

Antonio Lozano Lubian



UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE ANDALUCÍA

Los jóvenes andaluces universitarios de la Universidad Internacional de Andalucía

Gema González Ferrera y Gema Astorga Daza (Universidad de Cádiz)

En este capítulo se analizan los resultados de la investigación realizada entre universitarios de la Universidad Internacional de Andalucía para conocer sus usos, hábitos y demandas culturales.

Este estudio consta de siete apartados y unas conclusiones:

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

Conclusiones

1. CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS

La encuesta se ha realizado a un colectivo de 276 universitarios, pertenecientes a la UNIA, de los cuales 91 (el 33%) son varones y 185 (67%) mujeres. El mayor porcentaje de mujeres se corresponde con la mayor presencia femenina que se da en nuestro país en las aulas universitarias desde 2000 aproximadamente.

Las cohortes de edad se han agrupado en cuatro tramos: 18-21 años (el 20,3% de la muestra), 22-24 años (44,6%), 25-27 años (23,6%) y 28-30 años (11,6%). De todos ellos, el 93,5 % están solteros, el 2,9% vive en pareja, el 1,8% están casados y el 0,7% son viudos. Ello está en coherencia con el retraso en la edad de matrimonio que se está generalizando en nuestro país y también en cierta medida, con la pérdida de valor de la institución matrimonial.

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

En el caso de los estudiantes de la UNIA, el 65,6% vive con sus padres. Esta tendencia general se explica por varios motivos además del anteriormente apuntado. El alto porcentaje de soltería, el alargamiento de los estudios que persigue una mejor inserción laboral, la carestía de la vivienda y el pacto intergeneracional dentro de la llamada familia mediterránea son los más significativos.

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

La fórmula de pisos compartidos con otros estudiantes (que con frecuencia se prolonga después de la universidad) ocupa, en el caso de los universitarios de la UNIA, el 2º lugar después del hogar familiar, con un 14,1% de los casos. A nivel nacional, esta situación sólo registra un 6% de los casos puesto que un 24,4% de los jóvenes españoles vive habitualmente en un hogar propio, independiente de la familia de origen (Sondeo del CIS).

Respecto al lugar o universidad de procedencia, el 55,1% de la muestra tiene como lugar de origen la provincia de Sevilla, mientras que de Granada proviene el 12,7 y de Huelva el 10,1. El 5,8% procede de otras universidades andaluzas, el 5,4 de otras universidades españolas y el 2,2 de universidades de otros países. Hay que tener en cuenta que la UNIA es una universidad cuyos ejes fundamentales en su oferta de estudios son la enseñanza de postgrado y la formación especializada o complementaria (máster, maestría, doctorado), teniendo especial relevancia los cursos de verano.

Tabla 1

Universidad de origen				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Sevilla	152	55,1	55,1	55,1
Granada	35	12,7	12,7	67,8
Huelva	28	10,1	10,1	77,9
Jaén	19	6,9	6,9	84,8
Otras universidades andaluzas	16	5,8	5,8	90,6
Otras universidades de España	15	5,4	5,4	96,0
Universidades de otros países	6	2,2	2,2	98,2
Ns/Nc	5	1,8	1,8	100,0
Total	276	100,0	100,0	

De entre los encuestados en esta investigación, La Rábida (Huelva) es la sede universitaria que mayor volumen de alumnos recibe, como se observa en la tabla adjunta, con un 41,3%, frente al 19,2% de Baeza (Jaén) y el 39,5% de La Cartuja de Sevilla, sede donde se encuentra el Rectorado de esta universidad.

Tabla 2

Lugar del curso				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Baeza	53	19,2	19,2	19,2
La Cartuja	109	39,5	39,5	58,7
La Rábida	114	41,3	41,3	100,0
Total	276	100,0	100,0	

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

En comparación con otros países europeos, es muy baja la tasa de bachilleres (22,5% de los padres y 24,3 de las madres) y universitarios (31,2% de los padres y 23,2% de las madres). Es muy significativa la herencia de una desigualdad de género tan marcada siendo aún el porcentaje de padres universitarios perceptiblemente mayor al de madres universitarias.

Para acercarnos al perfil socioeconómico de las familias, hemos preguntado por los ingresos medios familiares. Los ingresos medios anuales de las familias de los estudiantes de la UNIA son superiores a los 1.000 € en un 42% de los casos, siendo sólo en el 5,4% muy superiores; el 36,2% se sitúa alrededor de esa cifra y son relativamente pocas las familias que perciben retribuciones inferiores (6,2%).

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

El rasgo básico es la dependencia económica familiar total o casi total. Sin embargo, esto es compatible con una tendencia a la cofinanciación parcial, sustentada sobre una oferta laboral en el sector servicios que se desarrolla en los fines de

semana. Estos suplementos económicos contribuyen a consolidar el modelo de estancia de los jóvenes en el núcleo familiar hasta edades tardías: son ingresos que facilitan una mayor calidad de vida en términos de acceso al consumo, pero que no son suficientes ni constantes como para permitir el acceso a la independencia económica.

Refiriéndonos específicamente a la muestra de nuestro estudio en la Universidad Internacional de Andalucía, dos de cada tres estudiantes se dedican únicamente a la tarea de estudiar, frente a un 22,5% (casi uno de cada cuatro) que compatibiliza esta actividad con el trabajo a tiempo parcial, una tendencia que se generaliza con la prolongación de la estancia en casa de los padres y los contratos a tiempo parcial y discontinuos, mayoritariamente en hostelería, restauración y otros servicios. De los que trabajan, un 28,4% lo hace menos de 10 horas por semana, mientras que un 29,4% tiene un horario a tiempo completo (31 a 40 horas y más de 40 horas). El promedio es de unas 23 horas a la semana.

