

5

CAPÍTULO

HUELVA

LOS JÓVENES ANDALUCES UNIVERSITARIOS DE LA UNIVERSIDAD DE HUELVA

Patricia Ruiz Ángel

Área de Sociología (Universidad de Huelva)

- 5.1 Datos socio-demográficos
 - 5.2 Hábitos de lectura
 - 5.3 Televisión y radio
 - 5.4 Ordenador e internet
 - 5.5 Cine y películas
 - 5.6 Música
 - 5.7 Teatro
 - 5.8 Actividades deportivas
 - 5.9 Otras actividades relacionadas con la cultura
 - 5.10 Ocio y gasto en cultura
 - 5.11 Valores
 - 5.12 Actividades culturales en la universidad de Huelva
 - 5.13 Artes plásticas y escénicas
- Conclusiones

En este capítulo se analizan los usos y demandas culturales de los estudiantes de la Universidad de Huelva, a partir de los resultados de la encuesta aplicada a los jóvenes universitarios onubenses. Con esta finalidad, intentaremos conocer no solo los hábitos culturales de los universitarios de Huelva en su conjunto sino también analizar si se producen diferencias importantes entre los estudiantes en función del género, la edad y el área de conocimiento, entre otras variables.

Este estudio consta de trece apartados y unas conclusiones:

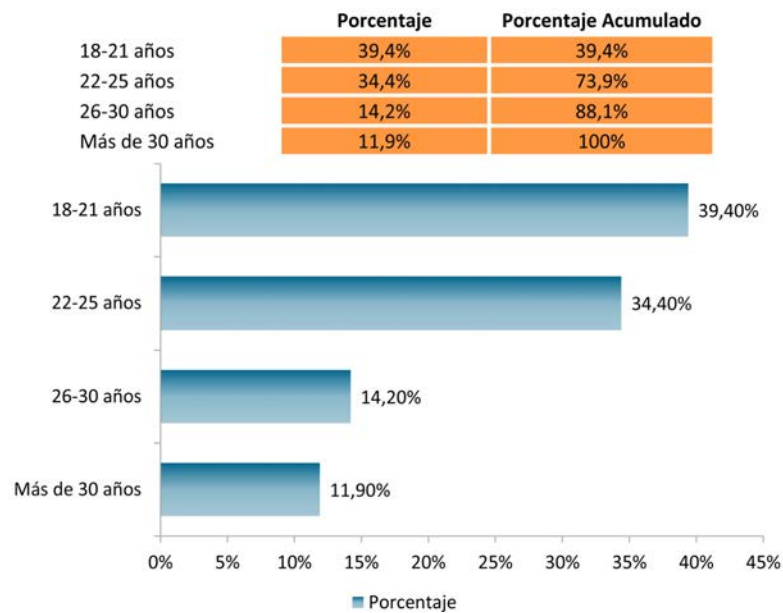
1. Datos socio-demográficos
2. Hábitos de lectura
3. Televisión y radio
4. Ordenador e internet
5. Cine y películas
6. Música
7. Teatro
8. Actividades deportivas
9. Otras actividades relacionadas con la cultura
10. Ocio y gasto en cultura
11. Valores
12. Actividades culturales en la universidad de Huelva
13. Artes plásticas y escénicas

Conclusiones

5.1 DATOS SOCIO-DEMOGRÁFICOS

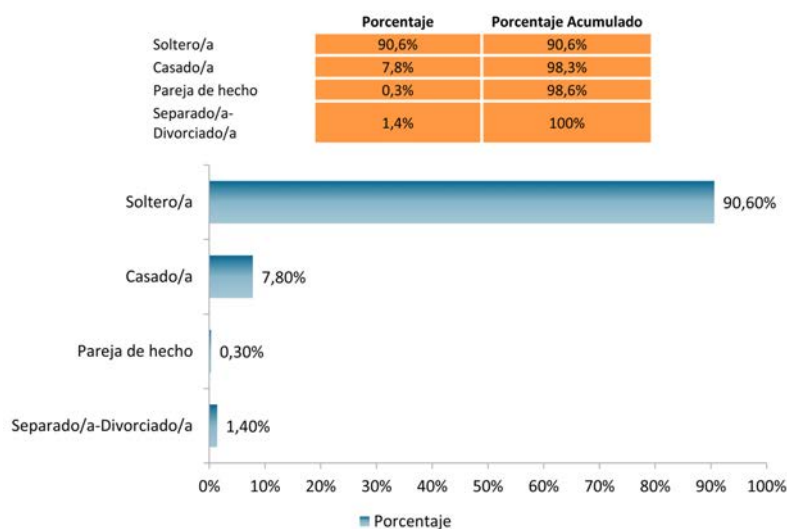
Nuestro estudio de los usos y demandas culturales de los estudiantes de la Universidad de Huelva se ha realizado a partir de los resultados de la encuesta aplicada a trescientos cincuenta jóvenes de dicha universidad, de los cuales el 43,15% son varones y el 56,9% mujeres. Con unas edades comprendidas entre dieciocho y veintiún años (39,4%), muy seguido de alumnos con edades de veintidós y veinticinco años (34,4%) y un casi 12% (11,9%) de más de treinta años, un grupo cada vez más significativo en dicha universidad.

Figura 1. Edad recodificada



Se trata de una población en su mayoría soltera que actualmente sólo estudia (72%), vive con sus padres o con otros compañeros de estudios. En concreto el 91,6% de los encuestados está soltero, frente a un 7,8% que está casado. El 1,4% está separado-divorciado y un 0,3% vive en pareja de hecho.

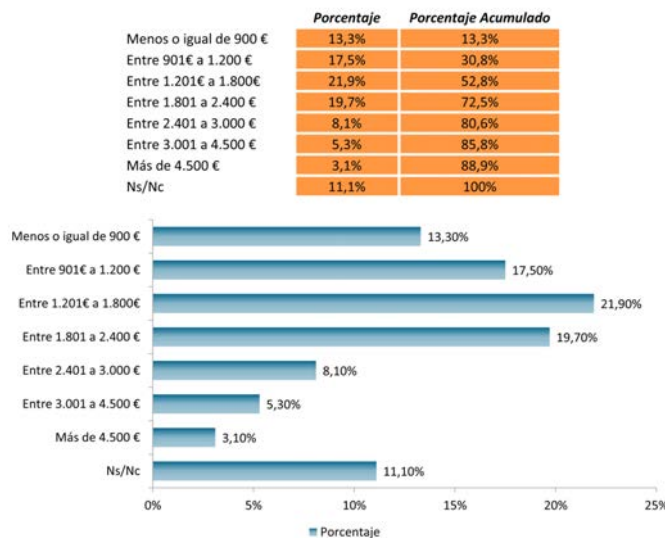
Figura 2. Estado civil



Por lo que se refiere a su residencia habitual durante el curso académico, el 47,8% de los estudiantes de la Universidad de Huelva convive con sus padres y el 31,1% lo hace con sus compañeros de estudios. Por el contrario, vivir con su pareja (6,1%), con su pareja e hijos (5,6%), con otros familiares (4,4%), vivir solo (2,2%) y en residencias estudiantiles o colegio mayor (1,1%), son comportamientos menores entre los jóvenes universitarios.

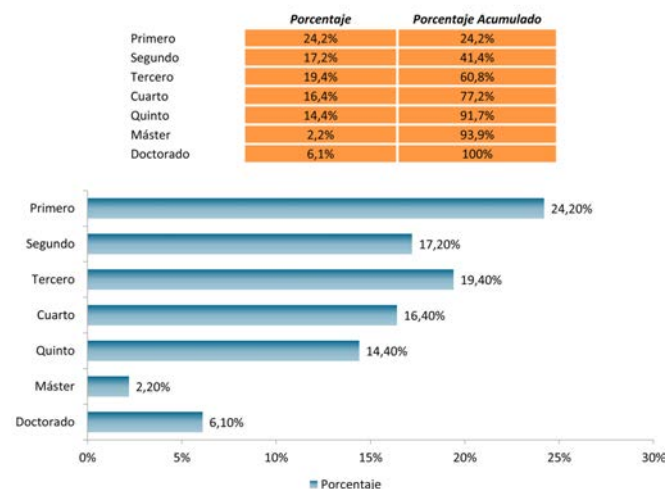
Casi el 60% de los hogares de los alumnos de la onubense tiene unos ingresos netos al mes entre 901 € y 3.000 €. Un 13,3% recibe menos o igual de 900 €/mes.

