

Los jóvenes andaluces universitarios de la Universidad de Málaga

José Fernando Troyano Pérez. Área de Sociología (Universidad de Málaga)

1. INTRODUCCIÓN ACERCA DE LA CULTURA Y LA IDENTIDAD DEL JOVEN UNIVERSITARIO

Juventud y Universidad son las principales coordenadas que definen el universo estudiado en este proyecto. La juventud es mucho más que una categoría de edad. Resumiendo, decimos que posee una cultura y una identidad social nítidamente diferenciadas. La cultura juvenil -o la subcultura, si se prefiere- es una realidad que se hace evidente en los estudios sobre juventud. Comprobado empíricamente desde hace décadas está también el hecho de que la edad, más incluso que el sexo, es la circunstancia que más nos identifica. Al ser la edad un elemento de la identidad tan importante, el contraste que establece con el exogrupo y la homogeneidad para el endogrupo lo son también. El joven es, por encima de todo, joven.

De igual forma, ser universitario proporciona una fuerte identidad compartida. Pues la tipología más operativa que se puede establecer entre los jóvenes en Andalucía es precisamente la que los diferencia entre estudiantes y no estudiantes. Aun así, los años que transcurren entre la menor (18) y la mayor edad (30) estudiadas, generan efectos para la cultura y la identidad juveniles. La juventud no es un proyecto de adultez, pero no se vive igual a los 18 que a los 30, cuando se empiezan los estudios que cuando se está a punto de terminarlos, cuando la incorporación al mercado laboral es una expectativa a varios años que cuando es una exigencia actual o inminente.

Así pues, la juventud y los estudios proporcionan una identidad y una cultura compartidas a la población estudiada y, consecuentemente, una alta homogeneidad sociológica. Pero la organización social es sistémica, con un número creciente de componentes e influencias, lo que hace que la juventud universitaria configure su identidad y su cultura en interacción con otros componentes sistémicos no universitarios ni pertenecientes a las instituciones educativas. Más evidente que en la identidad social y en la cultura específica puede ser esta influencia en los usos y demandas culturales, especialmente cuando tiene como causas a los medios de comunicación de masas (por definición, de influencia masiva) y a la creciente mercantilización de la cultura y el ocio. En consecuencia, no debería sorprender que si el conjunto de la población andaluza lee poco, ve mucha televisión y apenas escucha ópera, el subconjunto de los jóvenes universitarios andaluces no presente unas prácticas muy diferentes y no se diferencie por éstas sino en grado del resto. En otras palabras, una gran homogeneidad interna y unas pocas y fuertes influencias externas pueden originar unos usos y demandas culturales compartidos entre los jóvenes universitarios y entre éstos y el resto de la población. La medida en que ocurre lo primero se comprobará mediante los datos que proporciona este proyecto.

Antes de proceder al desarrollo del informe será útil establecer una distinción entre el uso privado de la cultura y el uso público. Hay usos culturales que no son posibles sin actos públicos (o muy poco probables), por ejemplo, la asistencia al teatro. Hay aficiones culturales, la mayoría, que permiten un uso privado y uno público, como oír música, ver cine o practicar un deporte. Hay otras que son mucho más privadas que públicas, entre las que se encuentra la lectura. Cierto es que, para festejar su aniversario, se lee *El Quijote* en un acto público, pero la lectura como vocación es una relación privada entre el lector y la obra. En las actividades culturales que se realizan públicamente el incentivo puede ser tanto el gusto o interés cultural como el acontecimiento social. Así, por ejemplo, las autoridades asisten a la inauguración de una exposición, con independencia del interés o gusto personal por lo expuesto. A los jóvenes les gusta asistir a actos públicos donde se encuentran con otros jóvenes. Los jóvenes poseen en menor medida que los adultos espacios propios para su privacidad, de ahí que protagonicen ceremoniales que son también actos de apropiación de espacios públicos (la movida o el botellón). Es por ello que resulta más fácil que los jóvenes vivan la cultura de forma pública (o compartida con otros jóvenes) y menos que lo hagan de forma privada.

Los datos de las diez universidades estudiadas proporcionarán una medida, siquiera indicativa, de la influencia que ejerce la tradición cultural local o específica de cada universidad. Es probable que la oferta cultural universitaria no atraiga al joven universitario andaluz como lo hacen la oferta de entretenimiento de las multinacionales u otros ceremoniales más espontáneos y autogestionados, pero también que haya diferencias entre ciudades y universidades que, por su tradición, su historia o su gestión, contrarrestan mejor la influencia homogeneizadora exterior con su propia oferta. Entre la identidad juvenil y la de cohabitante en un mundo y un mercado globales, se encuentra la de universitario, más difícil de definir y mantener por la fortaleza de las anteriores. Se trata de una identidad que ha de adquirirse mediante la satisfacción y el orgullo de pertenencia y que, como cualquier otra, es resultado de las relaciones entre el sujeto y su entorno. Por eso, conseguirla para nuestros estudiantes es responsabilidad de todos los universitarios.

2. PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO Y ACADÉMICO DEL ESTUDIANTE DE LA UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

La utilidad de presentar resumidamente estos datos no es tanto la de informar de las características sociodemográficas de los universitarios de la UMA como la de agruparlos en unas variables para el análisis y la descripción de sus prácticas y demandas culturales. Así, por ejemplo, si se relaciona la edad con la lectura de prensa, o la forma de convivencia durante el curso con la asistencia al teatro, es necesario saber la proporción de los distintos grupos de edad y las distintas formas de convivencia, respectivamente. Todas las componentes de este perfil se relacionarán con los usos y demandas culturales y se informarán las relaciones que resulten significativas. No obstante, si los factores de homogeneización señalados en la introducción intervienen efectivamente con la fuerza que se les presume, el juego de estas variables será limitado, pues éstas son las que definen su identidad como universitarios en el margen que les permiten las otras dos.

Más de tres cuartas partes de los estudiantes de la UMA proceden de la provincia de Málaga, un 75,4%. El 16,8% procede de otras provincias andaluzas, entre las que Jaén, Córdoba y Cádiz son las más representadas, con un 3,8% cada una. De la ciudad autónoma de Melilla, en el pasado vinculada administrativamente a Málaga y con otras vinculaciones que continúan vigentes, proceden el 1,9%. Del resto de España proceden el 4,3%. De otros países proceden el 1,6%.

Los datos anteriores, para relacionarlos con la experiencia vital de los años universitarios y la oferta cultural, deben contrastarse con el estado civil y la forma de convivencia. El 96,2% se declaran solteros. No cabe concluir que la enseñanza universitaria y el matrimonio estén divorciados. Que no se haya entrevistado a mayores de 30 años ha excluido a quienes en mayor proporción pueden estar casados, a un alumnado que por su edad no es aún representativo del conjunto de los estudiantes universitarios y que cursa en su mayoría titulaciones propias y de postgrado, estudios que, dada la baja proporción de los matriculados en ellos, tampoco están representados en la muestra de la UMA.

Los universitarios de la UMA conviven durante el curso de los modos siguientes:

Forma de convivencia	Porcentaje
Con sus padres	56,2
Con otros familiares	2,4
Con mi pareja	5,1
En piso de estudiantes compartido	21,9
Residencia o Colegio Mayor	8,4
Solo/a	3,8
Otra	2,2

Por edades, los cuatro grupos diferenciados presentan la siguiente distribución:

Grupo de edad	Porcentaje
18-21	63
22-24	21
25-27	7,8
28-30	7,6

La edad guarda una estrecha relación con la titulación, de modo que los dos grupos de mayor edad están más representados en las Escuelas Técnicas y en la Facultad de Medicina, que son, además, los estudios donde los varones están más representados. Dado el relativamente extenso número de titulaciones, sólo entre diplomaturas, licenciaturas e ingenierías técnicas y superiores hay un total de 65 para el curso 2005-2006, y el menor, pero también extenso para nuestro propósito, número de Facultades y Escuelas, 18, resulta más fácilmente descriptivo y operativo agrupar todas éstas según rama de enseñanza, que entre los estudiantes de la UMA encuestados presenta la siguiente distribución porcentual:

Rama de enseñanza	Varones	Mujeres	Total
Ciencias Experimentales	3,8	3,8	7,6
Ciencias de la Salud	1,6	4,3	5,9
Ciencias Sociales y Jurídicas	19,4	33	52,4
Técnicas	20,3	5,4	25,7
Humanidades	2,7	5,7	8,4

Distribución por sexo y rama de enseñanza en la que se observa que si bien las mujeres son mayoría en el conjunto del alumnado, no lo son en todas las titulaciones, presentando la anterior distribución un ajuste entre los roles femeninos más tradicionales y los estudios que cursan. En la rama Ciencias de la Salud se encuentran agregados dos grupos: los alumnos de las titulaciones que se imparten en la Facultad del mismo nombre (4% de la muestra) y los de la Facultad de Medicina (1,9% de la muestra), que, pese a encuadrarse en una misma rama de enseñanza, presentan características diferenciadas.

Otra variable a considerar es la relación del universitario con el trabajo, si se estudia exclusivamente o se compatibiliza y en qué medida con el trabajo. Enunciadas tres alternativas, la distribución es la siguiente: un 65,4% solamente estudia, un 29,2% estudia principalmente y trabaja, un 5,4% trabaja principalmente y estudia. Posibilidades que una común intuición sociológica induce a relacionar con la edad y la titulación, presumiendo que, a más edad, más se trabaja, y que, a más dificultad de la titulación, menos compatibilidad entre las dos actividades y, consecuentemente, menos se trabaja.

Pero se puede trabajar de muchas maneras y cada vez de más maneras distintas. Es frecuente también que los jóvenes españoles, a partir de una determinada edad, sean transeúntes entre el estudio (la formación para mejorar las oportunidades) y el trabajo no consolidado. Agrupadas las respuestas a la pregunta ¿cuántas horas trabajas a la semana como promedio?, hecha sólo a quienes declaraban trabajar, el reparto es el siguiente:

Promedio de horas por semana	Porcentaje de quienes trabajan
Hasta 10	41,5
De 11 a 20	32,5
De 21 a 30	17,1
De 31 a 40	7,3
Más de 40	1,6

Menos de 21 horas de promedio semanal trabajan el 74% de quienes lo hacen, lo que, siendo la media jornada de duración superior, induce a pensar que se trata de trabajos bien de temporada bien discontinuos, que hacen posible y congruente el porcentaje de quienes declaran trabajar principalmente y estudiar (5,4% del total). Resulta evidente que hay alumnos que trabajan con especial dedicación, poco más del 3% del total, que trabajan más de 30 horas semanales, y otros con dedicación menor que la de media jornada, un 25,6% del total. Un reparto muy desigual, como señala una desviación típica de 10,85 para una media de 16,28 horas semanales. Parte de la lógica de ese reparto se observa en una tabla de contingencia donde se cruzan la edad y la relación con el trabajo y que arroja los siguientes porcentajes:

Grupos de edad	Sólo estudia	Estudia y Trabaja	Trabaja principalmente
18-21	69,5	27,9	2,6
22-24	63,75	31,25	5
25-27	58,7	24,1	17,2
28-30	42,8	39,2	17,8

La edad resulta un factor determinante en el reparto de trabajo, especialmente en lo que se refiere al trabajo realizado como actividad principal. Para los tres grupos de edad más jóvenes, el estudio en exclusiva es la forma de actividad mayoritaria. Quienes también trabajan son, por el contrario, mayoría en el último grupo. Circunstancia que apunta a una inflexión desde los 28 años, que se anuncia a partir de los 25, y también a una continuidad entre los 18 y los 24. La relación entre el trabajo y la titulación cursada no presenta la misma evidencia.

La posición ocupada en la estratificación social por el joven, con más razón en el caso de jóvenes dependientes económicamente y que conviven en el hogar paterno, viene dada por la posición de sus padres. Para determinarla, es común el empleo de criterios objetivos (renta y nivel de estudios, principalmente), subjetivos (dónde se ubica el sujeto) y reputacionales (dónde le ubican los demás). A este respecto, la encuesta plantea dos cuestiones objetivas: el nivel educativo de los padres y la renta familiar. La primera nos proporciona un dato que no por conocido y generalizado deja de ser conveniente comprobar: la homogamia matrimonial de los padres. Las generaciones mayores de 60 años presentan índices significativos de hipergamia, pues era frecuente que el marido poseyera un nivel educativo superior -hecho que puede explicarse como un mecanismo de movilidad social ascendente femenina y como un medio de consolidación del poder masculino- y en los matrimonios jóvenes empieza a ser más frecuente lo contrario -¿será que los varones ascienden ahora más frecuentemente a través de matrimonio?-, pero, entre las cohortes de los padres de los jóvenes universitarios, la homogamia es regla general (dándose una alta correlación entre el nivel de estudios de ambos padres en la muestra). La distribución porcentual de frecuencias es la siguiente:

	Padre	Madre
Menos que Primarios	14,9	15,9
Primarios/EGB	19,2	24,1
Medios/Bachiller superior	23,2	23,2
Universitarios	39,5	34,3

El porcentaje de universitarios entre ambos padres es muy alto, más de un tercio de padres y de madres lo son. Pero ese porcentaje relativamente elevado, si se compara con el del conjunto del grupo de edad en Andalucía, no debe ocultar el hecho también importante para nuestro estudio de que el 40% de las madres y el 34,1% de los padres no cursaron enseñanza media. El impulso de movilidad social ascendente entre ambas generaciones es grande y el efecto que pueda tener en los usos y demandas culturales de los jóvenes universitarios, presumiblemente, también.

