



Usos, hábitos y demandas culturales
de la población de Córdoba

Usos, hábitos y demandas culturales de la población de Córdoba

Ángel Cazorla Martín. Área de Ciencias Políticas y Sociología, Universidad de Granada

INTRODUCCIÓN: CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS DE LA POBLACIÓN DE CÓRDOBA CAPITAL

El presente capítulo muestra los usos y demandas culturales de la población en Córdoba capital a raíz de una encuesta representativa para el total de la población. El primer elemento a describir hace referencia a las principales características sociodemográficas de la población estudiada. De este modo, se trata de una población con una distribución proporcional en base a las variables de sexo y edad y donde algo más de la mitad de los encuestados manifiestan estar casados, frente al 32% que declaran encontrarse solteros; un porcentaje mayor que los casados (60%) conviven en pareja, ya sea con hijos o sin hijos (la media de hijos entre el total de población es de 1,76), mientras que una cuarta parte convive con sus padres.

Por otra parte, el 41% se encuentra trabajando (con una media de trabajo semanal de 37 horas), mientras que el 15% se encuentra en situación de paro. La población estudiante asciende al 16% mientras que los jubilados o pensionistas suponen el 20% del total. En lo que respecta al nivel de estudios el 30% dispone de estudios primarios o inferiores, el 40% de secundarios y el 30% de estudios universitarios.

Por último, existe un relativo nivel de asociacionismo y es así que el 46% declara pertenecer o formar parte de algún tipo de asociación. En este sentido los hombres forman más parte que las mujeres y los mayores más que los jóvenes, de igual modo aquellos que poseen un nivel de estudios superior se asocian el doble de los que tienen estudios primarios o no tienen estudios. En lo referente al tipo de asociación las más recurrentes son asociaciones culturales o de ocio, de apoyo social, de vecinos o sindical y las menos, partidos políticos, asociaciones ecologistas, movimientos alternativos o feministas.

1. LECTURA, USO DE RADIO Y TELEVISIÓN

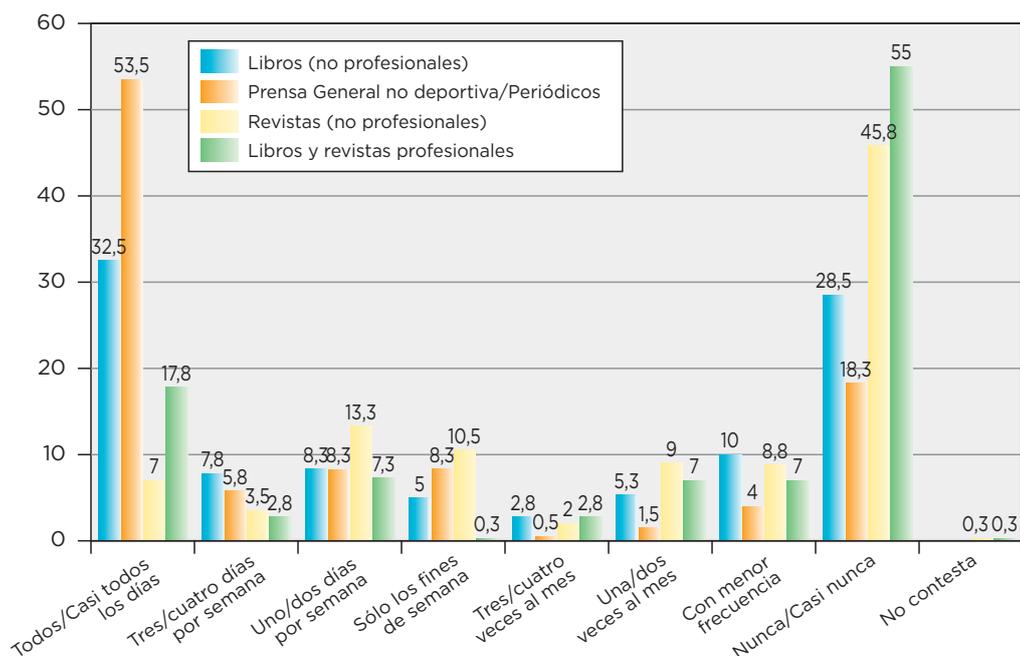
1.1. HÁBITOS DE LECTURA

En este apartado estudiaremos cuáles son los hábitos de lectura, así como el uso de radio y televisión por parte de los ciudadanos de Córdoba capital. El dato más significativo en lo referente a los hábitos de lectura es que el soporte más usual es el de prensa: la mitad de los cordobeses afirma que la leen todos los días, existiendo además una enorme fractura respecto a la frecuencia de éstos, en el sentido de que son muchos los que son habituales lectores de prensa diaria y son pocos los que leen con menor frecuencia. Existe un moderado hábito de lectura en lo referente a libros no profesionales, el 32% lee diariamente mientras que un porcentaje cercano al 20% lo hace, al menos, algún día a la semana. Por el contrario, un porcentaje cercano al 30% lee nunca o casi nunca. Le sigue en frecuencia la lectura de libros y revistas profesionales en un porcentaje cercano al 18% y muy matizado por la propia configuración de la muestra a la que hace referencia esta variable, ya que si analizamos estos valores en función del nivel de estudios del entrevistado observamos que entre los ciudadanos con nivel de estudios universitarios el porcentaje se duplica igualando la media en lectura de libros no profesionales. Por último, el menor grado de asiduidad lo encontramos en las revistas no profesionales donde la mitad de la población afirma leerlas nunca o casi nunca y primando un marcado carácter ocasional, esto es, algún día por semana o en el fin de semana.

En lo que respecta a la media de lectura por habitante encontramos que es de aproximadamente una hora diaria. En este sentido, existen ligeras diferencias entre la media semanal y la media de lectura en el fin de semana, en concreto encontramos un aumento de diez minutos en los periodos de descanso. Aparte de este primer elemento, aparece como rasgo distintivo la diferencia en función del nivel de estudios del encuestado, rasgo que marcará un buen número de variables en nuestro estudio y que establece importantes diferencias en lo relativo al uso y demanda cultural entre población con niveles universitarios (los que mayor uso hacen) y poblaciones con estudios medios o sin ellos. En lo que respecta al sexo, las mujeres leen una media semanal de veinte minutos menos que el hombre, sin duda las todavía claras diferencias en la distribución de las tareas del hogar, así como el doble papel en muchas de ellas (trabajadoras fuera y dentro de la casa) conlleva una menor disposición de tiempo libre para dedicar a actividades de ocio como la lectura. No encontramos diferencias significativas por variables como la edad o la situación laboral.

Por último, y en referencia al número medio de libros anual, señalar que el número medio de libros no profesionales leídos en el último año es de seis, con las mismas características diferenciadoras en cuestión del sexo (los hombres afirman

GRÁFICO 1. Hábitos de lectura



haber leído un libro más) y grupo de edad de los entrevistados, ya que los colectivos que menos libros han leído en este periodo han sido jóvenes de 18 a 29 años (4,78) y mayores de 65 años (4,44); la media en los demás grupos supera los siete libros/año.

