuales el 47% son varones y el 53 % mujeres. El mayor porcentaje de mujeres se corresponde con la mayor presencia femenina que se da en nuestro país en las aulas universitarias desde el año 2000 aproximadamente.

Las cohortes de edad se han agrupado en cuatro tramos: 18-21 años (164 estudiantes, el 44,3% de la muestra), 22-24 años (111; 30%), 25-27 años (64; 17,3%) y 28-30 años (31; 8,4%). De todos ellos, el 97,3 % están solteros, el 2,4% vive en pareja y el 0,3% son viudos. Estas cifras reflejan el retraso en la edad de matrimonio que se está generalizando en nuestro país y también en cierta medida, con la pérdida de valor de la institución matrimonial.

Por su condición de estudiantes, los universitarios tienen una dependencia económica mayor que el resto de jóvenes de su edad, por lo que no es de extrañar que el porcentaje de los mismos que vive habitualmente en el domicilio familiar (con los padres o con alguno de ellos) sea mayor que el de los jóvenes en general. Según los resultados del Sondeo sobre la Juventud española 2005 (2ª oleada), del CIS., el 69,3% de los jóvenes de España viven en el hogar de sus padres.

En el caso de los estudiantes de la UCA, más del 78 % viven con sus padres. Esta tendencia general se explica por varios motivos además del anteriormente apuntado. El alto porcentaje de soltería, el alargamiento de los estudios que persigue una mejor inserción laboral, la carestía de la vivienda o el pacto intergeneracional dentro de la llamada familia mediterránea son los más significativos.

Sin embargo, hay que aludir a factores culturales para explicar cabalmente las diferencias específicas con las conductas al respecto del resto de países europeos en los que la emancipación juvenil es más temprana. La permanencia de los jóvenes en el hogar paterno no se debe solamente a la baja tasa de actividad femenina en España y a la precariedad laboral que se ceba especialmente en el colectivo de jóvenes en España (y que triplica la tasa europea). Las implicaciones que ello supone en los procesos de maduración psicológica y logro de autonomía personal no se pueden dejar de mencionar.

La fórmula de pisos compartidos (que con frecuencia se prolonga después de la universidad) ocupa, después del hogar familiar, el 2º lugar en los resultados de nuestra investigación, con un 10,8% de los casos. A nivel nacional, esta situación sólo registra un 6% de los casos puesto que un 24,4% de los jóvenes españoles vive habitualmente en un hogar propio, independiente de la familia de origen (Sondeo del CIS).

La UCA es una universidad de tipo medio, cuya cobertura natural es su propia provincia. En consecuencia, la inmensa mayoría de los alumnos de la muestra procede de la provincia (86%). El resto de Andalucía aporta un 4,6% (más de la mitad provienen de Sevilla), un porcentaje menor que el de los que se desplazan desde el resto de España, un significativo 7,3% y sin olvidar el casi 2% de extranjeros.

En relación a sus estudios, dos de cada tres universitarios de Cádiz, aspiran al título de licenciado, master o doctor, el tercio restante (36%) tiene intención de obtener la diplomatura.

Uno de los factores más decisivos en el desarrollo académico de los estudiantes es la herencia cultural familiar que reciben en forma de nivel educativo alcanzado por sus progenitores. La relación entre las aspiraciones y los logros de los hijos y padres es estadísticamente significativa. A pesar del enorme avance de la educación en España y en contra de lo que cabría esperar de un colectivo que procede de estratos sociales medios y que aspira a los máximos niveles educativos, se constata que las generaciones anteriores a la escolarización plena y gratuita de los años 80, siguen teniendo graves carencias educativas.

En comparación con otros países europeos, es muy baja la tasa de bachilleres (28,6% de los padres y 28,4 de las madres) y universitarios (33,8% de los padres y 19,2% de las madres). Es muy significativa la herencia de una desigualdad de género tan marcada como para que el porcentaje de padres universitarios doble al de madres universitarias.

Para acercarnos al perfil socioeconómico de las familias, hemos preguntado los ingresos medios familiares por intervalos. Los intervalos más frecuentes (36%) se sitúan en una banda que se puede denominar de clases medias y obreros especializados (entre 1.200-1.800 € mensuales). Sólo el 13,5% obtienen ingresos superiores.

El porcentaje de universitarios que ingresan menos de 900 € (5%) es indicativo de cómo el factor económico sigue siendo un factor discriminador, a pesar de la democratización económica que ha experimentado la universidad española en los últimos veinte años y que ha propiciado su masificación. Hasta un 36,2% no saben o no quieren contestar, por lo que no tenemos suficiente información sobre este parámetro como para hacer un diagnóstico muy afinado respecto a la extracción social de este colectivo.

Aunque la muestra se refiere a un universo diferente y, por tanto, no es comparable, resulta ilustrador saber que, según los resultados del Sondeo sobre la Juventud española 2005 (2ª oleada), del CIS, en España, "sólo estudia" el 31,9 % de los jóvenes; "sólo trabaja" el 42,9 y "trabaja y estudia" el 12,7.

El rasgo básico es la dependencia económica familiar total o casi total. Sin embargo, esto es compatible con una tendencia a la cofinanciación parcial, sustentada sobre una oferta laboral en el sector servicios que se desarrolla en los fines de semana. Estos suplementos económicos contribuyen a consolidar el modelo de estancia de los jóvenes en el núcleo familiar hasta edades tardías: son ingresos que facilitan una mayor calidad de vida en términos de acceso al consumo, pero que no son suficientes ni constantes como para permitir el acceso a la independencia económica.

Dos de cada tres estudiantes de la muestra de este estudio se dedican únicamente a su tarea (estudiar), frente a un 26% (uno de cada cuatro) que compatibiliza la actividad principal con el trabajo a tiempo parcial, una tendencia que se generaliza con la prolongación de la estancia en casa de los padres y los contratos a tiempo parcial y discontinuos, mayoritariamente en hostelería, restauración y otros servicios. La mayoría de los que trabajan (36,4%) lo hace menos de 10 horas por semana y un 20,6% tiene un horario a tiempo completo (31 a 40 horas y más de 40 horas). El promedio es de 19 horas a la semana.

## 2. CREENCIAS RELIGIOSAS, IDEOLOGÍA POLÍTICA Y ASOCIACIONISMO

### 2.1. CREENCIAS RELIGIOSAS

Un rasgo característico de las sociedades avanzadas, es la tendencia creciente a la secularización que se acompaña de una práctica religiosa bastante heterodoxa, más formal que real y poco vinculante en relación a los comportamientos, sobre todo en materias como la sexual y la reproductiva, es decir, bastante "a la carta". En este campo es en el que los comportamientos de los españoles más están cambiando, como se pone de manifiesto una y otra vez en todos los estudios al respecto.

Por ejemplo, si tomamos como referencia el Barómetro del CIS de agosto de 2005, los resultados en relación a las prácticas religiosas de los españoles, apuntan a que se consideran católicos el 79%, aunque de ese porcentaje, sólo el 21% va a misa todos los domingos y festivos (18,4% del total de la muestra) o varias veces a la semana (2,6%). La mitad de los autodeclarados católicos no va casi nunca a misa, y el 17,3% acude varias veces al año, sin incluir ritos sociales como bodas, bautizos, comuniones o funerales. El porcentaje de quienes se declaran ateos es del 6%.

