

Los jóvenes andaluces universitarios de la Universidad de Córdoba

Rafael Crespín (Universidad de Córdoba)

A través del proyecto Atalaya, gestionado por las diez universidades andaluzas, y más concretamente dentro del estudio "Hábitos, usos y demandas culturales de los estudiantes de las universidades andaluzas", coordinado por la Universidad de Cádiz, analizaremos los resultados de la encuesta dirigida a 370 estudiantes. A través de las mismas intentaremos conocer los puntos de conexión o discordancia que puedan existir entre ellos en función de la edad, el sexo, el área de conocimiento y otras variables.

En una primera fase del informe, analizaremos los datos sociodemográficos de los entrevistados para establecer las condiciones de vida en las que se desenvuelven durante el curso académico. En el segundo apartado, estudiaremos los hábitos de uso que tienen los universitarios de los medios de comunicación: prensa, radio y televisión. La tercera fase del estudio se centra en el análisis de la frecuencia con que los estudiantes cordobeses consumen los medios narrativos y culturales tales como la literatura, el cine, la música o el teatro. El uso del ordenador, Internet y las nuevas tecnologías constituyen el objeto de estudio del cuarto apartado. En el quinto epígrafe se realizará un breve análisis de las características en materia de asociacionismo e ideología política. En el sexto apartado se determinarán las acciones realizadas con respecto al ocio y al deporte.

1. CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS

El presente estudio está basado en 370 encuestas dirigidas y realizadas a estudiantes de la Universidad de Córdoba entre los 18 y los 30 años. Los resultados de las mismas determinarán las características de usos culturales de los estudiantes y sus demandas.

Existe una gran paridad entre el número de estudiantes de sexo masculino (48,9 %) y de sexo femenino (51,2%). La mayor parte de la población se encuentra en estado civil de soltería, un 94,1 %, frente al 3,5 % de casados, un 1,6 % que comparten vivienda con su pareja, un 0,5 % que se encuentra separado o divorciado y el 0,3 % en estado de viudedad. Casi la mitad de los estudiantes encuestados, más de un 45 %, tienen edades comprendidas entre los 18 y 21 años, el 29 % tienen entre 22 y 24 años y el 25 % restante se encuentre entre los 25 y los 35 años. En referencia a la vivienda utilizada durante el curso, el 54 % permanecen en la residencia familiar, cerca de un 25 % conviven con sus compañeros o amigos en pisos de estudiantes, un 6 % se alojan en una Residencia universitaria o Colegio Mayor y el resto comparten su vida con sus compañeros, viven solos, con otros familiares o en otras situaciones.

La procedencia de los estudiantes de la Universidad de Córdoba es diversa en relación a su nivel social. El nivel educativo de los padres está situado, en su mayor parte, en los estudios primarios con un 27 % en el caso de los padres y un 37 % en el de las madres, y el grado de Bachiller/F.P., con un 23 % en el caso de los hombres y un 20 % en el de las mujeres. Casi un 35 % de los padres tiene estudios universitarios frente al 26 % de las madres.

En relación a su citación laboral, casi un 68 % de los universitarios cordobeses no tiene que compaginar sus estudios con un trabajo. Un 23 % estudia principalmente y trabaja como actividad secundaria y para un 9 % su principal ocupación es la relacionada con el mundo laboral.

Es de destacar que más de la mitad de los estudiantes deseen acceder a estudios de licenciatura, una tercera parte deseen obtener un título de post-grado y un 17 % pretenda conseguir una diplomatura.

2. HÁBITOS RELACIONADOS CON LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN: TELEVISIÓN, RADIO Y PRENSA ESCRITA

En este epígrafe se va a analizar la utilización que los miembros de la Universidad de Córdoba realizan de los medios de comunicación. Hay que tener en cuenta que en la denominada "sociedad de la información" es cada vez más frecuente el acceso a recursos alternativos tales como las publicaciones digitales, lo que no solo facilita la posibilidad de acceder al medio, sino que lo hace sin condicionantes temporales. Las encuestas reflejan que más de la mitad de los estudiantes utilizan los medios de comunicación a diario.

Más del 50 % de los estudiantes leen a diario la prensa escrita no deportiva. En cuanto al tipo de periódico leído con más frecuencia, los universitarios cordobeses en un 31 % prefieren el periódico de difusión gratuita. En segundo lugar aparece en las estadísticas la lectura del diario local. El diario El País, con un 14 % y el ABC, con un 13,1 %, también destacan entre el resto de las publicaciones.

Es también evidente la supremacía del medio televisivo sobre el resto de los lenguajes de comunicación. Los universitarios cordobeses dedican una media de 2,39 horas los días laborables y 3,57 los fines de semana delante del televisor, cosa totalmente lógica al existir mayor tiempo libre los fines de semana para consumir en actividades de ocio. Más de un 80 % permanecen entre una y tres horas viendo la televisión en días laborables, porcentaje que se reparte los fines de semana también con los que consumen entre cuatro y seis horas de televisión.