En relación con los hábitos de lectura ya hemos señalado que la prensa es el medio más utilizado, en concreto los periódicos más leídos por la población cordobesa son, por este orden: Diarios locales (46%), El País (13,6%), ABC (12,8%) y El Mundo (11,5%). Con un porcentaje del 10% les sigue la Prensa gratuita, siendo los medios de prensa menos leídos La Razón (1,4), Público (0,9) y La Vanguardia (0,3). Encontramos una clara diferenciación en función del sexo, de modo que las mujeres tienden a leer más prensa local que nacional, existiendo diferencias en los porcentajes de los tres periódicos más leídos de más de diez puntos a favor de los hombres, del mismo modo encontramos importantes diferencias de lectura en función de la autoubicación ideológica de los entrevistados. De este modo, y siguiendo una escala de ubicación ideológica en la que el 0 representaría la extrema izquierda y el 10 la extrema derecha nos encontraríamos que el diario Público es leído por aquellos que se sitúan en el 3,2; El País 3,95; la prensa gratuita 4,20; Diario local 4,48; El Mundo 4,89; ABC 5,48 y La Razón 6,13.

Revistas de corazón y suplementos literarios de los dominicales son las revistas más leídas por los ciudadanos de Córdoba, ambas reciben porcentajes cercanos al 30%. Salud, belleza y decoración será la temática que está más presente en los gustos de los encuestados, con porcentajes cercanos al 10% y encontrándose bajo este porcentaje una amplia gama de temáticas como juventud, motor, música, cine, literatura etc. Un elemento diferenciador en lo que respecta a los gustos y el consumo de revistas es el sexo del entrevistado decantándose los hombres, de manera más que evidente, por revistas de automóvil, informática o naturaleza. Por el contrario las mujeres prefieren la temática del corazón, salud y belleza o decoración, cabe destacar como para un porcentaje de las mujeres cercano al 60% las revistas de corazón son su temática preferida.

Por último, en lo referente al tipo de libros no profesionales leídos por nuestra población objeto de estudio podemos observar que sus preferencias literarias se hayan bastante igualadas respecto a género la literatura española moderna y los best-seller que son las dos categorías preferidas por un porcentaje del 26%. Le siguen con porcentajes cercanos al 19% biografías, literatura clásica, novela policiaca y literatura extranjera actual. Por último, con porcentajes inferiores al 10% se decantan por géneros como el ensayo, la poesía o el arte. Hombre y mujeres presentan gustos ligeramente diferenciados siendo la literatura moderna española o extranjera el género que más agrada a las mujeres respecto a los hombres, estos últimos afirman preferir temáticas relacionadas con la ciencia y la tecnología, el ensayo, la literatura clásica o la biografía.

Un elemento de primer orden a la hora de conocer los hábitos de lectura de los cordobeses puede ser la frecuencia con la cual asisten a alguna biblioteca. El uso que se hace de este servicio es muy limitado ya que tres cuartas partes de los habitantes de esta ciudad afirman que asisten nunca o casi nunca. Un porcentaje cercano al diez por ciento afirma asistir

al menos una vez al mes, mientras que el porcentaje de visitantes asiduos se sitúa en un 13,6%, son aquellos que afirman asistir dos o más días por semana. Los hombres muestran un ligero aumento en la frecuencia de asistencia con respecto a las mujeres mientras que esta diferencia es mucho más clara en el caso de los más jóvenes con respecto a los grupos de mayor edad. Podríamos entender que a medida que aumenta la edad del entrevistado menor es su frecuencia de asistencia a la biblioteca. De entre todos aquellos que afirman asistir a la biblioteca encontramos que el 50% asiste a bibliotecas universitarias (correlaciona mayoritariamente con un perfil de joven estudiante universitario) el resto de los usuarios se reparten entre un 59% que asiste a bibliotecas municipales y un 10% que asiste a otro tipo de bibliotecas. Por lo que se refiere al uso que la población encuestada hace de las mismas destaca el 66% que la utiliza para el préstamo de libros, un 54% las utiliza como sala de estudios, porcentajes cercanos al 22% las usa como préstamo de CDs, DVDs o acceso a Internet mientras que el menor uso es el destinado al de sala de lectura.

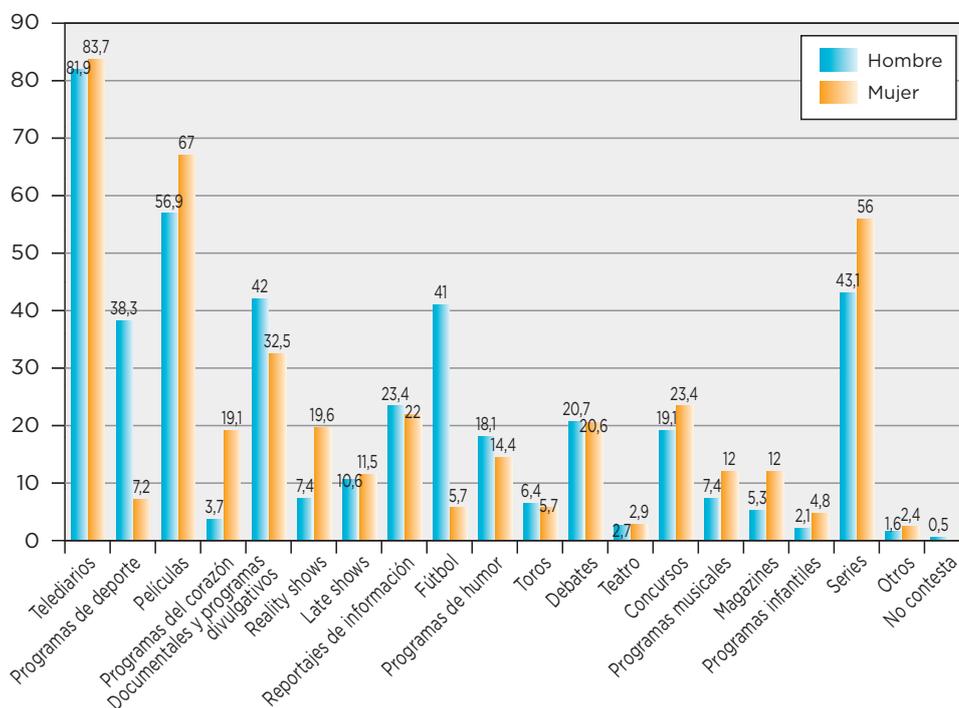
Por lo que se refiere a las carencias de las bibliotecas en la ciudad de Córdoba cabe destacar que para un porcentaje del 45% no existe ningún tipo de carencia o deficiencia importante, por el contrario como principales elementos a mejorar señalan la falta de espacio (18,3%), la falta de referencias (15,6%), horarios inadecuados (12,8) y servicio de préstamo deficiente (9,2). Con porcentajes inferiores al 10% aparecen problemas de lejanía o accesibilidad, iluminación o escasez de referencias en otros formatos, sobre todo audiovisuales.

1.2. HÁBITOS DE CONSUMO TELEVISIVO

Si hasta el momento los usos son limitados en lo referido a hábitos de lectura, es más extensivo el uso que se hace de la televisión. A este respecto el consumo medio diario es de 2:10 horas, incrementándose la media ligeramente en el fin de semana a 2:40 horas, representando media hora más de consumo con respecto a los días laborables. Existen diferencias por sexo, siendo las mujeres aquellas que hacen una mayor consumo televisivo; del mismo modo, las personas mayores de 65 años son aquellas que mayor media de consumo realizan incrementándola en más de una hora. Por otra parte, se observa un menor consumo relacionado con el nivel de estudios y con la situación laboral de modo que los que menor consumo presentan serían aquellos que se encuentran trabajando y poseen mayor nivel de estudios.