Existen disonancias entre los resultados de los diferentes estudios realizados sobre los hábitos religiosos de los españoles, debido, entre otras razones a la ausencia de unos sistemas de medición homogéneos, es decir, medianamente consensuados en la comunidad científica. En cualquier caso, el proceso de secularización es incontrovertible, como también se pone de manifiesto en este estudio.

Uno de los síntomas del proceso de laicización es la pérdida de valor de las instituciones religiosas. Es el caso de la Iglesia Católica, que aparece como la menos prestigiada en una lista de instituciones que aparece en el Estudio sobre los universitarios españoles de la Fundación BBVA. Entre las instituciones que aprueban, se encuentran las Universidades (6,4) y las ONG's y el Consejo Superior de Investigaciones Científicas (6,2 en ambos casos), quedando como menos

valoradas las empresas multinacionales (3,9) y la Iglesia Católica con un 2,9, ocupando el último lugar como ya se ha mencionado.

Según el Informe sobre la Juventud Española de la Fundación Santa María, el porcentaje de católicos es la mitad de la muestra: se reconocen no practicantes el 39% y practicantes el 10%. Este estudio presenta asimismo un porcentaje de quienes se declaran ateos del 21%. Los indiferentes y agnósticos son la cuarta parte de los jóvenes españoles y los que pertenecen a otra religión son el 2%.

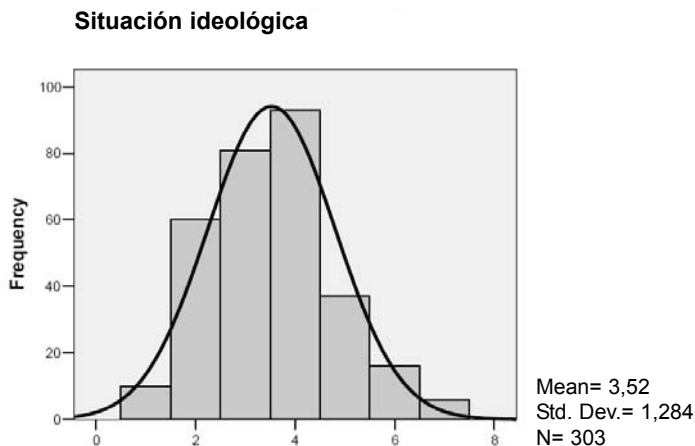
En este estudio, como se puede apreciar en la tabla que se presenta a continuación, el porcentaje de quienes se reconocen católicos es superior (casi el 55%), si bien el número de los católicos practicantes queda reducido a un 6,8% del total de encuestados. Los creyentes en otra religión son un porcentaje muy pequeño, como corresponde a una provincia en la que no hay apenas población extranjera asentada.

**Tabla 1**

En materia de religiosidad, ¿cómo te definirías?		
	%	% Acumulado
<b>Católico practicante</b>	6,8	6,8
<b>Católico poco practicante</b>	11,9	18,6
<b>Católico no practicante</b>	35,9	54,6
<b>Creyente de otra religión</b>	,3	
<b>No creyente</b>	3,2	
<b>Indiferente</b>	9,5	
<b>Ateo</b>	14,6	
<b>Agnóstico</b>	13,5	
<b>No contesta</b>	4,3	
<b>Total</b>	100,0	

## 2.2. IDEOLOGÍA POLÍTICA

Uno de cada dos universitarios se declara de izquierdas o de centro izquierda, uno de centro y el otro de derechas, en consonancia con lo que es habitual en el ámbito universitario. Se auto-sitúan en el centro el 25,1% de los encuestados, en el centro izquierda casi el 22%, en la izquierda algo más del 16% y en la extrema izquierda casi el 3%. Para el centro derecha se inclina el 10%, para la derecha el 4,3 y para la extrema derecha el 1,6. Un total de 18,1 no sabe o no contesta.



Según el Estudio sobre los universitarios españoles de 2005 realizado por la Fundación BBVA, el 40,7% de los universitarios españoles se declara de izquierdas, seguidos de un 36,3% que se identifica con posiciones intermedias. Sólo el 8,7% se sitúa en la derecha. Sin embargo, los coordinadores de esta investigación estiman que buena parte de quienes se declaran de centro son básicamente conservadores.

Múltiples estudios apuntan en la dirección del mantenimiento en estas cohortes de edad de una mayoritaria visión de izquierdas: el Sondeo del CIS citado anteriormente establece que el 28,8% de los jóvenes españoles se sitúa en el centro, dejando a su derecha al 9,2% y a su izquierda a casi el 41% (el 15,3% no sabe y el 5,7 no contesta).

### 2.3. ASOCIACIONISMO

Enlazando con el apartado anterior, en relación a la participación política el contexto de apatía parece intensificarse en estos tramos de edad, en contra de lo que ha sido tradicional en la segunda mitad del siglo recién terminado: sólo el 1,5% de los universitarios de la UCA pertenece a algún partido político, siendo aún menor la participación en las organizaciones sindicales: 0,5%.

Esta desafección por la política tampoco es exclusiva de la juventud, si bien resulta extraño para las generaciones que protagonizaron una transición política hacia la democracia considerada modélica en todo el mundo occidental. Estas generaciones son básicamente las que ahora se encuentran en los puestos de decisión y conformación de la opinión pública, puesto que el proceso de transición expulsó progresivamente a quienes de un modo u otro habían participado del poder durante el franquismo, por lo que en España se produjo un proceso de relevo generacional que rejuveneció extraordinariamente los puestos clave en la sociedad democrática.

Se quiere con lo anteriormente descrito resaltar el hecho de que muchas de las diagnósticos sobre la juventud que hacen actualmente muchos científicos sociales, que tuvieron una actitud muy activa políticamente (como sin duda el momento requería), vienen condicionadas por su propia historia y experiencia y es así como encontramos aseveraciones del tipo: "la juventud actual tiene una ideología muy utilitarista". En muchos de estos estudios late cierto resentimiento por que los jóvenes no han tenido que luchar por la democracia: se la han encontrado hecha. Se olvida que cada generación es hija de su propia historia y los científicos sociales deben intentar mantener la objetividad que su labor requiere, aunque sea una tarea sin duda plagada de dificultades.

**Tabla 2**

¿Podrías decirme si perteneces, has pertenecido o nunca has pertenecido a alguna de las siguientes asociaciones?				
		<b>Pertenece actualmente</b>	<b>Ha pertenecido</b>	<b>Nunca ha pertenecido</b>
<b>Deportiva</b>	%	8,4%	17,0%	74,6%
<b>Religiosa</b>	%	2,4%	4,6%	93,0%
<b>Recreativa, peña, club social</b>	%	4,1%	3,2%	92,7%
<b>Musical</b>	%	1,6%	3,5%	94,9%
<b>Excursionista</b>	%	,3%	3,0%	96,8%
<b>Benéfica, asistencial</b>	%	2,4%	2,2%	95,4%
<b>AAVV o consumidores</b>	%	1,6%	,5%	97,8%
<b>Defensa y ayuda a inmigrantes</b>	%	,8%	,3%	98,9%
<b>Defensa de derechos humanos, pacifista</b>	%	1,1%	,8%	98,1%
<b>Ecologista</b>	%	,8%	1,6%	97,6%
<b>Asociación o colegio profesional</b>	%	,8%	1,1%	98,1%
<b>Estudiantil</b>	%	1,9%	3,2%	94,9%
<b>Partido u organización política</b>	%	1,4%	,3%	98,4%
<b>Sindical</b>	%	,5%		99,5%
<b>Feminista</b>	%	,3%	,3%	99,5%
<b>Ayuda Tercer Mundo</b>	%	3,0%	,8%	96,2%
<b>Atención a pobres, ancianos, prostitutas</b>	%	,5%	1,4%	98,1%
<b>Movimientos antiglobalización</b>	%	,3%	,3%	99,5%
<b>Otras</b>	%	3,2%	1,4%	95,4%

