

# Estudio de usos, hábitos y demandas culturales del personal de administración y servicios de la Universidad de Sevilla

Clementina Rodríguez Legido. Departamento de Sociología (Universidad de Sevilla)

El presente estudio se enclava en la tercera fase del proyecto del Observatorio Cultural de Atalaya. Al igual que en los dos estudios anteriores, el de estudiantes y el de profesores, la herramienta ha sido un cuestionario común para todas las universidades andaluzas, también han sido comunes los criterios de selección de la muestra. Esta situación otorga homogeneidad a los datos y permite la total comparación entre universidades. La información recogida se refiere, como en el caso de los anteriores, a actividades relacionadas con la lectura, la televisión y la radio, los ordenadores e Internet, el cine, la música, el teatro, el deporte y el ocio y otras actividades culturales.

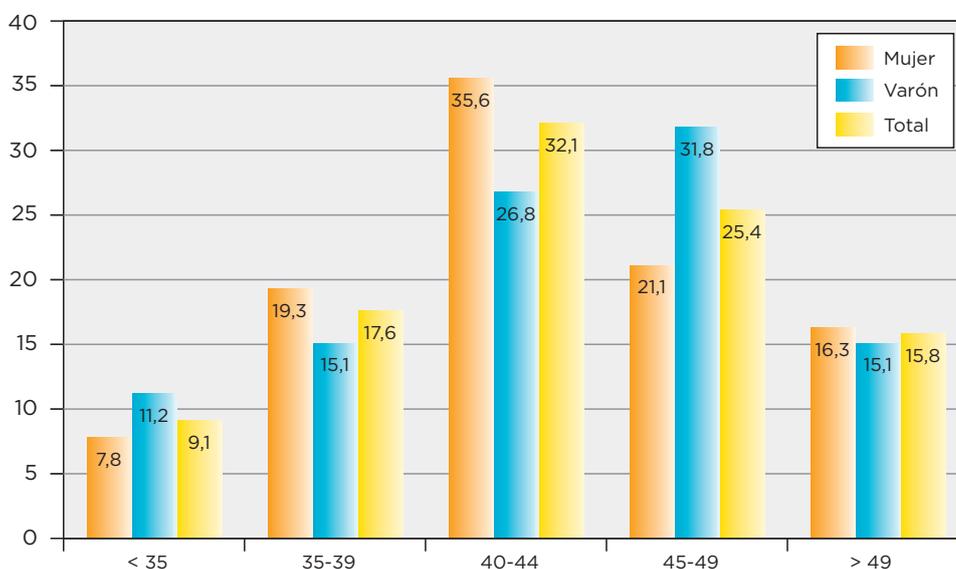
Del total de las 2.329 personas que configuran el colectivo del Personal de Administración y Servicios de la Universidad de Sevilla, se ha elegido una muestra de 587, con un error muestral de 3,5% y un nivel de confianza del 95,5% (dos sigmas). El muestreo ha sido mixto: proporcional en algunas etapas y aleatorio en otras. La afijación proporcional se ha realizado atendiendo al sexo, a la categoría profesional y al grupo laboral.

## 1. CARACTERÍSTICAS DEL PERSONAL DE ADMINISTRACIÓN Y SERVICIOS (PAS)

Antes de comenzar a analizar los resultados obtenidos se van a mostrar las características y el perfil de este colectivo, esto ayudará a entender e interpretar los usos, hábitos y demandas culturales del Personal de Administración y Servicios de la Universidad de Sevilla. Para ello se analizan los datos sociodemográficos incluidos en el cuestionario.

Del total de las 587 personas que configuran la muestra, el 58% son mujeres y el 42% son varones (afijación proporcional). La edad media de este colectivo es de 43 años. Analizando la muestra por grupos de edad, se advierte que más de la mitad se encuentra en la década de los cuarenta (57%) (gráfico 1). Observando con mayor detenimiento estas dos distribuciones (hombres y mujeres según la edad) se percibe que a pesar de la coincidencia en la edad media, los varones se concentran en mayor medida en los grupos de mayor edad (valores de asimetría de -0,334 y 0,150 en varones y mujeres respectivamente). Las diferencias encontradas, por grupos de edad, son significativas ( $p = 0,04$ ).

GRÁFICO 1. Grupos de edad según sexo (%)



Chi-cuadrado  $p = 0,04$

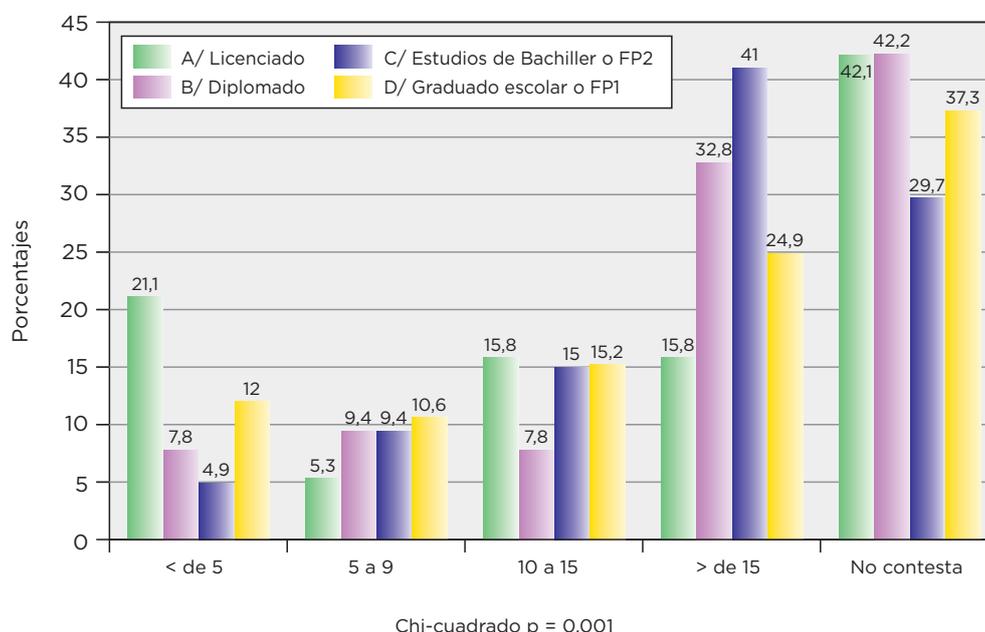
La mayoría de estos profesionales están casados o viviendo en pareja (67%); destaca, sin embargo, que un 21% sigue soltero. Teniendo en cuenta que hablamos de población laboralmente activa y de que el 96% tiene más de 30 años, llama la atención que el 8% siga viviendo con los padres. Parece que este grupo de población no se aparta de la tendencia general de nuestro país de retrasar la salida de la casa de los padres.

Sobre el tipo de vinculación laboral con la Universidad, el 48% son funcionarios y el 52% no (afijación proporcional). Por lo que respecta a los grupos profesionales, el PAS (Personal de Administración y Servicios) puede pertenecer a los siguientes grupos (o asimilados, según la reciente Ley 7/2007 del Estatuto Básico del Empleado Público): A (Licenciado), B (Diplomado), C (Estudios de Bachiller o FP2) y D (Graduado Escolar o FP1). Pues bien, en la Universidad de Sevilla, casi la mitad del PAS (45%) pertenece al grupo C, que unido al grupo D suman el 83% del total. Sólo el 6% pertenece a la categoría del grupo A.

Este colectivo parece disponer de cierta solidez en su puesto de trabajo, la mitad de los trabajadores tiene más de 15 años de antigüedad. También la media es de 15 años. Otro dato interesante que nos muestra esta distribución es la ligera concentración de personas en los grupos con menos años de pertenencia a la universidad (asimetría positiva). Cuando se muestran los datos de esta variable hay que tener en cuenta que presenta un alto nivel de no respuestas (35%); la información, pues, se obtiene de 382 personas.

Cuando se mira la relación entre la antigüedad en el trabajo y el grupo profesional al que pertenece, se observa que ciertamente esta relación existe ( $p = 0,001$ ). Uno de los aspectos más notables de esta relación es que los que llevan menos de cinco años son, mayoritariamente, licenciados y los que llevan más de 15 años pertenecen, por este orden, al Grupo C, Grupo B, Grupo D y por último al Grupo A (gráfico 2).

GRÁFICO 2. Grupo profesional según la antigüedad en el trabajo (%)



Al igual que en otros ámbitos de nuestra sociedad, el nivel de estudios determina la categoría profesional de este colectivo. En este caso, el mayor porcentaje (35%) ha completado estudios de Bachiller o asimilados; un 24% tiene Estudios Primarios; un 17% estudios de Diplomatura y otro 17% de Licenciatura. Sin embargo existe una cierta discordancia entre los estudios exigidos para cada puesto y los estudios que en realidad tienen parte de estos trabajadores. Por ejemplo, un 17% tiene estudios universitarios superiores y sin embargo, sólo un 6% tiene la categoría profesional del nivel A (licenciados).

Por lo que respecta al nivel de estudios de su entorno familiar, cabe destacar que los padres tienen un bajo nivel de formación reglada, el 16% de los padres y el 26% de las madres no tienen ningún estudio; la mayoría de ellos, tanto entre los padres como entre las madres tienen estudios primarios (46% y 47% respectivamente). Son muy escasos aquellos progenitores que tienen estudios universitarios (el 7% de los padres y el 1% de las madres son licenciados).

Sin embargo esta situación cambia notablemente en el ámbito de las parejas de estos empleados; aunque el porcentaje más elevado de sus parejas tienen estudios primarios (29%), son muchos los que han alcanzado los estudios universitarios (16% diplomados y 21% licenciados).

Si comparamos estos datos con los obtenidos en el estudio de Usos, Hábitos y Demandas Culturales de los profesores de esta universidad se observan algunas diferencias interesantes desde el punto de vista sociológico. Las más notables son los porcentajes de los progenitores que no tienen estudios; en el caso de los padres y madres de los profesores, estos valores eran de 7 y 8%, respectivamente, frente al 16 y 26% en el estudio del PAS. A medida que se asciende en el nivel educativo, los valores se van invirtiendo, de tal forma que en el nivel más alto (licenciados), la diferencia, es de 10 puntos tanto entre los padres como entre las madres.

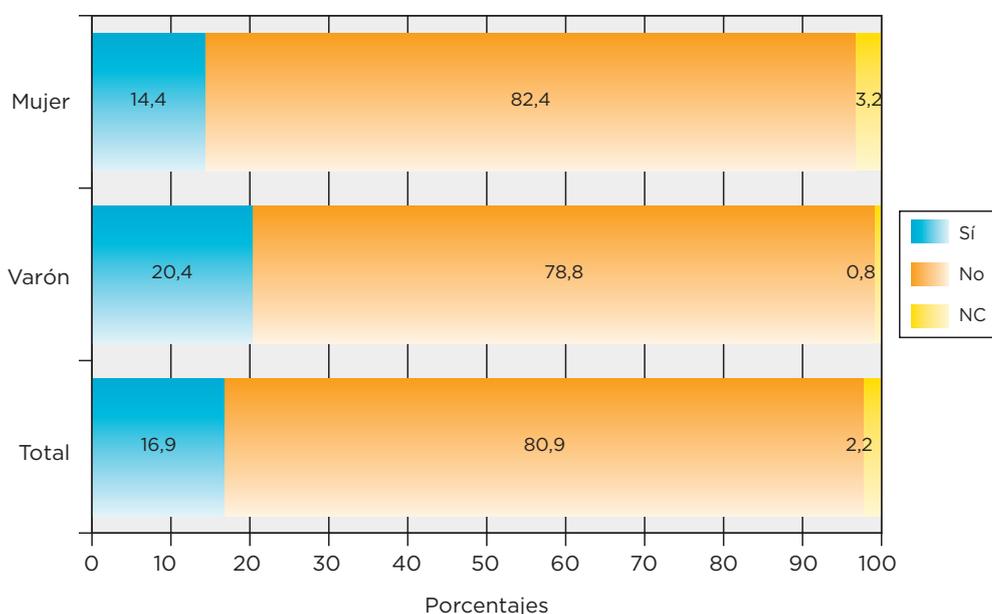
Teniendo en cuenta que el nivel educativo es una de las variables que configuran la clase social, el grado de estudios de los progenitores también aporta información sobre la escala social. Un gran número de estudios sobre desigualdades sociales ponen de manifiesto que el origen familiar sigue marcando la escala social; de tal manera que hay mayor probabilidad de pertenecer a estamentos bajos en la escala social si se proviene de orígenes también bajos. Lo contrario también es cierto, a mayor nivel socioeconómico mayor probabilidad de formar familias de altos niveles en la escala social. Esta situación que era especialmente cierta en sociedades tradicionales (status adscrito), sigue estando presente en las sociedades actuales, aunque en una escala marcadamente diferente ya que no es comparable el grado de desigualdad.

