



Usos, hábitos y demandas culturales
de la población de Huelva

Usos, hábitos y demandas culturales de la población de Huelva

Francisco Cruz Beltrán. Área de Sociología, Universidad de Huelva

INTRODUCCIÓN

En la historia reciente de la vieja Onuba se han dado varios acontecimientos que produjeron un gran impacto y transformación en su fisonomía, comenzando por su designación como capital de provincia hace ya 175 años, cuando apenas contaba con 20.000 habitantes, cifra que multiplicó por cuatro en un siglo y casi por ocho en los últimos 40 años. Hace 54 años se convierte en sede episcopal de la diócesis creada en su demarcación provincial. Diez años más tarde es designada por el Consejo de Ministros destinataria de un Polo de Desarrollo industrial. Finalmente, hace 16 años se crea la Universidad de Huelva.

Cuatro hitos de dimensiones distintas: política, la primera; religiosa, la segunda; económica, la tercera; y educativa, la última. Pero cuatro hitos de primera magnitud, no sólo por cuanto afectan a las cuatro instituciones sociales básicas en las que se prolonga y apoya la primaria institución familiar, sino por la influencia que tuvieron en la vida de la ciudad, instalándose en ella sedes de organismos oficiales, instituto de enseñanza secundaria, obispado, seminario, instituciones empresariales, instituto politécnico, campus universitario.

Actualmente, la Universidad de Huelva constituye, sin duda, uno de los más importantes factores de dinamización cultural de la ciudad y de la provincia. En el momento en que escribo estas líneas está a punto de clausurarse el I Festival Internacional de Fotografía, organizado por la asociación cultural Latitudes21, en el que la universidad participa como patrocinadora. Pero incluso las iniciativas que se vienen poniendo en marcha desde su departamento de promoción cultural y su servicio de actividades deportivas no sólo se dirigen a sus miembros, sino que enriquecen el panorama cultural onubense. Por citar sólo algunas de esas iniciativas, ahí están los conciertos de Cantero Rock o el de Música Antigua, las Presencias Literarias, las actividades de teatro, baile o danza, los cursos de verano, el Aula de Mayores, la amplia oferta deportiva en las instalaciones de los campus del Carmen y de La Rábida, o en las salidas de senderismo, etc.

Queremos conocer en qué medida la ciudad de Huelva percibe y tiene conocimiento de las actividades que propone la universidad y el papel que éstas tienen en los hábitos culturales de la población. Y, por supuesto, queremos conocer el perfil cultural de los onubenses.

RASGOS SOCIODEMOGRÁFICOS DE LA POBLACIÓN ENCUESTADA

La muestra obtenida en la encuesta que hemos realizado responde de manera bastante ajustada a la composición de la población total, objeto de estudio. Pero nos interesan las variables sociodemográficas principalmente para explicar mejor sus hábitos y demandas culturales.

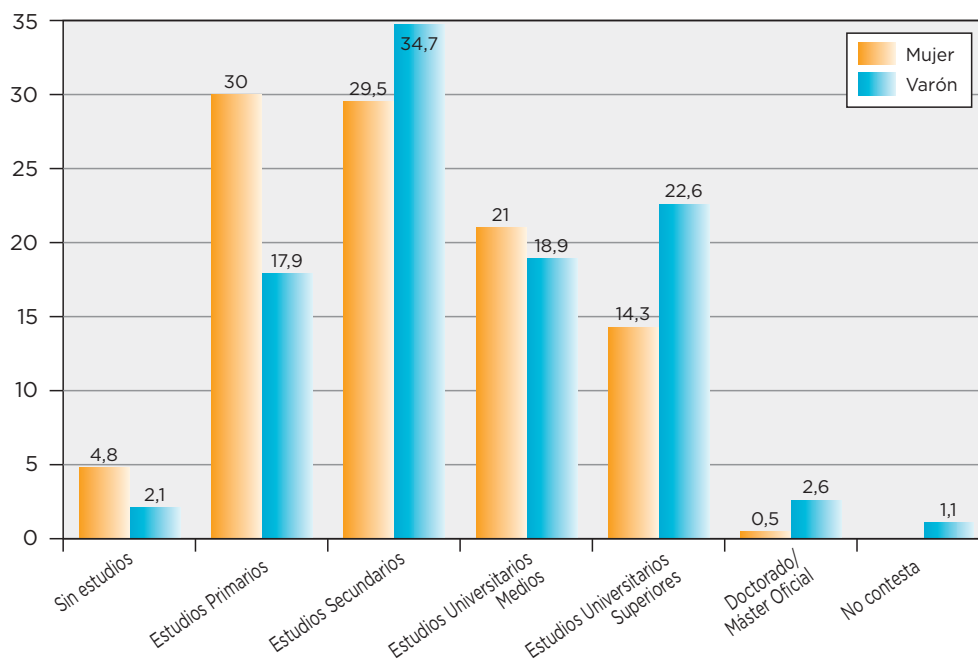
Como muestra el gráfico, es algo superior el nivel de estudios alcanzado por los varones, a pesar de que aparecen claras señales de cambio en la mayor presencia de mujeres en la universidad, como hemos podido ver en estudios anteriores.

Para el conjunto de la población encuestada, el grupo de edad más preparado es el que nació hace menos de 50 años y se ha encontrado con las diferentes ofertas educativas producidas por la llegada de las instituciones religiosa, económica y universitaria, a las que aludimos en la introducción. Los niveles de carencias formativas más acusadas se concentran, claro está, en quienes sobrepasan esa edad. El hecho de que los menores de 30 años tengan un nivel de estudios inferior se debe a que muchos de ellos están todavía en periodo formativo.