Los programas que los jóvenes universitarios ven con mayor frecuencia son los telediarios, con un 17,8 %, películas, con un 16,5 % y series, con un 13,4 %. Con menor interés siguen otros tales como programas de humor, partidos de fútbol, programas deportivos, documentales y programas de divulgación, concursos o programas musicales.

Tabla 1

Tipo de programas que suelen ver con más frecuencia (a)			
	Respuestas		Porcentaje de casos
	Nº	Porcentaje	
Telediarios	286	17,8%	77,7%
Programas de deporte	111	6,9%	30,2%
Películas	266	16,5%	72,3%
Programas del corazón	46	2,9%	12,5%
Documentales y prog. de divulgación	90	5,6%	24,5%
Reality shows, talk shows	48	3,0%	13,0%
Reportajes de información	52	3,2%	14,1%
Fútbol	113	7,0%	30,7%
Programas de humor	115	7,1%	31,3%
Toros	14	,9%	3,8%
Debates	43	2,7%	11,7%
Teatro	5	,3%	1,4%
Concursos	77	4,8%	20,9%
Programas musicales	79	4,9%	21,5%
Magazines	14	,9%	3,8%
Programas infantiles	19	1,2%	5,2%
Series	215	13,4%	58,4%
Otros	17	1,1%	4,6%
Total	1610	100,0%	437,5%
(a) Respuesta Múltiple			

No existe un uso extendido de la televisión de pago entre los encuestados. Tan sólo el 30,8 % tiene acceso a las nuevas plataformas digitales o analógicas y que ofrecen no sólo la televisión convencional sino canales temáticos y otra programación.

Más de un 61 % de los estudiantes de la Universidad de Córdoba escuchan la radio a diario. Teniendo en cuenta que un 15,1 % lo hace alguna vez a la semana, el porcentaje acumulado de estas dos variables será de un 76,5 %.

Tabla 2

Frecuencia con la que escuchan la radio		
	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Todos/Casi todos los días	61,4	61,4
Alguna vez a la semana	15,1	76,5
Sólo los fines de semana	6,2	82,7
Alguna vez al mes	4,3	87,0
Con menos frecuencia	4,9	91,9
Casi nunca/Nunca	8,1	100,0
Total	100,0	

El tipo de programas radiofónicos que prefieren los jóvenes cordobeses está claramente definido. Más de un 52 % escuchan habitualmente programas musicales, un 17,6% lo hacen con los programas deportivos y un 16 % con los informativos. Con una importancia menos relativa aparecen los magazines, un 5,9 %, los debates, 5,8 %, y otros programas.

Tabla 3

Programas de radio que suelen escuchar (a)			
	Respuestas		Porcentaje de casos
	Nº	Porcentaje	
Musicales	282	52,3%	83,4%
Deportivos	95	17,6%	28,1%
Debates	31	5,8%	9,2%
Informativos	86	16,0%	25,4%
Magazines	32	5,9%	9,5%
Otros	13	2,4%	3,8%
Total	539	100,0%	159,5%
(a) Respuesta Múltiple			

3. HÁBITOS DE LECTURA, CINE, MÚSICA Y TEATRO

En esta sección del estudio proponemos una visión pormenorizada de la situación como lectores de los jóvenes de la Universidad de Córdoba. Estudiaremos el tiempo dedicado a la lectura, así como las condiciones y características de la misma. También compararemos esos datos con la frecuencia a la que acuden al cine, al teatro o a eventos musicales y destacaremos la situación en la que se encuentran las bibliotecas y equipamientos de las mismas dentro del ámbito universitario.

En términos globales, los universitarios cordobeses dedican menos tiempo a la lectura de libros no profesionales, un 27 %, que a la lectura de prensa, un 50,5 %. La media de este tipo de publicaciones leídas por los mismos es de 5 al cabo del año. También destaca que casi un 55 % de los encuestados lean tan solo entre tres o ningún libro a lo largo del año. Esto nos indica que la frecuencia con la que realizan otras actividades como ver la televisión es mucho mayor que el tiempo que dedican a la lectura.

Tabla 4

Frecuencia de lectura de...			
	Libros (no profesionales)	Prensa General (no deportiva)	Revistas
	%	%	%
Todos/Casi todos los días	26,8%	50,5%	11,4%
Alguna vez a la semana	19,2%	22,2%	16,2%
Sólo los fines de semana	6,8%	7,0%	14,9%
Alguna vez al mes	17,6%	5,1%	23,8%
Con menos frecuencia	15,4%	4,6%	9,7%
Casi nunca/Nunca	14,3%	10,5%	23,8%
Ns/Nc			,3%

Tabla 5

N° de libros (no profesionales) leídos en el último año		
N°	Válidos	370
	Perdidos	0
Media		4,95
Desv. típ.		5,768

Tabla 6

N° de libros que han leído en los últimos 12 meses		
	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Ninguno	11,9	11,9
Entre uno y tres libros	43,0	54,9
Entre cuatro y seis libros	23,8	78,6
Más de seis libros	21,4	100,0
Total	100,0	

Si tenemos en cuenta los datos ofrecidos por área de estudio, es evidente que los estudiantes de Humanidades son los que mayor tiempo dedican a la lectura de publicaciones no profesionales, frente a los estudiantes de enseñanzas técnicas que prefieren la prensa y las revistas. Como norma general, las temáticas preferidas son los best-sellers, la novela histórica, la literatura contemporánea española y extranjera y, en menor medida, las narraciones de ciencia y tecnología, la literatura clásica y la novela policíaca.