Las respuestas dadas a la cuestión acerca de la renta familiar plantean graves inconvenientes para su aplicación al análisis. La pregunta decía así: Los ingresos familiares netos en España están alrededor de 1.000 € mensuales. ¿Los ingresos mensuales de tu hogar son...? Y las respuestas según los tramos previamente señalados fueron las siguientes:

Tramo (euros)	Porcentaje
Menos de 450,76	1,1
450,77-901,52	5,4
901,53-1.002,02	10,0
1.202,03-1.502,52	12,4
1.502,53-1803,04	8,6
1.803,05-2.404,05	8,6
Más de 2.404,05	13,2
Ns/Nc	40,5

Las objeciones para su aplicación son varias. La más grave es el alto porcentaje de no respuestas, que puede deberse a un ocultamiento intencionado, a la ignorancia de quienes no contribuyen económicamente, a que los tramos hacen difícil la respuesta sin calculadora, a varias de ellas, o a todas. La información obtenida es poco fiable, pues, si la renta per capita nacional es superior a los 16.000 € anuales y el tamaño medio del hogar español algo mayor que 3 personas, los hogares con menos de 24.000 € al año están por debajo del umbral de la pobreza. Según la información recabada, ésa es la situación de 4 de cada 10 hogares con estudiantes universitarios. Dato difícil de aceptar, más cuando el 30,3% de los encuestados declaran vivir en un piso compartido o en una residencia de estudiantes. Puede que la respuesta haya sido influida por la afirmación previa a la pregunta que menciona 1.000 € mensuales. ¿Se trata de un promedio? Si es la mediana divide al universo en dos mitades y una mitad de hogares dispone de menos. Quizás el valor 1.000 €/mes haya condicionado la respuesta. Los tramos inmediatamente inferior y superior a este valor concentran el 37,6% de las respuestas. La respuesta mayoritaria se sitúa en un tramo superior, abierto y demasiado heterogéneo. Las razones para no utilizar esta medida de renta familiar en el análisis son suficientes.

Dos datos de identificación cierran este epígrafe: la ubicación ideológica y la religiosidad, que antaño se encontraban asociadas y hoy han perdido interdependencia. Se ha pedido a los jóvenes que se posicionen entre un valor de extrema izquierda, 1, y otro de extremo derecha, 7. Continuo que deja al 4 en el punto central. Los resultados presentan la siguiente distribución porcentual:

Posición ideológica	Porcentaje
Extrema izquierda	1,9
Izquierda	12,7
Centro izquierda	16,2
Centro	25,4
Centro derecha	17,3
Derecha	4,9
Extrema derecha	1,6
Ns/Nc	20,0

La distribución se aproxima mucho a una distribución normal muy apuntalada, con una media de 3,81, una desviación típica de 1,29 y tres valores centrales que agrupan al 58,9% de los encuestados. Se trata de diferencias en el posicionamiento ideológico, no necesariamente en el contenido ideológico. Las características de la distribución inducen a pensar que entre ese 58,9% la diferencia ideológica no será grande y, consecuentemente, tampoco lo será su influencia. No ocurrirá igual cuanto más extremas y distanciadas sean las posiciones, en cuyo caso es presumible que la ubicación tenga más claro contenido ideológico y más influencia en la configuración de los usos y demandas culturales¹. Relacionar la ubicación ideológica con la religiosidad proporciona una prueba de lo que decimos. La religiosidad presenta la siguiente distribución a las alternativas de respuesta previamente establecidas:

Religiosidad	Porcentaje
Católico practicante	8,1
Católico poco practicante	17,6
Católico no practicante	22,7
Creyente de otra religión	4,9
No creyente	5,7
Indiferente	10,8
Ateo	13,2
Agnóstico	9,7
No contesta	7,3

Pues bien, entre las posiciones centrales del espectro ideológico, no se observan diferencias significativas en la religiosidad, mientras que en las posiciones ideológicas más extremas (1 y 2, 6 y 7) la relación es clara: entre los derechistas los católicos son la gran mayoría y entre los izquierdistas son una minoría. La religiosidad y el posicionamiento político no son independientes cuando, efectivamente, ambos son elementos de una ideología que por su grado de definición contrasta con otras y que influye en la religiosidad y en otras ideas y actitudes.

Tras esta descripción de los jóvenes universitarios de la UMA, informaremos de los datos relativos a sus usos y demandas culturales.

3. ASOCIACIONISMO

Una primera pregunta sobre el asociacionismo menciona 18 formas asociativas concretas, más la opción otras, acerca de las que había que contestar si se pertenecía, se había pertenecido o no se había pertenecido nunca. La información que proporciona es de tamaño suficiente para que seamos necesariamente selectivos. Para resumir, la mejor información la proporciona la pregunta: ¿Pertenece actualmente a alguna asociación? A la que un 34,9% contesta que sí y un 65,1% contesta que no. En orden decreciente, los porcentajes de pertenencia a las formas de asociación mayoritarias son los siguientes:

Forma asociativa	Pertenencia actual	Ha pertenecido	Nunca ha pertenecido
Deportiva	16,2	37,6	46,2
Estudiantil	8,6	11,6	79,7
Benéfica o asistencial	6,8	8,9	84,3
Religiosa	6,2	16,2	77,6
Partido u organización política	6,2	1,9	91,9
Recreativa	5,9	13,0	81,1
Musical	5,1	14,3	80,5

Se observa de forma clara que el grado de asociacionismo es muy bajo en todos los casos, pues más del 80% nunca ha pertenecido a una asociación, salvo en los casos de asociaciones deportivas, estudiantiles y religiosas. Entre estas tres excepciones, la asociación deportiva destaca: no sólo han pertenecido a ella alguna vez más de la mitad de los jóvenes universitarios (53,8%), sino que, además, son miembros actuales un 16,2%, casi la mitad de quienes pertenecen a alguna (34,9%). El dato es el más favorable para la vocación asociativa de nuestros jóvenes universitarios, y no por sobrevaloración de la cultura deportiva, sino porque, aunque en el caso de pertenencia a una sociedad deportiva no siempre es presumible una práctica deportiva, ya que la pertenencia y la práctica son distintas en cualquier caso y es fácil ser socio de un club deportivo sin desarrollar una práctica deportiva, ocurre que la gran mayoría de quienes pertenecen a una asociación deportiva practican un deporte. Ahora bien, es una forma de asociacionismo que presenta un marcado desequilibrio entre los sexos a favor del varón, pues eran miembros al ser preguntados el 23,7% de los varones y el 9,3% de las mujeres, y nunca lo habían sido el 39% de los varones y el 52,8% de las mujeres. Es digna de un análisis en

profundidad la pervivencia en nuestro país de esta diferencia de práctica deportiva entre los sexos, que afecta incluso a generaciones y ámbitos donde es menos previsible.

La importancia del asociacionismo deportivo hace comprensible que sean y hayan sido miembros de una asociación en mayor proporción los varones que las mujeres, y que en aquellas ramas de la enseñanza con mayor presencia masculina el asociacionismo sea también mayor. En el resto de asociaciones los varones continúan siendo mayoría, especialmente en las recreativas y, en menor medida, pero también de forma clara, en las políticas y estudiantiles. En las asociaciones religiosas hay equilibrio entre los sexos (como también ocurre con la identificación religiosa) y sólo en las asociaciones benéficas las mujeres son mayoría.

Significativo para el análisis de los usos culturales es tanto lo generalizado como lo restringido. Es comprensible que los jóvenes apenas se encuentren en las asociaciones de vecinos y consumidores, ya que éstas están relacionadas con roles que no desempeñan como los adultos, pero sorprende la casi nula representación del feminismo: una sola chica ha pertenecido a una asociación feminista en el pasado. A falta de otros datos que permitan siquiera una hipótesis, conviene no perderse en la especulación, pero el dato -o su falta- sí permite subrayar lo que aparece como una desigualdad entre los sexos en el grado de participación pública a través de las asociaciones, como si, en alguna medida al menos, una barrera invisible (un techo de cristal) continuase aún sujetando a las mujeres al ámbito de lo privado. Si así fuese, no sería por una discriminación universitaria, sino por efecto de factores sociales externos a la universidad e interiorizados por las mismas jóvenes universitarias.

4. HÁBITOS DE LECTURA Y USO DE BIBLIOTECAS

Es sabido por todos los docentes: cuando nuestros estudiantes buscan información sobre cualquier tema, antes de consultar las bibliotecas (si lo hacen), hacen una búsqueda en Internet. No se puede leer literatura en un monitor, donde ni siquiera detectamos muchos errores de redacción quienes estamos más duchos (que los estudiantes) en la práctica de escribir, pero se puede leer la prensa. La lectura es cada vez menos funcional y, consecuentemente, menos frecuente. No causará sorpresa que los jóvenes universitarios lean poco, aunque bastante más que el conjunto de la población, como resulta de comparar los datos de nuestra encuesta para la UMA y los de la Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales en España 2002-2003 del Ministerio de Cultura. En este epígrafe se resume la información obtenida acerca de (1) la lectura de libros no profesionales o de estudio, (2) la de prensa y revistas y (3) la asistencia y el uso de bibliotecas.

Los estudios realizados sobre hábitos de lectura suelen relacionar ésta con tres variables principalmente: el nivel de estudios, el sexo y la edad. Las mujeres leen más que los hombres. Los jóvenes leen más que los adultos y éstos, más que los ancianos. A mayor nivel de estudios, mayor nivel de lectura, para todos los valores de la variable.

La cuestión formalmente más sencilla de las relativas a la lectura es la que pregunta cuántos libros no profesionales se han leído en los últimos 12 meses, con respuesta abierta para que los jóvenes señalaran la cantidad de éstos. La media obtenida es 4,27 y la desviación típica 5,174. En consecuencia, la media es muy poco representativa. Así es, el 14,1% no ha leído ninguno; el 44,1%, de 1 a 3; y el 5,9% 12 o más. El 58,2% lee menos de un libro (no profesional) por trimestre. No ocurre lo mismo con la prensa diaria y las revistas, de más cómoda lectura y de significado muy distinto, pues, aunque tengan en común el hecho de la lectura, el libro es formativo y recreativo principalmente y la prensa, informativa. Los datos sobre la frecuencia de lectura de estos tres medios presentan los siguientes porcentajes:

	Libros (no profesionales)	Prensa General (no deportiva)	Revistas
Todos o casi todos los días	25,4	44,1	9,2
Alguna vez a la semana	19,5	25,1	17,3
Sólo los fines de semana	7,6	5,9	15,4
Alguna vez al mes	14,3	5,7	20,5
Con menos frecuencia	20,8	10,3	14,9
Casi nunca o nunca	11,6	6,5	16,5
Ns/Nc	0,8	2,4	6,2

La encuesta confirma el dato conocido a nivel nacional: las mujeres leen más libros que los hombres. No ocurre lo mismo ni con la prensa diaria ni con las revistas, pues en ellas el reparto por sexos está más equilibrado. Lo que subraya el diferente significado de estas lecturas. Que las mujeres lean más libros que los hombres hace que se lean más libros en las ramas de enseñanza donde son mayoritarias y, por efecto de la misma ecuación, se lean menos donde son minoría. De los encuestados que declaran haber leído 0 libros en los últimos 12 meses, el 72% cursan Enseñanzas Técnicas (que suman el 25,7% de los jóvenes universitarios de la UMA).

No es tan evidente el juego de la edad, en contraste con lo que ocurre para el conjunto de población. Caben dos razones posibles: que entre los encuestados las diferencias de edad no sean suficientes y que no sea tanto la edad la causa de que los mayores lean menos que los jóvenes, como la diferencia de nivel educativo entre las generaciones (diferencia que entre los jóvenes universitarios no existe). Que el grado de lectura entre los más (18-21) y los menos jóvenes (28-30) no presente diferencias significativas implica algo de interés para la universidad: que el hábito de leer no se desarrolla durante la vida universitaria. Se puede suponer que lo mejor se gesta durante esos años y se desarrolla posteriormente, o que quienes ahora tienen 18-21 leerán más cuando egresen de la universidad, o que quienes ahora tienen 28-30 leían menos cuando ingresaron en la institución, pero son explicaciones más complacientes que optimistas, teniendo en cuenta que la lectura se reduce con la edad. Los datos dicen que el hábito de leer libros se desarrolla antes de llegar a la universidad y hacen presumir que la familia es la institución más determinante para ese desarrollo. El dato concreto es la relación entre el nivel educativo de los padres y la lectura declarada por los jóvenes. La ecuación no tiene la misma solución para cualquier valor de la variable, pues sólo cuando los padres son universitarios se manifiesta la diferencia². Los libros leídos sugieren que el interés por la lectura y los gustos literarios están poco influidos por la formación universitaria. Los jóvenes universitarios leen más lo que más lee el conjunto de la población: best-sellers. El 35% menciona este tipo entre sus lecturas. A continuación se encuentran otras, señalada por más del 25%, y cerca están la novela histórica (21,9%), la literatura española moderna (20,3%) y la literatura extranjera actual (18,6%). Los menos leídos son los libros de arte (7 menciones en una pregunta que admitía hasta tres respuestas), el ensayo (10 menciones), las biografías (20 menciones) y la poesía (26 menciones), lectura casi exclusivamente femenina. Mención especial merece el género ciencia y tecnología, lectura frecuente entre los estudiantes de Ciencias Experimentales y menos entre los de Ciencias de la Salud y Técnicas.

El tiempo dedicado a la lectura en general (no se especifica tipo) presenta la siguiente distribución porcentual:

Tiempo cada día	Días laborables	Fines de semana
Menos de 15 minutos	14,6	15,1
Entre 15 y 30 minutos	27,8	14,1
Entre 30 minutos y 1 hora	21,4	20,3
Entre 1 y 2 horas	12,7	18,4
Más de 2 horas	2,7	7,3
Nada	15,1	15,7
Ns/Nc	5,7	9,2

El tiempo de lectura (no profesional) es un tiempo de ocio y, por lo tanto, los más lectores la concentran en los fines de semana y los menos lectores leen menos los fines de semana que los días laborables.