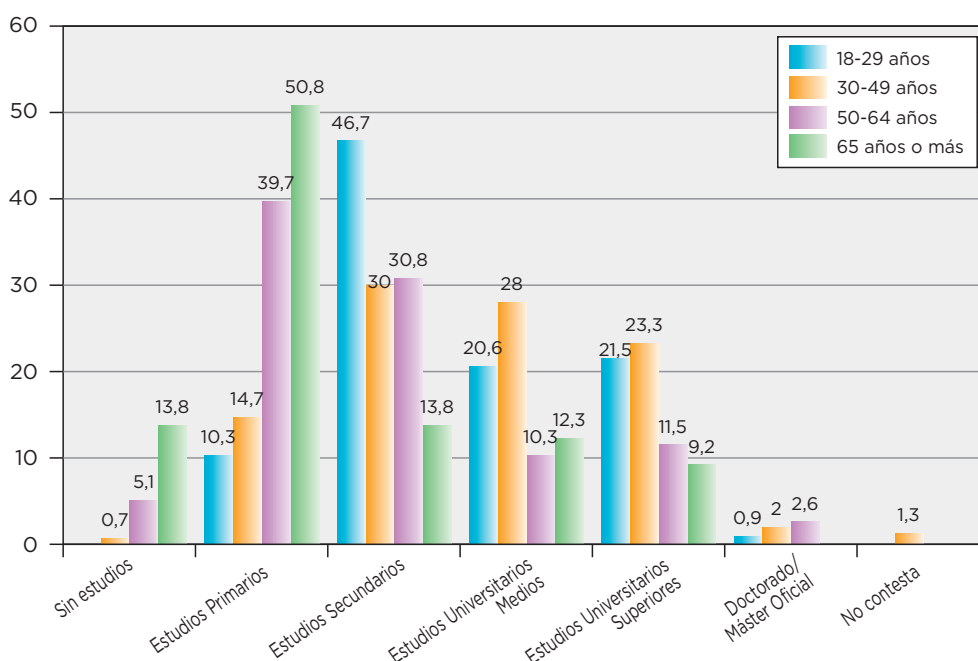
Con muy pocas excepciones, en la mayoría de los casos han superado el nivel de estudios de sus padres, sobre todo los de mayor edad. Y en todos los casos tienen un nivel educativo superior al de sus parejas.

Otro aspecto importante a tener en cuenta es el estado civil, por cuanto añade un vínculo relacional que puede influir en los hábitos culturales y de actividades de ocio y deporte, suponiéndose inicialmente que están más disponibles los solteros, separados y viudos. Sin embargo, es un indicador más claro de disponibilidad el régimen de convivencia, en la que sólo encontramos un 10% de encuestados que viven solos. Quienes tienen hijos se han quedado con la parejita en el 52% de los casos, algo más un tercio con sólo un hijo y el 13% restante dispone de familia numerosa.

Nivel de estudios por sexos



Nivel de estudios por edades



En cuanto a la situación laboral de nuestra muestra dos terceras partes trabajan, remunerada o no remuneradamente, en un promedio de casi 41 horas semanales. Este es un dato importante para conocer la disponibilidad de tiempo, pero también lo es como indicador económico y anímico, aunque disponemos de los ingresos mensuales de los hogares de la mitad de los encuestados, arrojando una media de 1.800 euros.

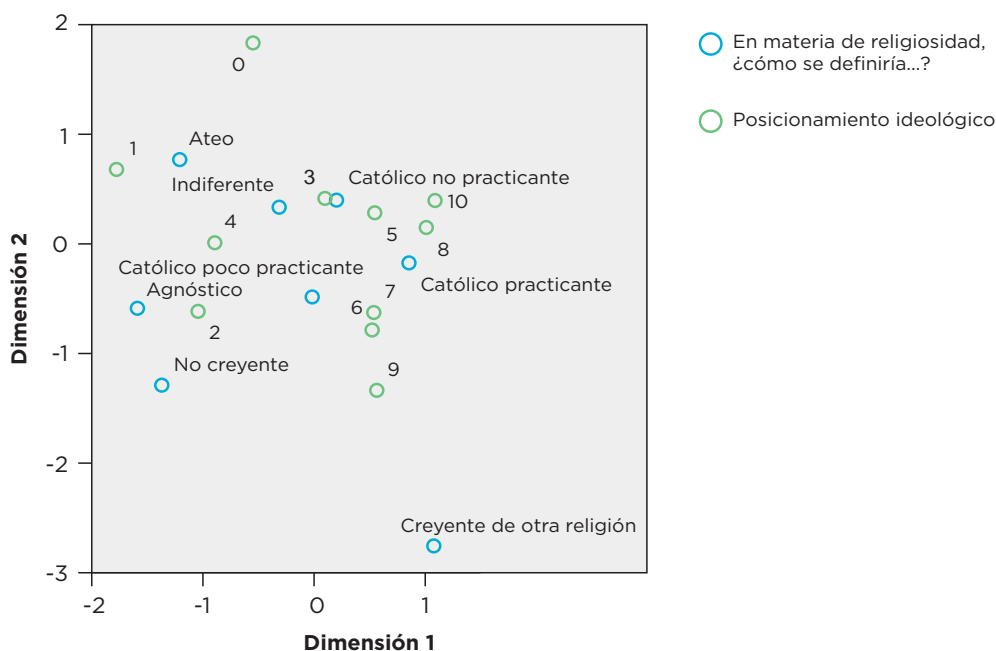
Dos últimas cuestiones para describir a la población de la que estudiamos sus usos, hábitos y demandas culturales: su posicionamiento ideológico y su definición en materia religiosa.

En una escala ideológica en la que el 0 es la extrema izquierda y el 10 la extrema derecha, tenemos una población que se escora ligeramente hacia la izquierda (4,41 de promedio) en una ciudad cuyo ayuntamiento gobierna con mayoría absoluta el Partido Popular desde hace más de 10 años. Este posicionamiento es más pronunciado en las mujeres (4,22) que en los hombres (4,69) y en el grupo de edad de entre 50 y 64 años (3,97), observándose una tendencia más moderada conforme disminuye la edad y posiciones de centro-derecha en los mayores de 65 años.

Dos tercios la población se manifiestan católicos, con mayor o menor nivel de práctica; concretamente, un 20% se declara católico practicante, porcentaje que se eleva hasta el 25% en el caso de las mujeres (casi el doble que los varones) y hasta casi el 50% en los mayores de 65 años, frente a tan sólo un 7,5% en el grupo de edad entre 18 y 29 años.

Estas dos últimas variables se relacionan mutuamente, como podemos observar en el siguiente análisis de correspondencias.

Correspondencia entre ideología y práctica religiosa

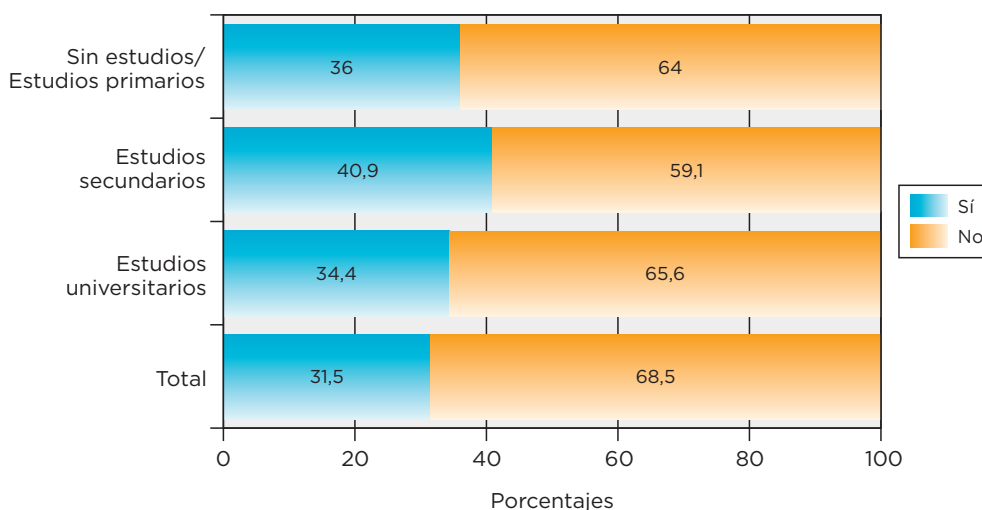


ASOCIACIONISMO

Poco más de un tercio de la población de Huelva (36%) dice participar actualmente en alguna asociación. Lo hacen algo más los varones que las mujeres y los mayores que los jóvenes, pero la variable que más se relaciona con el asociacionismo es el nivel educativo, como se observa claramente en el siguiente gráfico.

