

# 10

CAPÍTULO

UNIA

## LOS JÓVENES ANDALUCES UNIVERSITARIOS DE LA UNIA

- 10.1 Características socio-demográficas
  - 10.2 Asociacionismo, ideología política y valores
  - 10.3 Actividades deportivas
  - 10.4 Hábitos de lectura
  - 10.5 Televisión y radio
  - 10.6 Uso de las nuevas tecnologías
  - 10.7 Cine y películas
  - 10.8 Música
  - 10.9 Teatro
  - 10.10 Otras actividades culturales
  - 10.11 Ocio y gasto en cultura
  - 10.12 Valoración de la oferta cultural de la UNIA
- Conclusiones



El presente informe arroja luz sobre hábitos, usos y demandas culturales de los estudiantes de la UNIA, siendo la continuación de los estudios cuantitativos y cualitativos realizados en ediciones anteriores.

Con una participación de ciento cuarenta y cuatro estudiantes de la UNIA, y a través de las encuestas realizadas, tratamos de realizar una aproximación actual de los hábitos y tendencias culturales de los universitarios, que sirva de información para la gestión de la actividad cultural de la universidad y nos aproxime a la realidad de sus alumnos en este ámbito.

A lo largo del informe se tratan multitud de aspectos relevantes en cuanto a usos, hábitos y demandas del alumnado. Así, áreas de investigación como los hábitos de lectura y uso de medios de comunicación, Internet, la literatura, el cine, la música, el teatro o la utilización de equipamiento informático y nuevas tecnologías,... son sólo un pequeño ejemplo de la amplitud de la investigación realizada.

### 10.1 Características socio-demográficas

Para el estudio se ha tomado una muestra de ciento cuarenta y cuatro estudiantes de la UNIA, con edades comprendidas de los 18 años en adelante. Así, casi el 55% de la muestra supera los 30 años, un 18,9% se encuentra entre los 26 y los 30 años y un 26,4% se sitúa entre los 18 y los 25 años.

Respecto a la distribución por sexo, algo más de la mitad de la muestra, un 53,5% son mujeres.

Centrándonos en el estado civil se observa que alrededor del 60% de los encuestados está soltero mientras que un 34% está casados. Tan sólo un 2,8% está divorciado o separado y encontramos la misma frecuencia para los que están en situación de parejas de hecho.

Al analizar la convivencia durante el curso académico encontramos que casi un 26% de la muestra vive en el domicilio familiar con sus padres, algo más de un 26% convive con su pareja e hijos, casi un 17% lo hace sólo con su pareja, alrededor de un 19% convive con amigos/compañeros o en residencias de estudiantes o similares. En menor medida nos encontramos situaciones en las que el encuestado/a vive solo (8,3%) o con otros familiares (3,5%).

Si analizamos la distribución de los estudiantes por áreas académicas, encontramos que en la rama de Ciencias Sociales y Jurídicas se encuentra el 44,4% de los estudiantes encuestados,

mientras casi un 24% pertenece a la rama de enseñanzas técnicas. En el área de Humanidades/ Artes y humanidades nos encontramos con un 18,8% de los alumnos. Un 12,5% opta por la rama de Ciencias y algo menos del 1% se inclina hacia Ciencias de la Salud.

El 36% de los alumnos preguntados tiene intención de realizar un Máster, el 25% de realizar una Diplomatura, mientras un 19,4% apuesta por un Doctorado y un 12,5% por la realización de una Licenciatura.

El nivel educativo de los padres de los alumnos de la UNIA es diverso. Con respecto a la situación educativa del padre podemos decir que más de un 36% ha completado estudios primarios, lo que en el caso de la madre llega hasta el 43,1%. Un 21% de los padres y el 17,4% de las madres han finalizado el Bachillerato superior. Respecto a los estudios universitarios, los niveles de Máster y Doctorado son algo más elevados en el caso de los padres que de las madres. Casi un 28% de los varones llega a esta etapa, mientras sólo un 19% de las madres llega hasta ese mismo nivel educativo. Los casos en los que los padres no saben leer ni escribir no superan el 3% en ninguno de sendos casos.

Al preguntar por la situación en la que se encuentran los estudiantes de la UNIA, nos encontramos que un 61% de la muestra principalmente trabaja y también estudia, casi un 26% sólo estudia y un 13,2% estudia principalmente y también trabaja.

Respecto a la situación económica de la muestra de alumnos universitarios encontramos que casi un 21% de los encuestados se encuentra con unos ingresos mensuales en su hogar de entre novecientos y mil ochocientos euros, un 15% percibe en su hogar entre mil ochocientos y tres mil euros y un 5,5% supera los tres mil euros. El porcentaje de abstención en esta pregunta es elevado, siendo casi del 50%.

Por último, analizamos cómo se definen los estudiantes en materia de religión. Un 45% de la muestra no responde a la pregunta. Un 10,4% se considera ateo, casi un 28% se define como católico poco o no practicante. Un 9,7 dice que es "no creyente", un 5,6% se define como católico practicante y un 1,4% pertenece a otras religiones diferentes al catolicismo.

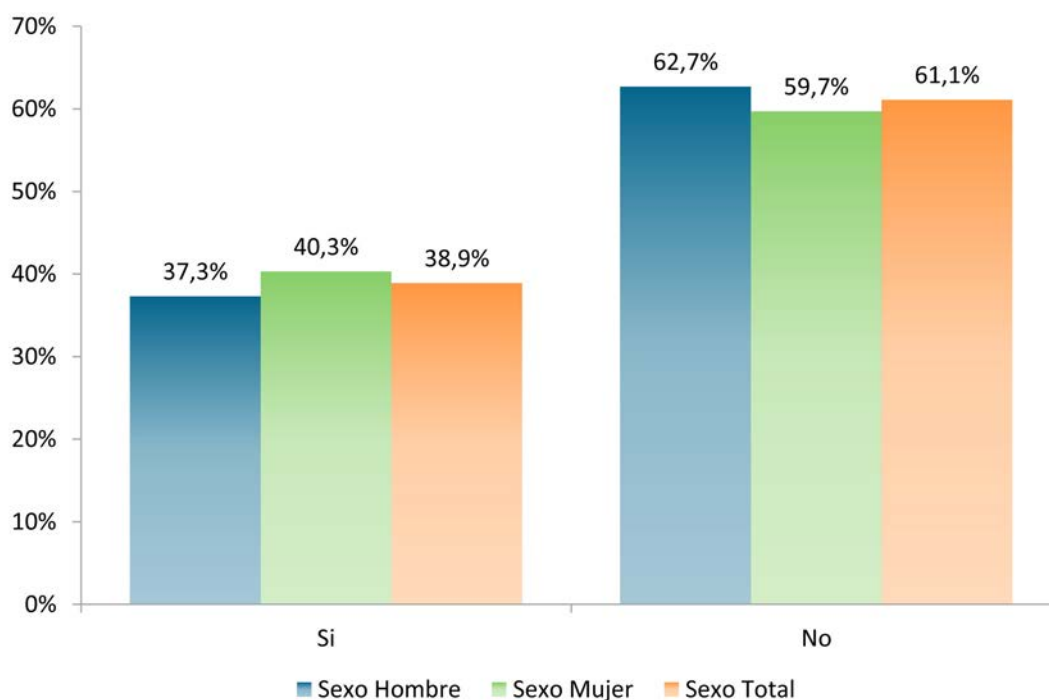
## 10.2 Asociacionismo, ideología política y valores

En este apartado en primer lugar, trataremos el tema del asociacionismo. Se observa en la muestra que la pertenencia o participación en actividades de carácter asociativas es poco frecuente. Sólo un 40% de la muestra pertenece o participa actualmente en asociaciones, mientras el resto no lo hace y aún mayor es el porcentaje que tampoco lo ha hecho anteriormente, por lo que, en general, podríamos decir que ha habido un ligero aumento de las tendencias asociacionistas.

Los hábitos de asociacionismo están relacionados con asociaciones de tipo cultural, benéfico, profesional (colegios profesionales), y sindicales o empresariales. El resto de tipos de asociacionismo se sitúa por debajo del 10% de la muestra.

Existen diferentes comportamientos sobre este tema en cuanto al sexo y aunque no son diferencias significativas sí es algo mayor en la mujeres la tendencia a participar en asociaciones.

**Figura 1.** Tendencia a la participación por sexo



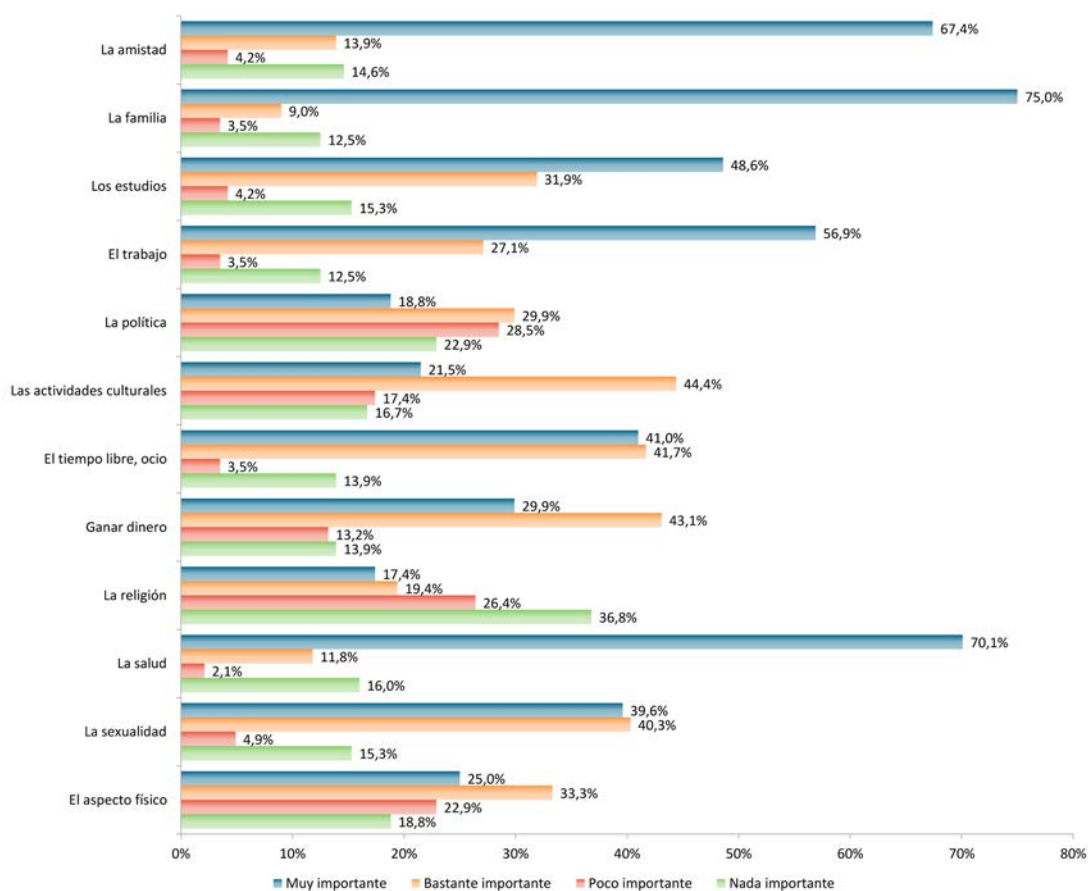
**Ideología política.** Para el análisis de la tendencia política de los universitarios de la UNIA se ha empleado una escala numérica de 1 a 7, siendo 1 la extrema izquierda y 7 la extrema derecha.