En cuanto al tipo de revistas, destaca la lectura de los suplementos de las publicaciones periódicas, las de temática musical y las de naturaleza. En menor medida se presentan otros géneros. Las revistas de economía, las de esoterismo, astrología y horóscopos y las de hogar y decoración son, por el contrario, las menos leídas.

Tabla 7

Tiempo que dedica a la lectura		
	Días laborables	Fines de semana
	%	%
Menos de 15 minutos	16,8%	13,0%
Entre 15 y 30 minutos	29,7%	17,0%
Entre 30 y una hora	22,4%	21,9%
Entre 1 y 2 horas	12,2%	18,9%
Más de 2 horas	6,2%	10,3%
Nada	11,9%	18,1%
Ns/Nc	,8%	,8%

Tabla 8

Tipo de libros que leen con más frecuencia (a)			
	Respuestas		Porcentaje de casos
	Nº	Porcentaje	
Ns/Nc	3	,4%	,9%
Literatura clásica	49	6,9%	15,2%
Literatura española moderna	84	11,8%	26,0%
Literatura extranjera actual	80	11,3%	24,8%
Best-sellers	115	16,2%	35,6%
Biografías	29	4,1%	9,0%
Poesía	27	3,8%	8,4%
Ensayo	18	2,5%	5,6%
Ciencia y tecnología	53	7,5%	16,4%
Arte	18	2,5%	5,6%
Novela histórica	101	14,2%	31,3%
Novela policíaca	45	6,3%	13,9%
Otras	88	12,4%	27,2%
Total	710	100,0%	219,8%

(a) Respuesta Múltiple. Máximo tres respuestas

En cuanto al uso que los universitarios cordobeses hacen de la biblioteca, podemos destacar que más de una tercera parte de ellos acude casi a diario (35,1 %), un 28,4 % acuden alguna vez por semana y tan sólo un 18,4 % acuden una vez al mes o con menor frecuencia.

En un amplio porcentaje, la biblioteca a la que suelen acudir es universitaria y, en mayor medida, es la del propio centro de estudio. Otras opciones que utilizan en menor medida son la biblioteca municipal y otras.

El principal uso que los estudiantes hacen de la biblioteca es el de sala de estudio, con un porcentaje del 45 %. La segunda opción es la de la utilización del fondo bibliotecario para obtener libros relacionados con su materia de estudio. Los demás usos se mantienen muy alejados sobre los destacados.

Más de la mitad de los usuarios de las bibliotecas universitarias se muestran satisfechos con sus instalaciones. Tan sólo un 17 % de los encuestados manifiesta su disconformidad con las instalaciones disponibles en su universidad. Los principales problemas que indican los jóvenes cordobeses con respecto a las bibliotecas son la falta de espacio, con un 20,5 % de respuestas, la falta de accesibilidad, con un 17,1 %, la incompatibilidad en horarios, con un 13 %, la falta de préstamo películas y música, con un 11,1 % y otros problemas en menor medida.

Tabla 9

Revistas que leen con más frecuencia (a)			
	Respuestas		Porcentaje de casos
	Nº	Porcentaje	
Arte	21	3,4%	7,5%
Literatura y poesía	14	2,3%	5,0%
Suplementos literarios de la prensa	32	5,2%	11,4%
Suplementos de juventud, música, etc.	80	13,0%	28,6%
Automóvil	40	6,5%	14,3%
Televisión	31	5,0%	11,1%
Economía-Finanzas	7	1,1%	2,5%
"Rosa", Corazón	48	7,8%	17,1%
Humor	32	5,2%	11,4%
Música	65	10,6%	23,2%
Naturaleza	62	10,1%	22,1%
Viajes	29	4,7%	10,4%
Salud y belleza	46	7,5%	16,4%
Hogar, decoración, muebles	10	1,6%	3,6%
Informática/Ordenadores	26	4,2%	9,3%
Esoterismo, astrología, horóscopos	7	1,1%	2,5%
Cómics y fanzines	21	3,4%	7,5%
Otros temas	44	7,2%	15,7%
Total	615	100,0%	219,6%
(a) Respuesta Múltiple. Máximo tres respuestas			

Tabla 10

Biblioteca a la que suelen asistir (a)			
	Respuestas		Porcentaje de casos
	Nº	Porcentaje	
Biblioteca de la universidad en la que estudia	308	62,2%	89,3%
Otras bibliotecas universitarias	71	14,3%	20,6%
Biblioteca provincial	23	4,6%	6,7%
Biblioteca municipal	64	12,9%	18,6%
Otras bibliotecas	29	5,9%	8,4%
Total	495	100,0%	143,5%
(a) Respuesta Múltiple			