Figura 3. Ingresos



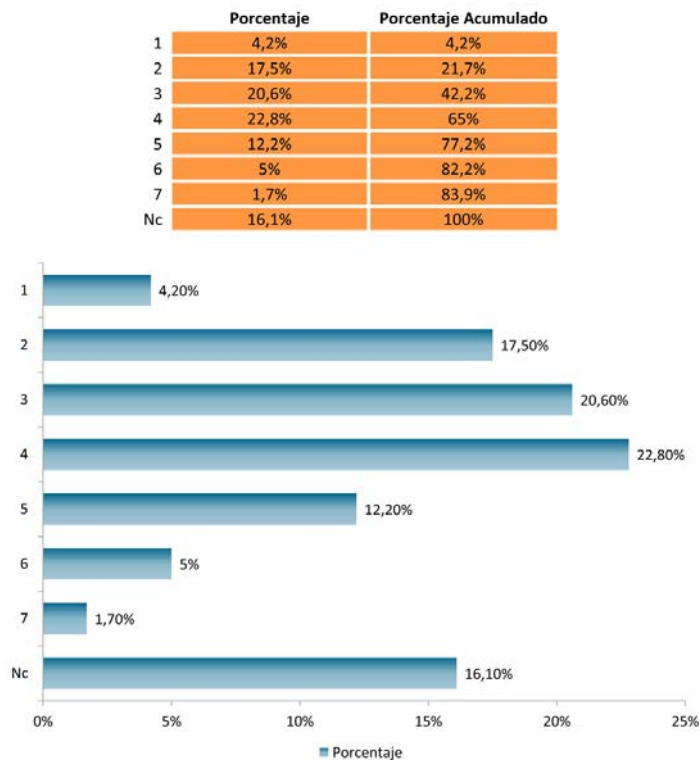
Observando la siguiente figura, podemos comprobar el perfil académico de los alumnos onubenses, de los cuales el 24,2% cursa primero, 19,4% tercero, 17,2% segundo, y disminuyendo en número de ellos en cuarto y quinto de carrera, 16,4% y 14,4% respectivamente. El porcentaje representativo en nuestra muestra disminuye en los alumnos de Máster y Doctorado con un 2,2% y 6,1%. Su ambición académica se materializa cuando se le pregunta hasta qué nivel tiene intención de llegar, obteniendo como respuesta que casi la mitad de ellos (46,9%) que tiene intención de realizar un Máster, el 21,4% pretende acabar Grado y el 20,6% quiere realizar un Doctorado.

Figura 4. Perfil académico



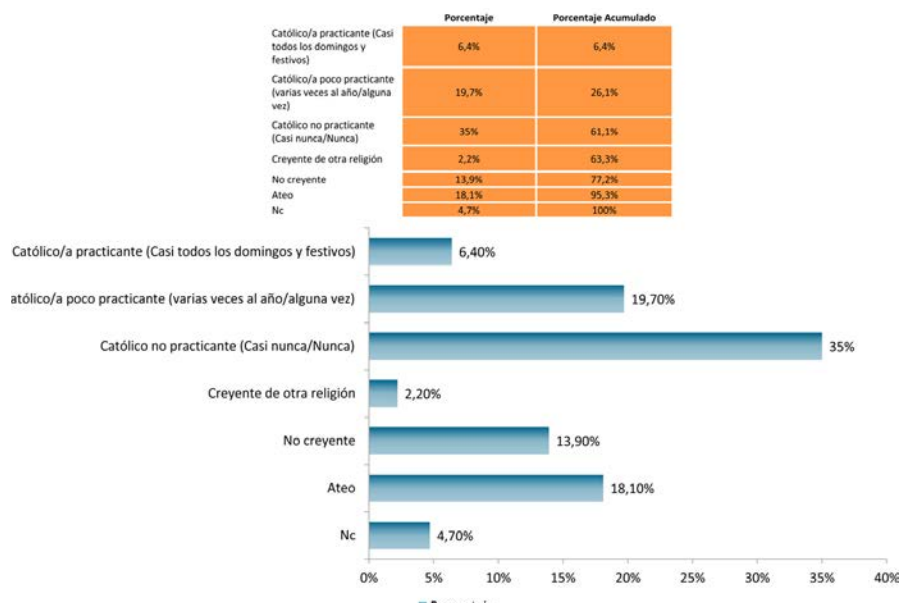
Los alumnos de la Universidad de Huelva ideológicamente se definen de centro izquierda (60,9%), concretamente un 22,8% se posiciona en el centro de la escala, un 38,1% se define de izquierda, disminuyendo el porcentaje en aquellos que se posicionan en la derecha (18,9%).

Figura 5. Posicionamiento ideológico



Para completar la descripción de los alumnos de la Universidad de Huelva, veamos cómo se definen en materia religiosa.

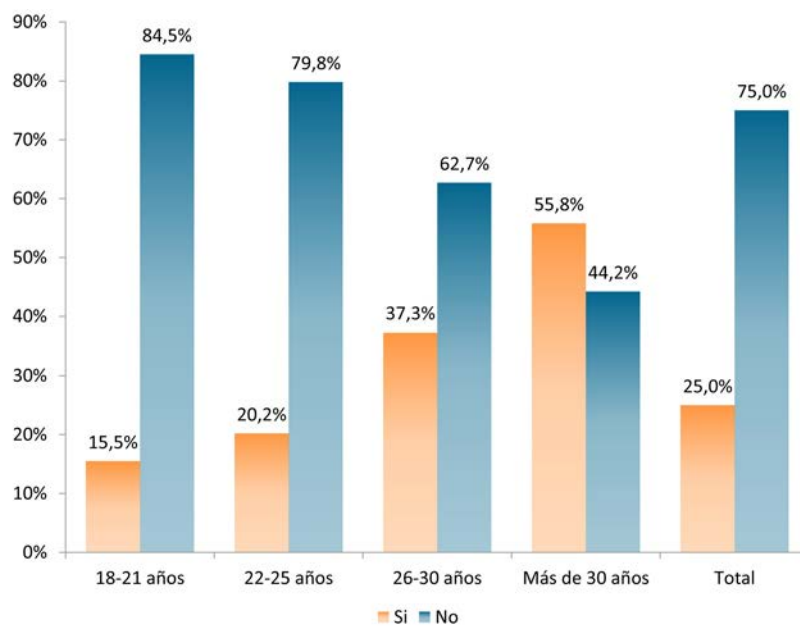
Figura 6. En materia de religiosidad



Observamos que el 35% de los universitarios se define católico no practicante, un 20% es católico poco practicante, y un 32% no es católico, bien por definirse no creyente (14%) o ateo (18,1%).

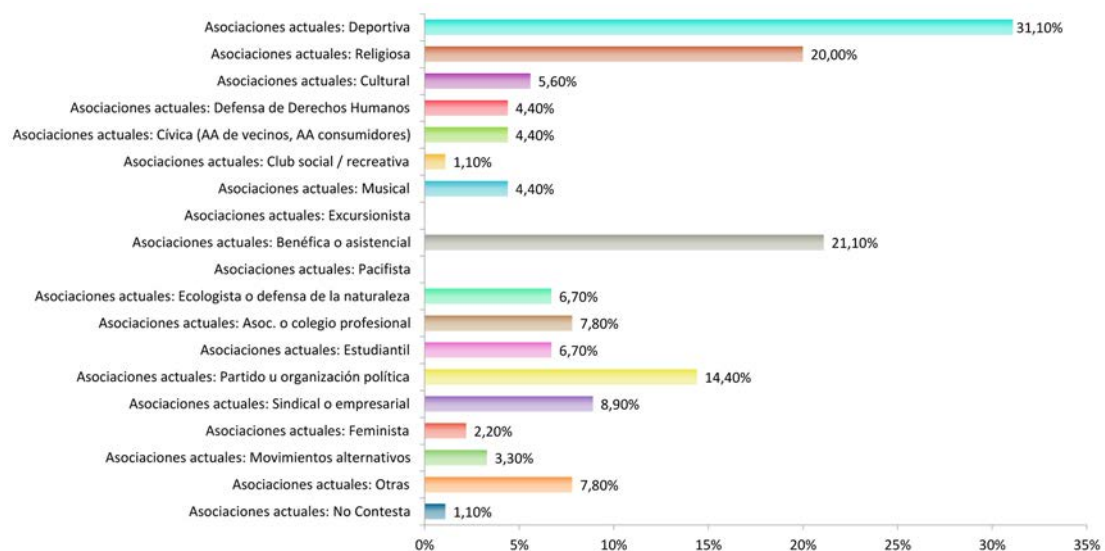
Tres cuartas partes de la población estudiantil no pertenece a ninguna asociación (75,0%). No son significativas las diferencias entre varones y mujeres y áreas de conocimientos, mientras que a medida que aumenta la edad, aumenta su nivel de participación.