Los estudiantes preguntados se han situado en un 3,42 de media lo que marca una tendencia central o de “neutralidad política” situada a medio camino entre los dos extremos políticos. Quizá algo más virado hacia la izquierda aunque no de manera significativa.

**Valores.** Los valores de los universitarios es otro de los campos tratados en esta investigación. Se ha pedido a los encuestados que valoren la importancia que en su vida tienen aspectos como la familia, el trabajo, la amistad, los estudios, el dinero, la política, la religión, la salud, etc.

Así, se ha obtenido que la familia, la salud y la amistad son valores de crucial importancia para los entrevistados. Seguidos por aspectos como el trabajo, el tiempo libre, los estudios, el dinero, las actividades culturales o la sexualidad. El aspecto físico, la política, la religión, pasan a un segundo plano aunque se consideran en general “bastante importantes”. Cabe destacar que la familia representa la cuestión más importante para el total de los entrevistados, mientras que la religión es el aspecto menos valorado o al que se le otorga menos importancia.

Figura 2. Valores

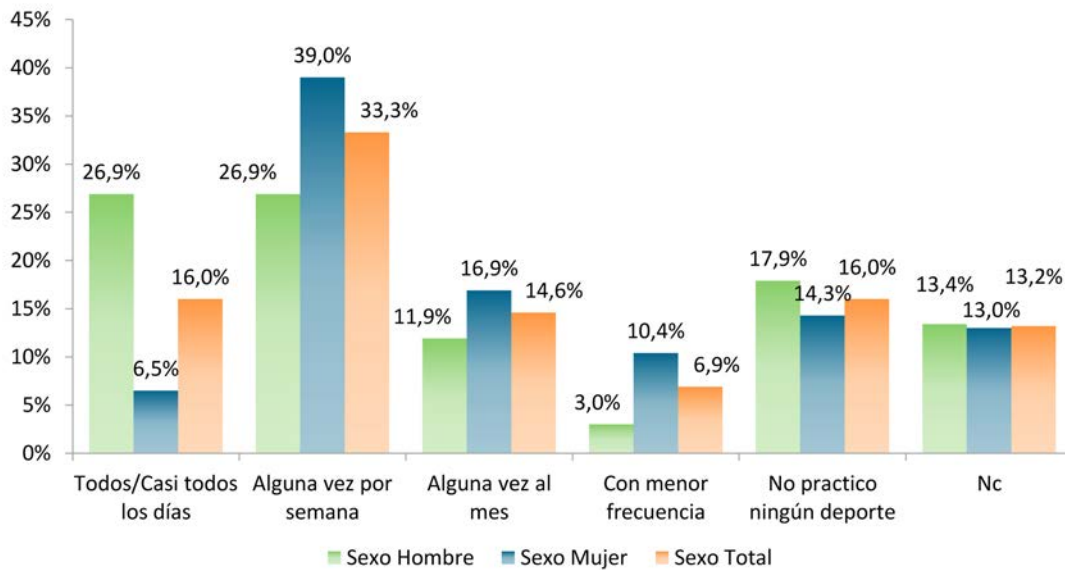


### 10.3 Actividades deportivas

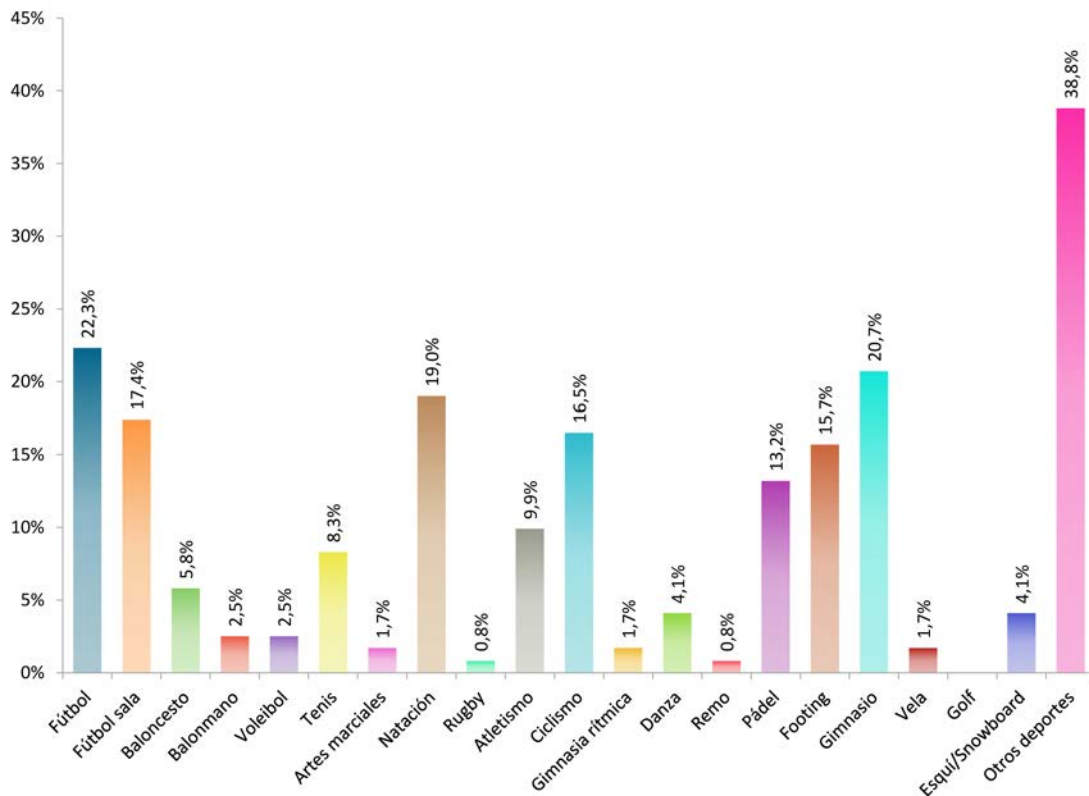
**Deporte.** Respecto a los hábitos y preferencias deportivas de los alumnos de la UNIA podemos decir de manera general que casi la mitad de la muestra practica deporte todos /casi todos los días o alguna vez por semana, aunque un 16% reconoce que no practica ningún deporte. Mientras un 14% practica deporte alguna vez al mes.

Si tenemos en cuenta el sexo de los encuestados en cuanto a hábitos deportivos, podemos apreciar diferencias significativas entre hombres y mujeres, especialmente en el caso de los estudiantes que practican deporte a diario o casi todos los días, donde encontramos que mientras que un 27% de los hombres se sitúa en esta frecuencia tan sólo un 6,5% de las mujeres practica deporte con dicha regularidad. Sin embargo, si hablamos de practicar deporte alguna vez por semana, son las mujeres las que predominan en esta categoría, situándose doce puntos porcentuales por encima de los hombres.

El porcentaje de hombres que no practica ningún deporte es mayor que el de las mujeres casi un 4%.

**Figura 3.** Frecuencia con la que practican deporte

En cuanto a las características de estos hábitos deportivos se extrae de los datos que los deportes más populares son, por orden de importancia, fútbol (22,3%), gimnasio (20,7%), natación (19%), fútbol sala (17,4%), ciclismo (16,5%) y *footing* (15,7%).

**Figura 4.** Tipo de deporte que practican

Con respecto a la asistencia a actividades de tipo deportivo podemos destacar que un 48% de los estudiantes encuestados afirma no asistir a competencias deportivas. Casi un 21% asiste menos de una vez al mes, un 7,6% alguna vez al mes, y un 6,9% asiste a competencias deportivas alguna vez por semana. Sólo el 1,4% de la muestra asiste todos o casi todos los días a eventos de este tipo.

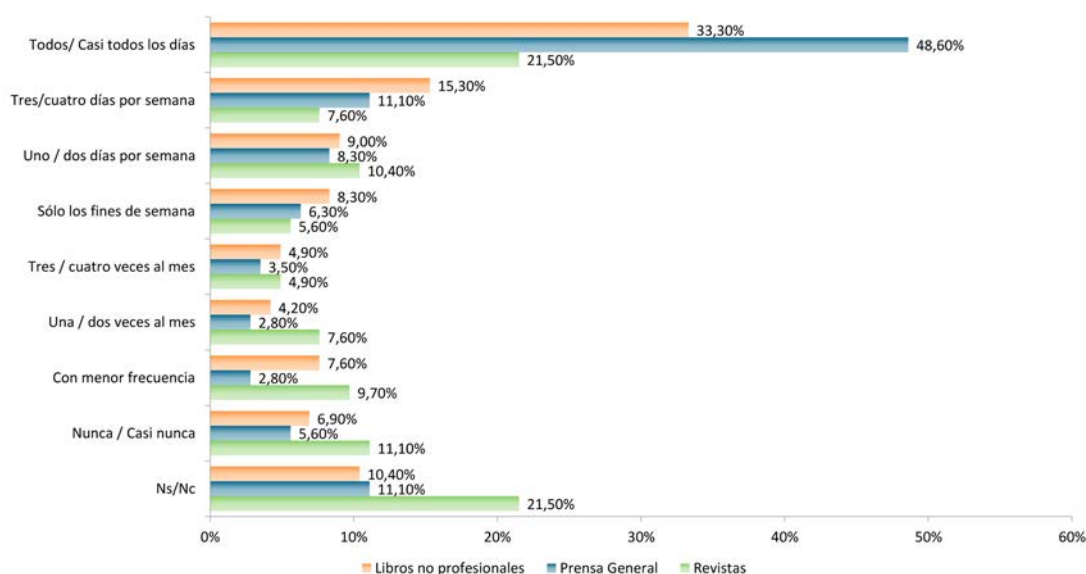
## 10.4 Hábitos de lectura

**Hábitos de lectura.** Con respecto a los hábitos de lectura de los alumnos de la UNIA se ha distinguido entre la lectura de libros no profesionales, prensa general y revistas.

Teniendo en cuenta esta distinción podemos decir que a diario o casi a diario lo que más se consume es prensa general, un 48,6% la lee a diario o casi a diario, un 33,3% lee libros no profesionales con la misma frecuencia y un 21% revistas.

En cuanto a los libros no profesionales se leen más en formato papel (3,5 de media en los doce últimos meses) que en formato digital (1,4 de media en los doce últimos meses).