Y por último, señalar que el nivel de estudios de la pareja de estos profesionales presenta escasas diferencias con ellos mismos. Sin embargo, y al igual que ocurriría con el colectivo de los profesores, las parejas y por supuesto los trabajadores del PAS tienen un nivel de estudios notablemente superior que el de sus progenitores. Esta situación es una de las características más notables del cambio producido en nuestra sociedad en una sola generación.

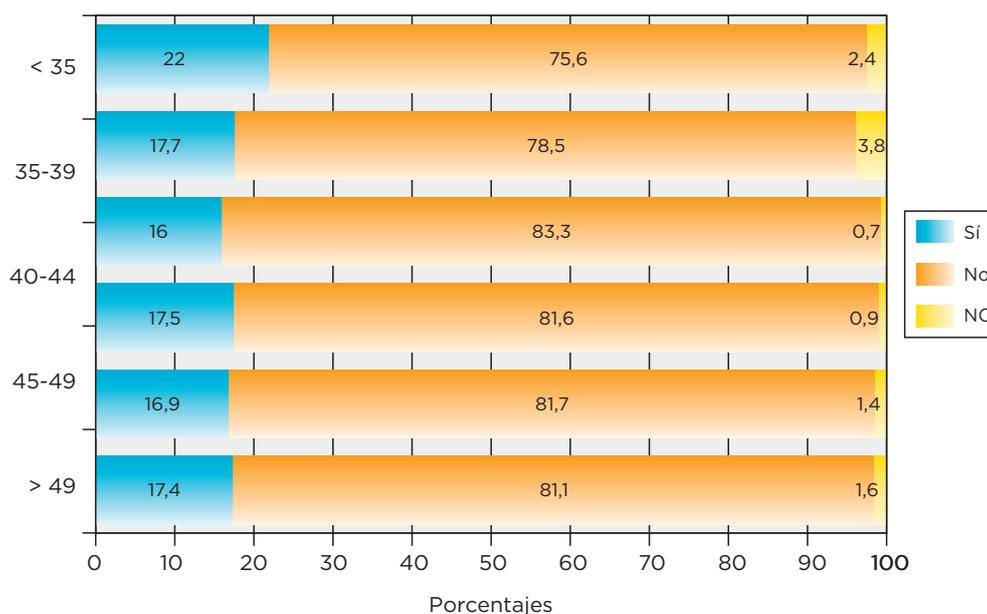
Actualmente, el 17% de estos trabajadores siguen cursando estudios reglados; siendo éstos, mayoritariamente universitarios. Los gráficos 3 y 4 muestran los valores por género y edad respectivamente. Por género, se comprueba que los varones son los que continúan estudiando en mayor proporción (20% varones y 14% mujeres), esta relación es estadísticamente significativa ( $p = 0,03$ ). Estas diferencias no sabemos si se producen porque la mujer, además de la maternidad, suele tener mayor dedicación a las tareas de la casa y en consecuencia no le queda tiempo para otras actividades, o bien porque se sienten menos motivadas. Esto último parece menos probable teniendo en cuenta que, en la mayoría de los niveles educativos, las mujeres suelen obtener iguales o mejores resultados académicos que los varones.

La relación entre los estudios cursados en la actualidad y la edad no existe (gráfico 4). Las diferencias entre los distintos grupos de edad son muy escasas y sin significación estadística.

GRÁFICO 3. Cursa actualmente estudios reglados según el sexo (%)



Chi-cuadrado  $p = 0,03$

GRÁFICO 4. **Cursa actualmente estudios reglados según la edad (%)**


Chi-cuadrado  $p = 0,782$

Para concluir con la información sociodemográfica, señalar que el grupo de ingresos mensuales familiares donde se concentra el mayor número de personas de Administración y Servicios (30%) es el de más de 2.400 €, el 22% ingresa entre 1.800 y 2.400 € y así sucesivamente hasta el 0,4% que tiene unos ingresos inferiores a 900 €.

En este punto sería interesante una reflexión para el diseño de las investigaciones sociales. Junto con la edad y el género, los ingresos es uno de los aspectos que mejor discriminan los hábitos, las opiniones y las actitudes de las personas; al ser categorías sociales de máxima influencia en el individuo, son las que mejor informan de las diferencias.

Sin embargo, y a pesar de la importancia de la información sobre los ingresos, aparece cierta reticencia por parte de la población a dar esta información, aunque la pregunta se presente en intervalos. En este estudio se ha puesto de manifiesto con un 20% de los encuestados que no ha contestado a esta pregunta. En el estudio sobre los profesores, este porcentaje fue del 14%. Las consecuencias de esta situación es que hay que ser cautos con la interpretación de los resultados obtenidos sobre esta cuestión.

Se introduce una pregunta sobre el asociacionismo. El valor más relevante se encuentra en el 21% del PAS que actualmente pertenece a algún sindicato u organización empresarial; el resto del colectivo se reparte en diversas asociaciones, destacando las deportivas (13%), religiosas (11%), culturales, de ocio, apoyo social o derechos humanos (10%). La pertenencia a alguna asociación está relacionada con el género ( $p = 0,03$ ), de tal manera que son los varones los que en mayor medida tienen esta actividad (56% frente al 44% de mujeres). Sin embargo, la edad no influye en el hecho de estar vinculado a una asociación.

En el caso del colectivo de los profesores, el mayor porcentaje se localizaba en los colegios profesionales (26%), seguido de las asociaciones deportivas y de las ayuda al Tercer Mundo; la sindical tan sólo recogía el 9%. Estos datos ponen de manifiesto algo esperado, y es que ambos colectivos tienen diferentes intereses profesionales.

Para completar este perfil, se muestran los datos sobre religiosidad y posición política. En cuanto al grado de religiosidad destacar la escasa actividad de este colectivo; tan sólo el 13% se considera católico practicante y un 53% es católico poco o nada practicante; el 5% es ateo, que unido a las categorías de agnóstico (8%), de no creyente (4%) y de indiferente (5%), suman un total del 22% que no tienen creencias religiosas.

Comparando estos datos con los obtenidos en el estudio de los profesores, se observan algunas diferencias interesantes. Si el conjunto de católicos (practicantes, poco practicantes y nada practicantes) es un 66% en el colectivo del PAS, este porcentaje bajaba al 52% en el de los profesores. En cuanto al conjunto de las "no creencias religiosas" (ateo, agnóstico, indiferente y no creyente), en el PAS supone el 22%, mientras que en el colectivo de los profesores el porcentaje subía al 34%.

Cuando se mira la existencia de relación entre la religiosidad y el género se comprueba que estos dos hechos están asociados ( $p = 0,001$ ). En este caso son las mujeres las que presentan mayor grado de religiosidad en todas las categorías.

Estos datos parecen estar en consonancia con los encontrados en diferentes estudios y que confirman una tendencia histórica en la sociedad española: las mujeres han sido y siguen siendo, más religiosas que los hombres.

Curiosamente no se ha encontrado relación entre el grado de religiosidad y la edad en el colectivo del PAS.

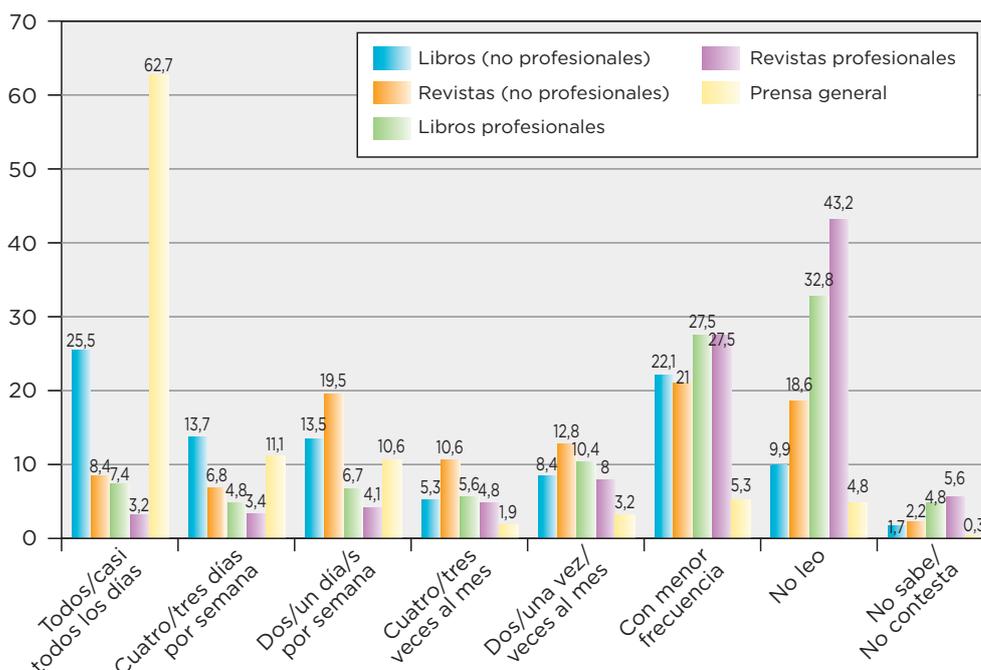
Por lo que respecta a la orientación política se presenta un *continuo* de nueve puntos, siendo el primero la extrema izquierda y el último la extrema derecha. Cabe destacar que el 40% del PAS se posiciona en los primeros cuatro tramos de este *continuo*, es decir, en una orientación de izquierda; otro 44% lo hace en los últimos cuatro tramos, es decir, en una orientación de derecha y el 16% restante, en el medio del *continuo*. No se ha encontrado relación entre la orientación política y el género.

## 2. SOBRE LA LECTURA

Cuando se habla de lectura hay que distinguir entre aquella que se realiza en el entorno profesional y laboral y la que está más orientada al ocio. En relación a esta última, nuestro país ha estado largo tiempo en los lugares más bajos de la lista de países de nuestro entorno en cuanto a hábito de lectura; aún hoy y según Eurostat, España es, en la Europa de los ocho, el país que dedica menos tiempo a leer. Sin embargo, son esperanzadores los datos que indican que se está incrementando la afición a la lectura.

En el gráfico 5 se muestra el conjunto de material de lectura que se les presenta al colectivo del PAS para conocer la frecuencia con la que leen. La lectura que realizan con mayor frecuencia (todos o casi todos los días) es la de prensa diaria, lo hacen el 63%; la siguen los libros no profesionales (25%) y a mucha distancia, lo libros profesionales y las revistas; estos últimos tienen una escasa presencia en esta actividad.

GRÁFICO 5. Frecuencia de lectura (%)



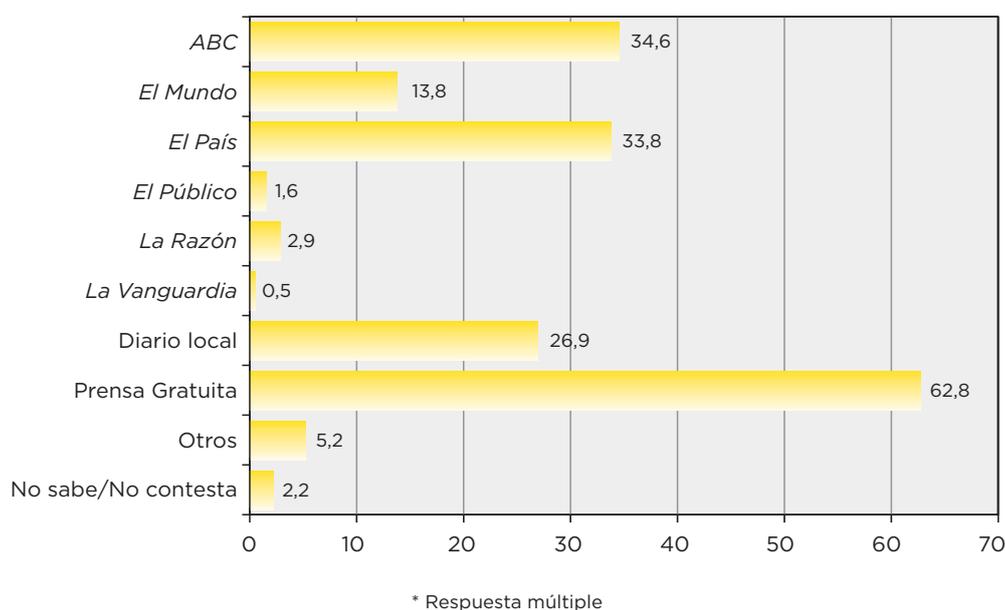
Sobre los libros no profesionales, los datos indican que existe más o menos la misma proporción en los dos extremos, es decir, en los que leen con mayor frecuencia y los que lo hacen con menor (25% y 22% respectivamente). Dicho de otra forma, uno de cada cuatro personas del PAS lee libros (no profesionales) todos los días y también casi la misma cantidad, apenas lee (lo hace menos de una vez al mes).