2. CREENCIAS RELIGIOSAS, IDEOLOGÍA POLÍTICA Y ASOCIACIONISMO

2.1. CREENCIAS RELIGIOSAS

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

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

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

Uno de los síntomas del proceso de laicización es la pérdida de valor de las instituciones religiosas. Es el caso de la Iglesia Católica, que aparece como la menos prestigiada en una lista de instituciones que aparece en el Estudio sobre los universitarios españoles de la Fundación BBVA. Entre las instituciones que aprueban, se encuentran las universidades (6,4) y las ONG's y el Consejo Superior de Investigaciones Científicas (6,2 en ambos casos), quedando como menos valoradas las empresas multinacionales (3,9) y la Iglesia Católica con un 2,9, ocupando el último lugar como ya se ha mencionado.

Tabla 3

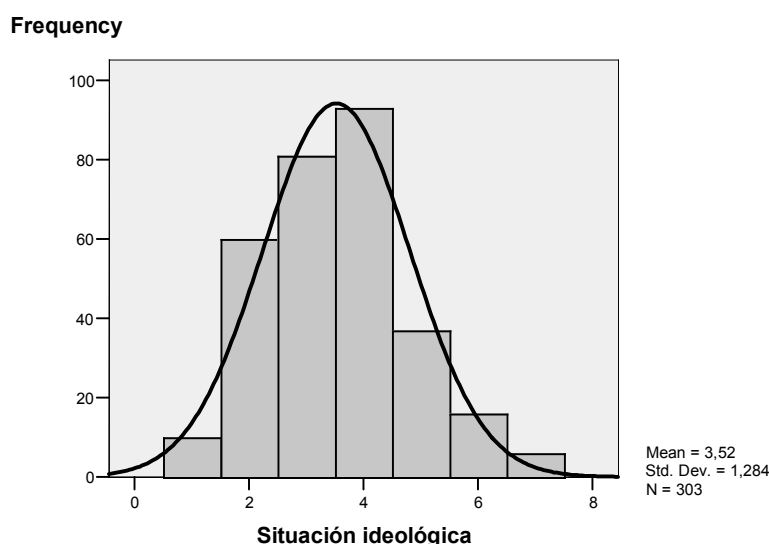
En materia de religiosidad, ¿cómo te definirías?		
	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Católico practicante	11,2	11,2
Católico no practicante	32,2	43,5
Creyente de otra religión	1,4	
No creyente	6,5	
Indiferente	9,4	
Ateo	21,4	
Agnóstico	12,0	
No contesta	5,8	
Total	100,0	

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

En este estudio, como se puede apreciar en la tabla que se presenta a continuación, el porcentaje de quienes se reconocen católicos es superior (el 43,5%), si bien el número de los católicos practicantes queda reducido a un 11,2% del total de encuestados. Por su parte, sólo el 1,4% se manifiesta creyente en otra religión.

2.2. IDEOLOGÍA POLÍTICA

Algo más de la mitad de los encuestados (el 51,4%), es decir, uno de cada dos universitarios se declara de izquierdas o de centro izquierda y casi una cuarta parte de centro, en consonancia con lo que es habitual en el ámbito universitario. Se autositúan en el centro el 23,6% de los encuestados, en el centro izquierda casi el 23,9%, en la izquierda el 27,5% y en la extrema izquierda el 2,5%. Para el centro derecha se inclina el 7,2%, para la derecha el 3,3 y para la extrema derecha el 0,7. Un total de 11,2% no sabe o no contesta.



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

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

2.3. ASOCIACIONISMO

Enlazando con el apartado anterior, en relación a la participación política el contexto de apatía parece intensificarse en estos tramos de edad, en contra de lo que ha sido tradicional en la segunda mitad del siglo recién terminado: sólo el 3,3% de los universitarios de la UNIA pertenece a algún partido político, siendo aún menor la participación en las organizaciones sindicales: 1,4%.

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

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

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

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

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

Tabla 4

¿Podrías decirme si perteneces, has pertenecido o nunca has pertenecido a alguna de las siguientes asociaciones...?			
	Pertenece actualmente	Ha pertenecido	Nunca ha pertenecido
Deportiva	9,8%	15,2%	75,0%
Religiosa	7,2%	6,5%	86,2%
Recreativa, peña, club social	5,8%	4,7%	89,5%
Musical	4,3%	4,7%	90,9%
Excursionista	1,4%	5,4%	93,1%
Benéfica, asistencial	6,9%	6,9%	86,2%
AAVV o consumidores	2,5%	1,1%	96,4%
Defensa y ayuda a inmigrantes	3,3%	1,4%	95,3%
Defensa de derechos humanos, pacifista	3,3%	2,9%	93,8%
Ecologista	3,3%	2,5%	94,2%
Asociación o colegio profesional	3,6%	1,4%	94,9%
Estudiantil	4,0%	4,7%	91,3%
Partido u organización política	3,3%	1,4%	95,3%
Sindical	1,4%	,7%	97,8%
Feminista	,4%		99,6%
Ayuda Tercer Mundo	4,7%	,7%	94,6%
Atención a pobres, ancianos, prostitutas	1,8%	2,9%	95,3%
Movimientos antiglobalización	1,8%	1,8%	96,4%
Otras	4,7%	,7%	94,6%

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

Según se desprende de la tabla adjunta, algo más de la mitad de los estudiantes de la UNIA (un 60% aproximadamente) pertenece a alguna asociación. Esta cifra es comparativamente menor que las de países europeos como Noruega y Holanda donde se alcanza el 80% o Suecia y Dinamarca en las que se sobrepasa el 90%, según la Encuesta Social Europea (2002-03). Sin embargo, si la comparamos con otras universidades de España y Andalucía -en relación a lo que suele ser habitual- esta cifra resulta ser bastante mayor, posiblemente por el hecho de que en esta universidad los estudiantes son de mayor edad ya que aquí se cursan fundamentalmente estudios de postgrado.