La prensa más leída es con diferencia la gratuita, leída por el 62%, seguida por El País (26,5%), los diarios locales (24,3%), otras publicaciones no especificadas (20,3%) y El Mundo (17,3%). Las demás publicaciones tienen un porcentaje de lectores inferior al 10%. Estos porcentajes pueden resultar engañosos, ya que las distintas publicaciones no reflejan una misma práctica lectora. La prensa gratuita se lee de forma generalizada, por quienes más y quienes menos leen. Tienen más lectores, pero menos lectura. Aunque en menor medida, la diferencia se observa también entre la prensa local y la prensa nacional, la primera se lee durante menos tiempo por más gente. Pero no es cierto para todas las publicaciones que, cuantos más leen, menos se lee. La excepción es la de otras publicaciones no especificadas, que las leen quienes lo hacen más tiempo y con más frecuencia. Parece lógico, aunque sea sólo una suposición, que, cuanto menos accesible sea una publicación, más interés debe tenerse en ella y más tiempo se dedique a su lectura. Si el supuesto es cierto, se podría establecer una ecuación general que relacionaría la accesibilidad (precio y facilidad para conseguirla, principalmente), el contenido, el tiempo dedicado a la lectura y el número de lectores. De momento, una conclusión está clara en lectura de prensa: lo gratis y fácil se consume mucho, pero se aprovecha menos.

Aunque se exponga aquí bajo un mismo epígrafe, el uso de bibliotecas merece capítulo aparte. Antes de exponer qué hacen los jóvenes universitarios en las bibliotecas, que es la razón para desligar este uso de la lectura ociosa, conviene informar de la frecuencia de asistencia a bibliotecas:

Frecuencia de asistencia	Porcentaje de asistentes	Porcentaje acumulado
Todos o casi todos los días	29,7	29,7
Alguna vez a la semana	28,6	58,4
Sólo los fines de semana	1,1	59,5
Alguna vez al mes	14,9	74,3
Con menos frecuencia	15,9	90,3
Casi nunca o nunca	7,8	98,1
Ns/Nc	1,9	100,0

El más destacado de los datos de la tabla anterior es que los fines de semana no se acude a la biblioteca. Así ocurre de forma generalizada. Resumiendo el resto de la información recabada, se puede diferenciar entre una asistencia diaria (o casi), una semanal, una mensual y una menor³. Pues bien, uno de cada cuatro jóvenes universitarios de la UMA acuden a bibliotecas menos que mensualmente, poniendo en cuestión su forma de estudiar y desempeñar el rol de jóvenes estudiantes universitarios. No se observan diferencias por sexos en esta asistencia, pero sí por rama de enseñanza y por grupo de edad. Considerando sólo la asistencia diaria y semanal, la practican según rama de enseñanza del siguiente modo:

Porcentajes de asistencia por ramas de enseñanza

Rama de enseñanza	Diaria	Semanal	Fin de Semana	Mensual	Menos Nunca
Ciencias Experimentales	57,1	21,4	0	14,3	7,1
Ciencias de la Salud	45,4	22,7	0	18,2	13,6
Humanidades	25,8	38,7	0	12,9	22,6
Ciencias Sociales y Jurídicas	21,1	39,2	0,5	14,4	27,3
Técnicas	36,8	17,9	3,1	15,8	24,2

Las diferencias que se observan en los usos de las bibliotecas responden presumiblemente a causas que no dependen tanto de los estudiantes como de la organización docente. El uso de la biblioteca por el estudiante tipifica tanto al estudiante como a la titulación⁴. A la biblioteca se va principalmente a estudiar y, en segundo lugar, a sacar libros, con diferencia de otros usos posibles, que son muy escasos. El dato relativo a la forma de uso abunda en la hipótesis de la relación entre permanencia en el centro, uso de la biblioteca y rama de enseñanza. La siguiente tabla, que presenta el porcentaje del total de cada rama que lee y saca libros en préstamo, lo evidencia.

Porcentaje de alumnos que usa el servicio por rama de enseñanza

	Lectura	Préstamo
Ciencias Experimentales	93,0	46,4
Ciencias de la Salud	86,4	59,1
Ciencias Sociales y Jurídicas	75,2	47,9
Técnicas	76,8	37,9
Humanidades	58,1	61,3

Los estudiantes de Humanidades son quienes menos utilizan la biblioteca como sala de lectura o estudio y más libros piden. En el caso contrario están los estudiantes de Ciencias Experimentales, quienes menos libros piden y más la utilizan para estudiar. Se entiende que son dos formas de estudio diferentes. Diferencia que, posiblemente, tiene más que ver con las disciplinas estudiadas y con la organización de la docencia que con cualquier otra circunstancia recogida por la encuesta (donde no se observan correlaciones significativas).

La asistencia a bibliotecas es más alta en el grupo más joven y desciende con el aumento de edad. Más concretamente lo que desciende con la edad es la frecuencia de la asistencia, ya que quienes asisten al menos mensualmente y quienes lo hacen poco o nada son porcentajes muy parecidos entre los distintos grupos. Lo que varía con la edad es el motivo para asistir, pues hacerlo para estudiar es más frecuente entre los más que entre los menos jóvenes, mientras que el préstamo lleva a la biblioteca al estudiante de cualquier edad.

Antes de pedir una evaluación de las bibliotecas universitarias, se pregunta a qué biblioteca se asiste habitualmente: universitaria, provincial, municipal u otra. La mayoría van exclusivamente a la biblioteca de su centro, aunque es frecuente ir a otra biblioteca universitaria y, más raro, a una biblioteca municipal, sin que estas alternativas mayoritarias presenten relación significativa con las variables descritas anteriormente.

Dos cuestiones permiten evaluar el servicio de bibliotecas de la universidad: la primera pregunta el grado de satisfacción con la biblioteca universitaria a la que se acude con más frecuencia. Esta satisfacción se gradúa mediante cinco alternativas de respuesta: muy satisfecho; satisfecho; ni satisfecho, ni insatisfecho; insatisfecho y muy insatisfecho. La insatisfacción es baja, pues no llegan al 10% los insatisfechos, ni al 2,5% los muy insatisfechos. Pero el aprobado se saca por los pelos (5,12), si poco más que la mitad están satisfechos (39,7%) o muy satisfechos (11,5%). Los indiferentes son casi un tercio (32,9%). A mayor satisfacción, mayor asistencia; a menor satisfacción, menor asistencia. Por grado de satisfacción, el orden entre las ramas es el siguiente: Ciencias Sociales y Jurídicas (5,77), Humanidades (4,83), Técnicas (4,69),

Ciencias de la Salud (4,5) y Ciencias Experimentales (4,44). Esta valoración es menos significativa cuantos más centros y más bibliotecas se agrupen en cada rama. Si el grado de satisfacción, de indiferencia y de insatisfacción no presenta variaciones evidentes, es muy probable que sea porque en la mayoría de las bibliotecas las carencias son comunes. Así debe ser, pues, con diferencia, la carencia de las bibliotecas de la UMA más generalizada es la falta de espacio (más de la mitad la señalan). Bastante menos se mencionan un horario poco adecuado, carecer de un servicio de préstamo de vídeo y audio y la lejanía⁵.

Resumiendo el epígrafe:

- La lectura ociosa de libros y revistas es mayor entre los jóvenes universitarios de la UMA que entre el conjunto de la población, pero no muy distinta. Nuestro universo lee más lo que más lee el conjunto: best-sellers, por definición, éxitos de venta de temporada. Bastante menos, se leen novela histórica y literatura contemporánea. Aunque la categoría otros géneros presenta un número ligeramente superior de lectores que los anteriores.
- La distribución es muy desigual: pocos leen mucho y muchos leen poco. Y, como ocurre a nivel general, las mujeres leen más que los hombres.
- Pese a tratarse de una actividad ociosa, no se realiza los fines de semana, sino durante los días laborables. Esta temporización es menos evidente entre los muy lectores (pero éstos no dejan de ser una minoría).
- La lectura de prensa tiene un significado muy distinto. Se lee mayoritariamente la prensa gratuita, y en mucha menor proporción la de información general. El País y la prensa local destacan entre los más leídos, seguidos de El Mundo.
- Las bibliotecas universitarias se utilizan mayoritariamente como salas de estudio y la valoración que de ellas se hace es consecuencia de ese uso: los alumnos señalan la falta de espacio como su mayor carencia, de forma generalizada. La práctica de estudiar en las bibliotecas está muy extendida, aunque es mayor entre los más jóvenes. Se observa un uso diferenciado del servicio bibliotecario: una forma que combina más préstamo y menos estudio en sala, característica de los alumnos de Humanidades, y otra con más estudio en sala y menos préstamo, característica de los alumnos de Ciencias Experimentales.

5. TELEVISIÓN Y RADIO

No se han hecho las mismas preguntas sobre uno y otro medio de comunicación. Innecesario por sabido es justificar que televisión y radio son dos medios muy distintos. Los datos del uso que de ellos hacen los jóvenes universitarios de la UMA lo confirman. Por ello, expondremos separadamente la información relativa a la televisión (3 preguntas) y a la radio (2 preguntas).

La televisión tiene un peso tan destacado en nuestra vida cotidiana que todos sabemos bastante de ella. Posiblemente, algunos de sus programas, pasados o en emisión, son el referente más común para toda una generación, la población de un país, o la población mundial, cuando se trata, por ejemplo, de una transmisión deportiva de seguimiento internacional o de una catástrofe ocurrida lejos. Por supuesto que el amor a los clásicos de la literatura mundial, la afición por la ópera, o practicar el golf, también nos hacen compartir, pero de forma menos masiva, menos extensamente, aunque más intensamente. La conocida sentencia de MacLuhan, "el medio es el mensaje", sólo es cierta para los mensajes de los medios de comunicación de masas. Cuantas más veces y personas oigamos o leamos *La Flauta Mágica* o *El Mercader de Venecia*, más cosas diferentes oiremos y leeremos. Mientras que, al marcarse el gol, millones de televidentes en todo el mundo emitiremos el mismo grito y haremos el mismo gesto, en un comportamiento que más parece insectívoro que humano (dicho sin desprecio ninguno del gol, de la televisión, ni de los insectos).

La frecuencia de visionado no es la misma durante la semana: los días laborables, se ve una media de 2 horas y 8 minutos, y la desviación típica de la distribución es de 1,5; los fines de semana el promedio aumenta hasta 3 horas y 20 minutos, y la dispersión hasta una desviación típica de 1,93. En otras palabras: durante los días laborables se ve menos y se coincide más en la cantidad; durante los fines de semana, se ve más y aumentan las diferencias en los tiempos de visión. El dato bruto (horas de visión) no permite establecer un perfil del más y el menos televidente, especialmente para los días laborables, pues durante éstos más de 8 de cada 10 ven televisión entre 1 y 3 horas. Lo que hace diferentes los fines de semana ocurre de forma generalizada: aproximadamente un 30% de quienes ven de 1 a 3 horas los demás días aumentan su tiempo de visión. Esto es así en todos los grupos de edad y en ambos sexos. No hay diferencias entre hombres y mujeres en el tiempo de visión. Cierto es que entre quienes ven mucho la televisión (más de 6 horas) la presencia femenina es muy mayoritaria, pero son un 1,9% los días laborables y un 5,7% los fines de semana (que presentan menor desequilibrio por sexo).

Lo que define el éxito de un medio de comunicación de masas no es sólo su uso generalizado sino, especialmente, la uniformidad de ese uso. Por definición, la masa es amorfa y manipulable (sin distinción, sin individualidades). La expre-

sión masa tiene desde sus orígenes y hasta las revoluciones burguesas, y especialmente hasta la Revolución rusa, una connotación negativa. A la masa se la manipulaba con pan, fiestas, dioses y demagogia. Carecer de forma es una de sus características. ¿Ocurre así con los jóvenes universitarios de la UMA cuando ven televisión? Para contestar a esta pregunta, la encuesta nos proporciona dos informaciones: el acceso a la televisión de pago y la distribución por programas del tiempo de visión. Si la concentración también se diese en el tipo de programas y si quienes disponen de canales de pago, el 37,3%, viesen más de lo mismo, la uniformidad sería evidente.

Los datos relativos al tiempo de visión, tanto durante los días laborables como durante los fines de semana, reflejan un gran equilibrio entre quienes tienen y quienes no tienen acceso a canales de pago. El reparto de tiempos de visión no presenta diferencias significativas. Sólo un dato destaca: quienes ven mucha televisión los fines de semana, ven los canales abiertos y no los de pago. Tener más televisión no implica ver más televisión, ni los días laborables ni los fines de semana. Queda por saber si se ven distintos programas en uno y otro caso. Los diez géneros más vistos, con el porcentaje de menciones del total de respondientes entre paréntesis, se ordenan de mayor a menor del siguiente modo: telediarios (68), películas (67,5), series (49,6), deportes (30,3), fútbol (29,5), humor (27,8), musicales (20,4), concursos (19,6), reality y talk shows (19) y programas del corazón (16). Como los fines de semana se ve más televisión, en general se ve más de todo, especialmente reality y talk shows, concursos y series, los tipos de programas que más ven quienes ven más televisión.

Las diferencias por sexo sí son claras. Pero esas diferencias se reflejan menos en los programas mayoritarios, en las películas, que las ven por igual hombres y mujeres, y en los telediarios, que ellos ven algo más que ellas. Se reflejan claramente en los deportes y el fútbol (masculinos), en las series y los programas del corazón (femeninos); y en menor medida en los reality y talk shows y los musicales (más femeninos que masculinos). Los concursos y los programas de humor son vistos igualmente por jóvenes universitarias y universitarios.

Aunque de forma menos marcada que con el sexo, tener acceso o no a canales de pago establece una diferencia en los contenidos de la visión (no así en los tiempos, como se ha visto). Limitándonos nuevamente a los diez géneros más vistos, la diferencia es apreciable en deportes y películas, que ven más quienes disponen de televisión de pago, y en programas de humor, que ven más quienes no disponen de televisión de pago. Las diferencias afectan a algún género minoritario, como los documentales, más vistos por quienes disponen de televisión de pago, pero su visión es en ambos casos minoritaria (mientras que disponer de televisión de pago no lo es de ningún modo, cuando el 37,3% de los jóvenes universitarios de la UMA tienen acceso a ella).

Sin duda la radio es un medio muy distinto. Todos somos conscientes de que estamos en una cultura de la imagen, pero pocos lo sabemos como quienes tenemos responsabilidades docentes. El discurso de Marco Antonio desde las escalinatas del Senado de Roma ha perdido sentido y sólo a base de decibelios se haría oír. ¿Quién concibe hoy la palabra como medio de manipulación de masas? Ahora, el ronquido de la muchedumbre apagaría la voz de Marco Antonio (pero no la televisión, que permanece encendida incluso con ronquidos).

