

Los jóvenes andaluces universitarios de la Universidad de Jaén

Pedro Jesús Luque Ramos, Antonio Palomo Monereo y Manuel Pulido Martos
Área de Psicología Social (Universidad de Jaén)

1. DATOS SOCIODEMOGRÁFICOS

Los elementos que se incluyen en este apartado, junto con los otros datos sociodemográficos citados en el primer capítulo, describen a los estudiantes de la Universidad de Jaén que han participado en la muestra.

La gran mayoría de participantes (96.2 %) son solteros. Sólo un 1.4 % son casados; viviendo en pareja estaría el 2.2 %. Un reducido 0.3% declara estar en situación de divorciado o separado.

La convivencia durante el curso académico se distribuye mayoritariamente entre aquellos que viven con sus padres (46.8%) y aquellos que lo hacen con amigos o compañeros (40.5 %). El 3.2% vive con otros familiares. Con su compañero o compañera lo hacen un 5.1%. La Residencia de estudiantes o el Colegio Mayor es la opción del 2.7%. Sólo el 1.4% dice vivir sólo y tan sólo el 0.3% manifiesta no estar en ninguna de las opciones recogidas.

En cuanto al nivel de estudios que se pretende alcanzar, es el grado de licenciado la opción que recoge un mayor número de participantes (42.2%). El título de diplomado iría a continuación con el 34.9%. El grado de master es deseado por un 14.9% y, por último, el 8.1% tiene la intención de obtener el grado de doctor.

El nivel educativo de los padres y madres de los participantes en la muestra se distribuye del modo siguiente: la categoría "primarios/EGB" es la elegida para el 36.5% de los padres y para el 39.2% de las madres; con bachiller superior, FP o COU estarían el 19.2% de los padres y el 23.5% de las madres; sin estudios estarían el 3.5% de los padres de los participantes y el 4.6% de las madres; los estudios primarios incompletos es la casilla elegida por el 12.7% en referencia a los padres y por el 14.6% en referencia a las madres; el 14.1% de los padres tendrían estudios universitarios medios frente al 11.4% de las madres que habrían alcanzado ese grado; los estudios universitarios superiores lo tendrían el 10.3% de los padres y sólo el 4.9% de las madres tendrían tales estudios; con estudios de doctorado estarían el 0.5% de los padres y el 0.3 de las madres.

La situación laboral de los encuestados viene definida en su mayor parte por la dedicación exclusiva al estudio (73%). En la situación de estudio como la actividad principal, aunque además se trabaje, estaría el 24.3%. Por su parte el 2.7% trabajaría principalmente aunque también estudie. La media de horas trabajadas para aquellos que declaran trabajar estaría en las 15.79 con una desviación tipo de 11.64. Expresado de otro modo, el número de horas trabajadas por los participantes en la encuesta que declaran estar trabajando se distribuiría del modo siguiente: hasta 10 horas semanales trabajarían el 44.1%; de 11 horas a 20 horas trabajarían el 34.3%; de 21 horas a 30 horas trabajarían el 12.7%; de 31 horas a 40 horas trabajarían el 5.9%; por último, el 2.9 % trabajarían más de 40 horas semanales.

La tabla 1 recoge la información obtenida con relación a la pregunta que hace referencia a la pertenencia, o no, a alguna asociación; pudiendo tal pertenencia estar situada en el presente o en el pasado. De la lectura de la tabla se destaca el bajo grado de asociacionismo mostrado por los participantes de la muestra. De este modo se observa cómo para las 18 formas de asociacionismo recogidas de modo concreto así como para el epígrafe de "otras" los porcentajes ante la opción "nunca ha pertenecido" no bajan del 72.7%; siendo éste el porcentaje mostrado para las asociaciones deportivas. Por su parte en el caso de las asociaciones religiosas (85.7%), las musicales (87%), las recreativas y estudiantiles (88.9%) los porcentajes se sitúan en torno al 80%. Para todas las demás categorías recogidas los porcentajes estarían por encima del 90%. También puede observarse en la tabla que para la mayor parte de las categorías los porcentajes de la opción "pertenece actualmente" son menores que los de la opción "ha pertenecido". Sólo se invierte esta tendencia, aunque tampoco de un modo llamativo, para el caso de las asociaciones tipificadas como "defensa de derechos humanos, pacifista", "ecologista", "partido u organización política" y "feminista".

Tabla 1. Asociacionismo

	Pertenece actualmente	Ha pertenecido	Nunca ha pertenecido
Deportiva	7.6	19.7	72.7
Religiosa	3.5	10.8	85.7
Recreativa, peña, club social	4.3	6.8	88.9
Musical	5.9	7	87
Excursionista	2.2	7.3	90.5
Benéfica, asistencial	2.4	3.2	94.3
Asociación de vecinos o consumidores	1.4	1.6	97
Defensa y ayuda a inmigrantes	0.3	0.5	99.2
Defensa de derechos humanos, pacifista	1.1	0.5	98.4
Ecologista	2.7	1.4	95.9
Asociación o colegio profesional	0.5	2.4	97
Estudiantil	4.6	6.5	88.9
Partido u organización política	2.2	1.9	95.9
Sindical	0.5	0.8	98.6
Feminista	0.5	0	99.5
Ayuda Tercer Mundo	0.8	1.9	97.3
Atención a pobres, ancianos, prostitutas	1.1	2.2	96.8
Movimientos antiglobalización	0	0.8	99.2
Otras	3	0.8	96.2

Cuando la pregunta que se formula plantea abiertamente la pertenencia en la actualidad, el 25.9% de los participantes afirma pertenecer a una asociación frente al 74.1% que reconoce no pertenecer a ninguna.

2. HÁBITOS DE LECTURA

En este apartado se aporta información sobre aspectos que tienen que ver con el tiempo que se dedica a la lectura, los contenidos de las mismas, los medios empleados así como de ciertos aspectos relacionados con el uso que se hace de las bibliotecas.

El tiempo que se dedica a la lectura de libros de naturaleza no profesional es de "todos/casi todos los días" para el 22.7% de los participantes en la encuesta. La opción "alguna vez a la semana" es la elegida por 23.8%. En la categoría "sólo los fines de semana" se encontraría el 8.1%. La opción "alguna vez al mes" es la que se corresponde con el 17.6% de los participantes. En la opción "con menos frecuencia" se encontraría el 11.6%. La opción "casi nunca/nunca" es la elegida por el 15.9%. El 0.3% restante se acoge a la opción "ns/nc".

El tiempo dedicado a la lectura de la prensa en general, de naturaleza no deportiva, se distribuye como sigue: "todos/casi todos los días" el 20.3% de los participantes; "alguna vez a la semana" el 17%; "sólo los fines de semana" el 11.1%; "alguna vez al mes" el 12.7%; "con menos frecuencia" el 11.6%; y, "casi nunca/nunca" el 26.5%. El 0.8% restante se acoge a la opción "ns/nc".

En el caso del tiempo dedicado a la lectura de revistas la muestra se distribuye así: "todos/casi todos los días" el 10.8% de los participantes; "alguna vez a la semana" el 11.4%; "sólo los fines de semana" el 12.4%; "alguna vez al mes" el 24.9%; "con menos frecuencia" el 15.1%; y, "casi nunca/nunca" el 25.4%.