De los asociados, las asociaciones deportivas son las que agrupan un mayor porcentaje, algo menos del 10% de los encuestados (9,8%), seguidas de las de carácter religioso (7,4%) y las de tipo benéfico o asistencial (6,9%). Respecto a las asociaciones tipo ONG's, donde se incluyen quienes trabajan solidariamente con el Tercer Mundo, el porcentaje se sitúa en el 4,7%.

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

Asimismo, puede sorprender el manifiesto reconocimiento del 7,2% de los estudiantes de la UNIA de pertenecer a alguna asociación de tipo religioso, lo cual podría explicarse por el hecho de ser estudiantes de mayor edad como se indicaba anteriormente.

También resulta preciso destacar el escaso nivel de asociacionismo de tipo estudiantil, que en la muestra no alcanza al 4% de los encuestados.

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

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

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

3. HÁBITOS DE LECTURA Y UTILIZACIÓN DE BIBLIOTECAS

3.1. HÁBITOS DE LECTURA

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

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

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

Tabla 5

¿Con qué frecuencia lee...?			
	Libros (no profesionales)	Prensa General (no deportiva)	Revistas
	%	%	%
Todos/Casi todos los días	46,7%	42,4%	14,1%
Una/Dos veces por semana	19,9%	26,1%	26,1%
Una vez al mes	13,4%	5,8%	17,4%
Con menos frecuencia	12,7%	17,4%	22,8%
Casi nunca/Nunca	6,2%	8,0%	18,8%
Ns/Nc	1,1%	,4%	,7%

En relación a los estudiantes de la UNIA, hay que decir que son buenos lectores de libros y prensa, diferenciándose de esta pauta general, como puede observarse en la tabla adjunta. Los lectores ocasionales serían uno de cada cuatro universitarios y, por último, quienes no leen nunca o casi nunca textos no relacionados con sus estudios serían sólo el 6,2%.

La media de libros leídos en un año es de 7,2. En torno al 6% de los estudiantes de la UNIA no lee nunca. El 29% ha leído tres libros o menos en el último año y el 65% restante son lectores habituales, con 4 o más libros leídos al año. La desviación típica alcanza el 7,22, lo que refuerza esta imagen de disparidad entre los promedios de lectura de los universitarios, que en el caso de la UNIA muestran una mayor madurez en lo referente a la práctica lectora (comparándolos con lo que suele ser habitual en otros colectivos de jóvenes estudiantes).

Tabla 6

Tipo de libros que suelen leer (a)			
	Respuestas		Porcentaje de casos
	Nº	Porcentaje	
Literatura clásica	43	7,9%	17,9%
Literatura española moderna	102	18,8%	42,5%
Literatura extranjera actual	81	14,9%	33,8%
Best-sellers	74	13,6%	30,8%
Biografías	21	3,9%	8,8%
Poesía	15	2,8%	6,3%
Ensayo	22	4,0%	9,2%
Ciencia y tecnología	31	5,7%	12,9%
Arte	13	2,4%	5,4%
Novela histórica	69	12,7%	28,8%
Novela policíaca	43	7,9%	17,9%
Otras	30	5,5%	12,5%
Total	544	100,0%	226,7%

(a) Respuesta Múltiple. Máximo tres respuestas

Las lecturas más frecuentes son la literatura española moderna seguida en segundo lugar de la literatura extranjera actual y los best-sellers después. Con un porcentaje similar se sitúan quienes leen literatura clásica y novela policíaca (7,9%); lo que menos leen los jóvenes de esta investigación son libros de arte y poesía (en torno al 2,5%).

Uno de los hábitos que acompaña la elevación de los niveles de instrucción es la lectura de prensa diaria. Como se aprecia en este y otros estudios, muchos universitarios no desarrollan este hábito tan importante en las sociedades desarrolladas que permite tener una visión general y, a veces, contrastada de la sociedad en la que viven. Sin embargo, se comprueba en este estudio que en el caso de los universitarios de la UNIA casi el 70% lee prensa general, no deportiva, al menos dos veces por semana, siendo más del 40% de éstos los que leen la prensa todos o casi todos los días. Los que nunca o casi nunca leen prensa representan un 8%.

También es significativo el tipo de prensa que se lee: internacional, nacional, provincial o local y qué combinaciones se producen entre los buenos lectores. En nuestro estudio, más de la mitad de los encuestados lee la prensa nacional e internacional, siendo también significativo, aunque en menor medida, el porcentaje de lectores de prensa local. Quizá esto se explica en parte la singularidad ya comentada de ser alumnos con mayor edad y madurez.

El periódico El País es con diferencia el más leído, con un 24,5% de las respuestas y el 40% de los casos. A éste le sigue El Mundo, con casi el 13% de las respuestas y el 21% de los casos. El 13,4% de los estudiantes de la UNIA lee prensa local y los que leen más de un periódico suelen incluir este tipo de prensa entre sus preferidos. Por otro lado, también destacan los lectores de la prensa gratuita: un fenómeno que recoge más del 20% de las respuestas y el 35% de los casos.