Las asociaciones más frecuentadas, con un 9% de participantes, son las religiosas, en claro crecimiento incluso entre los que se definen como católicos no practicantes. Le siguen las asociaciones deportivas, a las que dice pertenecer un 8,3%, pero que están en decadencia puesto que las ha abandonado casi un 12% que perteneció a ellas anteriormente. Con proporciones similares, del 7,8% en ambos casos, aparecen las asociaciones culturales o de ocio y las asociaciones de vecinos; éstas últimas en auge, puesto que sólo las ha abandonado un 3%, mientras que las culturales han sufrido un abandono mayor al de participantes; en ambos tipos de asociaciones encontramos a más mujeres que hombres. Otras asociaciones con un nivel parecido de participación son las de apoyo social o de derechos humanos, a las que pertenece un 6%, exactamente el doble de quienes las abandonan, con presencia mayoritaria de mujeres e incardinadas en el ámbito ideológico de la izquierda. Las asociaciones sindicales o empresariales sólo concitan a un 4,3%, en su mayoría varones de izquierda en el caso de las sindicales y de derecha en el de las empresariales; éstas apenas han sufrido abandono. Las asociaciones o colegios profesionales mantienen una cuota de representación de casi el 3%, principalmente varones. Los partidos políticos sólo atraen al 2,3% de la población; no sufren, sin embargo, un fuerte abandono a pesar del panorama tan sombrío que nos presentan. Un insignificante 1,5% pertenece a asociaciones ecologistas. Algo realmente llamativo lo constituye la decadencia del asociacionismo estu-

Participación en asociaciones según el nivel educativo



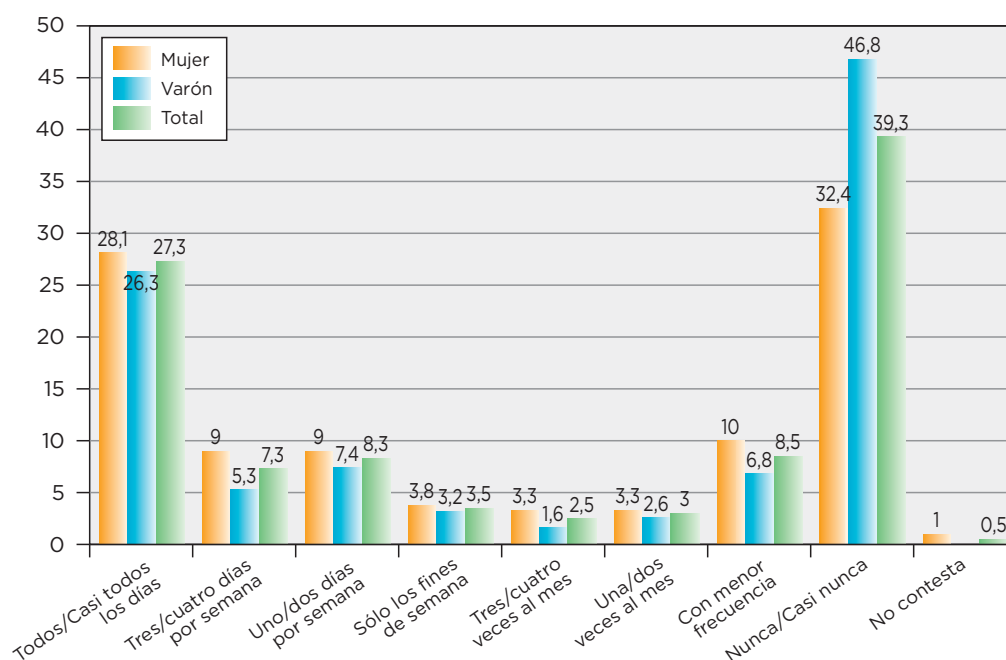
diantil, que ha abandonado un 3,3% y en el que sólo encontramos a un 2%, ideológicamente posicionado mayoritariamente en la derecha.

HÁBITOS DE LECTURA

No es muy lectora la población onubense en general si la comparamos con los datos del conjunto del país; leemos una tercera parte de lo que se lee de media en España: tres libros al año, frente a casi nueve. Los lectores onubenses dedicamos una media de 43 minutos semanales a la lectura, frente a los 50 del conjunto de los españoles.

El siguiente gráfico muestra como en la lectura de libros no profesionales aventajan las mujeres a los hombres en todas las frecuencias, mientras que podemos observar que casi la mitad de los varones no lee nunca.