Resumiendo, no escuchan la radio una quinta parte y la escuchan diariamente la mitad de los encuestados. El 49,5 lo hace todos o casi todos los días, y el porcentaje acumulado de quienes la escuchan al menos una vez al mes es del 79,7%. No se aprecian diferencias entre uno y otro sexo en estos porcentajes. La audición aumenta con la edad. De hecho, quienes en mayor proporción escuchan la radio son quienes conviven con sus padres. Pero difícil es pensar que son los padres la causa de que los jóvenes universitarios la escuchen. Más probable será que en el equipamiento de las otras formas de convivencia se incluya menos la radio que la televisión.

Oyen música en la radio 8 de cada 10 oyentes, deportivos 3 de cada 10, e informativos 2 de cada 10. Los demás usos son minoritarios. Lo que permite una primera conclusión: televisión y radio no son medios alternativos, sino distintos. También son complementarios, pues quienes ven deportes por la televisión, los escuchan por la radio; y quienes escuchan informativos por la radio, los ven por la televisión.

Subrayan el hecho de que hay una cultura de la imagen distinta y más actual algunos datos de audiencia radiofónica. Uno es que hay coincidencia entre quienes más escuchan la radio y más libros leen. Otro, más evidente, es que los oyentes de radio según ramas de enseñanza son una proporción semejante en Ciencias de la Salud (68,2%) y Ciencias Experimentales (64,3%), menor en Humanidades (58,1%) y Ciencias Sociales y Jurídicas (55,7%), y mucho menor en Técnicas (25,3%).

6. ORDENADOR E INTERNET

Desde su puesto de mando o en sus dependencias, el comandante de la nave estelar Enterprise pulsaba un botón y ordenaba: "Ordenador...". Con voz de hombre, el ordenador informaba de cualquiera de las cuestiones que se le habían planteado. En la serie televisiva original, a veces la pregunta, dirigida a algún extraterrestre, era: "¿Eres ser o máquina?". Por las mismas fechas terrenales, el ordenador central de 2001. *Una odisea del espacio* se rebelaba contra su creador, el ser

humano, y boicoteaba el proyecto para el que había sido creado. Antes de ser desconectado por su traicionero comportamiento, con voz muy queda, también masculina, preguntaba al cosmonauta si quería oír una canción. En organismo cibernético *Terminator*, antes de autodestruirse para salvar a la humanidad, le dice a su joven protegido: "Ahora sé por qué lloráis". Había sido para el chico, "lo más parecido a un padre que nunca tuvo". En *Blade Runner*, los replicantes, androides con perfecta apariencia humana, se han vuelto violentos al enterarse de que su diseñador les hizo precederos. En *Inteligencia artificial*, un niño androide, construido para llenar el vacío emocional de una pareja sin hijos, pese a sus esfuerzos por cumplir su función, se convierte en un temido estorbo cuando la pareja procrea un chico humano. Los ordenadores no son replicantes, pero no se puede descartar que las máquinas puedan sentir emociones, sólo lo sabremos cuando las construyamos. Pero, mientras que no se emocionen, imaginen: si los perros son los mejores amigos del hombre, ¡cuánto mejor lo pueden ser unas máquinas, que, como en *El Hombre Bicentenario*, sólo quieran complacernos y comprendernos! Sus ventajas son evidentes. El único impedimento grave podría ser el coste energético y ecológico. Los casos anteriores, como otros muchos sacados del cine, la televisión y la literatura, ejemplifican diferentes formas de relación con la tecnología: una relación puramente instrumental y no emocional, como la del comandante y el ordenador de *Star Trek*; una relación conflictiva y emocional, como en *2001. Una odisea del espacio* y en *Inteligencia artificial*; y una antropomorfa y emocional, como en *Terminator 2* y *Blade Runner*.

Los ordenadores no sienten, ni hablan con voz humana, pero el PC ha irrumpido en nuestras vidas cotidianas de forma tan trascendente como en su tiempo lo hicieron el automóvil y el televisor. Su generalización es tal, que las diferencias que establece entre nuestros jóvenes universitarios no la determina su posesión sino su uso, de modo parecido a como se ha visto que ocurre con el televisor, con el que presenta algunas coincidencias. El 89,7% de los preguntados dispone de un ordenador en su residencia durante el curso. El complementario 10,3% no disponen de él en esa misma residencia. No hay relación entre este dato y el sexo o la rama de enseñanza. Mujeres y varones lo poseen en parecida proporción, con insignificante ventaja de las mujeres. Tampoco el área de conocimiento (rama de enseñanza) resulta una circunstancia condicionante. Cuanta más edad, menos disponibilidad, para todos los valores de la variable. Más significativa y de signo contrario es la relación entre el nivel educativo de los padres y el acceso al ordenador: a mayor nivel educativo de los padres, más disponibilidad del ordenador, también para todos los valores observados de la variable.

La relación anterior, junto con otras ya informadas, hacen suponer que la lectura no profesional y el acceso al ordenador no son de signo contrario, ya que en ambos casos se dan los valores máximos cuando los padres son universitarios. Así ocurre en efecto, quienes más leen también tienen ordenador y quienes menos leen son quienes no tienen acceso al ordenador durante el curso. Estas diferencias son reflejo de una desigualdad social más general, de acceso a los recursos, en menor medida que efecto de otras causas. La razón se comprende mediante la distribución de frecuencias de determinadas respuestas. Si se construye la ecuación con dos datos, que el 56,2% de los encuestados conviven en el hogar paterno durante el curso y el 30,3%, en piso compartido o residencia de estudiantes, se observa la relación entre la forma de convivencia durante el curso y la disposición de ordenador. Quienes conviven durante el curso en el hogar paterno disponen en su mayoría de un ordenador en la vivienda. En el extremo opuesto están quienes comparten piso con otros estudiantes. Es un acceso desigual al ordenador, que no puede explicarse por la desigualdad de recursos económicos familiares.

De ahí que quienes disponen de ordenador durante el curso lo hagan de forma personal (50,2% del total), lo compartan con familiares (34,1% del total), o lo compartan con compañeros (5,4% del total). El resultado es que en el 84,3% de los hogares de los jóvenes universitarios de la UMA hay ordenador personal, sea de uso exclusivo o compartido.

El uso de Internet está más generalizado que el consumo de televisión. El 98,6% de los encuestados son usuarios. Internet contratado en casa tienen el 71,1% de quienes tienen ordenador, es decir, el 63,8% del total. Siendo las formas de servicio contratado, tarifa plana y banda ancha (58,1% de las contrataciones y 37,1% del total), tarifa plana (33,6% de las contrataciones y 21,4% del total), otras (7,5% de las contrataciones y 4,9% del total) y por horas (0,8% de las contrataciones y 0,5% del total). Consecuencia de este acceso generalizado es que la diferencia principal la determine la forma de convivencia durante el curso. Quienes conviven con sus padres disponen de ordenador y de conexión a Internet. La generalización del recurso lo hace también independiente de algo que pudiera llamarse vocación tecnológica. De hecho, la conexión doméstica a internet no es mayor entre los estudiantes de Técnicas que entre los demás. Por ramas de enseñanza, quienes más la disfrutan en casa son los estudiantes de Humanidades, seguidos de los de Ciencias de la Salud, Ciencias Experimentales, Técnicas y Ciencias Sociales y Jurídicas. Rama de enseñanza, esta última, donde se dan un menor uso de Internet y los más bajos niveles educativos de los padres. Entre las demás variables, una relación significativa vuelve a observarse con el nivel formativo de los padres, pero no para cualquier valor de la variable. El nivel formativo de la madre establece un corte cuando ésta es universitaria, cosa que no ocurre con el del padre. Los niveles formativos de ambos padres, cuando son inferiores al nivel de bachillerato, hacen que el acceso a Internet desde casa descienda, pero, incluso en estos casos, siempre son más quienes lo tienen que quienes no. Por grupos de edad, quienes más disfrutan del acceso doméstico a Internet son los de 22-24, seguidos de los de 18-21. Muy atrás se sitúan los de 25-27 e inmediatamente después, los de 28-30.

Como era presumible, quienes tienen Internet en casa lo utilizan, aunque no sólo allí. Lo usan también en la universidad un 39,2% y en casa de familiares o amigos un 19,4%. Los primeros con independencia de que tengan o no acceso en

casa, mientras que los segundos son mayormente quienes no disponen de conexión doméstica. Los demás lugares son poco frecuentes, con un porcentaje de señalizaciones inferior al 10% (en respuesta múltiple). Los datos de uso de Internet se suman a otros en la configuración de una característica compartida por los usos culturales hasta ahora observados: su implantación generalizada conlleva su uso doméstico. Se observa con la lectura, con la televisión y con Internet. Así se comprende que si los mayores usan Internet menos que los jóvenes, es porque son anteriores a la introducción masiva de la red en el hogar.

Los diez usos más frecuentes de la red son (con el número de menciones entre paréntesis): correo electrónico (255), chatear o messengers (245), bajar música o películas (206), estudiar (200), libros o apuntes (138), leer prensa (102), fotografía (63), vídeos (60), búsqueda de empleo (58) y sexo (48). Los usos relacionales (correo y chat) suman 500 menciones; los recreativos (música, películas, prensa, fotografía, vídeos y sexo), 479; el estudio y el trabajo, 396. Los usos de uno y otro sexo son distintos, aunque, en general, cuanto más masivo es un uso, menos diferencias presenta. Aun así, las mujeres hacen más uso de la utilidad relacional que los hombres, tanto de correo electrónico como de chateo y messengers. Lo mismo ocurre en la búsqueda de empleo y los aprendizajes, más frecuentes entre ellas que entre ellos. Los usos recreativos, salvo la fotografía, son más frecuentes entre los varones que entre las mujeres, especialmente la lectura de prensa (poco frecuente en ellas) y el sexo (donde la diferencia es muy notable, pues el uso que ellos hacen es diez veces mayor que el de ellas). De momento Internet es más un medio de relación social y un entretenimiento que un instrumento de aprendizaje, pero ni éstos ni otros usos son excluyentes y, si esto es así, será porque las relaciones sociales y el entretenimiento son más importantes que el estudio y el trabajo para nuestros jóvenes universitarios. Cabe deducir del caso la misma conclusión que de otros anteriores (que por repetirse puede convertirse en regla), que conforme se generaliza un uso, como es el caso de los estudios universitarios, sus motivos y sus formas se hacen más comunes. Parece probable, aunque los datos de la encuesta sólo permiten suponerlo, que la generalización del ordenador y de Internet no guarden relación con la actividad universitaria, sino con la expansión de un mercado y unos usos culturales entre la población. En consecuencia, la práctica más extendida no es la inducida por el aprendizaje y las instituciones educativas, sino por el mercado y por la edad.

7. TELÉFONO MÓVIL

Hace (sólo) cuarenta años, cuando al Superagente 86 le sonaba el zapatófono (teléfono móvil que llevaba camuflado en el zapato), era como cuando las puertas se cerraban dándole en las narices: una incómoda interrupción del curso de los acontecimientos. El zapatófono parodiaba los ingenios que servían a 007 y, por extensión, la mecanización de la vida cotidiana. Actualmente, los teléfonos móviles o celulares (del inglés *cellulars*) han transformado el significado del paisaje. Lo anónimo es nominado, lo inerte cobra vida, como en un anuncio televisivo. Una gris estación de metro, un callejón (sin gato, sin lluvia y sin beso) adquieren vida porque allí recibimos una llamada o un mensaje. Un adolescente Príncipe Valiente se hace con un caballo antes de iniciar sus aventuras fuera del hogar paterno, James Dean era rebelde al volante de un coche y Marlon Brando, montado en una motocicleta. Cualquier adolescente o joven contemporáneo necesita un teléfono móvil. El 98,9% de los encuestados lo tienen.

Hay un uso cultural del teléfono móvil, pero, con diferencia, su función es relacional y comunicacional. El 95,3% de quienes lo tienen lo utilizan para llamar o recibir llamadas y el 90,7%, para enviar o recibir mensajes. Un tercio de usuarios lo utilizan para hacer fotos. Los demás usos son muy minoritarios. La media del gasto en telefonía móvil es de 26,58 €, con una desviación típica de 17,72. El 56,3% gasta entre 12 y 30 €; el 22,1%, más de 30; y el 19,1%, menos de 12. El gasto en móvil es en todos los grupos de edad más personal que familiar o compartido, aunque lo es más cuanto mayor es el joven. No hay mayor uso femenino que masculino, si bien, entre quienes tienen más gasto hay más mujeres. El teléfono móvil posee un alto valor simbólico y un bajo precio. Estas circunstancias han generalizado su uso entre los jóvenes. Mientras que entre los mayores hay muchos que desearían ser invisibles e inaudibles, pero no pueden permitírselo por razones funcionales, los jóvenes no se encuentran inducidos al uso del móvil por la necesidad funcional, sino por razones psicológicas: no pueden sentirse jóvenes sin la posibilidad de comunicarse con sus pares. La razón por la que el incómodo zapatófono se convirtió en cómodo símbolo de vitalidad es poco cultural pero muy social.

8. CINE

Si se fecha en razón de la creatividad, quizás haya que situar la edad de oro del cine décadas atrás. También si se considera la asistencia a salas de cine. La misma ciudad de Málaga tuvo la relación salas de cine/población más alta de España. Pero si se determina sólo en razón del consumo de películas, nunca antes la industria había contado con un mercado mayor. Tiempo atrás, para ver cine había que ir necesariamente a una sala pública, pero la televisión primero y luego el vídeo, el DVD y el PC han transformado y extendido su consumo⁶. Las respuestas nos informan de que 73 de cada 100 películas son vistas en casa.