Tabla 7

Tipo de revistas que suelen leer (a)			
	Respuestas		Porcentaje de casos
	Nº	Porcentaje	
Arte	30	9,3%	17,4%
Literatura y poesía	10	3,1%	5,8%
Suplementos literarios de la prensa	19	5,9%	11,0%
Suplementos de juventud, música, etc.	35	10,8%	20,3%
Automóvil	9	2,8%	5,2%
Televisión	11	3,4%	6,4%
Economía-Finanzas	7	2,2%	4,1%
"Rosa", Corazón	20	6,2%	11,6%
Humor	11	3,4%	6,4%
Música	35	10,8%	20,3%
Naturaleza	25	7,7%	14,5%
Viajes	16	5,0%	9,3%
Salud y belleza	22	6,8%	12,8%
Hogar, decoración, muebles	8	2,5%	4,7%
Informática/Ordenadores	7	2,2%	4,1%
Cómics y fanzines	10	3,1%	5,8%
Otros temas	48	14,9%	27,9%
Total	323	100,0%	187,8%

(a) Respuesta Múltiple. Máximo tres respuestas

Los universitarios leen menos revistas que libros y prensa. De hecho, casi el 20% no lee nunca o casi nunca este tipo de publicaciones. La mayoría sólo las leen cuando más tiempo libre tienen. En relación a sus revistas preferidas, las que tienen más éxito son las relacionadas con la música y los suplementos que se ocupan de la juventud o temas de su interés, que agrupan en ambos casos el 10,8% de las respuestas y el 20,3% de los casos. Les siguen las revistas relacionadas con el arte que representan el 9,3% de las respuestas y el 17,4% de los casos. Les siguen en importancia las revistas referidas a naturaleza (con casi el 8% de las respuestas y el 14,5% de los casos) y las que se ocupan de la salud y la belleza, que son casi el 7% de las respuestas y el 13% de los casos. A continuación, la prensa rosa o del corazón y los suplementos literarios de la prensa (en torno al 6% de las respuestas y el 11% de los casos ambas publicaciones).

En este punto, extraña que no sean las revistas del corazón o prensa rosa las que tengan más éxito, como podría ser de esperar teniendo en consideración el auge de este tipo de publicaciones. Junto a ello, hay que mencionar la importancia que tiene la música para el colectivo objeto de este estudio, ya que es esta categoría la que más lectores adeptos tiene.

3.2. UTILIZACIÓN DE LAS BIBLIOTECAS

El estudio se ocupa de registrar también la frecuencia con la que los jóvenes universitarios acuden a las bibliotecas. Se hace un uso intenso de ellas: casi el 70% de los universitarios de la UNIA las utiliza habitualmente aunque no sea a diario. Aparecen cuatro tipologías: los que van todos o casi todos los días (40%), los que van alguna vez a la semana (28%), los que van alguna vez (20%) y, por último, los que no van nunca o casi nunca: 12%.

Tabla 8

Bibliotecas a las que suelen acudir (a)			
	Respuestas		Porcentaje de casos
	Nº	Porcentaje	
Biblioteca de la universidad en la que estudia	228	68,5%	89,8%
Otras bibliotecas universitarias	32	9,6%	12,6%
Biblioteca provincial	13	3,9%	5,1%
Biblioteca municipal	55	16,5%	21,7%
Otras bibliotecas	5	1,5%	2,0%
Total	333	100,0%	131,1%

(a) Respuesta Múltiple

Las bibliotecas que más utilizan son, en primer lugar y de forma más destacada (68,5% de las respuestas y casi el 89,8% de los casos), la biblioteca de la facultad en la que estudian; un 10% utiliza otras bibliotecas universitarias, aunque en segundo lugar estarían las bibliotecas municipales con un 16,5%.

De forma más destacada (39% de las respuestas y 73,7% de los casos) las bibliotecas universitarias se usan para el préstamo de libros; a continuación, un 33,6% de las respuestas y 63,5% de los casos afirman utilizarlas como sala de estudio. Otros usos minoritarios son la lectura de literatura y poesía (15,7% de los casos); y en menor medida, el préstamo de CD's y DVD's y la lectura ensayos o libros técnicos y también de prensa.

Los principales defectos y carencias que los universitarios señalan de las bibliotecas universitarias de las que suelen hacer uso son la carencia de espacio (26% de las respuestas y 37,6% de los casos) y la carencia del material que necesitan o buscan los estudiantes: libros y revistas así como CD,s y DVD,s (17,5% y 10,5% de los casos respectivamente); otros problemas que destacan son, además del insuficiente servicio de préstamo, la poca accesibilidad o lejanía, los horarios, etc.

Sin embargo, el grado de satisfacción con la biblioteca universitaria que usan ordinariamente es alto, ya que casi el 75% se declara satisfecho o muy satisfecho y sólo el 12% se siente insatisfecho o muy insatisfecho.

Tabla 9

Usos que realizan de la biblioteca (a)			
	Respuestas		Porcentaje de casos
	Nº	Porcentaje	
Lectura de prensa general	15	3,1%	5,9%
Lectura de libros de literatura, poesía	40	8,3%	15,7%
Lectura de ensayos, libros técnicos, etc.	22	4,6%	8,6%
Lectura de prensa	9	1,9%	3,5%
Préstamo de libros	188	39,0%	73,7%
Préstamo de CD's, DVD's (música, películas)	35	7,3%	13,7%
Estudiar (sala de estudio)	162	33,6%	63,5%
Otras	11	2,3%	4,3%
Total	482	100,0%	189,0%
(a) Respuesta Múltiple			

4. HÁBITOS TELEVISIVOS Y RADIOFÓNICOS

4.1. HÁBITOS TELEVISIVOS

Los universitarios de la UNIA, de acuerdo a las costumbres contemporáneas de las sociedades avanzadas dedican mucho de su tiempo libre a ver la televisión: aproximadamente 2,43 horas en días laborables y 2,98 en los fines de semana. La desviación típica es de 1,8 en días laborables y casi 1,9 en los fines de semana, por lo que no hay gran disparidad, en cuanto al número de horas entre unos y otros. Ello se comprueba con el hecho de que poco más del 78% suele ver la TV entre 1 y 3 horas en días entre semana, siendo un 15,6% quienes la ven entre 4 y 6 horas y un 2,2 quienes están más de 6 horas. En fines de semana, en consonancia con lo apuntado más arriba de mayor visualización de la TV, se distribuye la frecuencia, ya que casi un 30% pasan a presenciar la TV entre 4 y 6 horas y se reduce al 59,4% quienes la ven entre una y tres horas.

