

9

CAPÍTULO

SEVILLA

LA “CULTURA” ENTRE LOS ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS SEVILLANOS: USOS, HÁBITOS Y DEMANDAS

Clementina Rodríguez Legido

Departamento de Sociología. Universidad de Sevilla

Introducción

9.1 Perfil Demográfico y Social de los Estudiantes

9.2 La Lectura

9.3 La Televisión, la Radio, los Ordenadores e Internet

9.4 El Cine, el Teatro y la Música

9.5 El Deporte

9.6 Otras actividades, Ocio y Tiempo Libre

Conclusiones

“No existe una naturaleza humana independiente de la cultura. Los hombres sin cultura [...] serían una monstruosidad inservible con muy pocos instintos útiles, aún menos sentimientos reconocibles y sin intelecto: unos tarados.”

Clifford Geertz (1)

Hablar de cultura en la actualidad, implica distinguir entre su concepción etimológica y su concepción social. Desde la perspectiva etimológica, cultura proviene del latín con el significado de “cultivo” y se refiere a la educación, desarrollo o perfeccionamiento de las facultades intelectuales y morales del hombre. Sin embargo, desde el punto de vista social, este concepto va más allá del “hombre”, englobando al conjunto de valores, creencias, actitudes y objetos materiales que constituyen el modo de vida de una sociedad.

El presente trabajo se aproxima a la concepción etimológica y se centra en el estudio de los usos, hábitos y demandas culturales de los universitarios sevillanos, más concretamente de los estudiantes de la universidad hispalense.

El Observatorio Cultural Atalaya prosigue en su afán de conocer uno de los aspectos más emblemáticos y significativos asociados a la institución universitaria, el uso de la cultura como una actividad creativa y necesaria para el desarrollo personal y profesional.

Seis años después de que se efectuara el primer estudio sobre usos, hábitos y demandas culturales de los estudiantes universitarios andaluces, se vuelve a realizar una nueva edición que tiene como finalidad, no sólo conocer las nuevas demandas y usos en torno a la cultura, sino el poder comparar cómo han ido evolucionando a lo largo de este periodo. Esta evolución adquiere especial relevancia en momentos de cambios tan rápidos y profundos como los que están teniendo lugar en la actualidad; cambios producidos por los avances tecnológicos, por un lado y por la crisis económica por otro.

Para los dos estudios, se ha utilizado la encuesta como técnica para la recogida de información. Aunque en la edición actual la encuesta se ha actualizado, se mantiene un gran número de preguntas de la versión anterior. Esto posibilitará hacer comparaciones entre el uso y las opiniones vertidas en el año 2006 y las del 2012. El número de encuestas realizadas ha sido de trescientas cincuenta y dos, con un nivel de confianza del 95,5% y un error del 5,2%. Las cuotas de muestreo se han establecido por sexo, edad y área de conocimiento. Para el establecimiento de estas cuotas se ha utilizado la información ofrecida por el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, curso 2011-2012.

1. Geertz C. (1995). *The interpretation of cultures*. Hutchinson, London. (Citado por Macionis JJ, Plummer K. Sociología. Prentice Hall, 2011).

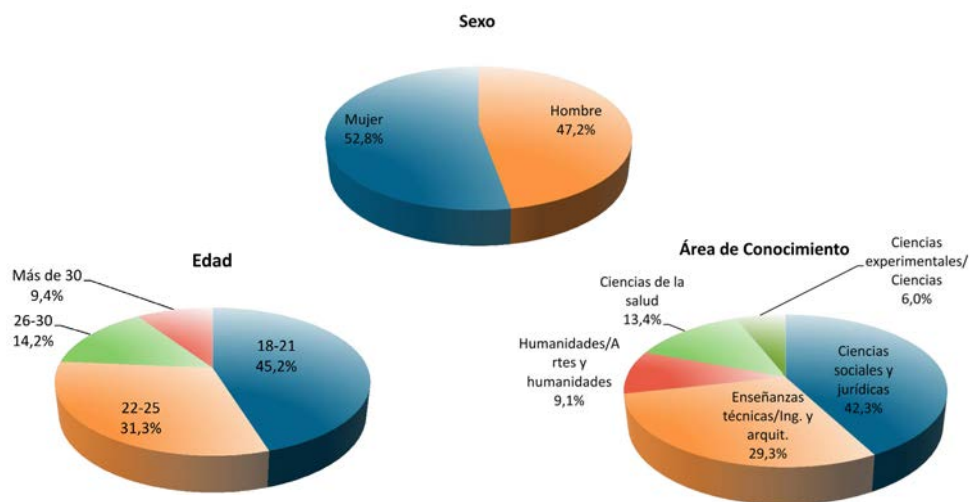
Estos dos estudios que tienen carácter cuantitativo, se completan con uno cualitativo realizado en el año 2010; a través de este último, pudimos conocer con cierto grado de profundidad, no sólo el uso que los estudiantes hacen de la cultura, sino sus motivaciones y percepciones⁽²⁾.

9.1 Perfil Demográfico y Social de los Estudiantes

Antes de comenzar a analizar los resultados obtenidos, vamos a conocer algunos datos de los estudiantes sevillanos que nos ayudarán a interpretar mejor su posición ante la cultura. Para ello se va a presentar, por un lado, el perfil demográfico y por otro, algunos datos que nos informarán del posicionamiento de nuestros estudiantes ante los valores, la política o la religión.

En la figura 1, se muestran los datos de sexo, edad y área de conocimiento que configuran la muestra de este estudio.

Figura 1. Cuotas por edad, sexo y área de conocimiento (%)



Un aspecto de interés en el conocimiento de las pautas culturales de los estudiantes, es conocer algunas características de la vida de los padres, y más concretamente, su nivel de estudios. El concepto bourdiano de “capital cultural”, que se sustenta en los conocimientos y habilidades del individuo, pone de manifiesto la importancia de la familia, no sólo como generadora de ese capital, sino como la base fundamental de nuestro *habitus*, es decir, de todo lo que somos y hemos adquirido e incorporado a nuestra manera de ver y vivir el mundo; este *habitus* afectará a las actitudes, comportamientos y pensamientos de cada individuo ante cualquier situación⁽³⁾.

2. Rodríguez Legido C., Malpica Soto P. (2011) “Estudio cualitativo de demandas y motivaciones culturales de los estudiantes de la Universidad de Sevilla”. *Estudio cualitativo de demandas y motivaciones culturales de los universitarios andaluces*. Dirección General de Universidades. Junta de Andalucía, Cádiz. 169-179.

3. Bourdieu P., Passeron JC. (2001) [1977]. *La reproducción: elementos para una teoría del sistema de enseñanza*. Popular, Madrid.

El nivel de estudios alcanzado por los padres de los estudiantes indica que nuestra sociedad sigue mejorando, no sólo en el nivel máximo alcanzado sino en un mayor grado de igualdad entre los hombres y las mujeres (el 43% de los padres y el 40% de las madres tienen estudios universitarios). Esos datos eran de 40 y 30% respectivamente, hace seis años.

Otro aspecto de interés tiene que ver con las aspiraciones que tienen los estudiantes en relación al nivel de estudios que desean alcanzar. Son minoría los que les gustaría terminar con el Grado o la Licenciatura (ya en extinción); concretamente, algo más del 60% querría seguir con un Máster o un Doctorado. Este dato pone de manifiesto algunas implicaciones de la puesta en marcha de los nuevos estudios del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES), entre las que destaca la reducción de los estudios universitarios a cuatro años. Si a este hecho se le suman la situación de crisis económica y el elevado nivel de paro en los recién titulados, es lógico que los estudiantes quieran aplazar el momento de enfrentarse a esta dura realidad; contando, además, que un aumento de su formación será un plus para su futuro profesional.

En este sentido es llamativa la diferencia encontrada con los estudiantes de hace seis años: en el 2006, tan sólo el 31% aspiraba a realizar un Máster o un Doctorado, justo la mitad de los estudiantes actuales.

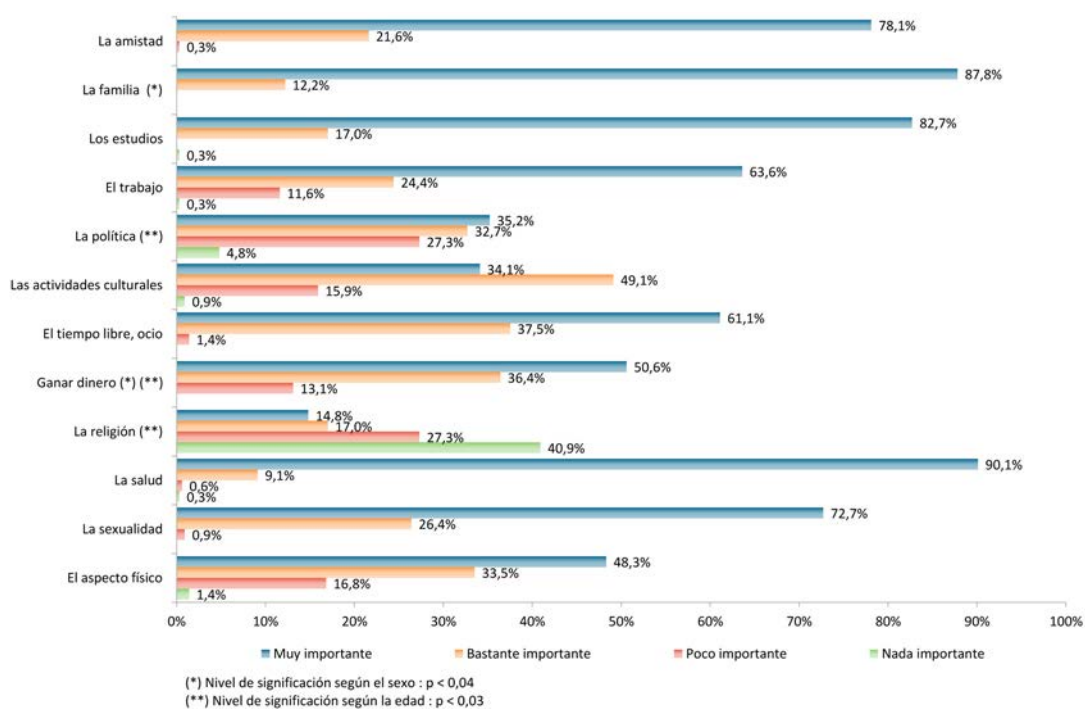
Otra información complementaria hace referencia a si el estudiante compagina el estudio con una actividad laboral. En la Universidad de Sevilla, la mayoría de los estudiantes, solamente estudia (68%); el resto compatibiliza ambas actividades aunque la mayoría tiene los estudios como actividad principal (22%). Estos valores apenas se han modificado en los últimos seis años.

Entre los estudiantes universitarios no parece haber tradición de asociacionismo, tan sólo el 20% señala pertenecer a alguna asociación y de ellos, la gran mayoría lo hace a asociaciones deportivas.

Otro tema importante que puede ayudar a interpretar la actitud de los estudiantes ante la cultura es el económico, es decir, la cuantía de ingresos familiares. Lo más llamativo de las respuestas obtenidas es el 67% de los estudiantes que dicen desconocerlo. El resto de ellos se reparte, con valores muy pequeños, entre el resto de los intervalos.