Además, no se puede olvidar que los cambios de amplio calado tardan más de una generación en producirse: la ciudadanía española hace una valoración positiva en general de la democracia ("A través del voto, la gente como yo puede influir en la política" es una afirmación con la que está "muy de acuerdo" el 25,3% y "bastante de acuerdo" el 47,4% de la juventud española según el sondeo del CIS anteriormente citado). Pero estas generaciones jóvenes se han socializado en un contexto aún impregnado de la ideología del franquismo, profundamente desvalorizadora de la labor política. Según el Sondeo del CIS, casi el 30% de los jóvenes españoles manifiesta que "prácticamente nunca" se hablaba de política en su casa mientras eran niños o adolescentes, otro 30,7 "pocas veces" y un 27,5 "de vez en cuando"; tan sólo un 9,1 "con mucha frecuencia".

En este contexto no puede sorprender que los jóvenes españoles visualicen la política como algo extraño a sus vidas. La guerra civil ha sido un trauma generador de miedo y desconfianza hacia la política que mantendrá aún su impacto al menos mientras no lleguen a la madurez las generaciones que se han criado en un contexto de libertades.

La juventud actual no ha tenido que luchar por las libertades públicas, pero tiene otros problemas sin duda graves también. En la sociología española, comienza a plantearse que, entre otras discriminaciones antiguas (las mujeres, los gitanos, los inmigrantes, es decir, los extranjeros pobres), se está produciendo una discriminación hacia la juventud.

Los jóvenes han visto surgir ininterrumpidamente multitud de modalidades de contrato que les privan de las expectativas, salarios, protección, etc., que se habían conseguido consolidar en décadas anteriores como logros irrenunciables de los trabajadores. Los jóvenes de ahora se ven compelidos a formarse y capacitarse cada vez más sin que ello les permita tener ninguna seguridad de lograr un empleo con una perspectiva de convertirse en un proyecto laboral con un itinerario coherente y estable.

Según se desprende de la tabla adjunta, sólo uno de cada cuatro estudiantes de la UCA pertenece a alguna asociación (27%). Esta cifra es extraordinariamente baja si la comparamos con las de países europeos como Noruega y Holanda (donde se alcanza el 80% o Suecia y Dinamarca en las que se sobrepasa el 90%, según la Encuesta Social Europea (2002-03). En relación a lo que es habitual en España y en Andalucía, las diferencias no son especialmente reseñables.

De los asociados, las asociaciones deportivas agrupan algo más de uno de cada tres (8,5%), seguidas de las de tipo recreativo, peñas o clubs de ocio (4%). Un segundo bloque lo conforman las asociaciones tipo ONG's, donde se incluyen quienes trabajan solidariamente con el Tercer Mundo (3%), los que tienen entre sus fines la ayuda a los necesitados (2,4%) y, con similar porcentaje, las de tipo religioso.

Resulta cuando menos extraña la poca participación de los jóvenes en ONG's, cuando según el Estudio sobre los universitarios españoles de la Fundación BBVA anteriormente mencionado, las ONG's se encuentran entre las pocas instituciones en las que tienen confianza.

También resulta preciso destacar el escaso nivel de asociacionismo de tipo estudiantil, que en la muestra no alcanza al 2% de los encuestados.

Es éste sin duda un campo en el que es preciso, desde todos los ámbitos de actuación posibles, definir una política de incentivación del asociacionismo a fin de conseguir una sociedad civil fuerte, consciente y vertebrada.

Los nuevos problemas laborales de la juventud no van a encontrar solución sin asociaciones, sean éstas nuevas o viejas (hasta ahora, no se ha inventado nada que pueda sustituir la labor sindical), en las que se articulen nuevas estrategias para acabar con una situación de mercado laboral dualizado y extremadamente injusto, en el que conviven por un lado, restos de un colectivo de trabajadores con todos los derechos laborales conseguidos en los años de esplendor del Estado de Bienestar y grupos de empleados que no tienen límite en su jornada laboral y, por otro lado, una gran masa de trabajadores esporádicos que alternan períodos de paro con empleos precarios que no tienen trayectoria laboral congruente y en la que crecer profesionalmente.

Éste es el futuro laboral que tienen por delante las generaciones de universitarios, conscientes de que sin título sus condiciones de empleabilidad son mínimas pero conscientes de que éste tampoco les asegura una carrera profesional como las que podían construir los universitarios de hace pocas décadas.

### **3. HÁBITOS DE LECTURA Y UTILIZACIÓN DE BIBLIOTECAS**

#### **3.1. HÁBITOS DE LECTURA**

En un país en el que se lee poco, no debe extrañar que los universitarios tengan un nivel de lectura de tipo medio, aunque, como corresponde al colectivo del que se trata, mejor que el de la media general.

Sin embargo, y a pesar de la variedad de estímulos y entretenimientos que ofrece la sociedad del ocio, parece necesario reflexionar sobre que, en contra del axioma que se está estableciendo como indiscutible de que cada vez se lee menos, en realidad, se lee mucho más que antes: se leen más documentos, estudios, informes, libros especializados, periódicos, revistas, folletos, anuncios, letras de canciones, recetas de cocina... se lee en Internet, se lee en el correo electrónico, en el móvil... lo que se lee menos es literatura.

Pero no por ello se carece de la socialización anticipatoria y de la ampliación de la experiencia vital que tradicionalmente ha proporcionado la literatura. En la actualidad, nos encontramos con muchas más actividades relativamente asequibles que cumplen con esa función, si bien, en relación a la pérdida de valores formativos del conocimiento a través de la escritura (es decir del dominio del lenguaje), no hay duda de que leer poco supone un empobrecimiento vital.

**Tabla 3**

Frecuencia de lectura de ...			
	Libros (no profesionales)	Prensa General (no deportiva)	Revistas
	%	%	%
<b>Todos/Casi todos los días</b>	28,9%	35,9%	11,4%
<b>Alguna vez a la semana</b>	20,3%	16,8%	12,7%
<b>Sólo los fines de semana</b>	8,1%	13,8%	20,3%
<b>Alguna vez al mes</b>	10,8%	4,9%	14,9%
<b>Con menos frecuencia</b>	6,8%	4,1%	6,5%
<b>Casi nunca/Nunca</b>	24,9%	24,6%	33,8%
<b>Ns/Nc</b>	,3%		,5%

**Tabla 4**

Tipo de libros que leen con más frecuencia (a)			
	Respuestas		% de casos
	Nº	%	
<b>Ns/Nc</b>	2	,4%	,7%
<b>Literatura clásica</b>	25	4,7%	9,0%
<b>Literatura española moderna</b>	48	9,0%	17,3%
<b>Literatura extranjera actual</b>	29	5,5%	10,4%
<b>Best-sellers</b>	97	18,3%	34,9%
<b>Biografías</b>	26	4,9%	9,4%
<b>Poesía</b>	23	4,3%	8,3%
<b>Ensayo</b>	10	1,9%	3,6%
<b>Ciencia y tecnología</b>	37	7,0%	13,3%
<b>Arte</b>	8	1,5%	2,9%
<b>Novela histórica</b>	87	16,4%	31,3%
<b>Novela policíaca</b>	38	7,2%	13,7%
<b>Otras</b>	101	19,0%	36,3%
<b>Total</b>	531	100,0%	191,0%

(a) Respuesta Múltiple. Máximo tres respuestas

En relación a los universitarios gaditanos, se configuran tres categorías: la de los lectores habituales (alrededor del 50%, dependiendo de las categorías: libros, prensa, revistas...), la de los lectores ocasionales (uno de cada cuatro universitarios) y por último, la de quienes no leen nunca o casi nunca textos no relacionados con sus estudios (un 25%).