El número de libros de naturaleza no profesional que se han leído en el último año por parte de los participantes en la encuesta es de 4.69 de media con una desviación típica de 5.76. De otro modo, el número de libros leídos en el último año se distribuye entre la población como sigue: no ha leído ninguno, el 12.7%; entre uno y tres libros, el 41.6%; entre cuatro y seis libros, el 26.8%; y, más de seis libros, el 18.9%.

Para conocer el tiempo dedicado por los participantes a la lectura en la encuesta se ha distinguido entre el tiempo que se dedica a esta actividad los días laborables y el tiempo que se dedica los fines de semana. En días laborables, el 11.6% de los universitarios encuestados dedican "menos de 15 minutos" a la lectura; el 28.6% dedica "entre 15 y 30 minutos"; el 26.2% leería "entre 30 y una hora"; el 20.8% lo haría "entre 1 y 2 horas"; el 3.8% leería "más de dos horas". El 7.6% de los estudiantes encuestados dice no leer nada.

La tabla 2 muestra los resultados obtenidos al preguntar por la naturaleza de los libros leídos. En esta pregunta las personas que han participado en el estudio tenían la posibilidad de elegir un máximo de tres respuestas. A pesar de ello, ninguna de las categorías consideradas, incluida la miscelánea "otras"; recoge más de un tercio de los casos.

Tabla 2. Tipo de libro que leen con más frecuencia

	Número de respuestas	Porcentaje	Porcentaje de casos
Literatura clásica	40	6.2	12.7
Literatura española moderna	76	11.8	24.1
Literatura extranjera actual	46	7.2	14.6
Best-sellers	103	16	32.7
Biografías	27	4.2	8.6
Poesía	41	6.4	13
Ensayo	17	2.6	5.4
Ciencia y tecnología	52	8.1	16.5
Arte	15	2.3	4.8
Novela histórica	81	12.6	25.7
Novela policíaca	42	6.5	13.3
Otras	102	15.9	32.4
Total	642	100	203.8

En primer lugar, con el 16% se encontraría la etiqueta "best-sellers". A continuación estarían los libros novelados con trasunto histórico, 12.6%, y los libros literarios españoles modernos. Ningún otro de los géneros considerados sobrepasa el 10%.

En el caso de los periódicos leídos en mayor medida por los universitarios jiennenses encuestados se situarían en orden decreciente del siguiente modo: el diario local, 23.8%; El País, 22.6%; y, la prensa gratuita, 20.9%. Las demás categorías concretas no superan el 10%: El Mundo, 8.4%; ABC, 4.8%; La Vanguardia, 2.9%; y, La Razón, 2.5%. La etiqueta no concreta de "otros" sería la elegida por el 13.2%. En esta pregunta también se podían elegir hasta tres respuestas. Se obtuvieron 478 respuestas para el conjunto de las categorías.

En la tabla 3 se muestran las respuestas relacionadas con el tipo de revistas que se leen con más frecuencia. En esta pregunta los universitarios participantes en el estudio podían elegir hasta tres tipos de las 18 categorías consideradas. Para la totalidad de los tipos de revista considerada se registraron 573 respuestas.

Tabla 3. Revistas que leen con más frecuencia

	Número de respuestas	Porcentaje	Porcentaje de casos
Arte	19	3.3	6.9
Literatura y poesía	14	2.4	5.1
Suplementos literarios de la prensa	27	4.7	9.7
Suplementos de juventud, música, etc.	65	11.3	23.5
Automóvil	41	7.2	14.8
Televisión	15	2.6	5.4
Economía, finanzas	10	1.7	3.6
"Rosa", Corazón	48	8.4	17.3
Humor	25	4.4	9
Música	68	11.9	24.5
Naturaleza	36	6.3	13
Viajes	21	3.7	7.6
Salud y belleza	50	8.7	18.1
Hogar, decoración, muebles	13	2.3	4.7
Informática/ordenadores	27	4.7	9.7
Esoterismo, astrología, horóscopos	13	2.3	4.7
Cómic y fanzines	17	3	6.1
Otros temas	64	11.2	23.1
Total	573	100	206.9

Las categorías que recogen un mayor número de elecciones son las dedicadas a cuestiones musicales, 11.9%; los suplementos juveniles o musicales, 11.3%; y, la categorías de "otros temas", 11.2%. A continuación seguirían las revistas dedicadas a temas de salud o belleza, 8.7%; y las dedicadas a los temas "rosa", 8.4%. Como puede consultarse en la tabla 3, el conjunto de categorías restantes estarían por debajo del 8%.

Respecto de la frecuencia de asistencia a la biblioteca, el 28.4% de los estudiantes participantes en la encuesta informa que acuden "todos/casi todos los días". "Alguna vez a la semana" acudiría el 37.3% y "alguna vez al mes" iría el 17% de los universitarios. Con una menor frecuencia de asistencia de las hasta ahora consideradas acudiría el 11.9% y el 5.4% afirma no ir nunca a la biblioteca.

La biblioteca preferida por los participantes sería la biblioteca universitaria propia de la universidad en la que se estudia. De este modo el 73.1% de las afirmaciones tendrían que ver con las preferencias por acudir a tal biblioteca. La "biblioteca municipal" iría a continuación con el 20.3%. Ya con bastantes menos elecciones se encontrarían la "biblioteca provincial", 4.1%; "otras bibliotecas universitarias", 2% y "otras bibliotecas" con el 0.4%. Para esta pregunta los encuestados podían elegir más de una respuesta y se han recogido 458 para el conjunto de las categorías consideradas.

La tabla 4 muestra los usos más recurrentes que se hacen de la biblioteca. La pregunta formulada para obtener esta información era de respuesta múltiple. Para el conjunto de categorías se obtuvieron 624 respuestas. Utilizar la biblioteca como sala de estudio, 42.5%; y acudir a ella para hacer uso del servicio de préstamo, 38.3%; serían las funciones que reciben un mayor número de respuestas. En la tabla se puede comprobar como para el resto de categorías consideradas en el estudio, los porcentajes de respuesta estarían por debajo del 5%.

Tabla 4. Usos que realizan de la Biblioteca

	Número de respuestas	Porcentaje	Porcentaje de casos
Lectura de prensa general	20	3.2	5.7
Lectura de libros de literatura, poesía	17	2.7	4.9
Lectura de ensayos, libros técnicos, etc.	16	2.6	4.6
Lectura de prensa	14	2.2	4
Préstamo de libros	242	38.8	69.1
Préstamo de CD's, DVD's	30	4.8	8.6
Estudiar (sala de estudio)	265	42.5	75.7
Otras	20	3.2	5.7
Total	624	100	178.3

La pregunta, también de respuesta múltiple, que recaba información sobre las carencias que puede tener, a juicio de los encuestados, la biblioteca de la universidad recoge 521 respuestas. Con el 19%, la opción más elegida, estaría la categoría según la cual no sería destacable ninguna carencia en la biblioteca de la universidad. La falta de espacio sería, por tanto, la carencia más señalada con el 15%. A continuación con el 13.4% estaría la categoría "no tiene préstamo de música y películas". Entre las carencias consideradas, irían a continuación el carecer de los libros o revistas que se buscan, 12.1%; el ser "lejana/poco accesible", 10.7%. El 8.3% de las respuestas se agrupa en torno a la categoría "servicio de préstamo insuficiente". Con menos del 5% estarían las respuestas que evidencian unos malos horarios, 4.4%; y que se refieren al préstamo de música y películas, 3.8%. La categoría miscelánea de "otros" agruparía el 11.1% de las respuestas.