En lo relativo a los programas que la población cordobesa ve con mayor frecuencia sobresalen los telediarios que son los que obtienen un mayor porcentaje de seguimiento, 82%, seguidos de Películas 61,8%, Series 49,5% y documentales y programas de divulgación 36,8%. Los que menos interés despiertan entre los entrevistados son los toros, programas infantiles o teatro. De nuevo podemos observar importantes diferencias en el seguimiento en función de alguna variable ya que los gustos aparecen claramente diferenciados en hombres y mujeres. En los varones existe una mayor concentración de

GRÁFICO 2. Tipos de programas de TV vistos con mayor frecuencia



la visión en programas deportivos, especialmente fútbol, mientras que en el caso de las mujeres aparecen claras diferencias en el seguimiento de reality-shows, magazines y programas del corazón. De igual modo por grupos de edad observamos que programas como los toros son seguidos por una población fundamentalmente mayor de 65 años mientras que otros como las teleseries son seguidas en mayor medida por jóvenes o ciudadanos de edades intermedias.

La franja horaria que presenta mayor seguimiento es la nocturna, ocho de cada diez entrevistados así lo afirman, seguida por la franja de tarde, seis de cada diez, siendo la franja matinal la que menor frecuencia de seguimiento obtiene, un escaso 6,5 % de los entrevistados afirma seguir este horario de emisiones (población desempleada y de los grupos de edad más avanzados).

Cuatro de cada diez personas afirman disponer de algún tipo de canal privado, no existiendo grandes diferencias entre los distintos perfiles poblacionales. Si bien la presencia de canales privados no es extensiva a la mayoría de la población el panorama es totalmente distinto en lo que respecta a la extensión de la televisión digital terrestre, TDT, que muestra un alto nivel de implantación en la ciudad de Córdoba, a este respecto siete de cada diez ciudadanos afirman disponer de esta tecnología de emisión.

1.3. RADIO

Los hábitos de seguimiento de emisiones radiofónicas se encuentran bastante asentados en la población objeto de estudio, de este modo el 69,5% de los encuestados afirma oír la radio diariamente. Por el contrario, aquellos que la oyen nunca o casi nunca representan un porcentaje del 19%. Podemos observar que la variable más determinante en lo que respecta a la frecuencia de seguimiento es la variable edad, de este modo, a mayor juventud más frecuencia en el seguimiento de este medio. Para nueve de cada diez jóvenes el seguimiento es diario mientras que son tan sólo cuatro de cada diez personas mayores las que manifiestan oír la radio a diario; de igual modo el nivel de estudios es otro factor determinante en la frecuencia ya que los que menor nivel de estudios poseen (sin estudios o primarios), son aquellos que menor frecuencia presentan. En lo concerniente a las preferencias radiofónicas, los programas musicales (55,6%) y los informativos (48,8%) son los preferidos por los cordobeses. Sin embargo, magazines (24,7%), debates (23,5%) y deportivos (16%) son los menos seguidos, no encontrándose diferencias significativas a nivel global salvo la enorme supremacía en el seguimiento de programas deportivos por parte de los varones y programas musicales entre los más jóvenes. Estos datos denotan una finalidad en la utilización de este medio eminentemente de entretenimiento quedando en segundo lugar la capacidad informativa o formativa.

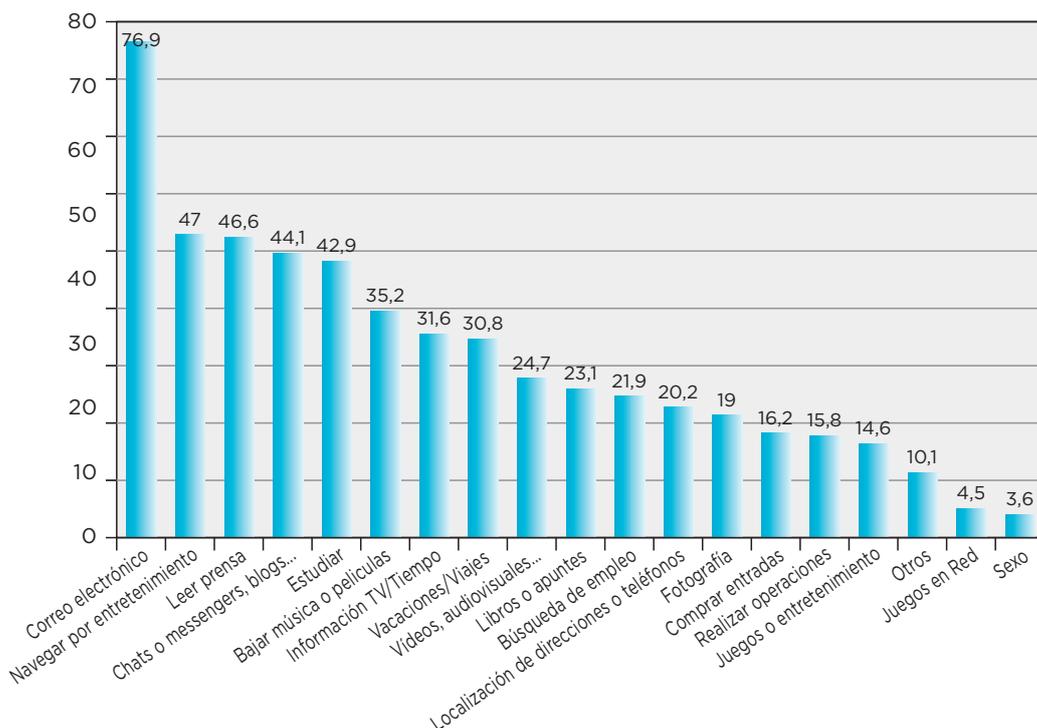
2. USO DE ORDENADOR Y NUEVAS TECNOLOGÍAS

La extensión de las nuevas tecnologías tales como ordenador, Internet o telefonía móvil se encuentran bastante extendidas en la población de Córdoba, especialmente el ordenador (manifiestan poseerlo un 78,5% de los encuestados) y el móvil (usado por prácticamente el total de la población, 91,3%). El 21% de la población que afirma no disponer de ordenador comparte ciertas características comunes, principalmente son personas mayores o de bajo nivel formativo o ingresos. Sin embargo, estas características no se dan en la telefonía móvil donde nos encontramos con una tecnología bastante extendida, incluso entre los más mayores.

En lo que respecta al tipo de uso que se hace de los ordenadores debemos señalar que se trata, en el 56,1% de los casos de equipos compartidos por miembros familiares mientras que su uso es personal en el 43,3% de las personas entrevistadas. En lo que respecta a la conexión a Internet siete de cada diez equipos en Córdoba se encuentran conectados a la red, siendo la calidad de esta conexión bastante buena ya que 81,4% disponen de banda ancha, la que proporciona mayor velocidad de navegación. En referencia a la frecuencia de uso de Internet un 61,8% manifiesta conectarse normalmente, siendo más los hombres que las mujeres y más los jóvenes respecto a las personas mayores. Esta afirmación se corrobora al preguntar si en el día de ayer estuvieron conectados, señalándolo afirmativamente un 76,9% de aquellos que poseen internet y conexión. Esta conexión se realiza de manera mayoritaria desde el hogar (90,7%), seguido del lugar de trabajo (30%) y a bastante distancia por centros de estudios, bibliotecas, casas de amigos o ciber-cafés.