La media de libros leídos en un año es de 4,5. Uno de cada cuatro estudiantes no lee nunca. El 34% ha leído tres o menos y el 45% restante son lectores habituales, con 4 o más libros al año. La desviación típica alcanza el 5,88, lo que refuerza esta imagen de disparidad entre los promedios de lectura de los universitarios de la UCA.

La mayoría de los universitarios que leen (el 28%) dedica entre media y una hora a la lectura los días laborables; seguidos (24%) por los que dedican entre una y dos horas y finalmente los que leen entre 15 y 30 minutos que son el 19%.

Las lecturas más frecuentes son los best-sellers (que, con frecuencia son novelas históricas), seguidos de la novela histórica: casi uno de cada 10 lee literatura española moderna, y un 7% novela policíaca y un porcentaje similar, libros de ciencia y tecnología.

**Tabla 5**

Revistas que leen con más frecuencia (a)			
	Respuestas		% de casos
	Nº	%	
Arte	3	,6%	1,2%
Literatura y poesía	4	,8%	1,6%
Suplementos literarios de la prensa	21	4,3%	8,6%
Suplementos de juventud, música, etc.	59	12,2%	24,1%
Automóvil	31	6,4%	12,7%
Televisión	31	6,4%	12,7%
Economía-Finanzas	8	1,7%	3,3%
"Rosa", Corazón	79	16,3%	32,2%
Humor	19	3,9%	7,8%
Música	49	10,1%	20,0%
Naturaleza	18	3,7%	7,3%
Viajes	16	3,3%	6,5%
Salud y belleza	39	8,1%	15,9%
Hogar, decoración, muebles	10	2,1%	4,1%
Informática/Ordenadores	37	7,6%	15,1%
Esoterismo, astrología, horóscopos	5	1,0%	2,0%
Cómics y fanzines	20	4,1%	8,2%
Otros temas	35	7,2%	14,3%
<b>Total</b>	<b>484</b>	<b>100,0%</b>	<b>197,6%</b>
(a) Respuesta Múltiple. Máximo tres respuestas			

Uno de los hábitos que acompaña la elevación de los niveles de instrucción es la lectura de prensa diaria. Como se aprecia en este y otros estudios, muchos universitarios no desarrollan este hábito tan importante en las sociedades desarrolladas que permite tener una visión general y, a veces, contrastada de la sociedad en la que viven. Se comprueba en este estudio que sólo uno de cada dos universitarios de la UCA lee prensa general, no deportiva, al menos alguna vez a la semana, a los que acompañan el 14% que solamente la lee los fines de semana.

También es significativo el tipo de prensa que se lee: internacional, nacional, provincial o local y qué combinaciones se producen entre los buenos lectores. En nuestro estudio, el predominio de la provincial o local está en consonancia con los hábitos lectores de la sociedad gaditana en la que los niveles de lectura de prensa nacional son mínimos y los internacionales, insignificantes. La presencia de un fuerte grupo mediático local-provincial explica parte de esta singularidad.

El 37% de los estudiantes de la UCA lee prensa local y los que leen más de un periódico incluyen este tipo de prensa entre sus preferidos (62% de los casos). Destacan los lectores de la prensa gratuita: un fenómeno que recoge el 20% de las respuestas y el 33% de los casos, seguido del periódico El País, que consigue el 16% de las respuestas y el 27% de los casos. Y por último, El Mundo, con el 9% de las respuestas y el 15% de los casos.

Los universitarios leen menos revistas que libros y prensa. De hecho, uno de cada tres (34%) no lee nunca o casi nunca este tipo de publicaciones. La mayoría sólo las leen cuando más tiempo libre tienen: en los fines de semana (uno de cada cuatro universitarios). En relación a sus revistas preferidas, a nadie debería extrañar que las que tengan más éxito sean las del corazón o prensa rosa, que agrupan el 16% de las respuestas y el 32% de los casos. Les siguen las revistas que se ocupan de la juventud o temas de su interés como la música y relacionados: representan el 12% de las respuestas y el 24% de los casos. Les siguen en importancia las que se ocupan de la salud y la belleza, que son el 8% de las respuestas y el 16% de los casos. A continuación, la informática y ordenadores (8 y 15%) y las del automóvil y la televisión (6 y 13% para ambas categorías).

Las diferencias por género son tan acusadas que se podría hablar de revistas femeninas y masculinas. Las discrepancias se refieren, por orden de disensión a: literatura y poesía, donde no aparece registro alguno de mujeres; salud y belleza (94,9% mujeres); "rosa", corazón (92,4% chicas); informática, ordenadores (86,5% chicos); esoterismo, astrología, horóscopos (80% chicas); humor (casi 79% varones); cómics y *fanzines* (70% varones); viajes (68,8% mujeres); arte (66,7% chicas); suplementos de juventud (66,7% mujeres); economía, finanzas (62,5% varones).

### 3.2. UTILIZACIÓN DE LAS BIBLIOTECAS

El estudio se ocupa de registrar también la frecuencia con la que los jóvenes universitarios acuden a las bibliotecas. Se hace un uso intenso de ellas: 3 de cada 4 universitarios de la UCA las utiliza aunque no sea a diario. Aparecen cuatro tipologías: los que van todos o casi todos los días (42%), los que van alguna vez a la semana (23%), los que van alguna vez (17%) y, por último, los que no la pisan: 17%.

Tabla 6

Bibliotecas a las que suelen asistir (a)			
	Respuestas		% de casos
	Nº	%	
<b>Biblioteca de la universidad en la que estudia</b>	255	65,1%	83,6%
<b>Otras bibliotecas universitarias</b>	64	16,3%	21,0%
<b>Biblioteca provincial</b>	13	3,3%	4,3%
<b>Biblioteca municipal</b>	58	14,8%	19,0%
<b>Otras bibliotecas</b>	2	,5%	,7%
<b>Total</b>	392	100,0%	128,5%
(a) Respuesta Múltiple			

Las bibliotecas que más utilizan son, en primer lugar y de forma más destacada (65% de las respuestas y casi el 84% de los casos), la biblioteca de las facultades en las que estudian; un 21% utiliza otras bibliotecas universitarias y un 19% las municipales.

De forma más señalada (54% de las respuestas y 89% de los casos) las bibliotecas universitarias se usan como sala de estudio; a continuación, un 30% de las respuestas y 51% de los casos afirman utilizarlas para préstamo de libros. Otros usos minoritarios son la lectura de literatura y poesía (7% de los casos); el préstamo de CD's y DVD's y la lectura de prensa (3%).