Lectura de libros por sexos

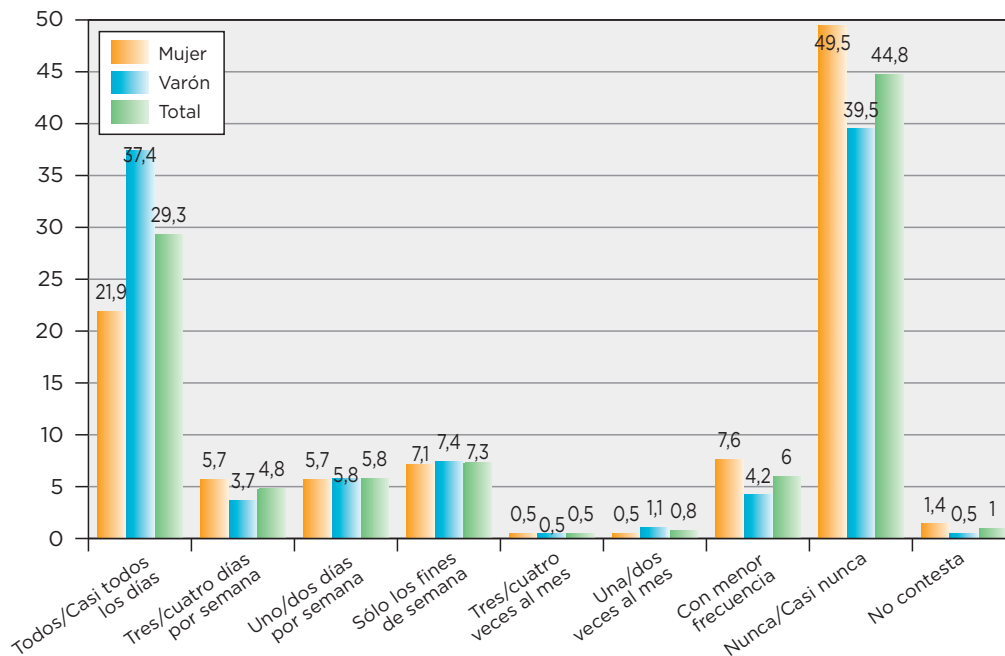


Con la edad disminuye el hábito de lectura, sobre todo a partir de los 50 años. Hay, como es natural, una variable fuertemente relacionada con la lectura: el nivel educativo. Así, pues, el perfil del lector más asiduo de la ciudad de Huelva responde a una mujer, menor de 50 años y con estudios universitarios.

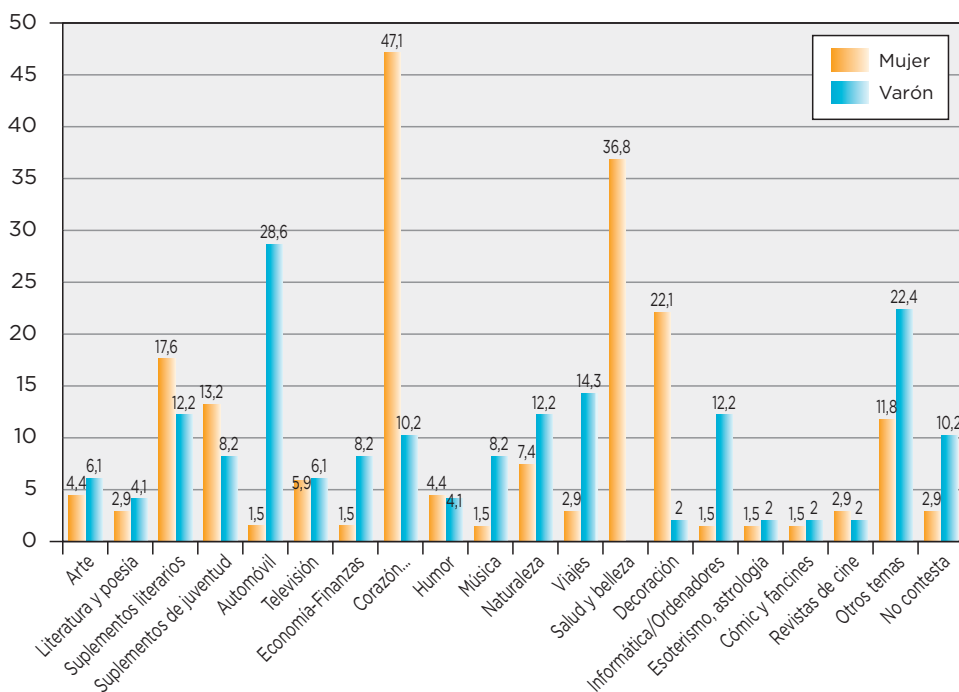
Los tipos de libros más leídos por los onubenses son, en primer lugar, la novela histórica (23%), los best-sellers (14%) y la literatura española moderna (10%).

Al contrario de lo que sucede con la lectura de libros, la de la prensa es cosa de hombres, como se observa en el siguiente gráfico. La mitad de las mujeres no lee nunca el periódico.

Lectura de prensa por sexos



Tipo de revistas según el sexo



Aumenta la lectura de periódicos conforme lo hace el nivel educativo, pero también difiere de la lectura de libros en el aumento progresivo con la edad, hasta el punto de que más de la mitad de los jóvenes menores de 30 años nunca leen el periódico. Los diarios locales son leídos por el 40% de los lectores, seguidos de *El Mundo*, con un 16%, y *El País*, con el 15%; el *ABC* sólo es leído por el 9%.

Las revistas no profesionales tienen muy pocos lectores diarios, apenas un 5%, sin diferencias significativas en cuanto al sexo, edad o nivel educativo. Sí se observa un mayor consumo de revistas del corazón, suplementos literarios de prensa, salud y belleza, así como suplementos de juventud en las mujeres, mientras que los varones acaparan las revistas de automóvil, informática, naturaleza, viajes y economía y finanzas.

EL USO DE LAS BIBLIOTECAS

Ocho de cada diez onubenses nunca o casi nunca han acudido a una biblioteca. Pero las mujeres son casi tres veces más asiduas que los hombres; así, el 11% manifiesta que acude dos o más días por semana, a lo que no llega el 5% de los varones. La edad está inversamente relacionada con el uso de la biblioteca, mientras que, como resulta lógico, aumenta su frecuencia conforme lo hace el nivel educativo.

La biblioteca universitaria, o la de alguna de las facultades, alcanza casi el mismo nivel de uso que la biblioteca municipal.

El principal uso que le dan a la biblioteca es el de préstamo de libros, como reconocen siete de cada diez usuarios. Algo más de cinco de cada diez utilizan la biblioteca como sala de estudio; ésta puede ser una explicación razonable de la mayor proporción de jóvenes que la frecuentan, al encontrarse aún realizando sus estudios. En menores proporciones aparecen el préstamo de audiovisuales y el acceso a Internet, mientras que no llegan a cinco de cada diez quienes lo hacen para la lectura.

Un 35% de los usuarios de bibliotecas está plenamente satisfecho de su funcionalidad. Entre las carencias más significativas que detecta el 65% restante señalan, en primer lugar, la falta de espacio (19,3%), seguida de no disponer de los libros y revistas que buscan (12%).

TELEVISIÓN Y RADIO

Un promedio de dos horas en días laborables y algo más de dos horas y media los fines de semana pasan los onubenses frente al televisor, lo que supone que semanalmente le dedican casi dos jornadas laborales (15 horas). Coinciden prácticamente con el tiempo que dedicamos los profesores universitarios y es algo menor que el que dedican los alumnos.

La franja horaria de la noche consigue una cuota de pantalla del 90%, la tarde mantiene un 51% de telespectadores y la mañana se queda con uno de cada diez onubenses.

Telediaros, series y películas son los programas favoritos, con algunas diferencias según las variables que venimos considerando.

Los telediaros atraen más a los varones que a las mujeres y aumenta progresivamente con la edad, alcanzando al 97% de los mayores de 64 años.

Las series, al contrario, son de mayor consumo femenino y joven, con un seguimiento del 60% de éstas.

Las películas atraen a la mitad de los jóvenes de ambos sexos.