Para el 94.6% de los encuestados que declaran hacer uso de la biblioteca universitaria, el grado de la satisfacción con aquella a la que acuden con más frecuencia se distribuye del modo siguiente: "muy satisfecho" 9.7%; "satisfecho" 63.1%; "ni satisfecho, ni insatisfecho" 63.1%; "insatisfecho" 5.4%; "muy insatisfecho" 0.9%; y, "ns/nc" 0.6%.

3. TELEVISIÓN Y RADIO

El apartado dedicado a televisión y radio informa sobre aspectos como el tiempo dedicado a estos medios, el tipo de acceso que se tiene a los mismos así como a los contenidos preferidos por los universitarios jiennenses que han participado en la encuesta. En primer lugar se abordan las cuestiones relativas a la televisión y en segundo lugar se plantean las cuestiones que tienen que ver con la radio.

La media de horas dedicadas a ver la televisión es de 3.09, con una desviación típica de 3.05, los días laborables y de 3.33, con una desviación típica de 2.33, los fines de semana. La agrupación en intervalos del número de horas que los participantes dedican a ver televisión informa de las siguientes distribuciones porcentuales en el caso de los días laborables: "ninguna" 1.9%; "entre una y tres horas" 74.9%; "entre cuatro y seis horas" 14.1%; y, "mas de seis horas" 9.2%. Para el caso de las horas dedicadas en los fines de semana la distribución es: "ninguna" 7.8%; "entre una y tres horas" 50.5%; "entre cuatro y seis horas" 14.1%; y, "mas de seis horas" 4.9%.

La tabla 5 se dedica a mostrar el tipo de programas que los estudiantes que han participado en la encuesta ven con más frecuencia. En este caso también podían elegir más de una respuesta y el total de respuestas recogidas ha sido de 1.602. Se consideran 18 categorías incluida la dedicada a otros tipos de programas no recogidos en la lista.

Tabla 5. Tipo de programas que ven con más frecuencia

	Número de respuestas	Porcentaje	Porcentaje de casos
Telediario	248	15.5	67.4
Programas de deporte	102	6.4	27.7
Películas	251	15.7	68.2
Programas del corazón	63	3.9	17.1
Documentales y programas de divulgación	79	4.9	21.5
Reality shows, talk shows	63	3.9	17.1
Reportajes de información	62	3.9	16.8
Fútbol	87	5.4	23.6
Programas de humor	87	5.4	23.6
Toros	8	0.5	2.2
Debates	43	2.7	11.7
Teatro	9	0.6	2.4
Concursos	91	5.7	24.7
Programas musicales	82	5.1	22.3
Magazines	30	1.9	8.2
Programas infantiles	30	1.9	8.2
Series	257	16	69.8
Otros	10	0.6	2.7
Total	1602	100	435.3

Los programas preferidos por los universitarios jienenses participantes son los categorizados como "series", 16%. Las emisiones cinematográficas y los "telediarios" irían a continuación con el 15.7% y el 15.5%, respectivamente. Ya con bastantes menos elecciones estarían los programas deportivos, 6.4%; las retransmisiones dedicadas al fútbol y los programas humorísticos con el 5.4% ambos. A continuación irían los "concursos", 5.7%; y, los programas dedicados a la música, 5.1%. Ningún otro tipo de programas, ni siquiera la categoría "otros" (0.6%), estaría por encima del 5%.

Respecto del "acceso a canales de televisión de pago" la mayor parte de los estudiantes de la Universidad de Jaén participantes, 75.9%, declaran no disponer de tal acceso. El 22.7% afirma poder acceder y el 1.4% no sabe o no contesta.

La frecuencia con que los participantes escuchan la radio "todos/casi todos los días" es la mayoritaria y recoge el 61.4% de las respuestas; "alguna vez a la semana" la escucharía el 11.1%; "sólo los fines de semana" el 5.7%; "con menos frecuencia" el 4.9%; y, "casi nunca/nunca" el 12.4%.

La pregunta que aborda los contenidos de radio que se suelen escuchar es de respuesta múltiple y se registraron 488 respuestas. Como puede observarse en la tabla 6, los programas musicales son los preferidos por participantes, 57.6%; a continuación, con porcentajes similares, estarían los programas deportivos, 13.3%; y los informativos, 12.3%; seguidamente irían los programas de debate, 7.8%; y los "magazines", 6.4%. "Otros" vendría representado por el 2.5 % y "ns/nc" representaría el 0.2% de las respuestas recogidas.

Tabla 6. Programas de radio que suelen escuchar

	Número de respuestas	Porcentaje	Porcentaje de casos
Musicales	281	57.6	86.7
Deportivos	65	13.3	20.1
Debates	38	7.8	11.7
Informativos	60	12.3	18.5
Magazines	31	6.4	9.6
Otros	12	2.5	3.7
No sabe/No contesta	1	0.2	0.3
Total	488	100	150.6

4. ORDENADOR E INTERNET

El apartado se dedica a recoger información sobre los tipos de uso que se hacen del ordenador, a ciertos aspectos relacionados con el acceso y uso de Internet; así como a cuestiones relacionadas con la telefonía móvil.

El 90.8% de los participantes en la encuesta disponen de ordenador durante el curso. Para estos, el uso del ordenador es personal en el 63.4% de los casos; en el 30.1% el uso se comparte con familiares y en el 6.5% se comparte con compañeros.

Cuando se pregunta por la utilización de Internet la gran mayoría de los universitarios participantes declara utilizarlo (98.6%). Sin embargo, la disponibilidad de Internet en casa para aquellos que disponen de ordenador se daría en el 58.6%. Por tanto, el 41.4% de los estudiantes encuestados que tienen acceso durante el curso a un ordenador no tiene disponibilidad de Internet desde casa. El tipo de servicio para acceder a Internet, entre aquellos que tienen disponibilidad de Internet en casa, es de modo mayoritario la llamada tarifa plana, 88.3%. La "tarifa plana y banda ancha" es el tipo de servicio que se dice tener en el 8.7%. Un servicio "por horas" sería la opción elegida en el 2.6% y el 0.5% se concentraría en la categoría de "otras".

Tabla 7. Lugares desde donde utilizan Internet

	Número de respuestas	Porcentaje	Porcentaje de casos
En casa	206	35.1	56.4
Casa de familiares o amigos	73	12.4	20
Universidad	221	37.6	60.5
Biblioteca pública	36	6.1	9.9
Café Internet (Cibers)	41	7	11.2
En el trabajo	3	0.5	0.8
Otros	7	1.2	1.9
Total	587	100	160.8

La tabla 7 muestra los lugares desde dónde se utiliza Internet. La pregunta formulada para obtener tal información es de respuesta múltiple. Se obtuvieron 587 respuestas para las siete categorías consideradas. De las respuestas emitidas, la Universidad se destaca como el lugar desde el que más se accede a Internet, 37.6%. Con el 35.1% le seguiría el domicilio. El domicilio de los familiares o el de los amigos estaría a continuación con el 12.4%. Para las categorías restantes no se sobrepasaría el 10%.

Se han considerado en el estudio del que se informa 18 categorías para los fines para los que se utiliza Internet, incluidas las categorías "otros" y "ns/nc". La pregunta empleada para obtener esta información es de respuesta múltiple y se han obtenido 1.545 respuestas. Los datos recogidos se muestran en la tabla siguiente.