**Tabla 7**

Usos que realizan de la Biblioteca (a)			
	Respuestas		% de casos
	N	%	
<b>Lectura de prensa general</b>	10	2,0%	3,3%
<b>Lectura de libros de literatura, poesía</b>	21	4,1%	6,9%
<b>Lectura de ensayos, libros técnicos, etc.</b>	12	2,4%	3,9%
<b>Lectura de prensa</b>	6	1,2%	2,0%
<b>Préstamo de libros</b>	155	30,4%	50,7%
<b>Préstamo de CD's, DVD's (música, películas)</b>	14	2,7%	4,6%
<b>Estudiar (sala de estudio)</b>	273	53,5%	89,2%
<b>Otras</b>	19	3,7%	6,2%
<b>Total</b>	510	100,0%	166,7%
(a) Respuesta Múltiple			

Los principales defectos y carencias que los universitarios señalan de las bibliotecas universitarias de Cádiz, son la carencia de espacio (21% de las respuestas y 32% de los casos), seguidas a mucha distancia por otros problemas como la poca accesibilidad o lejanía, los horarios, la carencia del material que necesitan o buscan, etc. Si consideramos que el principal uso que se hace de ellas es como sala de estudio más que como lectura o préstamo de libros, se puede entender que las carencias señaladas por los estudiantes de la UCA son de salas de estudio más que de bibliotecas más grandes. Por otro lado, no hay duda de que si las bibliotecas universitarias ofertaran más servicios (lectura prensa, préstamos películas, música...) estarían más utilizadas en relación a ellos.

La carencia de espacio, por campus, es mucho más destacada en la biblioteca del campus de Algeciras (casi el 34%), siguiéndole Jerez (24%) y Cádiz (21%). En Algeciras casi el 16% señala que no encuentran los libros y revistas que buscan mientras en los otros campus, este problema sólo sube del 10% en el de Jerez. La mayor conformidad la muestran los usuarios de la biblioteca del campus de Puerto Real, ya que un 40% afirma no considerar ninguna carencia en ella.

El grado de satisfacción con la biblioteca universitaria que usan ordinariamente es alto, ya que más del 60% se declara satisfecho o muy satisfecho y sólo el 17% se siente insatisfecho o muy insatisfecho.

## 4. HÁBITOS TELEVISIVOS Y RADIOFÓNICOS

### 4.1. HÁBITOS TELEVISIVOS

Casi nueve de cada diez universitarios de la UCA dedican gran parte de su tiempo de ocio a ver la TV. Como se verá en el apartado 7.2., la televisión es su actividad de ocio preferida, superada apenas por el uso del ordenador: entre 1,84 horas en días laborables y 2,84 en los fines de semana. La desviación típica es mínima, lo que indica que no hay gran disparidad, en cuanto al nº de horas de uso entre unos estudiantes y otros.

En fines de semana, se distribuye la frecuencia, ya que casi un 30% pasan a presenciar la TV entre 4 y 6 horas y se reduce a casi el 58% quienes la ven entre una y tres horas. Quienes no tienen costumbre de ver la TV son una estricta minoría: entre el 6 y el 10% de la muestra según sea en días laborables o en fines de semana.

Aunque cada vez más se generaliza el uso de las televisiones de pago, su consumo aún puede considerarse como un símbolo de status. De todo el universo estudiado, sólo un 45,4% tiene acceso a estos canales.

Tabla 8

Tipo de programas que ven con más frecuencia (a)			
	Respuestas		% de casos
	Nº	%	
<b>Telediarios</b>	210	17,3%	57,7%
<b>Programas de deporte</b>	103	8,5%	28,3%
<b>Películas</b>	236	19,5%	64,8%
<b>Programas del corazón</b>	48	4,0%	13,2%
<b>Documentales y prog. de divulgación</b>	50	4,1%	13,7%
<b>Reality shows, talk shows</b>	43	3,5%	11,8%
<b>Reportajes de información</b>	12	1,0%	3,3%
<b>Fútbol</b>	90	7,4%	24,7%
<b>Programas de humor</b>	43	3,5%	11,8%
<b>Toros</b>	7	,6%	1,9%
<b>Debates</b>	21	1,7%	5,8%
<b>Teatro</b>	1	,1%	,3%
<b>Concursos</b>	34	2,8%	9,3%
<b>Programas musicales</b>	58	4,8%	15,9%
<b>Magazines</b>	13	1,1%	3,6%
<b>Programas infantiles</b>	14	1,2%	3,8%
<b>Series</b>	218	18,0%	59,9%
<b>Otros</b>	11	,9%	3,0%
<b>Total</b>	1212	100,0%	333,0%
(a) Respuesta Múltiple			

La mayor cuota de pantalla se la llevan las películas, con casi un 20% de preferencias y un 64,8% de los casos (respuesta múltiple), seguida de las series (18%; 60% de casos), los programas deportivos, especialmente el fútbol, (casi 16% sumados ambos y casi el 50% de los casos) y los telediarios (17,3%; 57,7% de casos). No son demasiado significativas las preferencias por los programas musicales (4,8%; 15,9% de los casos). El hecho de que casi un 60% de los casos tenga los telediarios entre sus programas preferidos nos permite afirmar que además de una función de entretenimiento, también se busca en la televisión la finalidad de estar informados.

Prácticamente inexistente es la visualización de teatro (01% y 0,3% de los casos), lo cual tampoco puede resultar extraño dado el exiguo porcentaje de pantalla que presenta en las programaciones de todas las cadenas. El teatro no goza en general del favor de los universitarios de la UCA pero hay un porcentaje significativo de aficionados.

Las diferencias entre género por preferencia de programas, son en algunos casos muy acusadas. Los principales contrastes, por orden de importancia, se centran en los programas deportivos (86% varones, 14% mujeres), fútbol (84% chicos), toros (71% varones pero para tan sólo un 1,9% de casos), programas del corazón (81% chicas, aunque para un 13,2% de los casos), reality shows, talk shows (70% mujeres, pero sólo un 11,8% de los casos), series (67% chicas), reportajes de información (67% chicos), programas infantiles (64% mujeres pero con una incidencia casi residual: 3,8%), concursos (62% chicas), magazines (61,5% mujeres) y programas de humor (60,5 chicos).

Aún así, es importante recalcar que aunque existan estas diferencias, coherentes con los roles de género diferenciados en los que se socializan los nuevos miembros de la sociedad, algunos de estos programas tienen una repercusión mínima entre los universitarios de la UCA como se ha visto anteriormente.

## 4.2. HÁBITOS RADIOFÓNICOS

Escuchar la radio es un hábito diario para uno de cada dos universitarios de la UCA. Por el contrario, uno de cada cinco no la escucha nunca. Un 10% alguna vez a la semana y un 6% sólo los fines de semana. Sus programas preferidos son los musicales (55,3%), seguidos a distancia por los deportivos (22,8%) y los informativos (11,3%; 16,6% de los casos).

**Tabla 9**

Programas de radio que suelen escuchar (a)			
	Respuestas		% de casos
	Nº	%	
<b>Musicales</b>	245	55,3%	81,4%
<b>Deportivos</b>	101	22,8%	33,6%
<b>Debates</b>	20	4,5%	6,6%
<b>Informativos</b>	50	11,3%	16,6%
<b>Magazines</b>	20	4,5%	6,6%
<b>Otros</b>	5	1,1%	1,7%
<b>Ns/Nc</b>	2	,5%	,7%
<b>Total</b>	443	100,0%	147,2%
(a) Respuesta Múltiple			

Nuevamente, las diferencias por género van en la dirección de la mayor preferencia de los chicos por los programas deportivos (84% de la audiencia por un 16% de chicas) y los informativos (72% de los varones), mientras las chicas se decantan más por los musicales (59% por un 41% de chicos) y los magazines (55% de mujeres).