Tan sólo un 4% de la muestra no ve nada de televisión entre semana, ascendiendo a casi uno de cada 10 quienes no la ven en fin de semana. De todo el universo estudiado, sólo un escaso 18,8% tiene acceso a canales de televisión de pago.

La mayor cuota de pantalla se la llevan los telediarios, con casi un 23% de preferencias y un 76,6% de los casos (respuesta múltiple), seguida de las películas (18,1%; 61,3% de casos) y las series (16,7%; 56,5% de casos). Son muy poco significativas las preferencias por los programas de deporte (5,2%; aunque registra un 17,5% de los casos), fútbol (3,4%; pero un 11,5% de los casos) o programas musicales (4,3%; 14,5% de los casos). El hecho de que más del 65% de los casos tenga los telediarios entre sus programas preferidos nos permite afirmar que además de una función de entretenimiento, también se busca en la televisión la finalidad de estar informados.

Prácticamente inexistente es la visualización de teatro (0,2% y 0,7% de los casos), lo cual tampoco puede resultar extraño dado el exiguo porcentaje de pantalla que se presenta en las programaciones de todas las cadenas. También es importante recordar que es una de las expresiones artísticas que más pierden cuando no se disfrutan en directo. Con todo, como más adelante se tratará del interés que el teatro despierta entre los estudiantes de la UNIA.

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

Tabla 10

Tipo de programas que suelen ver (a)			
	Respuestas		Porcentaje de casos
	Nº	Porcentaje	
Telediarios	206	22,6%	76,6%
Programas de deporte	47	5,2%	17,5%
Películas	165	18,1%	61,3%
Programas del corazón	37	4,1%	13,8%
Documentales y prog. de divulgación	47	5,2%	17,5%
Reality shows, talk shows	21	2,3%	7,8%
Reportajes de información	21	2,3%	7,8%
Fútbol	31	3,4%	11,5%
Programas de humor	35	3,8%	13,0%
Toros	9	1,0%	3,3%
Debates	16	1,8%	5,9%
Teatro	2	,2%	,7%
Concursos	37	4,1%	13,8%
Programas musicales	39	4,3%	14,5%
Magazines	15	1,6%	5,6%
Programas infantiles	25	2,7%	9,3%
Series	152	16,7%	56,5%
Otros	6	,7%	2,2%
Total	911	100,0%	338,7%
(a) Respuesta Múltiple			

4.2. HÁBITOS RADIOFÓNICOS

En relación a las prácticas radiofónicas, un 58,3% de los estudiantes de la UNIA escucha la radio a diario o casi a diario, un 9% tres o cuatro veces por la semana, el 21,7% sólo de vez en cuando y un 11% no la escucha nunca o casi nunca. Sus programas preferidos son los musicales (55,9%), seguidos a distancia por los informativos (18%; 26,7% de los casos) y los magazines (10,9%; 16,2% de los casos).

Tabla 11

Tipo de programas de radio que suelen escuchar (a)			
	Respuestas		Porcentaje de casos
	Nº	Porcentaje	
Musicales	205	55,9%	83,0%
Deportivos	27	7,4%	10,9%
Debates	24	6,5%	9,7%
Informativos	66	18,0%	26,7%
Magazines	40	10,9%	16,2%
Otros	5	1,4%	2,0%
Total	367	100,0%	148,6%
(a) Respuesta Múltiple			

5. CINE, MÚSICA Y TEATRO

5.1. CINE

En relación a los hábitos cinematográficos de los universitarios de la UNIA, un 34,4% de la muestra va al menos una vez al mes al cine. Algo más del 22% va más de una vez al mes y un 13% va al menos una vez por semana.

Sus preferencias se decantan por el cine americano (35,4% de las respuestas y 60,4% de los casos) y el español (34,8% y 59,3% de los casos). El cine europeo es elegido por el 25,5% (43,6% de los casos).

Para el 16% del universo muestral, la cartelera no le ofrece nunca o casi nunca las películas que quiere ver, mientras que el 60% afirma encontrarlas siempre o casi siempre. Un 23,4 las encuentra de vez en cuando.

Por otro lado, de cada 10 películas que ven, de media ven 2,99 en salas de cine; 3,03 en la TV abierta; 2,44 del vídeo-club y 1,19 en el ordenador; apenas 0,35 en la TV de pago.

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

5.2. MÚSICA

Escuchar música se configura como una práctica cultural muy preferente y casi tan frecuente como ver la TV, sólo que más específica de estas cohortes de edad. El 85,1% de la muestra escucha música a diario, el 10,2% alguna vez a la semana y un 3,3% sólo alguna vez al mes.

Los modernos medios de escucha, de pequeño tamaño y peso, y que permiten desplazarse disfrutando de la música elegida, han revolucionado las costumbres. Sin embargo, entre los estudiantes de la UNIA el MP3 sólo lo usa un 15,3% y del que dispone menos de la mitad de la muestra: el 42,8%.