Figura 7. Pertenencia a alguna asociación según edad



Debido al perfil joven de nuestra población de estudio, el carácter asociativo tiene el formato deportivo (31%), seguido del benéfico o asistencial (21,1%), del religioso (20%) y de partidos u organizaciones políticas (14,4%).

Figura 8. Asociaciones a las que pertenece actualmente



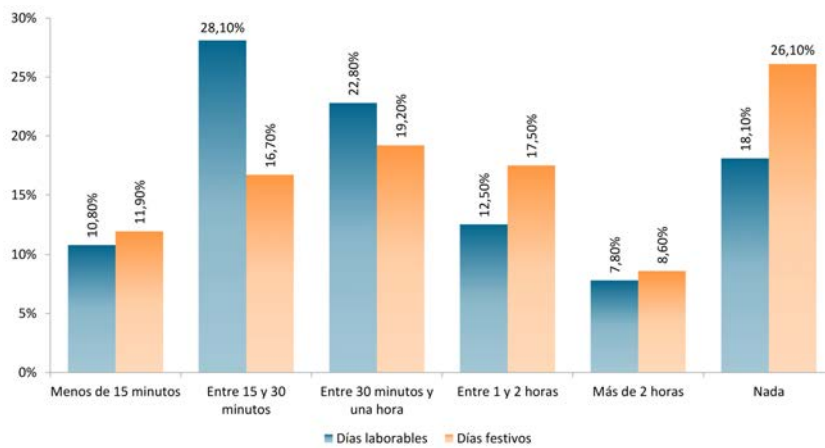
5.2 HÁBITOS DE LECTURA

Como buen indicador de hábitos de lectura tomamos de referencia la frecuencia de dicha actividad para su análisis.

Poco más del 30% de los universitarios onubenses lee “Todos / Casi todos los días” libros no profesionales ni de estudios. El 27,2% lee “Todos/Casi todos los días” la prensa siendo casi el mismo porcentaje (22,2%) el que dice no leerla “Nunca / Casi nunca”. El 33,6% “Nunca/casi nunca” lee revistas, un 15,8% “Con menor frecuencia” y un 10,3% las leen tanto “Una / dos veces al mes” como “Uno / dos días por semana”.

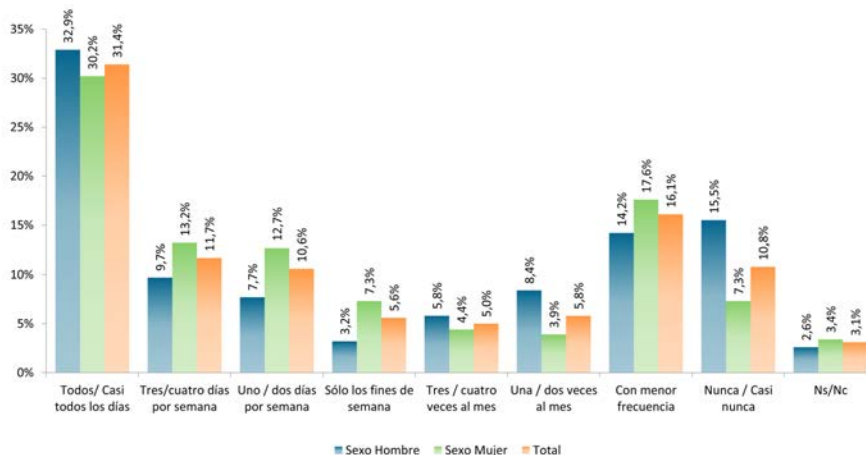
En los últimos doce meses leyeron de media de 3,7 libros en papel y 1,5 en formato digital. El 50% lee entre quince minutos y una hora en días laborables, siendo un 18% el que no lee nada. En los días festivos el 26,1% no lee nada, y en torno al 20% confiesa dedicarle entre quince minutos y media hora, treinta minutos y una hora, o entre una o dos horas.

Figura 9. Tiempo que dedican a la lectura



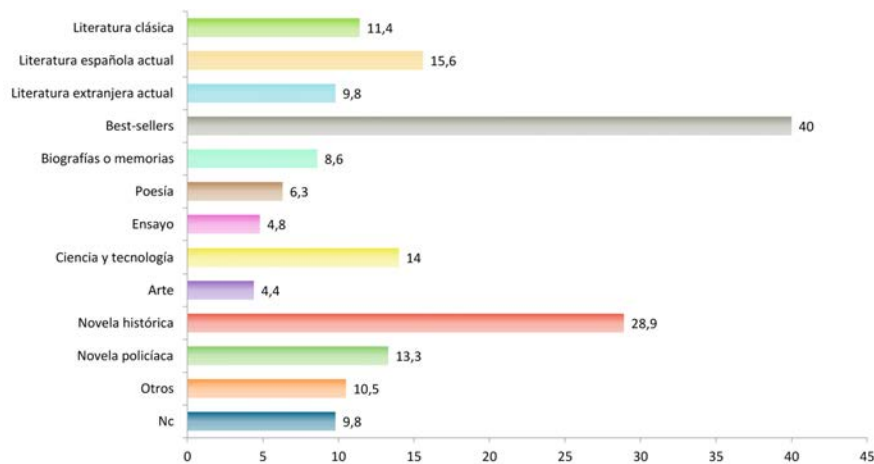
Poco más del 30% de los universitarios onubenses lee “Todos / Casi todos los días” libros no profesionales ni de estudios, independientemente de su sexo; diferencia que se pone de relieve con un 41,2% entre las edades de 26 y 30 años, siendo en su mayoría alumnos del área de Humanidades y Artes (63,2%).

