

# **PRÁCTICAS CULTURALES DE LOS ESTUDIANTES DE LAS UNIVERSIDADES PÚBLICAS ANDALUZAS**

## **INFORME EJECUTIVO**

### **RESULTADOS GENERALES**

La digitalización de los bienes culturales y su difusión a través de Internet ha acelerado entre la población de estudiantes universitarios andaluces, al igual que entre la población general, prácticas culturales muy diversas, estableciendo un proceso de mediatización en el cual lo digital se han convertido en el principal canal de consumo cultural. A su vez, estas prácticas culturales han evolucionado en nuevos espacios y formatos de consumo, alumbrando unas pautas relacionales que han roto algunos de los viejos paradigmas de consumo cultural entre los jóvenes. No obstante, a pesar de lo homogéneo de este comportamiento entre los estudiantes universitarios andaluces, se observan diferencias con respecto a la edad, el lugar de residencia, el área de estudio o el nivel socioeconómico, que pueden influir en algunas de las diferencias observadas, marcando la activación o desactivación de la llamada "brecha digital".

De igual modo, también se observan diferencias perceptibles con respecto al género del estudiantado, resultado de los diferentes roles sociales y de la construcción social del consumo cultural de los sujetos.

### **Uso de Internet**

El teléfono móvil es el principal instrumento de acceso a Internet para nueve de cada diez encuestados. Le sigue muy de cerca el ordenador, y el uso de ambos dispositivos no se ve influenciado por variables externas, ni siquiera por el nivel de ingresos familiar.

De este modo, la totalidad del estudiantado universitario andaluz utiliza el móvil a diario (99,2%), así como el ordenador (87,0%). Los usos más comunes en Internet son aquellos que permiten interactuar con otras personas. Por ello, chatear, utilizar las diferentes redes sociales, escuchar música a través de diferentes plataformas o el uso del correo electrónico son las actividades más demandadas a través de la red.

En cuanto al tiempo de conexión a Internet, las alumnas pasan 401,46 minutos de media conectadas, mientras que los alumnos lo hacen 368,83 minutos. Las mujeres pasan de media 30 minutos más que los hombres conectadas a la red. Por otro lado, el tiempo de conexión desciende a medida que aumenta la edad de los universitarios.

En lo que respecta a la temporalidad, parecen no existir diferencias significativas entre los días laborables y los fines de semana con respecto al consumo de Internet.

## **Medios y consumo televisivo**

Uno de cada tres estudiantes ve televisión a diario. El soporte más utilizado sigue siendo el televisor tradicional. Las mujeres parecen tener un mayor consumo televisivo, tanto en días laborables como en fines de semana, con un tiempo medio de 91,78 de lunes a viernes y 173,76 minutos los fines de semana, frente a 78,29 minutos de lunes a viernes y 160,54 minutos los fines de semana de los hombres

La cadena televisiva más vista es Antena 3, con un 60,6% de televidentes, seguida de Telecinco y Cuatro, con porcentajes muy similares, 35,8% y 34,3% respectivamente. Además, observamos una clara relación entre la autoubicación ideológica de los estudiantes y el canal televisivo elegido. Los alumnos con una

tendencia ideológica más hacia la izquierda prefieren La Sexta, mientras que los que parecen situarse más a la derecha ideológicamente prefieren Antena 3.

Los programas de televisión más vistos por los universitarios andaluces son los informativos, las películas y las series.

El 83,1% de los encuestados afirma tener acceso a servicios de televisión de pago bajo demanda, no influyendo de manera significativa en este caso la variable "Nivel de ingresos familiar". La plataforma Netflix es la preferida entre los universitarios andaluces (87,7%), seguida de Amazon Prime (58,1%). Las series y las películas son los contenidos favoritos vistos a través de este tipo de plataformas.

## Cine

Independientemente del medio elegido para visionar películas de cine, el 3% de los universitarios andaluces afirma hacerlo a diario, mientras que uno de cada cuatro lo hace algunos días a la semana. No parece haber ninguna relación con las variables analizadas en la frecuencia de visionado de cine, si bien los estudiantes de "Artes y Humanidades" lo hacen con más frecuencia que aquellos pertenecientes a otras áreas de conocimiento (afirman hacerlo a diario el 6,3% de los alumnos de esta área frente al 2% de los alumnos de Ciencias de la salud o de Enseñanzas Técnicas). Las plataformas de pago son la forma elegida por casi el 70% de los encuestados para ver películas, desplazando claramente a las salas de cine tradicionales a la segunda posición (54,5%).