Como ya se ha señalado, el 84% lee prensa general al menos, uno o dos días a la semana. Por género y edad, encontramos que los varones leen la prensa con algo más de frecuencia que las mujeres, aunque estas diferencias no son estadísticamente significativas. Tampoco se encuentra relación estadística entre la lectura de prensa y la edad.

Sin embargo, la lectura de prensa sí está relacionada con el grupo profesional ( $p = 0,01$ ), de tal manera que son los que pertenecen al grupo D (Graduado Escolar, FP1) los que más leen la prensa (70%, frente a 55% del grupo A (Licenciado).

La prensa que más se lee es la gratuita (63%), seguida del *ABC* y de *El País* (35% y 34% respectivamente), la prensa local la leen un 27%; los demás periódicos muestran unos porcentajes muy bajos (gráfico 6).

GRÁFICO 6. Lectura de prensa general (%)\*



Si se agrupan las categorías que van desde “los que más leen” hasta los que lo hacen “uno o dos días a la semana”, encontramos un 53% de lectores. Estos datos están muy por encima de los del año 2002 del Ministerio de Educación, o de los publicados por la Federación de Gremios de Editores (FGEE) en el 2006 (35% y 41%, respectivamente).

Cuando se contemplan estos datos por género se comprueba que en la categoría de “todos o casi todos los días” son las mujeres las que lo hacen en mayor proporción (30%, frente al 20% en los varones). Para el resto de las categorías, las diferencias son mínimas; de hecho, no se alcanza el nivel de significación necesario para establecer esta relación.

Sin embargo, cuando se mira la relación con la edad, sí se encuentra significación estadística ( $p = 0,026$ ) (gráfico 7). Llama la atención que la afición por la lectura vaya aumentando con la edad, de tal manera que son los de 50 y más años los que leen con mayor frecuencia; los más jóvenes son los que menos leen. En todos los grupos de edad existe casi la misma cantidad de personas que leen frecuentemente y que leen con muy escasa frecuencia.

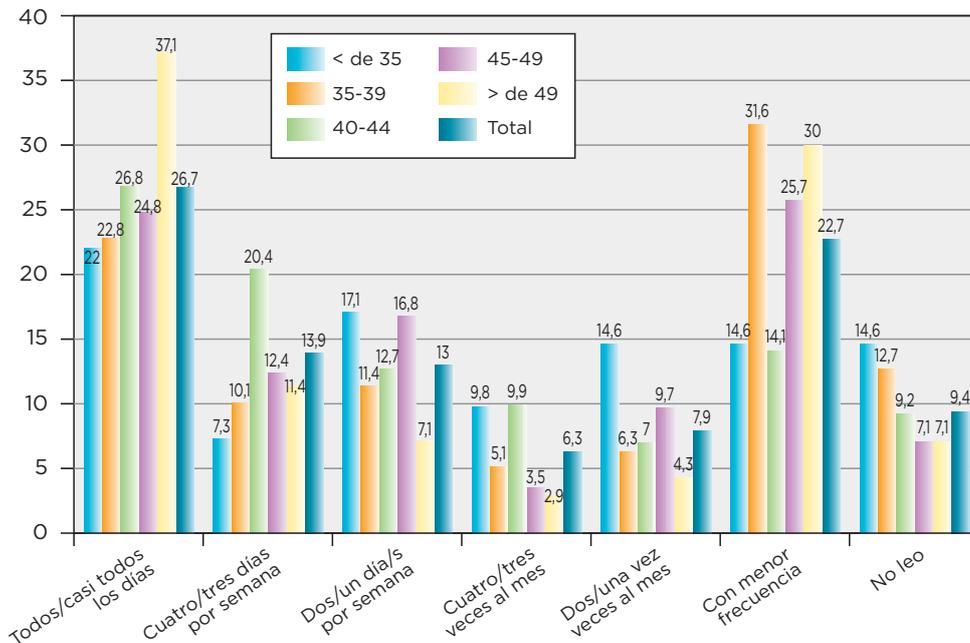
Los datos sobre lectura en este colectivo suscitan la impresión de que o tienen el hábito de lectura y en ese caso, leen todos o casi todos los días o no lo tienen y por eso leen menos de una vez al mes. Parece que la frecuencia en esta actividad es un factor secundario.

También el grupo profesional está relacionado con el tipo y hábito de lectura ( $p = 0,032$ ), siendo los universitarios y los de bachiller los que más leen. Lo inverso también es cierto; la mayor cantidad de personas que leen menos de una vez al mes está en el grupo más bajo del escalafón profesional (D).

El Personal de Administración y Servicios lee al año una media de 6 libros no profesionales y de 2 profesionales. El tiempo medio dedicado a la lectura diaria es de 51 minutos los días laborables y de 65 los festivos.

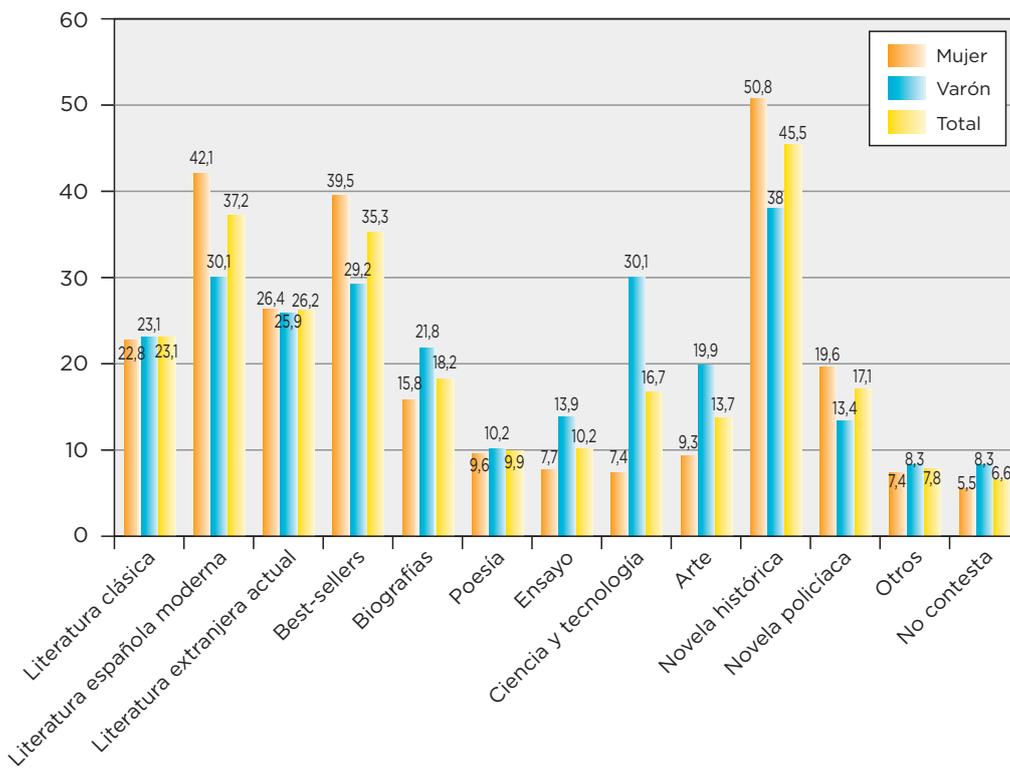
En el gráfico 8 se muestra el tipo de libros no profesionales que leen; destaca en primer lugar, la novela histórica (45%), le sigue la literatura española moderna (37%), los best-sellers (35%), la literatura extranjera actual (26%) y la literatura clásica.

GRÁFICO 7. Lectura de libros no profesionales según la edad (%)



Chi-cuadrado p = 0,026

GRÁFICO 8. Tipo de libros no profesionales leídos según sexo (%)\*



\* Respuesta múltiple

sica (23%) y a cierta distancia se encuentran, por este orden, las biografías, las novelas policíacas, los libros de ciencia y tecnología, los de arte y en los últimos lugares, los de ensayo y los de poesía.

Comparando estos resultados con los obtenidos en el estudio de los profesores, se observa que apenas varían los gustos, sobre el tipo de lectura no profesional, entre un colectivo a otro.

Calculada una Tabla de Contingencia para cada una de estas categorías de libros según el género, se observan unos resultados curiosos. En la mayoría de los tipos de libros, leen más las mujeres que los hombres aunque hay tres grandes excepciones: los libros de ensayo, los de ciencia y tecnología y los de arte, en estos tres tipos de libros las diferencias entre hombres y mujeres son más altas que en el resto y estadísticamente significativas ( $p \leq 0,02$ ). También es mayor, aunque muy ligeramente, el número de hombres que leen biografías.

Asimismo se puede apreciar que apenas existen diferencias entre hombres y mujeres en la lectura de libros de literatura clásica, de literatura extranjera actual y de poesía. Sin embargo, los gustos de las mujeres están muy marcados por la novela histórica, la literatura española moderna y los best-sellers. Observando el conjunto de estos datos (tabla 8), se pone de manifiesto que las lecturas no profesionales que prefieren mayoritariamente los varones, son las minoritarias, es decir, aquellas que reciben los menores porcentajes de lectura.

Por grupos de edad, la novela histórica es la preferida en todas las edades. Una tendencia curiosa es que esta preferencia va aumentando a medida que cumplen años. También se observa esta tendencia en los best-sellers, la literatura española y la literatura extranjera. Las personas de más edad, van leyendo cada vez más, biografías aunque no sea lo más leído.

Por grupo profesional, sigue siendo la novela histórica la más elegida, a excepción del grupo B (Diplomados) que prefiere, en primer lugar la literatura española y la literatura extranjera en segundo. Para el resto de los grupos profesionales, los puestos segundo y tercero son para la literatura española y extranjera respectivamente.

Sobre la lectura de libros profesionales cabe destacar que la mayoría de este colectivo no lee ninguno (33%); otro 27% señala que lo hace "menos de una vez al mes"; siendo muy escasos los que leen con mayor frecuencia. Por grupos de edad cabe destacar que, aunque son escasos los que leen este tipo de libros todos o casi todos los días, son los más jóvenes los que lo hacen en mayor proporción. Lo mismo ocurre con los varones frente a las mujeres. En cuanto al grupo profesional, son los del grupo A (licenciados) los que muestran mayor frecuencia en la lectura de este tipo.

Por lo que respecta a las revistas profesionales, se repite el mismo esquema que con los libros profesionales; aunque se percibe que aún es más alto el porcentaje de personas que no las leen o las leen con muy poca frecuencia.

Sobre las revistas no profesionales (gráfico 9), las más leídas son por este orden: viajes (37%), decoración (30%), suplementos literarios (29%), salud-belleza (28%), naturaleza (27%) y del corazón (23%).

La elección de algunas de las revistas no profesionales está claramente marcada por el género. De entre las más leídas que se acaban de señalar, la de viajes, la de suplementos literarios y la de naturaleza, no presentan diferencias significativas entre hombres y mujeres. Pero en el resto de las más leídas, decoración, salud-belleza y de corazón, las diferencias son muy notables y altamente significativas a favor de la mujer.

Aunque con menor número de lectores, algunas de las revistas de la tabla, son claramente elegidas por los varones, como son las de informática-ordenadores, las del automóvil y las de economía-finanzas. Las diferencias también en este caso son notables y altamente significativas.