Son múltiples las finalidades para las que se suele usar habitualmente internet destacando, por orden de importancia, el uso del correo electrónico (76,9%), navegar por entretenimiento (47%), leer prensa (46,6%), uso de chats, messenger o blogs (44,1%), y a estudios. Menor frecuencia presentan otros usos más directamente relacionados con el ocio y el entretenimiento tales como fotografía, audiovisuales, juegos o vacaciones. En definitiva podemos reseñar que prepondera un uso muy ligado a la comunicación interpersonal o grupal con una moderada utilización como medio de información, de estudio o de ocio en estado puro. Los usos de internet presentan una cierta homogeneidad respecto a variables como sexo, edad o nivel de estudios con pequeñas particularidades (uso muy concentrado de chats, Messenger o blogs entre jóvenes) o mayor uso formativo e informativo entre aquellas personas de mayor nivel de estudios poseen.

GRÁFICO 3. Usos de internet



Como vimos con anterioridad la práctica totalidad de la población dispone de teléfono móvil (91,3%) existiendo principalmente diferencias en función de la edad. Es así que, en el caso de personas mayores de 65 años, el porcentaje de uso de móvil decae significativamente (69,3%). El uso mayoritario del teléfono móvil es el relacionado con recibir o efectuar llamadas (99,7%) seguido del envío de mensajes (60%); menor uso es el relativo a realización de fotos (25,8%), escuchar música (9%) o conectarse a Internet (2,5%).

El gasto medio mensual en telefonía móvil es de 27 euros, existiendo una amplia dispersión en los desembolsos mensuales en función de algunas variables: Los hombres gastan una media mensual de ocho euros más que las mujeres, los jóvenes y edades medias casi diez euros más que los más mayores mientras que se observa una importante relación entre el nivel de estudios y gasto, a mayor nivel de estudios mayor gasto en íntima relación con el estatus y tipo de ocupación

3. HÁBITOS DE CONSUMO EN CINE, MÚSICA Y TEATRO

3.1. CINE

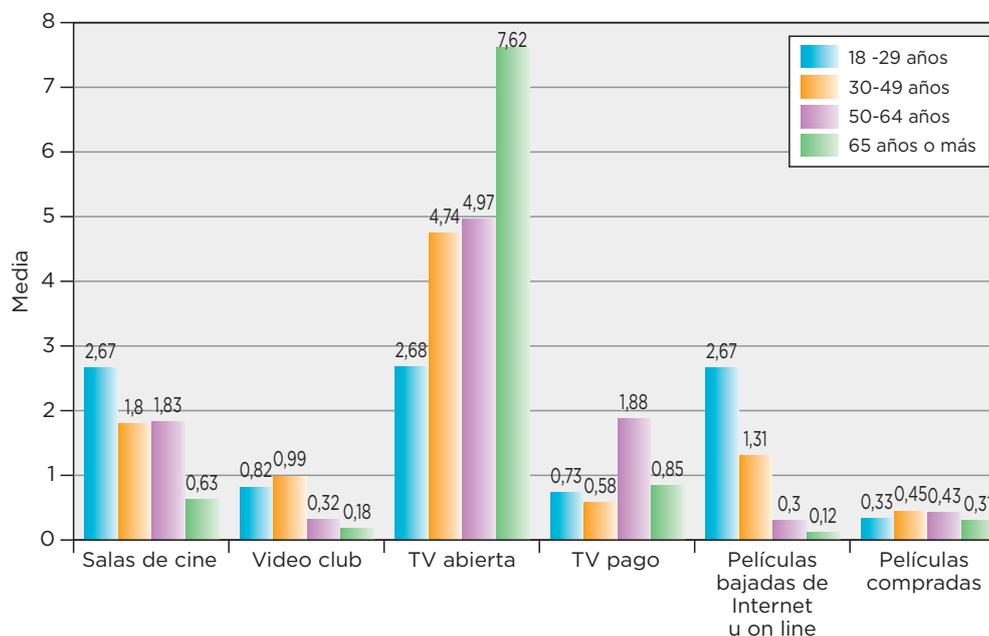
En lo referente a los hábitos cinematográficos el comportamiento más significativo es que un 36% afirma no ir nunca al cine, para el 33% de la población lo usual es ir al menos una vez al mes, mientras que para el 30,5% lo es ir al menos una vez al año. Tan sólo el 16,5% afirma que suele ir al menos dos o tres veces al mes.

En esta variable son importantes las diferencias que se dan respecto a la asistencia a sesiones cinematográficas, fundamentalmente en relación con la edad del entrevistado ya que la asistencia es bastante más frecuente en los jóvenes que en los mayores, de hecho se produce una relación lineal entre aumento de la edad y descenso en la asistencia al cine para llegar a una diferencia porcentual entre el 7% de los más jóvenes que afirman no asistir nunca al cine y el 70,7% de los mayores de 65 años que se posicionan en este sentido.

Al indagar por sus gustos cinematográficos nos encontramos que el tipo de cine preferido es mayoritariamente el americano (83,1%), seguido del cine español (45,3%), cine europeo (31,5%) y cine de otras nacionalidades (15,7%). La variable que influye de manera más directa en estas preferencias es el nivel de estudios que, si bien sigue manteniendo las prioridades expuestas con antelación, presenta mayores niveles de seguimiento de cine español, europeo o de otras nacionalidades.

El nivel de satisfacción con la oferta de cartelera existente en la ciudad de Córdoba es alto ya que el 83% encuentra habitualmente las películas que quiere visionar. Para el 11,8 tan sólo de vez en cuando encuentra la oferta que ellos demandan y un escaso 4,7% afirma que nunca o casi nunca.

GRÁFICO 4. De cada diez películas, ¿cuántas ve en...?



La extensión de numerosos canales de distribución, tanto televisiva como en otros formatos, (televisión a la carta, DVD o Internet) han diversificado enormemente la posibilidad de ver cine sin asistir físicamente a una sala; desde esta óptica nos interesa conocer cuál es el medio más común para ver cine en nuestros entrevistados. Para ello le hemos pedido que distribuyan de cada diez películas que ven cuántas hacen en cada formato de emisión. El mayor número de películas se ve en Tv abierta con una proporción cercana a cinco de cada diez (4,78 de media sobre diez), le siguen las salas de cine (1,81) y películas bajadas de internet (1,24). Los medios menos usuales son la TV de pago, el videoclub y la compra de películas. La principal diferencia respecto a la población estudiada se encuentra en la variable edad, de modo que los más jóvenes presentan mayor media de visionado en cine y bajadas a través de Internet mientras que en las poblaciones más mayores se produce una importante concentración en la media de visionado a través de Tv abierta.

3.2. MÚSICA

Por lo que se refiere a los hábitos musicales de la población de la capital cordobesa la mayoría de ellos oye música a diario (66,3%) subiendo el porcentaje sensiblemente (77,8%) si incluimos los que lo oyen al menos varios días a la semana. Los demás porcentajes se dividen entre aquellos que lo hacen con una menor frecuencia o sólo los fines de semana, mientras que un pequeño porcentaje de la población (10%) afirma no oír música nunca.