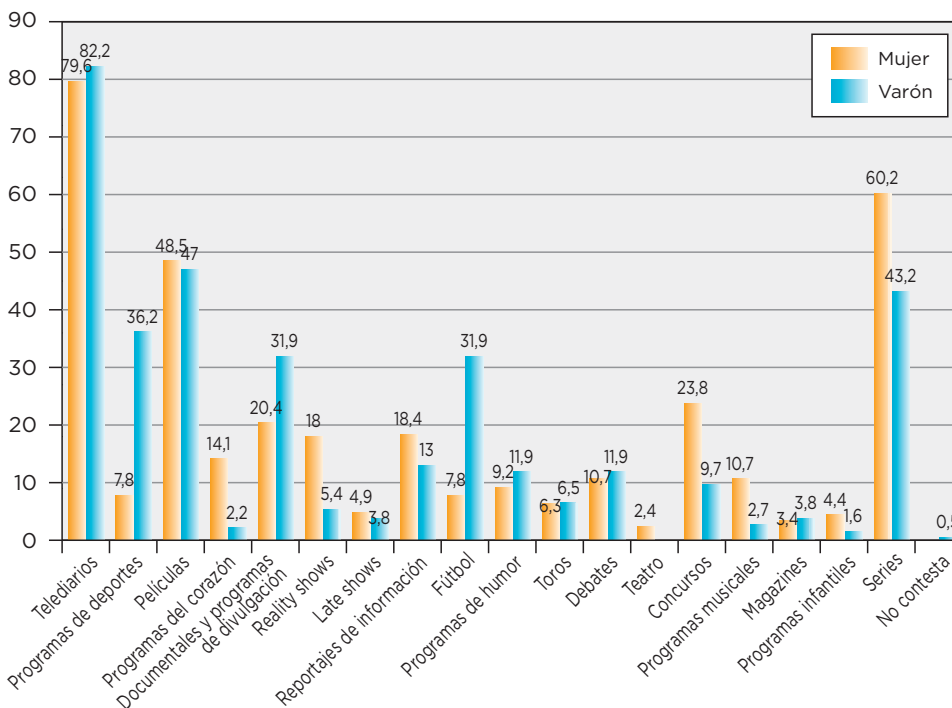
Los documentales y programas de divulgación son más seguidos por los varones que por las mujeres y aumenta su seguimiento conforme lo hace el nivel de estudios.

Los programas de deportes y retransmisiones de partidos de fútbol marcan las mayores diferencias entre los sexos, del lado, claro está, de los varones, principalmente los más jóvenes.

Las mujeres van a destacar sobre todo en los programas del corazón, los reality shows, los concursos y los programas musicales, aunque también aventajan a los hombres en los reportajes de información. Los dos últimos tipos de programas ejercen una especial atracción sobre las más jóvenes. Los anteriores se encuentran muy asociados a las del nivel de estudios más bajo.

Sólo el 36,5% de los onubenses tiene contratado canales privados de televisión. Pero se ve que son previsores, ya que tres cuartas partes de la población disponen ya de receptores de TDT.

Programas de TV por sexos



La radio la oye a diario casi un 70%, llegando al 81% la audiencia semanal. Sólo un 12% no la oye nunca.

Los programas de radio de máxima audiencia son los musicales, con un 64,1%, seguidos muy de cerca por los informativos, con un 60,3%. A mucha distancia aparecen los programas deportivos, con el 15,5%, los debates, con el 10,6%, y, finalmente, los magazines, con el 6,3%.

LA INFORMÁTICA

Tres cuartas partes de los onubenses disponen de ordenador en su domicilio habitual. El 60% lo tiene de uso personal, mientras que el 40% restante lo comparte con el resto de la familia.

La inmensa mayoría de los que disponen de ordenador en casa tiene contratado algún servicio de Internet, ya sea con tarifa plana (28%) o tarifa plana con banda ancha (68%).

Normalmente se conecta o utiliza Internet el 65% de la población, pero el día anterior a la realización de la encuesta sólo lo había hecho el 50,3%.

Es el propio domicilio el lugar desde el que se conectan mayoritariamente a Internet; así lo manifiesta el 82% de los encuestados. En el lugar de trabajo se conecta un 33%. Un 7%, que coincide con la proporción que le corresponde a la población universitaria, se conecta desde el centro donde estudia. Los lugares menos utilizados son los ciber-cafés, más asociados, al parecer, a chicos más jóvenes que no han entrado dentro de los parámetros de la muestra de nuestro estudio.

El principal uso que le dan a Internet es el correo electrónico, que está desplazando claramente al correo convencional, no sólo en el ámbito académico, sino también a nivel popular, como muestra la insignificante diferencia observada entre los niveles de estudios. Sí marcan las diferencias, al respecto, las edades, disminuyendo su uso conforme aumentan éstas.

Bajar música o películas constituye la segunda utilidad alcanzando los mayores niveles en el grupo de edad más joven, con un 72,6%, más del doble que en los mayores de 64 años.

Chats o messengers y navegar por entretenimiento se asocian también a los grupos de edad menores, mientras que la lectura de prensa, que cierra este tercer bloque en niveles de uso, encuentran doble aceptación en los mayores de 64 años que en el resto de los grupos y en los universitarios que en los que no tienen estudios.

Entre el 10 y el 20% obtienen actividades como bajar libros o apuntes, estudiar o localizar direcciones, todas ellas adscritas a los jóvenes y con estudios superiores, al mismo tiempo que otras como vacaciones/viajes, información de la programación de TV o del tiempo y ver vídeos o audiovisuales, igualmente asociadas a los grupos de edad inferiores y niveles de estudios más bajos.

En menores proporciones aparecen otros usos, como la realización de operaciones financieras, comprar entradas, fotografía, búsqueda de empleo y juegos o entretenimientos, todas ellas asociadas a los más jóvenes con mayor nivel de estudios, a excepción de la última, que lo hace con el nivel de estudios más bajo.

Prácticamente insignificante es el uso de Internet para juegos en red (1,2%) y sexo (1,9%), limitados casi exclusivamente a jóvenes menores de 30 años, en el primer caso, y entre los 30 y los 49, en el segundo, todos ellos sin estudios o con estudios primarios solamente.

TELÉFONO MÓVIL

La extensión del teléfono móvil es tal que apenas llegan al 8% quienes no disponen de él, encontrándose éstos en el grupo de edad de los mayores de 64 años, no necesariamente con menores recursos económicos.

La totalidad lo usa para llamar o recibir llamadas (99%), algo menos de la mitad (45,5%) manda o recibe mensajes y algo más de la cuarta parte (27,4%) hace fotos con él. Quedan en niveles inapreciables, menores al 5%, los que lo usan para escuchar música, descargar melodías, tonos, imágenes o acceden desde él a Internet.