Figura 10. Libros no profesionales



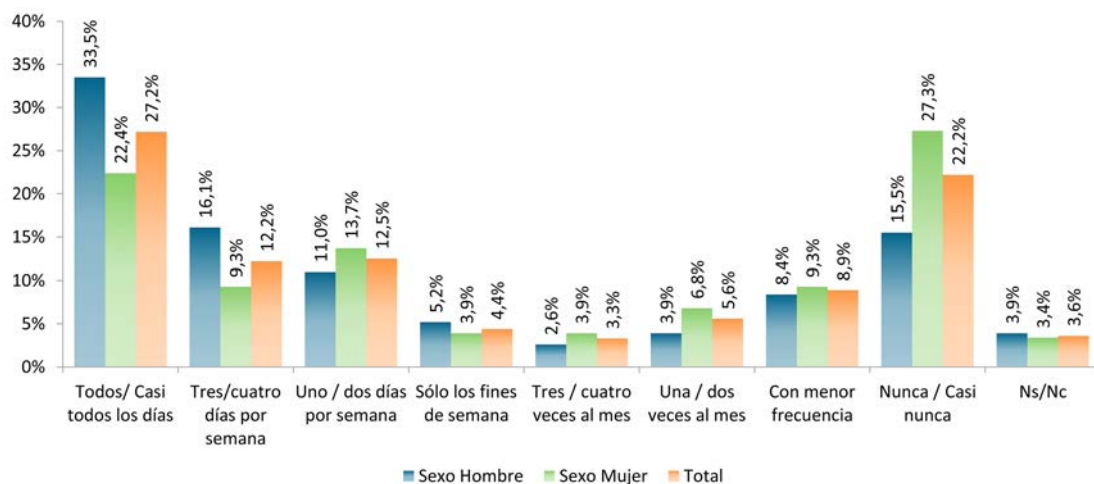
Los libros más leídos por los universitarios son, en primer lugar, los *best seller* (40%), tanto por hombres como por mujeres, dicho porcentaje es mayor en mujeres que en hombres, 47,3% y 29,8% respectivamente. Entre dieciocho y treinta años pertenecientes a las áreas de Ciencias Sociales y Jurídicas (47%) y los de Ciencias de la Salud (37,5%). En un segundo lugar tenemos la novela histórica (29%), leída más por los hombres (32,1%) que por las mujeres (26,6%). El 50% son alumnos del Humanidades y Artes, el 30,6% de Ciencias Sociales y Jurídicas, Ciencias Experimentales (33,3%) y Ciencias de la Salud (25%). Y en tercer lugar tenemos la literatura española actual (15,6%), leída un poco más por las mujeres (19%) que por los hombres (10,8%), por alumnos de más de treinta años (27,5%) y de dieciocho a veintiuno (17,1%), pertenecientes a Ciencias Humanidades y Artes (22,2%), y a Ciencias de la Salud (20,8%).

Figura 11. Tipo de libros que leen con más frecuencia



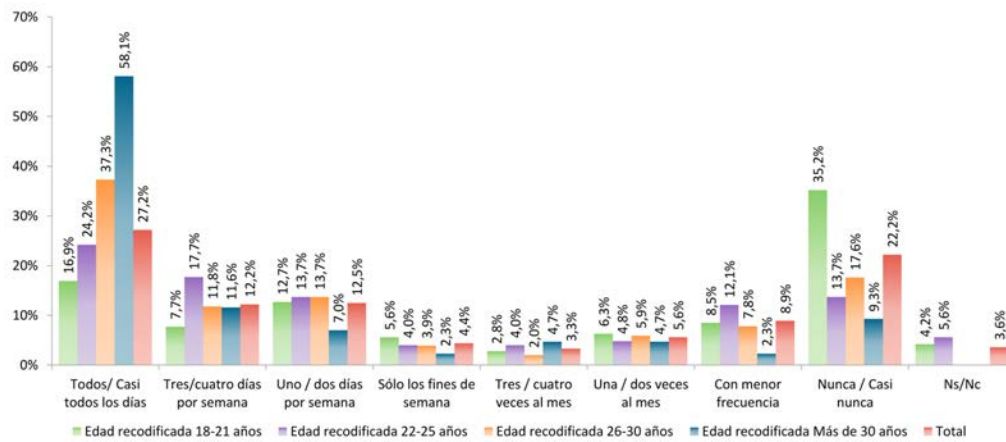
El 27,2% de los alumnos lee “Todos/Casi todos los días” la prensa general, aumentando dicha frecuencia un 11% más en los varones. El 22,2% dice no leerla “Nunca / Casi nunca”, porcentaje que acrecienta bastante en las mujeres en comparación con los hombres.

Figura 12. Prensa General



La siguiente figura nos muestra las categorías modales de la edad con respecto a frecuencia con la que lee la prensa; observando que los que más la leen diariamente son los mayores de treinta años (58,1%), seguidos de los de veintiséis a treinta (37,3%) y los de veintidós a veinticinco años (24,2%). El porcentaje mayor de los que no la leen nunca son los más jóvenes (35,2%) seguido de los alumnos de veintiséis a treinta años (17,6%).

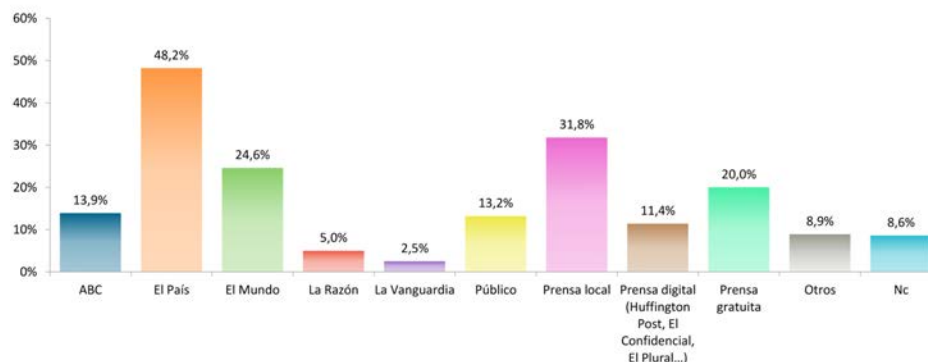
Figura 13. Prensa General



Los alumnos de Humanidades y Artes son los que más leen diariamente la prensa (82,1%), seguidos de los de Ciencias Sociales y Jurídicas (30,4%). Los que no la leen nunca o casi nunca son principalmente alumnos de Ciencias de la Salud (44,8%), de Ciencias (35,3%) y los de Enseñanzas Técnicas/Ingeniería y Arquitectura (23,1%).

EL periódico que habitualmente lee casi la mitad de los universitarios (48,2%) es *El País*, seguido de la prensa local (31,8%) y de *El Mundo* y la prensa gratuita, 24,6% y 20% respectivamente. En su mayoría (70,4%) los leen por internet de manera gratuita y un 30% lo hace de manera tradicional, es decir, en papel con precio.

Figura 14. Periódicos que leen habitualmente



El 33,6% nunca o casi nunca lee revistas, un 15,8% “Con menor frecuencia” y un 10,3% el que los lee “Una / dos veces al mes” y “Uno / dos días por semana” respectivamente. Son los varones los que leen menos revistas que las mujeres, porcentaje que se eleva en los más jóvenes de nuestros universitarios pertenecientes a las áreas de Ciencias Experimentales y a las Enseñanzas Técnicas/Ingeniería y Arquitectura.

Más de la mitad de los que las leen las compran en papel, casi el 40% las lee de manera gratuita por internet y el 19% lo hace a través de manera gratuita en formato papel.

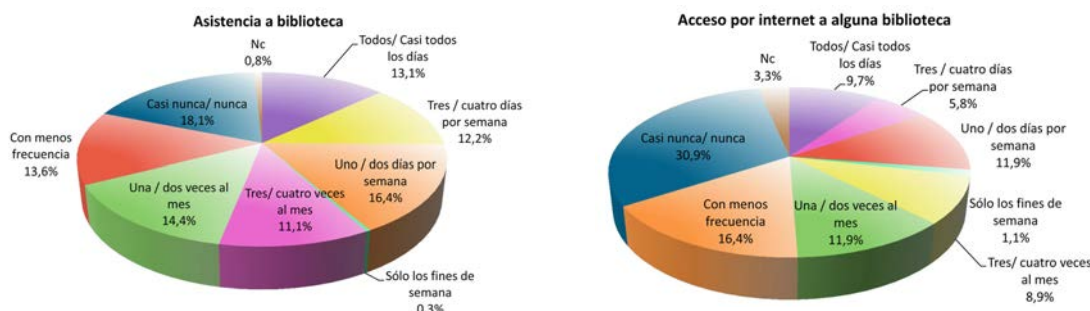
Si analizamos las preferencias según el sexo, las revistas de prensa rosa, de salud y belleza y las de decoración son las preferidas por las mujeres. Los hombres eligen revistas de ciencia y tecnologías, de informática y ordenadores, seguidas de las de naturaleza y música.

Según la edad, entre dieciocho y veintiún años leen las de corazón y salud y belleza. A partir de los veintidós hasta los veinticinco prefieren las de ciencias y tecnologías y las de salud y belleza. Entre los veintiséis y los treinta años las de hogar, decoración, muebles, junto con las de salud y belleza, y corazón son las preferidas. Entre los estudiantes de más de treinta años las leídas son los suplementos de la prensa junto con las revistas de viajes y ciencia y tecnología.

