

PROPUESTAS DE LOS VICERRECTORADOS DE EXTENSIÓN UNIVERSITARIA DE ANDALUCÍA
ELEVADAS A LA DIRECCIÓN GENERAL DE UNIVERSIDADES

PROYECTO

ESTUDIO DE USOS, HÁBITOS Y DEMANDAS CULTURALES DE LOS JÓVENES UNIVERSITARIOS ANDALUCES

IDEA FUERZA DEL PROYECTO

Necesidad de pasar de los indicios a las evidencias.

FUNDAMENTACIÓN DEL PROYECTO

El Informe SGAE sobre hábitos de consumo cultural decía en su página 9 que "la clase política, los medios de comunicación y las empresas del sector (el cuarto en importancia según las aportaciones al PIB) han tenido que recurrir habitualmente al intuicionismo sociológico". Algunos años más tarde, tras su publicación en el año 2000, esta afirmación parece claramente vigente en el ámbito de la gestión cultural y, cómo no, también en el ámbito de la gestión cultural universitaria.

Nos encontramos, por tanto, ante una situación no de "apagón estadístico" -el apagón supondría que alguien frena la difusión de datos- sino, más bien, de vacío estadístico.

El sector de población estudiado sería el de las mujeres y hombres con una edad comprendida entre los 18 y los 30 años, aunque somos conscientes de que el concepto de juventud está en constante revisión.

Algunos actores sostienen que la juventud es un grupo de edad, otros hablan de un "período de transición" y, los autores más recientes, apoyan la idea más moderna de la juventud como una fase decisiva para la vida futura (adulto) ya que se consolidan procesos educativos, sociales y profesionales que persistirán en el tiempo. Tanto la segunda como la tercera perspectiva consideran a la juventud como, en palabras de René Bendit, el "principal agente de cambio social" de nuestra sociedad.

Además, históricamente, el mundo de la cultura se ha encontrado con un potente axioma que la ha frenado constantemente: la desvinculación entre ciencia y cultura. Decían algunos que la cultura era cuestión de espíritu no de datos.

Las diez universidades del sistema universitario público andaluz estamos convencidas de que del rompecabezas formado por las fotos de nuestras diez universidades puede surgir la radiografía certera de cómo somos, paso previo ineludible para ser mejores.

OBJETIVOS DEL PROYECTO

- Conocer con certeza científica los usos, hábitos, demandas y valores culturales de los jóvenes universitarios andaluces.
- Dotar a cada Universidad de un recurso básico para conocer la realidad de sus jóvenes universitarios.
- Posibilitar que el Instituto Andaluz de la Juventud tenga una herramienta auxiliar de trabajo útil para construir políticas específicas para los jóvenes universitarios.
- A través de la comparación posibilitar la reflexión en torno a la vertebración de Andalucía.

ENFOQUE DEL PROYECTO

El proyecto queda enmarcado en una concepción "reactiva" de la cultura: debe tener una respuesta de público. Sin público los proyectos culturales carecen de sentido.

El estudio no finalizará con su publicación ya que puede llegar a convertirse en un banco de datos al servicio de la sociedad.

El proyecto trata de construirse en torno al triángulo:



Los vértices de este triángulo, sin duda, han sido objeto de estudios específicos pero nunca se ha realizado un estudio que fundiera estas tres realidades y que además añadiera la posibilidad de profundizar en el asunto clave de los valores.

PRECEDENTES DEL PROYECTO

- Equipamientos, prácticas y consumos culturales de los españoles (1991).
- Algunos paneles parciales de los Barómetros del CIS (1999).
- Informe SGAE sobre hábitos de consumo cultural (2000).
- Dosmil3Estrategias, Proceso de Evaluación de la Política Cultural de Puerto Real (2003).
- Trabajos de investigación sobre evaluación de la cultura.
- VIGÍA, Observatorio Cultural de la provincia de Cádiz (del que es socio fundador la Universidad de Cádiz).

CONTENIDOS Y ESTRUCTURA DEL PROYECTO

El proyecto quedará estructurado en dos grandes bloques:

JÓVENES UNIVERSITARIOS ANDALUCES

(Estudio general que funde el resultado de los diez estudios específicos por cada universidad).

