

METODOLOGÍA DEL TRABAJO DE CAMPO

Antonio Javier González Rueda

Coordinador Académico del Proyecto Usos, Hábitos y Demandas Culturales de las Universidades Andaluzas

Sebastián Castro Jiménez

Empresa Insoga

El desarrollo y ejecución del trabajo de campo es uno de los pilares básicos de cualquier investigación de carácter sociológico, y más concretamente en nuestro caso que nos marcamos como objetivo principal el estudio de usos, hábitos y demandas culturales de los universitarios andaluces, teniendo como universo la población de estudiantes de las universidades andaluzas. Para tal fin se elaboró un cuestionario (anexo) acorde a las cuestiones que se precisaron investigar, así los principales temas tratados en el mismo son los siguientes: Perfil socio-demográfico, Hábitos de lectura, Televisión, radio e Internet, Cine, Música, Teatro, Otras actividades relacionadas con la cultura, Ocio (Actividades en días laborables y en fines de semana), Valores, etc...

Antes de comenzar el trabajo de campo en todas las universidades, se realizaron varias sesiones para adaptar el cuestionario que se tenía de partida (Usos, hábitos de demandas culturales de los jóvenes universitarios andaluces 2006) a la realidad social y de consumo cultural del momento. Una de las aportaciones de mayor relevancia fue la inclusión de los nuevos medios y soportes en el consumo de actividades culturales. Posteriormente se realizó un pre-test para corregir y validar el cuestionario, y adaptarlo a los objetivos marcados inicialmente, para ello se realizaron veinte encuestas en cada universidad, sin incidencias relevantes en la modificación del cuestionario.

Una vez diseñado el cuestionario definitivo comienza la planificación del trabajo de campo, que constó de la realización de una media de trescientas cincuenta encuestas en cada una de las universidades andaluzas no superándose en ninguna de ellas un error del +/- 5,2% para un nivel de confianza del 95%. A nivel general, regional, la muestra total está compuesta por tres mil ciento ochenta estudiantes que realizan sus estudios en alguna de las universidades de Andalucía, con un error de 1,7% para un nivel de confianza del 95%. Es preciso apuntar que no existe una proporcionalidad de la muestra total según el número de estudiantes de cada universidad, debido principalmente al interés por potenciar el análisis individual de cada universidad en cuanto al uso, hábitos y demandas culturales de sus universitarios/as, no restando con ello validez a los resultados a nivel global, ya que este análisis general contempla todas las sensibilidades de los universitarios/as andaluces, realizando la ponderación correspondiente a nivel general. La muestra de cada universidad y ponderación de la misma para el análisis a nivel regional ha sido la siguiente.

UNIVERSIDADES	Nº ENC/POND	REALIZADAS	INDICE PONDERACIÓN
Universidad de Huelva	146	360	0,41
Universidad de Sevilla	811	352	2,30
Universidad Pablo de Olavide	139	352	0,39