Como ya se señalaba anteriormente, en este estudio se ha incluido una pregunta sobre valores para que los estudiantes señalen cómo de importantes son para su vida. En la figura 2 se muestran las respuestas obtenidas.

Figura 2. Importancia de “valores” (%)



Como puede observarse, el valor más importante para los estudiantes universitarios es la salud con un 90% de respuestas. En segundo lugar y con resultados similares entre ellos, están la familia y los estudios con 88 y 83% respectivamente; y en tercer lugar, también con datos similares entre ellos, está la amistad (78%) y la sexualidad (73%).

Hay un grupo de valores algo más materiales como son el trabajo, el tiempo libre y ganar dinero, que reciben la consideración de “muy importantes” por algo más de la mayoría de los universitarios (64, 61 y 51%, respectivamente). Igualmente es destacable que casi la mitad de los estudiantes considere el aspecto físico como muy importante para su vida (48%).

En la lista de valores “muy importantes”, la religión se encuentra en último lugar (15%), seguida de las actividades culturales y de la política, con un 35 y 34% respectivamente. Coherentemente, estos tres valores son lo que reciben los mayores porcentajes en el apartado de “poco importantes”, y tan sólo la religión destaca, de manera muy notable, en la opción de “nada importante” con un 41%.

Cuando se analizan los valores según el sexo y la edad, se observa que, para la mayoría de ellos, las diferencias son escasas; sin embargo destacan algunas que sí son significativas. Este es el caso de “la familia” y “ganar dinero”; en ambos, son los varones los que consideran estos valores más importantes. Los cálculos de Chi-cuadrado indican valores de “p” inferiores a 0,04.

Los valores que muestran las diferencias más notables, según los grupos de edad, son “la política”, “ganar dinero” y “la religión”. En los dos primeros, son los estudiantes mayores de 30 años los que los consideran más importantes. Por el contrario, “la religión” la valoran algo más, los más jóvenes ($p < 0,03$).

Concluyendo, la estratificación de valores según la importancia para su vida, pone de manifiesto que las prioridades de los estudiantes pasan, además de por la salud, por las relaciones familiares, la amistad y las sexuales, quedando las económicas y de trabajo en segundo lugar, posiblemente por ver un poco lejos su incorporación al mundo laboral. También llama la atención lo ajenos que les resultan la política y las actividades culturales.

Otra información de interés que ayudará a conocer el perfil de los estudiantes universitarios sevillanos es su posición ante la religión y la política. En materia religiosa, algo más de un tercio se considera o no creyente o ateo; otro tercio se define como católico no practicante y el resto se reparte entre otras opciones. Si se suman los ateos, los no creyentes y los no practicantes, se obtiene un 65% que vive ajeno a la religión, situación que ya se puso de manifiesto en el análisis de los valores.

El posicionamiento político se mide en una escala de siete puntos, en la que el uno representa la extrema izquierda y el siete, la extrema derecha. De los datos obtenidos lo primero que llama la atención es el altísimo porcentaje de estudiantes que no contestan, el 48%. De los que sí lo hacen, el 35% se posiciona en las tres primeras opciones de la escala (la izquierda) y el 45% en las tres últimas (la derecha); un 19% se queda en el centro.

Tanto en la política como en la religión no se han encontrado diferencias significativas ni por sexo ni por edad.

9.2 La Lectura

La lectura es una de las actividades más notables en el ámbito de la cultura y en consecuencia, un buen indicador de consumo de este tipo de productos. Su importancia radica en el hecho básico de ser el principal vehículo en la adquisición del conocimiento, siendo especialmente importante en el ámbito universitario. Además de herramienta de transmisión de conocimiento, la lectura lleva asociados otros atributos que contribuyen a mantener la mente alerta y el pensamiento crítico, cualidades especialmente importantes en la actividad universitaria.

Lo que más leen los estudiantes universitarios sevillanos son libros y prensa, las revistas tienen menos seguidores.

Lo más notable de los resultados obtenidos sobre la frecuencia de este hábito, es que el 20% de los estudiantes no lee nunca o casi nunca libros que no sean profesionales o de estudio; de hecho este porcentaje es superior al que leen todos o casi todos los días (15%). Este dato, llamativo en sí mismo, cobra mayor relevancia cuando lo comparamos con el obtenido hace seis años: el porcentaje de no lectores ha aumentado en ocho puntos.

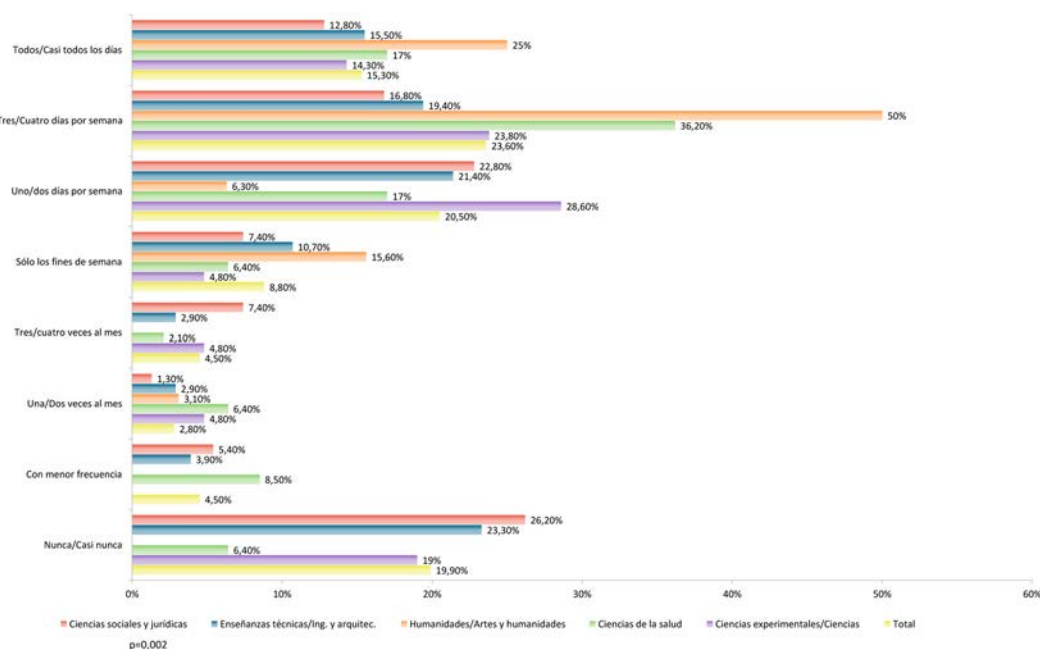
Estos resultados deberían hacernos reflexionar, por un lado, sobre los intereses y necesidades de las nuevas generaciones, y por otro, sobre la eficacia del modelo educativo que posibilita mandar a los estudiantes a la universidad y mantenerlos en ella unos años, sin que sientan la necesidad de conocer cosas diferentes de las que les obliga el *currículum*.

En consonancia con estos datos, obtenemos una media de 4,5 libros leídos al año (en formato papel); lentamente el formato digital empieza a estar presente, siendo la media de libros, 1,1. Estos datos apenas han variado en los últimos seis años. En cuanto al tiempo dedicado a la lectura, la media es de treinta y ocho minutos diarios los días laborables y de cuarenta y ocho los festivos. Las diferencias encontradas por sexo son muy pequeñas, tanto en el número medio de libros leídos al año como en el número de minutos dedicados a la lectura diariamente y en los fines de semana. Por edad, tampoco se aprecian diferencias relevantes.

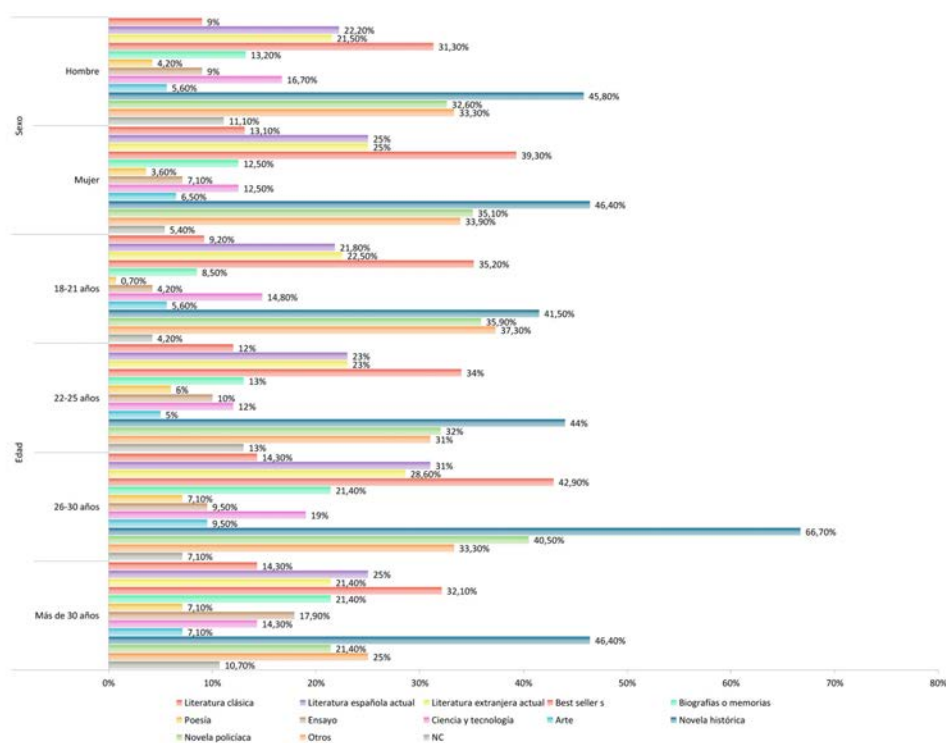
La información se enriquece cuando observamos la dedicación a la lectura (de diaria a nunca) según las categorías de sexo y la edad. Por sexo, se comprueba que existe una diferencia importante y significativa ($p = 0,04$) entre los hombres y las mujeres que no leen nunca; en los hombres es del 23,5% y en las mujeres del 16,7%. Sin embargo entre los que leen todos los días, es ligeramente superior el porcentaje de varones frente a mujeres (17 y 14% respectivamente). Por grupos de edad, son los comprendidos entre los 26 y los 30 años, los que menos leen (32% no lee nunca o casi nunca), seguidos de los mayores de 30 años.

En la figura 3 se muestran unos interesantes resultados sobre la frecuencia de lectura según las áreas de conocimiento del alumno y como se puede observar, la mayor proporción de estudiantes que no leen nunca o casi nunca se localiza en el ámbito de las Ciencias Sociales y Jurídicas, seguida de los de Enseñanzas Técnicas/Ing. y Arquitectura; también es destacable que en Humanidades este número sea cero.

Figura 3. Frecuencia de lectura por Áreas de Conocimiento (%)



El grupo de estudiantes que lee con mayor frecuencia libros no profesionales o de estudio, suele elegir por este orden, la novela histórica, los *bestsellers* y la novela policiaca. Como se puede observar en la tabla 4, las diferencias entre mujeres y hombres son muy escasas y no significativas, estadísticamente hablando. Lo mismo ocurre con la edad, en todos los grupos. En los seis grupos mostrados en la tabla (los dos de sexo y los cuatro de edad) hay unanimidad a la hora de elegir, como la más leída, la novela histórica.

