

Usos, hábitos y demandas culturales  
de la población de Jaén

# Usos, hábitos y demandas culturales de la población de Jaén

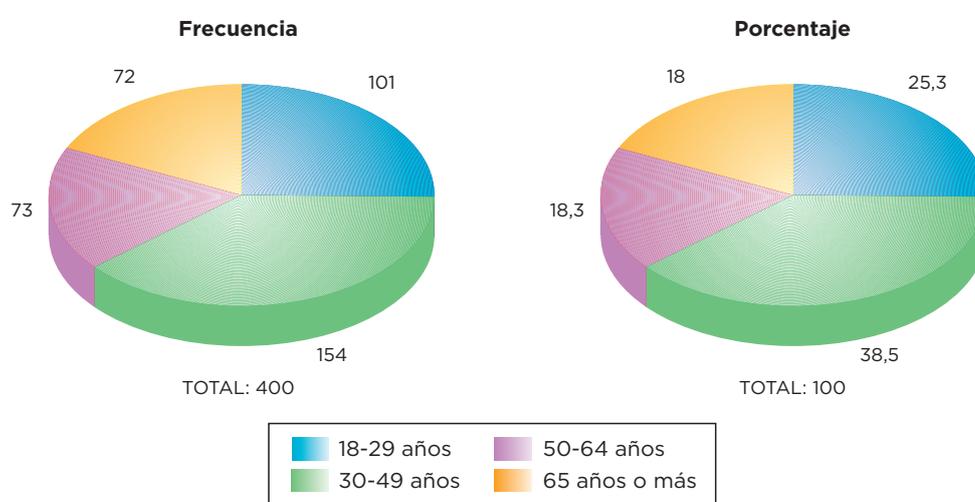
Manuel Pulido Martos, Pedro Jesús Luque Ramos y Antonio Palomo Monereo  
Área de Psicología Social, Universidad de Jaén

## 1. DATOS SOCIODEMOGRÁFICOS

En este primer apartado se incluyen los elementos sociales y demográficos que describen a los ciudadanos jiennenses que han participado en el presente estudio.

Del total de la muestra encuestada el 52,5% pertenece al sexo *femenino*, mientras un 47,5% fueron *varones*. El gráfico 1 recoge la composición de la muestra por grupos de edad; como se puede observar, el segmento de edad mayoritario correspondió a las personas *entre 30 y 49 años*, con un 38,5% sobre el total de entrevistados; El siguiente grupo de edad corresponde a aquellos individuos con una edad comprendida *entre los 18 y los 29 años*, con el 25,3%. Los individuos *entre 50 y 64 años* suponen el 18,3% de la muestra, mientras que el 18% corresponde a aquellos con *65 años o más*.

GRÁFICO 1. Composición de la muestra encuestada según grupo de edad



Del total de los encuestados más de la mitad declaran estar *casados*, un 53,3% del total; un 33,3% de los participantes manifiestan ser *solteros*. Para el resto de categorías en relación con el estado civil, la distribución es como sigue: el 7,3%, contestó ser *viudo*; un 3,5% declaró estar *separado o divorciado* y, el 2,8% restante afirmó *estar viviendo en pareja*.

En cuanto al nivel de estudios, el 9,5% de los participantes elige la opción *sin estudios*; un 26,3% ha completado los *estudios primarios*; y, un 38%, los *estudios secundarios*. Un 13% de los encuestados posee *estudios universitarios medios*; y, un 11,8%, *estudios universitarios superiores*; Si comparamos estos porcentajes con los datos relativos al nivel educativo de los padres, comprobamos que los primeros son significativamente superiores a los referidos a los progenitores. De manera que el porcentaje de personas *sin estudios* se encuentra alrededor del 40% cuando los encuestados hacen referencia a sus padres. Asimismo, el porcentaje de éstos que han podido completar *estudios universitarios medios* desciende a una cifra inferior al 10%, no alcanzando de igual manera el 10% la proporción de padres que han finalizado *estudios universitarios superiores*. Por otro lado, es necesario destacar que se observan diferencias en función del género de los progenitores: mientras un 13,1% de los padres ha podido completar *estudios de nivel universitario superior o medio*, este porcentaje es de 7,8% en el caso de las madres.

La situación laboral de los entrevistados se registra mediante una pregunta con formato múltiple de respuesta. La categoría *Trabaja* con el 48,4% registró el mayor número de elecciones del total de respuestas recogidas. En una proporción significativamente inferior aparecen, en segundo y tercer lugar, respectivamente, *Estudiante* con el 18,5%, y, *Jubilado* o

*pensionista (ha trabajado anteriormente)* con el 15,5%. A continuación, se encuentran las categorías *Trabajo doméstico no remunerado* (13,3%), *Parado y ha trabajado antes* (8,8%), y *Pensionista (no ha trabajado anteriormente)*, con el 3,5%. Las restantes categorías posibles de respuesta no superan en ningún caso el 0,8%. Por otra lado, *el número medio de horas dedicadas a trabajar por semana* se sitúa en 39,72, con una desviación típica de 13.141.

En último lugar, se recoge en este apartado la información obtenida con relación a la pregunta que hace referencia a la pertenencia, o no, a alguna asociación, pudiendo tal pertenencia estar situada en el presente o en el pasado. El 44,3%, manifestó *formar parte actualmente de algún tipo de asociación*. En relación con esta cuestión aparecen algunas diferencias reseñables según el sexo y el grupo de edad de los encuestados. Se observa una conducta asociacionista algo mayor entre los *varones* (51,1%) que entre las *mujeres* (38,1%). Asimismo, los porcentajes de asociacionismo para los grupos de edad comprendidos *entre 30 y 49 años*, y, *entre 50 y 64 años* superan el 50%, situándose en el 53,9% y el 50,7%, respectivamente. Esta proporción se sitúa en el 35,6% en el grupo *de 18 a 29 años*. Y desciende al 29,2% en el grupo de edad más maduro (aquéllos con *65 años o más*).

Cabe destacar que las asociaciones que registraron un mayor porcentaje de respuestas afirmativas fueron *AA de vecinos*, con el 11%; *Sindical o asociación de empresarios*, con el 10,5%; y, *Deportiva*, con el 10,3%. Se destacan además las opciones *Cultural o de ocio* (9%), *Religiosa* (8,3%), y de *Apoyo social o de derechos humanos* (6,5%) el resto de las opciones no registraron un porcentaje mayor del 4,5%.

## 2. HÁBITOS DE LECTURA

En este apartado se aporta información sobre aspectos que tienen que ver con el tiempo que se dedica a la lectura y los contenidos de las mismas; además se indagan aspectos relacionados con la utilización de las bibliotecas como: la frecuencia de visita, el tipo de bibliotecas a las que se accede, los principales motivos por los que se acude a ellas, o las principales carencias que se perciben en las mismas.

En cuanto al tiempo medio diario dedicado a la lectura es de 59,22 minutos en días laborables, con una desviación típica de 61.339; y de 54,02 minutos en días festivos, con una desviación típica de 64.538. Por otro lado, el número medio de libros leídos al año es de 4,49, con una desviación típica de 7.913.

En lo que respecta a las categorías de lectura, *Prensa General (no deportiva)/ Periódicos* es la que obtiene una proporción mayor de adeptos, alcanzando el 45,8% de las elecciones para una frecuencia de consulta de *Todos o Casi todos los días*. Referido siempre a la misma frecuencia de consulta, se observa que la lectura de *Libros (no profesionales)* alcanza el 24%; *Libros y revistas profesionales* se sitúa en el 19,8%, y, en último lugar, se encuentra *Revistas (no profesionales)*, con un 10%.

En el gráfico 2 se recoge la información acerca de la naturaleza de los *Libros (no profesionales)* preferidos, cuestión abordada con una pregunta con formato de respuesta múltiple; destaca la categoría de *Best-sellers* que fue elegida por el 20,2% y la categoría de *Novela histórica*, seleccionada por el 18,7%. Las siguientes categorías que se destacan con un porcentaje significativamente menor son *Literatura española moderna* (10,2%), *Otros* (9,6%), y, *Literatura extranjera actual* (7,5%). El resto de categorías propuestas es elegido por un porcentaje inferior al 5% de la muestra; si bien podemos destacar de este último conjunto, tres tipos de libros *Ciencia y tecnología* (5%), y, con igual porcentaje (4,8%), *Poesía y Biografías*.