Analizando la lectura según el área de estudios, se aprecia que las revistas más leídas son las de corazón, ciencia y tecnología y humor. Los alumnos de Ciencias Sociales y Jurídicas leen más revistas de corazón y de salud y belleza. Los de enseñanzas técnicas / Ingeniería y arquitectura prefieren las de ciencias y tecnologías, junto con las de automóvil e informática. Los de Humanidades y artes leen principalmente las de humor y ciencia y tecnología. Los alumnos de Ciencias de la Salud se decantan por la prensa rosa y las de salud y belleza. Finalmente los de Ciencias prefieren revistas relacionadas con su temática de estudios como son las de ciencias y tecnologías junto con las de naturaleza.

La mayoría de los estudiantes onubenses suele ir a la biblioteca, sólo el 18% no ha ido “Casi nunca/Nunca”. Un 16,4% asiste “Uno o dos días por semana”, solo el 13,1% lo hace a diario. Casi las tres cuartas partes de la población encuestada asisten a la biblioteca de su facultad, un 30% asiste a las de otras facultades de su Universidad mientras que el 23,7% va a la biblioteca municipal. El acceso a una biblioteca mediante internet, como podría ser la una búsqueda de un libro o la renovación del mismo, es una realidad poco frecuente entre los universitarios.

Figura 15. Asistencia a bibliotecas



5.3 TELEVISIÓN Y RADIO

Los alumnos de la Universidad de Huelva ven contenidos audiovisuales por la televisión una media de 1,5 horas los días laborables y 1,8 los fines de semana. El consumo de dichos contenidos a través de internet es mayor que en televisión, de 1,9 horas en días laborables y 2,3 en fines de semana. En su mayoría la ven “Todos /Casi todos los días” siendo este consumo mayor a través de la televisión (65,6%) que por internet (54,4%). El porcentaje de los que no la ven “Casi nunca/Nunca” es mayor en los estudiantes que la ven por internet (12,2%) que por la televisión (5,3%). Los contenidos audiovisuales más vistos en los dos medios son los mismos: películas, series, noticias e información y deportes.

Analizando el sexo observamos que las mujeres ven algo más la televisión que los hombres tanto a través de internet como por la televisión, sean días laborables o festivos. Con respecto a la edad, son los más jóvenes los que más consumen contenidos audiovisuales tanto por televisión como por internet, observando que conforme disminuye su edad aumenta su consumo. Son los jóvenes los que más ven la televisión tanto en formato clásico como digital, siendo el consumo de éste último más del doble entre dieciocho y veintiún años que entre los alumnos de más de treinta años.

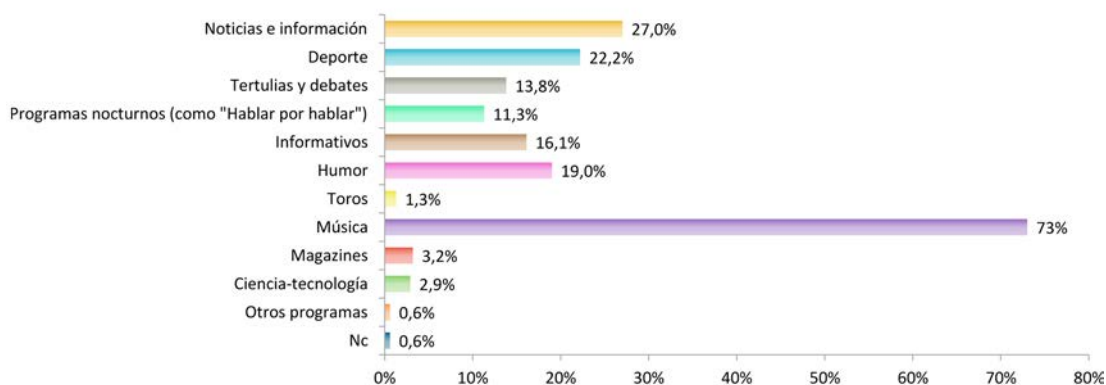
Figura 16. Tiempo medio que consumen/ven contenidos audiovisuales

		TV minutos/ días laborables	TV minutos/ días en fin de semana	Internet minu- tos/días labo- rables	Internet mi- nutos/días en fin de semana
18-21 años	Media	99,28	118,75	146,94	181,40
	N	142	142	142	142
	Desviación Típica	87,98	104,86	326,82	452,44
22-25 años	Media	90,8629	114,53	106,25	129,35
	N	124	124	124	124
	Desviación Típica	67,89678	97,27	98,05	134,09
26-30 años	Media	94,4706	101,47	111,86	103,82
	N	51	51	51	51
	Desviación Típica	96,92	102,21	109,68	131,16
Más de 30 años	Media	61,86	92,77	58,60	55,46
	N	43	43	43	43
	Desviación Típica	46,66	61,87	99,32	68,46
Total	Media	91,23	111,74	117,40	137,44
	N	360	360	360	360
	Desviación Típica	79,46	97,69	221,09	302,09

Atendiendo al área de estudio, los alumnos de Ciencias Sociales y Ciencias de la Salud son los que más ven contenidos audiovisuales tanto por la televisión como por internet, diariamente y fines de semana. Diariamente por internet los que más la ven son los de Ciencias de la Salud tanto en días laborables como festivos, que la ven una media de tres horas.

Casi la mitad de los encuestados escuchan la radio diariamente una media de treinta y nueve minutos en días laborables y cuarenta y un minutos los fines de semana. Debido al carácter joven de nuestra población objeto de estudio, el 73% escucha en la radio programas de música, seguido de los de noticias e información, deportivos y humor. Más de la mitad (54,2%) ha escuchado la radio a través de internet o se ha descargado un archivo de radio, sin encontrar diferencias significativas entre la edad, el sexo y el área de estudio.

Figura 17. Tipo de programas que escuchan en la radio



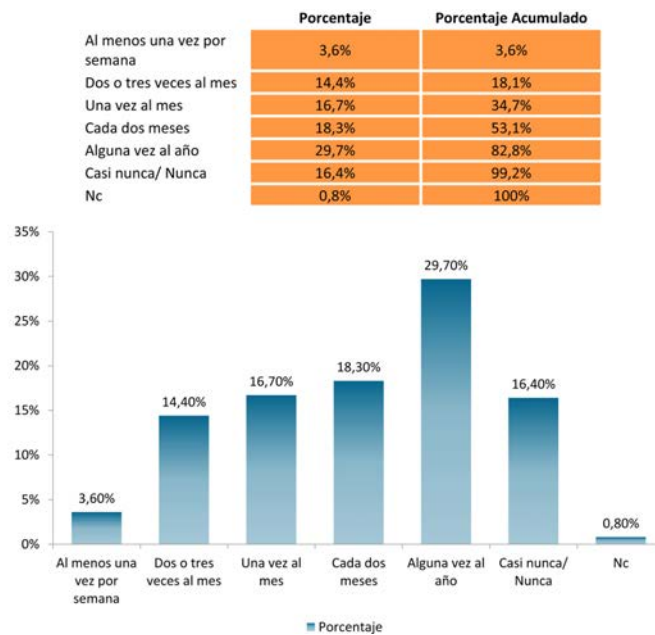
5.4 ORDENADOR E INTERNET

La mayoría de nuestros encuestados diariamente usa los ordenadores y son usuarios de internet, tanto por motivos laborales como de ocio. El 95% tiene acceso a internet en su residencia habitual durante el curso, conectándose principalmente en ella a este medio, seguido de lugares como la Universidad de Huelva (63,3%) y en casa de familiares y amigos (31%). Ellos utilizan internet para todo sean hombre o mujer, tengan la edad que tengan. Utilizan internet principalmente para leer la prensa, revistas y blog, escuchar música, redes sociales, consultar el correo electrónico y para estudiar (apuntes, informes, documentación...).