En término medio, el gasto aproximado que supone mensualmente el uso del celular ronda los 38 euros.

CINE

Más de la mitad de los onubenses no va nunca al cine, algo que parece inconcebible en una ciudad con uno de los festivales de cine más antiguos del país: este año pasado se celebró la 34ª edición del Festival de Cine Iberoamericano de Huelva. Pero también se trata de una ciudad en la que se han ido cerrando todas las salas de cine, quedando tan sólo un complejo con cuatro mini salas, que se mantienen gracias a la juventud universitaria que muestra una mayor afición, ya que sólo el 28% señala que no va nunca.

Un 2% de los onubenses acude al menos semanalmente a una sala de cine y un 5% lo hace dos o tres veces al mes. Éstos, junto a los que van una sola vez al mes, alcanzan al 20%.

La programación satisface bastante a un 45,4% de espectadores que normalmente encuentra las películas que quiere ver en la ciudad. Frente a ellos, el 31% sólo las encuentra de vez en cuando y casi el 20% nunca o casi nunca. ¿Puede ser ésta una justificación para la baja asistencia al cine que hemos constatado? De hecho, de cada diez películas que ven no llega a una que la visionen en una sala de cine; a través de la televisión, abierta o de pago, películas bajadas de Internet, alquiladas en un videoclub o compradas completan la cartelera doméstica de los onubenses, que se compone mayoritariamente de cine americano, preferido por el 71,1%, cine español, que atrae al 40,7%, y europeo, con un 31% de seguidores.

TEATRO

Poca afición muestran los encuestados por el teatro: en una escala de interés, donde el 1 es ninguno y el 5 todo, no llega la media al 3, pesando bastante una cuarta parte que ha mostrado su absoluto desinterés.

Más de la mitad, el 52,8%, ha contestado que no ha ido nunca o casi nunca a ver una obra de teatro.

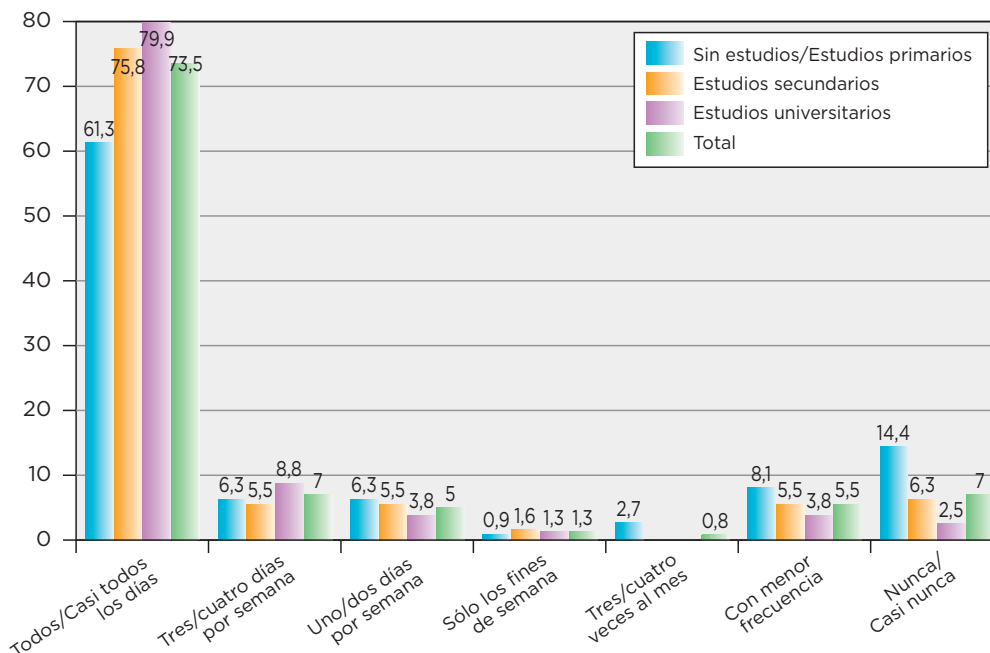
Las mujeres superan levemente a los hombres en el interés por el teatro, rozando la media de 3 en la escala que utilizamos de medida, que solamente se supera en los mayores de 50 años y en quienes tienen estudios universitarios.

MÚSICA

Tres cuartas partes de la población de Huelva oye música todos o casi todos los días. No llega al nivel de los estudiantes universitarios, pero supera en diez puntos a los profesores. Apenas se observan diferencias entre ambos sexos, pero sí entre los grupos de edad que se reduce al 50% en los mayores de 64 años y va en aumento gradualmente hasta llegar al

91% en los más jóvenes. Lo mismo sucede con el nivel educativo aumentando la frecuencia de escuchar música conforme lo hacen los estudios.

Frecuencia con la que escuchan música por nivel de estudios



El medio que utiliza un 60% de los onubenses para escuchar música es el aparato de radio o la tele, de ahí que los dos lugares donde más suelen escucharla sean en un lugar de la casa diferente de su habitación, y en el coche.

En iguales proporciones, del 11%, utilizan otros dos dispositivos: reproductores MP3/MP4 y equipos de música. El ordenador y discos o CD's los utiliza un 8 y un 7% respectivamente.

Después de la casa y el coche, el tercer lugar en el que suelen escuchar música es en la habitación, sobre todo los jóvenes. En proporciones más reducidas, el lugar de trabajo, un local de copas, la discoteca o la sala de concierto son el marco de audición de música para el 15, 10, 7 y 6% de los onubenses.

El tipo de música favorito es el pop español, aunque los mayores de 64 años se decantan por la canción popular y los que tienen el menor nivel de estudios por el flamenco, que es el segundo tipo de música preferido en términos absolutos. Los mayores aparecen de nuevo anteponiendo a la generalidad su preferencia por la música clásica, que en el conjunto de la población ocupa el séptimo lugar. Hay, por tanto, dos variables que marcan claras diferencias en los gustos musicales de los onubenses: la edad y el nivel educativo, aunque el sexo también orienta esas preferencias.

El pop español alcanza los máximos niveles de preferencias en las mujeres, con edades entre los 30 y los 49 años y un nivel de estudios secundario. El flamenco ocupa el segundo puesto gracias sobre todo a mujeres, menores de 30 años, hasta un nivel de estudios secundario. En tercer lugar, el pop internacional lo prefieren varones, también menores de 30 años, a partir del nivel educativo de estudios secundarios. El rock español ocupa el cuarto lugar, seguido principalmente por varones universitarios menores de 50 años. El perfil de los seguidores del rock internacional, que ocupa el quinto lugar, es el mismo que el anterior pero con 20 años menos. La canción popular encuentra una fuerte atracción en las mujeres, mayores de 64 años y con un bajo nivel de estudios. En séptimo lugar, la música clásica es la preferida de varones universitarios mayores de 64 años. Y en octavo lugar, la canción melódica encuentra sus máximas seguidoras en las mujeres de más de 64 años, con estudios secundarios. El resto de los estilos musicales (jazz, blues, new age, hip hop, heavy, étnica y electrónica) obtiene sólo entre el 2 y el 6% de seguimiento en los varones menores de 30 años a partir de estudios secundarios.