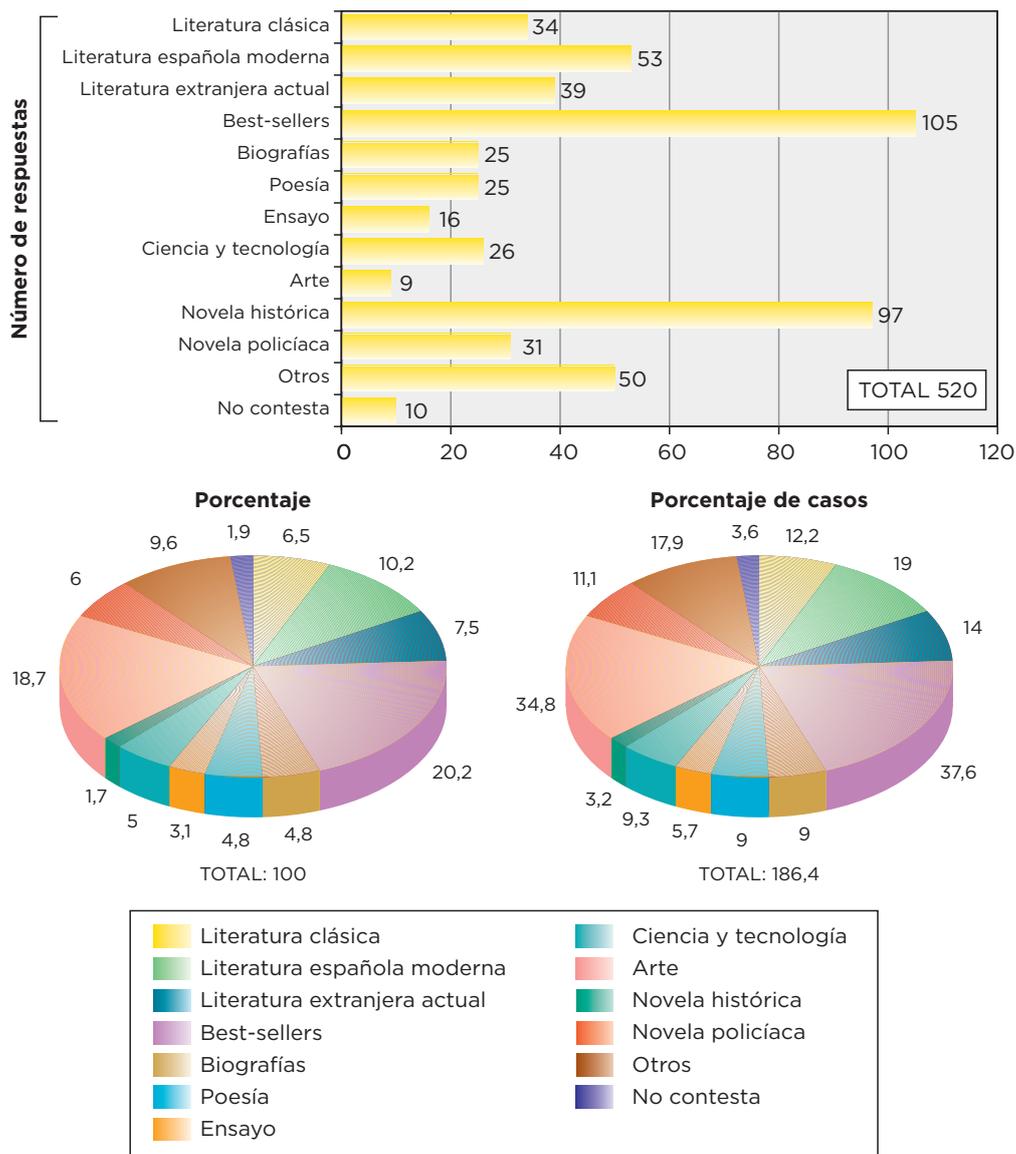
En este sentido, el porcentaje de mujeres que declaran leer *Libros (no profesionales)* con una frecuencia *igual o superior a uno o dos días por semana* asciende al 49,5%, esta proporción es similar, de 49% en el caso de los hombres.

Sin embargo, al tener en cuenta la variable edad, observamos diferencias reseñables entre los que declaran leer *Libros (no profesionales)*; de forma concreta, con la misma frecuencia anterior, se destaca que en el grupo de edad *de 30 a 49 años* la proporción alcanza el 56,4%, en el grupo de edad *de 18 a 29 años*, el 51,5% y en el grupo de edad *de 50 a 64 años*, el 43,8%. Estos porcentajes descienden sensiblemente en el grupo de *65 años o más* no alcanzando el 36% quienes afirman leer con una frecuencia *igual o superior a uno o dos días a la semana*.

Por último, se constatan diferencias en relación con la lectura de *Libros (no profesionales)*, en función del nivel educativo. Más de la mitad de los encuestados que declaran *no tener estudios o tener estudios primarios*, el 51,7%, afirman no leer *Libros (no profesionales) nunca o casi nunca*. Este porcentaje desciende al 23,7% para aquéllos que declaran poseer *estudios secundarios*, y al 13,3% para quienes afirman haber realizado *estudios universitarios*.

La información obtenida en relación con la *Prensa general (no deportiva)* preferida por los encuestados se recoge en el gráfico 3. Del mismo modo que en el caso anterior, el formato elegido fue de respuesta múltiple. La mayor proporción de entrevistados, un 40,6%, manifiesta leer *Diarios locales*. Si nos referimos a los periódicos de tirada nacional destaca por

GRÁFICO 2. Tipo de libros no profesionales



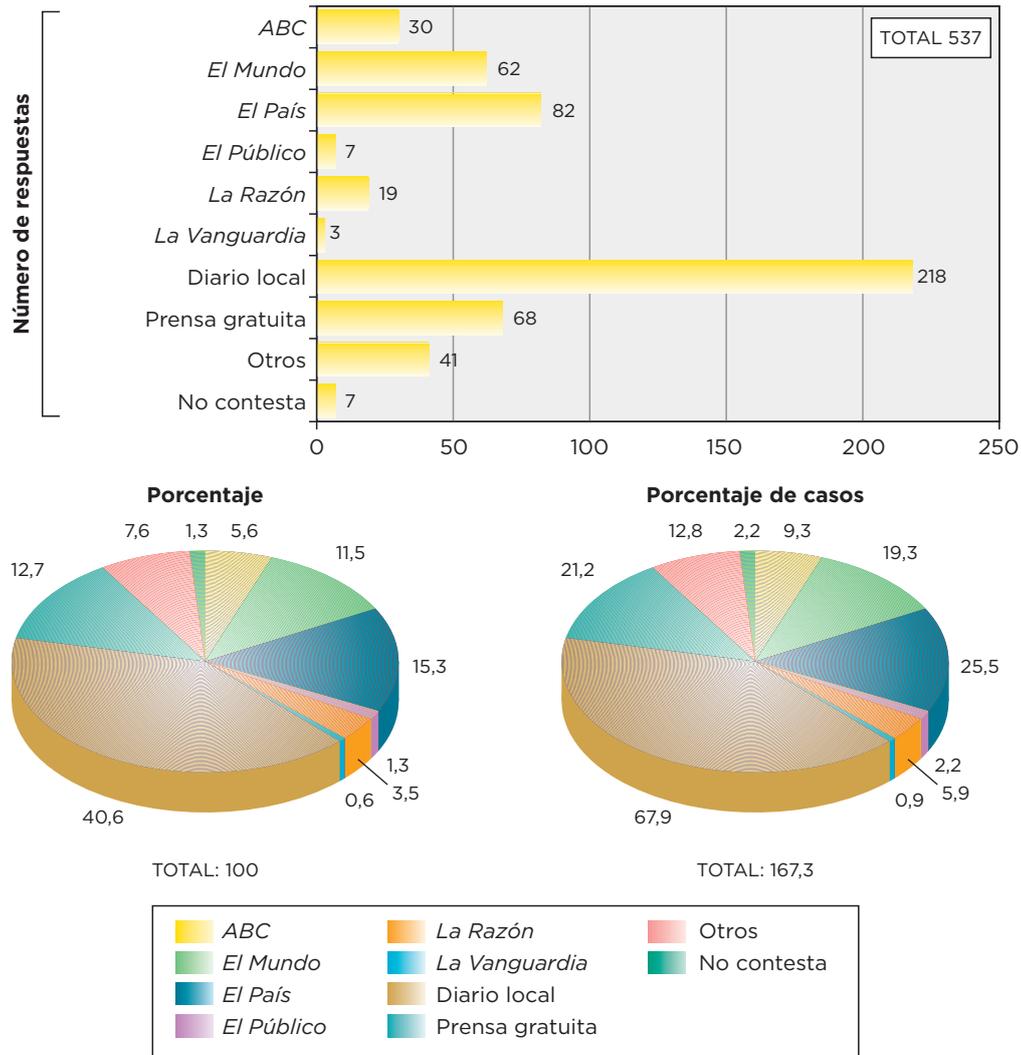
encima del resto, *El País* con un porcentaje del 15,3%. En tercera posición, se sitúa la *Prensa gratuita*, seleccionado por el 12,7%. Se destaca también, *Otros* y *ABC* con un 7,6% y un 5,6%, respectivamente. El resto de opciones obtienen porcentajes por debajo del 4% del total de la muestra.