5.5 CINE Y PELÍCULAS

La asistencia a las salas de cine es una actividad poco frecuente entre los estudiantes onubenses. Casi el 30% va “Alguna vez en el año”, un 18,3% va “Cada dos meses” y un 16,4% dice no asistir “Nunca o casi nunca”. Sólo un 3,6% de ellos asiste una vez por semana. Sin embargo, el 63,3% ve “Al menos una película por semana” fuera de las salas de cine, consumiendo una media 3,4 películas a través de la TV abierta y 3,7 descargadas o compradas a través internet u online. Este hecho pone de relieve que el gusto por el séptimo arte entre nuestros estudiantes, que ya sea por cuestión económicas u otras, dejan de asistir a las salas de cine, sean del sexo que sean, tengan la edad que tengan y estudien carreras de ciencias o letras.

Figura 18. Con qué frecuencia vas a las salas de cine



Los jóvenes prefieren en primer lugar la comedia (65,6%), seguida de la acción (48,3%) y las aventuras (44,4%). Casi la mitad de los hombres prefiere también la ciencia ficción y las mujeres el drama. En cuanto a la edad no encontramos diferencias significativas, sólo que el suspense aparece como género preferido a partir de 26 años.

Figura 19. Género que prefieren

	Sexo		Edad recodificada			
	Hombre	Mujer	18-21 años	22-25 años	26-30 años	Más de 30 años
Dibujos animados	11	8,3	9,9	8,9	11,8	7
Infantil	5,2	9,3	8,5	5,6	13,7	2,3
Ciencia ficción	49,7	26,8	38	38,7	35,3	27,9
Comedia	61,3	68,8	69	63,7	66,7	58,1
Drama	28,4	44,9	36,6	38,7	41,2	34,9
Acción	60,6	39	47,2	52,4	52,9	34,9
Aventuras	48,4	41,5	45,8	46	41,2	39,5

Suspense	41,9	37,6	31,7	44,4	45,1	44,2
Clásico, antiguo	13,5	14,6	7,7	11,3	27,5	27,9
Terror	26,5	30,2	33,8	28,2	29,4	11,6
Otros géneros	1,9	7,8	4,2	2,4	3,9	18,6

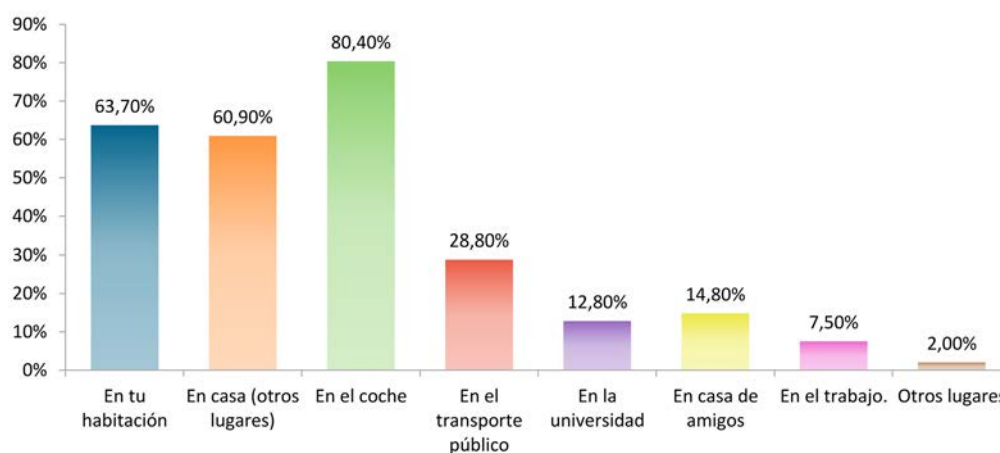
Analizando las características del consumo de las proyecciones que desde la propia universidad se llevan a cabo, nos encontramos que el 51,7% nunca asiste y que un 30% la desconoce, al afirmar que no hay cine universitario. Tan sólo un 2% asiste frecuentemente, un 8,3% ha asistido alguna vez y un 8,1% lo ha hecho rara vez. Aquellos estudiantes que han asistido alguna que otra vez valoran su oferta, su interés y su diversidad positivamente.

5.6 MÚSICA

La música suele escucharla, diariamente, la mayoría de los estudiantes universitarios onubenses (85,3%). La escuchan principalmente por el ordenador (74,6%), la radio (60,3%) y el móvil (58,4%); utilizando el internet (70%) y otros formatos digitales (58,7%) como soporte para oírla.

Como muestra el siguiente gráfico, según el orden de preferencias, donde habitualmente escuchan música es: en el coche, en su habitación, en otros lugares de la casa y en el transporte público.

Figura 20. Lugares que suelen utilizar para escuchar música



Al analizar el sexo con el gusto musical, observamos que lo que más escuchan, tanto hombres como mujeres, son el pop/rock español, el pop/rock extranjero y el flamenco. Abanico que en el caso de las féminas se completa con la canción de autor y el dance/house. Y los hombres con el rap, hip hop, dance/house y el reaggae.

Los alumnos entre dieciocho y veinticinco años lo que más escuchan es el pop/rock español, el pop/rock extranjero y el flamenco. Los que tienen entre veintiseis años y treinta prefieren pop/rock español, el pop/rock extranjero y el pop/rock extranjero. Los mayores de treinta años escuchan pop/rock español, la canción de autor, por/rock extranjero y la música clásica.

Una tercera parte de los estudiantes no asiste “Nunca/Casi nunca” a los conciertos, un 19,2% va dos o tres veces al año, el 18,8% va una vez al año y un 15,6% asiste con menor frecuencia. Los que sí asisten frecuentemente, una o dos veces al mes, representan el 2,8%. Los que asisten frecuentemente son más hombres (4,5%) que mujeres (1,5%), de edad entre veintiséis y treinta años (5,5%) y pertenecientes a Humanidades/Artes.

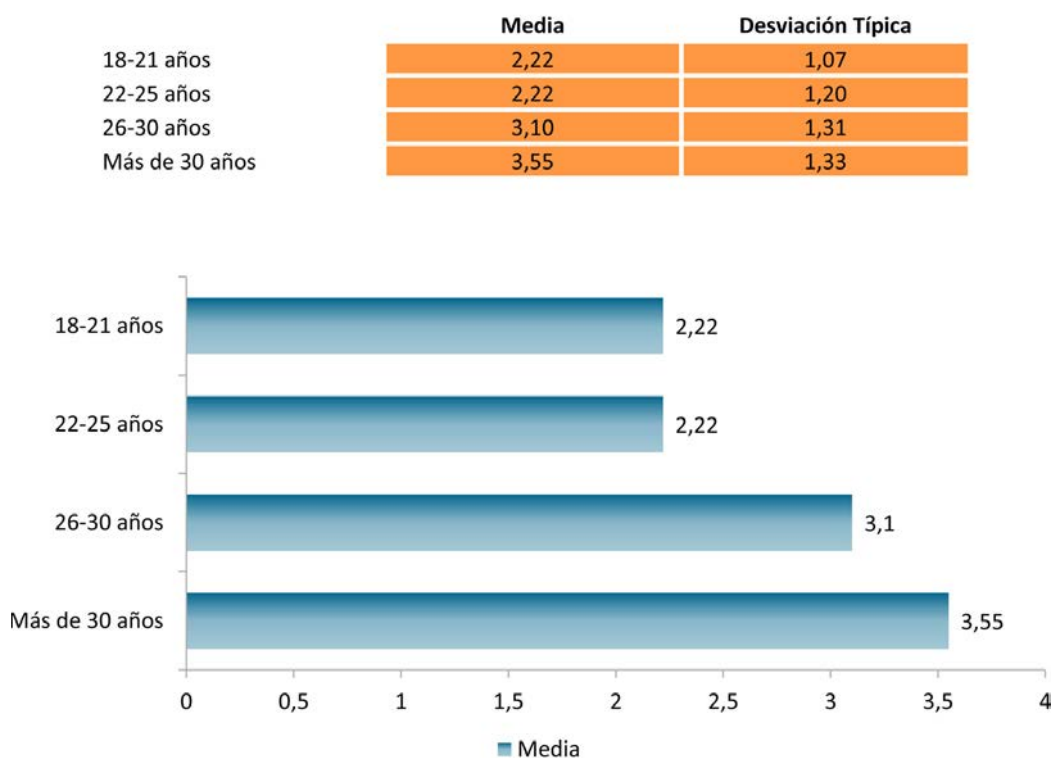
5.7 TEATRO

Los universitarios de Huelva muestran un interés medio por el teatro. En una escala del 1 al 5 proyecta una media de 2,5. El 56,4% no va nunca o casi nunca al teatro, un 15,3% va con menor frecuencia y el 10,8% dice ir dos o tres veces al año.