Los géneros cinematográficos preferidos por los jóvenes son la comedia, el suspense, la acción, la ciencia ficción, el drama y las aventuras.

## Música

La radio es escuchada a diario por un 14,1% de los encuestados, y el 60,1% de ellos afirma hacerlo en el coche. Sin embargo, cuando hablamos de escucha de música como tal, son más del 80% de los universitarios los que exponen hacerlo a diario, siendo el soporte prioritario el teléfono móvil (69,7%). Los estilos de música más escuchados son el pop-rock, tanto nacional como internacional (53,5% y 53,3% respectivamente) y el rap/trap o hip-hop (39,1%).

En lo referente a asistencia a conciertos, menos del 3% de los encuestados afirma hacerlo con cierta frecuencia, es decir, una o más veces al mes.

## Lectura de prensa

La lectura de prensa en papel es cada vez menos frecuente, sobre todo entre los más jóvenes, que optan por hacerlo en formato digital (90,3% en formato digital frente a 9,7% en papel). Un 18,6% de los universitarios andaluces afirma leer prensa a diario y más del 30% dice no hacerlo nunca o casi nunca. Observamos en este sentido que el porcentaje de hombres que lee prensa a diario es más del doble que el de mujeres, 26,2% frente a 12,5%.

## Compra y lectura de libros no profesionales

El 17,4% de los estudiantes de las universidades públicas andaluzas afirma leer a diario libros no profesionales, mientras que más del 20% reconoce no leer nunca o casi nunca libros por placer. Al contrario de lo que ocurre con la prensa, el porcentaje de mujeres que leen a diario libros no profesionales es superior al de los hombres. Además, ellas dedican de media más minutos semanales a esta labor. Por área de conocimiento, el porcentaje más alto de los que leen a diario es el de los estudiantes de "Artes y Humanidades" (27,5%).

Entre los géneros literarios preferidos destacan los best-sellers. Además, en lo referente a la adquisición de libros por parte de los universitarios, el formato digital ha desplazado al tradicional en papel y mientras que la media de libros comprados en tiendas físicas se sitúa en 4,05, la de los libros descargados de Internet está en 6,20. Los alumnos de "Artes y Humanidades" vuelven a obtener la media más alta tanto en la compra física de libros como en la compra por Internet, así como en la descarga on-line.

En contraposición con los datos referidos a la adquisición de libros, el formato preferido para la lectura sigue siendo el tradicional en papel, marcado por un 60,8% de los encuestados.

## **Artes escénicas**

Tan solo un 3% de los encuestados afirma asistir con frecuencia a un espectáculo relacionado con las artes escénicas. Los géneros preferidos en artes escénicas son los "Clásicos", 42,6% de los universitarios, seguido de las "Obras actuales", 36,7%.

La actividad escénica preferida por los universitarios andaluces es el teatro musical (37,3% de los encuestados). Sin embargo, existen algunas diferencias significativas en cuanto al género en actividades como la danza, donde el porcentaje de mujeres es muy superior al de hombres (17,6% frente a 3,7%), o actividades relacionadas con hacer música, donde ocurre justo lo contrario (30,7% de hombres frente a 17,5% de mujeres).

En cuanto a las actividades culturales realizadas de manera individual o en grupo, más de la mitad de los encuestados se decanta por la fotografía (50,5%) mientras que la que despierta menos interés es la escultura (1,9%).

La actividad o manifestación cultural por la que en general los universitarios andaluces muestran más interés es la música, que obtiene la mayor media, 4,54 sobre 5. Escuchar la radio es la actividad peor valorada, 2,33.

En lo referente al gasto realizado en cultura por nuestros jóvenes estudiantes, la media es de 35 euros al mes, siendo los estudiantes de "Artes y Humanidades" los que mayor gasto realizan (un 60% de ellos gasta de 20 a 50 euros, y un 28,8% hace un desembolso de más de 50 euros mensuales en productos de consumo cultural). Por el contrario, los que menos gasto presentan son los estudiantes de Enseñanzas Técnicas, el 40,8% de ellos gasta menos de 20 euros al mes en cultura.

En último lugar, en cuanto al uso que hace el estudiantado de los diferentes servicios o actividades culturales que ofrecen las Universidades públicas andaluzas, las actividades musicales parecen ser las que más interés despiertan. En cualquier caso, solo el 6,1% de los encuestados afirma haber asistido de manera habitual a este tipo de eventos musicales, tales como talleres, conciertos, etc. Las actividades que menos seguidores tienen son las vinculadas al teatro, así como a los premios y concursos culturales.