**Figura 5.** Con qué frecuencia lee

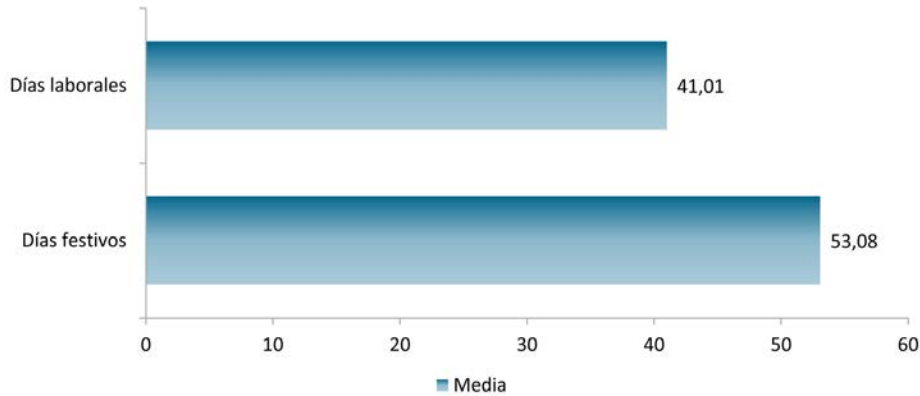


Al considerar el sexo las diferencias no son especialmente significativas aunque se aprecia que las mujeres se inclinan más hacia la lectura frecuente de libros no profesionales, por encima de los hombres, y prensa general. Sin embargo, los hombres consumen diariamente o casi a diario, más prensa general y revistas que las mujeres.

El tiempo medio que se dedica a la lectura (en minutos) es algo mayor en días festivos (cincuenta y tres minutos) que en días laborables (cuarenta y un minutos).



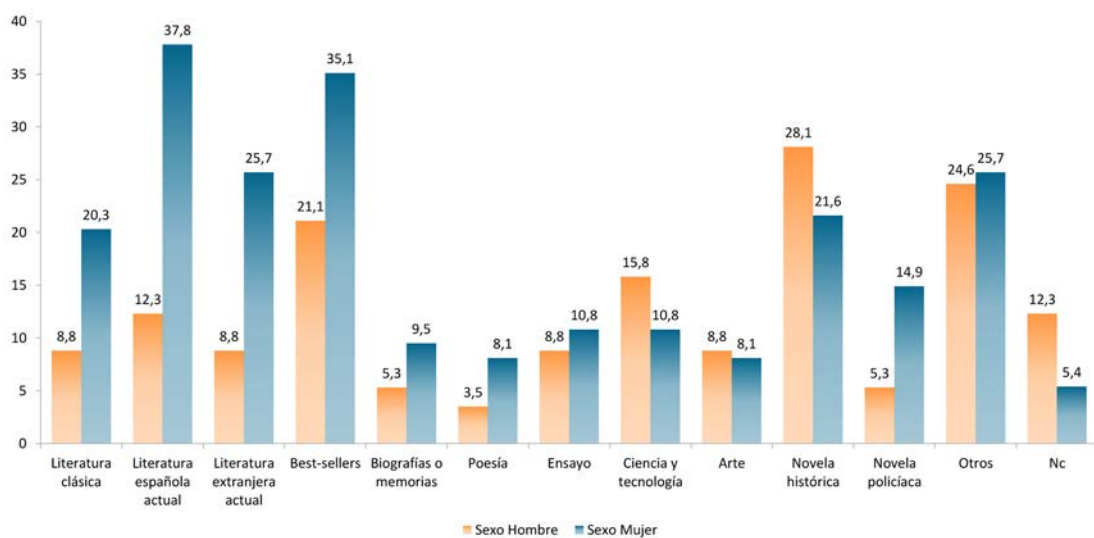
**Figura 6.** Tiempo medio que dedican a la lectura (min.)



Respecto al tipo de libro que leen con más frecuencia, en general, los estudiantes de la UNIA están, por orden de importancia, best-sellers (29% de los encuestados), literatura española actual, novela histórica, literatura extranjera actual y literatura clásica (15,3%).

Al cruzar la variable con el sexo de los encuestados obtenemos diferencias significativas entre ambos sexos. Mientras que la mayoría de mujeres lee literatura española actual y best-sellers, la mayoría de los hombres lee principalmente novela histórica u otro tipo de libros.

**Figura 7.** Libros que leen según el sexo



Si nos detenemos ahora en la prensa y las revistas, podemos decir, que ambas son consumidas en Internet, de manera gratuita por la mayoría de los encuestados.

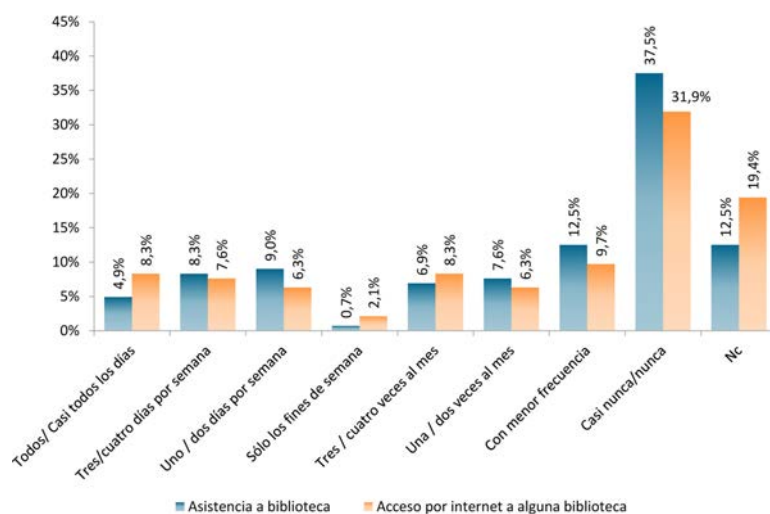
Respecto al tipo de prensa que leen los encuestados podemos decir que el diario más popular entre los encuestados es El País con un 48,5% de los lectores de prensa, seguido de la prensa de carácter local a la que es asidua el 41,9% de la muestra. También se consume en gran medida prensa de carácter gratuito (24,3%) y el diario El Mundo al que es asiduo el 22% de los encuestados.

En cuanto a las temáticas más populares de entre los consumidores de revistas podemos destacar, viajes (22%), suplementos de prensa (20,3%), ciencia y tecnología (19,5%), suplementos temáticos de prensa (14,1%) y, por último, salud y belleza (14,1%).

Pasamos ahora a la frecuencia de asistencia a bibliotecas. En general la asistencia a bibliotecas es baja. Un 37,5% de los encuestados afirma que no asiste a bibliotecas nunca o casi nunca, mientras sólo un 4,9% de los encuestados acude todos o casi todos los días. Un 17,3% de la muestra acude de uno a cuatro días por semana.

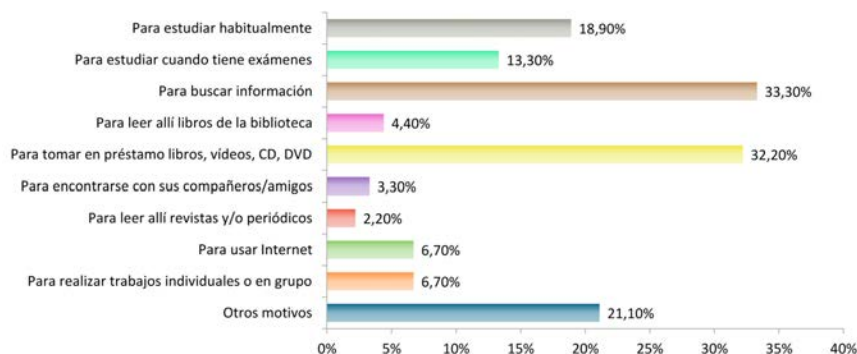
Si hablamos del acceso a bibliotecas a través de Internet la frecuencia es algo más alta ya que, por ejemplo un 8,3% de los encuestados accede a ellas a diario o casi a diario.

**Figura 8.** Biblioteca



Los motivos por lo que los alumnos declaran asistir a bibliotecas son muy diversos. Principalmente para buscar información (33% de los alumnos), para tomar en préstamo libros, vídeos o DVD's, para estudiar habitualmente (18%) o para estudiar en épocas de exámenes (13,3%)

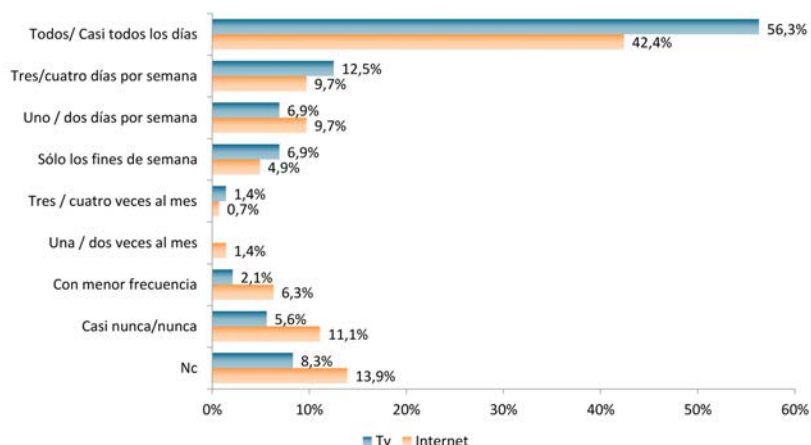
**Figura 9.** Principales motivos por los que asisten a la Biblioteca



### 10.5 Televisión y radio

**Consumo de televisión.** En cuanto al consumo de formatos televisivos, ya sea por televisión o Internet encontramos que el consumo es elevado. Lo es algo más por televisión, el 56,3% de los encuestados los consume a diario o casi a diario y un 42% lo hace con la misma frecuencia por Internet.

**Figura 10.** Con qué frecuencia consumes/ves formatos televisivos por TV o por internet

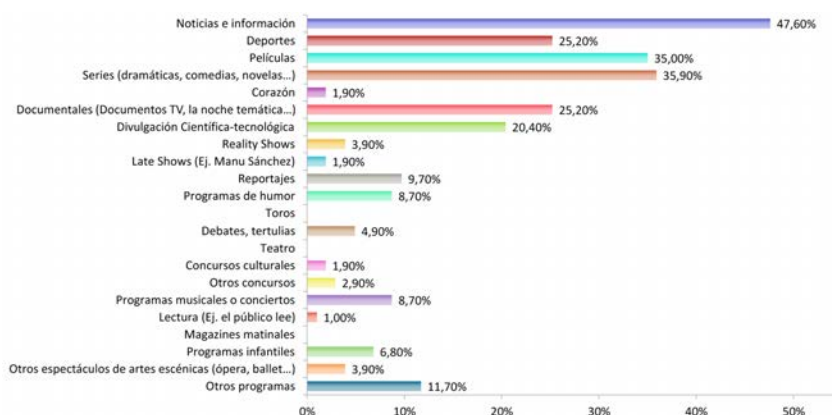


El consumo promedio de televisión en minutos los días laborables por televisión es de unos cuarenta y nueve minutos, aproximadamente igual que por Internet. El consumo aumenta si hablamos de los fines de semana siendo mayor en televisión (setenta y cinco minutos) que en Internet (cincuenta y nueve minutos).

En relación a los contenidos que se ven por televisión el 85% de los encuestados ve con mayor frecuencia noticias, el 55% series, el 47% películas y el 41% documentales.