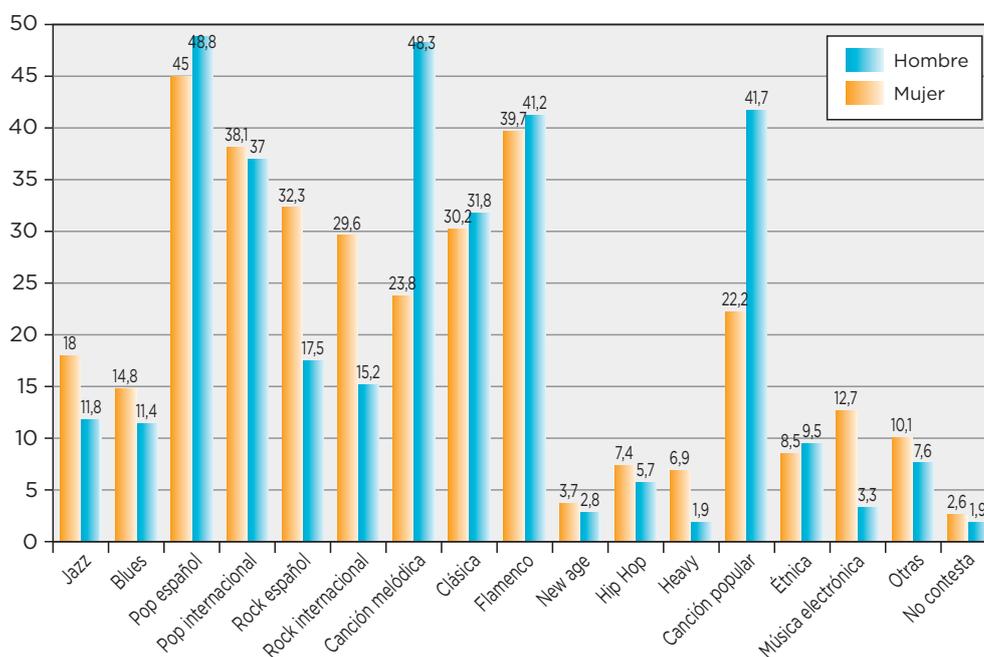
Desglosando los resultados por sexo, edad y nivel de estudios encontramos que las diferencias más significativas aparecen en la misma variable y sentido que en otros análisis ya comentados; la edad es un importante factor a la hora de explicar las diferencias de usos y hábitos de consumo cultural, de modo que a mayor edad una menor probabilidad de uso. En el caso de los hábitos musicales de nuevo asistimos a importantes diferencias entre los más jóvenes (90% escuchan música a diario) y mayores (41%).

El dispositivo utilizado con mayor regularidad para oír música es el aparato de radio o Tv (53,2%), seguido de reproductores de MP3/4 (13,9%) y equipo de música (13%). Menos frecuente es utilizar reproductores portátiles de DVD o CD, ordenador o móvil. De nuevo las diferencias respecto al acceso e implantación de tecnologías vienen determinadas de manera muy importante por la edad del sujeto de modo que es mucho más habitual la extensión de nuevos dispositivos y soportes entre los más jóvenes. En este sentido, el 45% de los encuestados afirman disponer de dispositivo reproductor MP3/4 uso, de nuevo, ligado a los perfiles de ciudadanos más jóvenes.

El lugar preferido para oír música es alguna habitación de la casa diferente de su habitación, así lo manifiesta el 65% de los encuestados, le sigue el coche ya que es habitual para muchos de ellos oír música en sus desplazamientos (45,7%), en su habitación (22,4%) y en el lugar de trabajo (13,9%). Los sitios generalmente menos preferidos son aquellos más relacionados con perfiles de poblaciones jóvenes o de edades medias, estos son los que asisten más a bares de copas, discotecas o conciertos y los que menos música oyen en casa.

Los gustos musicales mayoritarios para la población de Córdoba capital se encuentran, por este orden, entre los siguientes estilos: Pop español (47%), flamenco (40,5%), Pop internacional (37,5%) y canción melódica (36,8%). En un nivel intermedio entre las preferencias nos encontramos con la canción popular (32,5%), música clásica (31%), rock español (24,5%) y rock internacional (22%). Por último encontramos estilos mucho más minoritarios como el Jazz, Blues, Étnica, Electrónica, Hip hop o New Age. Las predilecciones estilísticas están muy relacionadas con variables como el sexo, la edad y el nivel de estudios encontrándose perfiles claramente diferenciados con cada una de estas variables. De este modo, existe cierta predilección por la canción melódica y canción popular entre las mujeres y las personas de mayor edad, una predilección por el rock en los hombres jóvenes respecto a las mujeres. Se prefiere el Pop entre los jóvenes y la clásica en los mayores o la clásica entre los que mayor nivel de estudios poseen y el Flamenco entre los que menor nivel de estudios tienen.

GRÁFICO 5. Tipo de música favorito



En lo referente a asistencia a conciertos encontramos un escaso nivel de presencia en acontecimientos musicales de este tipo. En concreto, como media, algo más de tres de cada cuatro personas afirman que no van nunca o casi nunca a ningún tipo de concierto, siendo los conciertos de Música étnica, Jazz, Zarzuela, Ópera o Ballet y Danza los que menor nivel de asistencia presentan. Esto puede ser fruto de la necesidad de determinados espacios escénicos que imposibilitan que espectáculos como los de Ópera, Zarzuela o Danza dispongan de una amplia oferta de espectáculos que, sin duda, puede repercutir en menores medias de asistencia. Por el contrario, lo que presentan mayor concurrencia serían los de Pop/Rock (14,% de asistencia anual) y Flamenco (13,5%).

3.3. TEATRO

Existe un moderado interés por el teatro, ya que la media de interés por este espectáculo se sitúa, en una escala de 1 a 5, en un 3,19. De nuevo las mayores diferencias respecto a esta media las encontramos en las personas que mayor nivel de estudios poseen (3,71). Existe ligeras diferencias entre algunas otras variables de modo que las mujeres muestran más interés que los hombres o las personas de mediana edad que los jóvenes y los más mayores.