El medio más frecuente que utilizan para oír música es la radio o la televisión (29,1%), seguidos de los que usan como medio más frecuente los CD's y DVD's (25,5%) y el equipo de música (20,7%). El ordenador apenas es usado para este fin por un 9,5%.

Su lugar preferido para esta actividad es su propia habitación para más de la cuarta parte de la muestra; en otros lugares de la casa para el 19,6% y en el coche para el 17,2%. En locales de copas/pubs un 10,1%, en la discoteca un 8,5% y en conciertos un 4,8%.

Las preferencias musicales de los universitarios de la UNIA se inclinan muy marcadamente por el pop: el español para el 24,2% y el internacional para el 17%. El rock agrupa a casi la quinta parte de la muestra. El resto, salvo el rock internacional que agrupa un 7,3%, tiene una importancia reducida ya que apenas alcanza el 6%.

La asistencia a conciertos, sin embargo, no es tan asidua como cabría esperar de una afición tan intensa. Incluso para su música preferida, el pop y el rock, algo más de una cuarta parte de la muestra (26,4%) afirma no asistir nunca o casi nunca. Apenas un 4% va varias veces al año y el 11,6% sólo va una vez al año. Dos o tres veces al año va un 12,7% a este tipo de conciertos, frente al 8,7% que va con esta misma frecuencia a conciertos de flamenco o el 5,4% a los de jazz. Con todo, en torno al 60% no va nunca o casi nunca a conciertos de ningún tipo.

Los géneros que menos interés despiertan son, por este orden: la zarzuela, la ópera, la música clásica y el ballet y la danza, y con porcentajes algo menores a los anteriores otros folklores (que no sean el flamenco) y el jazz. En este sentido, no se muestra apenas disparidad con otros estudios realizados sobre estos tramos de edad, aunque de los universitarios cabía esperar una inquietud mayor por la llamada música culta. Asimismo, tampoco son muy seguidos, por los datos que se desprenden de la muestra estudiada, estilos musicales como el new age, el heavy, la música electrónica o la canción popular, aunque hay un porcentaje representativo de aficionados a estas músicas.

Tabla 12

Frecuencia de asistencia a conciertos de...								
	Pop / Rock	Flamenco	Otro folklore	Jazz	Música clásica	Ópera	Zarzuela	Ballet / Danza
	%	%	%	%	%	%	%	%
Frecuentemente	4,3%	1,4%	1,4%	2,2%	,4%	,4%	,4%	1,1%
Varias veces al año	4,0%	2,5%	2,2%	2,2%	3,3%			,4%
Dos o tres veces al año	12,7%	8,7%	4,0%	5,4%	2,2%	,7%	,4%	1,8%
Una vez al año	11,6%	5,4%	4,7%	5,1%	3,6%	1,8%	1,1%	2,5%
Al menos una vez al año	19,6%	13,0%	10,9%	8,3%	3,6%	2,2%	1,1%	6,2%
Con menor frecuencia	18,8%	20,3%	18,5%	17,8%	14,5%	14,1%	9,4%	14,9%
Casi nunca/Nunca	26,4%	46,7%	55,4%	55,1%	69,2%	77,2%	83,3%	69,2%
Ns/Nc	2,5%	1,8%	2,9%	4,0%	3,3%	3,6%	4,4%	4,0%

5.3. TEATRO

Quienes manifiestan tener un interés alto o muy alto por el teatro son el 38,8%, frente a quienes lo tienen muy bajo (13,4%) y el 18,8% que declara tenerlo bajo; un 29%, medio.

Pero a pesar de ese casi 39% que declara tener interés, casi la mitad de la muestra (48,9%) no va nunca o casi nunca al teatro y otro 17,8% va sólo una vez al año. La calificación obtenida en interés es muy baja (3,08) y con una desviación típica muy baja también.

Respecto a la asistencia a obras de teatro, se reduce a casi un 18% de alumnos de la UNIA los que van al menos dos o tres veces al año y un 17,8% que va una vez al año. Frecuentemente o varias veces al año afirma ir un 15,6%.

6. EL USO DEL ORDENADOR Y DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS

Siendo el bienestar material general relativamente alto y aunque los universitarios tengan una mayor dependencia económica, en líneas generales cuentan con más bienes en sus hogares que el resto de jóvenes. El 95,3% dispone de ordenador en el domicilio donde vive durante el curso, siendo de uso personal en el 58,3% de los casos. Lo comparte con familiares el 35,5% y con compañeros tan sólo el 1,4%. El 62,3% de los que disponen de ordenador tienen acceso a Internet en la casa.

El acceso a Internet se realiza mayoritariamente desde el domicilio (49,7%), aunque también se registra un notable 29,4% de quienes lo hacen desde la universidad. Pequeños porcentajes lo hacen desde cibercafés o el lugar de trabajo (6,7 en ambos casos), la biblioteca pública (4,9) o en casa de familiares o amigos (2,5).