Tabla 4. Tipo de lectura (libros no profesionales) por sexo y edad (%)

La otra actividad lectora de los estudiantes se localiza en la prensa (no deportiva), con valores similares a los de los libros. Sin embargo, se observan algunas diferencias dignas de ser comentadas, como por ejemplo la lectura diaria: si sólo el 15% de ellos lee todos los días algún libro (no profesional), este porcentaje llega al 37% en el caso de la prensa. En este caso, aparece una mayor polarización entre los que leen todos los días y los que no lo hacen nunca o casi nunca. La prensa más leída es la gratuita (40%), el *ABC* (34%) y *El País* (32%). La prensa digital es aún minoritaria, tan sólo la lee el 6%.

La revista es un formato de lectura que tiene menor seguimiento entre los estudiantes universitarios, de hecho, el 51% señala que no lo lee nunca. De los que sí leen revistas, la mayoría son de ciencia-tecnología, de salud y belleza y del corazón. En este punto es importante señalar las diferencias encontradas por sexo, de tal manera que casi la mitad de los varones que leen revistas, éstas son de ciencia-tecnología; sin embargo, en el grupo de mujeres las revistas más leídas son las de salud y belleza y las del corazón, sólo en tercer lugar se encuentran las de ciencia-tecnología (36, 34 y 31% respectivamente).

Las preferencias de lectura entre los universitarios sevillanos presentan un patrón similar al obtenido a nivel nacional. Según el estudio de la Federación de Gremios de Editores de España (FGEE), lo que más leen los españoles son por este orden, periódicos, libros, revistas y cómics. También aparecen coincidencias en el tipo de lectura según el sexo: las mujeres españolas leen más libros y revistas y los hombres leen más prensa⁽⁴⁾.

4 "Hábitos de lectura y compra de libros en España 2010". Federación de Gremios de Editores de España. <http://www.federacioneditores.org/SectorEdit/DatosEstadisticos.asp> (2012).

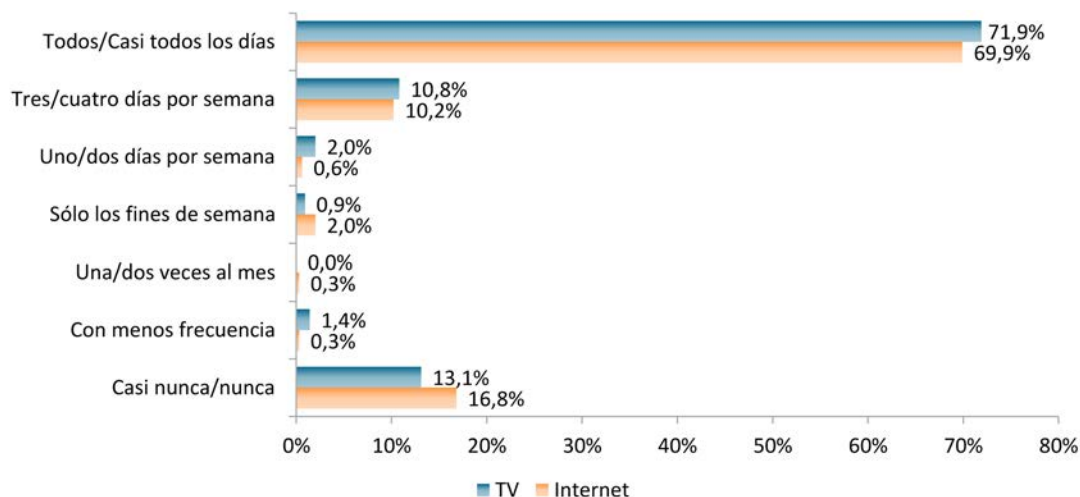
A través de este estudio, también se quiere conocer el uso que hacen los estudiantes de las bibliotecas de la Universidad de Sevilla. Las bibliotecas universitarias suelen ser uno de los lugares más frecuentados y de mayor uso por parte de toda la comunidad universitaria, especialmente por los estudiantes; precisamente por su importancia, las universidades suelen dedicarles una parte importante de sus recursos. Algo más de un tercio de los estudiantes sevillanos acude a una biblioteca diariamente, siendo las de la universidad las más utilizadas por la casi totalidad de los estudiantes (97%). Los que acuden al menos un día o dos a la semana suman el 40% que unido al 36% que acude a diario, suman un 76% de usuarios. Por otro lado, llama la atención el 22% de estudiantes que no va nunca o casi nunca a ninguna biblioteca.

Las bibliotecas se usan en primer lugar para estudiar, sobre todo en épocas de exámenes (44%); también las utilizan para buscar información y para realizar trabajos individuales o en grupo (38 y 35%, respectivamente).

9.3 La Televisión, la Radio, los Ordenadores e Internet

La televisión sigue estando en el centro de la comunicación y del entretenimiento en nuestra sociedad tecnológica, global y del conocimiento. Sin embargo, se está empezando a notar un desplazamiento hacia las nuevas tecnologías y dispositivos surgidos en torno a internet (figura 5).

Figura 5. Frecuencia de consumo de contenido audiovisual en T V e Internet (%)



Como puede observarse, tanto la televisión como internet son utilizados diariamente por la gran mayoría de los estudiantes sevillanos (72 y 70%, respectivamente), sin embargo esta mayoría coexiste con un 13% que no la ve nunca o casi nunca y un 17% que no usa internet como medio audiovisual.

El tiempo medio dedicado a ver TV al día es de algo más de una hora; este tiempo es superior cuando se trata de internet (ochenta y cinco minutos de media). Los fines de semana aumenta el consumo audiovisual en ambos (setenta y siete y ciento tres minutos respectivamente).

En el estudio de 2006, el tiempo medio dedicado a ver TV era casi una hora más, en los días laborables y algo más de hora y media en los fines de semana. La explicación más probable de la reducción obtenida en el estudio actual, podría ser el aumento de productos exclusivos para uso de internet en los últimos seis años.

Con pequeñas diferencias, los estudiantes varones consumen más tiempo de TV y de internet que las mujeres, tanto diariamente como los fines de semana. Por áreas de conocimiento, destacan los estudiantes de ciencias de la salud por ser los que dedican menos tiempo a ver productos audiovisuales en general.

Sobre el tipo de programas vistos en TV e internet, se observa que en TV, hay tres productos que son líderes indiscutibles para tres cuartas partes del colectivo estudiantil: las noticias, las series y las películas. Hay dos programas más, que también tienen un número de seguidores importante, los deportes (31%) y los del “corazón” (22%).

Los productos más visualizados por internet son películas y series, y a cierta distancia, los informativos (73, 67 y 31% respectivamente). El tipo de productos consumidos es mayoritariamente el mismo que en TV. Observando estos resultados se puede percibir un ligero movimiento hacia un mayor uso de internet para determinados productos como por ejemplo las películas, siendo éste el primer caso en el que internet es usado más que la televisión. No es difícil imaginar que esta tendencia se extenderá a otros productos en los próximos años.

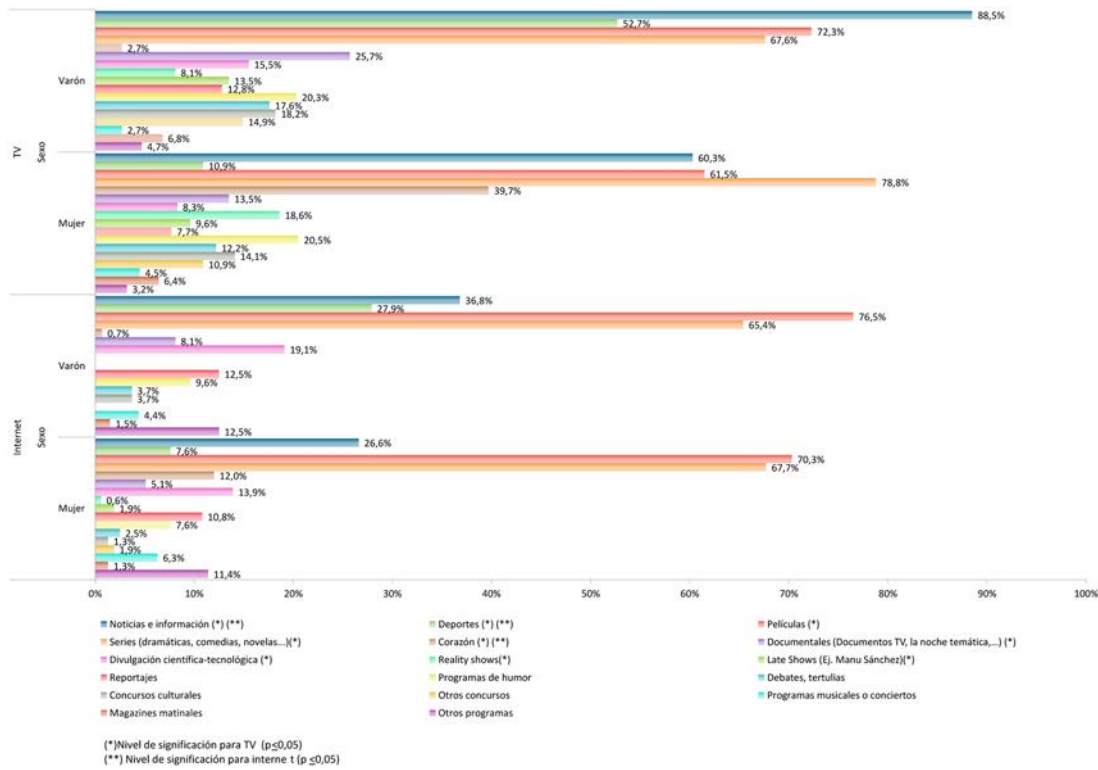
Los datos observados en la tabla 6 muestran unas diferencias interesantes en relación al sexo, no sólo en TV sino también en internet. Una serie de programas o productos audiovisuales es seguida mayoritariamente por varones en unos casos y por mujeres en otros. Uno de los casos más notables es el de los programas del “corazón” en TV; en él se aprecia una diferencia de treinta y siete puntos a favor de las mujeres (tan sólo un 3% de varones los sigue, frente al 40 de las mujeres). También las “series” son más seguidas por las mujeres, en este caso la diferencia es de once puntos. En resumen, los programas del corazón, las series y los *reality shows* tienen un seguimiento mayor entre las mujeres que entre los varones.

Por el contrario, los varones son mayoría en los programas de noticias, deportes, películas, documentales y divulgación científica, entre otros. La diferencia más notable se puede observar en los programas deportivos (cuarenta y dos puntos), en este caso los hombres los siguen por TV en un 53% y las mujeres en un 11%.

Las diferencias encontradas entre los hombres y las mujeres en los cinco productos audiovisuales más vistos, son en todos los casos, estadísticamente significativas ($p \leq 0,05$).

Hay un tipo de programa que además de ser seguido por casi una cuarta parte de los estudiantes universitarios hispalenses, está repartido por igual entre los sexos: los programas de humor (20%). Sólo el humor parece no tener sexo en las preferencias de consumo de productos audiovisuales.