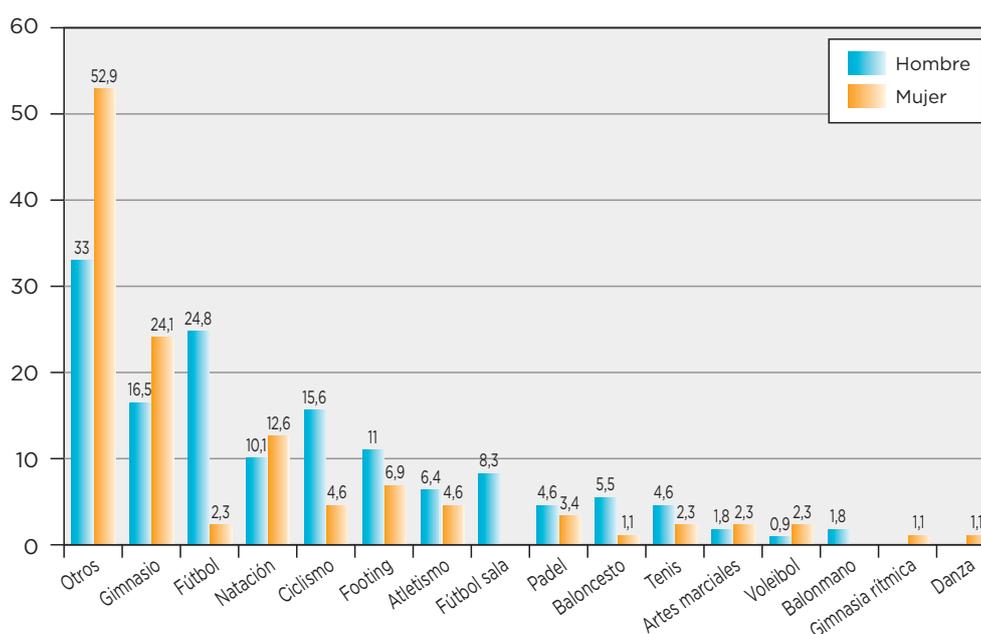
4. DEPORTE, OCIO Y TIEMPO LIBRE

4.1. HÁBITOS DEPORTIVOS

A continuación describiremos los hábitos deportivos de los ciudadanos de Córdoba capital, así como el empleo del tiempo de ocio que realizan. La mitad de la población estudiada practica algún deporte (49%) existiendo importantes diferencias respecto a la extensión de la práctica deportiva en el total de la población. Los que más deporte practican son los jóvenes, en concreto los jóvenes de 18 a 29 años varones, en este colectivo la práctica deportiva alcanza el 84%. Por el contrario, los varones mayores de 65 años son las que menor incidencia tienen de práctica deportiva (24%).

Estos porcentajes de práctica deportiva se complementan con un alto nivel de asiduidad, en concreto la mitad de los que practican deporte lo hacen a diario y el 92,9% lo hace alguna vez a la semana. El escaso porcentaje restante realiza deporte con una menor frecuencia.

GRÁFICO 6. Principales tipos de deporte practicados



Entre los deportes más practicados se encuentran el gimnasio (19,9%), fútbol (14,8%), natación (11,2%), ciclismo (10,7%) y footing (9,2). Por sexo encontramos relativas diferencias respecto a uso del gimnasio y otros deportes, mayor uso por parte de las mujeres, en cambio la práctica del fútbol es casi exclusiva de los varones. Por grupos de edad encontramos que el footing es extensible a las edades medias, el fútbol y el gimnasio a los más jóvenes y otros deportes (andar, petanca o bailar no contemplados en las categorías de respuesta) entre los mayores.

Una cuarta parte de la población estudiada afirma que asiste asiduamente como espectador a alguna competición deportiva y esta corta asiduidad se reparte diferencialmente entre distintos perfiles siendo los jóvenes aquellos que muestran un mayor nivel de asistencia a espectáculos deportivos. En este sentido el fútbol es la competición a la que asisten mayoritariamente (70,1%), consecuentemente con su posición en el ranking de deportes practicados y el interés por él en jóvenes varones que, de nuevo, son los que en mayor medida asisten al fútbol. Le siguen, a distancia, las competiciones de baloncesto (17,8%), natación (8,4%) y fútbol sala (7,5%). Las demás competiciones deportivas reciben porcentajes bastante más residuales.

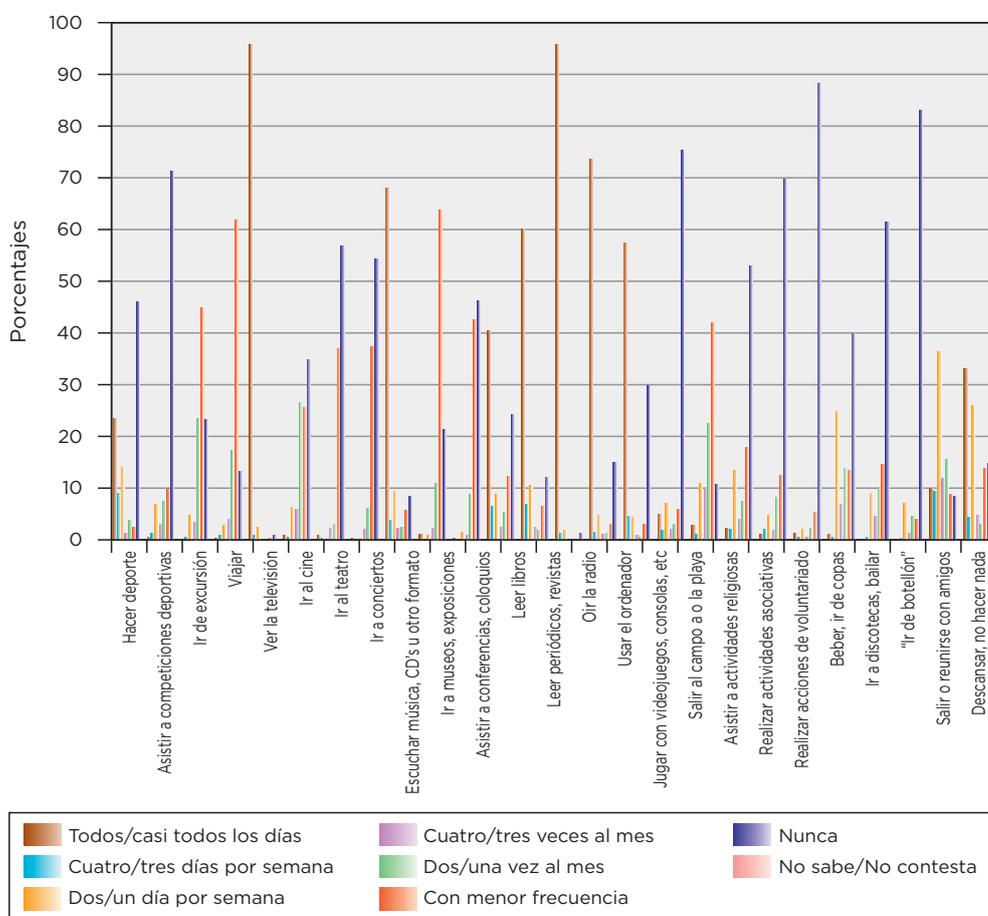
4.2. OCIO Y TIEMPO LIBRE

Por otro lado, el tiempo de ocio que se dispone es limitado. La media de horas semanales dedicadas a ocio se sitúa en 19,96, menos de tres horas diarias. A este respecto los hombres disponen de algo más de tiempo de ocio, al igual que las personas mayores y aquellos ciudadanos con menor cualificación. Evidentemente el principal elemento dife-

enciador será la ocupación, de modo que aquellos que manifiestan estar trabajando ven reducido notablemente su tiempo de ocio.

Si estudiamos a qué actividades se les dedica más tiempo de ese limitado espacio de ocio encontramos distintos niveles de asiduidad; por un lado actividades que se realizan con bastante frecuencia (entendemos todos o casi todos los días y varias veces por semana) y en este grupo situaríamos como la principal actividad de ocio el ver televisión (95,8%), le siguen escuchar música (68%), oír la radio (73,5%), leer periódicos o revistas (60%) o usar el ordenador (57,3%). Con un nivel de frecuencia intermedio (al menos algún día por semana) nos encontramos principalmente con actividades como salir de copas o quedar con los amigos. Con carácter mucho más esporádico (alguna vez al mes) actividades de ocio como ir de excursión, visitar la playa o ir al cine, mientras que las actividades que se realizan con menor frecuencia serían viajar, ir a museos o exposiciones o asistir a coloquios. Por último las que no se realizan nunca o casi nunca serían, principalmente, acciones de voluntariado o asociativas, participar en el botellón, asistir a un espectáculo deportivo o ir al teatro o a un concierto. Como ya se ha comentado con antelación es muy importante señalar que hablamos de hábitos de ocio para toda la población, estos varían sustancialmente en base a criterios como la edad, el nivel de estudios o el sexo manteniendo las principales relaciones expuestas en otras variables expuestas con anterioridad. Por último señalar la especificidad de algunas actividades que poseen un marcado carácter de temporalidad como es el caso de salir de copas o el botellón (normalmente se concentra en el fin de semana), al igual que la asistencia a competiciones deportivas o viajar (se suelen utilizar periodos vacacionales). Para terminar con este apartado es importante reseñar que para un 33% de los encuestados su actividad principal de ocio diaria es no hacer nada.