Tabla 11

Usos que realizan de la Biblioteca (a)			
	Respuestas		Porcentaje de casos
	Nº	Porcentaje	
Lectura de prensa general	34	5,3%	9,9%
Lectura de libros de literatura, poesía	22	3,4%	6,4%
Lectura de ensayos, libros técnicos, etc.	38	5,9%	11,0%
Lectura de prensa	13	2,0%	3,8%
Préstamo de libros	218	33,9%	63,2%
Préstamo de CD´s, DVD´s (música y películas)	17	2,6%	4,9%
Estudiar (sala de estudio)	288	44,8%	83,5%
Otras	13	2,0%	3,8%
Total	643	100,0%	186,4%
(a) Respuesta Múltiple			

Tabla 12

Principales carencias de las bibliotecas universitarias de Córdoba (a)			
	Respuestas		Porcentaje de casos
	Nº	Porcentaje	
Lejana/Poco accesible	100	17,1%	29,4%
Carencias de espacio	120	20,5%	35,3%
Horarios no adecuados	76	13,0%	22,4%
No tiene los libros y revistas que busco	51	8,7%	15,0%
Mala iluminación	32	5,5%	9,4%
Servicio de préstamo insuficiente	30	5,1%	8,8%
No tiene préstamo de música y películas	65	11,1%	19,1%
Servicio de préstamo de música y películas	13	2,2%	3,8%
Ninguno	42	7,2%	12,4%
Otros	57	9,7%	16,8%
Total	586	100,0%	172,4%

(a) Respuesta Múltiple

En relación a los gustos y hábitos cinematográficos de los estudiantes de la Universidad de Córdoba, cabe destacar que mientras que hace años el colectivo universitario formaba el mayor grueso de consumidores de cine, actualmente este hecho ya no ocurre. Tan sólo un 10 % acuden al cine una vez por semana, un 24 % dos o tres veces al mes, un 27 % una vez al mes, un 18 % cada dos meses, un 18 % alguna vez al año y un 3 % no va nunca.

Tabla 13

Asistencia a películas o proyecciones que realiza la Universidad		
	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Frecuentemente	1,9	1,9
Alguna vez	9,7	11,6
Rara vez	19,2	30,8
Nunca	51,1	81,9
No hay cine universitario	18,1	100,0
Total	100,0	

Valoración de las películas o proyecciones que realizan (a)			
	Nº	Media	Desv. típ.
Valoración de la calidad de las películas	92	6,42	2,023
Valoración de la variedad de las películas	91	5,77	2,246

(a) Mínimo 1, Máximo 10

El tipo de películas preferidas están dentro, con una diferencia abrumadora, del modelo de cine americano "main stream" (43,9 %). Un 31,1 % suele acudir a los estrenos nacionales frente al 19,5 % que optan por ver cine de las diferentes nacionalidades europeas. Tan sólo un 5,6 % se atreven con filmes de otras nacionalidades. Casi un 70 % de los universitarios cordobeses encuentra en cartelera las películas deseadas, un 22,6 % lo hace de vez en cuando y tan sólo un 6,1 % no lo hace prácticamente nunca.

En los últimos años la manera de consumir cine ha cambiado radicalmente. Con la llegada de Internet y el formato digital otras posibilidades se han abierto frente a las tradicionales. Las respuestas de los jóvenes cordobeses han servido para ratificar el hecho anteriormente comentado. Tan sólo 2,56 películas de cada 10 son vistas ahora en las salas de cine frente a las 2,21 que son consumidas a través del ordenador y las 2,80 que se emiten y son vistas a través del sistema de televisión abierta o tradicional. 1,78 de cada diez son alquiladas en videoclub. Podemos comprobar cómo la televisión de pago aún no está totalmente implantada en nuestro país, ya que tan sólo 0,68 películas de cada diez son vistas a través de dicho formato.

La inexistencia de una programación periódica por parte de la Universidad de Córdoba y la inexistencia de un Cineclub universitario hacen que las proyecciones realizadas de manera esporádica sean las únicas que se puedan valorar. Es por ello que casi un 70 % de los encuestados responde que no acude al cine programado por la Universidad o destacan la inexistencia de cine universitario.

En relación a los hábitos musicales de los universitarios cordobeses, más de un 85 % de los mismos habitúa escuchar música todos o casi todos los días. Un 9,5 % lo hace alguna vez a la semana, un 2,7 % solamente los fines de semana, un 1,6 % alguna vez y el resto con menor frecuencia. En cuanto al acceso al formato musical, cabe destacar que tan sólo un 5,6 % lo hace en conciertos, mientras que los lugares desde los que se escucha música con mayor frecuencia son la propia habitación y el coche.

Tabla 14

Lugares desde donde escuchan música (a)			
	Respuestas		Porcentaje de casos
	Nº	Porcentaje	
En su habitación	254	25,3%	69,0%
En casa (otros lugares)	157	15,7%	42,7%
En el coche	188	18,8%	51,1%
En local de copas/Pub	139	13,9%	37,8%
En la discoteca	113	11,3%	30,7%
En conciertos/actuaciones	56	5,6%	15,2%
En casa de amigos	58	5,8%	15,8%
Otros lugares	37	3,7%	10,1%
Total	1002	100,0%	272,3%
(a) Respuesta Múltiple			

Cada vez son más las personas que acceden a los nuevos formatos de reproducción de archivos informáticos. Es por ello que más de la mitad de los jóvenes de la Universidad de Córdoba, un 55,1 %, dispongan de reproductor MP3. En cuanto a los gustos musicales, destacan ampliamente el pop español y el internacional, con unos porcentajes de respuesta del 25 % y el 18,5 % cada uno. Le sigue de lejos el rock español, con un 10,7 % y el rock internacional, con un 7,3 %.