Aun así, la asistencia a salas de cine continúa siendo una práctica habitual entre los jóvenes universitarios de la UMA. Van al cine al menos 1 vez a la semana el 7,8%, entre 2 y 3 veces al mes el 25,9%, una vez al mes otro 25,9%, 1 vez

cada dos meses el 17,8%, alguna vez al año el 19,2%, y nunca el 3,2%. Ellas van más que ellos, aunque la diferencia es pequeña: ellas con una frecuencia media de una vez al mes y ellos de una y media veces cada dos meses. Las diferencias más notables se dan entre ramas de enseñanza. Los estudiantes de Ciencias Experimentales, de Humanidades, de Ciencias Sociales y Jurídicas y de Ciencias de la Salud asisten por encima de la media, los de Técnicas por debajo. La media general está entre la asistencia mensual y la bimensual, la de Técnicas entre bimensual y anual. De cada diez películas, 2,71 se ven en salas de cine; 2,37, en un canal abierto de televisión; 2,14, en el PC; 2 son alquiladas en un vídeo-club y 0,78 se ven en un canal televisivo de pago. En teoría, para saber cuántas películas se ven habría que multiplicar las frecuencias anteriores por 3,7 (valor resultante de dividir 10 entre 2,71). La fiabilidad del cálculo sería muy baja, pues multiplicaríamos dos valores aproximados a la frecuencia real, lo que agrandaría la diferencia entre el valor obtenido y el real.

Al igual que ocurría con la asistencia a salas, los estudiantes de Técnicas se diferencian de los demás en el modo de ver películas, pues bastante más que otras ramas y más que de otros modos, ven las películas en el ordenador. Aunque su generalización provoca un efecto homogeneizador que se aprecia en las preferencias, el modo de ver cine sí marca algunas diferencias. Un 20% de las películas vistas son de vídeo-club. A través de la programación televisiva se ve un 31,5% de las películas (en canales abiertos y en canales de pago), pero sorprende un poco que, siendo un 37,3% quienes tienen acceso a canales de pago, la visión de películas a través de estos canales sea inferior a la audiencia de estas cadenas, más aun cuando quienes disponen de canales de pago ven más deportes y más películas que los demás. Las explicaciones más probables son que los canales de pago y los abiertos se complementan, no se excluyen, y que para los jóvenes universitarios de la UMA no tienen menos interés las películas de los canales abiertos que las otras. Siendo así, sólo puede significar que el cine es principalmente una forma de entretenimiento, de evasión, que el joven consume mayoritariamente al dictado de las modas y la mercadotecnia, y sólo para una minoría es un arte por el que siente curiosidad intelectual y del que obtiene una satisfacción del mismo tipo. Ocurriría con el cine lo observado con la lectura: el hábito está extendido, pero las lecturas son compartidas por una gran mayoría. Un interés más intelectual y menos ocioso aumentaría la dispersión⁷, si damos por supuesto que no hay nada más personal que la inteligencia.

La mayoría de los jóvenes universitarios de la UMA ven cine americano (7 de cada 10) y cine español (5 de cada 10). Son minoría quienes ven cine europeo (3 de cada 10) y de otras nacionalidades (1 de cada 10). La variable sociodemográfica más discriminadora es el sexo. Ellas y ellos ven películas parcialmente diferenciadas. Entre los varones, 8 de cada 10 ven películas americanas, pero entre las mujeres son 6 de cada 10. Son menos de la mitad los varones que ven cine español y más de la mitad las mujeres que lo ven. Ellos un 45,5%, ellas un 54,5%. Entre los varones, 1 de 4 ve cine europeo; entre las mujeres, 1 de 3. La categoría otras nacionalidades es demasiado minoritaria y no se aprecian diferencias. Las cifras indican que el gusto por el cine español está extendido y equilibrado, lo que no ocurre con el americano y el europeo. Es un mérito del cine nacional, si se considera la fortaleza de la industria cinematográfica americana y su importante contribución a la iconografía del siglo XX. Es un mérito relativo, si se tiene en cuenta que la industria cinematográfica india cubre en mayor medida la demanda de 1.000 millones de indios, o que la liga española de fútbol es con diferencia la más seguida por los aficionados españoles. En ambos ejemplos, se produce una identificación con la marca nacional o local (en el caso del fútbol) que no se da en igual medida en el caso del cine español.

Sólo hay relación entre el posicionamiento ideológico y el tipo de cine visto entre quienes se situaron en las dos posiciones de la izquierda, que ven menos cine americano que los situados en las posiciones centrales y las derechas. Si se trata de un rasgo ideológico, es unidimensional, de rechazo más que de aceptación, pues no está reforzado por una preferencia por el cine nacional, europeo y de otras nacionalidades mayor que la de las demás posiciones ideológicas. Tampoco la religiosidad y el tipo de cine visto presentan relación. Ninguna categoría religiosa ve ni más ni menos cine americano, europeo o de otras nacionalidades que las demás, y sólo cabe destacar que los católicos practicantes ven menos cine español que las demás categorías. Como en los de izquierda con el cine americano, en los católicos parece más una postura de rechazo que de aceptación de una alternativa, que no se refleja en sus preferencias. Lo que subraya el carácter escasamente ideológico e intelectual del consumo de cine.

La pregunta 41 dice así: ¿Asistes normalmente a las películas o proyecciones que realiza tu universidad? Las respuestas son: frecuentemente el 2%, alguna vez el 10%, rara vez el 23,5%, nunca el 50,3% y no hay cine universitario el 13,8%⁸. La primera conclusión es que el cine universitario no atrae a los jóvenes universitarios. Un 60% va a salas de cine una o más veces al mes, pero un 64,1% no va nunca al que le ofrece su universidad (nunca + no saben que hay). Quienes menos asisten a las proyecciones universitarias son quienes tienen un interés principal o exclusivo por el cine americano, pero la inasistencia es mayoritaria entre todos los gustos y entre todos los espectadores, cualquiera que sea su frecuencia de asistencia a salas y su media de películas vistas. Tampoco la edad aparece como un factor explicativo de la asistencia o no y de la ignorancia. La categoría de los 22-24, la única que mayoritariamente ha ido al menos una vez, parece algo más "enchufada" a la actividad y la de 28-30 la más "desenchufada". La diferencia más marcada aparece en la rama de Técnicas, porque su porcentaje de quienes asisten alguna o más veces es muy inferior a los de las demás ramas, y porque sus porcentajes de quienes no asisten nunca y de quienes desconocen la oferta son muy superiores a los de las demás ramas. Pero no es tanto la relación con la oferta cinematográfica universitaria como la relación con el cine lo que explica la diferencia. Se ha informado anteriormente de que 2,71 de cada 10 películas son vistas en salas comerciales, pero también de que este valor es un promedio del total, que toma valores diferentes por ramas de ense-

ñanza. El promedio de los estudiantes de Técnicas es de 1,97, el menor de las cinco ramas. En realidad, en la inasistencia al cine universitario es donde menos se aprecia la diferencia en este uso de los estudiantes de Técnicas, ya que es lo común, pues la media es asistir entre rara vez y nunca. La calidad de las proyecciones universitarias se valora más, media de 6,12 (de 1 a 10) que la variedad, media de 5,73 (de 1 a 10). Ambas valoraciones coinciden en su valor más alto (6,5) en el grupo de edad de 25-27 años.

9. MÚSICA

Casi todos los encuestados oyen música. A diario lo hacen el 84,1%; semanalmente, el 9,5%; sólo los fines de semana, el 3%. Sólo 2 encuestados dicen no oír la nunca. Las mujeres escuchan más música que los hombres y en una medida más igualitaria (la desviación típica es mayor entre ellos). No se aprecian diferencias en la frecuencia de escucha entre los grupos de edad que permitan una conclusión general. Los mayores (28-30) oyen con la misma frecuencia que los más jóvenes (18-21). Los de 25-27 son quienes menos oyen y quienes presentan una dispersión mayor. Por rama de enseñanza, oyen más Ciencias de la Salud, a continuación, Ciencias Sociales y Jurídicas y Humanidades (con la misma frecuencia), Ciencias Experimentales y, por último, Técnicas.

Respondiendo a una cuestión que admitía sólo una respuesta, los jóvenes universitarios de la UMA dicen oír música en los siguientes medios: MP3 (35,9%), radio y televisión (34,8%), PC (11,1%), CD y DVD (8,7%), equipo de música (8,2%) y otros (1,4%). La intuición y la correlación relacionan el MP3 con un uso frecuente de Internet, bajar música o películas. Tiene MP3 el 61,1%, lo que tratándose de un medio de uso presumiblemente personal supone un porcentaje muy alto, en comparación con el PC, por ejemplo, del que sólo la mitad de los encuestados disponía para uso personal. Más del 75% de estos jóvenes ya nos han dicho que oyen música en la radio. En definitiva, la música nos rodea hasta tal punto y es tan accesible que para evitarla hacen falta actos voluntarios e intencionados. Para que suene, basta encender el televisor, visitar un centro comercial, encender la radio del coche para oír el pronóstico del tiempo, etcétera. Pero la voluntad y la intención de escucha no son las mismas en todos estos actos. El medio no es un buen indicador del grado de intención auditiva (ya que refleja no sólo el grado de gusto musical, sino también el poder económico del oyente), pero el lugar sí. Es imposible leer y al mismo tiempo ver una película en la televisión, y hacemos una cosa u otra, pero es fácil leer y oír música al mismo tiempo, cocinar y oír música, etcétera, y es frecuente hacerlo. Ir al concierto evidencia una intención, de mayor grado que oír música en la habitación propia. En consecuencia, el lugar donde se escucha música no refleja sólo una topología sino también una relación entre el oyente y la música. Además, son posibles audiciones privadas o individuales y públicas o colectivas. Aunque sólo fuese por los dos motivos anteriores, también hay una lógica social en la audición.

En la habitación propia la oye el 75,9%, en el coche el 56,7%, en otro lugar de la casa distinto de la habitación el 43%, en discotecas y bares el 73,8%, en conciertos y actuaciones públicas el 23,2%, en casa de amigos el 18,4%, y en otros lugares no especificados el 9,2%. Con estos porcentajes de frecuencia (resultantes de respuesta múltiple) se pueden diferenciar entre audiciones individuales y colectivas. La habitación propia, otro lugar de la casa y el coche suman 650 menciones, que pueden considerarse privadas. Todas las demás, incluidas las de lugares no especificados, suman 461 menciones. Oír música es un acto privado y público, más lo primero que lo segundo. Como acto privado establece una relación, principal pero no exclusivamente, entre la música y el oyente. Como acto público establece, además, una relación social entre los oyentes.

La asistencia a conciertos es escasa, excepto en el caso del género pop/rock. A estos conciertos asisten una o más veces al año el 39,2%, y sólo un 44,6% dicen no hacerlo nunca o casi nunca. En los demás géneros musicales el panorama es desolador. La zarzuela ocupa el último lugar, el 84,9% no ha ido nunca o casi nunca y sólo un 2,7% ha ido al menos una vez al año o más frecuentemente. Mejor librados salen, acumulando frecuencias anuales o mayores: flamenco, un 12,7%; clásica, un 6,8%; jazz y ballet/danza, un 5,7%; ópera, 4,9% y otro folklore, 4,1%. Esta escasa asistencia no es consecuencia de una indolencia que dificulte la movilización que toda asistencia a un acto público implica, sino, simplemente, de que la mayoría de los géneros musicales no les interesan. En una cuestión anterior, se les pregunta por sus preferencias musicales, con posibilidad de respuesta múltiple. Pues bien, cuatro géneros: pop y rock, españoles e internacionales, acaparan el 58,9% de las menciones, y sólo dos géneros más, otros no especificados y canción melódica, consiguen un número de menciones superior al 5% del total. La ecuación ofrece resultados exactos, si se ponderan la relación audición privada/audición pública, las preferencias y la asistencia.

El lugar de la audición y, en consecuencia, el tipo de relación social que implica la audición varían con la edad. En su cuarto, un 82,5% del grupo de 18-21 oye música. El porcentaje baja con la edad, en el grupo de 28-30 es del 57,1%. En la discoteca, el cambio es del mismo signo: entre los 18-21, oye música el 41,2%, y entre los 28-30, el 32,1%. También en los conciertos, lo hace un 22,3% de 18-21 y un 14,3% de 28-30. E igualmente en casa de un amigo, un 14,3% de los 18-21 y un 3,6% de 28-30. En los demás lugares especificados y en otros no especificados no se observan diferencias por edad. Comparados con otros anteriores, los datos son incongruentes: de un lado, la frecuencia es prácticamente la misma en los dos grupos de edad extremos: 18-21 y 28-30; de otro, en todos los lugares posibles los mayores oyen menos que los más jóvenes. La explicación es sólo hipotética (pero sin datos sólo podemos suponer): la música pierde

significación o importancia con la edad, tanto en su dimensión más íntima o personal (la típica o tónica imagen del adolescente oyendo a sus favoritos encerrado en su cuarto) como en la social (en casa de un amigo, celebrando un disco-forum, o asistiendo a un concierto), pero no por ello, deja de oírse, en algún lugar, en algún momento. Con la mayor edad, deja de ser parte importante de una experiencia y se convierte en un fondo musical. Cuando bajan el tiempo y las ganas para bajar música, oíría en MP3, y asistir al concierto, continúa oyéndose por otros medios, pero más de fondo y menos en primer plano.

10. TEATRO

Se ha pedido a los encuestados que califiquen su interés por el teatro de 1 (mínimo) a 5 (máximo). La media de todas las respuestas ha sido 2,79; la desviación típica, 1,192. La respuesta más frecuente ha sido el interés medio, con el 27,3% de respuestas, el interés bajo y el muy bajo sumaban el 40,8%, y el interés alto y muy alto sumaban el 31,9%. La asistencia al teatro es inferior al interés manifestado. Dos tercios no asiste al teatro siquiera una vez al año y casi la mitad, 48,1%, declaran no hacerlo nunca o casi nunca (si se les suman quienes no contestan resultan más de la mitad). Del título de la última obra que les gustó no se acuerdan el 77,6% de los preguntados. Quienes no lo recuerdan son quienes van una vez al año o menos, que pueden no haber ido este año todavía, no haberles gustado lo que vieron o no recordar el título.

El sexo es una vez más una variable discriminadora. Como en los anteriores casos en que la palabra escrita era conductor de la cultura, las mujeres están más interesadas y hacen mayor uso del medio. La media del interés general es 2,79, como se ha dicho, pero el de las mujeres es de 3,17 y el de los varones de 2,37 (con la misma dispersión para ambos sexos). Las medias de asistencia están más próximas, pero, incluso así, ellas asisten más que ellos.