## 5. CINE, MÚSICA Y TEATRO

### 5.1. CINE

Siete de cada diez universitarios de la UCA tienen cierta costumbre de ir al cine: al menos una vez al mes. Nos encontramos con otros dos tipos de usuarios: el habitual que va una vez en semana (15%) y el que va más de una vez al mes (40%).

Sus preferencias, dada la predominancia casi absoluta del mismo en las salas españolas y su cuota de pantalla, se decantan por el cine americano (47% y 72,5% de los casos); aunque es significativo el porcentaje que prefiere el español (33,5% y 52% de los casos), e incluso el europeo: 16,7% (26% de los casos).

En general, tienen un buen conformar, ya que sólo para una minoría (casi el 13% del universo muestral), la cartelera no le ofrece nunca o casi nunca las películas que quiere ver, mientras que el 68% afirma encontrarlas siempre o casi siempre.

De cada 10 películas que ven, de media ven 2,65 en salas de cine; 2,5 en la TV abierta; 2,3 del vídeo-club; 1,9 en el ordenador y apenas un 0,7 en la TV de pago.

Del estudio se puede extraer la conclusión de que hay que ampliar la publicidad de la programación universitaria de la UCA entre sus alumnos, ya que un 78,4% de sus estudiantes no van nunca a las proyecciones que realiza su universidad. Un 5,4% afirma que no la hay. Tan sólo un 2,7% va frecuentemente, un 6,8% alguna vez y un 6,8% rara vez.

La valoración que les merece a los estudiantes de la UCA la programación de cine universitario es de 6,6 (en una escala de 1 a 10) en relación a la calidad, y de 6 en referencia a la variedad.

Dada la afición manifestada anteriormente por los universitarios de la UCA y el hecho objetivo de que las sesiones de proyección suelen presentar el cartel de completo, cabría plantearse la posibilidad de contar con más sesiones o con salas de proyección más grandes.

## 5.2. MÚSICA

Escuchar música se configura como una práctica cultural muy preferente y casi tan frecuente como ver la TV, sólo que más específica de estas cohortes de edad. El 87% de la muestra escucha música a diario, el 8% alguna vez a la semana y un 2% sólo los fines de semana.

Los modernos medios de escucha, de pequeño tamaño y peso, y que permiten desplazarse disfrutando de la música elegida, han revolucionado las costumbres: el medio más frecuente es el MP3 (47%) del que disponen el 72,4% de la muestra. A distancia, la radio y la TV (16,1%) y el ordenador (15,8). Apenas un 12% lo hace en equipo de música. Su lugar preferido es su propia habitación para más de la cuarta parte de la muestra; en el coche para el 20,3% y en otros lugares de la casa para el 16,4%. En la discoteca un 12,6%, en locales de copas/pubs un 10,1% y en conciertos un 4,1%.

Las preferencias musicales de los universitarios de la UCA se inclinan muy marcadamente por el pop: el español para el 25% y el internacional para el 18,2%. El rock agrupa a casi la quinta parte de la muestra. El resto, salvo el hip hop que agrupa un 7%, tiene una importancia reducida ya que no alcanza el 5%.

La asistencia a conciertos, sin embargo, no es tan asidua como cabría esperar de una afición tan intensa. Incluso para su música preferida, el pop y el rock, casi la mitad de la muestra (47%) afirma no asistir nunca o casi nunca. Apenas un 8% va varias veces al año y una quinta parte va una vez al año. La asistencia a conciertos de flamenco logra un 20% de universitarios que van entre una y dos o tres veces al año. Con todo, un 72% no va nunca o casi nunca.

Los géneros que menos interés despiertan son, por este orden: la ópera, el ballet y la danza, la música clásica, otros folklores (que no sean el flamenco) y el jazz. En este sentido, no se muestra apenas disparidad con otros estudios realizados sobre estos tramos de edad, aunque de los universitarios cabía esperar una inquietud mayor por la llamada música culta.

**Tabla 10**

Frecuencia de asistencia a conciertos de...								
	Pop / Rock	Flamenco	Otro folklore	Jazz	Música clásica	Ópera	Zarzuela	Ballet / Danza
	%	%	%	%	%	%	%	%
<b>Frecuentemente</b>	2,7%	1,1%	,5%	1,4%	,5%			,3%
<b>Varias veces al año</b>	5,1%	2,2%	1,6%	1,4%	,8%	,3%		,8%
<b>Dos o tres veces al año</b>	17,3%	10,0%	3,0%	2,4%	1,4%	,8%		,3%
<b>Una vez al año</b>	21,6%	10,3%	1,6%	2,7%	1,4%	,8%	,3%	2,2%
<b>Con menor frecuencia</b>	4,9%	2,2%	2,2%	3,5%	1,9%	1,9%	,8%	1,6%
<b>Casi nunca/Nunca</b>	46,8%	72,2%	87,3%	84,6%	90,3%	92,7%	95,7%	91,6%
<b>Ns/Nc</b>	1,6%	2,2%	3,8%	4,1%	3,8%	3,5%	3,2%	3,2%

## 5.3. TEATRO

Quienes manifiestan tener un interés alto o muy alto por el teatro (22%), no superan a quienes lo tienen muy bajo (24,3%). Otro 21% declaran tenerlo bajo y un 32,4% medio. Más de la mitad de la muestra (56%) no va nunca o casi nunca y otro 10% menos de una vez al año. El 14% afirma ir una vez al año. La calificación obtenida en interés es muy baja (2,6) y con una desviación típica muy baja también, es decir: bastante consenso.

En consonancia con el poco interés declarado, la asistencia a obras de teatro se reduce a un 18% de alumnos de la UCA que van al menos dos o tres veces al año, un 14% que va una vez al año y un 10% con menos frecuencia. Poco más del 56% afirma no ir nunca o casi nunca.

Sin embargo, estos hábitos en relación al teatro y el interés manifestado se contradice con el hecho de que un 20% de la muestra afirma haber realizado durante el último año una obra de teatro. Resulta éste un dato realmente sorprendente porque supondría que todos los que afirman tener interés, lo llevan a la práctica. Además, es incluso un porcentaje superior al que declara realizar actividades musicales (19%), si bien hay que tener en cuenta que para representar o ensayar una obra de teatro no hay que tener la preparación y aptitudes que requiere el ejercicio de la música. Asimismo resulta paradójico que casi un 19% manifieste que le gustaría realizar una obra de teatro (ver tabla 15).

## 6. EL USO DEL ORDENADOR Y DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS

Siendo el bienestar material general relativamente alto y aunque los universitarios tengan una mayor dependencia económica, en líneas generales cuentan con más bienes en sus hogares que el resto de jóvenes. El 93,5% dispone de ordenador en el domicilio donde vive durante el curso, siendo de uso personal en el 51% de los casos. Lo comparte con familiares el 45% y con compañeros el 4%. El 80% de los que disponen de ordenador tienen acceso a Internet en la casa.

De los que disponen de Internet, cuentan con tarifa plana y banda ancha el 60% de los casos y con tarifa plana, el 37. El resto paga por horas de conexión. Solamente un 1% de los casos no utiliza la posibilidad de conectarse a Internet.

El acceso a Internet se realiza mayoritariamente desde el domicilio (49%), aunque también se registra un notable 30% de quienes lo hacen desde la universidad. Pequeños porcentajes lo hacen desde casa de familiares o amigos (8), biblioteca pública (6) o cibercafés (5).