En cuanto a la frecuencia de lectura de *Prensa general (no deportiva)*, se observan diferencias reseñables, tanto en función del género como del nivel educativo de los encuestados. Con relación al género, se constata que mientras un 59,5% de los *varones* encuestados manifiesta leer prensa todos o casi todos los días, el porcentaje desciende al 33,3% en el caso de las *mujeres*.

Finalmente, destacar que, con respecto al nivel educativo, un 32,9% de los entrevistados con un nivel de *estudios primarios o inferior* declara leer prensa *todos o casi todos los días*; este porcentaje alcanza un 48,7% para quienes afirman poseer un nivel de *estudios secundarios*; y, al 59%, para aquellos que poseen *estudios universitarios*.

Para obtener la información a cerca del tipo de revistas habitualmente leído por la muestra encuestada se utilizó, de nuevo, una pregunta con formato de respuesta múltiple. En concreto, el 17,6% de los entrevistados eligió la opción *Otros temas*; en segundo lugar, se optó por las revistas del *Corazón*, leídas por el 16,7%; en tercer lugar, se encuentra la categoría Salud

GRÁFICO 3. Prensa general (no deportiva) preferida



y Belleza, con un 12%; en cuarto lugar, aparecen los *Suplementos de juventud, música...*, con el 8,2%; y, por último, destacar las categorías *Naturaleza*, leída por un 7,7% y los *Suplementos literarios de la prensa* leídos por un 6,1% de los entrevistados. El resto de categorías posibles de respuesta fue elegido en porcentajes nunca superiores al 6%.

Se registran diferencias en función del nivel educativo de los encuestados en lo referente a la asiduidad con que se leen libros y revistas de carácter profesional. El 9,1% de los individuos que declaran poseer *estudios primarios o ningún tipo de estudios* afirman leer con una frecuencia *igual o superior a un día a la semana* libros y revistas profesionales; el porcentaje alcanza el 40,1% para quienes poseen *estudios secundarios*; y, aumenta al 57,2% para aquellos que declaran tener *estudios universitarios*.

En relación con la utilización de bibliotecas, la información solicitada se expuso en formato de pregunta con respuesta múltiple. Se constata que más de siete de cada diez entrevistados, concretamente el 74,3%, reconoce no acudir *nunca o casi nunca* a bibliotecas de ningún tipo. Tan sólo el 10,1% declara visitar bibliotecas *al menos una vez al mes*. En este sentido se observaron diferencias remarcables en función de la edad de los encuestados. Los grupos de edad más jóvenes visitan con mayor asiduidad estos espacios. De este modo, un 42,6% de los entrevistados con una edad comprendida *entre los 18 y los 29 años* afirman acudir a bibliotecas tres o cuatro veces al mes como mínimo; este porcentaje desciende al 10,4%, en el siguiente grupo de edad, *entre 30 y 49 años*; se sitúa en el 2,7% en el grupo *de 50 a 64 años*; y es de 1,4 para aquellos participantes con *65 años o más*.

En lo referente a las bibliotecas que de manera habitual frecuentan los ciudadanos entrevistados, un 57,8% lo hace a la *Biblioteca de la Universidad*; el 48%, a la *Biblioteca Municipal*; y, un 7,8% afirma acudir a *Otras*. Para analizar los princi-

pales usos que realizan de las bibliotecas, se utilizó una pregunta con formato de respuesta múltiple. Un 69,6% de los entrevistados seleccionó *Préstamo de libros*; el 48% eligió *Estudiar (sala de estudios)*; un 24,5% seleccionó la opción *Acceso a Internet*; Las opciones *Préstamo de CD's, DVD's (música, películas)* y *Otras* fueron elegidas por un 18,6% y 10,8%; por último, el resto de alternativas de respuesta posibles, fueron elegidas en porcentajes inferiores al 7%.

Finalmente, el último aspecto planteado, hacia referencia a las principales carencias que los encuestados detectan en relación con las bibliotecas. Para lo que se utilizó, una vez más, una pregunta con formato de respuesta múltiple. Se destaca que el mayor porcentaje de encuestados, un 31,4%, optó por la alternativa *Ninguna*; en segundo lugar, aparece la alternativa *Otros*, seleccionada por el 20,6% del total de la muestra; en tercer lugar, *Lejana/poco accesible* opción que señaló el 10,8% de entrevistados; por un 13,7% fueron elegidas las opciones *Carencias de espacio* y *Falta Internet o insuficientes terminales*; la categoría *No tiene libros y revistas que busco* fue seleccionada por un 12,7%; y, por último destacar que la opción *No tiene préstamo de música y películas* fue elegida por un 11,8%; las demás alternativas posibles obtuvieron cada una porcentajes inferiores al 10% de la muestra.

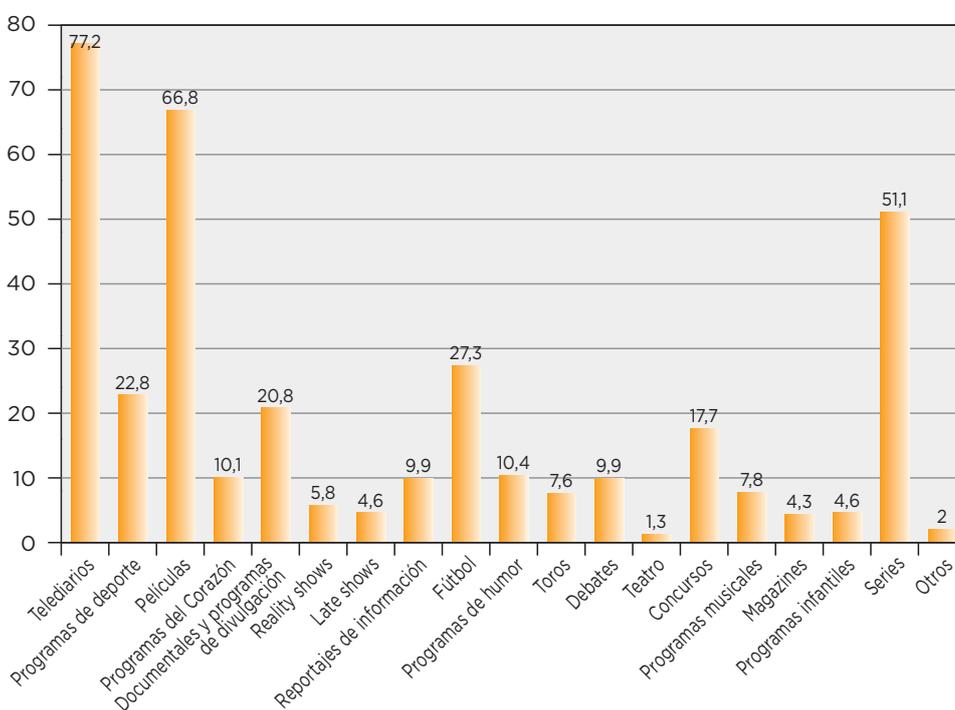
### 3. TELEVISIÓN Y RADIO

Abordamos aquí diferentes aspectos relacionadas con la televisión y la radio, como el tiempo dedicado a estos medios, el tipo de acceso a los canales televisivos del que se dispone, así como los contenidos preferidos. En primer lugar, se valoran las cuestiones referidas a la televisión y, a continuación, se plantearan las cuestiones relacionadas con la radio.

La media de horas dedicadas a ver la televisión en días laborables es 136,13 minutos, con una desviación típica de 99.533; los fines de semana la media asciende a 159,11 minutos, con una desviación típica de 112.201. Principalmente, la franja horaria que se dedica a ver televisión es la *Noche*, seleccionada por el 79% de los participantes en el estudio; la *Tarde* es elegida por el 66,3% de encuestados; y la *Mañana* sólo es seleccionada por el 9,6%. Esta cuestión fue planteada con formato de varias alternativas de respuesta.

Los tipos de programas preferidos por los encuestados se recogen en el gráfico 4. El formato de pregunta utilizado fue de respuesta múltiple. Los programas de mayor aceptación son, en primer lugar, *Telediarios*, elegidos por más de siete de cada diez participantes (77,2%); en segundo lugar, *Películas*, con el 66,8%; en tercer lugar, *Series*, con el 51,1%; y en cuarto lugar *Fútbol* con el 27,3%; en quinto lugar Programas de deportes con el 22,8%; y, se destaca, finalmente, en sexto lugar *Documentales y programas de divulgación* con el 20,8%. El resto de categorías de respuesta presentadas se encuentra claramente por debajo de las citadas, siendo elegidas siempre por porcentajes inferiores al 20% del total de la muestra.

GRÁFICO 4. Tipo de programas vistos con mayor frecuencia



Respecto al acceso a canales de pago, el 66.5% de los encuestados manifiesta *no tener contratado ningún canal privado*, frente a un 32.8% que declara *poder acceder a los mismos*. Un 0.8% se acogió a la opción *No contesta*. Por otra parte, la mayoría de entrevistados, el 56.3%, declara disponer de televisor con TDT en su hogar.