Cohérentemente con lo anterior, la otra variable que viene siendo discriminante lo es ahora también, la rama de estudio. El mayor interés y la asistencia más frecuente se da entre los estudiantes de Humanidades. Su interés medio es de 3,58 bastante superior a la media general y a la siguiente, y su asistencia media es una vez al año. Si se tiene en cuenta que menos de una vez al año, la media general, es una respuesta indefinida, la diferencia puede ser mayor que la señalada por la aritmética. Añadido el dato de que estos jóvenes sí se acuerdan de la última que vieron y les gustó, la diferencia con el resto es notoria. Parecido interés presentan los estudiantes de Ciencias Sociales y Jurídicas y de los Ciencias Experimentales (medias de 3,02 y 3, respectivamente), aunque los primeros asisten algo más (porque en mayor proporción asisten una vez al año). Con poco menos interés (media de 2,86) y asistencia siguen los de Ciencias de la Salud. Por último, los estudiantes de Técnicas marcan diferencias, su media en interés baja a 1,98 y lo frecuente en ellos es no asistir nunca o casi nunca. No se trata sólo de un efecto de la escasa feminización de estas titulaciones, sino de un desinterés por medios y formas culturales basados en la palabra, posiblemente anterior a los estudios universitarios.

Aunque no haya pruebas de esa antelación, sí hay razones para suponer que los años universitarios, en este como en los anteriores, apenas influyen en los usos culturales de los jóvenes universitarios. El hecho, del que no puede deducirse la afirmación anterior, pero que la hace presumible, es que la edad no es una variable discriminadora. Los más jóvenes manifiestan mayor interés por el teatro que los mayores y asisten con alguna frecuencia más. Las diferencias por grupo de edad son muy pequeñas, lo que refuerza la hipótesis de que todas las cohortes ingresaron y egresarán de la universidad con el mismo interés y la misma asistencia al teatro. Así sucede en general con los usos culturales literarios, pero no con las nuevas tecnologías, con las que se ha observado una mayor implantación en los más jóvenes que en los mayores.

Los usos culturales que son objeto de estudio en este proyecto no son comparables con una misma unidad de medida, como pueda ser la frecuencia de uso. Entre ver la televisión, oír la radio, leer un libro e ir al teatro hay, entre otras, una diferencia en el esfuerzo requerido. Se confirma en estos casos que a menor coste, mayor uso. Pero las diferencias en la intensidad y la frecuencia de los usos culturales no puede ser explicada sólo por el desigual esfuerzo que requieren unos y otros, ni por el coste económico, pese a que se lee mucho más la prensa gratuita que cualquier otra, ni por el crecimiento de la imagen y el declive de la palabra, que no se refleja en los talk shows. Ir a una representación teatral obliga a desplazarse, a pagar una entrada y un transporte, etcétera. Pero las exigencias de una práctica deportiva no son menores. De ahí que no sea un desigual grado de exigencia o coste lo que explica la diferencia y no se pueda deducir que reduciendo el coste del uso aumentará la frecuencia del mismo.

11. DEPORTES

Algunos aspectos que se han querido destacar anteriormente como más relevantes de las prácticas culturales de los jóvenes universitarios de la UMA quedan muy bien reflejados con la práctica deportiva. Otros hacen que sea excepcional. Los datos prueban que, en efecto hay una práctica desigual entre varones y mujeres, pero más en cantidad que en el deporte elegido por los sexos. La práctica deportiva habitual es mayoritaria, del 61,1%, por un 38,9% de no practicantes. Entre los varones el porcentaje de practicantes es del 75,1%; entre las mujeres, del 48,2%. La práctica deportiva desciende con

la edad, observándose tres grados diferentes, el más alto, del 63,1%, para el grupo 18-21; prácticamente el mismo, del 58,7% y del 58,6%, para los 22-24 y 25-27 años, respectivamente; y el más bajo, del 53,6%, para el grupo de 28-30. La actividad laboral no implica una práctica menor, practican lo mismo quienes trabajan principalmente, quienes estudian principalmente y trabajan, y quienes solamente estudian. Se trata, pues, de un uso para el que hay ocasión cualesquiera que sean las circunstancias (observadas), un uso cuya oportunidad refleja una mayor voluntad.

Lo excepcional de la práctica deportiva estriba en que es mayoritaria, pese a que su coste es comparativamente alto, pues requiere un esfuerzo mayor que ver la televisión o que oír música en casa o en el coche, otras prácticas mayoritarias, y a diferencia de lo que ocurre con otros usos, como asistir a representaciones teatrales o a conciertos de géneros musicales distintos del pop y del rock, cuya práctica tiene un coste y son minoritarias. En definitiva, el deporte interesa en un grado que no interesan, con diferencia, otras prácticas culturales. En Técnicas, se da la mayor práctica deportiva, del 75,8%, y la composición por sexos lo explica en buena parte. Humanidades, con un 51,6% de práctica, se sitúa en el extremo de menor práctica, seguida de Ciencias Sociales y Jurídicas, con un 53,6% de práctica. En ambos casos, la mayoritaria presencia femenina lo explica. Pero la representación femenina es mayor que las anteriores en Ciencias de la Salud y su práctica deportiva es del 63,6%. El peso de las mujeres es también mayor que el de los varones en Ciencias Experimentales, aunque no tanto como en la rama anterior, y su práctica deportiva es del 71,4%, próxima a la de Técnicas. Hay más que sexo en estas diferencias.

Quienes practican deporte son muy deportistas, pues la media es una práctica de 2,5 deporte por practicante habitual. Esta diversidad hace que la lista de preferentes no coincida con la de prácticas más frecuentes.

Los diez deportes preferentes son:

gimnasio,
fútbol sala,
fútbol,
otros deportes,
baloncesto,
natación,
tenis,
padel,
danza
footing.

Los diez deportes más practicados son:

fútbol,
fútbol sala,
gimnasio,
baloncesto,
natación,
tenis,
otros deportes,
footing,
padel,
artes marciales.

En el primer grupo se ordenan por orden decreciente los diez deportes que más veces han sido señalados como deporte principal. Los practicantes van de 38, en el caso del fútbol sala, a 5, en el caso del footing. En la segunda columna aparecen en el mismo orden los diez deportes que más veces han sido señalados en respuesta múltiple, desde 80 veces, en el caso del fútbol, a 18, en artes marciales. La primera práctica deportiva principal es el gimnasio. Aunque el deporte se llama gimnasia, en cualquiera de sus modalidades, en el gimnasio no se practica exclusivamente la gimnasia, sino otras actividades que no configuran una práctica comparable a otras. El gimnasio es la única práctica deportiva para la mayoría de quienes la realizan, lo que no ocurre con otras prácticas deportivas mayoritarias, que, como en los casos más ejemplares del fútbol y el fútbol sala, son compatibles o complementarias. El gimnasio es la práctica deportiva más feminizada, junto con la natación, el tenis y las artes marciales (en las cuatro, hay más mujeres practicantes que hombres) y la que más mujeres practican en términos absolutos. Para la mayoría de las practicantes, el gimnasio es su única práctica deportiva. Es presumiblemente una práctica no competitiva, con menor motivación estrictamente deportiva. En otras palabras, es muy posible que en el gimnasio se haga más ejercicio físico que deporte. Es lo que hacen la mayoría de las mujeres.

Las diferencias entre los sexos son bastante claras. Las practicantes son mayoría en términos absolutos en gimnasio, natación, artes marciales, danza y gimnasia rítmica. La práctica femenina es importante en "otros deportes", donde igualan a los varones en número de practicantes, y, en menor medida, en ciclismo, tenis, padel y footing. Los deportes más

masculinizados son el fútbol sala, el fútbol y el baloncesto, entre los más practicados, y el rugby, el remo, el atletismo, el balonmano y el voleibol, entre los minoritarios. En todos los deportes hay practicantes varones. Menos en rugby, hay mujeres practicantes en los demás deportes.

La frecuencia media de la práctica deportiva es de alguna vez a la semana, pero las diferencias son importantes según el deporte principal. Las respuestas sugieren que los practicantes habituales son algunos menos, 4 varones y 4 mujeres, que ocasionalmente han jugado al fútbol o han nadado. El deporte que destaca por su alta frecuencia es artes marciales, cuya práctica es mayoritariamente diaria. Le siguen por este orden: remo, balonmano, atletismo, voleibol, gimnasio, footing, danza y natación, que se practican con una frecuencia entre diaria y semanal. El dato subraya todavía más el carácter excepcional de la práctica del gimnasio, pues entre los mayoritarios es el único con una frecuencia al menos semanal. Los deportes mayoritarios, como fútbol, fútbol sala, otros y baloncesto, se practican entre semanal y mensualmente, igual que tenis, ciclismo, rugby y padel.

La última cuestión a considerar en este epígrafe es la asistencia a competiciones deportivas. Asisten el 41,1% y no asisten el 58,9%. Los más vistos en la cancha son: fútbol, con un 21,3% de asistentes; baloncesto, con un 12,2%, y fútbol sala, con un 9,2%. Los siguientes, balonmano y artes marciales, bajan hasta el 2,4%. La falta de práctica y la no asistencia a las competiciones van unidas, pero no igualmente la práctica y la asistencia. Se explica en buena medida por las distintas oportunidades de asistir a distintas competiciones deportivas. Existe una competición regular de fútbol y una de baloncesto con extraordinaria difusión en los medios de comunicación, que se celebran en recintos con aforo para miles de asistentes. Existe, en definitiva, una oferta de determinados deportes, los mayoritarios, que no existe de otros. En consecuencia, es más fácil practicar los minoritarios que asistir a sus competiciones. A esta circunstancia hay que añadir otra: que el interés por lo minoritario es mayor, que la práctica conlleva otro grado de implicación personal⁹. No caben las anteriores consideraciones para el caso del footing. Sí caben para el fútbol, fútbol sala, baloncesto, balonmano y voleibol, como deportes informados para el gran público y con alta proporción de asistentes. También para las artes marciales, el rugby y el remo, ejemplos que aúnan la condición de practicante y asistente a la competición, debido al grado de implicación personal. Los demás son más practicados que vistos en el lugar de celebración, posiblemente porque sea más fácil lo primero que lo segundo.

12. OTRAS ACTIVIDADES RELACIONADAS CON LA CULTURA

En este epígrafe se mide la práctica de algunas actividades muy variadas, con carácter cultural. Se miden tres frecuencias que se presentan como excluyentes o de respuesta única: en el último año, alguna vez y nunca. Los resultados han sido los siguientes:

Porcentajes de visitas o asistencias

	Nunca	Alguna vez	En el último año
Ha visitado un monumento histórico	7,6	37,0	55,4
Ha visitado un parque natural	11,6	50,8	37,6
Ha visitado una exposición de arte	15,4	45,7	38,9
Ha asistido a una feria del libro	10,8	41,4	47,8
Ha visitado una feria de artesanía	33,0	38,1	28,9
Ha visitado un museo de Bellas Artes	29,7	45,7	24,6
Ha viajado al extranjero	24,9	39,7	35,4
Ha acudido a una feria comercial	32,7	41,4	25,9
Ha asistido a una conferencia	11,4	38,1	50,5
Ha visitado un zoológico	14,3	70,0	15,7
Ha visto o escuchado un programa cultural en TV o radio	8,9	27,6	63,5

Estas magnitudes son difícilmente comparables, no obstante, algunas conclusiones son más evidentes que otras. La primera que puede subrayarse: lo más habitual es ver o escuchar un programa cultural en los medios, máximo durante el último año y segundo mínimo en nunca. En este caso, el medio sirve al mensaje: un medio de masas hace llegar a una mayoría un mensaje minoritario por otros medios. No por elemental la conclusión es poco trascendente. Todo lo contrario: crear hábitos es fácil si se utilizan los instrumentos adecuados. Si hubiese pobreza cultural generalizada, no sería por falta de disposición popular, sino por falta de medios institucionales.

En el extremo opuesto están las visitas a una feria de artesanía y a una feria comercial, casi un tercio no lo ha hecho nunca y algo más de un cuarto lo ha hecho durante el último año.

Difícil es que la edad no marque alguna diferencia en la realización de estas actividades. Entre el primero y el último grupo de edad hay aproximadamente 10 años de diferencia que aumentan las oportunidades de visitas y asistencias. No se puede establecer una diferencia de uso por edades en actividades que se pueden hacer alguna vez en diez años. Las diferencias por grupos de edad de estas prácticas sólo pueden marcarse con las asistencias del último año. No se produce con la mayor edad un aumento del hábito de estas actividades. Las diferencias reflejan sólo el cumplimiento de una probabilidad. Que lo posible suceda es sólo cuestión de tiempo. Una tabla de contingencia con la edad y los porcentajes de asistencia del último año lo muestra con claridad.

Porcentajes de visitantes, asistentes y espectadores durante el último año por grupos de edad

	18-21	22-24	25-27	28-30
Ha visitado un monumento histórico	58,8	50,0	58,6	39,3
Ha visitado un parque natural	37,3	35,0	51,7	32,1
Ha visitado una exposición de arte	39,0	36,2	48,3	35,7
Ha visitado una feria del libro	46,3	52,5	44,8	50,0
Ha visitado una feria de artesanía	30,9	27,5	24,1	21,4
Ha visitado un museo de Bellas Artes	23,2	30,0	24,1	21,4
Ha visitado el extranjero	32,6	41,2	44,8	32,1
Ha acudido a una feria comercial	22,3	32,5	34,5	28,6
Ha asistido a una conferencia	48,5	51,2	62,1	53,6
Ha visitado un zoológico	11,6	22,5	27,6	17,8
Ha visto o escuchado un programa cultural en TV o radio	63,5	62,5	69,0	60,7

Sumar las columnas es la forma más sencilla de comparar los resultados. Los resultados así obtenidos son congruentes con los observados en otras prácticas. Se produce un aumento de la práctica general desde los 18-21 hasta los 25-27 años, pero ésta cae por debajo del nivel de 18-21 en el grupo de 28-30. Otra vez, los datos subrayan el poco efecto que en las prácticas culturales tienen los años universitarios.