**Tabla 11**

Utilización de Internet (a)			
	Respuestas		% de casos
	Nº	%	
Leer prensa	87	5,7%	23,8%
Bajar música o películas	204	13,4%	55,7%
Sexo	9	,6%	2,5%
Libros o apuntes	133	8,7%	36,3%
Vacaciones/Viajes	31	2,0%	8,5%
Chats o messengers	251	16,4%	68,6%
Información TV/Tiempo	20	1,3%	5,5%
Correo electrónico	274	17,9%	74,9%
Comprar entradas	14	,9%	3,8%
Estudiar (apuntes, informes, documentación)	263	17,2%	71,9%
Fotografía	56	3,7%	15,3%
Vídeos, audiovisuales	43	2,8%	11,7%
Zapping, entretenimiento	12	,8%	3,3%
Juegos en red	33	2,2%	9,0%
Búsqueda de empleo	73	4,8%	19,9%
Localización de direcciones o teléfonos	18	1,2%	4,9%
Otros	7	,5%	1,9%
<b>Total</b>	<b>1528</b>	<b>100,0%</b>	<b>417,5%</b>
(a) Respuesta Múltiple			

Resulta ilustrativo que la respuesta mayoritaria sobre el uso de Internet sea como recurso educativo: documentación, apuntes, bibliografía, etc. y el correo electrónico que, junto con el móvil, ha sustituido entre los jóvenes a los medios de comunicación tradicionales. El otro gran uso es "bajarse" música y películas de *la red*.

Nuevamente se producen distinciones en función del género. La diferencia más radical se encuentra en el ítem "sexo" que es de uso declarado exclusivamente masculino. Leer prensa también ofrece un sesgo de género bastante acusado: 80,5% de varones y sólo 19,5% de mujeres. Le siguen los usos "zapping, entretenimiento" (75% los chicos), "juegos en

red" (67% los varones), "vídeos, audiovisuales" (65% los chicos), "viajes, vacaciones" (65% las chicas), "comprar entradas" (64% los varones), "búsqueda de empleo (59% las chicas), estudiar, apuntes, informes, documentación (59% las chicas), libros o apuntes (60% las mujeres).

El 99,5 de los estudiantes de la UCA cuentan con teléfono móvil, gastando de media aproximadamente unos 21,74 € al mes, si bien la desviación típica (18,16) indica fuertes disparidades entre el gasto de unos estudiantes y otros, como reflejo de las diferentes extracciones sociales del colectivo. Efectivamente, el 35% afirma gastar menos de 12 € al mes, mientras la mitad de la muestra desembolsa entre 12 y 30 € al mes. El restante 15% gasta más de 30.

En relación al coste del uso del teléfono móvil, casi 6 de cada 10 universitarios lo pagan ellos mismos; los familiares asumen ese gasto en poco más del 31% de los casos, mientras casi el 8% lo pagan a medias con otros familiares.

El principal uso que se le da al móvil es el de llamar y recibir llamadas (42%), enviar/recibir mensajes (40%), quedando el uso fotográfico relegado a un 12,5% y la descarga de melodías y tonos a un 3% y la de logos e imágenes a un residual 2%.

## 7. PRÁCTICAS DEPORTIVAS Y ACTIVIDADES DE OCIO

### 7.1. PRÁCTICAS DEPORTIVAS

Algo más de la mitad de los estudiantes de la UCA practica deporte habitualmente. Por el contrario, el resto, y esto es lo más significativo, no lo hace. De los estudiantes deportistas se pueden hacer dos bloques: los que lo hacen todos o casi todos los días (45%) y los más ocasionales.

Tabla 12

Tipo de deporte que realizan los/as jóvenes universitarios/as (a)			
	Respuestas		% de casos
	Nº	%	
<b>Fútbol</b>	72	16,5%	34,3%
<b>Fútbol sala</b>	53	12,2%	25,2%
<b>Baloncesto</b>	22	5,0%	10,5%
<b>Balonmano</b>	6	1,4%	2,9%
<b>Voleibol</b>	8	1,8%	3,8%
<b>Tenis</b>	19	4,4%	9,0%
<b>Artes marciales</b>	10	2,3%	4,8%
<b>Natación</b>	33	7,6%	15,7%
<b>Rugby</b>	1	,2%	,5%
<b>Atletismo</b>	14	3,2%	6,7%
<b>Ciclismo</b>	18	4,1%	8,6%
<b>Danza</b>	8	1,8%	3,8%
<b>Remo</b>	2	,5%	1,0%
<b>Padel</b>	22	5,0%	10,5%
<b>Footing</b>	28	6,4%	13,3%
<b>Gimnasio</b>	68	15,6%	32,4%
<b>Otros deportes</b>	52	11,9%	24,8%
<b>Total</b>	436	100,0%	207,6%

(a) Respuesta Múltiple

Sus deportes preferidos son el fútbol y el gimnasio. El primero es el rey de los deportes y supone, en su modalidad tradicional y en la de fútbol sala casi uno de cada tres practicantes (29%). Al gimnasio van el 17% de quienes hacen deporte. En una provincia con una cantidad más que apreciable de kilómetros de costa, cabría esperar una mayor práctica de la natación que, sin embargo, apenas alcanza el 8% de los que practican deporte.

Las diferencias por género son muy considerables, como era previsible: tanto el fútbol (95,8% varones) como el fútbol sala (98,1% varones), el rugby (100% chicos), remo (100% varones), el atletismo (92,9% chicos) o las artes marciales (90% varones) son deportes de práctica predominantemente masculina mientras la danza (87,5% chicas) es una práctica femenina. También hay mayor afición masculina al tenis (84,2%), pádel (72,7%), baloncesto (77,3%), balonmano (66,7%), natación (63,6%), voleibol (62,5%) o ciclismo (61,1%).

## 7.2. ACTIVIDADES DE OCIO

¿En qué utilizan su tiempo libre los universitarios de la UCA? La inmensa mayoría, aparte de descansar, utiliza el ordenador, ve la televisión y se reúne con sus amigos. Predominan, pues, las actividades relacionadas con el uso de los medios de comunicación: el ordenador (a diario casi el 80 % de los universitarios; utilización de Internet el 98,9% del total de encuestados) y ver la televisión (a diario el 75,4%). Recordemos que algo más del 34% usa el ordenador principalmente para comunicarse a través de chats, messengers y correo electrónico. Descansar, no hacer nada es algo que realiza a diario el 30% de los entrevistados.