En cuanto a los aspectos relacionados con la radio, el 62.3% de las personas entrevistadas afirma escucharla *todos o casi todos los días*. Un 13.1% la escucha como mínimo *algún día por semana*; y el 22.3% afirma no escucharla *Casi nunca o nunca*. El tipo de programas de radio preferidos se examinó mediante formato de pregunta con respuesta múltiple. De este modo, los programas *Musicales* fue una opción elegida por el 67.1% de entrevistados; en segundo lugar, se encuentran los programas *Informativos*, seleccionados por el 44.8%; en tercer lugar, los programas *Deportivos*, seguidos por un 20.6%; en cuarto lugar, los *Debates*, por un 16.5%; y en quinto lugar, se sitúan los *Magazines*, elegidos por el 9.7% del total de los encuestados. La categoría *Otros* fue seleccionada por un 1.3% de los encuestados.

#### 4. ORDENADOR E INTERNET

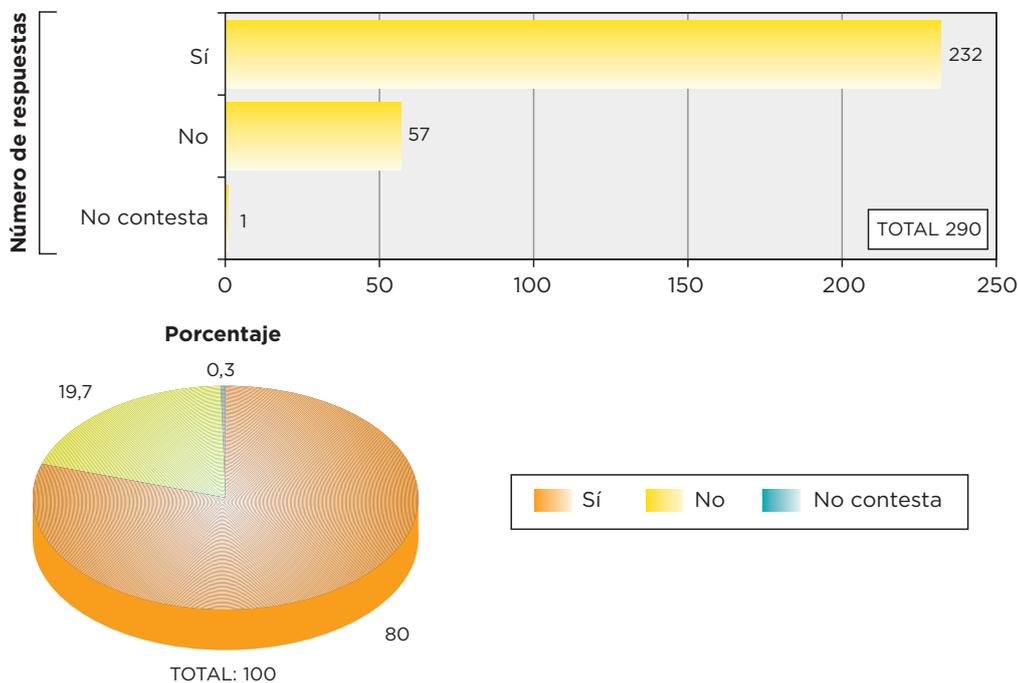
El apartado se dedica a recoger información sobre la disponibilidad y el uso de ordenadores personales y la red Internet, así como información sobre el uso de la telefonía móvil, su disponibilidad, principales usos y gasto medio mensual.

Se ha constatado, en lo que se refiere al ordenador personal, que el 72.5% de los participantes en el estudio afirman disponer del mismo en su residencia habitual. En cuanto a su uso, el 42% de quienes disponen de ordenador en su domicilio declaran que es *Compartido con familiares*; el 27.8% manifiesta realizar un uso exclusivamente *Personal*; un 1.5% optó por señalar la alternativa *Otros*; y, finalmente, un 1% elige la opción *Compartido con compañeros*.

En el gráfico 5 se puede observar la proporción de entrevistados que declaran tener contratado servicio de Internet en casa. Se constata que más de la mitad de los encuestados que afirman disponer de ordenador en su residencia habitual tienen, asimismo, acceso a servicio de Internet. Concretamente, un 58% de ellos contestan afirmativamente; frente a un 14.3% que declara *No poseer servicio de red*, y un 0.3% se acoge a la opción *No contesta*. Entre los que declaran tener acceso a Internet en su domicilio habitual, el tipo de servicio mayoritariamente contratado es *Tarifa plana y banda ancha*, con un 53%; como segunda alternativa, se encuentra *Tarifa Plana*, con el 44.4%. El resto de categorías posibles de respuesta obtuvieron porcentajes residuales inferiores al 2%. Por otra parte, un 0.9% optó por la alternativa *No contesta*.

Al solicitar información sobre el uso habitual de Internet, el 59.5% de los entrevistados contestó afirmativamente, mientras el 40.5% declaró no usarlo normalmente. En relación con esta cuestión son remarcables las diferencias existentes en fun-

GRÁFICO 5. Servicio de Internet contratado en domicilio particular



ción del grupo de edad al que pertenece el encuestado. De este modo, mientras un 91.1% de los encuestados con una edad *entre 18 y 29 años*, responden utilizar habitualmente Internet; esta proporción desciende sensiblemente, situándose en el 74%, al considerar las respuestas de aquéllos encuestados encuadrados en el grupo de edad *de 30 a 49 años*; a su vez, al examinar el siguiente grupo de edad, entrevistados con edad comprendida *entre los 50 y 64 años*, el porcentaje disminuye hasta el 37%; finalmente, para el grupo más maduro, participantes *de 65 años o más*, la proporción de quienes manifiestan utilizar normalmente la red se sitúa en un 6.9%.

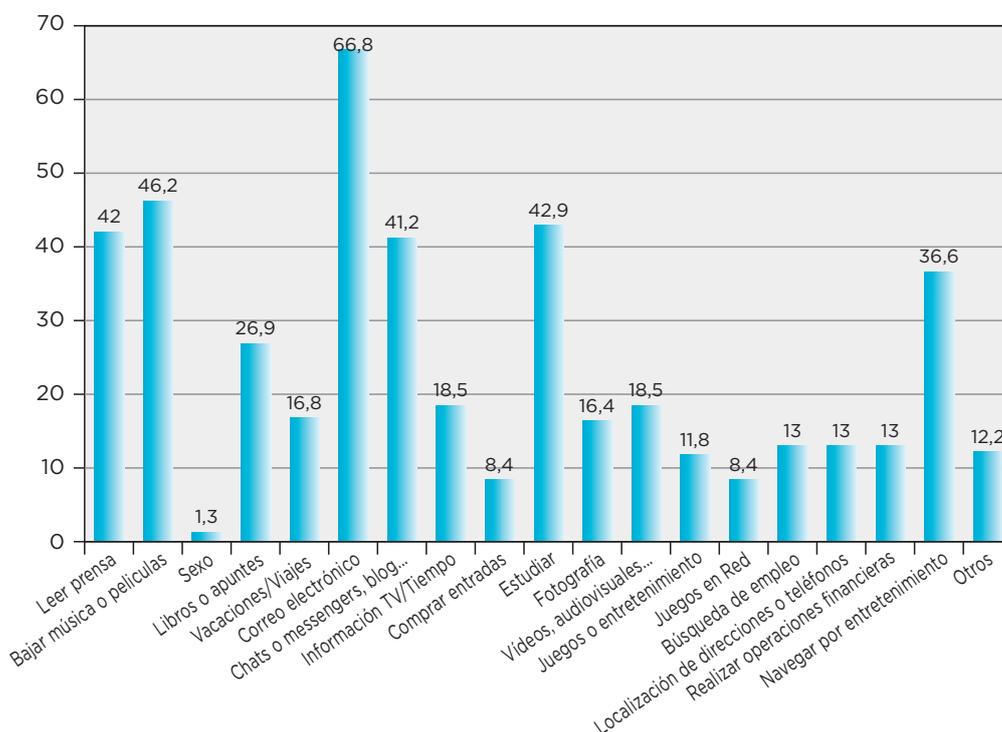
De igual forma, se observan claras diferencias en función del nivel educativo de los encuestados. Mientras un 85.7% de aquéllos que han completado *estudios universitarios* declaran conectarse habitualmente a la red, esta proporción se reduce para el caso de quienes han finalizado *estudios secundarios* (7%), y en mayor medida, para los entrevistados con *estudios primarios o sin estudios* (22.4%).

Por otro lado, el porcentaje de los *varones* encuestados que utiliza normalmente Internet es del 63.7%. Existe una diferencia apreciable con la proporción de *mujeres* que declaran conectarse habitualmente a la red que se encuentra en este caso en el 55.7%.