La más discriminante de todas las variables que se vienen considerando es la rama de enseñanza. Con parecidos resultados que en las prácticas anteriores: en un extremo está Humanidades y en el otro, Técnicas. La distancia entre ambos grupos es considerable, pues la relación entre las prácticas de los primeros y de los últimos es de 5/3. Ambos grupos están distanciados del que más cerca tienen. Entre los estudiantes de Humanidades, supera el 50% durante el último año la asistencia a monumentos, exposiciones de arte, ferias de libros, museos de arte, conferencias, viajes al extranjero y visión o audición de programas culturales a través de los medios. Sólo en esta última práctica los estudiantes de Técnicas han sumado más del 50% durante el mismo período. En segunda posición por estas prácticas y con el mismo criterio de medición, está Ciencias de la Salud, a continuación, Ciencias Experimentales y, detrás, Ciencias Sociales y Jurídicas.

El sexo establece menos diferencias, siempre a favor de las mujeres, excepto en el caso del programa cultural en los medios, que ellos han realizado en mayor proporción que ellas. La diferencia es muy corta en viajar al extranjero y en visitar un parque natural, y máxima en asistir a una conferencia y a una feria de artesanía.

Una última cuestión a considerar en este epígrafe es si el nivel educativo de los padres presenta alguna relación con algunas de estas prácticas. Como se ha observado con otras variables anteriormente, los estudios universitarios de los padres marcan una diferencia a favor de una mayor práctica general, pero es pequeña, salvo en tres prácticas en las que resulta más discriminatoria la variable: visitar museos, acudir a exposiciones de arte y, sobre todo, viajar el extranjero.

13. OCIO

El ocio no es falta de actividad sino de actividad no productiva o, quizás más propiamente, de actividad no contabilizada como productiva¹⁰. Para conocer qué hacen en su tiempo libre, se les ha preguntado a los jóvenes universitarios la frecuencia con la que realizan veinticuatro actividades de tiempo libre y una no actividad. Al preguntarse por ocho frecuencias posibles, se producen doscientos resultados. Una información que por su magnitud interesa resumir. Sobre muchas de estas actividades ya se ha informado y puede resultar repetitivo volver sobre ellas. No obstante, se hará en la medida que sea útil para configurar una visión general de cómo pasa su tiempo libre la juventud universitaria. Es importante la distinción entre actividades que se realizan en casa y, probablemente, en privado y actividades que se realizan fuera de casa y, probablemente, en público. Es obvio que la televisión, la radio o Internet son conductores de relaciones sociales extensas. La distinción no se establece por la relación social, sino por la relación personal. En la actividad pública es probable que la haya, en la actividad privada no.

Reduciremos las frecuencias a cuatro: actividad habitual (2-7 días/semana), actividad de fin de semana, actividad mensual (1-4 veces/mes) y actividad escasa o no actividad (frecuencia inferior o nula). Se incluyen todas las actividades por las que se ha preguntado en esta cuestión, pese a que ya se ha informado de parte de ellas. No es nuestra intención repetirnos, sino facilitar una visión general del empleo del tiempo de ocio y nuestra explicación del mismo. Los resultados son los siguientes:

Porcentajes del total de jóvenes que realizan la actividad con la periodicidad indicada

	Habitual	Fin de semana	Mensual	Menos o Nunca
Beber, ir de copas	18,9	40,0	22,4	15,7
Ir a discotecas, a bailar	11,6	41,4	24,0	20,3
Ir de botellón	12,2	37,3	22,2	24,3
Salir o reunirse con amigos	57,8	19,2	11,9	5,7
Hacer deporte	38,9	9,2	13,2	31,8
Asistir a competiciones deportivas	10,5	11,4	15,4	51,3
Ir de excursión	5,7	6,8	16,0	64,9
Viajar	5,9	5,4	22,2	63,8
Ir al cine	7,0	12,4	43,8	31,9
Ir al teatro	6,2	4,1	9,4	71,3
Ir a conciertos	7,6	3,0	10,8	71,1
Ir a museos y exposiciones	8,4	4,6	19,7	62,5
Asistir a conferencias y coloquios	10,0	4,9	18,4	59,8
Salir al campo o a la playa	13,5	15,7	29,7	36,8
Asistir a actividades religiosas	10,8	4,9	5,6	61,6
Realizar actividades asociativas	12,2	4,6	9,4	58,9
Realizar acciones de voluntariado	10,8	3,0	11,3	61,6
Oír música	74,9	6,5	6,2	8,1
Leer libros	42,2	9,7	16,2	28,9
Leer prensa y revistas	61,1	9,2	11,1	16,5
Ver televisión	73,5	7,6	8,4	7,8
Oír la radio	64,9	7,8	10,8	13,3
Usar el ordenador	78,1	3,5	4,1	9,5
Jugar con video juegos, consolas	29,7	7,8	14,1	39,7
Descansar, no hacer nada	33,2	16,8	14,3	28,4

Las consideraciones que se hacen a continuación tendrán en cuenta principalmente las cifras de práctica habitual y de fin de semana, ya que el propósito es conocer cómo organiza regularmente su tiempo de ocio el joven universitario, y una actividad que se hace entre una y cuatro veces al mes no precisa el mismo acoplamiento con las demás actividades regulares y cotidianas. De ahí que se hayan agrupado en una misma columna dos respuestas: nunca/casi nunca y con frecuencia menor que mensual. Una actividad que se hace alguna vez durante el año es extraordinaria, mientras que el tiempo libre es tiempo cotidiano.

Así pues, las actividades de ocio pueden diferenciarse entre sí en función de su temporización: las que se hacen alguna vez (mensualmente), las que hacemos los fines de semana y las que hacemos a diario o casi. Todas son actividades de ocio si como tales se califican por quienes las realizan, pero su significado es distinto. Se han informado en las filas superiores del cuadro aquellas actividades cuya práctica se realiza en locales públicos o espacios abiertos (hasta "realizar acciones de voluntariado") y en las filas inferiores (a partir de "oír música") las que, segura o probablemente, se realizan en casa. De este modo se ve con relativa claridad la relación entre tiempo y espacio de la actividad. La actividad diaria es más doméstica y privada, la actividad de fin de semana es más callejera y relacional. Se hace diariamente lo más accesible: usar el ordenador, oír música, ver la televisión y oír la radio. Pero, aun así, las relaciones de amistad son de vital importancia para el joven, son las que, más que cualesquiera otras, le definen como tal. En consecuencia, "salir o reunirse con amigos" no es asunto que puede dejarse para los fines de semana y el 57,8% lo hacen sin esperar el fin de semana. Los fines de semana se va a bailar en las discotecas, de copas, de botellón, también se reúnen los amigos y se va al campo y a la playa. Todos los días hay ocio, pero no todos los días hay el mismo ocio.

Se hace necesario, más incluso viendo los resultados, diferenciar entre ocio y tiempo libre. El ocio es un conjunto de actividades que se caracterizan por su mayor grado de voluntariedad y menor de reglamentación. El tiempo libre es un período para hacer lo que se quiere, incluido no hacer nada. El Diccionario de la Lengua Española define las voces "ociosidad" y "ocioso" negativamente. De la primera dice que es el "vicio de no trabajar, perder el tiempo o gastarlo inútilmente".

te". De la segunda señala cualidades como "sin trabajo o sin hacer alguna cosa, desocupado, inútil, sin fruto, provecho ni sustancia". En cambio, el ocio es "diversión u ocupación reposada en obras de ingenio". Ocurre con el ocio como con esas creencias que son buenas según lo en serio que las creamos. Algunos jóvenes universitarios son ociosos durante su tiempo libre, pero más de lunes a viernes que los fines de semana. Descansar y no hacer nada durante el tiempo libre lo hacen habitualmente casi el doble (33,2%) que en fin de semana (16,8%). Ser joven puede ser muy cansado, especialmente los fines de semana.

Si omitimos las actividades ya informadas y que presentan una práctica menor y centramos el análisis de tiempo y actividad en las que ocupan las tres primeras filas: ir de copas, ir a discotecas e ir de botellón, y en las actividades que se realizan en casa y ocupan las filas dieciocho a veinticuatro, la diferenciación temporal entre actividades públicas, las primeras, y privadas, las segundas, resulta muy evidente. En los días "laborables" son más frecuentes las relaciones de amistad y, posiblemente, las familiares. En el fin de semana se desarrollan las relaciones interpersonales más amplias, más ceremoniales. Es menos un tiempo para estar con los amigos y más para estar con los pares, a través de cuyo reconocimiento se constituye la identidad del joven, en el ritual de reconocer y ser reconocido. Son tiempos diferenciados, pero complementarios, como para el adulto puedan serlo el tiempo y la actividad laboral y el tiempo libre, en el que cada vez más adultos se reconocen más ellos mismos que en el laboral.

La edad debería ser, en congruencia, una variable discriminadora. Confirmando resultados anteriores, lo es para el grupo de mayor edad, 28-30 años, para quienes ya se han observado diferencias, entre las que tiene una especial relevancia para el caso su mayor dedicación a la actividad laboral. Mientras que los tres grupos de menor edad configuran su ocio de forma muy parecida, los mayores han reducido sus actividades de ocio, su tiempo libre o ambas cosas¹¹. El hecho es que este grupo va menos a bailar, va menos de copas, va menos de botellón y se ve menos con los amigos. Esta pérdida de actividades ociosas es generalizada, pero más evidente los fines de semana. El mismo grupo hace más las actividades que hemos contrapuesto: leer libros, leer prensa, ver la televisión, oír la radio (con más diferencia que en las actividades anteriores) y usar el ordenador.

Por sexo las diferencias son menores que las que la edad establece para los mayores. El ocio de ellas es menos público y más privado. La diferencia es mayor en la lectura y en la escucha de radio, más "femeninas", y en el uso de vídeo consolas y la reunión con amigos, más "masculinos". Dos actividades no han sido informadas en epígrafes anteriores, las de voluntariado y las religiosas. Ambas guardan relación entre sí. Quienes más las realizan coinciden en ambas. El voluntariado parece menos secularizado que otras actividades que poca o ninguna relación tienen con la solidaridad. Los datos dicen que ellas son más religiosas y más solidarias que ellos.

En lo relativo al área de conocimiento, las diferencias guardan también congruencia con las obtenidas anteriormente. Los estudiantes de Ciencias Sociales y Jurídicas, Ciencias Experimentales y Técnicas puntúan más alto en las actividades de ocio público, mientras que los de Ciencias de la Salud y Humanidades puntúan más en las actividades de ocio privado. La lectura y el uso del PC, entre las actividades privadas, y el botellón e ir de copas, entre las públicas, son las que marcan mayores diferencias.

14. OTRAS ACTIVIDADES CULTURALES

Durante el último año, los jóvenes universitarios de la UMA han representado obras de teatro (25,1%), han participado en actividades musicales (19,5%), pintado cuadros (14,3%), escrito libros (13,8%), hecho cine (13,5%), esculpido (6,6%) y realizado otras actividades culturales no especificadas (4,9%). Ellos son más activos que ellas, dato que refuerza en la explicación más probable, una conclusión anterior: que se observa alguna diferencia entre los sexos en las actividades públicas, más frecuentes en ellos que en ellas. El hecho puede producir disgusto, pero no sorpresa. Ya que, en estas actividades el papel desempeñado no es el de usuario de la oferta cultural, sino el de participante y sujeto activo de la misma, los varones pueden tener más oportunidades, no tanto por una discriminación que se produzca en el mercado de la cultura como por la que sigue operando en el ámbito familiar: desde temprana edad, anterior al ingreso en la universidad, las responsabilidades domésticas se reparten desigualmente entre los sexos y en perjuicio de las chicas. No debe ignorarse que en la estructura de la acción discriminatoria no participan sólo dos personas, discriminador y discriminado, sino tres: discriminador, discriminado y beneficiario. Esta estructura legitima las acciones positivas. Las mujeres están en la universidad con los mismos derechos y deberes efectivos que los hombres, pero no es igualmente cierto que se encuentren en la misma situación en otras instituciones, especialmente en la familia. Junto a la anterior circunstancia, el peso de una tradición cultural puede influir en que las mujeres hayan hecho más teatro que los hombres y menos todas las demás actividades.

La actividad participativa aumenta con la edad, el índice de actividad del grupo 28-30 es, con diferencia, el mayor de todos. Por ramas de enseñanza, Ciencias Sociales y Jurídicas y Ciencias Experimentales son las más activas, a continuación, Técnicas y, a más distancia, Humanidades y Ciencias de la Salud. La actividad teatral es la mayoritaria en Humanidades y Ciencias Sociales y Jurídicas. La actividad musical en Técnicas, Ciencias Experimentales y Ciencias de la Salud.

Tan significativo como lo que hacen, es lo que desean hacer. Salvo obras de teatro, que se han hecho más que se desean hacer, el deseo es mayor que la actividad. Desean hacer teatro un 18,4%, escribir libros un 25,4%, pintar cuadros un 23,8%, esculpir un 18,4%, hacer cine un 30,5%, música un 23,8% y otras actividades un 5,1%. Aunque minoritarios, son buenos deseos, pero quienes declaran haber hecho una actividad no desean volver a repetirla. De 93 jóvenes que han hecho teatro, 8 quieren repetir la experiencia; de 51 que han escrito un libro, 2; de 53 que han pintado, 2; de 24 que han esculpido, ninguno desea repetir; de 50 que han hecho cine, 5; de 72 que han interpretado música, 6; y de 18 que realizaron otras actividades, 2. Al parecer, son actividades que no crean hábito. Quizás, en el mejor de los casos, su gratificación intrínseca no sea suficiente y sea necesario un mayor reconocimiento o apoyo social. No ocurre lo mismo con la asistencia al gimnasio, que exige esfuerzo y constancia. Cualesquiera que sean las causas actúan de forma generalizada. Las soluciones, consecuentemente, han de aplicarse de la misma forma. El deseo es poco mayor en ellas que en ellos, apenas se observa variación con la edad, y, en cuanto a la rama de enseñanza, se observa que Humanidades y Ciencias Sociales y Jurídicas presentan mayor inclinación por la cultura literaria (hacer teatro y escribir libros), mientras que Técnicas, Ciencias de la Salud y Ciencias Experimentales se inclinan más por las artes plásticas.