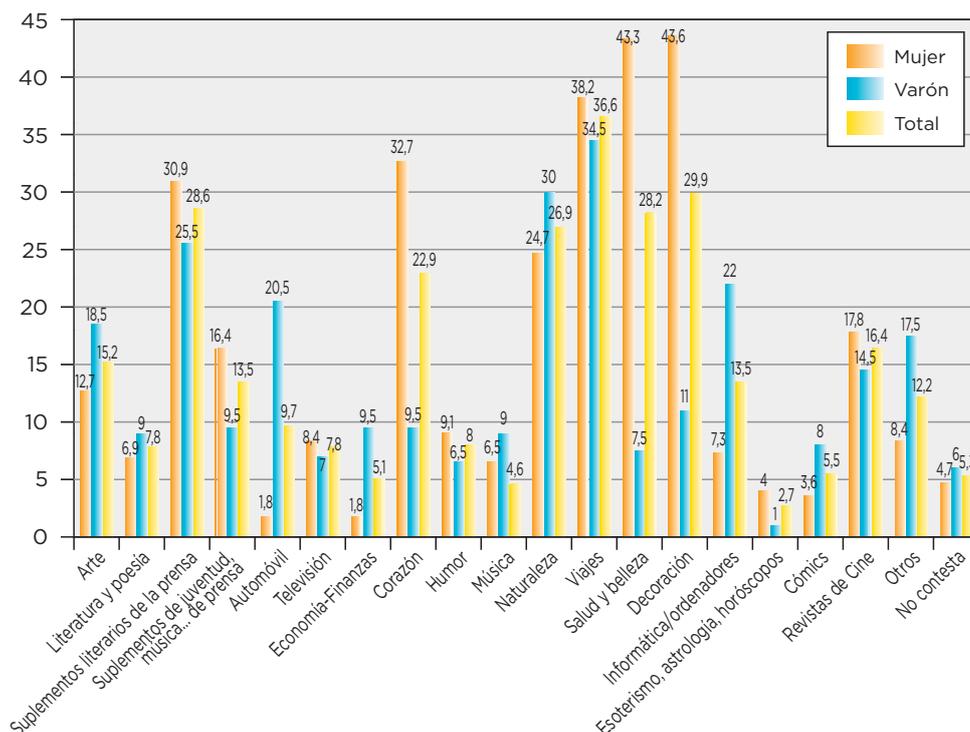
En general, las preferencias del tipo de revistas no profesionales según los hombres y las mujeres de este colectivo parecen responder a un esquema social predecible: las mujeres eligen para su entretenimiento lecturas más superficiales y ligeras que los varones. Este comportamiento también se manifestó en el colectivo de profesores.

Sobre el uso de las bibliotecas, lo más notable es que hay un 52% que no va nunca, y un 21% que dice ir menos de una vez al mes. Sin embargo, hay un 12% que va todos o casi todos los días. De los que acuden a la biblioteca, mayoritariamente lo hacen a bibliotecas de la Universidad, ya sea de su centro o de otro (75%) pero también hay un 42% que va a las bibliotecas municipales.

El uso que suelen hacer de ellas se centra en el préstamo y consulta de libros (65% y 37% respectivamente); también las usan para consultar en Internet (18%) y buscar información en bases de datos (16%) así como para estudiar (16%).

En este estudio se ha incluido una pregunta sobre el nivel de satisfacción global del Personal de Administración y Servicios sobre las bibliotecas de la Universidad de Sevilla. Teniendo en cuenta que la pregunta ha sido formulada como un

GRÁFICO 9. Lectura de revistas no profesionales según sexo (%)\*



\* Respuesta múltiple

continuo, se va a realizar el Análisis de la Varianza. Este análisis permitirá conocer, no sólo la existencia de relación de esta variable con el género, la edad o el grupo profesional, sino en qué categorías se muestran las diferencias. El *continuo* ha sido de cinco puntos, siendo 1 el menor grado de satisfacción y 5 el mayor.

La valoración media obtenida ha sido de 4. Mirando la relación de la satisfacción por género se observa que las diferencias obtenidas son muy escasas y no significativas. Por grupo profesional, tampoco se han detectado diferencias significativas en la satisfacción con las bibliotecas; aunque despunta una tendencia, a aumentar, a medida que sube el grupo profesional (más satisfechos los del grupo A, y menos los del D). Lo mismo ocurre cuando se mira por años de antigüedad.

Sin embargo, observando el nivel de satisfacción por la edad, se advierte que la satisfacción aumenta a medida que lo hace la edad; de tal manera que los menores de 35 años muestran una media de 3,1 y los mayores de 49 años, de 4,3. El nivel de significación de ANOVA es inferior a 0,0001.

En este análisis se ha observado que el grupo de menor edad es el que muestra diferencias significativas con todos y cada uno de los restantes grupos. Es decir, que los menores de 35 años consideran el funcionamiento global de las bibliotecas, peor que el resto de la población del PAS; para el resto de los grupos de edad comparados, no se han observado diferencias significativas.

### 3. SOBRE LA TELEVISIÓN, LA RADIO Y EL ORDENADOR/INTERNET

Actualmente la lectura ya no es el principal instrumento de culturización que posee el hombre contemporáneo; ésta ha sido desbancada, de manera muy notable, por la televisión.

El Personal de Administración y Servicios de esta universidad, ve la televisión una media de 77 minutos los días laborales y de 117 los días festivos. La gran mayoría (80%) la ve en el horario de noche. La elección de la hora, no muestra diferencias ni por género, ni por edad ni por grupo profesional.

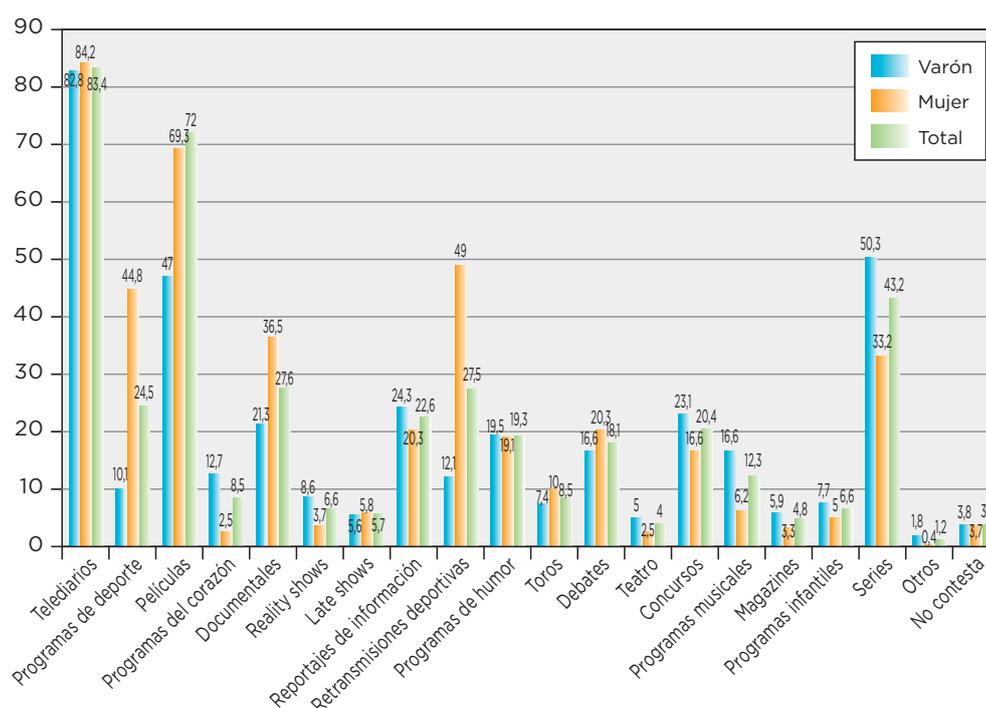
Cuando se analiza el consumo de televisión por género, se observa que las diferencias son muy escasas, aunque es ligeramente superior el porcentaje de mujeres que de varones, tanto en visión diaria como en fines de semana. Estas diferencias no alcanzan significación estadística.

Los datos obtenidos por grupos de edad tampoco revelan relación entre ambas variables. El Análisis de la Varianza confirma que no existe relación entre ningún grupo de edad en cuanto al tiempo de visión de la televisión, a pesar de observarse un ligero menor consumo entre aquellos que tienen menos de 35 años.

El mismo resultado se ha obtenido cuando se ha analizado el tiempo dedicado a ver la televisión según el grupo profesional al que pertenecen; tampoco se han apreciado diferencias significativas entre ningún grupo de profesionales, aunque puede observarse una media ligeramente inferior de tiempo dedicado a la televisión en el grupo A (licenciados).

En el gráfico 10 se muestran los programas más vistos. Estos son, fundamentalmente, los telediarios (83%) y las películas (72%); a cierta distancia le siguen las series (43%), los documentales (28%) y las retransmisiones deportivas (27%). Más de la mitad de este colectivo no tiene canales privados ni televisión satélite; tan sólo el 29% dice sí poseerlo.

GRÁFICO 10. Tipos de programas vistos en televisión según el sexo (%)\*



\* Respuesta múltiple

Los dos programas más vistos por este colectivo, que son, los telediarios y las películas, no presentan diferencias significativas entre los hombres y las mujeres; sin embargo, del resto de los programas con mayor audiencia, son claramente preferidos por unos u otros. Por ejemplo, las series las eligen en mayor medida las mujeres, éstas también eligen los programas musicales y los concursos. Por otro lado, los varones prefieren los documentales y los programas de deportes y las retransmisiones deportivas.

También se han calculado las Tablas de Contingencia de estos programas de televisión para los grupos de edad. Los resultados informan que salvo algunas excepciones, los programas de televisión son vistos, sin diferencias significativas, por los diferentes grupos de edad. Las excepciones están en los programas de debate, que ponen de manifiesto que les gustan más a los más jóvenes (< 35) y a los más mayores (> 49) y mucho menos a los de edad intermedia (p = 0,043); la otra excepción se encuentra en las series, éstas las prefieren los más jóvenes y va disminuyendo su preferencia, de manera progresiva, según aumenta la edad (p = 0,001).

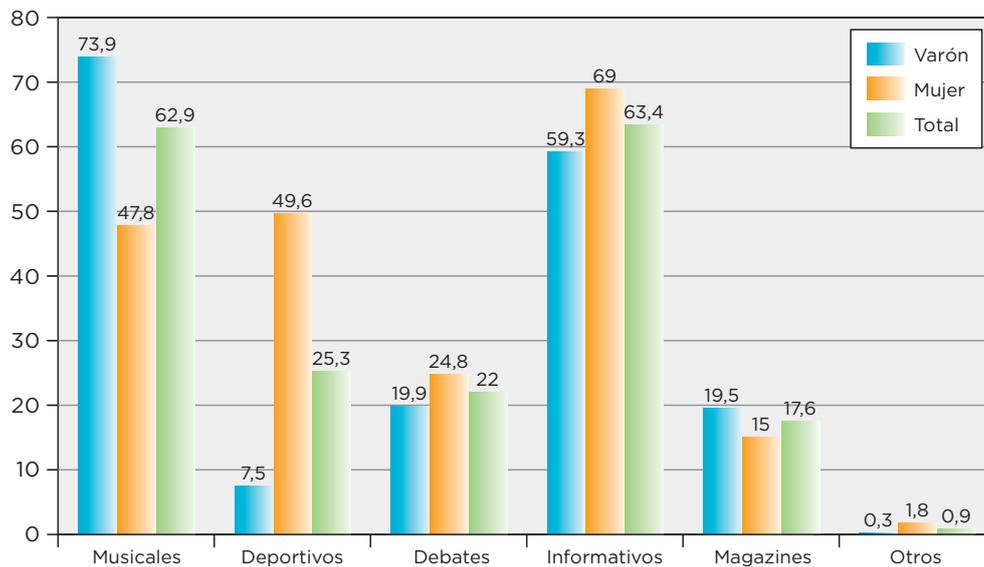
La radio es otro medio de comunicación muy utilizado entre este colectivo, más de la mitad (67%) la escucha todos o casi todos los días, un 9% lo hace menos de una vez al mes y otro 9% no la escucha nunca. Entre los hombres y las mujeres las diferencias son muy escasas en cuanto a esta actividad, aunque es ligeramente superior el porcentaje de varones que el de mujeres. Cuando se mira la relación entre escuchar la radio y la edad, se observan unas diferencias algo más acu-

sadas, rozando el nivel de significación ( $p = 0,06$ ). En este caso las diferencias se orientan hacia las personas mayores de 49 años que les gusta oír la radio algo más que a las menores de 35.

Por grupo profesional, tampoco se han encontrado diferencias significativas, aunque la tendencia es que los que escuchan la radio con más frecuencia son los del grupo A (licenciados).

En el gráfico 11 se muestran los programas que suelen escucharse, y como puede observarse, los mayoritarios son los informativos y los musicales, con el mismo porcentaje (63%); le siguen, a cierta distancia, los deportivos y los debates (25% y 22%, respectivamente).

GRÁFICO 11. Programas de radio escuchados según sexo (%)\*



\* Respuesta múltiple

A diferencia de la televisión, en la que los informativos no presentaban diferencias por género, en la radio se informan más los hombres que las mujeres ( $p = 0,021$ ). El otro gran porcentaje de oyentes son los que escuchan música; en este caso son las mujeres las que mayoritariamente lo hacen (74% frente al 48 % de varones) ( $p \leq 0,001$ ).

Por grupos de edad no se aprecian diferencias significativas a la hora de elegir algún programa de radio, a excepción de los debates: eligen esta opción las personas de mayor edad y de manera progresiva.