Al preguntar por los contenidos que se consumen a través de Internet podemos observar cómo son más diversos y la muestra está más repartida aunque los más importantes entre los encuestados son los mismos aunque adquieren importancia los deportes y documentales (25%), así como la divulgación científica y tecnológica (20,4%)

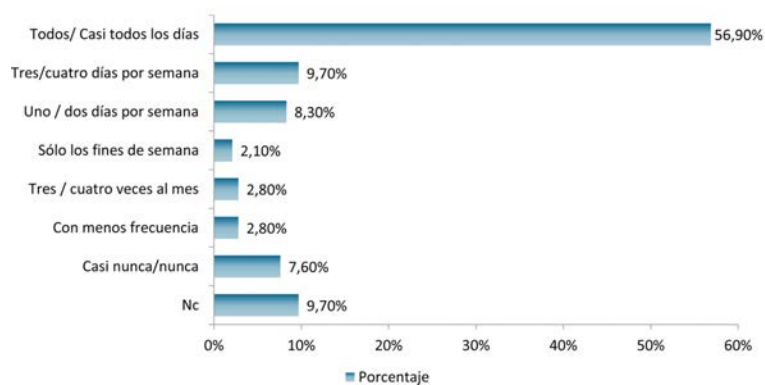
**Figura 11.** Programa que ves con más frecuencia por internet



Al analizar los hábitos de los estudiantes de la UNIA respecto a la radio encontramos que un 57% de la muestra la escucha a diario o casi todos los días y tan sólo un 7,6% reconoce no escucharla nunca o casi nunca.

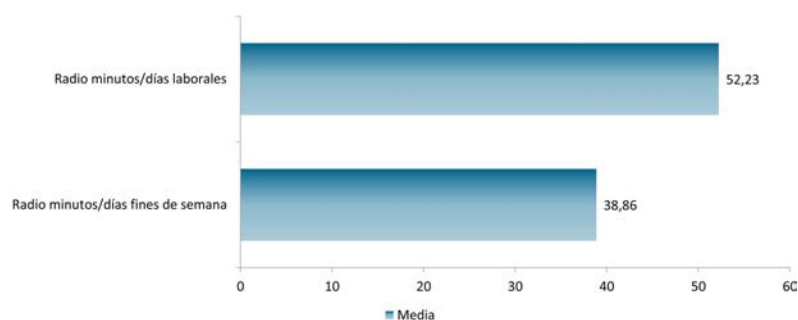
**Figura 12.** Frecuencia con la que escuchas la radio

	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Todos/ Casi todos los días	56,9	56,9
Tres/cuatro días por semana	9,7	66,7
Uno / dos días por semana	8,3	75
Sólo los fines de semana	2,1	77,1
Tres / cuatro veces al mes	2,8	79,9
Con menos frecuencia	2,8	82,6
Casi nunca/nunca	7,6	90,3
Nc	9,7	100



El tiempo medio que escuchan la radio los días laborales difiere bastante del tiempo empleado en ello los fines de semana, Así, en minutos tenemos que de media se escucha la radio unos quince minutos diarios más los días laborales que los fines de semana.

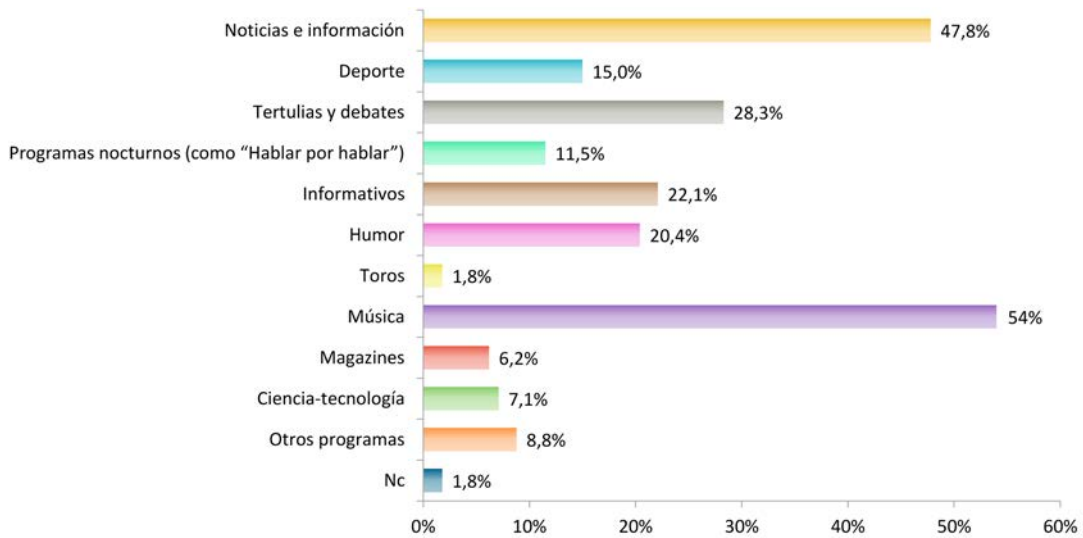
**Figura 13.** Tiempo medio que escuchan la radio



Respecto al contenido de los programas de radio, encontramos que son los programas musicales (54%, los de noticias e información (47,85) y las tertulias o debates (28,3%) los más demandados por los universitarios.

Además, en el último mes, más de un 50% de los encuestados asegura haberse descargado archivos de programas de radio directamente en Internet.

Figura 14. Programas de radio que suelen escuchar

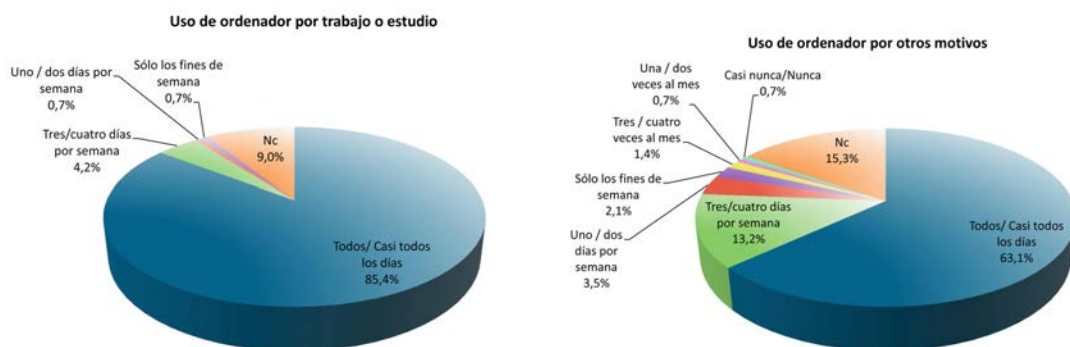


### 10.6 Uso de las nuevas tecnologías

Uso de ordenadores e Internet. Se analizan, también los hábitos de los estudiantes en cuanto al uso de las TIC's.

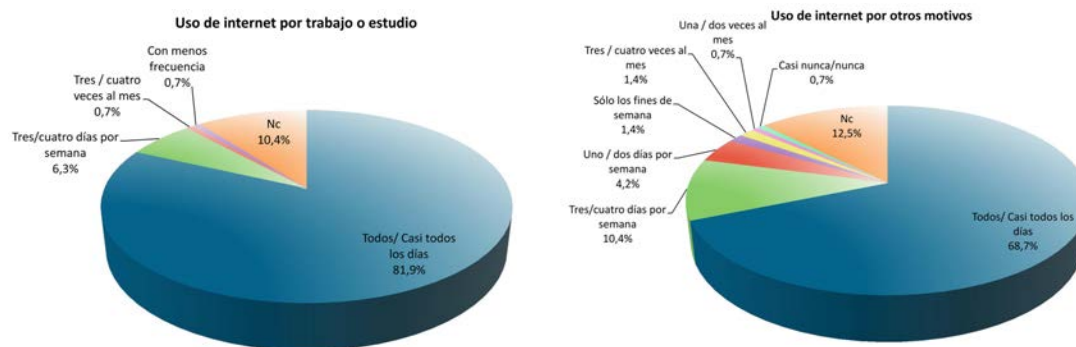
En primer lugar se pregunta por la frecuencia de uso del ordenador por motivos de trabajo o estudios encontrándonos que un 85,4% lo usa para este fin a diario o casi a diario. Mientras un 63,2% lo usa con la misma frecuencia por otros motivos o con otros fines.

Figura 15. Frecuencia de uso del ordenador



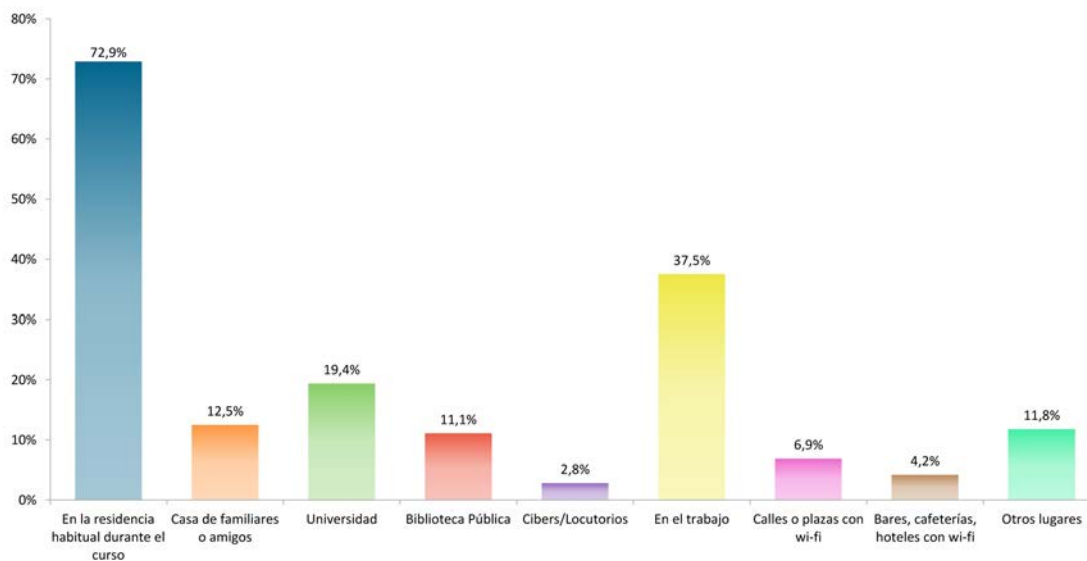
Hablamos ahora de Internet. Un 82% se conecta a diario o casi a diario por motivos laborales o de estudio, mientras un 68,8% lo hace con la misma frecuencia por otros motivos, un 10,4% lo hace tres o cuatro veces por semana y sólo un 4,2% se conecta uno o dos días por semana por motivos no labores o de estudio.