Tabla 8. Utilización de Internet

	Número de respuestas	Porcentaje	Porcentaje de casos
Leer prensa	54	3.5	14.8
Bajar música o películas	190	12.3	51.9
Sexo	30	1.9	8.2
Libros o apuntes	200	12.9	54.6
Vacaciones/Viajes	42	2.7	11.5
Chats o messengers	211	13.7	57.7
Información televisión/Tiempo	27	1.7	7.4
Correo electrónico	257	16.6	70.2
Comprar entradas	15	1	4.1
Estudiar (apuntes, informes, documentación)	252	16.3	68.9
Fotografía	49	3.2	13.4
Vídeos, audiovisuales	58	3.8	15.8
Zapping, entretenimiento	33	2.1	9
Juegos en red	41	2.7	11.2
Búsqueda de empleo	52	3.4	14.2
Localización de direcciones o teléfonos	22	1.4	6
Otros	10	0.6	2.7
No sabe/No contesta	2	0.1	0.5
Total	1545	100	422.1

En la tabla se puede observar que el principal uso que hacen los estudiantes universitarios encuestados tiene que ver con el correo electrónico, 16.6%. El segundo uso, 16.3%, se relaciona con temas estudiantiles como el acceso a apuntes, información... Los servicios de "chats o messengers" estarían en tercera posición con el 13.7%. Para los temas relacionados con "libros o apuntes" se recogió el 12.9%. En quinta posición con el 12.3%, estarían los usos relacionados con bajarse películas o música. El resto de categorías ya recogería unos usos más residuales pues todas estarían ya por debajo del 4%.

La pequeña brecha digital evidenciada en el uso del ordenador o en el acceso a Internet, se desvanece por completo al encontrarse que todos los universitarios jiennenses encuestados tienen teléfono móvil. La cuestión dedicada a los usos que se realizan del móvil tiene respuesta múltiple y se recogieron 897 respuestas. Como puede observarse en la tabla 9 el principal uso que se le da al móvil es del "llamar/recibir llamadas", 39.5%. En segundo se usaría para "enviar/recibir mensajes". Para hacer fotos se recoge un 14%. En la opción de descarga de "melodías/tonos" se agruparía el 3.9% y en la opción de "descarga de logos/imágenes" el 3.1%. Para otros usos sólo se recoge un 0.7%.

Tabla 9. Uso del móvil

	Número de respuestas	Porcentaje	Porcentaje de casos
Llamar/recibir llamadas	354	39.5%	95.7%
Enviar/recibir mensajes	348	38.8%	94.1%
Realizar fotos	126	14%	34.1%
Descarga melodías/tonos	35	3.9%	9.5%
Descarga de logos/imágenes	28	3.1%	7.6%
Otros	6	0.7%	1.6%
Total	897	100%	242.4%

La media de gasto en el teléfono móvil es de 22.77% € con una desviación típica de 16.26. Expresado en intervalos temporales la muestra se distribuye como sigue: "menos de 12 €", el 25.1%; "entre 12 € y 30 €", el 58.6%; y, "más de 30 €", el 16.2%. Según las respuestas de los participantes en la encuesta la factura es asumida por quién contesta en el 53.5%. Los familiares irían en segundo lugar en esta cuestión con el 38.9%. El 7.3% de los participantes busca una fórmula combinada con familiares para asumir el gasto del teléfono. Por último el 0.3% elige la opción "otras personas".

5. CINE

En el siguiente apartado se abordan distintos aspectos tales como la frecuencia de asistencia a salas de proyección cinematográfica, preferencia en cuanto a la nacionalidad de las películas, la adecuación de la oferta cinematográfica de la ciudad a las preferencias personales, o los medios o espacios más extensamente utilizados para el visionado de las mismas. A su vez, respecto a la oferta cinematográfica propia de la Universidad de Jaén, se valora la frecuencia de asistencia, calidad y variedad de las proyecciones.

Tabla 10. Frecuencia de asistencia al cine

	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Al menos una vez por semana	9.5	9.5
Dos o tres veces al mes	24.6	34.1
Una vez al mes	22.7	56.8
Cada dos meses	15.9	72.7
Alguna vez al año	21.9	94.6
Nunca	5.4	100
Total	100	

En relación a la frecuencia de asistencia a proyecciones cinematográficas, más de la mitad de los encuestados (56.8%) declaran acudir al cine al menos una vez al mes. En concreto, el 9.5% de los encuestados manifiesta acudir al cine al menos una vez por semana, el 24.6% declara ir dos o tres veces al mes y el 22.7%, una vez al mes. El 15.9% de los entrevistados acude al cine cada dos meses; el 21.9%, alguna vez al año; mientras que un 5.4% reconoce no ir nunca al cine.

Respecto al tipo de cine preferido, el cine americano es elegido por el 67% de la muestra, seguido de cerca por el cine español con un 61,5%. El cine europeo es elegido por el 33% de encuestados; por último, sólo un 6.6% incluye entre sus preferencias el cine procedente de otras nacionalidades.

En cuanto al grado de coincidencia entre las preferencias de los universitarios y la oferta cinematográfica disponible en la localidad, éste podría ser considerado razonable. El 42% confiesa encontrarlas siempre o casi siempre; un 36.6% manifiesta encontrarlas de vez en cuando; por el contrario, un 19.4% no las encuentran nunca o casi nunca.

Si nos referimos a los espacios o medios habitualmente utilizados para ver películas, no existe ningún medio concreto por el que los universitarios se decanten de forma mayoritaria. En realidad, la frecuencia de uso se reparte de forma proporcionada entre diversos medios. De cada 10 películas vistas, 2.47 se ven en televisión en abierto; 2.43 se ven en "salas de cine"; 2.33 son de "vídeo-club"; y, 2.26 son vistas en el PC. Tan sólo el 0.51 de las películas son vistas en televisión de pago.

Tabla 11. Asistencia a películas o proyecciones que realiza la Universidad

	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Frecuentemente	2.7	2.7
Alguna vez	11.6	14.3
Rara vez	13.8	28.1
Nunca	70.5	98.6
No hay cine universitario	1.4	100
Total	100	

Otro de los aspectos explorados es la oferta cinematográfica dependiente de la propia universidad. Destaca que el 70.5% de los encuestados admiten no asistir nunca a las proyecciones que realiza la universidad; un 1.4% declara que no hay cine universitario. El 13.8% rara vez asiste a las proyecciones realizadas por la universidad, mientras que el 11.6% asiste alguna vez. Tan sólo el 2.7% manifiesta asistir frecuentemente a este tipo de eventos. La calidad de las proyecciones valorada en una escala de 1 a 10, obtiene una puntuación de 7.11 y la variedad de las mismas una puntuación algo inferior, un 6.74.

6. MÚSICA

Abordamos aquí diferentes cuestiones relacionadas con los hábitos musicales de la población universitaria. Entre los asuntos tratados se encuentran la frecuencia con la que se escucha música, el tipo de música preferida por los jóvenes universitarios, el medio más frecuentemente utilizado para escucharla, el lugar donde habitualmente se escucha música, la disponibilidad de MP3 y la asistencia a conciertos. En este último caso se alude a dos aspectos: el tipo de conciertos musicales preferidos y la frecuencia con que se asiste a los mismos.

Como puede observarse en la tabla 12, es destacado el elevado porcentaje de entrevistados que manifiestan escuchar música todos o casi todos los días y que asciende al 90.5%. El 6.5% escucha música alguna vez a la semana y el 1.9% sólo los fines de semana. Sólo el 1.1% declara escuchar música con menor frecuencia; no alcanzando al 1% (0.8%) quienes no escuchan música nunca o casi nunca.