En consonancia con las preferencias musicales que hemos comentado, la asistencia a conciertos se limita casi exclusivamente a los de pop/rock y flamenco. Hay también una ligera presencia en conciertos de música folklórica, jazz y música clásica. Además de las preferencias musicales de los onubenses, hay otro importante factor que limita la asistencia a con-

ciertos de música: la oferta, que es mayor en unos géneros que en otros, en la que van apareciendo los minoritarios de la mano de distintas instituciones, entre las que se encuentra la universidad.

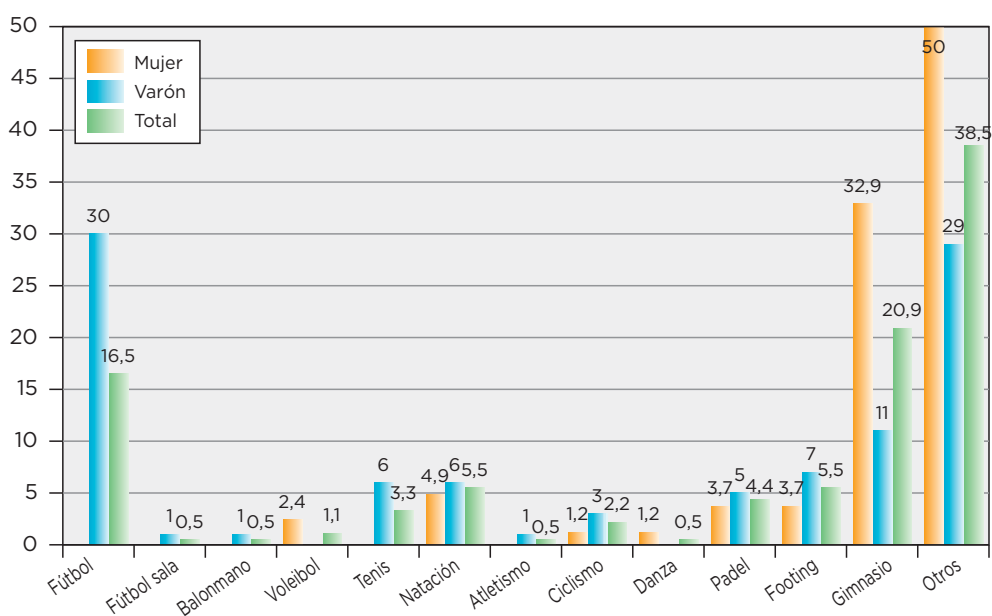
DEPORTE

No llega a la mitad de la población de Huelva (45,5%) la que practica habitualmente algún deporte. Lo hacen bastante más los varones (52,6%) que las mujeres (39%), el doble los jóvenes que los mayores y aumenta su práctica conforme lo hace el nivel de estudios.

Algo más de una tercera parte de quienes practican algún deporte lo hacen con una frecuencia diaria y pasan del 50% quienes lo hacen semanalmente. Un 10% restante lo practica al menos una vez al mes.

Los deportes que más practican los onubenses son el gimnasio, el fútbol, el padel, la natación, el footing y el tenis, que coinciden en ese mismo orden con el deporte principal que practican.

Deporte principal que practican por sexos



El gimnasio constituye la práctica principal deportiva del 21% de la población, que en el caso de las mujeres alcanza al 33%. El fútbol, exclusivo de los hombres, alcanza un similar nivel de práctica en ellos que el gimnasio en las mujeres. Padel, natación y footing obtienen proporciones casi iguales de práctica sin apenas diferencia entre ambos sexos. El resto de los deportes, de práctica minoritaria, se adscriben a cada uno de los sexos: fútbol sala, balonmano, tenis, atletismo y ciclismo a los hombres; danza y otros a las mujeres. En ese genérico "otros" deben tener mucho peso el aeróbic, el Pilates y el Tai Chi, que no se ofrecieron como alternativa en el cuestionario.

Frente a una práctica deportiva de casi la mitad de los onubenses, la asistencia como espectador a competiciones deportivas sólo alcanza al 23%, que lo hace principalmente al fútbol, ya que aún se da cita en Huelva la mejor liga del mundo; en número absolutos, alrededor de 25.000 onubenses siguen de forma habitual los avatares del Recre o de otros equipos cercanos.

El baloncesto arrastra casi al 8% de los onubenses, a pesar de haber perdido la máxima categoría el equipo local. Algo menos son los seguidores del tenis (6,5%). No llegan todavía al 5% los seguidores del deporte que se está poniendo de moda, el padel.

OTRAS ACTIVIDADES RELACIONADAS CON LA CULTURA

Se proponen a los encuestados una serie de actividades relacionadas con la cultura para medir su asistencia, dándoles tres opciones: nunca, alguna vez y el último año. Hallando la media de cada actividad resulta la siguiente clasificación jerárquica:

- Un elevado porcentaje de onubenses ha visto o escuchado un programa cultural en televisión o radio, actividad de bastante fácil acceso. Pero también es elevada la proporción que ha visitado un monumento histórico, ha viajado al extranjero o ha visitado un parque natural; la cercanía de Doñana, o las mismas Marismas del Odiel, Portugal, el Monumento a la fe descubridora, Monasterio de la Rábida, etc. pueden explicar este alto grado de participación, que supera el 70% de la población.
- Es relativamente importante la proporción que ha acudido a una feria comercial o ha visitado un parque zoológico, que requieren algo más de desplazamiento. En ambos casos pasa del 60% de los onubenses.
- En torno a la mitad de la población ha asistido a una feria del libro, ha visitado una feria de artesanía o una exposición de arte.
- Y, finalmente, no llegan al 50% los onubenses que han asistido a una conferencia, a un congreso, o que hayan visitado un museo de bellas artes u otros museos.

ACTIVIDADES DE OCIO

Los onubenses dedican semanalmente un promedio de 17 horas y media al ocio o diversión. ¿En qué lo emplean? Se les ha propuesto una serie de actividades para que muestren la frecuencia con la que las realizan. Entre ellas hay actividades que se suponen más frecuentes y otras que, por sus características, suelen realizarse con una espaciada periodicidad. Las hemos clasificado en cuatro grupos: diarias, al menos mensualmente, con menor frecuencia y nunca o casi nunca.