Figura 6. Tipos de programas vistos en TV e Internet según el sexo (%)



El análisis de los tipos de programas y productos audiovisuales realizado según la edad, indica que las diferencias encontradas entre los diferentes grupos son muy pequeñas y no significativas.

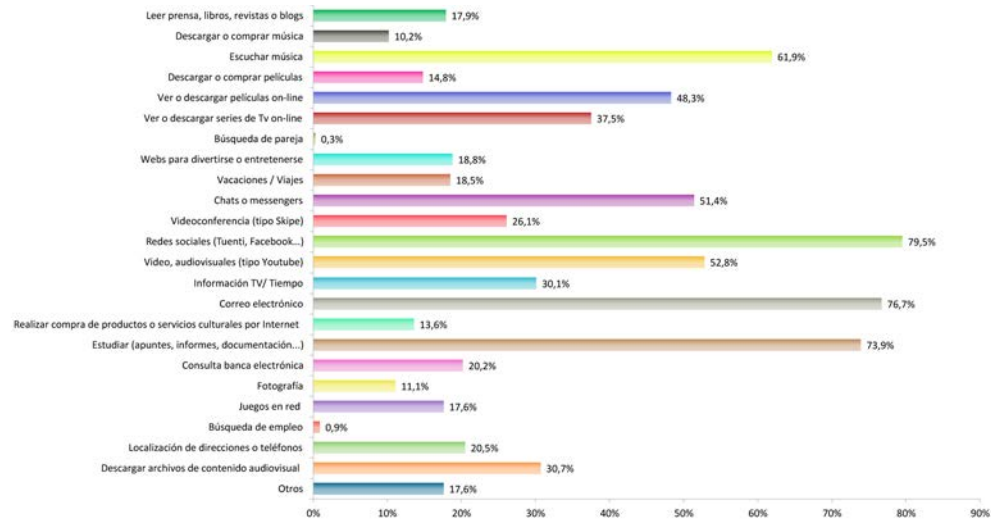
La radio es un medio de comunicación que parece haber superado el miedo a desaparecer surgido tras el auge de la TV. El tiempo ha indicado que existe espacio para ambos medios y cada vez ésta se encuentra más asentada. El hecho de que más de la mitad de los estudiantes universitarios escuche la radio todos los días, puede ser un buen indicador. También es cierto que casi una tercera parte no la escucha nunca.

El tiempo de escucha suele ser de cuarenta y cuatro minutos de media al día, siendo la música la opción preferida por el 87% de los que la escuchan. El siguiente tipo de programas escuchado son las noticias (28%). Las diferencias encontradas por sexo son muy pequeñas, el tiempo medio de escucha en el hombre es de cuarenta y cinco minutos y de cuarenta y tres en la mujer. Por edad tampoco se aprecian diferencias significativas.

Por lo que se refiere al ordenador, en la actualidad casi la totalidad de los estudiantes lo usa diariamente (98%), ya sea por motivos de estudio o por cualquier otro. Lo mismo ocurre con internet. De hecho, hoy en día es impensable tener un ordenador que no esté conectado a internet; si esto es cierto en cualquier ámbito social o personal, lo es especialmente en el universitario. El cien por cien de los estudiantes dispone de internet en su residencia habitual durante el curso académico. En cuanto al lugar de uso de internet, casi la totalidad (el 97%) lo usa en su domicilio; también en la universidad, en los bares y cafeterías o en las bibliotecas públicas.

En la figura 7 se muestra el uso mayoritario de internet en la actualidad. Como puede observarse esta herramienta la utilizan para cualquier actividad, aunque hay tres que sobresalen: las redes sociales, el correo electrónico y actividades de estudio.

Figura 7. Uso de Internet (%)

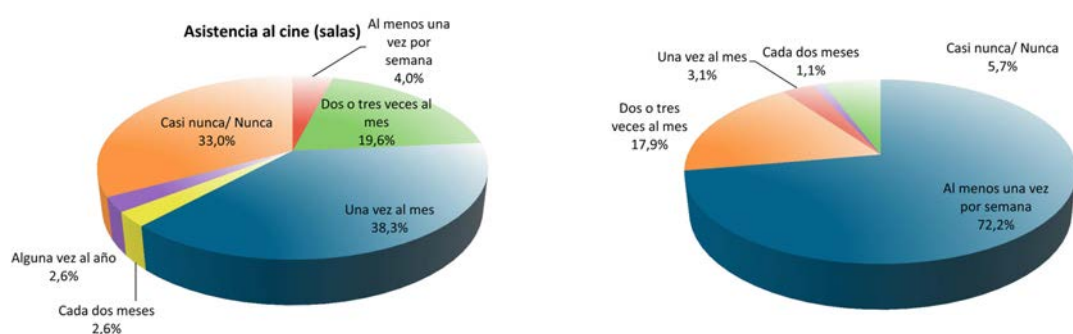


En el análisis por edad y sexo no se obtienen diferencias importantes, aunque se observan algunas que pueden ofrecer información sobre tendencias, como por ejemplo, que sean las mujeres las que hacen mayor uso de las redes sociales (83% de mujeres y 7% de varones). También por edad se observa alguna diferencia como por ejemplo, la compra de productos culturales (libros, entradas, ...), en este caso es previsible encontrarse con que son los mayores de 30 años los que lo utilizan en mayor medida, frente a los más jóvenes (33 y 7% respectivamente).

9.4 El Cine, el Teatro y la Música

La asistencia al cine es una actividad cultural que parece encontrarse en retroceso entre los estudiantes universitarios de Sevilla. Según los resultados obtenidos, un 67% va al cine alguna vez, ya sea a la semana, al mes o al año. Frente a este dato, sorprende encontrar un 33% que señala no ir nunca o casi nunca (figura 8).

Figura 8. Frecuencia de asistencia al cine y de visionado de películas (%)



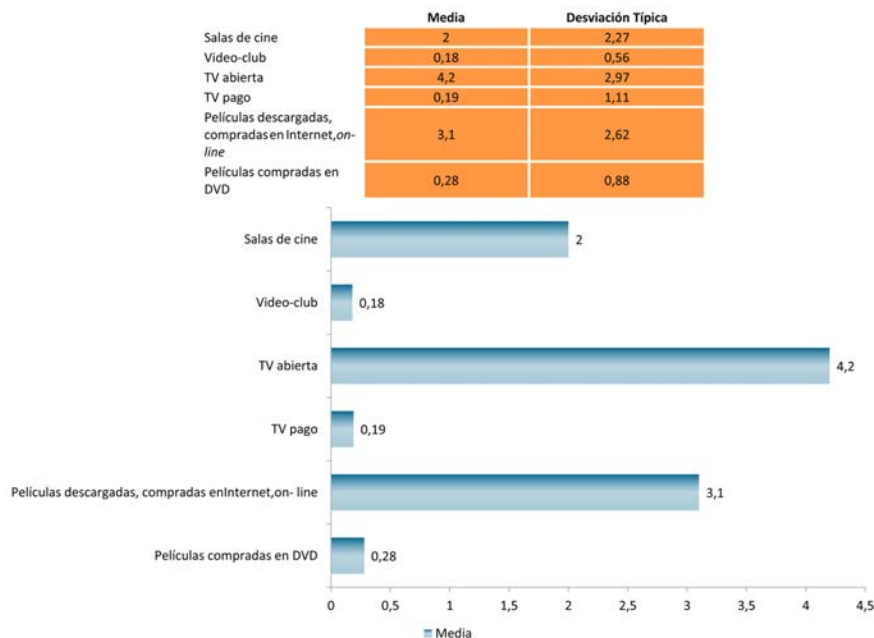
De todas las actividades culturales recogidas en este estudio, la asistencia al cine es la que ha sufrido un auténtico y profundo cambio en tan sólo seis años. Si en el año 2006, tan sólo el 2,7% de los estudiantes no iba nunca o casi nunca al cine, en la actualidad ese número es de un tercio del total. Un descenso tan notable es poco probable que esté indicando que los universitarios hayan perdido el interés por el cine, más bien, parece informar de que lo que han cambiado es el formato y lugar del visionado. Este hecho se pone de manifiesto en el 72% de estudiantes que ve una película, al menos una vez por semana, eso sí, utilizando otros formatos que no impliquen la asistencia a una sala de cine (Figura 8).

Como vimos en la sección anterior, la gran mayoría de la población estudiantil usa la TV, con bastante frecuencia, para ver películas, seguramente a ello ha contribuido la apertura de los canales televisivos (en abierto) dedicados al cine de manera exclusiva.

Otro factor que cada vez está tomando mayor peso, es el uso de internet para visionar películas, ya sea *on-line*, o descargadas. Su influencia es tan grande que, como veíamos anteriormente, su uso ha desplazado incluso a la TV, para este fin.

Este fenómeno queda confirmado, con los datos obtenidos a una interesante pregunta sobre cuántas películas, de cada diez, ve en qué lugar o dispositivo (Figura 9). Como puede observarse, son la TV e internet los dispositivos elegidos con cuatro y tres películas, respectivamente. Las salas de cine quedan relegadas a dos.

Figura 9. De cada diez películas que ves ¿Cuántas ves en ... (valores medios)



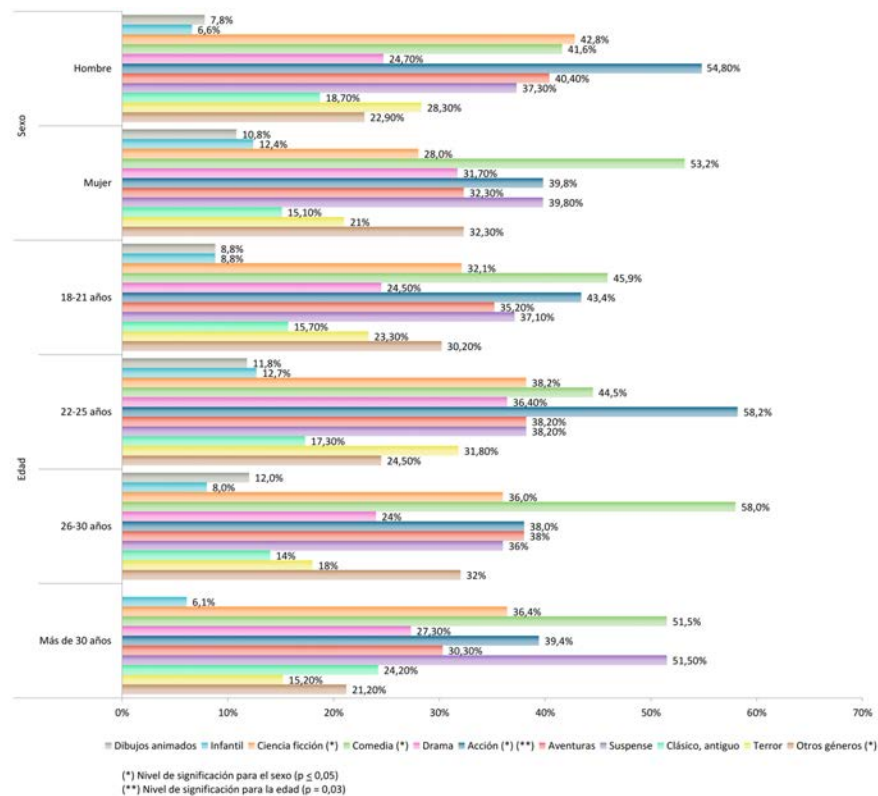
Sobre el tipo de cine preferido por los estudiantes de la Universidad de Sevilla, se encuentran por este orden, la comedia, la acción y el suspense. Ahora bien, cuando miramos estos datos por edad y sexo, los resultados obtenidos indican diferencias en algunos casos notables y con significación estadística, que informan de que los gustos no son en absoluto homogéneos.