Los universitarios cordobeses rara vez acuden a un concierto y, si lo hacen, es en casi su totalidad para presenciar un espectáculo de pop o rock. Las demás disciplinas musicales son obviadas y, excepto el flamenco, en un 90 % de los casos nunca han asistido a un concierto de las mismas.

El interés mostrado por los estudiantes frente al teatro es relativamente bajo. Tan sólo el 41,9 % tiene un interés alto o muy alto frente al 35,4 % que no lo incluye dentro de sus prioridades culturales. Un 22,7 % manifiesta tener un interés de nivel medio por el mismo. Existe una ligera tendencia observada sobre las características de los que acuden más a los espectáculos escénicos; los jóvenes de Humanidades son los que acuden con mayor frecuencia al mismo.

Tabla 15

Tipo de música favorita (a)			
	Respuestas		Porcentaje de casos
	Nº	Porcentaje	
Jazz	39	4,1%	10,6%
Blues	18	1,9%	4,9%
Pop español	238	25,0%	64,5%
Pop internacional	176	18,5%	47,7%
Rock español	102	10,7%	27,6%
Rock internacional	70	7,3%	19,0%
Canción melódica (boleros, baladas)	55	5,8%	14,9%
Clásica	38	4,0%	10,3%
New age	11	1,2%	3,0%
Hip Hop	41	4,3%	11,1%
Heavy	25	2,6%	6,8%
Canción popular	12	1,3%	3,3%
Étnica	43	4,5%	11,7%
Música electrónica	36	3,8%	9,8%
Otras	49	5,1%	13,3%
Total	953	100,0%	258,3%

(a) Respuesta Múltiple. Máximo tres respuestas

Tabla 16

Frecuencia de asistencia a conciertos de...								
	Pop/Rock	Flamenco	Otro folklora	Jazz	Música clásica	Ópera	Zarzuela	Ballet/Danza
	%	%	%	%	%	%	%	%
Frecuentemente	3,5%	3,2%	1,1%	2,4%	2,4%	1,4%	1,1%	,8%
Varias veces al año	7,3%	3,8%	1,4%	2,2%	1,1%	,3%		,5%
Dos o tres veces al año	14,9%	4,6%	1,6%	2,7%	2,7%	,5%	,3%	1,9%
Una vez al año	15,9%	8,9%	2,7%	2,2%	4,1%	1,9%	1,1%	3,2%
Con menor frecuencia	10,3%	7,3%	2,7%	4,6%	6,2%	3,5%	1,9%	5,1%
Casi nunca/Nunca	44,1%	65,4%	82,2%	77,8%	74,9%	84,6%	86,8%	80,5%
Ns/Nc	4,1%	6,8%	8,4%	8,1%	8,6%	7,8%	8,9%	7,8%

4. INTERNET, EL USO DE LA INFORMÁTICA Y LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS

El avance tecnológico de las líneas de acceso de alta velocidad, ADSL, y su democratización, actualmente existen varias compañías que lo ofrecen y a un precio asequible, ha hecho posible que las conexiones a Internet de los hogares españoles se multipliquen por diez en los últimos cinco años. Un 99,5 % de los universitarios cordobeses utilizan habitualmente Internet. Un 62,4 % de los mismos tiene acceso a la red desde casa, mientras que un 28,1 % no. Prácticamente la totalidad de las conexiones, un 99,6 %, se basa en un sistema de tarifa plana.

Más de un 90,5 % de los jóvenes de la Universidad de Córdoba dispone de ordenador durante el curso académico. En un 53,1 % de los casos, el uso es personal, en un 40,6 % se comparte con otros familiares, mientras que el 6 % lo hacen con compañeros de vivienda. Los lugares desde donde se accede a Internet son, principalmente, desde casa y desde la Universidad.

Tabla 17

Lugares desde donde utilizan Internet (a)			
	Respuestas		Porcentaje de casos
	Nº	Porcentaje	
En casa	226	40,7%	61,6%
Casa de familiares o amigos	60	10,8%	16,3%
Universidad	174	31,4%	47,4%
Biblioteca pública	31	5,6%	8,4%
Café Internet (Cibers)	27	4,9%	7,4%
En el trabajo	28	5,0%	7,6%
Otros	9	1,6%	2,5%
Total	555	100,0%	151,2%
(a) Respuesta Múltiple			

Por lo que se refiere al uso realizado de Internet, la amplia mayoría destaca su importancia en las comunicaciones, un 69,2 % lo hace a través del correo electrónico y un 56,3 % utiliza chats o messenger, y su utilidad a la hora de preparar sus estudios, tal y como reseñan el 66,8 % de los encuestados. Otros usos mayoritarios son el de bajar música, en un 44 %, y el uso de libros o apuntes digitales, en un 43,4 %. La lectura de prensa (26,1 %), la búsqueda de empleo (17,6 %), la información sobre televisión o el tiempo (14,6 %) o la fotografía (14,8 %) son otros usos que hacen los universitarios de Internet.