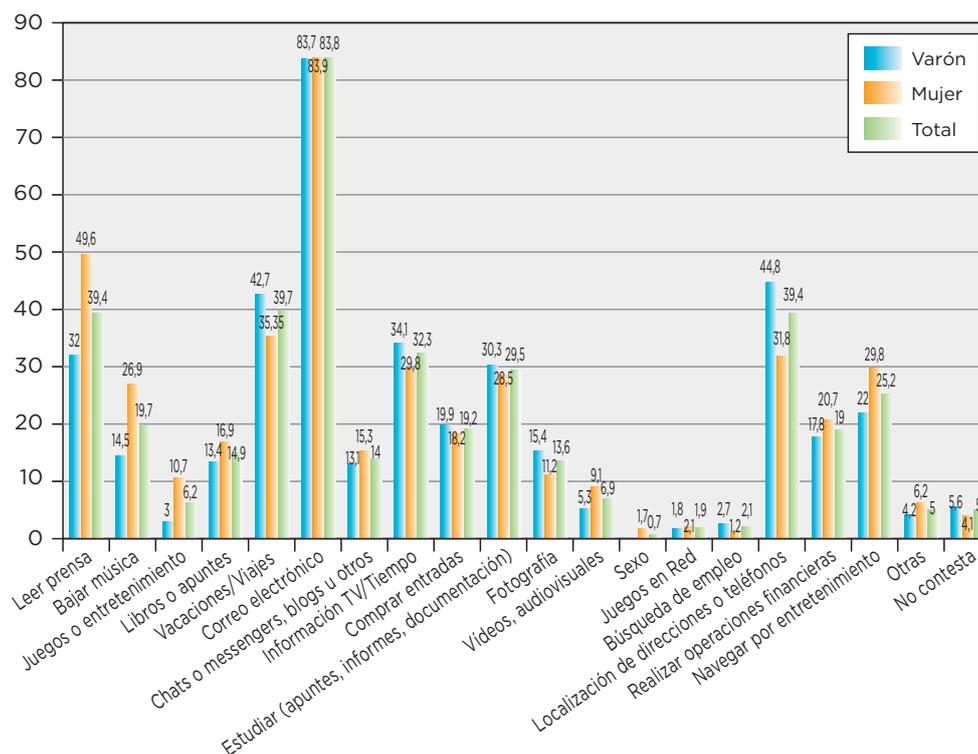
Por lo que se refiere a los ordenadores y a Internet, cabe destacar que un amplísimo porcentaje del colectivo PAS dispone de ordenador en su domicilio (87%); siendo, en más de la mitad de los casos, su uso compartido. Un porcentaje similar dice disponer de Internet y un 56% de ellos, lo tienen contratado con tarifa plana y banda ancha; aún queda un 39% que no tiene banda ancha aunque sí, tarifa plana. Calculadas las Tablas de Contingencia por género y edad, se comprueba que no existen diferencias entre ningún grupo.

Sobre el lugar dónde usan Internet, las tres cuartas partes lo hacen en la Universidad, un 67% lo usa en casa y tan sólo un 2% lo hace en las bibliotecas públicas.

En el gráfico 12 se muestra la utilización de esta herramienta; como puede comprobarse, el uso mayoritario y con mucha diferencia, es el del correo electrónico (84%), le siguen los viajes / vacaciones (40%), la localización de direcciones y teléfonos y lectura de prensa (39%), información sobre TV/Tiempo (32%), estudiar (29%), navegar por entretenimiento (25%) y bajar música/películas (20%). Con porcentajes cercanos al 20%, también se sitúan aquellos que compran entradas y los que realizan operaciones financieras (19% en ambos); y con valores algo inferiores, se encuentran los que buscan libros o apuntes (15%), los Chats o messengers, blogs,... y la fotografía (14% en ambos). El resto de los usos de Internet no llega al 10%.

Cuando se analizan los datos sobre el uso de Internet según el género, se observan una serie de peculiaridades dignas de mención. Por ejemplo, la actividad que más se realiza por Internet (correo electrónico) la llevan a cabo los hombres y

GRÁFICO 12. Usos de Internet según el sexo (%)\*



\* Respuesta múltiple

las mujeres indistintamente. Entre las siguientes diez actividades, son claramente las mujeres las que más lo usan para la localizar direcciones y teléfonos con una diferencia estadísticamente significativa de 7 puntos; también son mayoría las mujeres que lo usan para vacaciones/viajes, para información de TV /tiempo, para estudiar y para comprar entradas; aunque las diferencias encontradas en este grupo no son significativas, sí indican una tendencia en el uso de esta potente herramienta de comunicación. Por otro lado, los varones usan Internet en mayor medida que las mujeres, para la lectura de prensa (50% frente a 32%), para navegar como entretenimiento (30% y 22%) y para bajar música y películas (27% y 14%); en todos estos casos las diferencias son estadísticamente significativas, como puede observarse en la citada tabla 12. Hay dos actividades más que las realizan, en mayor proporción, los varones que las mujeres, aunque las diferencias obtenidas no sean significativas; las actividades se refieren, una a la realización de operaciones financieras (21% y 18%) y la otra a gestionar libros y apuntes (17% y 13%).

También se han calculado las relaciones entre los usos de Internet y la edad. En este caso, los datos informan de que en el colectivo del PAS la edad tiene una escasa influencia en el uso de esta herramienta; salvo cuatro excepciones, las pequeñas diferencias que se han encontrado por grupos de edad, no alcanzan significación estadística. Las excepciones se localizan en bajar música o películas, en chats o messengers, blogs,...., en estudiar y en videosaudiovisuales; en estos casos, son los más jóvenes los que más uso hacen de ellos.

Y para terminar con este apartado, hacer un comentario sobre el teléfono móvil. Es uno de los objetos vinculados a la comunicación que más implantación tiene en la sociedad actual. Además de ser omnipresente, está modificando nuestros hábitos y necesidades de comunicación a unos niveles jamás conocidos. Para este colectivo, destacar que lo posee casi la totalidad, el 97%. El uso mayoritario es el de llamar y recibir llamadas (98%). Envían y reciben mensajes el 61%, y un 21% lo usa también para hacer fotos. El gasto medio al mes, por disponer y usar de él, es de 30 €. En este caso gastan igual los hombres que las mujeres.

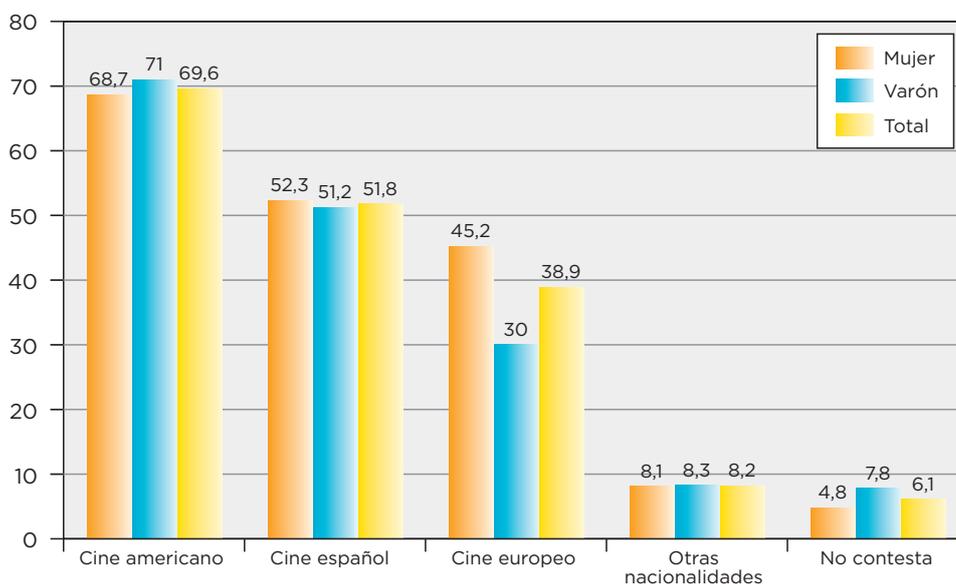
#### 4. SOBRE EL CINE

Ir al cine es una actividad que realiza con escasa frecuencia el Personal de Administración y Servicios de la Universidad de Sevilla. Casi la mitad (48%) va al cine alguna vez al año, si a este porcentaje se une el 10% que dice no ir nunca, suman un 58%. Por otro lado, hay un 13% que va dos o tres veces al mes, si unimos esta categoría con los que van una vez al mes (16%), se obtienen un 29% que va al cine, al menos, una vez al mes.

La asistencia al cine y el género no están relacionados. Sin embargo, sí aparecen algunas diferencias significativas por edad, concretamente en la categoría de “los que van una vez por semana” son los más jóvenes y los de mayor edad los que lo hacen con mayor frecuencia; en las edades intermedias la frecuencia es más baja. La explicación a este comportamiento podría estar en que estos dos grupos de edad son los que menos cargas familiares tienen y en consecuencia disponen de mayor tiempo libre.

En el gráfico 13, se muestra el tipo de películas preferidas por este colectivo y como puede observarse, el 70% prefiere el cine americano; esta preferencia la manifiestan tanto las mujeres como los varones, aunque estos últimos lo hacen con un porcentaje un poco mayor que no llega a ser significativo.

GRÁFICO 13. Tipo de películas según sexo (%)\*



\* Respuesta múltiple

El siguiente tipo de cine que más eligen es el español con un 52%. Tampoco en este caso se aprecian diferencias por género. En tercer lugar, este colectivo prefiere el cine europeo en un 39%; este tipo de cine, más minoritario, sí presenta diferencias significativas según el género, siendo las mujeres quienes lo eligen en mayor proporción (45% frente a 30%).

Las diferencias encontradas según los grupos de edad no son significativas en ninguna de las categorías.

Las personas que van al cine encuentran, la gran mayoría de las veces, las películas en las carteleras de la ciudad; sólo un 21% tiene dificultades para ver el cine que quiere en las Salas de Cine. La forma de ver cine es muy variable: de cada 10 películas, la mitad las ven en TV en abierto, sólo 2 de 10 las ven en las Salas de Cine y una de cada 10 son bajadas de Internet.

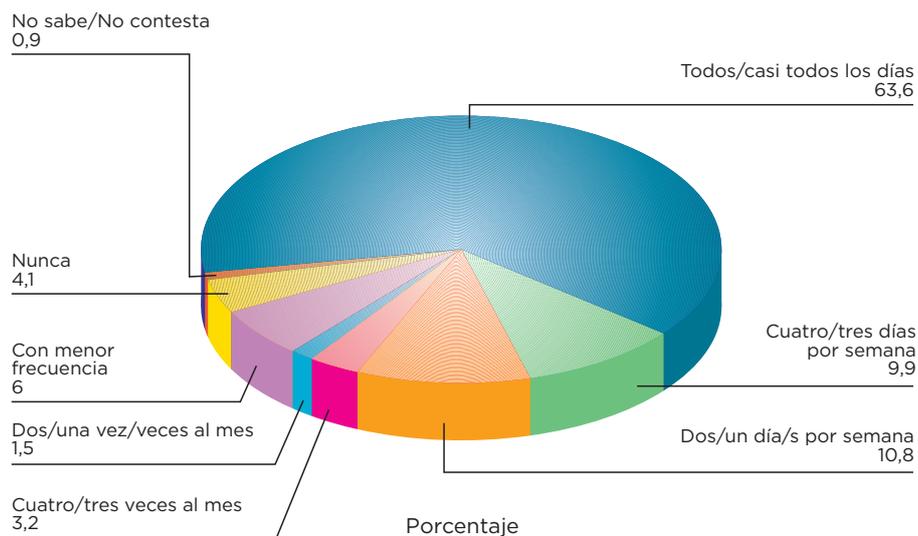
Sobre las proyecciones que ofrece la Universidad de Sevilla, señalar que tres de cada cuatro personas no ha ido nunca y un 25% lo ha hecho alguna o rara vez.

## 5. SOBRE LA MÚSICA

Escuchar música es una de las actividades de ocio más presentes y en expansión en todos los ámbitos de la vida. Los grandes avances técnicos han facilitado unos soportes de audio que permiten escuchar música en cualquier lugar y ocasión.

Como puede observarse en el gráfico 14, la mayoría de este colectivo de trabajadores escucha música todos o casi todos los días, y al menos un día a la semana lo escuchan el 84%; tan sólo un 4% no escucha música nunca. Calculada una Tabla de Contingencia por género, se comprueba que no existen diferencias entre las mujeres y los hombres en lo que a frecuencia de escuchar música se refiere. Tampoco la edad está relacionada con la frecuencia en la audición de la música.

GRÁFICO 14. Escuchar música (%)



En cuando al dispositivo utilizado (gráfico 15), es interesante señalar la gran variación en las respuestas, aunque siguen siendo los soportes clásicos de radio y televisión los más utilizados (46%).