Tabla 12. Frecuencia de escuchar música

	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Todos/Casi todos los días	90.5	90.5
Alguna vez a la semana	6.5	97
Sólo los fines de semana	1.9	98.9
Con menos frecuencia	0.3	99.2
Casi nunca/Nunca	0.8	100
Total	100	

Respecto al tipo de música preferido, es la música pop la que goza de mayor aceptación entre los jóvenes universitarios. De esta forma, el pop español es elegido por el 54.5% de los encuestados y el pop internacional, por el 43,1%. En proporciones sensiblemente inferiores, se sitúa, en segundo lugar, la música rock; el 29,2% de los universitarios elige entre sus preferencias la música rock española y un 23,7%, la música rock internacional. Otros tipos de música elegidos en porcentajes que oscilan entre el 13% y el 11% incluyen la música étnica (13,4%), hip hop (12,8%) y canción melódica (11,2%). Finalmente, el resto de estilos musicales propuestos son elegidos por la muestra encuestada en proporciones inferiores al 10%: música heavy (8,4%), música electrónica (7,6%), música clásica (7,4%), jazz (7,1%), blues (6,8%), new age (3,3%) y canción popular (2,5%). Existe un 12,3% de entrevistados que eligen otras músicas distintas de las mencionadas anteriormente.

El medio utilizado con mayor frecuencia para escuchar música es el reproductor de MP3 con un 29.7%; en segundo lugar, aparecen la radio y la televisión con un 26.7%; a continuación, el ordenador, con un 21.3%; los equipos de música, con un 10.9%; los CD's y DVD's, con un 9.3%; finalmente, un 2.2% declara utilizar otros medios diferentes a los reseñados.

En cuanto al lugar donde escuchan música, los entrevistados señalan como el espacio más habitual su propia habitación, 74.4%. Seguidamente, aparecen otros lugares de su casa, 51%; en el coche, 50,1%; en locales de copas/pubs, 34,9%; en la discoteca, 30,5%; en casa de amigos, 23,7%; en conciertos/actuaciones, 22,3%; y, otros lugares, 12%.

La mayoría de los encuestados, 61.1%, manifiesta disponer de reproductor de MP3. Por el contrario, un 38.9% manifiesta no disponer de esta clase de dispositivo.

Tabla 13. Porcentajes de asistencia a diferentes tipos de conciertos

	Pop / Rock	Flamenco	Otro folklore	Jazz	Música clásica	Ópera	Zarzuela	Ballet / Danza
Frecuentemente	5.4	1.9	0	0.3	0.5	0.3	0.3	1.1
Varias veces al año	11.4	3	1.4	1.4	1.6	0	0	0
Dos o tres veces al año	17.3	4.3	2.2	3	1.9	0	0.3	0.8
Una vez al año	21.4	11.1	5.4	4.6	3.2	0.8	0.3	4.1
Con menor frecuencia	9.5	4.9	3.5	4.6	2.7	1.6	11	3
Casi nunca/Nunca	34.1	72.4	82.7	81.6	85.9	93	93.2	87
No sabe/No contesta	1.1	2.4	4.9	4.6	4.1	4.3	4.9	4.1

Tan sólo el 34.1% declaran asistir a conciertos con una frecuencia superior a un evento al año. Concretamente, el 5.4% asisten frecuentemente a conciertos; el 11.4%, asisten varias veces al año; el 17.3%, entre dos y tres veces al año; el 21.4%, una sola vez al año; el 9.5%, con menor frecuencia; el 34.1%, nunca o casi nunca.

Respecto al tipo de conciertos que ocupan un lugar más destacado dentro de la preferencias de los jóvenes universitarios, hay que mencionar los conciertos de pop/rock. A este tipo de eventos acuden, al menos una vez al año, el 55.5% de los encuestados; por el contrario, el 34.1% confiesa no ir nunca o casi nunca a conciertos de esta clase. En segundo lugar, se encuentran los conciertos de flamenco, a los que asiste al menos una vez al año, el 20.3%; sin embargo, un 72.4% confiesa no asistir nunca o casi nunca.

En cuanto al resto de variedades musicales tenidas en cuenta en este apartado, no alcanzan en ningún caso el 10%, las personas que declaran asistir a conciertos al menos una vez al año. A su vez, en todos los casos, el porcentaje de personas que declaran no asistir nunca o casi nunca a este tipo de conciertos supera el 80%. En concreto, a conciertos de jazz asiste, al menos una vez al año, un 9.3%; no asistiendo nunca o casi nunca, el 81.6% de los entrevistados. A conciertos de "otro folklore", acuden un 9% al menos una vez al año; por el contrario, un 82.7%, declara no ir nunca o casi nunca. A conciertos de "música clásica" asiste un 7.2%; un 85.9% manifiesta no asistir nunca o casi nunca. Espectáculos de "ballet/danza" son vistos por el 6% de los encuestados al menos una vez al año; el 87% no asiste nunca o casi nunca. A representaciones de "ópera" asisten al menos una vez al año, el 1.1%; el 93% manifiesta no asistir nunca o casi nunca. Finalmente, a espectáculos de "zarzuela" asiste, al menos una vez al año, el 0.9% de los entrevistados; mientras que el 93.2% reconoce no asistir nunca o casi nunca.

7. TEATRO

En este apartado se valoran dos aspectos, el interés por el teatro y la frecuencia de asistencia a obras de teatro. Respecto a la primera cuestión, el interés de los jóvenes universitarios por el teatro, valorado en una escala de 1 (interés mínimo) a 5 (interés máximo), alcanza un valor medio de 2.87. Si bien, a partir de este dato se podría desprender un ligero interés por este tipo de eventos culturales, lo cierto es que más de un tercio de los encuestados (38.7%) manifiesta tener un interés bajo o muy bajo por el teatro. Concretamente, el 19.2% de los encuestados declara un interés muy bajo por el teatro; el 19.5%, un interés bajo; el 28.9%, un interés medio. Tan sólo el 32.4% de los universitarios entrevistados se manifiesta muy interesado por el teatro. En concreto, el 20%, declara un interés alto, mientras que el 12.4% declara un interés muy alto.

Tabla 14. Frecuencia de asistencia a obras de teatro

	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Frecuentemente	1.9	1.9
Varias veces al año	6.5	8.4
Dos o tres veces al año	14.6	23
Una vez al año	8.9	31.9
Con menor frecuencia	15.4	47.3
Casi nunca/Nunca	51.9	99.2
No sabe/No contesta	0.8	100
Total	100	

En cuanto a la frecuencia de asistencia a obras de teatro, destaca de forma poderosa la escasa asistencia a las mismas. De hecho, son más de la mitad los encuestados que reconocen no haber asistido nunca o casi nunca a esta clase de espectáculos.

El grueso de los encuestados manifiesta acudir a representaciones teatrales con una asiduidad de al menos una obra al año (31.9%). Concretamente, representa sólo un 1.9% el porcentaje de universitarios que declaran asistir con frecuencia a representaciones teatrales; un 6.5% manifiestan asistir varias veces al año; el 14.6% de los entrevistados reconoce asistir a representaciones teatrales dos o tres veces al año; mientras que el 8.9% declara asistir una sola vez al año. Por el contrario, aquellos que reconocen no asistir nunca o casi nunca a representaciones teatrales suponen el 67.3%. De esta forma, aquellos que asisten a espectáculos teatrales con una frecuencia menor a una vez al año suponen un 15.4%; mientras que, como indicábamos anteriormente, son más de la mitad, un 51.9%, los jóvenes que confiesan no ir nunca o casi nunca a representaciones teatrales.