Casi la totalidad de los estudiantes de la Universidad de Córdoba (98,9 %) dispone de teléfono móvil. El uso del mismo, al igual que el acceso a Internet, se ha generalizado en los últimos años gracias al abaratamiento de los precios y tarifas de comunicación. La utilización del teléfono es en su práctica totalidad, con un 95,6 % y un 89,9 % respectivamente, la de realizar y recibir llamadas y enviar y recibir mensajes. Cada vez son más los propietarios de móvil que lo utilizan para realizar fotografías, un 27,9 %, y un 6,3 % se dedican a descargar melodías o tonos.

El gasto medio del teléfono del universitario cordobés se sitúa en 22,09 €, manteniendo el 50,8 % de los usuarios un gasto de entre 12 y 30 €. Un 33,3 % gasta menos de 12 € al mes y el resto, un 15,8 %, soporta un gasto mayor de 30 €. Más de la mitad de los jóvenes universitarios, un 54,6 %, se encarga de pagar sus propias facturas de teléfono, mientras que el 34,2 % dejan que sean sus familiares quienes lo hagan. El 10,4 % realizan el pago a medias con sus familiares.

Tabla 18

Usos que realizan de Internet (a)			
	Respuestas		Porcentaje de casos
	Nº	Porcentaje	
Leer prensa	95	6,1%	26,1%
Bajar música o películas	160	10,2%	44,0%
Sexo	24	1,5%	6,6%
Libros o apuntes	158	10,1%	43,4%
Vacaciones/Viajes	73	4,7%	20,1%
Chats o messengers	205	13,1%	56,3%
Información TV/Tiempo	53	3,4%	14,6%
Correo electrónico	252	16,1%	69,2%
Comprar entradas	18	1,2%	4,9%
Estudiar (apuntes, informes, documentación)	243	15,5%	66,8%
Fotografía	54	3,5%	14,8%
Vídeos, audiovisuales	41	2,6%	11,3%
Zapping, entretenimiento	36	2,3%	9,9%
Juegos en red	43	2,7%	11,8%
Búsqueda de empleo	64	4,1%	17,6%
Localización de direcciones o teléfonos	31	2,0%	8,5%
Otros	11	,7%	3,0%
Ns/Nc	3	,2%	,8%
Total	1564	100,0%	429,7%

(a) Respuesta Múltiple

5. ASOCIACIONISMO, IDEOLOGÍA POLÍTICA Y RELIGIOSIDAD

Las asociaciones han constituido durante años un tejido de acción social no institucional. Tradicionalmente, el asociacionismo ha estado ligado íntimamente a las acciones culturales en la Universidad de Córdoba, tal y como se demuestra con las actividades desarrolladas en los últimos años por la A.J. Aula de Cultura y la A.J. Aula de Cine. Actualmente, un 54,1 % de los jóvenes de la Universidad de Córdoba pertenecen a alguna asociación, frente a los 45,9 % que no lo hacen.

Si obviamos el vínculo existente entre los universitarios y las asociaciones de carácter deportivo, religioso o estudiantil, no existen demasiados puntos de encuentro entre los mismos y el resto de clases de organizaciones.

En una escala del 1 al 7 en la que el 1 se sitúa en la extrema izquierda y el 7 en la extrema derecha, los universitarios cordobeses se definen en su media en una cifra de 3,8. Un 40,9 % de los estudiantes definen su comportamiento ideológico como centrista. Un 33,8 % de los encuestados se define entre el centro-izquierda y la izquierda, mientras que el 23,2 % lo hace sobre la derecha o centro-derecha.

En referencia a materia de religiosidad, los jóvenes de la Universidad de Córdoba se definen en su mayoría como católicos poco o no practicantes. Un 33 % se muestra indiferente o se definen como agnósticos o ateos.

Tabla 19

¿Podrías decirme si perteneces, has pertenecido o nunca has pertenecido a alguna de las siguientes asociaciones...?				
		Pertenece actualmente	Ha pertenecido	Nunca ha pertenecido
Deportiva	%	13,2%	36,5%	50,3%
Religiosa	%	11,9%	15,4%	72,7%
Recreativa, peña, club social	%	11,4%	11,1%	77,6%
Musical	%	8,1%	11,4%	80,5%
Excursionista	%	3,8%	12,4%	83,8%
Benéfica, asistencial	%	8,1%	10,5%	81,4%
AAVV o consumidores	%	4,1%	3,0%	93,0%
Defensa y ayuda a inmigrantes	%	2,7%	1,4%	95,9%
Defensa de derechos humanos, pacifista	%	2,7%	2,4%	94,9%
Ecologista	%	5,1%	5,4%	89,5%
Asociación o colegio profesional	%	5,1%	3,8%	91,1%
Estudiantil	%	9,5%	17,0%	73,5%
Partido u organización política	%	2,4%	2,2%	95,4%
Sindical	%	3,0%		97,0%
Feminista	%	,8%	,8%	98,4%
Ayuda Tercer Mundo	%	7,0%	5,7%	87,3%
Atención a pobres, ancianos, prostitutas	%	3,8%	4,6%	91,6%
Movimientos antiglobalización	%	1,9%	,5%	97,6%
Otras	%	2,7%	1,1%	96,2%