Figura 16. Frecuencia de uso del ordenador

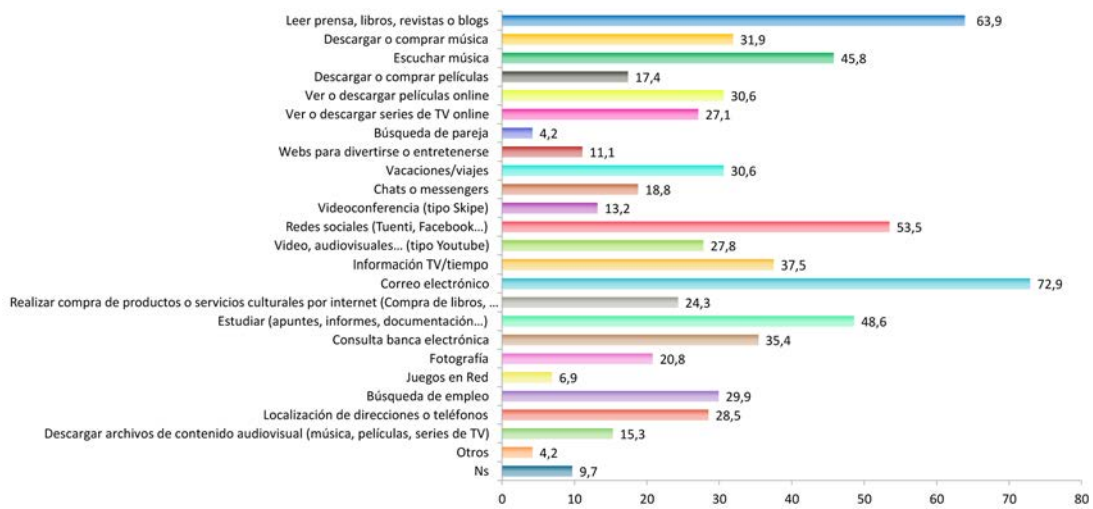


Hay que señalar que el 86,1% de los encuestados dispone de conexión a Internet en su residencia habitual. Por lo que encontramos que un 73% de los mismos hace uso de Internet en su propia residencia, un 37,5% accede a Internet desde el trabajo, un 19,4% se conecta desde la universidad y un 12,5% lo hace en casa de amigos o familiares.

Figura 17. Lugares desde donde utiliza internet



Respecto al uso que se hace de Internet, encontramos que los usos más habituales por los alumnos de la UNIA son el uso del correo electrónico (73%), leer prensa, revistas o blogs (63,9%) y conectarse o hacer uso de las redes sociales (53,5%). En menor medida los usos están relacionados con escuchar música, estudiar o realizar descargas.

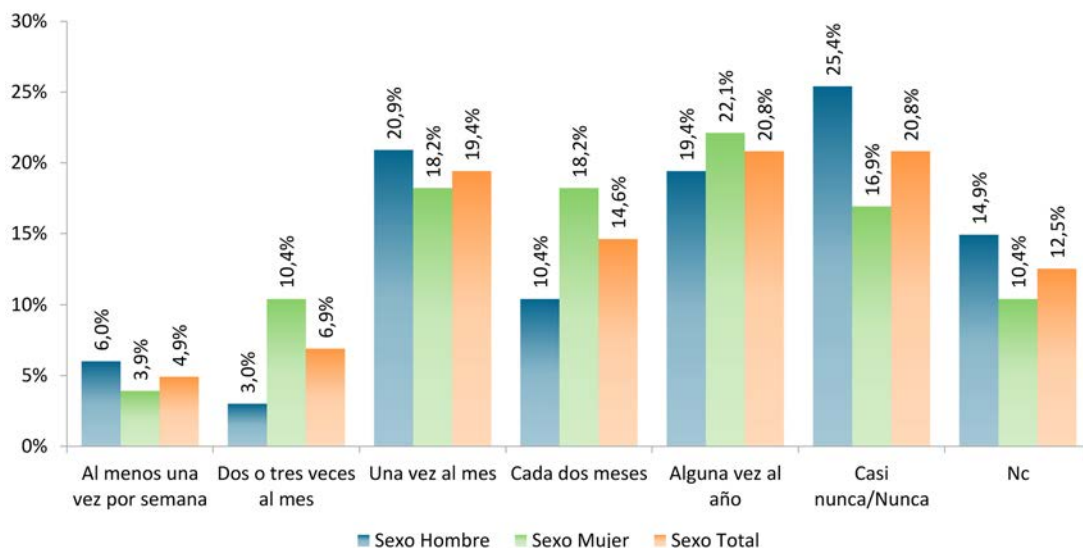
**Figura 18.** Usos que realiza de internet

## 10.7 Cine y películas

Preguntamos también a la muestra seleccionada sobre sus hábitos en cuanto a cine y películas.

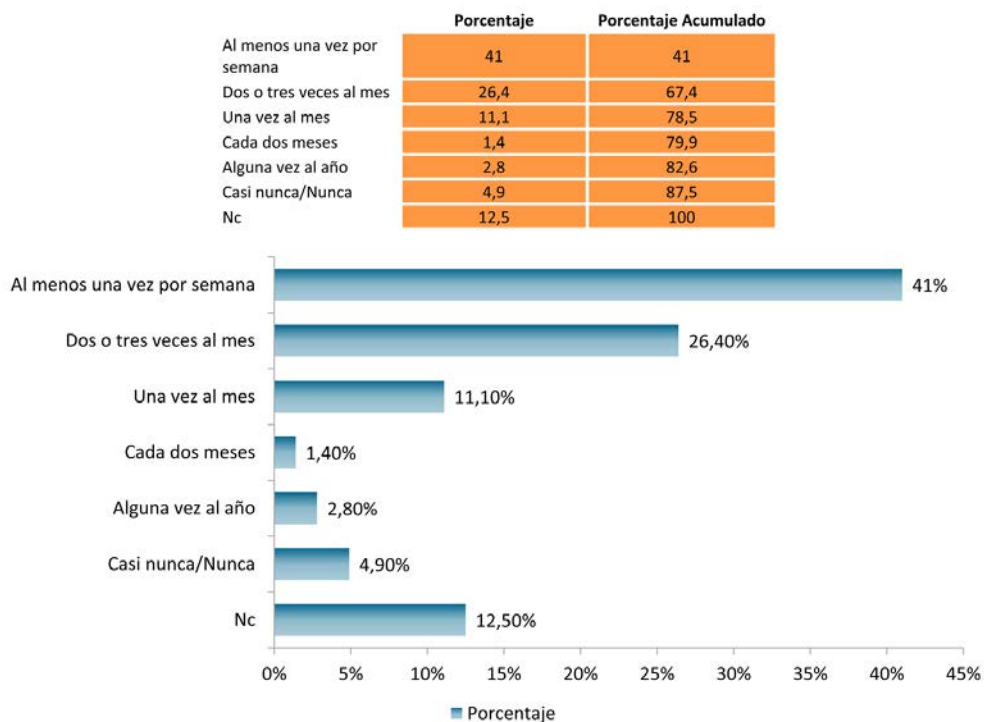
Un 21% de los encuestados declara que no acude a salas de cine nunca o casi nunca, mientras que un 19% acude a ellas al menos una vez al mes.

Si atendemos al sexo como característica diferenciadora de hábitos respecto al cine, encontramos que son las mujeres las más asiduas a este tipo de comportamiento.

**Figura 19.** Con qué frecuencia vas a las salas de cine

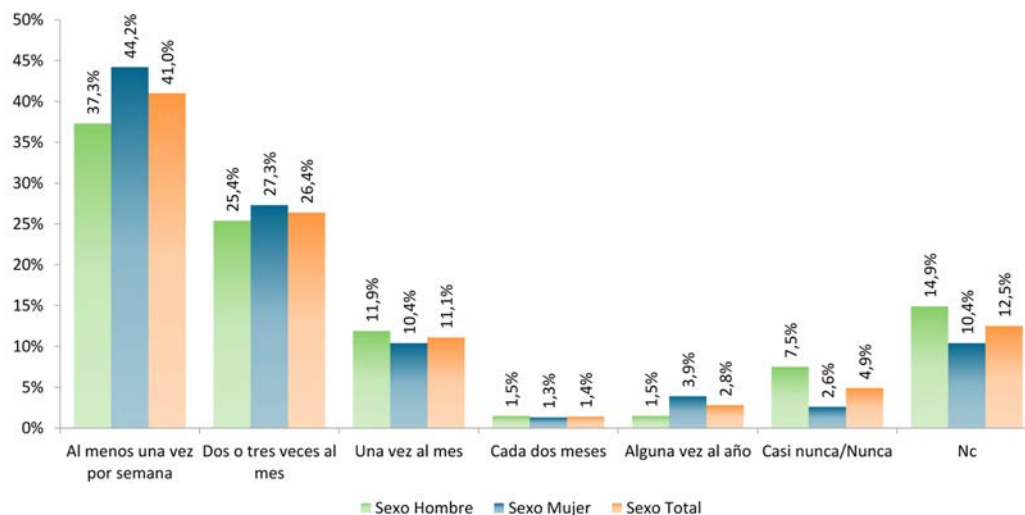
Al preguntar por la frecuencia con la que los estudiantes de la UNIA ven películas, encontramos frecuencias más altas. Un 41% lo hace al menos una vez por semana y sólo un 5% no lo hace nunca o casi nunca.

**Figura 20.** Con qué frecuencia ves películas



Al contrario de lo que ocurre con la asistencia al cine, encontramos que en este caso son las mujeres las que lo hacen con más frecuencia que los hombres. Un 7% más de mujeres que de hombres lo hace al menos una vez por semana.

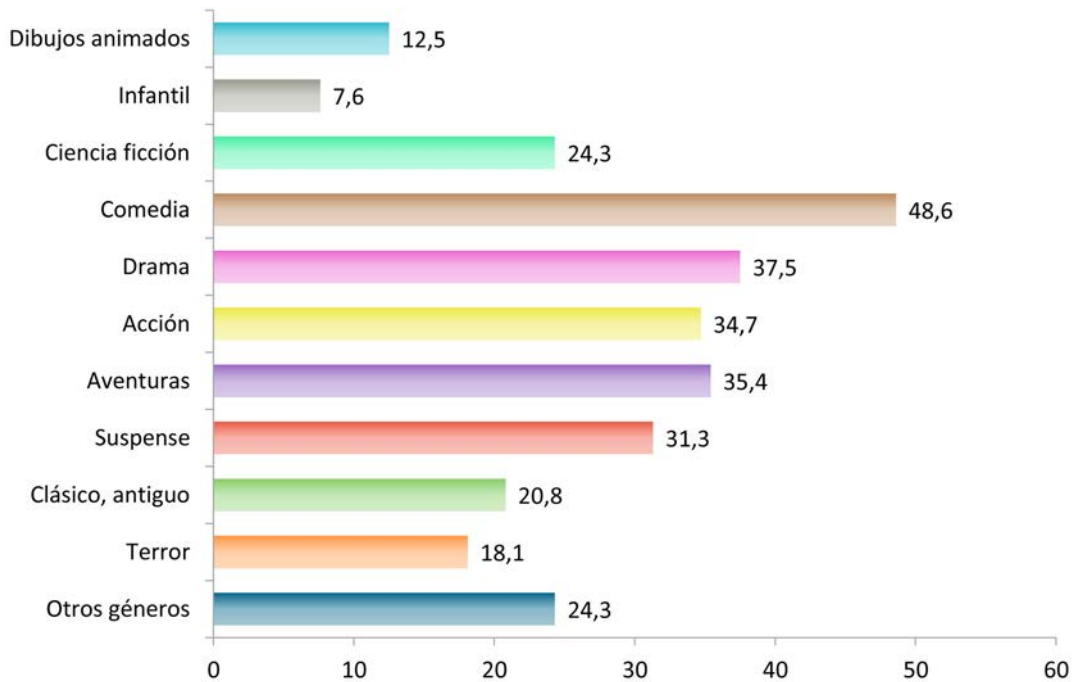
**Figura 21.** Con qué frecuencia ves películas