Como puede observarse en la figura número 10, los varones prefieren, en primer lugar, las películas de acción (55%), seguidas de las de ciencia ficción (43%) y de las comedias (43%).

Sin embargo, las mujeres eligen por este orden, las comedias, las de acción y las de suspense con un 53, 40 y 40% respectivamente. En cuarto lugar, se encuentran ambos sexos eligiendo las películas de aventuras.

Cuando miramos la significación estadística de estas diferencias, se puede observar que son, precisamente, las películas de acción, ciencia ficción y comedia las que muestran niveles de significación igual o inferior a 0,05.

Figura 10. Preferencia de género de películas por sexo y edad (%)



La edad, sin embargo, presenta menos diferencias que las encontradas por sexo; un ejemplo de ello es que en todos los grupos de edad, la comedia y el cine de acción son los elegidos en primer o segundo lugar; este comportamiento tiene la excepción de los mayores de 30 años que mantienen la comedia en primer lugar y el cine de suspense en segundo.

Como se muestra en la citada tabla 10, el cine de acción es el único que presenta diferencias significativas según la edad ($p=0,03$), siendo el grupo de 22 a 25 años el que más seguidores tiene (58%).

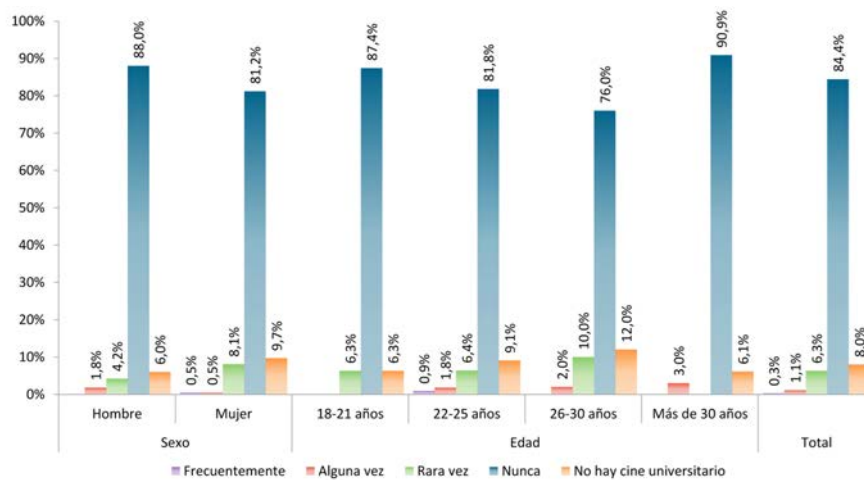
En la Universidad de Sevilla el órgano dedicado a la cultura es el CICUS (Centro de Iniciativas Culturales de la Universidad de Sevilla); este órgano tiene como función idear y desarrollar programas culturales para la comunidad universitaria así como fomentar la creatividad, el gusto y la apreciación de las artes. Dispone de un variado programa de actividades culturales que están presentes, a lo largo de todo el curso académico y repartido en diferentes lugares de nuestra universidad; entre las múltiples actividades organizadas se encuentra una programación de cine de calidad. Sin embargo, los estudiantes hacen un escasísimo uso de él, es más, en torno al 9% de ellos, afirma que no existe el cine universitario. En la figura 11 se muestran estos datos por

sexo y edad y aunque las diferencias son escasas, llama la atención que el mayor número de los que ni siquiera saben de su existencia no son los más jóvenes, es decir, los que llevan menos tiempo en la universidad, sino los de 26 a 30 años o los de 22 a 25.

Resulta cuando menos curioso que a pesar de los esfuerzos realizados por el CICUS para publicitar sus actividades, haya un 84% de estudiantes que no usa nunca este servicio. Este dato adquiere mayor relevancia cuando lo comparamos con el obtenido en el estudio de 2006, en esa ocasión este porcentaje fue del 63%.

Para los que sí han ido al cine, se les pide la valoración de las películas que han visto, en una escala de uno a diez; concretamente se les pregunta por la oferta, el interés y la diversidad; las respuestas medias obtenidas han sido de 5,3, 5 y 5,1 respectivamente.

Figura 11. Asistencia a proyecciones de cine en la universidad



El teatro es una actividad que despierta cierto atractivo entre los estudiantes sevillanos; un 43% de respuestas señala que tiene un interés alto o muy alto, frente a un 31% que indica tenerlo bajo o muy bajo. Sin embargo este interés no se manifiesta en el grado de asistencia a eventos teatrales, al menos no de manera asidua. El mayor número de estudiantes acude al teatro entre una y tres veces al año.

Los que van al teatro prefieren por este orden, el musical, el clásico, el teatro de actores actuales y el teatro experimental o alternativo. No se aprecian diferencias notables ni por sexo ni por edad.

Escuchar música, sin embargo, es la actividad cultural más popular entre los estudiantes universitarios; una amplia mayoría (87%) escucha música todos o casi todos los días. Tampoco en este caso se aprecian diferencias por sexo, pero sí por edad. Desde los 18 hasta los 30 años, más del 88% escucha música diariamente, aunque los mayores de 30 años reducen esta actividad hasta el 64%; estas diferencias son, además, estadísticamente significativas ($p < 0,0001$).

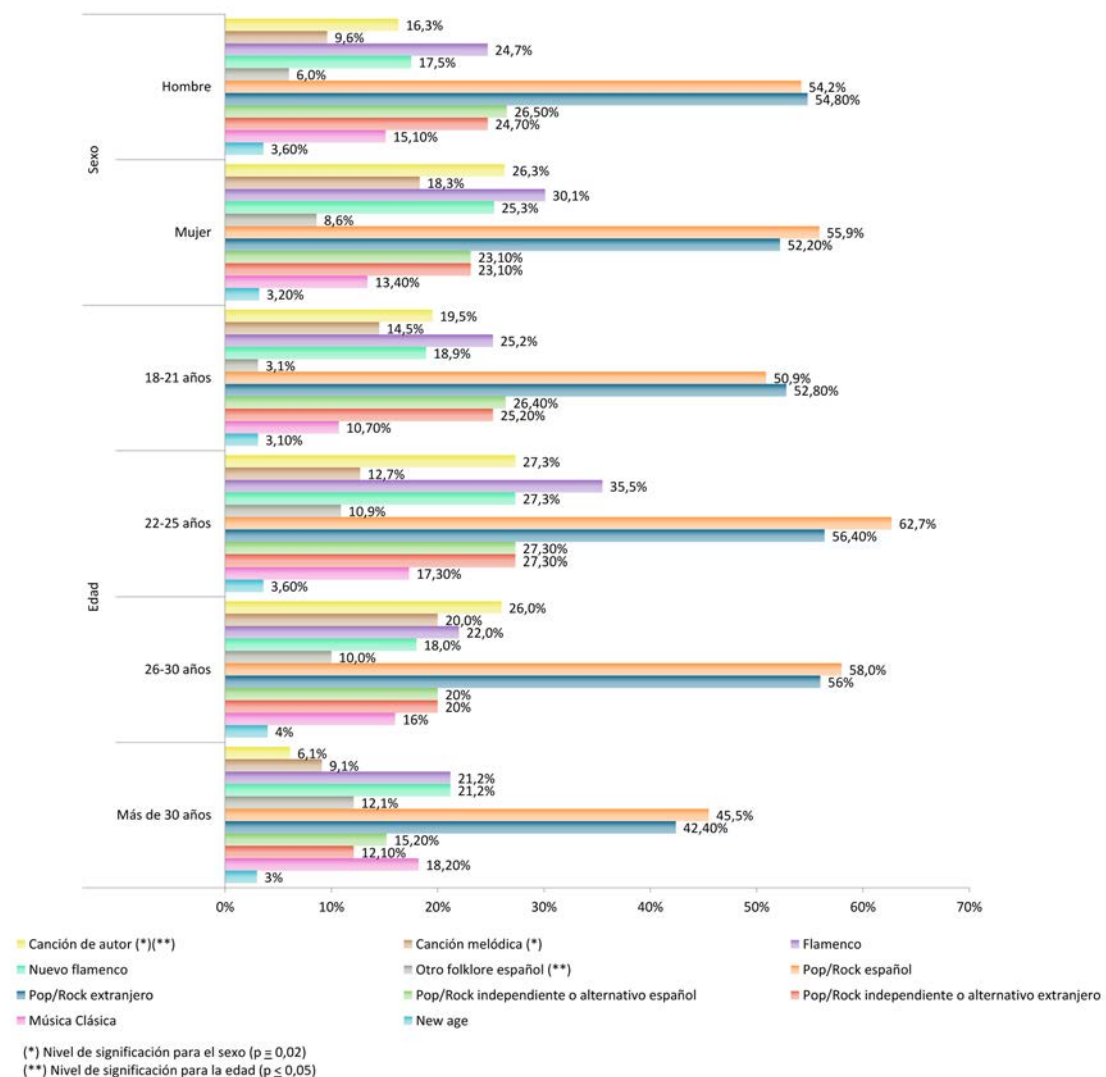
Los medios a través de los cuales escuchan música se reparten entre el ordenador, el teléfono móvil, la radio y los equipos portátiles tipo MP3, MP4. De todos ellos, el ordenador es el preferido en un 88% de los casos. Este dato contrasta, de manera notable, con el 1% obtenido