Con similares porcentajes, que giran entre el 11% y el 13%, se encuentran los reproductores de MP3/MP4, el equipo de música, los discos CD's o DVD's y el ordenador. El teléfono es aún minoritario (2%). También para esta variable se han calculado las posibles relaciones por género y edad. Los valores de Chi-cuadrado indican que esa relación no existe ni con el género ni con la edad.

Sobre el tipo de música preferido cabe destacar que es el Pop, tanto Español como Internacional lo que más gusta a este colectivo; dentro del Pop, es el Español el que recoge los mayores porcentajes (59% frente al 43% de Internacional).

En el gráfico 16 se muestran los tipos de música y los valores obtenidos por género, así como el Nivel de Significación encontrado en la diferente valoración entre mujeres y hombres.

GRÁFICO 15. Dispositivo para escuchar música (%)

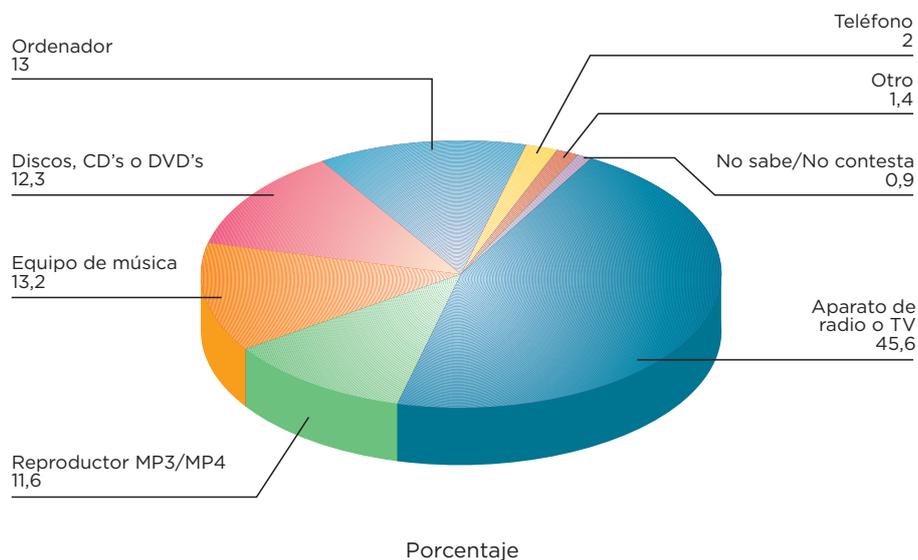
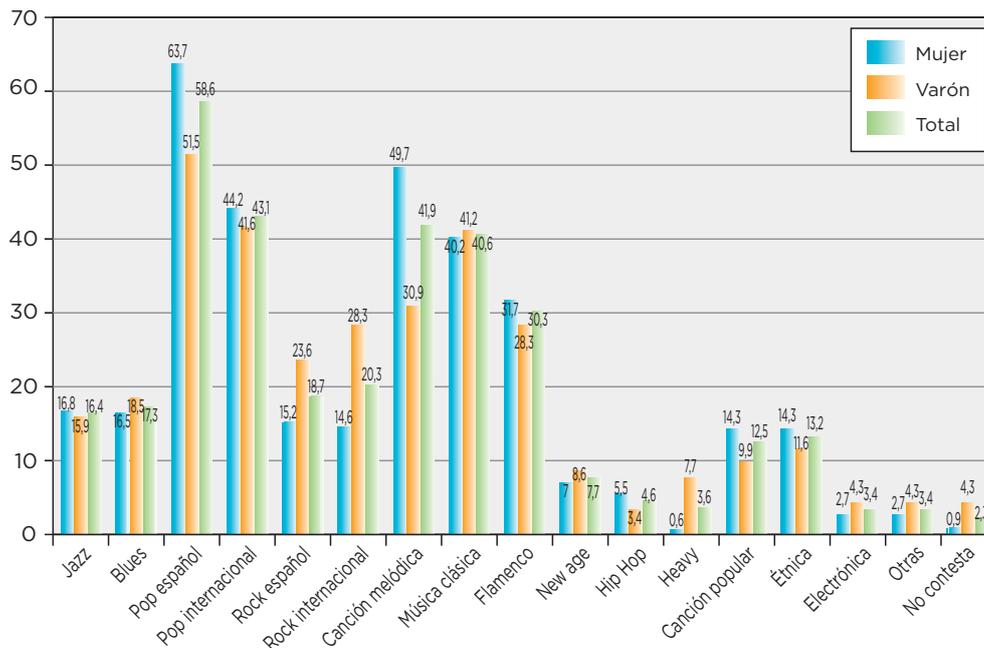


GRÁFICO 16. Tipo de música según el sexo (%)\*



\* Respuesta múltiple

La música más escuchada entre el colectivo del PAS es, con mucha diferencia, el Pop Español con un 59%; le siguen por orden de preferencia el Pop Internacional con el 43%, la Canción Melódica (42%), la Clásica (41%), el Flamenco (30%), el Rock, tanto internacional como Español (20% y 19% respectivamente), el Blues (17%), el Jazz (16%), la Música Étnica (13%) y la Canción Popular (12%). Por debajo, quedan aquellos tipos de música que no alcanzan el 8% de audiencia.

Cuando se observan las preferencias musicales por género, se advierte que en la música más escuchada (Pop Español) son las mujeres las que la prefieren en mayor medida, con 13 puntos de distancia porcentual y elevado Nivel de Significación ( $p = 0,004$ ). Una situación parecida se da en la Canción Melódica, la tercera más escuchada; en este caso la diferencia es de 19 puntos y el valor de  $p = 0,0001$ . Es tan sólo en estos dos tipos de música donde las mujeres muestran una clara preferencia.

Los varones, por su lado, también manifiestan claramente sus preferencias; en este caso prefieren el Rock ya sea Internacional o Nacional; en el Rock Internacional la diferencia con las mujeres es de 13 puntos y en el Rock Español, de 9. En ambos casos, las diferencias son altamente significativas ( $p \leq 0,012$ ).

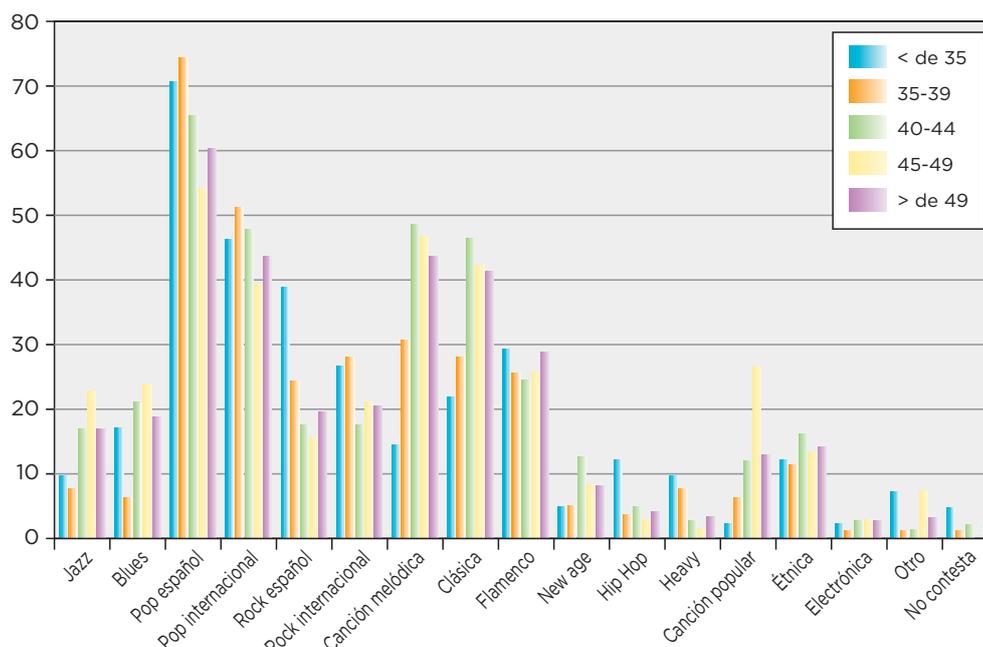
El resto de la música más oída, es elegida por mujeres y hombres sin grandes diferencias y por supuesto sin significación estadística. Sin embargo, a nivel de tendencia sí se puede señalar algunos posicionamientos, como por ejemplo, que las mujeres prefieren, algo más que los hombres, el Flamenco o la Canción Popular; y los varones, la Música Clásica y el Blues.

Como ya se ha señalado con anterioridad, la edad es una de las categorías sociales que más discriminan en todos los ámbitos. Ahora bien, si en algunos de los hábitos culturales que hemos analizado la edad ofrecía escasas diferencias, cuando se habla de gustos musicales estas diferencias son muy notables como se muestra en el gráfico 17.

De las músicas más escuchadas, son claramente preferidas por los más jóvenes (< 35 años), el Pop y el Rock Español con niveles altos de significación ( $p \leq 0,007$ ). El gusto por esta música va disminuyendo, de manera progresiva, a medida que aumenta la edad. En el Pop y el Rock Internacional las diferencias son muy pequeñas, aunque siguen teniendo más seguidores entre los jóvenes; de cualquier manera, lo más notable es que, aunque las diferencias sean pequeñas, el grupo que más las prefieren es el de 35-39 años.

Hay otro grupo de estilos de música muy escuchados, como son, la Canción Melódica, la Música Clásica y el Flamenco; estos son, claramente favoritos, de las personas de mayor edad, es más, el gusto por esta música va aumentando a

GRÁFICO 17. Tipo de música según la edad (%)\*



\* Respuesta múltiple

medida que se van cumpliendo años. Las diferencias en estos tres casos son estadísticamente significativas. En esta situación también se encuentra la Canción Popular, aunque el porcentaje de seguidores es algo menor que los tres anteriores.

Sobre el Flamenco es curioso observar que si bien es cierto que lo prefieren los de mayor edad, se ve un despunte en el grupo de los más jóvenes, de tal forma que en los < de 35 aparece mayor afición que entre los de 35 y 49 años.

También existe una tendencia a aumentar con la edad, la preferencia por el Jazz y el Blues; aunque en estos dos estilos, los mayores seguidores son los de edad intermedia, es decir, los comprendidos entre los 40 y los 49 años.

Los lugares preferidos para escuchar música son, mayoritariamente, en la casa y en el coche (76% y 71%, respectivamente).

La asistencia a actuaciones musicales es muy baja, sea la actuación que sea. El mayor porcentaje (12%), se obtiene en la "asistencia de menos de una vez al año" a una actuación de Pop/Rock. La gran mayoría no ha ido nunca a ninguna actuación musical (gráfico 18).

## 6. SOBRE EL TEATRO Y OTRAS ACTIVIDADES RELACIONADAS CON LA CULTURA

Cuando al conjunto de este colectivo se les pregunta, en un continuo de cinco puntos, por su interés sobre el teatro, descubrimos un interés medio alto (media 3). Son claramente las mujeres las que tienen más interés que los hombres (3,1 y 2,6 respectivamente); estas diferencias son significativas (gráfico 19).

El Análisis de la Varianza indica que, sin embargo, no existen diferencias ni por edad, ni por antigüedad ni por grupos profesionales.

A pesar de su relativo interés por el teatro, la frecuencia con la que acuden es muy baja; el porcentaje más alto se encuentra en aquellos que no van nunca (28%), le sigue el 27% que dice ir menos de una vez al año. La escasa asistencia al teatro no difiere ni por el género, ni por la edad.

Existe otra serie de actividades culturales que complementan la información sobre los hábitos del Personal de Administración y Servicios; estas actividades se muestran en el gráfico 20.