GRÁFICO 7. Frecuencia con la que se realizan algunas actividades de ocio



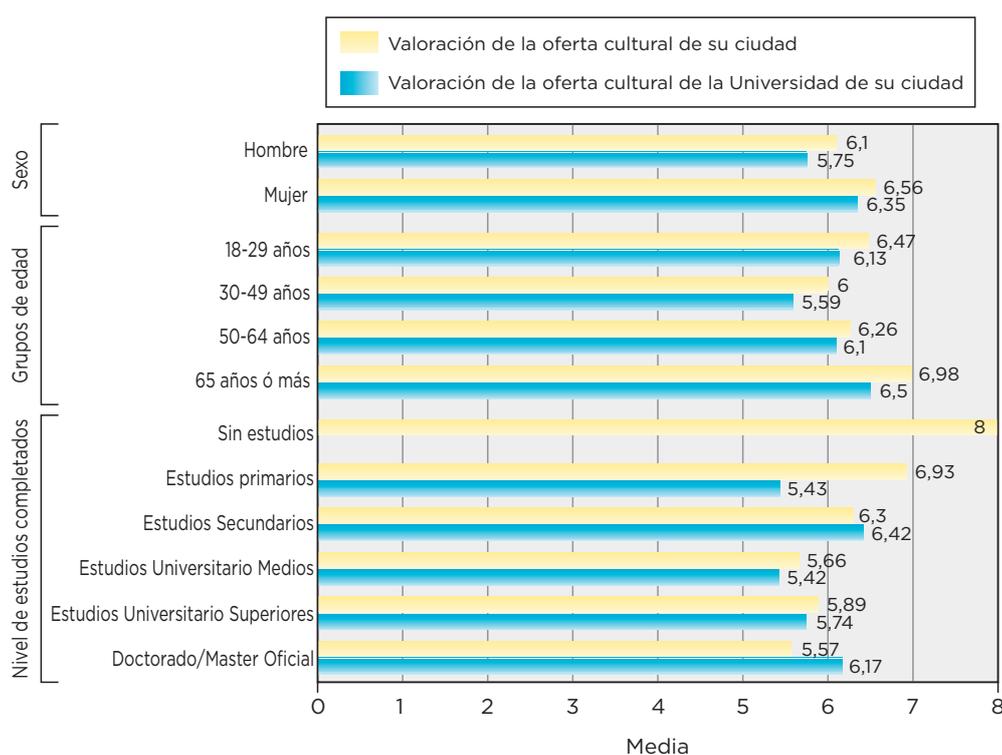
4.3. OTRAS ACTIVIDADES CULTURALES

Para terminar con este bloque dedicado a los hábitos y tiempo de ocio hemos estudiado la frecuencia de asistencia o participación en otra serie de actividades culturales más genéricas. De este modo, en el último año, la mayoría de los entrevistados (63,8%) ha visto o escuchado un programa cultural en televisión, algo más de la mitad de la muestra ha visitado

alguna vez un monumento histórico o ha asistido a una feria del libro (51%). Menos frecuente, alguna vez en su vida, ha sido visitar un zoológico (63%), un museo de bellas artes (49%), un parque natural (48,8%) o visitar el extranjero (47%). Por el contrario la población que nunca ha asistido a un congreso representa algo más de la mitad de los encuestados (56%), a una feria comercial (39,8%), o a una conferencia (35%).

No obstante y a pesar de lo limitado del uso de algunas de las actividades culturales, tanto generales como específicas se valora positivamente la oferta cultural existente en la ciudad de Córdoba, concretamente se le otorga una puntuación media de 6,34 sobre un total de 10. Del mismo modo se ha pedido una valoración respecto a la oferta cultural de la Universidad de Córdoba, recibiendo una puntuación media de 5,99. La comparativa favorece a la oferta de la ciudad con respecto a la de la Universidad produciéndose un efecto curioso al cruzar por nivel de estudios ya que las tendencias en las valoraciones se invierten otorgando mayor puntuación a la oferta de la Universidad a medida que se poseen más estudios mientras que disminuye la valoración con respecto a la oferta de la ciudad, de igual modo, y a la inversa, a menor nivel de estudios mejor valoración de la oferta de la ciudad y menor de la de la Universidad de Córdoba. Por género y edad se mantienen las mejores valoraciones en todos los tramos de la oferta cultural de la ciudad.

GRÁFICO 8. Valoración de la oferta cultural de su ciudad y de la Universidad



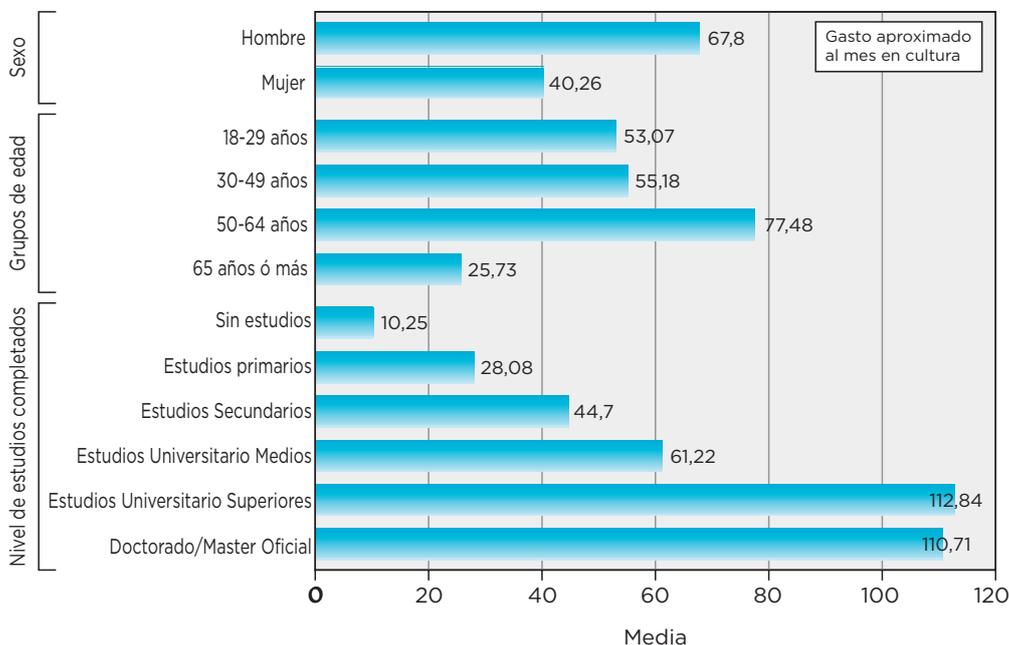
No obstante para calibrar el verdadero alcance de la valoración de las actividades culturales ofertadas por la universidad hemos indagado en la frecuencia de asistencia a las mismas. En este sentido, siete de cada diez personas no han asistido nunca a estas actividades culturales, lo que puede denotar un alto nivel de desconocimiento y por lo tanto de caída en las valoraciones medias. De igual modo explicaría las mejores valoraciones en los ciudadanos de mayor nivel de estudios el que sean estos los que, en mayor medida, han asistido a alguna de estas actividades culturales ofertadas por la Universidad, el 30% de los habitantes con estudios superiores declara haber asistido al menos alguna vez frente al 5,8% del total de la población.