Otra de las preguntas formuladas se refería a los lugares en los que normalmente acceden a la red. El formato utilizado fue de respuesta múltiple. Sin duda es el propio domicilio el lugar preferido por la mayoría de los entrevistados; un 83.2% del total de la muestra declara conectarse *En casa*; en una proporción claramente inferior, el segundo lugar en el que se accede de forma habitual a Internet es el *Centro de trabajo*, lugar elegido por el 39.1% de encuestados. En proporciones sensiblemente inferiores se señalan, a continuación, *En el centro donde estudia* por un 6.7%; *Biblioteca pública* por un 5.9%, y *la Casa de familiares o amigos* por un 4.6%. El 1.3% de los participantes eligió las opciones *Ciber-café (o bar con Internet)* y *Otros*.

El gráfico 6 recoge la información referida a los usos que se realizan de Internet. Cuando se pregunta por el principal uso que se hace de Internet, cuestión formulada utilizando formato de respuesta múltiple, destaca, fundamentalmente, la utilización del servicio de *Correo electrónico*; esta actividad es realizada por más de seis de cada diez entrevistados (66.8%). Otros usos realizados en porcentajes inferiores al 50% de la muestra, pero por encima del 40%, son *Bajar música o películas* (46.2%), *Estudiar* (42.9%), *Leer prensa* (42%) y *Chats o Messenger, blogs...* (41.2%). Se destaca además con un porcentaje del 26.9% la opción *Libros o apuntes*. El resto de las opciones presenta un porcentaje menor del 20%; entre las alternativas de respuesta propuestas seleccionadas por una menor proporción de encuestados se encuentra *Sexo* (1.3%).

GRÁFICO 6. Usos que se realizan de Internet



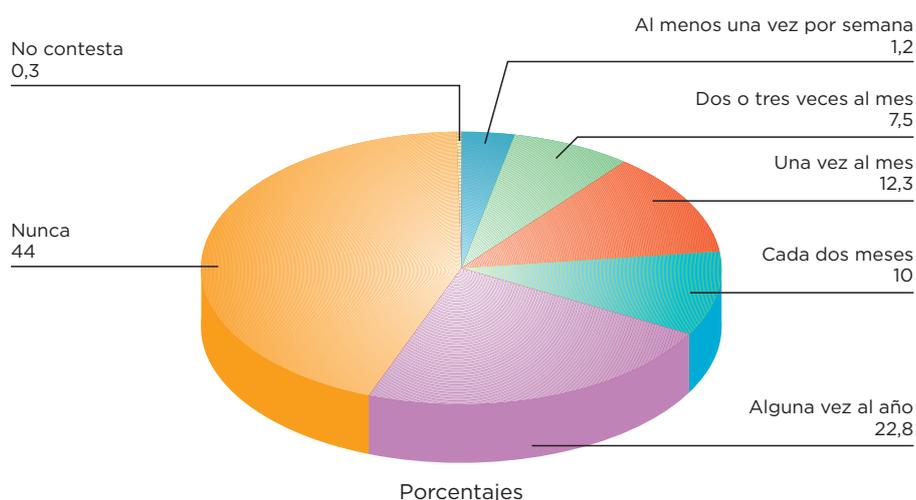
Finalmente, en relación con las cuestiones planteadas sobre la telefonía móvil, más de nueve de cada diez entrevistados declara poseer teléfono móvil (90.5%). Se utiliza principalmente para *Llamar o recibir llamadas*, seleccionado por la práctica totalidad de la muestra (98.9%). Otros usos realizados incluyen *Enviar o recibir mensajes*, con el 46.8%; *Realizar fotos*, con el 20.8%; y, *Escuchar música*, con el 9.4%. Las demás opciones de respuesta fueron seleccionadas por porcentajes inferiores al 2% del total de la muestra encuestada.

## 5. CINE

El apartado dedicado al cine informa sobre distintos aspectos como la frecuencia de asistencia a salas de proyección cinematográfica, la preferencia en cuanto a la nacionalidad de las películas y la adecuación de la oferta cinematográfica de la ciudad a las preferencias personales.

En el gráfico 7 aparece la frecuencia de asistencia a salas de cine. El dato que resulta más llamativo es el elevado porcentaje de encuestados que manifiestan no acudir nunca a estos espacios, un 44%.

GRÁFICO 7. Frecuencia de asistencia al cine (%)



Se constatan diferencias apreciables en función de la edad de los encuestados. El porcentaje de personas que declaran no ir nunca al cine crece conforme el grupo de edad considerado es más maduro. De este modo, mientras que el porcentaje de jóvenes *entre 18 y 29 años* que no asisten nunca a proyecciones cinematográficas se sitúa en el 15.8%; este porcentaje progresivamente asciende al 35.7% para el grupo *de 30 a 49 años*; al 63%, para el grupo *de 50 a 64 años*; hasta alcanzar el 81.9%, en el grupo de personas con *65 o más años*.

Del mismo modo, se ven diferencias significativas en este aspecto en relación al nivel educativo de los encuestados. Así, la proporción de personas con *estudios primarios o sin estudios* que declaran no asistir *nunca* a salas de proyección cinematográfica se sitúa en el 63.6%; este porcentaje desciende al 34.9% para el conjunto de encuestados con *estudios secundarios*; y, al 30.5%, para quienes poseen *estudios universitarios*.

Por otro lado, si nos referimos al grupo de entrevistados que declaran asistir a proyecciones cinematográficas, un 22.8% afirma hacerlo *al menos una vez al año*; *una vez al mes* afirma acudir un 12.3% de los encuestados; mientras que declaran que acuden *al menos una vez por semana* un 3.3% del total.

La proporción de personas que acuden a salas de cine *al menos una vez al mes*, disminuye conforme avanzamos a segmentos de edad más madura. De esta forma, el porcentaje de entrevistados pertenecientes al grupo *de 18 a 29 años* que afirma asistir al menos una vez al mes al cine alcanza el 23.8%; este porcentaje desciende al 13.6% en el grupo *de 30 a 49 años*; al 4.1%, en el grupo de personas con una edad comprendida *entre los 50 y los 64 años*; y, finalmente, al 1.4% en el grupo de individuos con *65 años o más*.

En cuanto al grado de coincidencia entre las preferencias de los ciudadanos de Jaén y la oferta cinematográfica, más de siete de cada diez individuos entrevistados, el 74.1%, incluyen entre sus preferencias el *Cine americano*. Con un porcen-

taje de aceptación sensiblemente inferior se encuentra, en segundo lugar, el *Cine español*, seleccionado por el 51.3% de los participantes. El *Cine europeo* es elegido por el 35.7% del total de entrevistados.

El cine de *Otras nacionalidades* es seleccionado por el 9.4% de los encuestados. Finalmente, un 0.9 % de los mismos optó por la alternativa *No contesta*.

Al preguntar sobre los espacios en los que principalmente se ven películas, encontramos que de cada diez películas, 5.37 se disfrutan en *Tv abierta*; 1.71 son *Películas bajadas de Internet u on line*; 1.23 son visionadas *En salas de cine*; 0.86 son películas que se ven en *Tv de pago*; 0.53 se alquilan en *Video club*; y finalmente 0.27 son *Películas compradas*.

## 6. MÚSICA

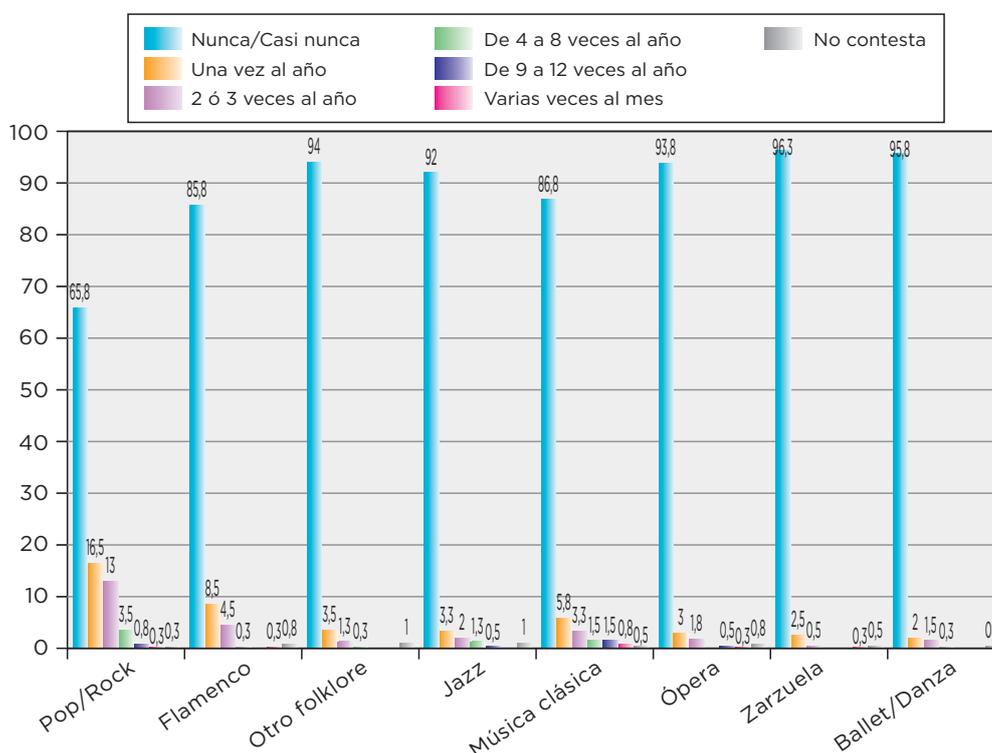
Abordamos aquí diferentes cuestiones relacionadas con los hábitos musicales de la población jiennense, como la frecuencia de escucha, el dispositivo musical preferido, los lugares en los que habitualmente escucha música, los estilos de música más apreciados, la frecuencia de asistencia a conciertos en vivo, o la posesión de reproductores de MP3/MP4.