Tabla 20

Situación ideológica			
	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Extrema Izquierda	1,6	2,0	2,0
Izquierda	9,5	11,7	13,8
Centro Izquierda	17,8	22,1	35,9
Centro	33,0	40,9	76,8
Centro Derecha	12,2	15,1	91,9
Derecha	6,5	8,1	100,0
Total	80,5	100,0	
Ns/Nc	19,5		
Total	100,0		

Tabla 21

En materia de religiosidad, ¿cómo te definirías?		
	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Católico practicante	11,1	11,1
Católico poco practicante	24,6	35,7
Católico no practicante	23,2	58,9
Creyente de otra religión	1,6	
No creyente	4,3	
Indiferente	7,6	
Ateo	9,2	
Agnóstico	12,4	
No contesta	5,9	
Total	100,0	

6. ACTIVIDADES DE DEPORTE Y OCIO

El 53,8 % de los estudiantes de la Universidad de Córdoba afirma practicar habitualmente algún tipo de deporte. Un 39,2 % practica deporte todos o casi todos los días, un 49,7 % alguna vez por semana, un 10,6 % alguna vez al mes y tan sólo un 0,5 % no lo hace nunca o casi nunca. Los deportes más populares entre los universitarios cordobeses son el fútbol, practicado por un 32,2 %, el fútbol sala, un 24,1 %, el ciclismo, un 23,1 %, la natación, un 21,6 %, y el atletismo, un 18,6 %.

En cuanto a la asistencia a competiciones deportivas, existe un alto porcentaje de universitarios que no acude habitualmente a las mismas, un 64,3 %. Los deportes con mayor afluencia de público universitario son el fútbol, con un 53,8 % de los casos, el fútbol sala, 20,5 %, el baloncesto, un 18,2 %, y la natación y el tenis, con un 7,6 % cada uno de ellos.

El mayor porcentaje de universitarios y sus horas libres a la semana para ocio y diversión se sitúa entre las 10 y las 29 horas. Mientras que un 17,8 % disfruta de menos de 10 horas libres semanales, un 20,8 % lo hace de 10 a 19 horas, un 14,6 % de 20 a 29 horas, un 5,9 % de 30 a 39 horas y un 4,3 % de más de 39 horas. Estas horas son consumidas en su mayor parte en ver la televisión (un 74,9 % lo hace todos los días), usar el ordenador (62,2 % diario), salir o reunirse con los amigos (17,3 %) o no hacer nada (16,5%). Estos porcentajes cambian al realizar la misma consulta sobre los fines de semana, en los que el 43,5 % beben o van de copas, el 37,8 % van de discotecas, el 32,4 % van "de botellón", el 24,3 % salen o se reúnen con sus amigos y el 20,3 % no hacen nada.

Tabla 22. Deportes practicados.

Deportes que practican (a)			
	Respuestas		Porcentaje de casos
	Nº	Porcentaje	
Fútbol	64	15,5%	32,2%
Fútbol sala	48	11,7%	24,1%
Baloncesto	25	6,1%	12,6%
Balonmano	6	1,5%	3,0%
Voleibol	6	1,5%	3,0%
Tenis	27	6,6%	13,6%
Artes marciales	13	3,2%	6,5%
Natación	43	10,4%	21,6%
Rugby	5	1,2%	2,5%
Atletismo	37	9,0%	18,6%
Ciclismo	46	11,2%	23,1%
Gimnasia rítmica	5	1,2%	2,5%
Danza	6	1,5%	3,0%
Remo	1	,2%	,5%
Padel	10	2,4%	5,0%
Footing	3	,7%	1,5%
Gimnasio	1	,2%	,5%
Otros deportes	66	16,0%	33,2%
Total	412	100,0%	207,0%

(a) Respuesta Múltiple

Tabla 23

Competiciones deportivas a las que asisten (a)			
	Respuestas		Porcentaje de casos
	Nº	Porcentaje	
Fútbol	71	37,2%	53,8%
Fútbol sala	27	14,1%	20,5%
Baloncesto	24	12,6%	18,2%
Balonmano	5	2,6%	3,8%
Voleibol	8	4,2%	6,1%
Tenis	10	5,2%	7,6%
Artes marciales	4	2,1%	3,0%
Natación	10	5,2%	7,6%
Rugby	4	2,1%	3,0%
Atletismo	6	3,1%	4,5%
Ciclismo	7	3,7%	5,3%
Gimnasia rítmica	4	2,1%	3,0%
Danza	5	2,6%	3,8%
Padel	2	1,0%	1,5%
Otros deportes	4	2,1%	3,0%
Total	191	100,0%	144,7%