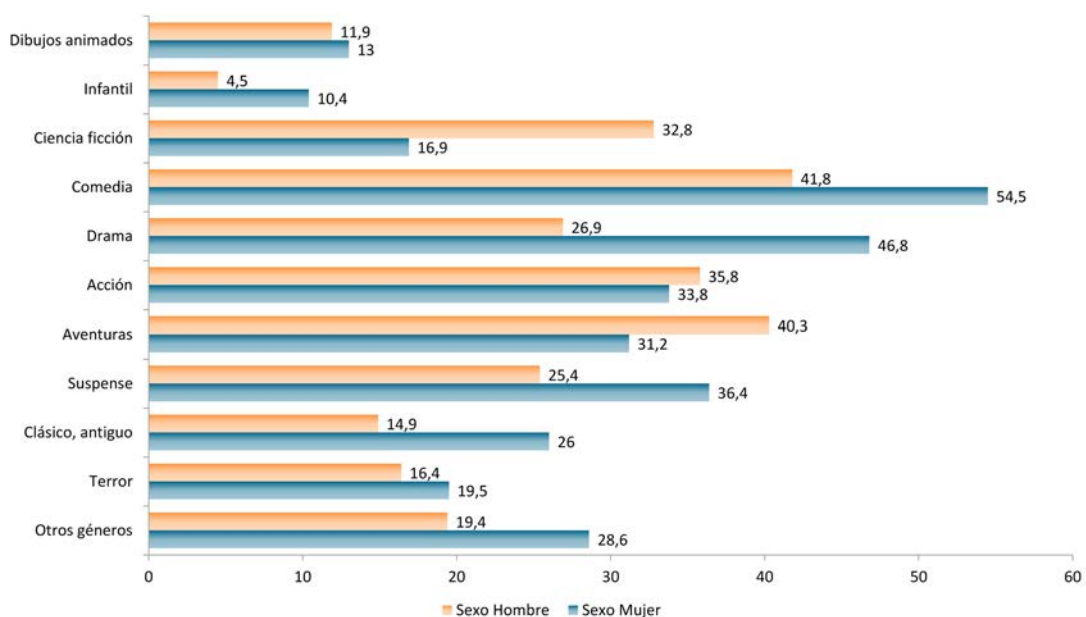
Respecto al género de las películas tenemos que las comedias (48,6%), los dramas (37,5%), y las aventuras (35,4%) son los géneros más populares entre los encuestados.

**Figura 22.** Películas que prefieren



Las diferencias en cuanto a preferencia de género no son especialmente significativas aunque puede decirse que mientras las mujeres se inclinan más hacia las comedias, dramas y suspense, los hombres son más proclives a las películas de aventuras o de acción.

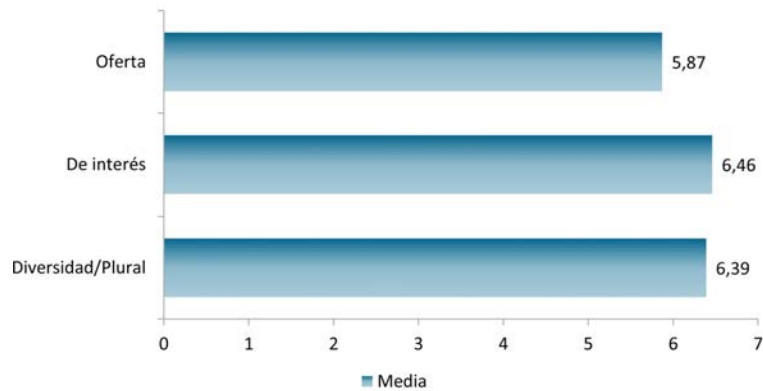
**Figura 23.** Tipo de películas que prefieren según sexo



En cuanto a las proyecciones o actividades de cine que organiza la UNIA, un 44,4% dice que no asiste nunca, y un 17,4% afirma que rara vez lo hace.

La oferta de películas que ofrece la universidad se valora con un 5,8 sobre 10, el interés que le suscitan las mismas, se valora con un 6,4 sobre 10 y la diversidad de la oferta se puntúa con un 6,3 sobre 10.

**Figura 24.** Valoración de las proyecciones



## 10.8 Música

La música aparece como un elemento fundamental en la vida de los estudiantes de la UNIA. Un 76,4% de la muestra escucha música a diario o al menos tres o cuatro veces por semana. Sólo algo más del 3% dice que no lo hace nunca o casi nunca.

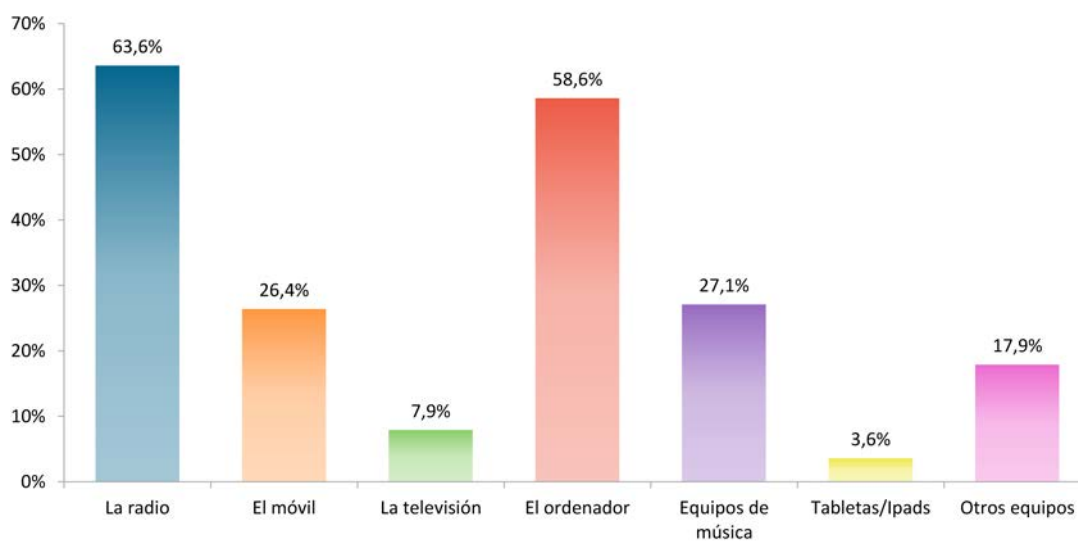
**Figura 25.** Con qué frecuencia escuchas música



Los medios a través de los cuales se escucha música son principalmente la radio (63,6%) y el ordenador (58,6%). Los equipos de música o el móvil son también herramientas muy usadas para este fin.

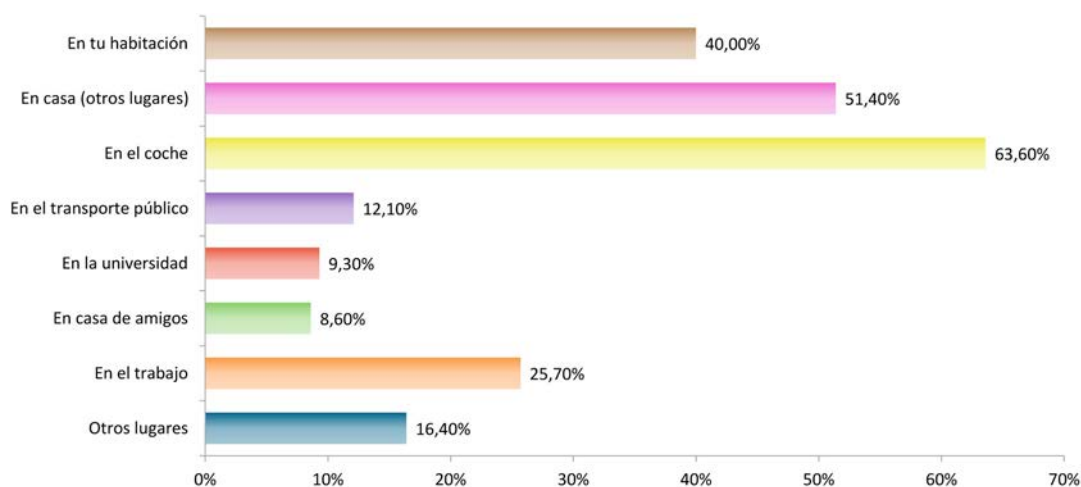
Un 66,4% escucha música en formato digital y un 43% lo hace mediante CD's, DVD's o Blue Ray.

**Figura 26.** Medios por los que escuchan música



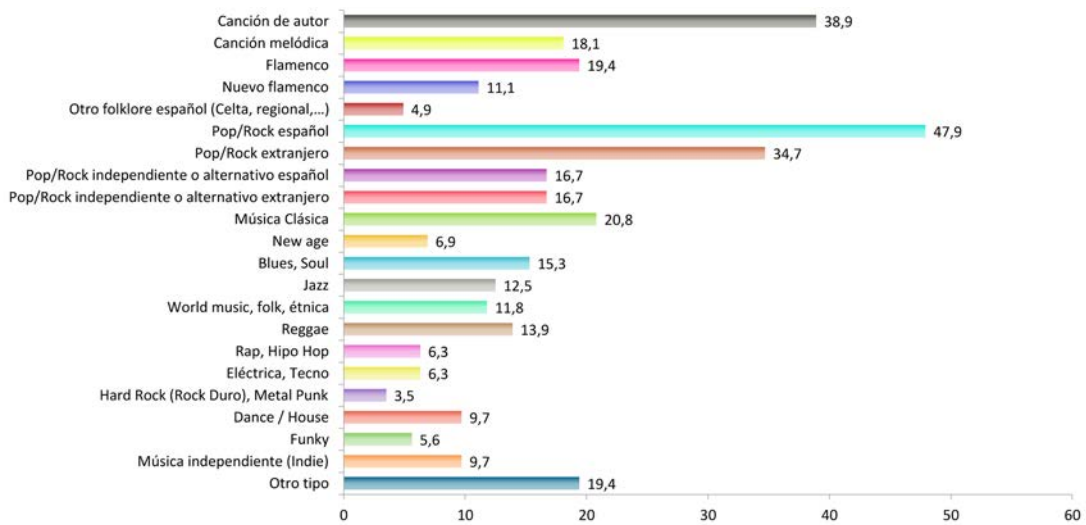
Los lugares donde se escucha música de manera más frecuente son en el coche (63,6%) y en casa (51,4%)

**Figura 27.** Lugares donde suelen escuchar música



Los gustos musicales de los estudiantes de la UNIA son muy diversos aunque se inclinan principalmente hacia el pop/rock español (48%) o extranjero (34,7%), la canción de autor es también bastante popular entre un 39% de los encuestados.