Un alto porcentaje de entrevistados declaran escuchar música *todos o casi todos los días*, el 67.5%; con una frecuencia de *entre uno y cuatro días por semana*, lo realiza el 16.9%; *con menor frecuencia*, un 1.8%; por último, el 12.5% de entrevistados reconoce *no escuchar nunca música*.

Se aprecian, asimismo, diferencias notables en función del grupo de edad. En el grupo más joven, *de 18 a 29 años*, nueve de cada diez entrevistados (90.1%) afirmaron escuchar música *todos o casi todos los días*; En los grupos *de 30 a 49 años* y *de 50 a 64 años*, este porcentaje descendió al 71.4% y 53.4%, respectivamente. En el grupo de mayor edad, *65 años o más*, se reduce aun mas (41.7%) la proporción de personas que manifiestan escuchar música *todos o casi todos los días*.

Los datos, referidos únicamente al subconjunto de entrevistados que declaran escuchar música, indican que es el *Aparato de radio o Tv* el dispositivo preferido para la mitad de los entrevistados (50.5%). En mucha menor proporción se eligieron como dispositivos en los que se escucha música con más frecuencia el *Reproductor de MP3/MP4* (11.3%); *Equipo de música* (10.3%); *Ordenador* (7.3%); *Discos, CD's o DVD's* (6.5%); Por lo que se refiere a los lugares en los que habitualmente se escucha música, el 70% de encuestados seleccionó la opción *En casa (otros lugares)*; el 50%, eligió, asimismo,

GRÁFICO 8. Frecuencia de asistencia a conciertos según estilo musical (%)



*En el coche*; un 29.7%, *En su habitación*; un 15.7%, *En el lugar de trabajo*; un 15.1%, *En el local de copas/Púb.*; un 13.4%, *En conciertos*; un 13.1%, *En la discoteca*; un 6% *En casa de amigos*; y, finalmente un 4.6% se acogió a la categoría *Otros lugares*.

Respecto al tipo de música preferido, es el *Pop español*, seleccionado por casi la mitad de los encuestados (49.8%); en segundo lugar, se encuentra el *Pop internacional*, elegido por un 34.5%; en tercer lugar, se sitúa el *Flamenco*, seleccionado por el 34.3%; a continuación, aparece el *Rock español*, con un 28%; en quinta posición, la *Canción melódica*, con un 27.5%; en sexto lugar, la opción *Rock internacional*, con un 24.5%; en séptima posición, la música *Clásica*, seleccionado por un 23.3% de entrevistados; y, en octavo lugar, la *Canción popular*, elegido por un 22.8%. El resto de estilos musicales propuestos fueron elegidos por porcentajes inferiores al 11% de la muestra. El estilo que cuenta con menor número de adeptos resultó ser la música *New age*, seleccionada solo por un 4% de los encuestados. Un 2% se acogieron a la opción *No contesta*.

En el gráfico 8 pueden observarse los datos relacionados con las pautas de asistencia a conciertos en vivo, en función de la frecuencia con que se asiste a esta clase de espectáculos y para diferentes estilos musicales. Las proporciones de asistencia a conciertos con una frecuencia de *una vez al año* oscilan entre el 16.5% y el 2% según el estilo musical.

Claramente, los conciertos de *Pop/Rock* son los espectáculos musicales que con mayor frecuencia disfrutaban los encuestados; el 34.1% afirma asistir a espectáculos de este tipo al menos una vez al año. En segundo lugar, se sitúan los conciertos de *Flamenco* a los que acude, al menos una vez al año, el 13.6% de la muestra. En tercer lugar, se encuentran los conciertos de *Clásica*, con un 12.9%. Entre los espectáculos con una repercusión más limitada, al menos por lo que respecta a la frecuencia de asistencia, se encuentran los conciertos de *Jazz* (7.1%); la *Opera* (5.6%); Otro *Folclore* (5.1%); *Ballet/Danza* (3.8%); y, la *Zarzuela* (3.3%).

## 7. TEATRO

En el siguiente apartado se valoran dos aspectos: el interés manifestado por los espectáculos teatrales y la frecuencia de asistencia a los mismos. Respecto a la primera cuestión, el interés por el teatro se obtuvo mediante la utilización de una escala tipo *Likert* con cinco anclas, representado el valor "1" *interés bajo* y el valor "5" *interés alto*.

La media de las respuestas registradas se situó en el 3.66 con una desviación típica del 1.401. Por lo tanto, esta tendencia a la centralidad podría interpretarse como un posicionamiento con tendencia algo positiva respecto a dichos espectáculos. De hecho, los porcentajes se reparten de forma un poco asimétrica respecto al valor central. Así, el valor "1" fue seleccionado por el 15% de encuestados; el valor "2", por el 11.5%; el valor "3" por el 22.3%; el valor "4", por el 26.8%; y, el valor "5", por el 23.5%.

En segundo lugar, al examinar la frecuencia de asistencia a estos espectáculos, comprobamos que los encuestados declaran no ir *nunca o casi nunca* a representaciones teatrales en un porcentaje del 58.3%. El 35.3% de los entrevistados manifiesta acudir al teatro *entre una y tres veces al año*. Por último, sólo un 6% asistiría a espectáculos teatrales con una frecuencia superior.

## 8. DEPORTES

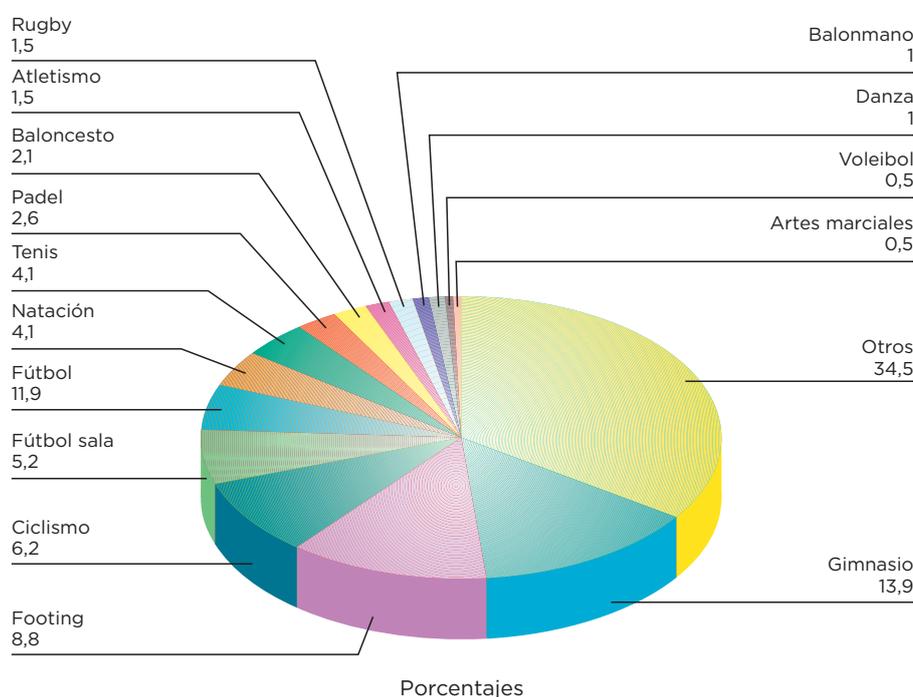
En este punto se hace referencia a algunos aspectos de carácter deportivo que incluyen, en primer lugar, la práctica habitual de actividades deportivas, el tipo de deporte que realizan habitualmente y, la frecuencia con la que practican deporte. Del mismo modo, se valoran cuestiones como la asistencia a competiciones deportivas y la preferencia de los ciudadanos por uno u otro tipo de competición.

Si analizamos los datos obtenidos sobre la práctica de deporte, la proporción de encuestados que declaran *no practicarlo habitualmente* (51.5%) es similar a la de los encuestados que responden afirmativamente (48.5%). Se constata una ligera diferencia en los porcentajes de respuesta en función del sexo del entrevistado, de forma que los *varones* responden afirmativamente en un 54.7% y las *mujeres* afirman practicarlo en un 42.9% de los casos.