Tabla 13

Actividades que realizan en Internet (a)			
	Respuestas		Porcentaje de casos
	Nº	Porcentaje	
Leer prensa	38	4,3%	14,0%
Bajar música o películas	66	7,5%	24,3%
Sexo	5	,6%	1,8%
Libros o apuntes	60	6,8%	22,1%
Vacaciones/Viajes	41	4,6%	15,1%
Chats o messengers	102	11,5%	37,5%
Información TV/Tiempo	16	1,8%	5,9%
Correo electrónico	203	22,9%	74,6%
Comprar entradas	15	1,7%	5,5%
Estudiar (apuntes, informes, documentación)	181	20,5%	66,5%
Fotografía	25	2,8%	9,2%
Vídeos, audiovisuales	21	2,4%	7,7%
Zapping, entretenimiento	10	1,1%	3,7%
Juegos en red	8	,9%	2,9%
Búsqueda de empleo	44	5,0%	16,2%
Localización de direcciones o teléfonos	18	2,0%	6,6%
Otros	25	2,8%	9,2%
Ns/Nc	7	,8%	2,6%
Total	885	100,0%	325,4%
(a) Respuesta Múltiple			

Respecto a los usos que hacen de Internet, la mayoría lo utiliza para comunicarse, bien a través del correo electrónico (casi el 30%) o bien por medio de chats o messengers (el 11,5%); un destacado 20,5% lo utiliza para la tareas de estudiar, ya sea buscar apuntes o bien informes y distinta documentación.

El 98,6% de los estudiantes de la UNIA cuentan con teléfono móvil, gastando aproximadamente unos 25,56 € al mes, si bien la desviación típica (21,65) indica fuertes disparidades entre el gasto de unos estudiantes y otros, como reflejo de las diferentes extracciones sociales del colectivo.

En relación al coste del uso del teléfono móvil, más de 6 de cada 10 universitarios lo pagan ellos mismos; los familiares asumen ese gasto en poco menos del 30% de los casos, mientras que algo más del 5% lo pagan a medias con otros familiares.

El principal uso que se le da al móvil es el de llamar y recibir llamadas (46,3%), enviar/recibir mensajes (43,4%), quedando el uso fotográfico relegado a un 8,1% y la descarga de melodías y tonos a un residual 1,5 y la de logos e imágenes al 0,7%.

7. PRÁCTICAS DEPORTIVAS Y ACTIVIDADES DE OCIO

7.1. PRÁCTICAS DEPORTIVAS

Más de la mitad de los estudiantes de la UNIA (56,5%) no practica ningún deporte habitualmente. De los estudiantes deportistas se pueden diferenciar dos bloques: los que lo hacen todos o casi todos los días (40,5%) y los más ocasionales (el 59,5% restante).

Sus deportes preferidos son el fútbol, tanto en su versión tradicional como en la de fútbol-sala (casi el 20%) y la natación (17%). El ciclismo lo practica el 8,7% (el 14,2% de los casos) de quienes hacen deporte y el tenis el 7,2% (un 11,7% de los casos). Exceptuando el ciclismo, la danza y el tenis que gozan del favor de entre el 9 y el 7%, el resto de deportes, tiene una incidencia reducidísima entre los estudiantes de la UNIA.

Dentro de los que practican deporte, podemos considerar que son buenos aficionados ya que la mitad de ellos lo hace al menos una vez por semana y el 41% de ellos, prácticamente a diario.

La asistencia a competiciones deportivas es algo reducida ya que casi 7 de cada 10 no suele asistir a ningún evento deportivo.

Tabla 14

Tipo de deporte que suelen realizar (a)			
	Respuestas		Porcentaje de casos
	Nº	Porcentaje	
Fútbol	24	12,3%	20,0%
Fútbol sala	14	7,2%	11,7%
Baloncesto	6	3,1%	5,0%
Balonmano	4	2,1%	3,3%
Voleibol	7	3,6%	5,8%
Tenis	14	7,2%	11,7%
Artes marciales	1	,5%	,8%
Natación	33	16,9%	27,5%
Rugby	2	1,0%	1,7%
Atletismo	9	4,6%	7,5%
Ciclismo	17	8,7%	14,2%
Gimnasia rítmica	1	,5%	,8%
Danza	14	7,2%	11,7%
Remo	3	1,5%	2,5%
Padel	8	4,1%	6,7%
Otros	38	19,5%	31,7%
Total	195	100,0%	162,5%

(a) Respuesta Múltiple

Las diferencias por género son muy considerables, como era previsible: por un lado, tanto el fútbol (83,3% varones) como el fútbol sala (92,9% varones), las artes marciales (100% chicos), la gimnasia rítmica (100% varones) o el pádel (100% varones) son deportes de práctica predominantemente masculina; mientras que, por otro lado, la natación (72,7%) o la danza (71,4% chicas) es una práctica femenina. También hay mayor afición masculina al tenis (64,3%) o el baloncesto (66,7%). Resulta sorprendente que la práctica de rugby esté igualada (un 50% de varones y también un 50% de muje-

res), cuando quizá exista el prejuicio de que éste sea un deporte que practiquen más los chicos. Del mismo modo, está igualada al 50% la práctica del balonmano.

7.2. ACTIVIDADES DE OCIO

¿En qué utilizan su tiempo libre los universitarios de la UNIA? La inmensa mayoría, aparte de descansar, utiliza el ordenador, ve la televisión y se reúne con sus amigos. Predominan, pues, las actividades relacionadas con el uso de los medios de comunicación: ver la televisión (a diario el 61,8%) y usar el ordenador (a diario el 63,8 % de los universitarios). Descansar, no hacer nada es algo que realiza a diario el 16,5% de los entrevistados.

Las actividades sociales, de relación, tienen un peso considerable, como corresponde a la cultura mediterránea y a un contexto de clima benigno y poco lluvioso: un 32,2% sale o se reúne con los amigos a diario. Todos los fines de semana, va a beber e ir de copas más del 61% de la muestra y a discotecas y bailar el 54,3%. Por el contrario, las actividades menos practicadas son las asociativas, el voluntariado y las de tipo religioso.