15. GASTO Y SUGERENCIAS PARA LA OFERTA CULTURAL UNIVERSITARIA

No está de más subrayarlo: como quiera que se gaste, se trata de un gasto personal, hecho por personas que, en su inmensa mayoría, no tienen más ingresos que la cantidad que sus padres les dan y lo que consiguen con sus trabajos eventuales y esporádicos. La dispersión del gasto es grande, como ocurría con otras prácticas culturales. No obstante, algunas generalizaciones, que resultan congruentes con las conclusiones anteriores, pueden ser destacadas. Que ellas gastan más que ellos, que el nivel cultural de los padres no presenta relación ninguna con este gasto, que no aumenta con la edad, pero sí, y se trata del criterio más discriminador, cuando se trabaja principalmente y también se estudia. Por último, que no por más practicantes los estudiantes de Humanidades gastan más en cultura. Ocupan la penúltima posición en orden de gasto. Sólo gasta menos, Ciencias Experimentales, y más, Ciencias de la Salud (quienes más), Ciencias Sociales y Jurídicas y Técnicas. Hay una forma de usar la cultura que no conlleva para el usuario un coste económico, ya que, el conjunto de la información analizada hasta ahora confirma el mayor uso de los estudiantes de Humanidades.

Las respuestas hacen difícil determinar los promedios de gasto en cultura, pero informan de que un tercio gasta de 13 a 30 € mensuales, algo menos de un tercio gasta menos y algo más de un tercio gasta más. Un número de jóvenes muy parecido gasta más de 60 € (25) y nada (26). Pero hay que insistir en que el gasto es menos significativo que el uso, porque es un coste alto para el presupuesto presumible y, sobre todo, porque se comprueba que, cuando se poseen ingresos del trabajo, el gasto aumenta considerablemente.

Si hay razones para el pesimismo, ninguna mejor que las respuestas a tres cuestiones que piden: una valoración de la oferta universitaria, la frecuencia de asistencia a actos culturales universitarios y la mención de tres actividades culturales que la universidad debería realizar. La valoración no llega al aprobado, la inasistencia es mayoritaria y el buzón de sugerencias está más vacío que lleno. Las calificaciones posibles para la oferta cultural universitaria comprenden del 1 (mínimo) al 10 (máximo) y la media obtenida con 300 respuestas (de 370) es de 4,4 (y desviación típica de 1,9). Quienes rara vez o nunca asisten a los actos culturales universitarios suman más de 2/3, el 67,3%. Quienes, habiéndoles pedido que propusieran tres actividades culturales para la oferta universitaria, no han propuesto ninguna, han sido el 46,5%. Si hay razones para el optimismo, ninguna mejor que a la que inducen las respuestas anteriores: casi todo está por hacer. El yacimiento de actividad es enorme.

ALGUNAS CONSIDERACIONES, A MODO DE EPÍLOGO, ACERCA DE LA UNIVERSIDAD Y LA CULTURA

La oferta cultural universitaria de la UMA suspende con un 4,4 según la valoración que hacen sus estudiantes. No la aprueban ni las mujeres (4,52) ni los hombres (4,28). Por ramas de enseñanza, la aprueban los jóvenes estudiantes de Humanidades (5,37) y la suspenden todos los demás, Ciencias de la Salud (4,80), Ciencias Experimentales (4,55), Ciencias Sociales y Jurídicas (4,41) y Técnicas (3,90). El juicio no mejora con la edad, con una valoración máxima de 4,63 del grupo 18-21, una mínima de 3,42 del grupo 25-27, de 4,22 del grupo 22-24, y de 4,14 del grupo 28-30.

Cuanto más se aprovecha más se aprecia: quienes asisten regularmente a los actos universitarios la califican más alto (5,67) y quienes nunca asisten, más bajo (2,91). Fácilmente se sabe cuál es la causa y cuál el efecto. Quienes no gastan (gastan cero euros mensuales) en cultura califican la oferta cultural de la UMA más bajo que todas las categorías anteriores, con 2,68. El gasto personal en cultura (distinto de cero) no establece diferencias en esta valoración. Las proyecciones cinematográficas son gratis en buena parte, pero quienes no asisten nunca valoran la oferta cultural universitaria menos que quienes sí asisten, y quienes no saben que existen las proyecciones valoran la oferta cultural menos que los demás.

Pero no se puede concluir que conocer la cultura es desearla. Una proporción siempre inferior a 1/9 de quienes han teni-

do participación activa (no como espectadores o usuarios) durante el último año en actividades como teatro, literatura, cine, música, pintura o escultura, las llamadas bellas artes, desean repetir la experiencia. Cuando los jóvenes universitarios sugieren actividades para incluir en la oferta cultural universitaria, lo menos señalado, con sólo 18 menciones, son actividades deportivas, la más compartida de las actividades públicas. La práctica deportiva, generalizada como hábito, se asume personalmente y no se demanda a la institución. En el mismo apartado de sugerencias, sólo se han hecho 19 menciones de convivencias o intercambios, mientras que viajes/excursiones/visitas ha sido, con diferencia, la actividad más sugerida con 101 menciones. Se sugiere el viaje recreativo, pero no el formativo. Otras instituciones públicas han contribuido a configurar esta demanda juvenil y es comprensible -a la comunidad corresponde debatir si es apropiado o no dentro de su ámbito- que los jóvenes estén influidos por este modelo poco exigente.

Con estricto rigor metodológico no podemos afirmar que la universidad no forma las prácticas culturales de sus alumnos. Para tener evidencia empírica, tendríamos que seguir a los mismos jóvenes desde que ingresan hasta que egresan. Los jóvenes de 18-21 y los de 28-30 estudiados no son los mismos, pero sus usos más culturales y menos relacionales apenas son diferentes. Se producen cambios, más marcados en el grupo de 28-30 años, que se resumen en un uso más privado y menos público de la cultura. Con la mayor edad, se va menos a los conciertos, pero se oye más la radio; se sale menos y se ve más la televisión. No se lee más ni se pinta más, no interesan más el teatro ni el cine. Sólo es una hipótesis en base a este hecho generalizado que reflejan los datos: la universidad no forma culturalmente a sus jóvenes. Probablemente, porque son menos "suyos" que de otras instituciones e influencias, pero ésta es sólo una explicación y no puede ser una justificación.

Uno de los rasgos que se han señalado como característicos de la postmodernidad es la devaluación de las instituciones, que ya no cumplen con sus funciones como lo hicieron en un pasado cada vez más cercano. Si el estado ve limitados sus poderes ante el poder de las empresas multinacionales, si no obliga a compañías nacionales de comunicación a escribir correctamente su propio nombre en los tabloides y el de sus usuarios en las facturas, si ni siquiera obliga a sus propias cadenas televisivas a utilizar correctamente la lengua hablada y escrita y difunde mensajes en jerga incomprensible que devalúan el idioma y la inteligencia de los espectadores, si...

Son consideraciones que abren el campo más allá de los datos disponibles y, por consiguiente, abiertas a la especulación. Pero algunos datos obligan a abrir el campo, si se quieren comprender. Los jóvenes estudiantes de Humanidades y los de Técnicas representan dos modelos contrapuestos de usos culturales. Los primeros se interesan por la cultura escrita y las bellas artes, a los segundos no interesa esa cultura tradicional y sí una cultura de la imagen y las nuevas tecnologías. Pero no hay ninguna variable entre las recogidas en el campo que lo explique. Si suponemos que la mayoría de los gustos, intereses y usos culturales se forman o empiezan a una edad anterior al ingreso en la universidad y se comprueba que así es efectivamente, una, varias o muchas influencias han quedado fuera de observación. Presumiblemente, el período formativo anterior ha contribuido a esos gustos, intereses y usos. Se decía cuando se comprobaba la ignorancia de un joven en temas que un adulto consideraba importantes o elementales: "¿Qué os enseñan en la escuela?" Los supuestos responsables contestarían ahora: "Lo mismo que en casa o en la universidad: lo que se dejan". Se puede argumentar que la bioquímica, la ingeniería, la medicina o la matemática necesitan poco de la palabra y del interés por el arte y que, por consiguiente, su devaluación no será en perjuicio de la profesionalidad de los titulados en estas ciencias. La respuesta depende del modelo de universidad y de sociedad que se deseen. Pero ese debate sí queda fuera de este informe.

1. Un ejemplo muy evidente sería la relación entre talla y práctica del baloncesto. Supongamos que los jóvenes varones universitarios miden una media de 177 cms. y que el 60% mide entre 170 y 184 cms. En este intervalo, es presumible que las diferentes tallas influyan poco en esta práctica deportiva, no así cuando se trate de tallas superiores e inferiores. Pese a la idoneidad del ejemplo para el argumento, no hay otras semejanzas, porque entre talla y práctica del baloncesto se daría una relación de causa y efecto, mientras que entre la ubicación política y la religiosidad la relación es de interdependencia.

2. El hincapié hecho en la influencia de la educación familiar puede contrastar con la poca lectura de los estudiantes técnicos, cuyos padres no presentan un nivel educativo distinto de los demás padres. La importancia atribuida a la familia ha subrayado un dato disponible, pero habrá otros que completen la explicación y que han quedado fuera de la observación. En este caso, es presumible que el tipo de enseñanza media cursada sea un factor también decisivo. Aunque un informe académico no sea lugar para la anécdota personal, no me resisto a contar que durante años me sorprendió el interés humanístico de los ingenieros españoles que hoy tienen más de 60 años, que yo observaba en sus lecturas y en sus bibliotecas particulares. Uno de ellos me explicó que el bachillerato que se cursaba en sus años escolares tenía muchos contenidos humanísticos y que de ahí venía ese interés, que a él también le parecía común entre los colegas de su generación.

3. El préstamo de libros para estudiantes en las bibliotecas de la UMA, que como se verá a continuación es el segundo motivo de asistencia, exige al estudiante su presencia semanal, ya que este préstamo caduca en 3 ó 5 días.

4. Una relación podemos suponer entre el uso de la biblioteca y el tiempo de permanencia en el centro universitario. ¿Podría ser que las prácticas de laboratorio hagan que estos alumnos permanezcan más tiempo en su Centro y, consecuentemente, visiten con más frecuencia la biblioteca?

5. El horario de lectura y préstamo más común de las bibliotecas de la UMA es de 8:30 a 20:30. En período de exámenes (junio-julio, febrero y septiembre), la Biblioteca General abre por las noches. Las bibliotecas, salvo en unas pocas titulaciones que aún carecen de edificio propio, están ubicadas en el centro universitario.

6. Aunque entre ver una película en la sala pública y hacerlo en la televisión o en el PC hay diferencias más que formales, no son menores que las que hay entre oír música en directo, oírla en un buen equipo de reproducción (high end, clase A u otras denominaciones de la jerga audiófila) y hacerlo en el coche. Pero en todos los casos, se ve cine y se oye música.

7. De hecho, cuando se preguntó por el tipo de lecturas que se hacían, sólo 7 de los 370 encuestados mencionó (en respuesta múltiple) libros de arte.

8. La UMA tiene oferta cinematográfica desde prácticamente su constitución. De octubre a mayo se proyectan películas los viernes. Desde hace 16 años, a la anterior oferta hay que añadir la Semana del Cine Fantástico, cuya media de proyecciones ronda las 70. Las proyecciones son gratuitas para todos los asistentes (hasta completar el aforo), salvo cuando por su carácter extraordinario (Semana del Cine Fantástico, por ejemplo) se realizan, además de en locales universitarios, en salas de cine. Para el acceso a estas salas el precio actual es de 3 euros la sesión.

9. La práctica deportiva puede ser un marcador de clase y una señal de identidad, si se dan determinadas circunstancias. Tres casos pueden servir de ejemplo: el polo, el ajedrez y el fútbol. Nadie entre los encuestados practica polo, pero, si lo hubiese, le adscribiríamos una condición clasista que va indisolublemente unida a esta práctica. Que no se haya mencionado el ajedrez hace de él una fácil señal de identidad (como entre los mencionados puede ocurrir con el rugby y el remo). En Rusia, el ajedrez es un deporte con millones de practicantes y una señal de identidad nacional. Cuando ocurrió, perder el título mundial en beneficio de un norteamericano -una figura mítica de este deporte- supuso un duro revés para su orgullo. En Brasil, y en menor medida en la República Argentina, el fútbol es una pasión y la mejor bandera de la nación (gracias a los buenos resultados de la selección nacional). En España el fútbol es de interés y práctica mayoritarios y sirve poco a la identidad española, aunque no así a otras. Cuestión de resultados en buena parte. Una práctica deportiva avalada por buenos resultados puede servir a la identificación universitaria, sin perjuicio de un buen rango científico. No hay que elegir entre una y otro, pues como demuestran los jóvenes universitarios, el estudio y el deporte no son excluyentes.

10. Como es sabido, calificamos como productivas aquellas actividades que contribuyen a la producción de riqueza, es decir, al producto (PNB, PIB, etcétera). Por ello, su contabilidad es condición para que una actividad sea considerada productiva. Es una de las dificultades, no la única, ni a mi juicio la más grave, para considerar el trabajo doméstico familiar (femenino casi en su totalidad) como actividad productiva. Pero es obvio que las tareas domésticas, desde la higiene personal hasta la educación de los hijos, contribuyen a la producción de riqueza. Quiero argumentar con este ejemplo que el ocio del ocioso es, o puede ser, no sólo una actividad, sino también una actividad productiva. Imagínese a un estudiante universitario que en su tiempo de ocio aprende violín, forma un grupo musical y se convierte en figura internacional de la música. Sugiero que es más la voluntariedad que la improductividad lo que define la actividad de ocio o tiempo libre. Quienes menos hacen pueden ser quienes menos tiempo tienen para cualquier cosa.

11. No podemos establecer la distinción claramente porque la pregunta sobre el número de horas libres a la semana para ocio o diversión ha sido contestada sólo por el 41,35%. La desviación típica de la distribución (18,9) está próxima a la media (21,2).