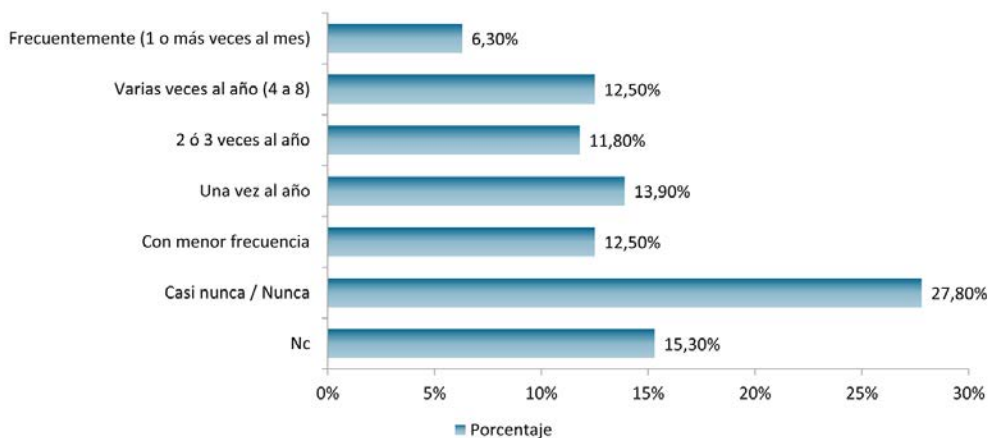
**Figura 28.** Tipo de música favorita



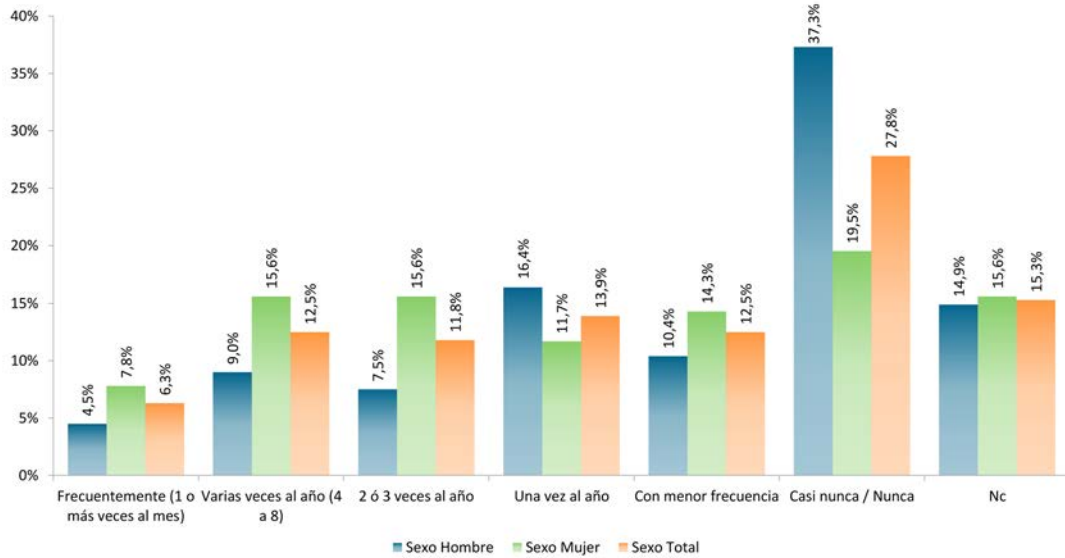
En relación a la música preguntamos también por la asistencia a conciertos y encontramos que un 44% asiste al menos una vez al año a conciertos, y que sólo un 6,3% lo hace de manera frecuente (una vez o más al mes), un 28% no suelen acudir a conciertos.

**Figura 29.** Con qué frecuencia asistes a conciertos

	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Frecuentemente (1 o más veces al mes)	6,3	6,3
Varias veces al año (4 a 8)	12,5	18,8
2 ó 3 veces al año	11,8	30,6
Una vez al año	13,9	44,4
Con menor frecuencia	12,5	56,9
Casi nunca / Nunca	27,8	84,7
Nc	15,3	100



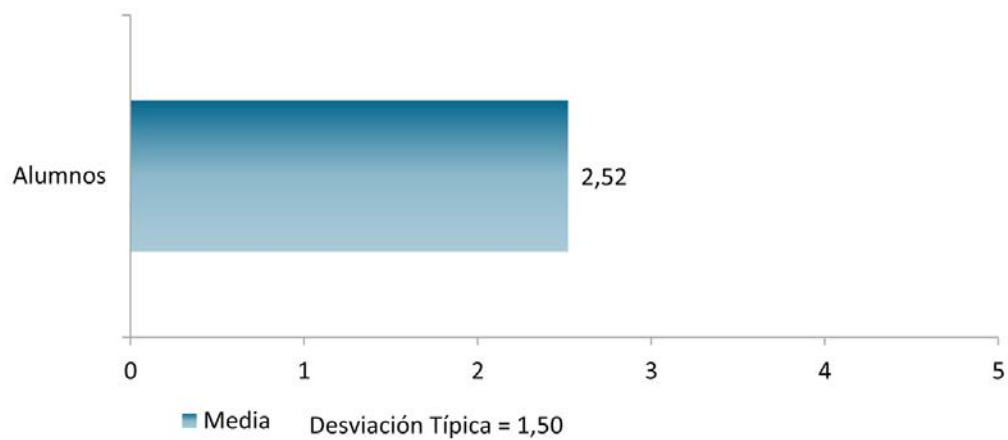
Si tenemos en cuenta el sexo de los integrantes de la muestra, encontramos algunas diferencias, siendo las mujeres más proclives a participar en este tipo de espectáculo.

**Figura 30.** Con qué frecuencia asistes a conciertos

## 10.9 Teatro

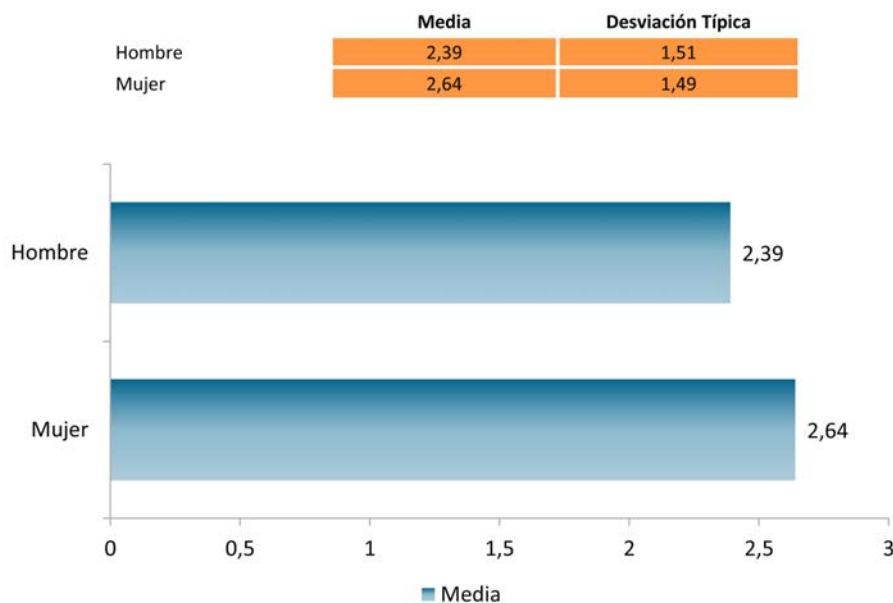
El teatro es otra de las actividades culturales que se estudian en esta investigación.

Puede apreciarse que el interés entre el alumnado de la UNIA por el teatro obtiene una puntuación de 2,5 sobre 5.

**Figura 31.** Interés por el teatro

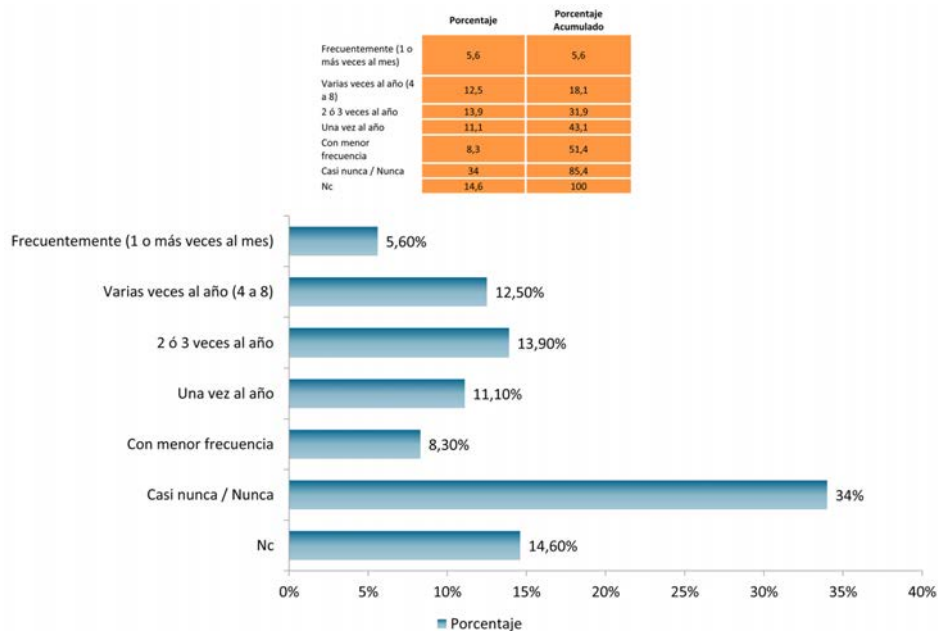
Y aunque es una actividad que interese algo más a las mujeres que los hombres, las diferencias no son significativas como puede apreciarse en la siguiente figura.

**Figura 32.** Interés medio por el teatro según sexo



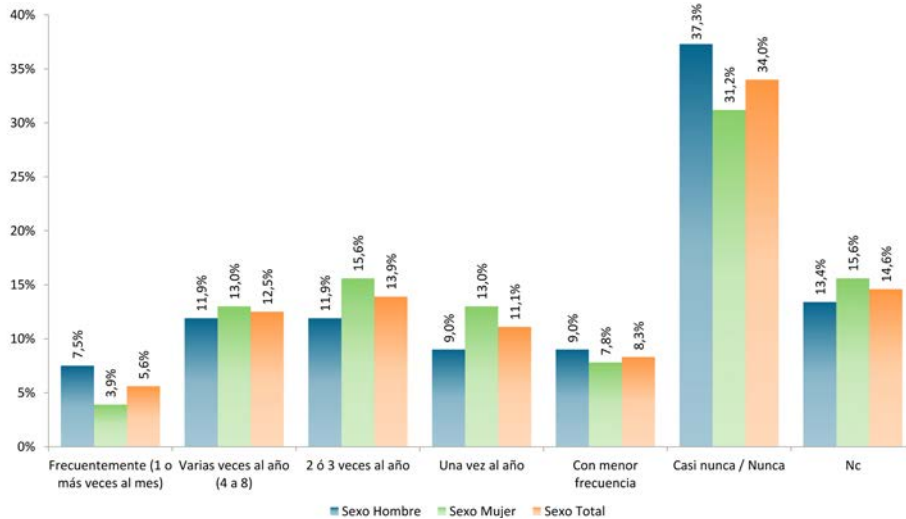
El interés medio que se da a la actividad del teatro, se refleja también en la frecuencia de asistencia a espectáculos de este tipo. Algo más de cuatro de cada diez estudiantes de la UNIA asiste al menos una vez al año al teatro, mientras que un 34% de la muestra no va nunca o casi nunca.