8. DEPORTES

Los aspectos valorados respecto a las actividades de carácter deportivo realizadas por los universitarios encuestados incluyen por una parte la práctica, o no, habitual de actividades deportivas; el tipo de deporte que realizan habitualmente los jóvenes universitarios; y, la frecuencia con la que se practica deporte. Asimismo, se valoran cuestiones como la asistencia a competiciones deportivas y el tipo concreto de competiciones deportivas a las que acuden los universitarios.

Tabla 15. Tipo de deporte que realizan los/as jóvenes universitarios/as

	Número de respuestas	Porcentaje	Porcentaje de casos
Fútbol	61	15.8	34.1
Fútbol sala	45	11.7	25.1
Baloncesto	26	6.8	14.5
Balonmano	4	1	2.2
Voleibol	7	1.8	3.9
Tenis	29	7.5	16.2
Artes marciales	8	2.1	4.5
Natación	33	8.6	18.4
Atletismo	21	5.5	11.7
Ciclismo	27	7	15.1
Gimnasia rítmica	4	1	2.2
Danza	8	2.1	4.5
Padel	3	0.8	1.7
Footing	29	7.5	16.2
Gimnasio	52	13.5	29.1
Otros deportes	28	7.3	15.6
Total	385	100	215.1

La proporción de encuestados que manifiestan practicar habitualmente algún tipo de deporte (48.4%) es ligeramente inferior a la de los individuos que declaran no practicarlo habitualmente (51.6%). En este sentido, aproximadamente la mitad de los encuestados (48.7%) declaran practicar deporte alguna vez por semana. Un 39.7% de los encuestados dicen practicar deporte todos o casi todos los días; mientras que un 11.2%, alguna vez al mes; únicamente un 0.6% declaran practicar deporte con menor frecuencia o no hacerlo nunca.

El tipo de deporte practicado por los jóvenes universitarios incluye un amplio elenco de actividades. Dentro del grupo de actividades practicadas con mayor asiduidad destaca ligeramente el fútbol, actividad deportiva practicada por el 34.1% de los entrevistados. La realización de actividades deportivas en gimnasios ocupa el segundo lugar, siendo practicadas por el 29.1% de la muestra de jóvenes universitarios. En tercer lugar, se encuentra el fútbol sala, con un 25.1% de participación. Un segundo grupo de actividades deportivas realizadas en porcentajes que oscilan entre el 20% y 10% de participación incluyen la natación (18.4%); el footing y el tenis (16.2%); ciclismo (15.1%); el baloncesto (14.5%); y, el atletismo (11.7%). Un tercer grupo de actividades deportivas que también son practicadas por los encuestados, aunque en porcentajes que no superan en ningún caso el 5%, incluye artes marciales y danza (4.5%); voleibol (3.9%); balonmano y gimnasia rítmica (2.2%); y, padel (1.7%). Un 15.6% de los jóvenes entrevistados declara, asimismo, practicar otro tipo de deportes.

Para el 19% de los encuestados que reconocen practicar actividades deportivas, es el fútbol la actividad principalmente practicada. A continuación, se encuentran las actividades de gimnasio (17.9%); fútbol sala (11.2%); footing (7.8%); ciclismo (7.3%); baloncesto y natación (5.6%); atletismo (5%); artes marciales y danza (2.2%); balonmano y gimnasia rítmica (1.1%); y, voleibol (0.6%). El 11.7% restante de los individuos que manifiestan practicar algún tipo de deporte realizan como deporte principal otras actividades distintas de los mencionadas.

Respecto a la asistencia a competiciones deportivas, el porcentaje de personas que reconocen no asistir (64.1%) es superior al de personas que declaran asistir a competiciones deportivas (35.9%). En este sentido, un amplio porcentaje de aquéllos (54.9%) incluye al fútbol entre las competiciones deportivas a las que asiste. Sensiblemente por debajo, se sitúan el fútbol sala (27.1%); baloncesto (13.5%); atletismo (7.5%); las artes marciales (4.5%); tenis y danza (3.8%); padel (3%); ciclismo (2.3%); natación, balonmano y voleibol (1.5%); y, remo (0.8%). El 10.5% de los encuestados señalaron otro tipo de competiciones distintas de las mencionadas.

9. OTRAS ACTIVIDADES RELACIONADAS CON LA CULTURA

En este apartado se exploran otros tipos de actividades culturales y de ocio en las que los universitarios se involucran. Asimismo, se recogen las estimaciones realizadas por los jóvenes acerca de las horas libres con las que cuentan semanalmente para dedicarse a actividades de ocio y diversión.

Tabla 16. Porcentajes de visitas o asistencias

	Nunca	Alguna vez	En el último año
Ha visitado un monumento histórico	3	36.5	60.5
Ha visitado un parque natural	7	46.2	46.8
Ha visitado una exposición de arte	13.8	47	39.2
Ha asistido a una feria del libro	5.7	40.5	53.8
Ha visitado una feria de artesanía	12.7	30.5	56.8
Ha visitado un museo de Bellas Artes	33.8	51.6	14.6
Ha viajado al extranjero	41.9	41.1	17
Ha acudido a una feria comercial	30	47.3	22.7
Ha asistido a una conferencia	11.4	37.6	51.1
Ha visitado un zoológico	15.4	77.3	7.3
Ha visto o escuchado un programa cultural en TV o radio	4.6	26.2	69.2

Entre las actividades culturales que los universitarios declaran haber realizado durante el último año podemos distinguir tres grupos. Por una parte, se encuentran aquellas actividades que más de la mitad de los encuestados declaran haberlas realizado durante el último año. Dentro de ellas, se incluyen, haber visto o escuchado un programa cultural en televisión o radio (69.2%); haber visitado un monumento histórico (60.5%); haber visitado una feria de artesanía (56.8%); haber asistido a una feria del libro (53.8%); y, haber asistido a una conferencia (51.1%). Un segundo grupo de actividades que han sido realizadas en el último año en porcentajes que oscilan entre el 50% y el 20% de los jóvenes entrevistados incluyen visitas a un parque natural (46.8%); asistencia a exposiciones de arte (39.2%); y, asistencia a una feria comercial (22.7%). Un tercer grupo de actividades que han sido realizadas por los universitarios durante el último año en porcentajes inferiores al 20% incluyen viajes al extranjero (17%); visitas a museos de Bellas Artes; y, visitas a zoológicos.

En cuanto a actividades que los jóvenes universitarios han realizado alguna vez a lo largo de su vida, aunque no precisamente durante el último año, destaca ampliamente el haber visitado un zoológico; esta actividad ha sido realizada por más de las tres cuartas partes de la muestra encuestada (77.3%). A continuación existe un grupo de actividades que han sido realizadas por los universitarios alguna vez en porcentajes que oscilan entre el 51% y el 40%. Éstas incluyen visitar un museo de Bellas Artes (51.6%); acudir a una feria comercial (47.3%); visitar una exposición de arte (47%); visitar un parque natural (46.2%); viajar al extranjero (41.1%); y, asistir a una feria del libro (40.5%). Por último, un bloque de actividades que han sido realizadas alguna vez por los universitarios encuestados en porcentajes inferiores al 40% incluyen haber asistido a una conferencia (37.6%); haber visitado un monumento histórico (36.5%); haber visitado una feria de artesanía (30.5%); y, haber visto o escuchado un programa cultural en televisión o radio.