Tabla 13

Actividades de Ocio								
		Todos/Casi todos los días	Alguna vez a la semana	Sólo los fines de semana	Alguna vez al mes	Con menos frecuencia	Casi nunca/Nunca	Ns/Nc
Beber, ir de copas	%	1,4%	7,6%	61,6%	14,1%	6,8%	8,6%	
Ir a discotecas, bailar	%	,5%	2,4%	54,6%	20,8%	11,1%	10,3%	,3%
"Ir de Botellón"	%	,3%	3,8%	53,2%	15,9%	9,7%	17,0%	
Salir o reunirse con amigos	%	21,6%	40,3%	29,7%	6,2%	1,1%	1,1%	
Ver la televisión	%	75,4%	10,8%	3,2%	3,5%	3,0%	3,5%	,5%
Usar el ordenador	%	79,2%	11,9%	3,0%	3,0%	1,9%	1,1%	
Jugar con vídeos juegos, consolas, etc.	%	9,2%	13,8%	11,9%	11,4%	11,4%	41,4%	1,1%
Salir al campo o a la playa	%	5,7%	8,9%	18,9%	29,7%	27,6%	8,6%	,5%
Asistir a actividades religiosas	%	1,1%	,8%	4,6%	2,2%	4,9%	81,9%	4,6%
Realizar actividades asociativas	%	3,0%	1,4%	3,0%	5,7%	5,7%	78,1%	3,2%
Realizar acciones de voluntariado	%	2,2%	,8%	2,2%	4,3%	4,6%	81,4%	4,6%
Descansar, no hacer nada	%	30,0%	16,8%	26,5%	7,6%	8,9%	9,7%	,5%

Las actividades sociales, de relación, tienen un peso considerable, como corresponde a la cultura mediterránea y a un contexto de clima benigno y poco lluvioso: casi un 22% sale o se reúne con los amigos a diario y un 40% más, alguna vez a la semana. Todos los fines de semana van a beber y de copas cerca del 62% de la muestra, a discotecas y bailar el 55%, y al botellón el 53%. Una cultura del ocio muy centrada en los fines de semana y en actividades que giran alrededor del consumo de alcohol en grupo o en masa (botellón). Por el contrario, las actividades menos practicadas son las asociativas, el voluntariado y las de tipo religioso.

La media de horas libres para "ocio y diversión" de las que disfrutan a la semana son veinte, aunque con una desviación típica muy alta (14,3). Una cifra que no parece muy ajustada a la práctica habitual de los jóvenes que frecuentemente consumen mucho tiempo de ocio en el botellón y las copas de un largo fin de semana que con frecuencia se prolonga desde la noche del jueves y que suelen terminar a altas horas de la madrugada, casi al amanecer.

El gasto en cultura de los jóvenes universitarios es bastante moderado. La mayoría (44%) se gasta entre 12 y 30 €/mes seguido de los que invierten menos de 12 € (31%).

**Tabla 14**

Alguna vez o en el último año				
		Nunca	Alguna vez	En el último año
<b>Ha visitado un monumento histórico</b>	%	1,9%	47,3%	50,8%
<b>Ha visitado un parque natural</b>	%	7,6%	56,5%	35,9%
<b>Ha visitado una exposición de arte</b>	%	18,6%	55,4%	25,9%
<b>Ha asistido a una feria del libro</b>	%	8,4%	37,3%	54,3%
<b>Ha visitado una feria de artesanía</b>	%	33,8%	34,1%	32,2%
<b>Ha visitado un museo de Bellas Artes</b>	%	44,1%	38,4%	17,6%
<b>Ha viajado al extranjero</b>	%	37,6%	38,4%	24,1%
<b>Ha acudido a una feria comercial</b>	%	46,5%	34,6%	18,9%
<b>Ha asistido a una conferencia</b>	%	14,3%	36,2%	49,5%
<b>Ha visitado un zoológico</b>	%	7,3%	81,6%	11,1%
<b>Ha visto o escuchado un programa cultural en TV o radio</b>	%	8,6%	26,2%	65,1%

De la tabla de frecuencias que recoge los hábitos culturales de estos jóvenes (tabla 14), resulta más significativo valorar lo que algunos universitarios "nunca hacen".

Así, por ejemplo, hay un colectivo que representa entre un tercio y la mitad del total, que afirma no haber ido nunca a un museo de Bellas Artes (44%), a una feria comercial (47%), a una feria de artesanía (34%). Algunos estudiantes de la UCA afirman no haber ido nunca a una conferencia (14%) o a una exposición de arte (18%). Y para acabar, algo más de uno de cada tres universitarios no ha viajado nunca al extranjero (38%).

**Tabla 15**

Realiza o ha realizado durante el último año...			
		Sí	No
<b>Obra de teatro</b>	%	20,3%	79,7%
<b>Escribir libros</b>	%	5,9%	94,1%
<b>Pintar (Cuadros)</b>	%	14,3%	85,7%
<b>Escultura</b>	%	4,3%	95,7%
<b>Cine/Cortometraje</b>	%	6,5%	93,5%
<b>Actividades musicales</b>	%	18,6%	81,4%
<b>Otras actividades</b>	%	2,2%	97,8%



Si damos por buenos los resultados obtenidos de la tabla anterior, referente a las actividades culturales que practica, hemos de concluir que estamos ante un colectivo muy creativo, porque los porcentajes de universitarios que afirman hacer teatro, pintar, hacer música, escribir, hacer documentales o escultura van desde el 4% al 20%.

**Tabla 16**

Te gustaría realizar alguna de las siguientes actividades			
		Sí	No
<b>Obra de teatro</b>	%	18,9%	81,1%
<b>Escribir libros</b>	%	22,2%	77,8%
<b>Pintar (Cuadros)</b>	%	17,6%	82,4%
<b>Escultura</b>	%	9,7%	90,3%
<b>Cine/Cortometraje</b>	%	27,6%	72,4%
<b>Actividades musicales</b>	%	23,8%	76,2%
<b>Otras actividades</b>	%	1,9%	98,1%

Y si nos atenemos a las actividades culturales que afirman les gustaría realizar, existe, al parecer, un enorme potencial creativo, con una demanda potencial para las actividades citadas (salvo la escultura) que oscila alrededor de uno de cada cinco universitarios.

## CONCLUSIONES

- Los universitarios tienen extracciones sociales y, sobre todo, trayectorias sociofamiliares diferentes pero, al estar expuestos a un nivel de formación superior, tradicionalmente la universidad ha ejercido una influencia determinante sobre sus vidas, como un agente socializador de primer orden. El vivir aprendiendo, aprender a vivir de los clásicos.

Sin embargo, esta función se está transformando y está sucediendo lo mismo que con otras instituciones sociales que progresivamente pierden peso en la configuración de la personalidad de las nuevas generaciones, ya que éstas se ven influenciadas por multitud de nuevos estímulos y actitudes que tienen un efecto más inmediato.

Con todo, aún se puede hablar de que la universidad configura un universo social y personal diferenciado, que imprime y deja huella. Es por lo que cabría esperar del colectivo estudiado unas mayores inquietudes culturales en sus actividades de ocio que las del resto de los jóvenes.

- Nos encontramos un colectivo de jóvenes predominantemente:
  - laicos, de centro izquierda, nada proclives a asociarse;
  - con poco hábito de lectura de literatura o prensa nacional;
  - hedonistas, que emplean su tiempo libre en entretenimientos cotidianos como la TV, el ordenador, reunirse con los amigos o ir al cine;
  - que utiliza Internet fundamentalmente como recurso educativo y para comunicarse a través del correo electrónico;
  - que sale los fines de semana a tomar copas, al botellón o a la discoteca;
  - muy aficionados a la música, aunque con poco hábito de asistir a conciertos incluso de su tipo de música preferida;
  - dependientes económicamente; que gastan poco dinero en cultura;
  - que sólo la mitad hace algún deporte o va al gimnasio y
  - que casi la mitad no ha visitado nunca un museo de Bellas Artes o una feria comercial.
- Se podría recomendar que ya que en la actualidad el patronazgo de multitud de actividades culturales corresponde a entidades financieras con las que no pueden competir los organismos públicos como las universidades, éstas podrían abrirse más a la colaboración con ellas para incentivar la participación o, al menos, la asistencia de los estudiantes: la educación en la cultura es una estrategia imprescindible en la formación integral de los universitarios que deben ampliar su conocimiento de la diversidad de signos, lenguajes y alfabetos.