Al inquirir sobre los tipos de deporte practicados, hay que destacar que la opción *Otros* es elegida por el 40.2% de los entrevistados. De las opciones indicadas, las principales son *Fútbol*, el 25.8% de encuestados declara practicarlo; el *Gimnasio*, el 16% de los entrevistados manifiestan acudir a este tipo de centros; y, el *Footing*, seleccionado por el 11.3% de los encuestados. Del resto de las actividades deportivas, realizadas en porcentajes menores al 11% sobre el total de participantes en el estudio, se destaca el *Fútbol sala* y el *Tenis* (ambos con 10.8%) y el *Ciclismo* (10.3%). Para las demás alternativas de respuesta ofrecidas los porcentajes no alcanzan en ningún caso el 8% sobre el total de encuestados; es más, *Vela* y *Gimnasia rítmica* no se registró ninguna elección.

Se pregunta a los entrevistados por el principal deporte que practican; los resultados se muestran en el gráfico 9, ordenados en función del porcentaje de elecciones recibidas. La actividad deportiva seleccionada como la principal por un mayor porcentaje de encuestados es *Otros*, con un 34.5%; en segunda posición, aparece *Gimnasio* con un 13.9%; en tercera posición, *Fútbol*, con el 12.4%; y, en cuarto lugar, el *Footing*, con el 8.8%. El resto de categorías de respuesta alcanzó porcentajes inferiores al 7%.

GRÁFICO 9. Deporte principal practicado



La frecuencia con que asisten como espectadores a competiciones deportivas es otra de las cuestiones realizadas, la mayor parte de encuestados reconoce no hacerlo: un 69.3%, frente al 30.8% que responde afirmativamente. La competición deportiva que acapara mayor atención es, sin lugar a dudas, el *Fútbol*; el 76.6% de quienes afirman asistir a eventos deportivos lo seleccionaron. En una proporción muy inferior se eligió, asimismo, la opción *Baloncesto* (14.6%) y en tercer lugar el *Fútbol sala* (13.8%). El resto de opciones fueron seleccionadas por menos del 9% del total de encuestados que declararon acudir asiduamente a competiciones deportivas. En las categorías *Gimnasia rítmica*, *Danza* y *Remo* no se registró ninguna elección.

## 9. OTRAS ACTIVIDADES RELACIONADAS CON LA CULTURA

En este apartado se trata de recoger información acerca de otros tipos de actividades culturales y de ocio desarrolladas por los entrevistados. Del mismo modo, se evalúan las estimaciones realizadas por los mismos, acerca de las horas libres con las que cuentan semanalmente para dedicarlas a actividades de ocio y diversión.

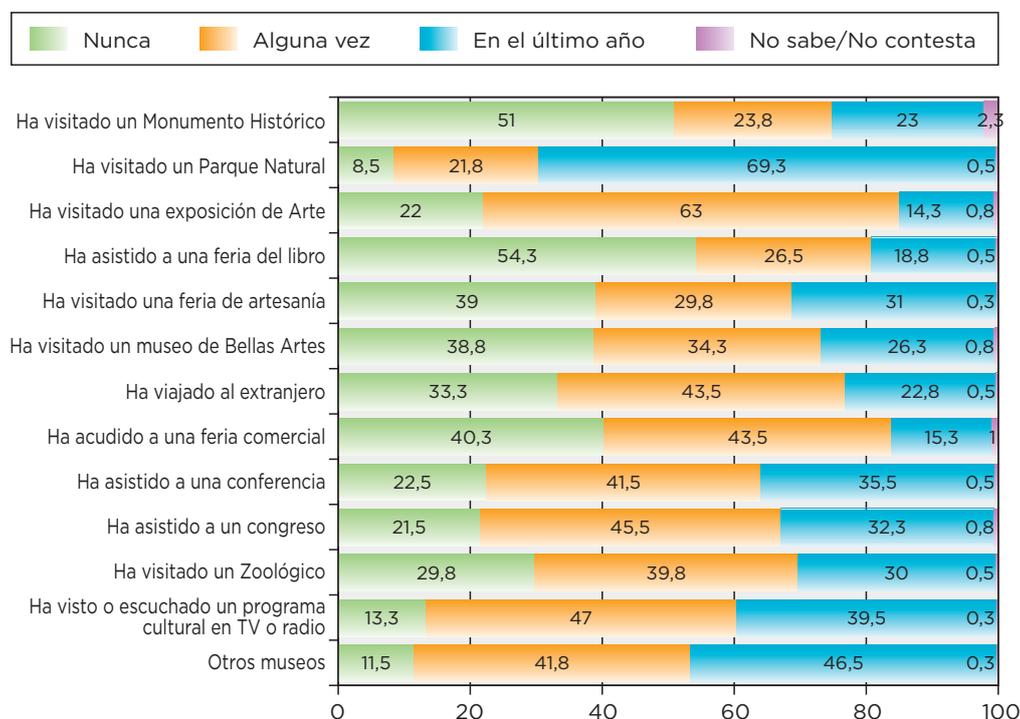
Se solicita información sobre las actividades de ocio y diversión desarrolladas con una frecuencia diaria; destacan *Ver la televisión*, actividad realizada por el 94.3% de los encuestados; *Oír la radio*, con un 71.3%; *Escuchar música*, con un 62.8%; *Leer periódicos y revistas*, con el 53.3%; *Usar el ordenador*, con el 50.5%; *Leer libros*, con el 28.8%; y, *Descansar, no hacer nada*, con un 23.8%; y, se destaca finalmente, *Hacer deporte* con un 18.3%. El resto de las opciones son elegidas por un porcentaje menor del 10% de la muestra.

En relación con las actividades realizadas *un día o dos por semana*, destacan, en un primer grupo *Salir o reunirse con los amigos* (36.5%), *Beber, ir de copas* (23%), y, *Descansar, no hacer nada* (19%); En un segundo grupo con un porcentaje menor *Hacer deporte* (17.5%), *Leer periódicos, revistas* (14.3%), *Ir a discotecas, bailar* (13.5%) y *Leer libros* (12.5%). Con respecto a actividades realizadas *una o dos veces al mes* presentan un mayor porcentaje las categorías *Ir al cine* (19.5%), *Viajar* (18.8%) y *Salir al campo o a la playa* (16%). Por otra parte, las actividades que una mayor proporción de entrevi-

tados declaran no realizar *nunca* incluyen *Realizar acciones de voluntariado* con un 78.3%; *“Ir de botellón”* con un 75.8%; y, *Jugar con video juegos, consolas...* (70.8%).

Los resultados referidos a otros aspectos relacionadas con la cultura desarrolladas por los participantes en el estudio, son recogidos en el gráfico 10. Entre las actividades propuestas realizadas por un mayor porcentaje de encuestados *en el último año* se encuentran *Ha visto o escuchado un programa cultural en Tv o radio*, un 69.3%; *Ha visitado un parque natural*, un 46.5%; y, *Ha visitado un monumento histórico*, actividad realizada por el 39.5% del total.

GRÁFICO 10. Porcentaje de visitas o asistencias a diferentes actividades culturales



En relación con actividades realizadas *alguna vez* destaca el hecho de que el 63% de los encuestados *Ha visitado un zoológico*. Por otro lado, actividades que en un mayor porcentaje se reconoce no haber realizado *nunca* incluirían *Ha asistido a un congreso*, el 54.3% declara no haberlo realizado nunca; y, *Ha visitado otros museos*, el 51% de los participantes no los ha visitado nunca;

Finalmente, indicar que el número medio de horas dedicado semanalmente a actividades de ocio y diversión se estima en 19.45, con una desviación típica de 24.632.

## 10. ACTIVIDADES CULTURALES

Abordamos aquí diferentes aspectos tales como el gasto mensual estimado en actividades culturales, la valoración que realizan los entrevistados de la oferta cultural de la ciudad de Jaén, o sus intereses en relación con distintas actividades de ocio y cultura. De igual forma, se analizan elementos relacionadas con las actividades culturales ofrecidas por la propia Universidad como la frecuencia de asistencia a las actividades ofertadas y la calidad de las mismas.