**Figura 33.** Con qué frecuencia asistes a obras de teatro



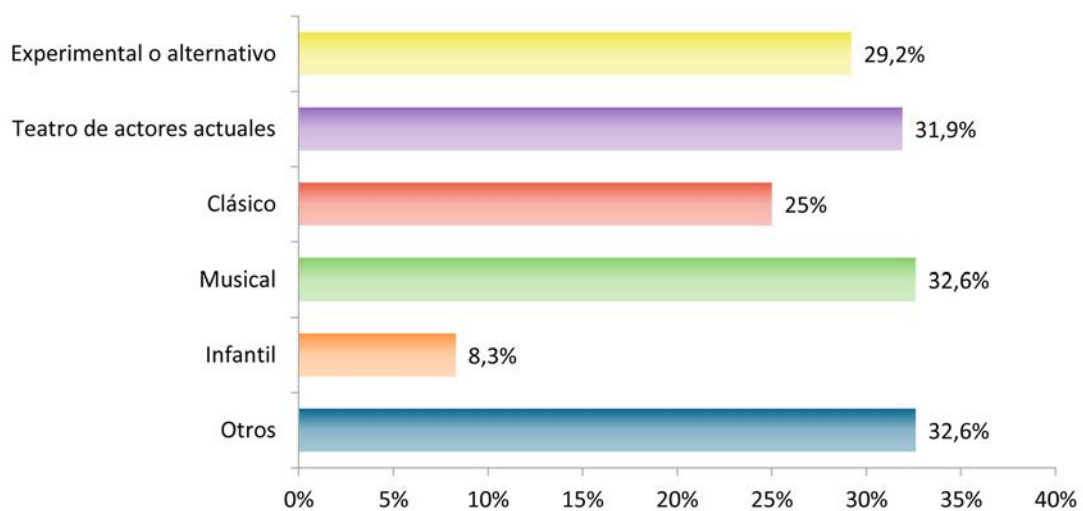
Volvemos a apreciar diferencias entre sexos. Paradójicamente aunque los hombres muestran menos interés por el teatro que las mujeres, son los hombres los que acuden más frecuentemente a representaciones teatrales, aunque son también los hombres los que con mayor frecuencia no van nunca o casi nunca.

**Figura 34.** Con qué frecuencia asistes a obras de teatro



Respecto al tipo de teatro al que suelen asistir los que lo hacen, encontramos que los musicales (32,6%), el teatro actual (31,9%) y el experimental o alternativo (29,2%) son los géneros más demandados.

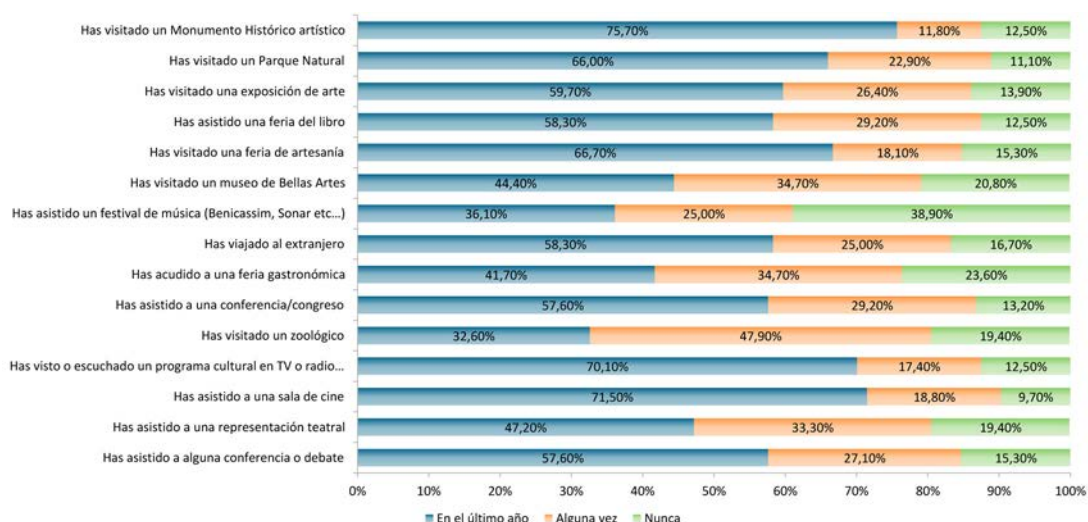
**Figura 35.** Tipo de teatro a los que sueles asistir



## 10.10 Otras actividades culturales

Se ha indagado en la investigación en los hábitos culturales en general de los estudiantes y se ha detectado que en el último año, las actividades culturales más realizadas por los alumnos han sido visitar un monumento histórico (75,7%), asistir a una sala de cine (71,5%), ver o escuchar programas culturales (70,1%), visitar una feria artesana (66,7%) y visitar un parque nacional (66%).

**Figura 36.** Alguna vez o en el último año



## 10.11 Ocio y gasto en cultura

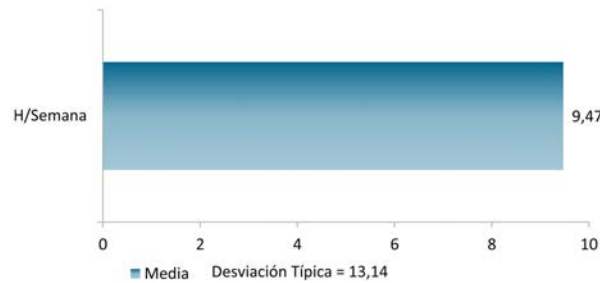
Respecto al tiempo de ocio de los universitarios se ha investigado principalmente el tiempo que dedican al ocio y las actividades que lo ocupan. Encontramos que el uso del ordenador y de las redes sociales ocupa algún tiempo de ocio diario de casi un 90% de los encuestados. Leer y ver la televisión son actividades también diarias de gran parte de los encuestados.

Si consideramos los fines de semana ir de copas se convierte en habitual para algo más del 19% de los encuestados, el 14,6% dedica la mayoría del tiempo de ocio de los fines de semana a reunirse con amigos y casi el 12% a ver series o películas en la televisión.

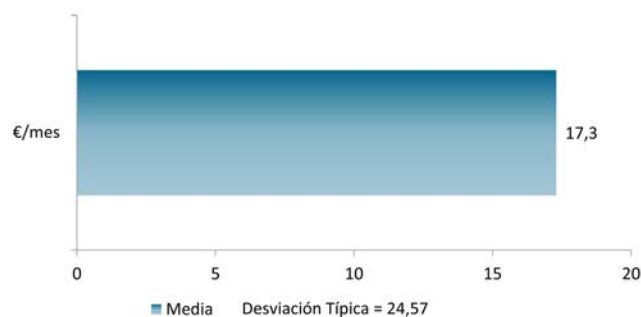
Ir de excursión, viajar, asistir a conferencias o visitar museos son actividades que quedan reservadas para una o dos ocasiones a lo largo del año.

El número de horas libres o de ocio de media de los universitarios de la UNIA a la semana es de 9,47.

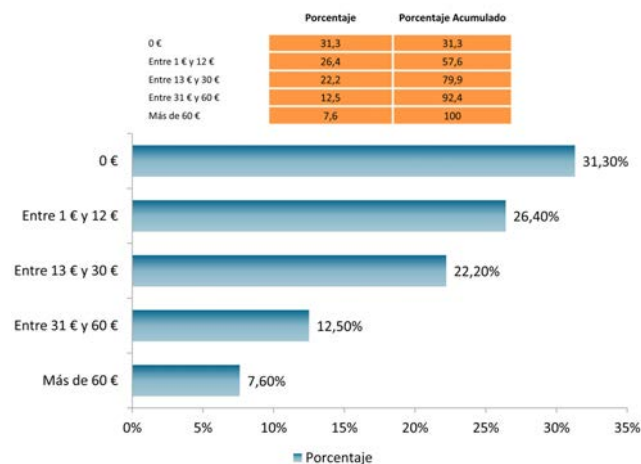


**Figura 37.** Número de horas media a la semana para ocio y diversión

Respecto al gasto medio mensual en cultura de los encuestados es de diecisiete euros y veintinueve céntimos.

**Figura 38.** Gasto medio en cultura

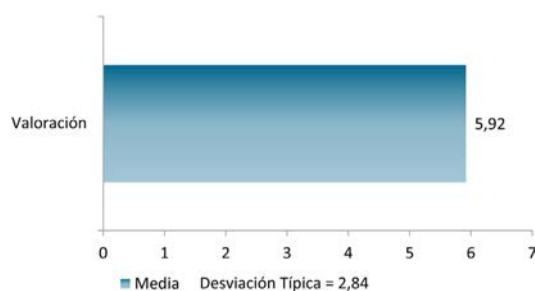
Hay que destacar que un 31% de la muestra asegura que no gasta nada en cultura o actividades culturales al mes. Un 26,4% gasta entre uno y doce euros, un 12,5% gasta entre treinta y uno y sesenta euros y tan sólo un 7,6% supera esta cantidad.

**Figura 39.** Gasto mensual en cultura

## 10.12 Valoración de la oferta cultural de la unia

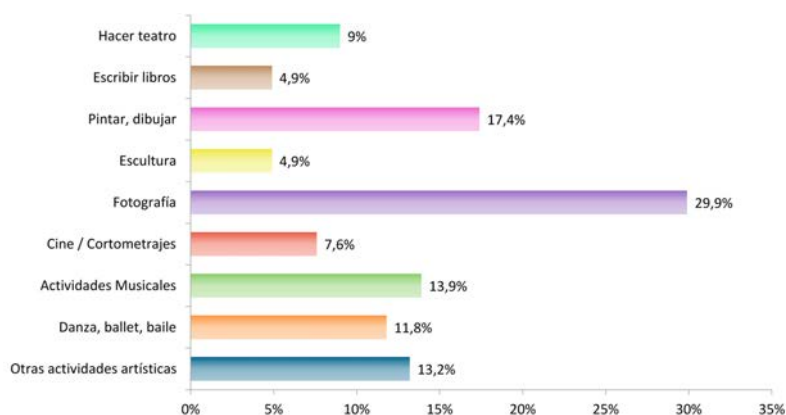
La valoración que los alumnos encuestados hacen de las actividades culturales que ofrece la UNIA es de 5,9 sobre 10.

**Figura 40.** Valoración media de las actividades culturales



Respecto a las actividades culturales más realizadas por los encuestados tenemos que la fotografía es la más popular (30%), seguida de pintar o dibujar (17.4%), de actividades de tipo musical (13,9%) o la danza y el ballet.

**Figura 41.** Actividades que realiza o ha realizado



**Figura 42.** Actividades que le gustaría realizar