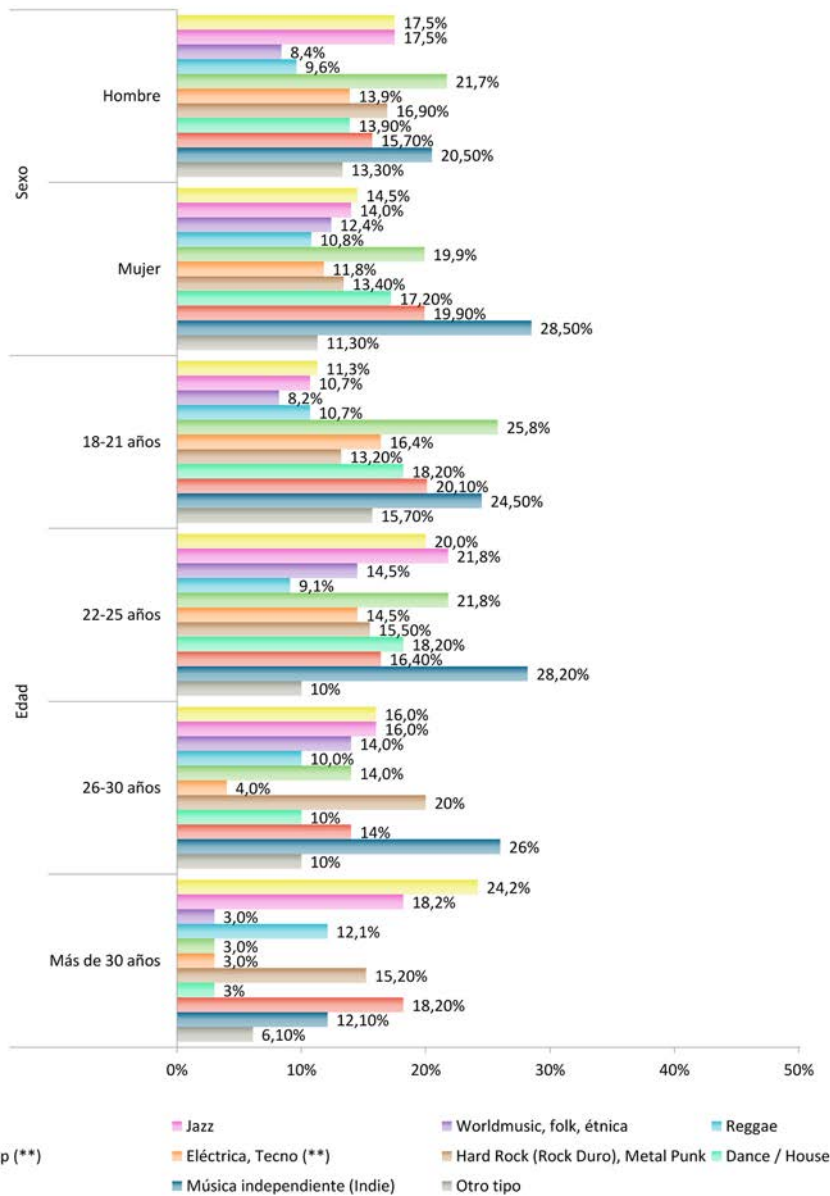
en el estudio de 2006; parece indudable que la tecnología está cambiando los hábitos y las maneras de escuchar música. Hay un dato más que confirma esta percepción y es el 87% de estudiantes que escucha la música directamente de internet.

Para el conjunto de los estudiantes, el tipo de música preferida es el *Pop/Rock* español en primer lugar, el *Pop/Rock* extranjero en segundo y el flamenco en tercero (55, 53 y 27%, respectivamente). Existe otro tipo de música de carácter alternativo e independiente que está teniendo cada vez más seguidores entre los jóvenes estudiantes, muestra de ello es el cuarto y quinto lugar obtenido en la lista de música más escuchada, en proporción muy similar al flamenco.

En la figura 12 se presentan estos datos estratificados por sexo y edad con el fin de conocer si estas variables influyen en el tipo de música preferida. Observando los resultados según el sexo, lo primero que destaca es que el *Pop/Rock* tanto español como extranjero es, con mucha diferencia, la música más oída tanto en mujeres como en hombres; las diferencias entre ambos son muy escasas y sin significación estadística.

Tabla 12. Preferencias del tipo de música por sexo y edad





(*) Nivel de significación para el sexo ($p \leq 0,02$)
 (**) Nivel de significación para la edad ($p \leq 0,05$)

Otro aspecto interesante, que indica cierta coincidencia entre los y las estudiantes, es el gusto por el flamenco. Como dato curioso cabe resaltar que las mujeres lo eligen en tercer lugar, mientras que los varones lo hacen en el cuarto (30 y 25%, respectivamente). También se observa que son las mujeres las que más eligen la “música independiente” tipo *indie*, la “canción de autor”, la “canción melódica”, el *funky*, la “*dance/house*” y la música “étnica”.

Por el contrario, los hombres eligen en mayor medida, además de la música ya señalada, el *rap/hip hop*, el *rock Duro*, la *tecno*, el *blues*, el *jazz* y la música clásica.

Cuando examinamos las mayores diferencias en los gustos musicales según el sexo, se constata que las mujeres, prefieren la música de “canción de autor” y de “canción melódica” y aunque, como hemos visto, estas músicas no son mayoritarias para el conjunto de mujeres, sí lo son con respecto a los varones. Hay que destacar, además, que estas diferencias son las únicas que presentan significación estadística (figura12).

Cuando se analizan las diferencias según los grupos de edad, se observa que para los tres grupos estudiados, vuelven a ser *el pop/rock* español y extranjero los más escuchados, con valores que sobrepasan el 50% hasta los 30 años y el 42% en los mayores de 30. El tercer puesto en la lista de los más escuchados ya no presenta unanimidad sino que va marcando el cambio a otro tipo de música, menos estándar y comercial, sobre todo en los grupos de más edad; así pues, el tercer puesto en el grupo de los más jóvenes, es de nuevo el *pop/rock* español pero en este caso, independiente o alternativo. Para los estudiantes comprendidos entre los 22 y 25 años, el tercer tipo de música preferido es el flamenco con un porcentaje del 35,5%; sin embargo, para los estudiantes de 26 a 30 años la tercera opción es la “canción de autor” y la música independiente (*indie*); por último, esta tercera preferencia es de blues/soul para los mayores de 30 años. Parece claro que la edad es un factor importante en los gustos musicales de los universitarios sevillanos.

Las mayores diferencias entre edades se encuentran, en primer lugar, en la música *rap/hip hop*; este tipo de música es preferida por los estudiantes más jóvenes y va perdiendo adeptos a medida que ellos van cumpliendo años (diferencia de veintitrés puntos entre los más jóvenes y los de mayor edad). En segundo lugar está la música eléctrica/tecno con un comportamiento parecido al anterior, aunque en este caso la diferencia es de trece puntos. Y por último destacar las diferencias encontradas en la música folclórica española (tipo celta, regional...); en este caso las diferencias son de nueve puntos pero en dirección opuesta, es decir, el gusto por este tipo de música va ganando seguidores a medida que se hacen más mayores. Hay que destacar que el nivel de significación de estas diferencias es, en los tres casos, igual o inferior a 0,05.

Sobre la asistencia a conciertos, es notable que más de la mitad de los estudiantes universitarios no vaya nunca o casi nunca a ellos, tan sólo un 12% va varias veces al año y uno de cada tres, señala haber ido con menor frecuencia, es decir, alguna vez. Los estudiantes son coherentes a la hora de elegir el tipo de concierto al que asisten, los más elegidos son, por este orden, los de *pop/rock*, tanto español como extranjero y los conciertos de flamenco.

9.5 El Deporte

En la actualidad la mayoría de las universidades del mundo dedica especial atención a la actividad deportiva como un importante complemento a la formación de los alumnos. Es más, en muchas universidades se ofrecen becas de estudio que permiten compaginar ambas actividades; en algunos casos, estas instituciones tienen equipos propios de competición que terminan siendo un símbolo de identidad institucional.

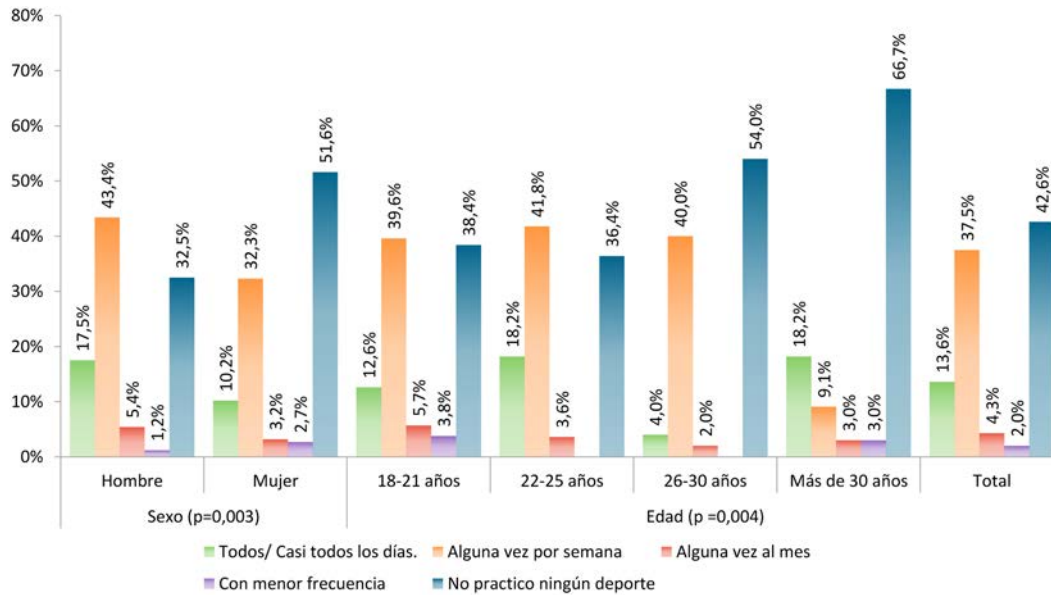
La Universidad de Sevilla dispone de un Servicio de Actividades Deportivas (SADUS) encargado de promover no sólo los deportes de competición sino también el orientado al ocio. Dispone de importantes instalaciones que permiten a la comunidad universitaria elegir entre una gran variedad de deportes; sin embargo, el acceso a las instalaciones no siempre resulta fácil, por encontrarse alejado de la mayoría de las facultades. La Universidad de Sevilla también ofrece a través del SADUS, ciento diez becas deportivas para sus estudiantes.

La actividad deportiva de los estudiantes de la hispalense se refleja en que la mitad de ellos (51%) declara hacer deporte al menos alguna vez a la semana; un 14% dice hacerlo cada día.

En la situación opuesta se encuentra un 43% que señala no hacer deporte nunca; es decir, tenemos una población estudiantil posicionada en los dos extremos.

En la figura 13 se presentan estos datos calculados por sexo y edad. Lo primero que destaca es que la práctica del deporte es dependiente tanto del sexo como de la edad; calculado el Chi-cuadrado obtenemos un nivel de significación de 0,003 para el sexo y de 0,004 para la edad.

Figura 13. Frecuencia en la práctica de deporte por sexo y edad (%)



Mirando con más detalle estos datos se observa que, de manera clara y contundente, las chicas hacen menos deporte que los chicos. Por grupos de edad, resulta curioso comprobar cómo los más jóvenes no son los que tienen más actividad deportiva sino los comprendidos entre los 22 y 25 años. Hacer deporte al menos una vez a la semana es una práctica que se va relajando con los años, de tal manera que entre los mayores de 30, sólo el 27% lo hace con esta frecuencia.

El deporte más ejercitado por los estudiantes varones es, por este orden, el fútbol, el gimnasio y el baloncesto (34, 15 y 11%, respectivamente); sin embargo las estudiantes prefieren en primer lugar el gimnasio y en segundo el *footing* (29 y 11%, respectivamente); tan sólo la natación parece unir las preferencias deportivas de chicas y chicos, con un 8 y 9% respectivamente, de seguidores.