GRÁFICO 18. Asistencia a actuaciones musicales (%)

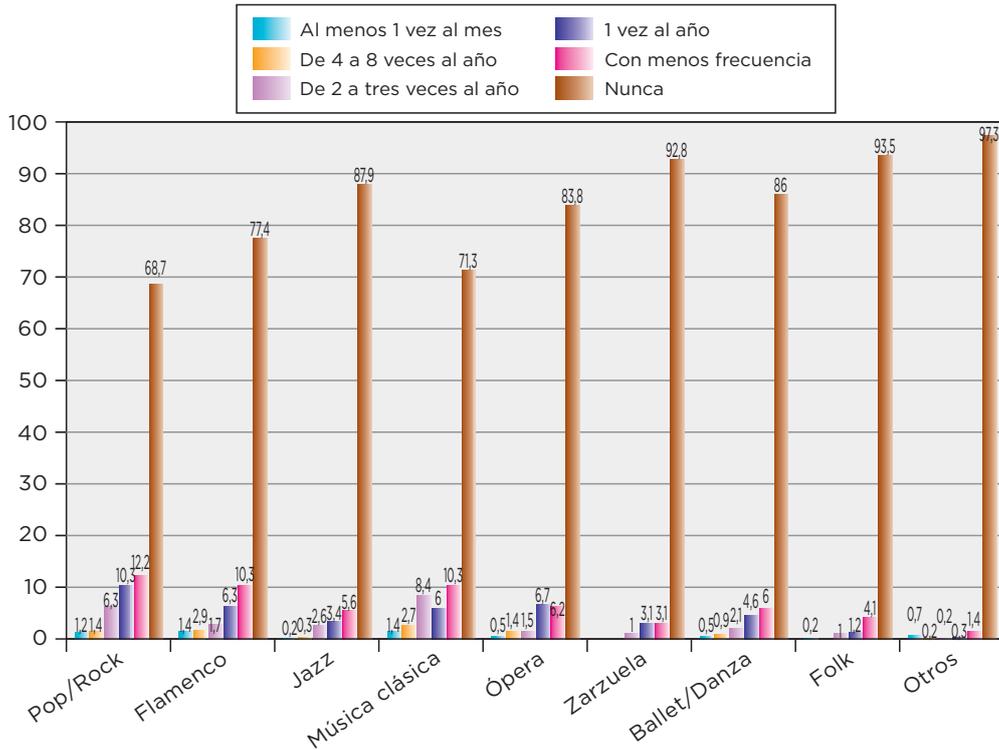
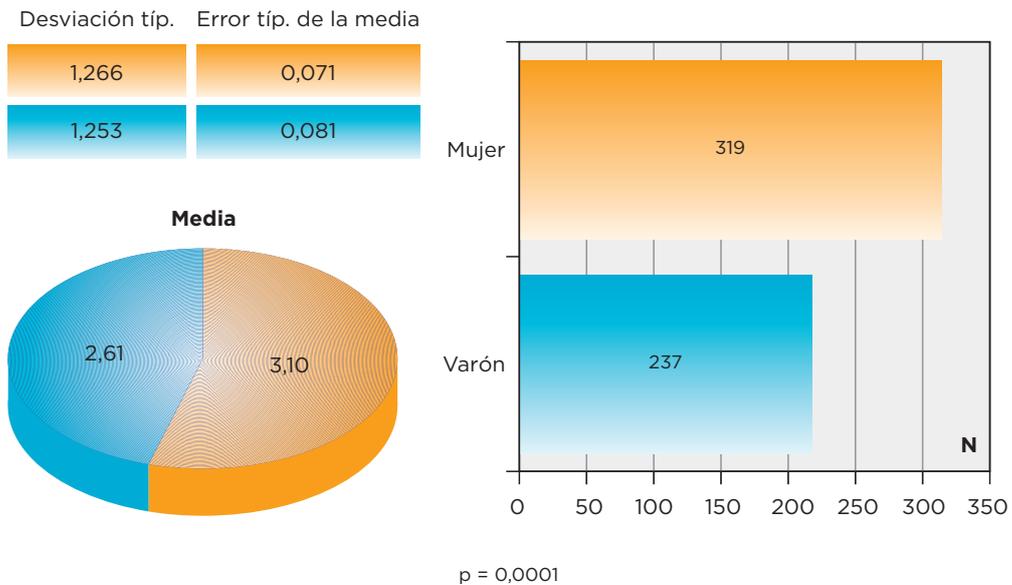
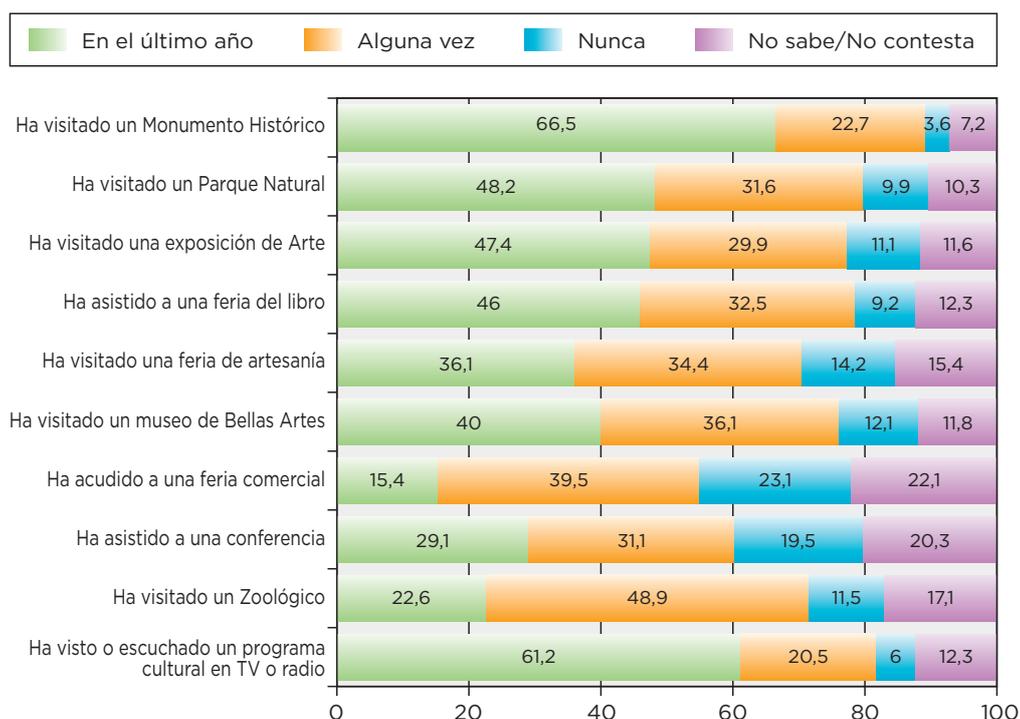


GRÁFICO 19. Interés por el teatro (escala de 1 a 5) (valores medios)



Como puede observarse, la principal actividad realizada en el último año, es la de visitar un monumento histórico, seguido por haber visto un programa cultural en la TV, visitar un parque natural, ir a una exposición de arte o ir a la feria del libro. Todas estas actividades las han realizado aproximadamente la mitad del colectivo. Otras actividades las han llevado a cabo un menor número de personas, como por ejemplo, el 40% que ha visitado un museo de Bellas Artes en el último año.

GRÁFICO 20. Otras actividades relacionadas con la cultura (%)



Sobre los que no han asistido nunca a ninguna de estas actividades, llama la atención que el 12% no haya visitado nunca un museo de Bellas Artes, o que el 11% tampoco haya ido nunca a una exposición de arte. En esta tabla también es llamativo el elevadísimo índice de los que no responden.

## 7. SOBRE EL DEPORTE Y EL OCIO

El deporte es una actividad en alza; muy positivo desde el punto de vista social y muy saludable desde el punto de vista sanitario. La gran mayoría de la población lo realiza o le gustaría realizarlo. Dentro de este colectivo el 54% lo hace habitualmente. Aún es elevado el porcentaje de los que no lo practican.

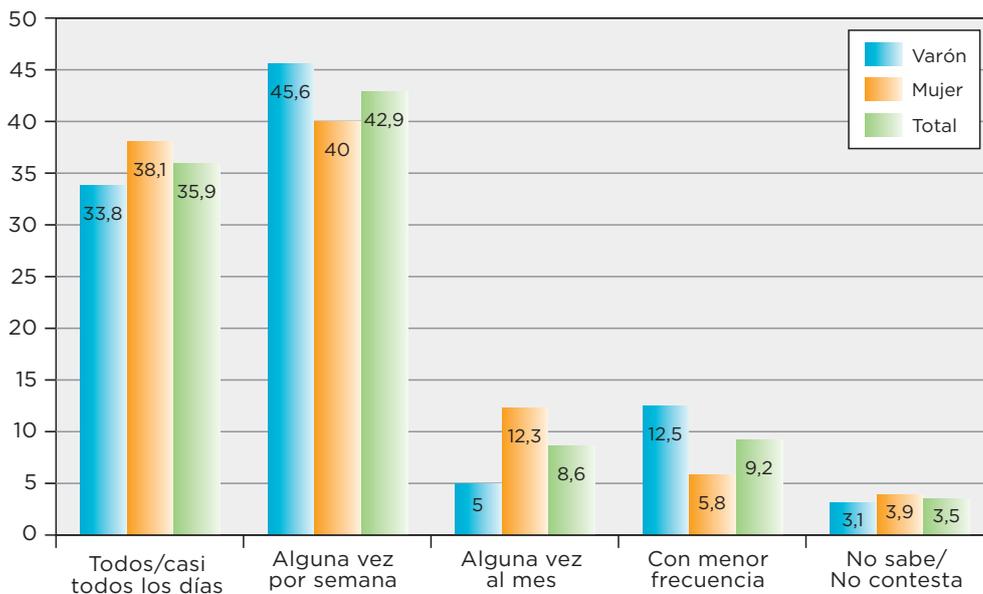
De los que sí practican algún deporte, el 79% lo hace todos o casi todos los días o alguna vez a la semana (gráfico 21). Por género aparece una distribución, cuando menos curiosa: los que hacen deporte todos o casi todos los días son, en mayor proporción, los varones, y aquellos que lo hacen alguna vez a la semana, son mayoritariamente mujeres. Es probable que esta diferencia esté relacionada con las cargas familiares, ya que aún siguen siendo mayoría las mujeres que le dedican más tiempo a estas actividades. Las diferencias encontradas por género, son significativas.

Sin embargo, por grupos de edad, las diferencias son escasas y no significativas, como se puede apreciar en el gráfico 22.

El tipo de deporte que practican, se muestra en el gráfico 23. Como puede observarse, su práctica está muy repartida entre una gran variedad. Los deportes preferidos son, por este orden, el Gimnasio, el Ciclismo y la Natación; son los elegidos por más del 20% de los que hacen deporte.

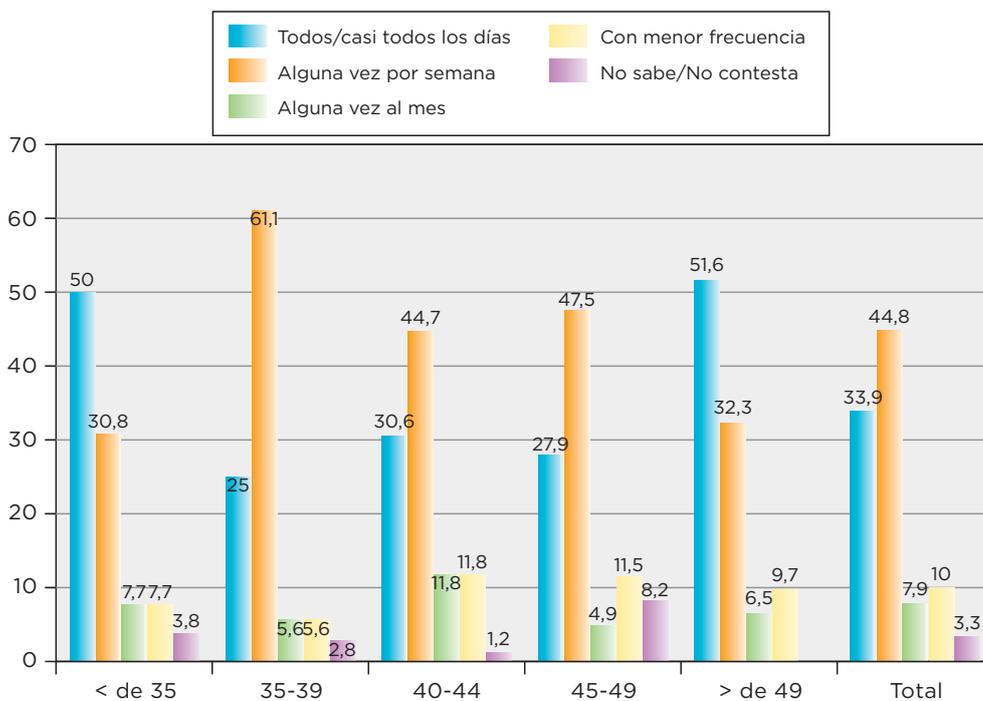
El deporte con mayor número de seguidores, el Gimnasio, no muestra diferencias significativas por género, aunque es ligeramente superior el número de mujeres. Sin embargo sí muestran diferencias significativas la Natación, que es seguida por las mujeres con una diferencia de 11 puntos porcentuales. En el Ciclismo también se encuentran diferencias por género; si bien, en este caso, son los varones los que lo practican en mayor medida, también con 11 puntos de diferencia. Aunque en una proporción algo menor, el Footing es, así mismo, practicado por los hombres más que por las mujeres, siendo también significativas sus diferencias.