Finalmente, en cuanto a actividades culturales que nunca han sido realizadas por los jóvenes universitarios existe un primer conjunto de actividades que no han sido nunca realizadas en porcentajes que oscilan entre el 41% y el 30% de los encuestados. Éstas incluyen haber viajado al extranjero (41.9%); haber visitado un museo de Bellas Artes (33.8%); y, haber acudido a una feria comercial (30%). Un segundo bloque de actividades no han sido realizadas nunca por los universitarios encuestados en porcentajes que oscilan entre el 15% y el 11%: éstas son haber visitado un zoológico (15.4%); haber visitado una exposición de arte (13.8%); haber visitado una feria de artesanía (12.7%); y, haber asistido a una conferencia (11.4%). Un tercer grupo de actividades que nunca han sido realizadas por los universitarios encuestados en porcentajes que en ningún caso superan el 7% incluyen haber visitado un parque natural (7%); haber asistido a una feria del libro (5.7%); haber visto o escuchado un programa cultural en radio o televisión (4.6%); y, haber visitado un monumento histórico (3%).

Respecto a otras actividades de ocio en las que participan los jóvenes universitarios durante su tiempo de ocio, comprenden un variado rango. Incluyen actividades con un marcado carácter lúdico-social, como salir de copas o reunirse con amigos; actividades de tipo prosocial, como la realización de acciones de voluntariado; o, actividades consideradas de ocio pasivo, como ver la televisión o, simplemente, descansar.

Entre las actividades que son realizadas mayoritariamente por los jóvenes universitarios se encuentran ir de copas, ir a discotecas o "ir de botellón". En cualquiera de los casos, el periodo de tiempo reservado para la realización de estas actividades de ocio se circunscribe, en general, a los fines de semana. La mayoría de los jóvenes (57.3%) declara beber o ir de copas sólo los fines de semana; Un 17% lo hace alguna vez a la semana; un 11.6%, alguna vez al mes; con menor frecuencia lo hacen un 4.3%; mientras un 5.4% declara no hacerlo nunca o casi nunca. Por su parte, el 4.3% manifiesta beber o irse de copas todos o casi todos los días. Ir a discotecas o bailar es realizado, a su vez, principalmente los fines de semana (51.4%); El 17% manifiesta hacerlo alguna vez a la semana; el 0.8% lo hace todos o casi todos los días; el 17.8% declara hacerlo alguna vez al mes; con una frecuencia inferior, un 10.5%; un 12.7% declara no hacerlo nunca o casi nunca. Respecto a "ir de botellón", la mitad de los encuestados (50%) dice hacerlo sólo los fines de semana; el 10.8% lo hace alguna vez a la semana y el 0.8% todos o casi todos los días. Alguna vez al mes, lo hace el 14.6%; con menor frecuencia, el 8.1%; nunca o casi nunca, el 15.4%.

Otra de las actividades que es realizada con cierta frecuencia por los universitarios es salir al campo o a la playa. Así, cerca de un tercio de los entrevistados manifiesta realizar esta actividad al menos alguna vez al mes (30.3%). Otro tercio (32.2%) declara hacerlo con una frecuencia inferior a una vez por mes; el 13.2%, no lo hacen nunca o casi nunca; el mismo porcentaje (13.2%) declara salir sólo los fines de semana; el 7%, alguna vez a la semana; el 3%, manifiesta salir al campo o la playa todos o casi todos los días.

Respecto a las actividades de ocio que son realizadas a diario por buena parte de los universitarios se hace referencia, fundamentalmente, a ver la televisión, usar el ordenador, reunirse con los amigos y descansar o no hacer nada.

Es muy amplia la proporción de universitarios (71.4%) que declaran ver la televisión todos o casi todos los días; el 13.5% indica verla alguna vez a la semana; el 2.4%, sólo los fines de semana; el 6.8%, alguna vez al mes; el 4.1% lo hace con menor frecuencia; el 1.4% no ve la televisión nunca o casi nunca. En cuanto al uso de ordenador, el porcentaje de universitarios que lo usa todos o casi todos los días es del 61.9%; el 21.9%, lo usa alguna vez a la semana; el 5.4%, sólo los fines de semana; el 3.2%, alguna vez al mes; el 3.5%, con menor frecuencia; un 3.2% manifiesta no usar nunca o casi nunca el ordenador. Sin embargo, otra actividad como es jugar con vídeo-juegos o vídeo-consolas, relacionada con el uso de nuevas tecnologías, pero con carácter eminentemente lúdico, no parece tener una difusión importante entre la población universitaria. Es mayor el porcentaje de universitarios (46.2%) que declaran no jugar nunca o casi nunca con vídeo-juegos o consolas; el 11.4% manifiestan jugar con frecuencia menor a una vez al mes; el 10.5%, alguna vez al mes; sólo los fines de semana, el 5.9%; el 10.8% declara jugar alguna vez a la semana; ese mismo porcentaje (10.8%) juega todos o casi todos los días.

Por su parte, salir o reunirse con los amigos es algo que declaran hacerlo a diario el 41.4% de los encuestados; el 34.1% salen o se reúnen alguna vez a la semana; El 16.5% sólo lo hacen los fines de semana; el 4.6%, alguna vez al mes; el 1.1%, con menor frecuencia. Un dato a considerar es que el 1.4% de los universitarios manifiesta no salir o reunirse con amigos nunca o casi nunca.

En cuanto a descansar, el 37.8% de los universitarios entrevistados declaran descansar o no hacer nada todos o casi todos los días; un 15.4% alguna vez a la semana; el 10.8%, sólo los fines de semana; el 11.1%, alguna vez al mes; el 12.2% con menos frecuencia; 12.4% nunca o casi nunca.

Actividades asociativas de carácter más formal como son la participación en actividades religiosas, de voluntariado o de cualquier otra clase -asociativas en general- no son, ciertamente, las que cuentan con mayor número de adeptos entre los jóvenes universitarios. Éstas son, precisamente, las actividades en las que la mayoría de los encuestados reconocen no haber estado involucrados nunca o casi nunca. Asistir a actividades religiosas es algo que ha contestado no realizar nunca o casi nunca el 76.8% de los entrevistados; el 5.4%, asiste con frecuencia menor a una vez al mes; el 3.8%, lo hace alguna vez al mes; el 3.2%, sólo los fines de semana; el 2.4%, alguna vez a la semana; el 0.8%, asiste todos o casi todos los días.

En relación con las actividades de voluntariado el 70.3% de los entrevistados reconoce no haberlas realizado nunca o casi nunca; con menor frecuencia a una vez al mes, el 11.6%; alguna vez al mes, el 6.8%; sólo los fines de semana, el 1.9%; alguna vez a la semana, el 3%; todos o casi todos los días, el 1.6%.

La participación en otro tipo de actividades asociativas no ha ocupado nunca o casi nunca el tiempo de cerca de los dos tercios de los universitarios encuestados. El 64.3% declara no realizar actividades asociativas en su tiempo de ocio; el 9.7%, manifiesta hacerlo con una frecuencia menor a una vez al mes; el 8.6%, alguna vez al mes; el 3.8%, sólo los fines de semana; el 5.4%, alguna vez a la semana; el 1.9%, todos o casi todos los días.