JÓVENES UNIVERSITARIOS DE LA UNIVERSIDAD DE...

(Estudio específico que analiza los usos, hábitos, demandas y valores de los jóvenes universitarios de cada una de las diez universidades andaluzas).

Cada bloque aportará información sobre los siguientes temas centrales:

- Lectura (libros y prensa).
- Música.
- Teatro.
- Asistencia a museos y otros equipamientos culturales.
- Artes Plásticas.
- Artes Visuales (cine, televisión e infografía).
- Internet, NN.TT y Medios de Comunicación.
- Valores culturales (cómo son los jóvenes universitarios andaluces).
- Demandas culturales a la universidad.
- Demandas culturales a la ciudad donde viven.
- Usos de servicios culturales generales.
- Usos de servicios culturales universitarios.

METODOLOGÍA DEL PROYECTO

El proyecto se basará en la recopilación y análisis de material y documentación de carácter secundario y en la obtención de información de carácter primario mediante la utilización de técnicas cuantitativas a través de la realización de entrevistas personales mediante un cuestionario estructurado.

Esta encuesta se realizaría, simultáneamente en las diez universidades, en una ola anual.

Plenario Andaluz de Extensión Universitaria / Propuesta original

Las características más técnicas del proyecto podrían ser las siguientes:

- **Universo y ámbito:** La población universitaria andaluza del sistema público universitario andaluz mayor de 17 años y menor de 31 años (18/30).
- **Técnica:** Aplicación de un cuestionario estructurado con entrevistas personales de una duración de media hora a desarrollar en espacios universitarios.
- **Muestra:**
 - Muestra por universidad, 370.
 - Muestra total andaluza, 3.700.Se detallan sus características en el documento anexo (instrucciones metodología.doc).
- **Control de calidad:** Se supervisarán el 10 % de los cuestionarios y habrá una fase de pre-test.

FASES DEL PROYECTO

PERÍODO	FASE	ÁMBITO
2005 MARZO	Diseño operativo del proyecto	EQUIPO COORDINADOR
2005 ABRIL A JULIO	Elaboración del cuestionario	EQUIPO COORDINADOR
2005 DICIEMBRE	Pre- test	EQUIPO SOCIOLÓGICO DE CADA UNIVERSIDAD
2005 DICIEMBRE	Planificación de entrevistas	EQUIPO SOCIOLÓGICO DE CADA UNIVERSIDAD
2006 ENERO	Ola de cuestionarios (se realizarán entre el 11 de enero y el 23 de febrero de 2006). Fecha tope de envío de cuestionarios: 23 de febrero de 2006	EQUIPO SOCIOLÓGICO DE CADA UNIVERSIDAD
2006 FEBRERO A MARZO	Tratamiento estadístico	EQUIPO COORDINADOR
2006 ABRIL A MAYO	Redacción de productos (informe libro/cd rom web/informe breve folleto)	EQUIPO COORDINADOR

El Equipo Coordinador estará formado por 2 Vicerrectores/as, 3 Técnicos/as de Cultura y 3 expertos/as en Ciencias Sociales.

Temas para el cuestionario destinado al estudio

"Usos, hábitos y demandas culturales de los universitarios andaluces".

Índice

1. Perfil sociodemográfico.
2. Hábitos de lectura.
3. Televisión, radio e Internet.
4. Cine.
5. Música.
6. Teatro.
7. Actividades deportivas.
8. Otras actividades relacionadas con la cultura.
9. Ocio (actividades en días laborables y en fines de semana).
10. Gasto en cultura.

1. Perfil sociodemográfico

- Género.
- Edad: 16-18, 19-21, 22-24, 25-27, 28-30.
- Estado civil.
- Convive la mayor parte del curso con padres, compañeros, solo.
- Curso, carrera, campus, universidad.
- Máximo nivel de estudios alcanzado. Aspiraciones académicas.
- Nivel educativo alcanzado por el padre y la madre.
- Ingresos familiares medios en referencia a un índice central (1.000 €).
- Estudia solamente o estudia y trabaja. Horas semanales.
- Pertenece o ha pertenecido a alguna asociación.
Tipo de asociación.
- Religiosidad.
- Auto ubicación política.