Por género, volvemos a encontrar diferencias significativas entre hombres y mujeres, de tal manera que las que más interés manifiestan por el teatro son las mujeres, como nos lo afirma la media femenina (2,7) superior a la media de toda la población, siendo la media masculina inferior a la mismas (2,2).

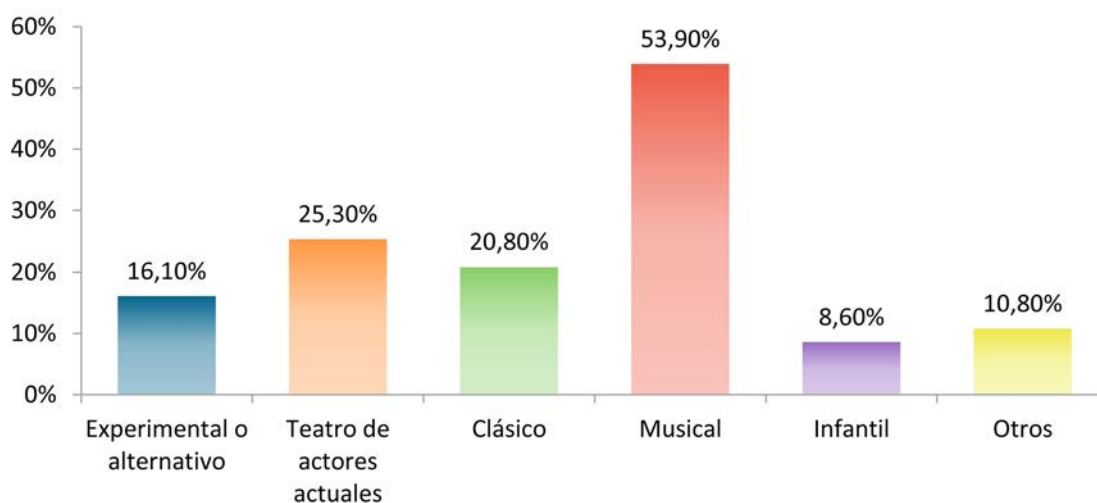
Al estratificar estos datos por edad, se puede observar que a medida que avanza la edad mayor interés se muestra por este arte. Son los estudiantes de Humanidades y Artes los que más interés muestran, seguidos de los de Ciencias Sociales y Jurídicas y Ciencias de la Salud, como nos muestran sus medias: 3,1, 2,7 y 2,4. Los alumnos de Enseñanzas Técnicas/Ingeniería y Arquitectura son los que menos interés muestran seguidos de los de Ciencias Experimentales, con unas medias de 1,9 y 2,1 respectivamente.

Figura 21. Interés por el teatro según edad



En cuanto a la asistencia, más de la mitad de los encuestados (56,4%) declara que “Nunca/Casi nunca” ha asistido a una obra de teatro, dicho porcentaje es menor en mujeres (53,7%), en edades entre veintiséis y treinta años (39,2%) y mayores de treinta (32,6%), y en alumnos de áreas de Ciencias Sociales y Jurídicas (53,9%) y Humanidades /Artes (36,8%). Independientemente de si asiste o no, el tipo de teatro que más le interesa son el musical, teatros de actores actuales, el teatro clásico y el experimental o alternativo.

Figura 22. Tipo de teatro que le interesa



5.8 ACTIVIDADES DEPORTIVAS

Dos terceras partes de los universitarios practican algún deporte durante la semana, el 30,6% lo realiza “Todos/Casi todos los días” y el 36,1% “Alguna vez por semana”. El 15,3% dice no realizar ningún deporte. Tanto hombres como mujeres, de cualquier área de estudio y mayor de dieciocho años, practican “Alguna vez por semana” cualquier actividad deportiva. Los deportes que más practican son el *footing* (30,8%), el gimnasio (30,2%), el fútbol (23,9%) y el fútbol sala (16,1%).

De todos ellos, para el 19,7% de los estudiantes universitarios onubenses, la principal actividad deportiva es el *footing*, para el 19% el gimnasio y para el 9,2% el fútbol. Las mujeres practican principalmente *footing* (28,4%) y el gimnasio (22,8%); y los hombres, el 19% el fútbol, 14,7% el gimnasio y un 14% el fútbol sala. Con respecto a la edad, alumnos entre dieciocho y veintiún años lo que más practican más son el *footing* (18,3%) y el gimnasio (16,5%), categorías que se invierten entre los alumnos de veintidós y veinticinco años con porcentajes del 20,5% y 21,4% respectivamente. Entre los de veintiséis y treinta años las actividades que practican son el gimnasio (23,3%), seguido con un 11,6% del fútbol sala y el *footing*. Y los mayores de treinta años, el *footing* (31,4%) y otros deportes que no aparecen en las categorías ofertadas, como por ejemplo, andar.

Más de la mitad de los encuestados (56,1%) no asiste a las competiciones deportivas, sin encontrar diferencias significativas entre su sexo, edad y área de conocimiento. Y aquellos que asisten, acuden principalmente a las de fútbol (60,8%), fútbol sala (22,2%) y a las de baloncesto (20,3%).

5.9 OTRAS ACTIVIDADES RELACIONADAS CON LA CULTURA

En este apartado vamos a analizar cuáles son las actividades culturales realizadas por los alumnos de la Universidad de Huelva. Se le ofertan al encuestado quince actividades, con tres opciones de respuestas: nunca, alguna vez y en el último año.

La mayoría de los alumnos en el último año ha realizado la mayoría de las actividades presentadas, siendo las más realizadas la asistencia a una sala de cine (80%), han visto o escuchado un programa cultural en TV o radio (64,4%), han visitado un museo histórico artístico (61,9%). Alguna vez han visitado un zoológico (61,9%), han asistido a una obra teatral (51,4%), a una exposición de arte (46,4%). El 44,2% nunca ha asistido a un festival de música, el 33,1% nunca ha visitado un museo de Bellas Artes y un 25,3% nunca ha ido a un zoológico.

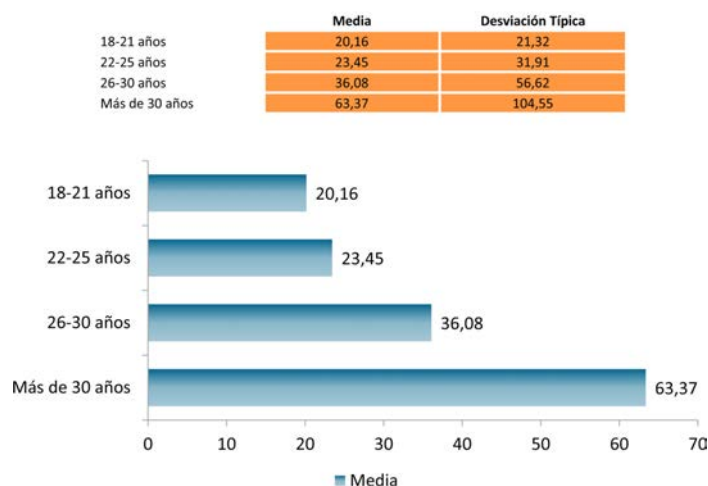
5.10 OCIO Y GASTO EN CULTURA

Los estudiantes onubenses tienen un promedio de casi veintiocho horas (27,93) libres a la semana.

Entre las veintidós actividades que en sus horas de ocio-diversión ofertamos a nuestros encuestados, la actividad que más realizan es: “Todos/casi todos los días”, usar el ordenador (94,4%) y usar las redes sociales (75,6%). “Sólo los fines de semana” las actividades más realizadas son beber ir de copas (40,8%), ir a discotecas, bailar (35,5%) e ir de botellón (34,3%), actividades características de una población joven como la encuestada. Las realizadas “Con menor frecuencia” son viajar (63,9%) e ir de excursión (51,1%). Por último las que “nunca” realizan asistir a actividades religiosas (69,2%), realizar acciones de voluntariado (54%), y jugar con video juegos, consolas, etc. (52,2%).