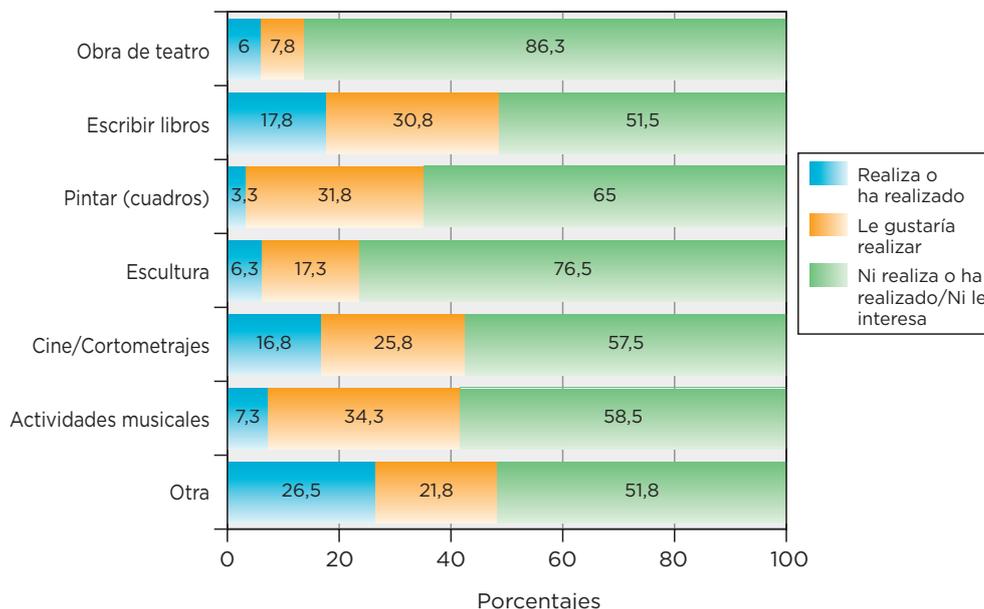
El gasto medio mensual dedicado a la cultura se estima en 37.29 €, con una desviación típica de 67.263. Si analizamos las respuestas registradas con mayor profundidad encontramos que un 18% de los entrevistados afirman *No realizar gasto mensual* en cultura; el 48.1% declara realizar un *gasto entre 1 € y 30 €*, un *gasto superior a 30 €* sería realizado por el 33.6% de la muestra; por su parte, un 0.5% se acogió a la opción *No contesta*.

La evaluación de la oferta cultural de la ciudad de Jaén se realizó mediante una escala tipo *Likert* con 10 anclas; correspondiendo el valor “10” a una evaluación máxima y el valor “1” a una valoración mínima de la misma. La media obtenida

fue 5.09, con una desviación típica de 1.773. De esta forma, podríamos interpretar que la oferta cultural de Jaén obtiene un “aprobado”, según se desprende de las valoraciones realizadas por los participantes en la encuesta.

En el gráfico 11 puede observarse las respuestas respecto a la pregunta sobre el interés que despierta la realización de diversas actividades culturales y de ocio, el principal dato que podemos destacar es que más de la mitad de los entrevistados *Ni realizan, ni han realizado, ni les interesa* ninguna de las actividades propuestas. Estos porcentajes oscilan entre un máximo del 76.5% de encuestados que *Ni realiza, ni ha realizado, ni le interesa la Escultura*, y un mínimo del 51.5% de entrevistados que responden de igual forma respecto el desarrollo de *Actividades musicales*.

GRÁFICO 11. Porcentajes de interés sobre actividades culturales y de ocio



Por otra parte, las principales actividades que *Realiza o ha realizado* una mayor proporción de encuestados son *Obras de teatro* (26.5%), *Actividades musicales* (17.8%) y *Pintar (cuadros)* (16.8%). Asimismo, las actividades que *le gustaría realizar* a un mayor porcentaje de entrevistados incluyen *Escribir libros* (34.3%) y *Cine/Cortometrajes* (31.8%).

Finalmente, en relación con la oferta cultural de la Universidad en la ciudad, más de seis de cada diez participantes en el estudio, el 65%, reconoce no haber asistido nunca a actividades culturales realizadas desde la Universidad. Ha asistido *frecuentemente* sólo el 3% de entrevistados, *alguna vez* un 18.3% y, *rara vez* un 13%. En relación a la valoración realizada de dicha oferta utilizando una escala tipo *Likert* de diez anclas, significando el valor “10” una valoración máxima y el valor “1” una valoración mínima, la media obtenida es 5.99, con una desviación típica de 1.489. Las actividades culturales dependientes de la Universidad obtienen de nota “aprobado alto” mejorando un poco las valoraciones realizadas para la oferta cultural de la ciudad.

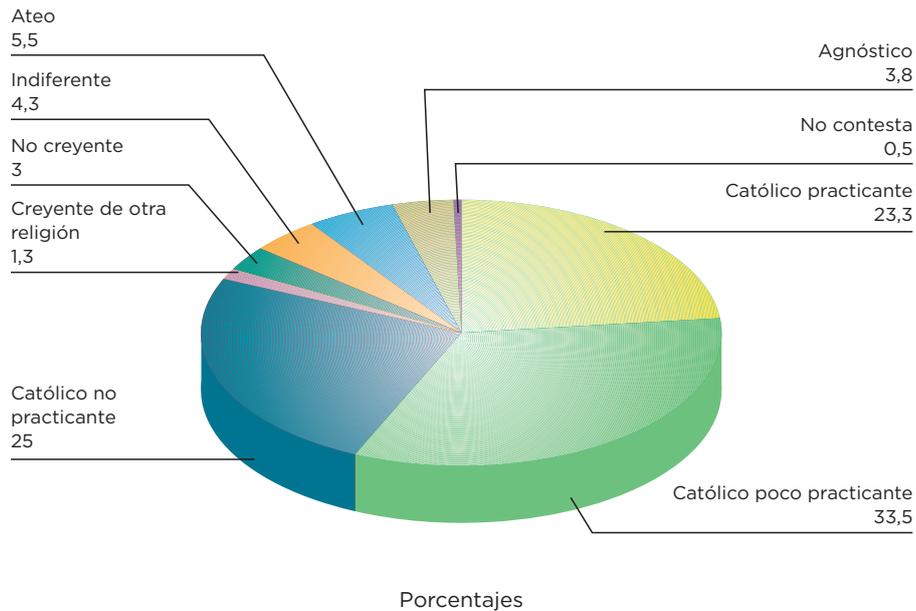
## 11. OTRAS CUESTIONES SOCIODEMOGRÁFICAS

En este último apartado se tratan cuestiones que permiten caracterizar la muestra de ciudadanos que han participado en la investigación, tales como los ingresos familiares mensuales, las creencias religiosas, el posicionamiento ideológico o el lugar geográfico de procedencia de los encuestados.

En relación a los ingresos mensuales, para el 15.3% de los entrevistados éstos se situarían entre los 300 € y los 900 €, para un 33.3%, entre 901 € y 1800 €, un 14.8% tendría unos ingresos entre 1801€ y 2400€, el 9.5%, tendría unos ingresos entre 2401 € y 3000 €, un 9.1% se situarían entre los 3001 € y los 6000 €, un 1.5%, tendría unos ingresos de mas de 6000 €, destacar, finalmente que un elevado porcentaje de encuestados, el 16.5%, optó por la categoría *No contesta*.

Respecto a las creencias religiosas, el gráfico 12 recoge los resultados obtenidos. Claramente, la gran mayoría de los encuestados, mas de ocho de cada diez (81.8%), se declara *Católico*. Este subconjunto de la muestra se reparte en las

GRÁFICO 12. Porcentajes en materia de religiosidad



categorías *Católico no practicante* (25%), *Católico poco practicante* (33.5%) y *Católico practicante* (23.3%). El resto de alternativas posibles de respuesta fueron escogidas de manera muy minoritaria, no superando en ningún caso el 6% del total de participantes. Concretamente, un 5.5% se declara *Ateo*; un 4.3% *Indiferente*; un 3.8%, se declara *Agnóstico*; un 3% *No creyente*; un 1.3%, *Creyente de otra religión*; un 0.5%, opto por la alternativa *No contesta*.

Finalmente, abordamos la cuestión que indaga sobre el posicionamiento ideológico de los entrevistados. Para ello, se empleó una escala tipo *Likert* que osciló entre los valores "0" (extrema izquierda) y 9 (extrema derecha). Asimismo, los entrevistados tenían la opción de acogerse a las categorías *Apolítico* y *No contesta*. El valor medio obtenido a partir de las respuestas válidas registradas es 4.61, con una desviación típica de 1.996. Este valor podría interpretarse como un posicionamiento claramente de centro. Si analizamos en mayor profundidad las respuestas registradas observamos que el porcentaje de respuestas válidas alcanzó el 77.3%; el 17.3% de los entrevistados se declaró *Apolítico*; mientras que, por otra parte, un 5.5% de los encuestados se acogió a la categoría *No contesta*.

La distribución porcentual de las respuestas validas, en exclusiva, fue la siguiente: El valor "5" fue elegido por un 33.7%, el valor "3", por un 15.9% y el valor "6", por un 12.6%. Les siguen en importancia los valores "7" elegido por un 9.7%; el valor "2", por un 9.4% y el valor "4", por un 7.1%. Las valores que denotan un posicionamiento ideológico más definido hacia la izquierda (0, 1 y 2) suponen el 11.9% del total de respuestas válidas. Por otro lado, valores que denotan un posicionamiento ideológico más definido hacia la derecha (8, 9 y 10) suponen el 4.5% del total de respuestas válidas.