2. Hábitos de lectura

- Número de libros (no profesionales) leídos en los últimos doce meses.
- Tipo de libros que lee con más frecuencia.
- Frecuencia con la que lee libros: todos los días, casi todos, una o dos veces por semana, algunas veces al mes, casi nunca, nunca.
- Frecuencia con que lee la prensa: todos los días, varias, una por semana, alguna al mes, de vez en cuando, nunca.
- Periódico y revista que lee con más frecuencia.
- Hábito de lectura de los suplementos culturales. Cuáles y qué secciones.
- Bibliotecas a las que acude (universidad, municipal, provincial, otras -especificar).
- Frecuencia con la que acude a la biblioteca.
- Usos de la biblioteca: préstamo (libros, películas, vídeos de música) y lectura (libros de texto, literatura y poesía, ensayo, informática, revistas, periódicos).
- Carencias de las bibliotecas que usa (universitarias y otras).

3. Televisión, radio e Internet

- Horas semanales dedicadas a ver la TV.
- Tipos de programas que ve con más frecuencia.
- Acceso a canales de pago. Tipo de programas que ve.
- Frecuencia con que escucha la radio.
- Tipos de programas que más escucha.
- Tiene o no ordenador personal, de uso exclusivo o familiar.
- Principales usos del ordenador (respuesta múltiple).
- Tiene o no contratado servicio de Internet.
- Frecuencia de uso de internet. Para qué lo utiliza (Respuesta múltiple).
- Tiene o no móvil. Usos más frecuentes. Gasto mensual en móvil.

4. Cine

- Frecuencia con la que va al cine: varias a la semana, una, una o dos al mes, alguna vez al año, nunca.
- Encuentra/no películas de su gusto en la cartelera.
- Tipo de películas que le gustaría ver y no puede.
- Frecuencia con la que ve películas en la TV: abierta/de pago/alquiler.
- Caso de existir cine-club, frecuencia y grado de satisfacción.

5. Música

- Frecuencia con la que escucha música.
- A través de qué medios escucha música: DVD, equipo de música, MP3.
- Dónde escucha música habitualmente: vivienda/habitación/casa amigos/calle/local de copas/discoteca.
- Frecuencia con la que asiste a conciertos.
- Asistencia a conciertos promovidos o con patrocinio de la universidad.
- Grado de satisfacción con los conciertos de la universidad y con los demás en la ciudad o comarca donde reside.
- Tipo de conciertos que desearía.

6. Teatro

- Grado de interés por el teatro.
- Frecuencia con la que asiste al teatro.
- Valoración de la oferta existente en la ciudad o comarca en que reside.
- Valoración de la oferta de teatro universitario.
- Tipo de obras, compañías o autores que desearía que representaran en su ciudad.
- Los teatros y salas existentes son suficientes o no.

7. Actividades deportivas

- Tipo de deporte que practica.
- Frecuencia de actividad deportiva: varias a la semana, una, una o dos al mes, alguna vez al año, nunca.
- Asistencia a competiciones deportivas.
- Asistencia a competiciones promovidas o con patrocinio de la universidad.
- Grado de satisfacción con la oferta deportiva de la universidad y con la de la ciudad o comarca donde reside.
- Tipo de oferta que desearía.

8. Otras actividades relacionadas con la cultura

- Frecuencia con que visita o ha visitado museos, exposiciones artísticas o culturales, ha asistido a conferencias, ha visitado un Parque Nacional o Natural, un monumento histórico, ha hojeado o buscado libros en una librería, ha asistido a una feria de artesanía, ha visto o escuchado un programa cultural en TV o radio.

9. Ocio (actividades en días laborables y en fines de semana)

- Frecuencia: frecuentemente, sólo fines de semana, rara vez, nunca, ns/nc.
- Beber o ir de copas con los amigos.
- Ir a discotecas o a bailar.
- Salir o estar con los amigos.
- Hacer excursiones, viajar.
- Salir al campo o a la playa.
- Actividades religiosas (misa, celebraciones, procesiones).
- Actividades asociativas.
- Voluntariado (ONGs).
- Ir de compras.

10. Gasto en cultura

- Gasto mensual en cultura por género y grupos de edad.