Tabla 17. Número de horas libres a la semana para ocio y diversión

	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Menos de 10 horas	12.4	12.4
Entre 10-19 horas	22.4	34.9
Entre 20-29 horas	24.6	59.5
Entre 30-39 horas	17.3	76.8
Más de 39 horas	12.7	89.5
No sabe/No contesta	10.5	100
Total	100	

Finalmente, respecto al número de horas de ocio y diversión disponibles a la semana, un 12.4% de los universitarios estima que dispone de menos de 10 horas a la semana; el 22.4%, dispone entre 10-19 horas; el 24.6%, dispone entre 20-29 horas; el 17.3%, dispone entre 30-39 horas; el 12.7% dispone de más de 39 horas.

10. ACTIVIDADES CULTURALES

En el siguiente apartado se tratan diversos aspectos tales como el gasto mensual estimado en actividades culturales, a qué tipo de actividades culturales han asistido los universitarios durante el último año o qué actividades les gustaría realizar. Asimismo se evalúan cuestiones relacionadas con las actividades culturales ofrecidas por la propia Universidad. Se valora la calidad de las actividades existentes, la frecuencia de asistencia a las mismas y se proponen diversas actividades que resultan atractivas a los entrevistados.

El gasto al mes estimado en cultura para cerca de la mitad de los universitarios (45.1%) oscila entre los 13 € y 30 €. Por su parte un 31.6% declara gastar entre 1 € y 12 €; siendo un 3.2% quienes declaran no gastar nada en absoluto. Un gasto superior a 30 € es manifestado por el 14.6% de los encuestados, mientras que un 3% declara un gasto superior a los 60 €.

Tabla 18. Porcentaje de actividades realizadas durante el último año

	Sí	No
Obra de teatro	25.9	74.1
Escribir libros	8.9	91.1
Pintar (cuadros)	18.6	81.4
Escultura	4.9	95.1
Cine/Cortometraje	7.8	92.2
Actividades musicales	18.4	81.6
Otras actividades	2.2	97.8

En cuanto a las actividades culturales que han realizado los universitarios durante el último año, destaca la participación en obras de teatro, que alcanza el 25.9% de los entrevistados. A continuación se sitúan la pintura (18.6%) y las actividades de carácter musical (18.4%). Por debajo de éstas, se encuentran la literatura (8.9%) y el cine (7.8%). Finalmente, la escultura es una actividad que ha sido realizada durante el último año por el 4.9% de los encuestados.

Sin embargo, cuando se plantea cuáles son las actividades que les gustaría realizar a los jóvenes universitarios, es el cine la actividad que cuenta con mayor apoyo, en esta clase de actividades participaría el 45.7% de los encuestados. El 38.9% declara que le gustaría escribir libros; el 36.5% participaría en actividades musicales; al 32.7% le gustaría pintar cuadros; finalmente, un 26.8% se decanta por la escultura.

Tabla 19. Porcentaje de actividades culturales propuestas

	Número de respuestas	Porcentaje	Porcentaje de casos
Conciertos	128	18.1	34.6
Viajes/Exposiciones/Visitas culturales	94	13.3	25.4
Teatro	49	6.9	13.2
Cine	33	4.7	8.9
Conferencias/Charlas/Debates	68	9.6	18.4
Exposiciones	33	4.7	8.9
Talleres/Cursos	95	13.5	25.7
Convivencias/Intercambios	4	0.6	1.1
Deportes/Competiciones deportivas	43	6.1	11.6
Fiestas universitarias	8	1.1	2.2
Promoción/Publicidad	6	0.8	1.6
Otras actividades	39	5.5	10.5
No sabe/No contesta	106	15	28.6
Total	706	100	190.8

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 5.19 sobre un máximo de 10 puntos. En este sentido, destaca el hecho de que tan sólo un 4.3% de los entrevistados declara asistir frecuentemente a las actividades culturales de la universidad. Por el contrario, más del sesenta por ciento (60.8%) manifiestan no asistir nunca o rara vez. Un 34.9% declara asistir alguna vez.

Entre las actividades culturales propuestas por los entrevistados y que, por tanto, podrían gozar de mayor favor por parte de la comunidad universitaria, se encuentran los conciertos, propuestos por 34.6% de los jóvenes encuestados; los talleres/cursos (25.7%); los viajes/excursiones/visitas culturales (25.4%); y, las conferencias/charlas/debates. En el polo opuesto, las actividades propuestas con menor frecuencia por parte de los encuestados incluyen las convivencias/intercambios (1.1%); la promoción/publicidad (1.6%); y, las fiestas universitarias (2.2%).

11. OTRAS CUESTIONES SOCIODEMOGRÁFICAS

En este punto se hace referencia a otras cuestiones que permiten caracterizar la población universitaria jiennense, tales como las creencias religiosas, el posicionamiento ideológico, los ingresos familiares o el lugar de origen de los encuestados.

En materia religiosa, el 52.4% se declara creyente de alguna religión. El 50.5% se declara católico, mientras un 1.9% se declara creyente de otra religión. Como católico practicante se define un 7% de los encuestados; un 15.9% se declara católico poco practicante; finalmente, un 27.6% se declara católico no practicante. El 7% de los encuestados no contesta a esta cuestión. El 40.6% restante se reparte entre ateos (13.8%), agnósticos (11.9%), indiferentes (9.7%) y no creyentes (5.1%).

Respecto al perfil ideológico de la población universitaria, éste se sitúa en posiciones claramente de centro con una ligera inclinación hacia la izquierda. En una escala que oscila entre los valores 1 (extrema izquierda) y 7 (extrema derecha), la puntuación media se sitúa en 3.31. De entre los entrevistados que declaran explícitamente su posicionamiento ideológico, el 29% se define de centro; un 27%, se declara de centro izquierda; el 22.8%, de izquierda; el 8.5% de centro derecha; el 6.2%, de extrema izquierda; el 4.6%, de derecha; finalmente, el 1.6% se manifiesta afin ideológicamente a posicionamientos de extrema derecha.

En cuanto a los ingresos familiares mensuales, la mayoría de los encuestados (38.3%) se sitúa en la banda comprendida entre los 900 € y 1.800 €. Por debajo de unos ingresos de 900 € se sitúa el 6.2% de los encuestados. Por encima de los 1.800 € mensuales, se encuentra el 15.7%. A este respecto, es destacable el alto porcentaje de entrevistados (39.7%) que no sabe o no contesta esta cuestión.

Tabla 20. Porcentajes según lugar de origen del encuestado/a

	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Jaén	77.3	77.3
Sevilla	3.5	80.8
Córdoba	3.2	84.1
Granada	2.7	86.8
Otras provincias andaluzas	6.5	93.2
Ciudad Real	3.8	97
Resto de España	2.7	99.7
Otros países	0.3	100
Total	100	

El lugar de origen de más de las tres cuartas partes de los encuestados (77.3%) es la provincia de Jaén. El 15.9% procede de otros lugares de la Comunidad Autónoma Andaluza. En concreto, el 3.5% declara proceder de Sevilla; el 3.2% son originarios de Córdoba; el 2.7% proceden de Granada; mientras, el 6.5% procede de otras provincias andaluzas. Los universitarios procedentes de otros lugares de España, son naturales en su mayoría de la provincia manchega limítrofe de Ciudad Real, correspondiendo al 3,8% del total de personas entrevistadas. Un 2.7% proviene de otros lugares de la geografía española. Finalmente, sólo el 0.3% son universitarios procedentes de otros países.