4.4. GASTO EN CULTURA

En relación al gasto en cultura la media para el total de población es de 53 euros presentando, además, una importante desviación típica o lo que es lo mismo una enorme dispersión en este gasto. De este modo, por segmentos poblacionales, los hombres gastan de media 17 euros más que las mujeres mientras que las personas jóvenes y de edades medias se sitúan en valores muy cercanos a la media. Sin embargo, los de 50-64 años gastan 77 euros mientras que en los mayores de 65 años desciende en su gasto a la mitad de la media global, 25 euros. Sin embargo, las diferencias más signifi-

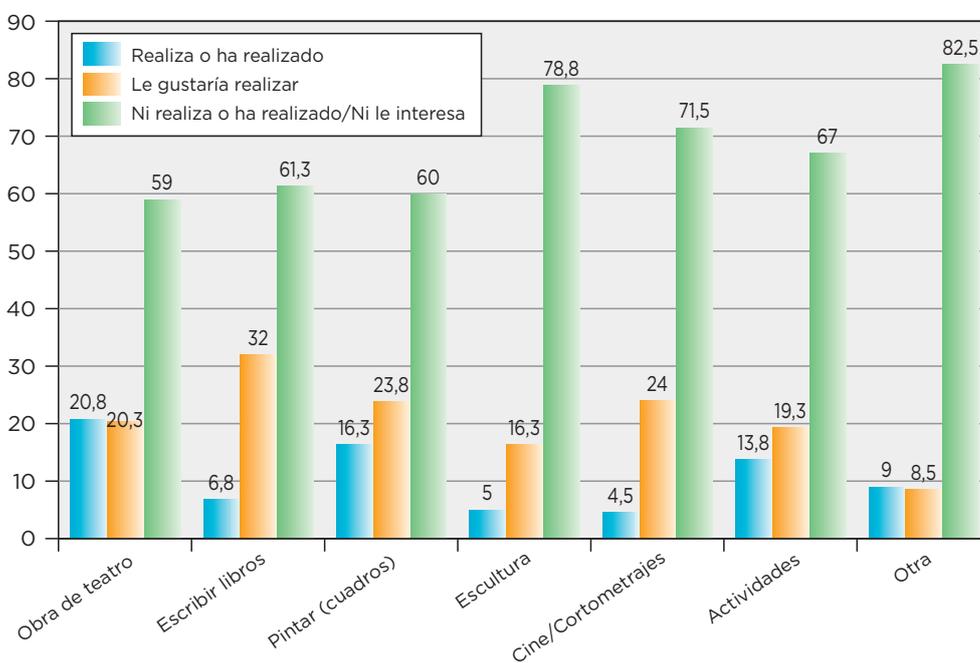
cativas se producen en función del nivel de estudios, que a su vez incide en la ocupación y en los ingresos. Es así que para las personas con estudios primarios o inferiores el gasto en cultura no excede los 30 euros para los que poseen estudios universitarios medios se duplica ese gasto y se eleva a 61 euros, pero esta media se vuelve a duplicar en el caso de los que poseen estudios universitarios superiores alcanzando una media superior a 112 euros mensuales.

GRÁFICO 9. Gasto mensual en cultura



4.5. PARTICIPACIÓN ACTIVA EN ACTIVIDADES ARTÍSTICAS

GRÁFICO 10. Participación activa en actividades artísticas



Por último, nos interesa conocer el interés real así como el nivel de participación activa de nuestra población objeto en actividades relacionadas con la cultura, más concretamente todas aquellas relacionadas con las artes escénicas. De este modo las actividades artísticas que presenta mayores porcentajes de participación son la participación en grupos o actividades teatrales, (20,8%) la pintura (16,3%) y las actividades musicales (13,8%). Por el contrario, las que nunca han realizado ni les interesa realizar serían la escultura (78,8%), el cine o cortometrajes (71,5%) y la escritura (61,3%). Del mismo modo existe un moderado interés en realizar alguna de estas actividades, generalmente en personas mayores y jóvenes, siendo en el caso de los primeros más importantes actividades como la pintura o el teatro y entre los últimos las relacionadas con el cine o actividades musicales.

COCLUSIONES

En el presente informe se han presentado los principales resultados referidos a los usos y hábitos de consumo cultural en la población de Córdoba capital. A continuación expondremos de manera sintética alguna de las principales conclusiones:

- Existe un importante consumo diario de televisión y algo más bajo, aunque muy significativo, de radio y de lectura de prensa. No obstante, y en lo referente a hábitos de lectura, los usos son bastante inferiores si hablamos de lectura de libros no profesionales. En consonancia con estos hábitos se suele acudir poco a la biblioteca aunque, entre los que la visitan, se valoren generalmente bien sus instalaciones.
- La mayoría oye música a diario, siendo sus principales gustos el Pop español y extranjero, el flamenco y la canción melódica. Por lo general, se asiste a muy pocos conciertos, concentrándose la asistencia en aquellos géneros preferidos por la población.
- La mayoría de los cordobeses dispone de ordenador en casa, éste se suele usar habitualmente y se dispone de conexión a Internet de banda ancha. Los principales usos de Internet están relacionados con actividades relacionadas con la comunicación personal o grupal, correo electrónico, chats o blogs. La posesión de teléfono móvil es prácticamente total, usándose fundamentalmente para llamar o recibir llamadas y suponiendo su coste medio de mantenimiento aproximadamente 27 euros. No obstante, existen importantes diferencias de gasto en función de los perfiles poblacionales.
- Tres de cada diez ciudadanos asisten al cine al menos una vez al mes, siendo sus géneros preferidos el cine americano y español. Existe un alto nivel de satisfacción con la cartelera de la ciudad, de modo que casi siempre pueden asistir a la película que quieren ver. A pesar del interés por el cine cada vez son más los formatos alternativos, siendo el medio más frecuente de visionado el cine en Tv o la bajada de películas por los más jóvenes.
- Existe un moderado interés por el teatro estando más interesados por este medio aquellos que mayor nivel de estudios poseen.
- Por otra parte, más de la mitad de la población cordobesa afirma practicar algún tipo de deporte, generalmente fútbol, gimnasio, natación, ciclismo o footing. Entre la población que practica deporte se da, además, un alto nivel de asiduidad practicándolo, al menos semanalmente, el 92% de los entrevistados.
- El tiempo de ocio que se dispone es limitado, estando muy mediatizado por aspectos como la situación laboral o la edad. La actividad preferida para el tiempo de ocio es ver la Tv u oír música. Otras actividades como las salidas de fin de semana o vacacionales se concentran en periodos de tiempo muy concretos y en perfiles de edad o socioeconómicos muy determinados.
- Por último existe poca disposición a participar activamente en algún tipo de actividad artística tal como pintura, escultura, teatro o escritura.