GRÁFICO 21. Práctica de deporte según sexo (%)



Chi-cuadrado p = 0,04

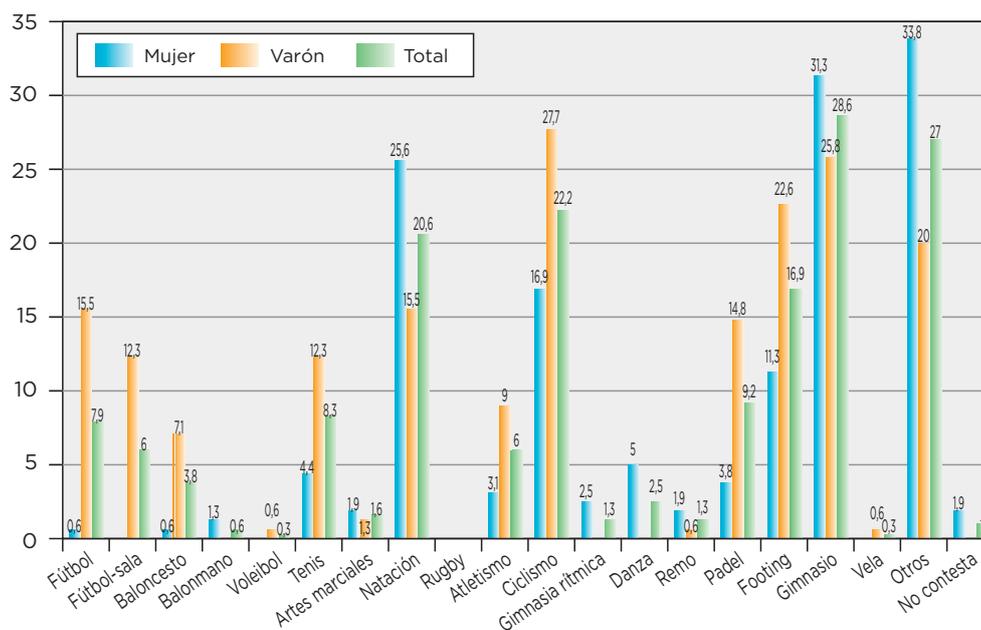
GRÁFICO 22. Práctica de deporte según edad (%)



Chi-cuadrado p = 0,159

Llama la atención el alto porcentaje de los que dicen hacer otro deporte (27%), siendo las mujeres las que lo señalan en mayor proporción; es posible que en este “otros” se encuentren actividades físicas como el yoga o el pilates, seguidas mayoritariamente por mujeres.

GRÁFICO 23. Tipo de deporte según el sexo (%)\*



\* Respuesta múltiple

Por grupos de edad destaca la ausencia de diferencias significativas en la mayoría de los deportes más practicados; aunque algunas tendencias indican, por ejemplo, que la Natación la practican algo más los mayores que los jóvenes, o el Footing, más los jóvenes que los mayores.

Sobre la asistencia a competiciones deportivas, señalar que el 80% no suele hacerlo.

Por lo que respecta a otras actividades de ocio, el gráfico 24 nos muestra que, usar el ordenador, ver la televisión y hacer deporte son, con mucha diferencia, las actividades preferidas para practicarlas todos o casi todos los días.

Este gráfico también muestra las actividades de ocio que este colectivo nunca realiza; las mayoritarias están relacionadas con actividades asociativas y de voluntariado, superior al 50%. Cercanas a este porcentaje, están las de jugar a videojuegos y las relacionadas con la asistencia a discotecas y a “botellonas”. También hay un 43% que no va a competiciones deportivas y otro 42% que tampoco asiste nunca a actividades religiosas.

La actividad que más realizan en las categorías de “uno o dos días por semana” y en la de “tres o cuatro veces al mes”, es la de salir con amigos (21% y 14% respectivamente).

Otra información interesante hace referencia a si realiza o le apetecería realizar alguna actividad relacionada con las artes escénicas, musicales, plásticas o literarias. Pues bien, son muy escasas las personas que desarrollan o han desarrollado alguna de estas actividades, siendo las más destacables, la pintura, el teatro y la música (8%, 6% y 4%, respectivamente). Sin embargo cuando se trata de perspectiva, porque le gustaría poder hacerlo, estos porcentajes aumentan hasta un 15% en el caso de la pintura, un 14% en el teatro y un 13% en la música.

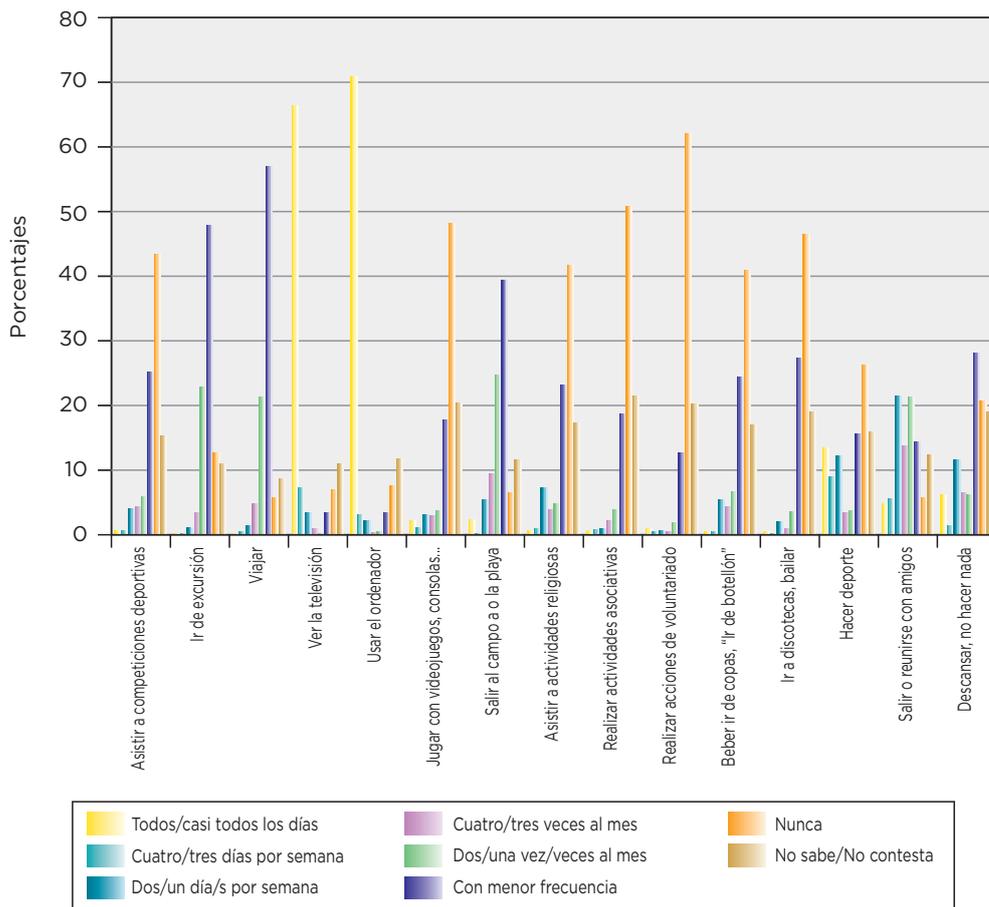
De cualquier manera, los valores más representativos en esta pregunta se encuentran en la opción de “no interés” por realizar estas actividades; aproximadamente la mitad de este colectivo no realizaría ninguna de ellas.

El tiempo medio dedicado al ocio/diversión es de 13 horas semanales. La ANOVA muestra que no hay diferencias entre hombres y mujeres; tampoco se han encontrado ni por grupos de edad ni por grupos profesionales.

El gasto medio en cultura al mes es de 62 €. Aunque los varones gastan algo más que las mujeres, estas diferencias no son significativas. Tampoco se aprecian diferencias por edad ni por grupo profesional.

El Personal de Administración y Servicios que acude a las actividades culturales organizadas por la Universidad de Sevilla es escaso; tan sólo un 29% ha acudido alguna vez, “rara vez” lo ha hecho el 37% y “nunca”, el 32%.

GRÁFICO 24. Otras actividades de ocio (%)



Y para terminar, se ha incluido una pregunta sobre la valoración global de la oferta cultural de la Universidad de Sevilla; ésta se realiza con un *continuo* de 10 puntos, siendo 1 el mínimo y 10 el máximo. El valor medio obtenido ha sido de 5,6, justo la mitad del *continuo*. La ANOVA muestra de nuevo que no hay diferencias significativas ni por género, ni por edad, ni por grupos profesionales.

### 8. CONCLUSIONES

Con carácter general se pueden sacar una serie de conclusiones que sintetizarían los usos, hábitos y demandas culturales del Personal de Administración y Servicios de la Universidad de Sevilla.

- La mayoría de este colectivo está casado o viviendo en pareja, pertenece a los grupos C y D, los más bajos del escalafón, tiene estudios de Bachiller o asimilados, aunque hay muchos universitarios, tiene una edad media de 43 años y una media de 15 años de antigüedad.
- Desde el punto de vista de la religión, el PAS se considera católico aunque muy poco practicante; casi la mitad no asiste nunca a actividades religiosas. Uno de cada cuatro, no tiene ningún tipo de creencia religiosa. Como en el resto de la sociedad española, las mujeres se muestran más religiosas que los hombres. En cuando a orientación política, la media se posiciona hacia el centro aunque un poco sesgado hacia la derecha.
- Lo que más lee, este colectivo, es la prensa general. Sobre los libros no profesionales, el hábito de la lectura es muy desigual entre ellos; hay casi la misma proporción (uno de cada cuatro) que lee "todos los días" que el que lo hace "menos de una vez al mes". Las revistas y libros profesionales tienen escasa incidencia.

No se han encontrado diferencias entre hombres y mujeres, pero sí se advierte que los que más leen son los de mayor edad y los que menos leen, los más jóvenes. Por grupos profesionales, leen más, los situados en los grupos más altos.

Los libros preferidos son la novela histórica, la literatura española moderna y los best-sellers. Sobre las revistas, las más leídas son las de viajes, decoración, suplementos literarios, salud-belleza y naturaleza. En bastantes casos son las mujeres las que eligen esta lectura. En general, las preferencias sobre la lectura no profesional parecen responder a un esquema socialmente predecible, es decir, que las mujeres eligen para su entretenimiento lecturas más ligeras y superficiales que los varones.

Este colectivo utiliza poco las bibliotecas de la Universidad de Sevilla; los que lo hacen, lo usan para el préstamo y consulta de libros.

- El tiempo dedicado por el PAS a ver televisión no es muy elevado y lo que más ven son los telediarios y las películas, en este caso, no hay diferencias por género. Sin embargo las mujeres sí prefieren ver las series, los musicales y los concursos; y los varones, los documentales y las retransmisiones deportivas.
- La gran mayoría de este colectivo tiene ordenador e Internet en su domicilio; el uso mayoritario de Internet es el correo electrónico, tanto para los hombres como para las mujeres.
- La asistencia al cine y al teatro son actividades que las desarrollan con escasa frecuencia. Aproximadamente la mitad de este personal, suele ir al cine alguna vez al año; la mayoría de las películas las ven en televisión y prefieren el cine americano. La asistencia al teatro es igualmente minoritaria.
- La afición por la música es muy notable en el conjunto del colectivo del PAS, tanto en mujeres como en varones, en jóvenes como en mayores. Utilizan una gran variedad de soportes de audio. La música preferida es el Pop, tanto nacional como internacional; esta preferencia la manifiestan, en mayor medida, las mujeres; los varones eligen el Rock, nacional e internacional.

La edad es una de las categorías sociales que más discriminan los gustos musicales. La música preferida por los jóvenes es el Pop y el Rock; el gusto por esta música va disminuyendo, de manera progresiva, a medida que aumenta la edad. Por el contrario, la preferida por los más mayores es la Música Clásica, la Canción Melódica y el Flamenco. Sobre este último, destacar que despierta un cierto interés, entre los más jóvenes.

- La práctica del deporte es una actividad muy apreciada entre la mayoría de este colectivo. Los deportes preferidos son el Gimnasio, el Ciclismo, la Natación y el Footing. De ellos, la Natación la practican más las mujeres y el Footing, más los varones.
- El tiempo de ocio lo reparten entre el ordenador, la televisión, el deporte y ver a los amigos. Destaca que un 10% no haya visitado nunca un museo de Bellas Artes o una exposición de arte.
- Las actividades culturales organizadas por la Universidad de Sevilla tienen escaso seguimiento entre el colectivo del PAS. La valoración que hacen, de esas actividades, es de 5 en una escala de 10.