(a) Respuesta Múltiple

Tabla 24

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	1,6%	14,3%	43,5%	21,1%	9,2%	8,6%	1,6%
Ir a discotecas, bailar	1,1%	7,0%	37,8%	26,5%	13,5%	12,7%	1,4%
"Ir de Botellón"	1,1%	5,4%	32,4%	25,1%	13,5%	20,8%	1,6%
Salir o reunirse con amigos	17,3%	40,8%	24,3%	9,2%	3,8%	3,0%	1,6%
Ver la televisión	74,9%	11,4%	2,7%	3,5%	4,1%	2,2%	1,4%
Usar el ordenador	62,2%	17,8%	4,9%	6,2%	1,4%	4,9%	2,7%
Jugar con videojuegos, consolas, etc.	9,5%	7,6%	8,4%	8,4%	11,9%	47,6%	6,8%
Salir al campo o a la playa	3,5%	5,7%	14,3%	20,8%	38,6%	14,6%	2,4%
Asistir a actividades religiosas	3,5%	4,3%	6,8%	9,7%	13,2%	54,1%	8,4%
Realizar actividades asociativas	4,1%	5,7%	4,1%	11,1%	17,0%	52,7%	5,4%
Realizar acciones de voluntariado	3,8%	3,2%	3,5%	8,9%	18,4%	55,4%	6,8%
Descansar, no hacer nada	16,5%	10,8%	20,3%	15,1%	14,6%	19,5%	3,2%

Para finalizar, realizamos un estudio sobre el consumo actual de determinadas acciones culturales por parte de los jóvenes de la Universidad de Córdoba. En una primera aproximación, comprobamos cómo la práctica totalidad de los estudiantes ha visitado un monumento histórico, ha asistido a una conferencia, ha visitado una feria del libro, un parque natural o ha visto en televisión o escuchado en la radio un programa cultural. Sin embargo, casi un 30 % nunca ha visitado un museo de Bellas Artes, ha viajado al extranjero o ha acudido a una feria comercial.

Tabla 25

Alguna vez o en el último año...			
	Nunca	Alguna vez	En el último año
Ha visitado un monumento histórico	3,0%	31,9%	65,1%
Ha visitado un parque natural	6,5%	44,9%	48,6%
Ha visitado una exposición de arte	13,0%	45,9%	41,1%
Ha asistido a una feria del libro	7,6%	32,7%	59,7%
Ha visitado una feria de artesanía	18,4%	36,2%	45,4%
Ha visitado un museo de Bellas artes	27,8%	51,1%	21,1%
Ha viajado al extranjero	28,1%	43,0%	28,9%
Ha acudido a una feria comercial	26,8%	45,7%	27,6%
Ha asistido a una conferencia	8,1%	34,9%	57,0%
Ha visitado un zoológico	9,7%	80,0%	10,3%
Ha visto o escuchado un programa cultural en TV o radio	4,9%	22,7%	72,4%

Más del 40 % de los universitarios cordobeses realiza un gasto de entre 13 y 30 € mensuales. El 35 % lo hace de entre 1 y 12 € mensuales, el 14,9 % entre 31 y 60 €, el 4,9 % más de 60 € mensuales y el 5,9 % no realiza ningún tipo de gasto en materia cultural.

Tabla 26

Actividades propuestas por los/as jóvenes universitarios/as			
	Respuestas		Porcentaje de casos
	Nº	Porcentaje	
Conciertos	76	11,8%	20,9%
Viajes/Excursiones/Visitas culturales	48	7,4%	13,2%
Teatro	54	8,4%	14,8%
Cine	93	14,4%	25,5%
Conferencias/Charlas/Debates	66	10,2%	18,1%
Exposiciones	25	3,9%	6,9%
Talleres/Cursos	36	5,6%	9,9%
Convivencias/Intercambios	8	1,2%	2,2%
Deportes/Competiciones deportivas	34	5,3%	9,3%
Fiestas universitarias	10	1,5%	2,7%
Promoción/Publicidad	2	,3%	,5%
Otras actividades	57	8,8%	15,7%
Ns/Nc	137	21,2%	37,6%
Total	646	100,0%	177,5%

La valoración que los jóvenes de la Universidad de Córdoba realizan sobre las actividades se concreta a través de la nota media concedida que, en este caso es de 4,58. Mientras que un 6,8 % acuden frecuentemente a las actividades culturales organizadas por la Universidad, un 36,8 % lo hace alguna vez, el mismo porcentaje lo hace rara vez y un 19,7 % no lo hace nunca. Esto significa que más de la mitad de los estudiantes cordobeses no acceden casi nunca a las actividades culturales. Si atendemos a las actividades realizadas por los universitarios en el último año comprobaremos cómo el 25,4 % han participado en una obra de teatro, un 18,6 % en acciones referentes al ámbito musical, un 16,2 % pintan cuadros, un 8,9 % escriben libros y realizan cortometrajes, un 4,3% esculpen y un 5,1 % realizan otras actividades. La tabla 26 recoge las propuestas de los estudiantes sobre actividades culturales a realizar por la universidad de Córdoba.