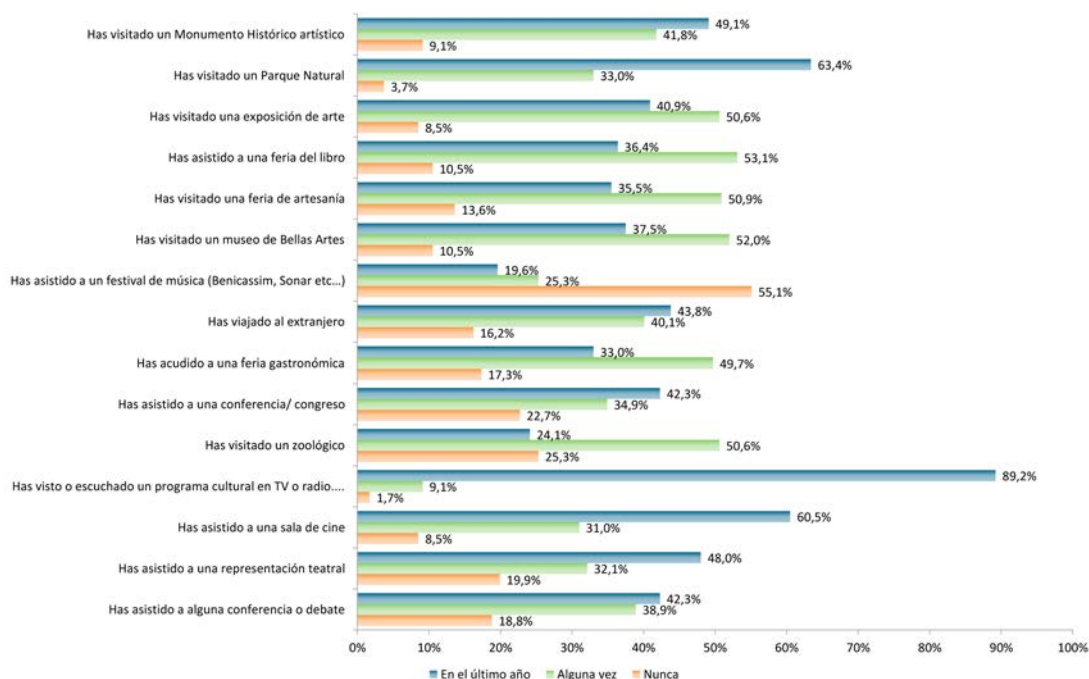
Por edad, al fútbol juegan más los comprendidos entre los 22 y 25 años; los más jóvenes y los que tienen más de 25 años lo ejercitan en la misma proporción (18%). Sin embargo, quienes más acuden al gimnasio son los mayores de 30 años con un 27%.

Sobre la asistencia a competiciones deportivas, lo más destacado es el altísimo porcentaje de los que no asisten a estos eventos (83%). También en este caso aparecen diferencias muy notables por sexo, siendo las mujeres las que arrojan los mayores valores con un 89% frente a 76% de los varones, (p=0,01). Por edad, estas diferencias son inapreciables.

9.6 Otras actividades, Ocio y Tiempo Libre

A continuación se presentan otros tipos de actividades que completarán la visión sobre el uso y hábitos culturales de los estudiantes de la Universidad de Sevilla. En la figura 14, se presenta la lista de actividades.

Figura 14. Otras actividades culturales (%)



De este grupo de actividades las seguidas por un mayor número de estudiantes han sido “ver u oír” algún programa cultural en la radio o en la televisión, la visita a un parque natural y la asistencia al cine; también existe, en torno a un cincuenta por cien de universitarios que ha visitado algún monumento histórico artístico y ha asistido a alguna representación teatral. Estas actividades se refieren al último año.

Entre las actividades a las que nunca ha asistido o realizado, destacan el 23% que nunca ha asistido a una conferencia, el 10% que no ha visitado nunca un museo de Bellas Artes, el 20% que no ha ido nunca a una representación teatral, o el 16% que nunca ha viajado al extranjero.

Estos valores son muy relevantes teniendo en cuenta el colectivo que estamos estudiando; colectivo al que se le supone unas inquietudes intelectuales superiores a la media de la población y sobre todo, una mayor accesibilidad a muchas de estas actividades. Cuando se comparan estos resultados con algunos de los obtenidos hace seis años, se observa cierta mejoría en el interés sobre algunas de las actividades, como por ejemplo, la disminución de diez puntos en el número de estudiantes que nunca ha salido al extranjero, o la reducción de catorce puntos en los estudiantes que nunca han visitado un museo de Bellas Artes. Sin embargo es muy llamativo que haya aumentado la proporción de alumnos que nunca ha asistido a una conferencia, en este caso el incremento ha sido de siete puntos.

A pesar de este ligero aumento de interés en algunas de las actividades, los datos mostrados son indicativos de cierta “apatía cultural” entre los estudiantes universitarios.

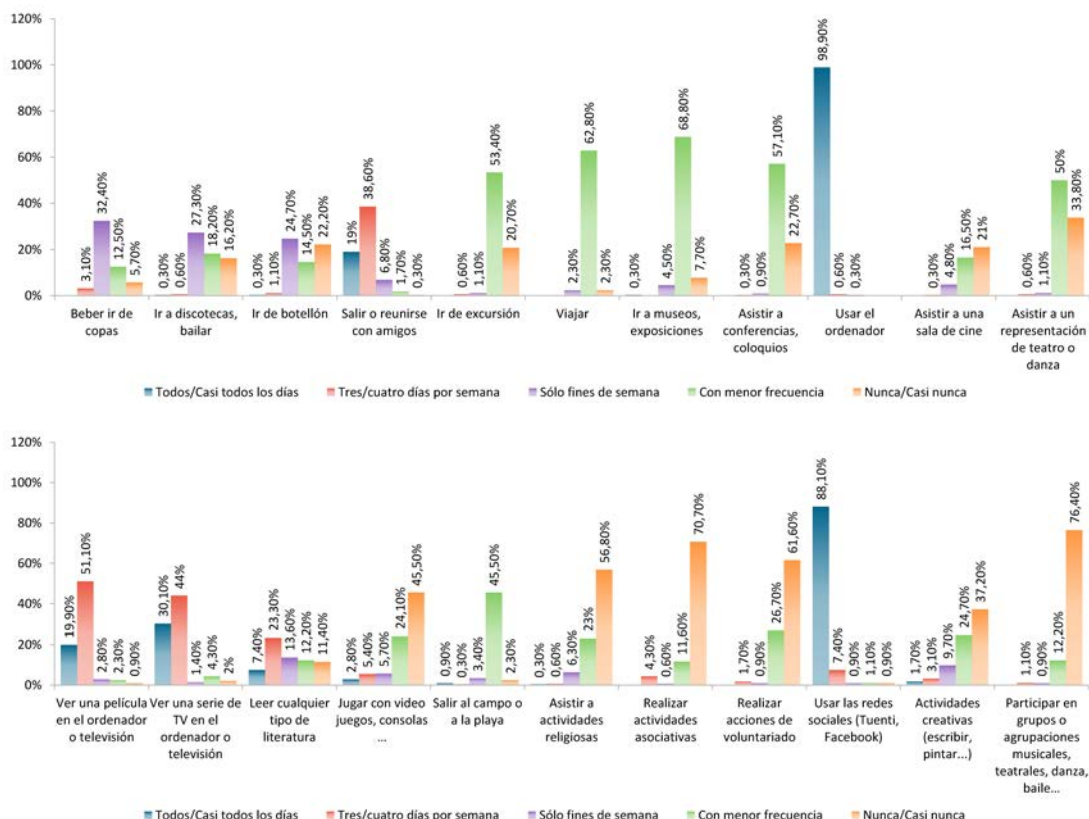
Resulta preocupante y debería hacernos reflexionar al resto de los estamentos universitarios y educativos sobre qué y cómo se transmite y estimula a los estudiantes para que realicen o participen en actividades que innegablemente les ayudarán a ser mejores profesionales y personas mejor equipadas para la vida.

Las diferencias por sexo y edad cambian según las actividades y aunque en general son pequeñas, algunas son interesantes para comentar, sobre todo porque pueden estar indicando tendencias. Esto ocurre con las diferencias encontradas por edad en la asistencia a alguna feria del libro, son los más jóvenes los que asisten en mayor número que los más mayores. También se da esa circunstancia en los que han visitado algún museo de Bellas Artes (un 42% de los menores de veintiuno lo han visitado, frente a un 30% de mayores de treinta). Otra actividad que también muestra este comportamiento es la salida al extranjero, un 12% de los menores de veintiuno no han salido nunca, frente a un 26% de los que tienen entre veintiséis y treinta años; en este caso las diferencias encontradas son estadísticamente significativas ($p = 0,05$).

Las diferencias por sexo son más escasas; algunas de ellas indican que hay mayor proporción de varones que no han salido al extranjero o de mujeres que van más al teatro.

Otro aspecto de interés en relación a la cultura es conocer las actividades de ocio de los estudiantes universitarios y observar el grado de coincidencia entre ocio y cultura (Figura 15).

Figura 15. Actividades de ocio y diversión



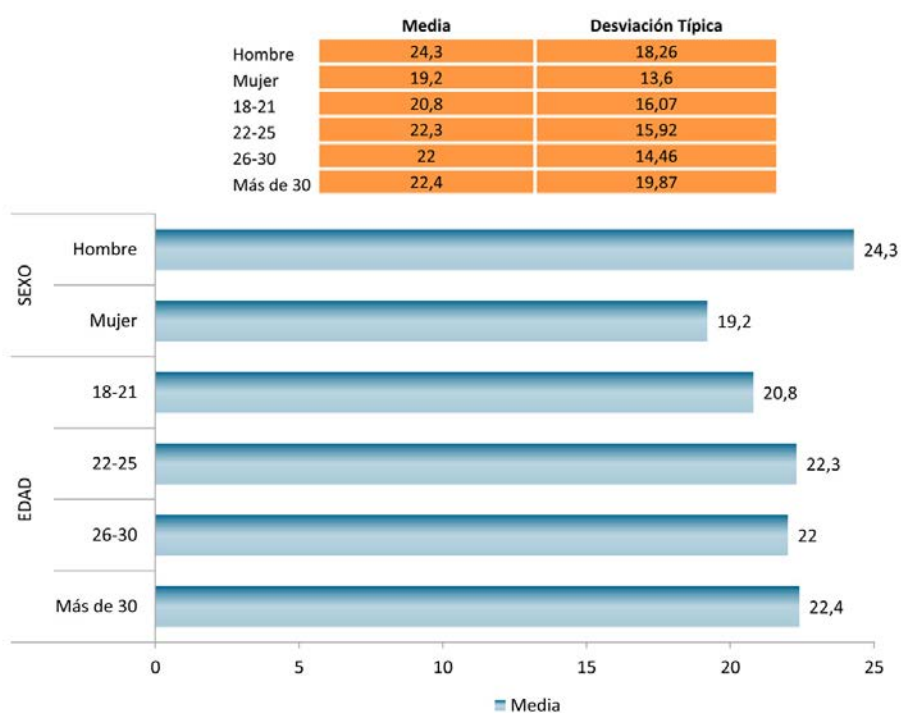
En general, las actividades de ocio de los estudiantes de la Universidad de Sevilla se presentan polarizadas entre aquellas que realizan al menos una vez a la semana, y las que no realizan nunca o casi nunca; tan sólo viajar, ir a la playa y curiosamente ir al cine, son las actividades que llevan a cabo una o dos veces al mes.