Tabla 15

Actividades de ocio					
		Nunca	De vez en cuando	Fin de semana	Diariamente
Beber, ir de copas	%	6,9%	29,3%	61,6%	2,2%
Ir a discotecas, bailar	%	9,1%	36,2%	54,3%	,4%
Salir o reunirse con amigos	%	1,8%	12,7%	53,3%	32,2%
Ver la televisión	%	5,1%	23,9%	2,9%	68,1%
Usar el ordenador	%	4,3%	26,8%	5,1%	63,8%
Jugar con video-juegos, consolas, etc.	%	56,2%	31,2%	6,2%	6,5%
Salir al campo o a la playa	%	10,5%	72,1%	15,6%	1,8%
Asistir a actividades religiosas	%	74,6%	21,0%	2,5%	1,8%
Realizar actividades asociativas	%	67,0%	29,7%	3,3%	
Realizar acciones de voluntariado	%	71,4%	25,0%	2,5%	1,1%
Ir de excursión	%	8,0%	83,3%	8,3%	,4%
Viajar	%	1,8%	87,0%	10,1%	1,1%
Descansar, no hacer nada	%	10,7%	52,2%	20,6%	16,5%

Tabla 16

Alguna vez o en el último año...			
	Nunca	Alguna vez	En el último año
Ha visitado un monumento histórico	,7%	26,8%	72,5%
Ha visitado un parque natural	4,7%	51,1%	44,2%
Ha visitado una exposición de arte	5,4%	42,0%	52,5%
Ha asistido a una feria del libro	2,5%	30,1%	67,4%
Ha visitado una feria de artesanía	14,1%	37,3%	48,6%
Ha visitado un museo de Bellas Artes	14,5%	43,8%	41,7%
Ha viajado al extranjero	19,2%	40,9%	39,9%
Ha acudido a una feria comercial	29,7%	45,3%	25,0%
Ha asistido a una conferencia	,4%	6,2%	93,5%
Ha visitado un zoológico	13,4%	73,9%	12,7%
Ha visto o escuchado un programa cultural en TV o radio	2,2%	13,0%	84,8%

El gasto en cultura de los jóvenes universitarios es bastante moderado. La mayoría (40,1%) se gasta entre 13 y 30 €/mes seguido de los que invierten menos de 12 € (22,5%). Entre 31 y 60 € al mes o más de 60 € se sitúa el 32%.

En general, las actividades realizadas por los universitarios de la UNIA relacionadas con la cultura se corresponden con las que cabe esperar de un colectivo de estudiantes de enseñanza superior: presentan unos porcentajes razonables de asistencia a casi todas las actividades propuestas.

La actividad que registra un mayor porcentaje de estudiantes que nunca la han realizado es la asistencia a una feria comercial: casi un 30%. Le sigue viajar al extranjero, con casi un 20% que nunca lo ha hecho.

Asistir a conferencias es la actividad estrella en cuanto a récord de asistencia, lo cual no es extraño si consideramos que estamos ante un colectivo que asiste a cursos en los que lo que se hace es escuchar conferencias y hemos de suponer que quien ha contestado "alguna vez" o "nunca" (un residual 0,4%) es porque ha excluido directamente la actividad que le ha llevado a la UNIA.

Le sigue la visita a monumentos históricos, con un 73% que lo ha hecho en el último año, la asistencia a ferias del libro (67%), visitas a exposiciones de arte (52,5%) y visita a ferias de artesanía (49%).

CONCLUSIONES

En este estudio hemos analizado los usos, hábitos y demandas culturales de los estudiantes de la Universidad Internacional de Andalucía, como referíamos al principio de este capítulo; de todo lo expuesto podemos concluir que los universitarios de la muestra aquí analizada (y que creemos que representan al colectivo que se pretende investigar) tienen extracciones sociales y trayectorias sociofamiliares diferentes; pero, al estar expuestos a un nivel de formación superior, tradicionalmente la universidad ha ejercido una influencia determinante sobre sus vidas, como un agente socializador de primer orden.

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

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

Así pues, del colectivo de jóvenes ante el que nos encontramos, podemos destacar lo siguiente:

- Nos encontramos ante grupos de edad mayor que en otros centros universitarios, por lo referido en distintas ocasiones en este informe: la Universidad Internacional de Andalucía recoge un alto número de alumnos que cursan estudios de postgrado (doctorados, máster, etc.), formación complementaria y cursos de verano.
- Por esta misma razón (su mayor edad) se explica el que gocen de mayor independencia económica que otros universitarios. Y esto permite aseverar también el que estos universitarios se asocian más que la media general -comparativamente- y se reconocen más religiosos igualmente.
- Puede afirmarse también que son en su mayoría buenos lectores de libros y prensa.
- Hacen un uso de las bibliotecas más adecuado, es decir, las utiliza para el préstamo de libros más que como sala de estudios.
- Aunque también ven la televisión como medio de entretenimiento, la ven bastante para informarse (esto también indica más madurez de lo que suele ser habitual entre los jóvenes universitarios).
- Por lo general, son bastante buenos aficionados al cine y a la música, siendo medianamente asidua su asistencia a conciertos.
- En este sentido, además, no son tan sectarios como cabría esperar, sino que se da una diversificación de la música a la que son aficionados.

Se podría recomendar que ya que en la actualidad el patronazgo de multitud de actividades culturales corresponde a entidades financieras con las que no pueden competir los organismos públicos como las universidades, éstas podrían abrirse más a la colaboración con ellas para incentivar la participación o, al menos, la asistencia de los estudiantes: la educación en la cultura es una estrategia imprescindible en la formación integral de los universitarios que deben ampliar su conocimiento de la diversidad de signos, lenguajes y alfabetos.