El gasto medio mensual en cultura de los universitarios es de veintinueve euros aproximadamente. Son las mujeres las que se gastan algo más de la media (treinta euros) mientras que los hombres gastan veintisiete euros. En la relación gasto medio al mes en cultura y la edad, se observa que a medida que aumenta ésta aumenta el gasto, como muestra la siguiente gráfica.

Figura 23. Gasto por edad



Son los alumnos de Humanidades/Artes y los de Ciencias Sociales y Jurídicas los que más se gastan al mes de media, treinta y dos euros.

5.11 VALORES

Para los alumnos lo más importante en su vida es la familia (91,4%), seguida de la salud (86,4%), la amistad (83,1%) y los estudios (71,7%). Para ellos las actividades culturales (50%) y el aspecto físico (48,1%) son bastante importantes, valorando como nada importante la religión (44,2%).

Centrando nuestro objeto de estudio, las actividades culturales, en torno al 50% de los alumnos independientemente del sexo, la edad y las áreas de estudio, las valora como “bastante importante” más por las mujeres (50,7%) que por los hombres (49,7%), en mayor proporción por los estudiantes mayores de treinta años (69,8%) y por los alumnos de Ciencias de la Salud (59%).

5.12 ACTIVIDADES CULTURALES DE LA UNIVERSIDAD DE HUELVA

Los alumnos dan un aprobado a las actividades de la universidad como nos muestra su media (5,3).

5.13 ARTES PLÁSTICAS Y ESCÉNICAS

La mayoría de los alumnos no realiza ni ha realizado en el último año ninguna actividad de las propuestas por la Universidad de Huelva, salvo en actividades específicas como la fotografía que se presenta como la más realizada y demandada para el próximo año 2013/2014.

Durante el último año las actividades que más han realizado son la fotografía (41,7%), pintar y dibujar (32,2%), y las actividades musicales (22,2%). Las que han realizado en menor medida han sido la escultura (9,5%) y escribir libros (8,4%).

Cuando se les pregunta por las actividades que les gustaría realizar el próximo año, la más demandada sigue siendo la fotografía (57,8%), seguida de cine y cortometraje (46,1%) y pintar y dibujar (42%). La menos demandada sigue siendo la escultura (7,2%).

CONCLUSIONES

Algunas conclusiones con carácter general sobre los usos, hábitos y demandas culturales de los estudiantes universitarios onubenses son:

- Poco más del 30% de los universitarios onubenses lee “Todos / Casi todos los días” libros no profesionales ni de estudios, independientemente de su sexo, diferencia que se pone de relieve con un 41,2% entre las edades de 26 y 30 años, siendo en su mayoría alumnos del área de Humanidades y Artes (63,2%).
- Los libros más leídos por los universitarios son, en primer lugar, los best seller (40%), tanto por hombres como por mujeres, siendo este porcentaje mayor en mujeres que en hombres, 47,3% y 29,8% respectivamente. Entre dieciocho y treinta años pertenecientes a las áreas de Ciencias Sociales y Jurídicas (47%) y los de Ciencias de la Salud (37,5%)
- *El País* es el periódico que habitualmente lee casi la mitad de los universitarios (48,2%), seguido de la prensa local (31,8%) y de *El Mundo* y la prensa gratuita, 24,6% y 20% respectivamente. En su mayoría (70,4%) los leen por internet de manera gratuita, siendo el 30% el que lo hace de manera tradicional, es decir, en papel con precio.
- Según el sexo, las revistas de prensa rosa, de salud y belleza y las de decoración son las preferidas por las mujeres. Los hombres eligen revistas de ciencia y tecnologías, de informática y ordenadores, seguidas de las de naturaleza y música.
- La mayoría de los estudiantes suele ir a la biblioteca, sólo el 18% no ha ido “Casi nunca/ Nunca”. Un 16,4% asiste “Uno o dos días por semana”, solo el 13,1% lo hace a diario. Casi las tres cuartas partes van a la biblioteca de su facultad, un 30% asiste a las de otras facultades de su Universidad mientras que el 23,7% va a la biblioteca municipal. El acceso a ella a través de internet, como podría ser la una búsqueda de un libro o la renovación del mismo, es una realidad poco frecuente entre los universitarios.
- Los alumnos de la Universidad de Huelva ven contenidos audiovisuales por la televisión una media de 1,5 horas los días laborables y 1,8 los fines de semana. El consumo de dichos contenidos a través de internet es mayor que en televisión, de 1,9 horas en días laborables y 2,3 en fines de semanas.
- Casi la mitad de los encuestados escucha la radio diariamente una media de treinta y nueve minutos en días laborables y cuarenta y un minutos los fines de semana. Debido al carácter joven de nuestra población objeto de estudio el 73% escucha en la radio programas de música, seguido de los de noticias e información, deportivos y humor. Más de la mitad (54,2%) ha escuchado la radio a través de internet o se ha descargado un archivo de radio, sin encontrar diferencias significativas entre la edad, el sexo y el área de estudio.
- La mayoría usa los ordenadores y son usuarios de internet, tanto por motivos laborales como de ocio. El 95% tiene acceso a internet en su residencia habitual durante el curso. Utilizan internet principalmente para leer la prensa, revistas y blog, escuchar música, redes sociales, consultar el correo electrónico y para estudiar (apuntes, informes, documentación...).

- La asistencia a las salas de cine es una actividad poco frecuente entre los estudiantes onubenses. Sin embargo, el 63,3% ve “Al menos una película por semana” fuera de las salas de cine, consumiendo una media 3,4 películas a través de la TV abierta y 3,7 descargadas o compradas a través internet u *online*.
- La música suele escucharla, diariamente, la mayoría de los estudiantes universitarios onubenses (85,3%). La escucha principalmente por el ordenador (74,6%), la radio (60,3%) y el móvil (58,4%); utilizando el internet (70%) y otros formatos digitales (58,7%) como soporte para oírla.
- Los universitarios de Huelva muestran un interés medio por el teatro, manifestando más interés las mujeres. Se observa que a medida que avanza la edad mayor interés muestran por este arte. Son los estudiantes de Humanidades y Artes los que más interesados están.
- Dos terceras partes de los universitarios practican algún deporte durante la semana, el 30,6% lo realiza “Todos/Casi todos los días” y el 36,1% “Alguna vez por semana”. El 15,3% dice que no realiza ningún deporte. Los principales deportes que practican son el *footing*, el gimnasio y el fútbol. Más de la mitad de los encuestados (56,1%) no asiste a las competiciones deportivas, sin encontrar diferencias significativas entre su sexo, edad y área de conocimiento.
- La mayoría de los alumnos en el último año ha realizado la mayoría de las actividades presentadas, siendo las más realizadas la asistencia a una sala de cine (80%), han visto o escuchado un programa cultural en TV o radio (64,4%), han visitado un museo histórico artístico (61,9%).
- El gasto medio mensual en cultura de los universitarios es de veintinueve euros aproximadamente. Son las mujeres las que se gastan algo más de la media (treinta euros) mientras que los hombres gastan veintisiete euros. En la relación gasto medio al mes en cultura y la edad, se observa que a medida que aumenta ésta aumenta el gasto.
- Los estudiantes onubenses tienen un promedio de casi veintiocho horas (27,93) libres a la semana.
- Para los alumnos lo más importante es su vida en la familia (91,4%), seguida de la salud (86,4%), la amistad (83,1%) y los estudios (71,7%). Para ellos las actividades culturales (50%) y el aspecto físico (48,1%) son bastante importantes, valorando como nada importante la religión (44,2%).
- Los alumnos dan un aprobado a las actividades de la universidad como nos muestra su media (5,3).
- La mayoría de los alumnos no realiza ni ha realizado en el último año ninguna actividad de las propuestas por la Universidad de Huelva, salvo en actividades específicas como la fotografía que se presenta como la más realizada y demandada para el próximo año 2013/2014.