Frecuencia con la que realizan algunas actividades relacionadas con el ocio

Diarias	Al menos mensualmente	Menor frecuencia	Nunca o casi nunca
Ver la televisión Escuchar música Oír la radio Usar el ordenador	Leer periódicos Salir o reunirse con amigos Descansar, no hacer nada	Ir a museos Viajar Ir de excursión Asistir a conferencias Hacer deporte Leer libros Ir al campo o a la playa Actividades religiosas Ir de copas	Acciones de voluntariado Acciones asociativas Ir a competiciones deportivas Videojuegos Ir de botellón Ir a discoteca, bailar Ir a conciertos Ir al cine Ir al teatro

El cuadro anterior produce una foto fija bastante desoladora de los onubenses como colectivo que, evidentemente, sufre ligeras modificaciones en razón de las variables sexo, edad y nivel de estudios.

Así, todas las actividades que realizan diariamente tienen como campo de operaciones el hogar y son de consumo personal a inmediato, no necesitan la concurrencia de otras personas ni preparación alguna: al llegar a casa, las zapatillas, el mando a distancia y ya está; sólo en el caso del ordenador hay que hacer el ejercicio, al menos, de mover el ratón.

Esta vida tan sedentaria exigiría un poco de acción el fin de semana o al menos una vez al mes; pero no, la alternativa mensual consiste en leer algún periódico, salir o reunirse con los amigos, o simplemente no hacer nada.

Es perezoso el onubense medio para salir de su casa y viajar, ir de excursión, al campo o a la playa, ir a museos, asistir a conferencias o, incluso, ir de copas.

En el extremo aparece la nula participación en actividades solidarias o de voluntariado y asistencia a cine, teatro y conciertos.

GASTO EN CULTURA

Un promedio de 21,5 euros gastan los onubenses al mes en cultura, pero existe una diferencia de más de 10 € entre lo que se gastan los hombres (27,30 €) y las mujeres (16,70 €). Este gasto va aumentando con la edad hasta los 50 años en que comienza a bajar.

Es interesante el aumento progresivo de 10 € por cada bloque educativo; así quienes no tienen estudios o sólo los primarios, gastan 10,34 € mensuales en cultura, en el nivel de estudios secundarios gastan 20,10 € y quienes tienen estudios universitarios llegan hasta 29,40 € mensuales, mientras que no existe una relación directa entre este gasto y el nivel de ingresos.

ACTIVIDADES CULTURALES DE LA UNIVERSIDAD

Como indicábamos en la introducción, la presencia de la Universidad de Huelva en la ciudad ha supuesto un aumento importante de oferta cultural. La mayoría de las actividades culturales y deportivas que se programan desde el servicio de promoción cultural están abiertas al conjunto de la sociedad y no sólo a la comunidad universitaria.

Esta oferta incluye varios tipos de actividades, desde las que tienen un carácter pasivo, a las que sólo se puede asistir como espectador (conciertos, conferencias, exposiciones...), hasta las que ofrecen posibilidad de participación directa (coro, aulas de teatro, talleres y cursos diversos, certámenes, concursos...). Igualmente, en lo deportivo también es variada la oferta, tanto en las instalaciones de los diferentes campus como en el exterior: cursos, competiciones y diversas actividades deportivas (fútbol, baloncesto, tenis, maratón, senderismo...)

Toda esta oferta es utilizada frecuentemente o alguna vez por el 11,5% de la población de Huelva, lo que en términos absolutos equivaldría a 17.250 onubenses, entre los que estarían también incluidos los miembros de la comunidad universitaria que los utilizan, que son aproximadamente 9.000.

Con menos frecuencia o, lo que es lo mismo, rara vez asiste otro 9%, que serían unas 13.500 personas más.

Es ligeramente más alta la asistencia de mujeres que de hombres, sobre todo de jóvenes, pero también de mayores de 64 años, frente a la escasa asistencia de las edades intermedias, y claramente progresiva conforme aumenta el nivel educativo.

Los que asisten o participan de las actividades culturales realizadas desde la universidad valoran la oferta con un 5'44. No es nada despreciable este "aprobado" si tenemos en cuenta que la oferta cultural de la ciudad sólo obtiene un 4'51.

PARTICIPACIÓN ACTIVA DURANTE EL ÚLTIMO AÑO EN ACTIVIDADES CULTURALES

Queremos conocer si, además de lectores, oyentes y espectadores, una parte de la población ha estado en el lado de la producción cultural, escribiendo, haciendo teatro o cine, pintando, esculpiendo o interpretando música.

La actividad que ha contado con una participación mayor ha sido el teatro, que ha conseguido que un 17,3% de los onubenses pise las tablas; sin embargo sólo tiene una demanda del 13%.

Sucede al contrario con las demás actividades en las que supera ampliamente la demanda a la participación. Así sucede, sobre todo, con la escritura de libros, que ha realizado sólo el 3,3% de los onubenses, pero que le gustaría realizarlo al 26,3%. También se produce un fuerte aumento de la demanda en la realización o participación en cine o cortometrajes, lo que ha realizado un 2,3% y le gustaría realizar al 19%. Otro buen desfase encontramos en la pintura de cuadros, actividad que ha realizado un 9,3% y le gustaría realizar al 20,8%. En parecida situación tenemos a las actividades musicales en las que ha participado el 8,3% pero desearía hacerlo el 18%. Finalmente, por la escultura pasó un 3,5% de onubenses y muestra su interés un 9%.

Resulta cuanto menos curioso que con los bajos índices de lectura y asistencia al cine, las dos actividades más demandadas sean la escritura de libros y el cine o cortometrajes.

CONCLUSIONES

Como hemos escrito en otros informes, la Universidad de Huelva viene suponiendo para la provincia y para la ciudad uno de los principales ejes de su desarrollo económico, social y cultural, no sólo por lo que se refiere al aumento del nivel formativo de una población que figuraba entre los puestos de cola en los indicadores educativos, sino por su presencia cada vez mayor en diferentes ámbitos de la sociedad provincial y local.

Algunos de sus centros, como el de La Merced, en el corazón de la ciudad, constituyen espacios que trascienden las actividades académicas para convertirse en puntos de encuentro y dinamización social.

El seguimiento que vienen teniendo muchas de las actividades culturales, organizadas desde el Vicerrectorado de Extensión Universitaria, ha venido aumentando progresivamente, sobre todo en los últimos años, y su oferta ha sido evaluada positivamente por quienes han participado en ellas, superando en un punto, como hemos visto anteriormente, a la oferta cultural de toda la ciudad en su conjunto. No es difícil mejorar la marca (5'44) alcanzada, orientando algunas actividades directamente al fomento de hábitos culturales de los onubenses. Algunas pistas dan los datos que hemos analizado.