Para una mejor lectura de la figura 15, se muestran sólo las frecuencias más comunes en todas las actividades. Los datos informan que las actividades que realizan prácticamente la totalidad de los estudiantes diariamente, son el uso del ordenador y las redes sociales. Las actividades que realizan tres o cuatro días a la semana son, fundamentalmente, ver películas o series, también reunirse con los amigos y leer (literatura). Los fines de semana algunos prefieren ir de copas, ir a las discotecas y hacer “botellón”. Entre las actividades desarrolladas una o dos veces al mes, destacan ir al cine y salir al campo o la playa. Por último, cuando observamos qué actividad no realizan nunca o casi nunca, encontramos que los mayores porcentajes se localizan en la participación en grupos musicales, teatrales, baile... (76%), realizar actividades asociativas (71%) o asistir a actividades religiosas (57%).

Así pues, se puede concluir que las actividades relacionadas con la diversión y el ocio coinciden en el uso del ordenador, el visionado de películas y series y por supuesto, en el uso de las redes sociales.

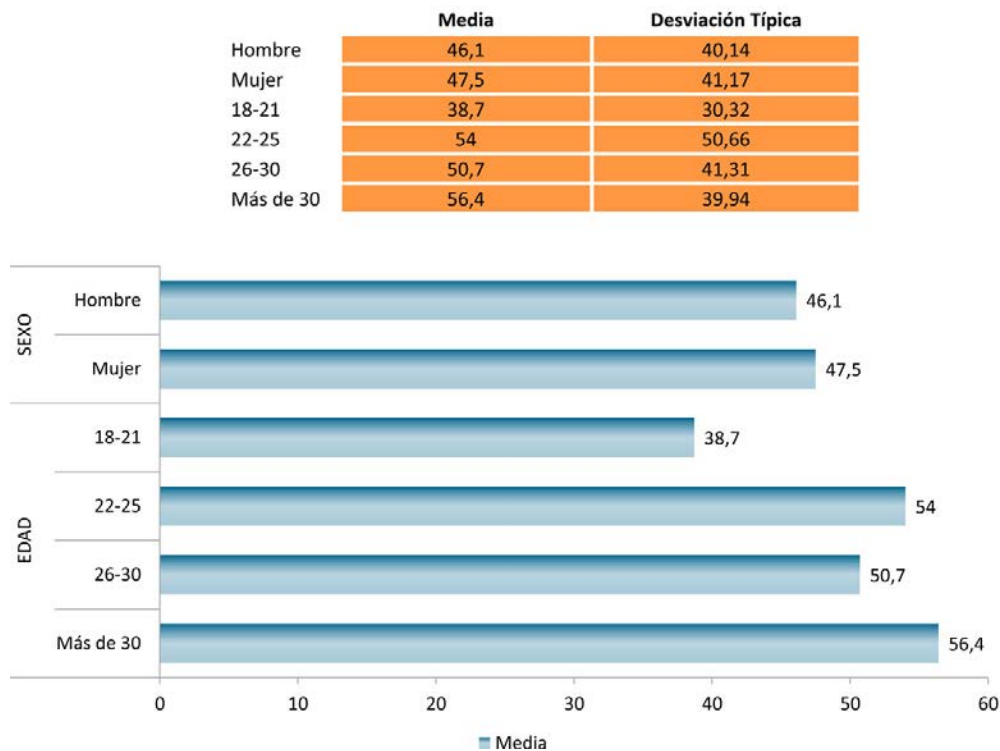
El tiempo dedicado a la diversión y al ocio es de veintidós horas a la semana. En la tabla 16, se muestran los resultados obtenidos por sexo y edad; como puede observarse existe una notable diferencia entre los estudiantes varones y mujeres, los hombres dedican unas cinco horas más al ocio que las mujeres; el cálculo del estadístico “t” para comprobar si estas diferencias son o no son debidas al azar indica que son significativas ($p = 0,003$). Sin embargo, cuando se analizan estos datos por grupos de edad, se percibe que estas diferencias se reducen notablemente y no muestran significación estadística.

Figura 16. Horas semanales dedicadas al ocio y diversión, por sexo y edad (valores medios)



Por último y para terminar la información sobre hábitos y usos culturales, se presenta la cantidad de dinero gastado al mes en cultura (discos, libros, viajes, cine, teatro,...) (Figura 17)

Figura 17. Dinero gastado al mes en cultura por sexo y edad (valores medios)



La cantidad de euros gastados de media al mes es de cuarenta y siete. Como puede observarse las diferencias entre los y las estudiantes son muy escasas; sin embargo la edad sí muestra alguna diferencia económica. Son los estudiantes más jóvenes los que menos dinero se gastan en cultura y los que más gastan son los que tienen más edad; parece clara la relación entre ambas variables y también lógica, ya que se supone que los más mayores, además de estudiar, ganan algún dinero.

Realizado un análisis de la varianza (ANOVA de un factor) para comprobar entre qué grupos de edad pudiera haber diferencias significativas, se observa que sólo las encontradas entre el grupo más joven (18-21 años) y el siguiente (22-25) son significativas ($p = 0,03$).

Hasta aquí se muestra la información obtenida sobre los hábitos de los estudiantes de la universidad hispalense, la pregunta que se comenta a continuación versa sobre qué les gustaría hacer relacionado con las artes plásticas o escénicas. Lo más llamativo de esta pregunta son las escasas respuestas obtenidas; de las que sí han respondido, las elegidas son las actividades relacionadas con la música, la pintura, escribir libros y la fotografía.

Para concluir, se ha introducido una pregunta que pretende obtener una valoración global de la oferta cultural de la Universidad de Sevilla; para ello se les ha solicitado que puntúen en una escala de 1 a 10 cuál es su valoración. La media obtenida es de 5,3. En este caso no se han producido diferencias ni por sexo ni por edad. La media obtenida en el anterior estudio de 2006 fue de 5,0.

CONCLUSIONES

Entre las conclusiones, cabe destacar en primer lugar, un incremento en el nivel de formación de los padres de los estudiantes de la Universidad de Sevilla en relación al año 2006; casi la mitad de los padres y algo menos de las madres, tiene estudios universitarios. Esta información indica además, un gran avance hacia la igualdad educativa de hombres y mujeres. También es destacable que seis de cada diez estudiantes desean proseguir su formación con algún Máster o Doctorado.

Por lo que respecta a los “valores” y a la importancia para su vida, las prioridades de los estudiantes pasan, además de por la salud, por las relaciones familiares, la amistad y la sexualidad, quedando las económicas y las de trabajo en segundo lugar. Es especialmente llamativo lo ajeno que les resultan la política y las actividades culturales.

En relación a su posición ante la religión y la política, señalar que la religión parece no formar parte de sus vidas; algo más de un tercio se considera ateo o no creyente, y otro tercio, creyente no practicante. Sobre el posicionamiento político lo más notable es que casi la mitad de los estudiantes no manifiesta su opinión y entre los que sí lo hacen, se observa una ligera inclinación hacia la derecha.

Sobre el hábito de la lectura, señalar que aún existe un 20% de estudiantes que no lee nunca o casi nunca otros libros que no sean profesionales o de estudio. La media de libros leídos al año es de 4,5, siendo el formato papel el más utilizado; el digital está en aumento. Dentro del grupo de los que no leen nunca o casi nunca, se encuentran más hombres que mujeres. Sin embargo, entre los que leen todos los días, es ligeramente superior el porcentaje de varones. La lectura preferida es, por este orden, la novela histórica, los *bestsellers* y la novela policiaca.

Estos resultados sobre hábitos de lectura deberían hacernos reflexionar, por un lado, sobre los intereses y necesidades de las nuevas generaciones y por otro, sobre la eficacia del modelo educativo que posibilita “mandar” a los estudiantes a la universidad y mantenerlos en ella unos años, sin que sientan la necesidad de conocer cosas diferentes de las que les obliga el *currículum*.

En relación al uso de la TV e internet, se observa una tendencia imparable hacia internet frente a la TV, no sólo en el tiempo dedicado, sino en determinados programas como el cine o las series. Estos programas, junto con las noticias, son los más vistos en ambos medios.

La asistencia al cine es una actividad que se encuentra en retroceso entre los estudiantes universitarios de Sevilla; sorprende encontrarse con un 33% que manifiesta no ir nunca o casi nunca. De todas las actividades culturales recogidas en este estudio, ésta es la que ha sufrido el cambio más profundo en los últimos seis años, reduciéndose en treinta puntos el grupo de los que nunca van. Es muy probable que a esta disminución hayan contribuido la mayor oferta de cine en la TV, con la apertura de canales exclusivos de cine, y el uso de internet para ver películas, ya sea descargándolas o visionadas *on-line*. Los que sí acuden al cine, prefieren por este orden, la comedia, la acción y el suspense. Las más elegidas por los estudiantes varones son las de acción y por las mujeres, las comedias.

A pesar de los esfuerzos realizados por el CICUS (Centro de Iniciativas Culturales de la Universidad de Sevilla) para publicitar las actividades culturales entre la comunidad universitaria en general

y hacia los estudiantes en particular, existe bastante desconocimiento de las mismas (el 84% no usa este servicio); es más, un 9% de estudiantes afirma que no existe el cine universitario.

La música es la actividad cultural más popular entre los estudiantes universitarios, la gran mayoría la escucha diariamente. Los dispositivos para escucharla van cambiando en función de la nueva tecnología, siendo el ordenador y más concretamente a través de internet, el más utilizado. El tipo de música preferido es el *pop/rock* español y extranjero y el flamenco. Aunque aún minoritaria, apunta una tendencia hacia la música alternativa.

La actividad deportiva está marcada por el 50% de los estudiantes que hace deporte al menos alguna vez a la semana y casi la otra mitad, que señala no hacer deporte nunca. El deporte preferido por los estudiantes varones es, por este orden, el fútbol, el gimnasio y el baloncesto; sin embargo para las mujeres son el gimnasio y el *footing*. Aunque hay que señalar que estas diferencias son pequeñas.

Existen otras actividades culturales que los estudiantes no realizan nunca como son la asistencia a una conferencia (23%), visita a un museo de Bellas Artes (10%), asistencia a una representación teatral (20%) o viajar al extranjero (16%).

Sobre las actividades de ocio y diversión que realizan diariamente la mayoría de los estudiantes, destacan aquellas que tienen el ordenador e internet como herramienta. Las más comunes son, por este orden, el uso de la redes sociales, visionar películas y/o series, reunirse con los amigos y leer (literatura). El tiempo medio dedicado al ocio es de veintidós horas a la semana, siendo cinco horas más, en los hombres que en las mujeres.

Como conclusión final, señalar que son muchos los datos que a lo largo de este trabajo, han puesto de relieve las deficiencias del uso y desaprovechamiento de las actividades culturales disponibles para los estudiantes. Alguna información va un poco más allá, indicando que la cultura no es un valor importante para su vida. Quizás sea el momento de hacernos reflexionar, al resto de los estamentos universitarios y educativos, sobre qué y cómo se transmite y estimula a los estudiantes para que realicen y participen en actividades que les ayudarán a ser mejores profesionales y personas mejor equipadas para la vida.