

Usos, hábitos y demandas culturales de la población de Alcalá de Guadaíra (Sevilla)

# Usos, hábitos y demandas culturales de la población de Alcalá de Guadaira (Sevilla)

Juan Miguel Gómez Espino e Inés Martínez Corts

Área de Sociología y Área de Psicología Social, Universidad Pablo de Olavide

## INTRODUCCIÓN

Alcalá de Guadaira se encuentra a 16 Km. de la capital sevillana en el margen izquierdo del río Guadaira. En la zona de Los Alcores, se caracteriza por formar una misma unidad geomorfológica alargada de Carmona y Dos Hermanas. Posee una población de 68.452 habitantes (en el año 2008) con una tasa de crecimiento entre 1998 y 2008 del 21.7%. Predomina el sector servicios aunque la incidencia de la industria es significativa, en especial, de tipo agroalimentario. En las últimas décadas se ha producido un importante despegue industrial (en la actualidad se encuentran ubicados en Alcalá un total de 836 establecimientos industriales) que convirtió a esta localidad en un importante núcleo industrial de Andalucía.

En relación a la materia cultural y de ocio que nos ocupa, destacamos algunos aspectos relevantes de su oferta (y de la infraestructura asociada a la misma). Además de contar con un museo, en el que se suceden exposiciones permanentes y temporales, Alcalá de Guadaira dispone de un teatro, una biblioteca pública municipal y una "Casa de Cultura". Además, como primicia en su género, Alcalá acoge el I Festival Internacional de Artes Escénicas Ribera del Guadaira<sup>1</sup>. En cuanto a instalaciones deportivas, se disponen de 11.98 por 10000 habitantes (mientras que Sevilla capital, se sitúa en la cifra de 9.06)<sup>2</sup>. En cuanto al uso de las bibliotecas públicas, los datos señalan que el número de préstamos cada 1000 visitas es 317.12 (en Sevilla capital, de 368) y el número de visitas por 1000 habitantes, 1522 (Sevilla capital, 1014,2). En cuanto al nivel educativo, Alcalá de Guadaira se sitúa en una tasa de analfabetismo del 3.9% (2,1% en hombre y 5,7% en mujeres) –siendo la media andaluza del 4.4% (2.6% en los hombre y 6% en las mujeres).

A continuación procedemos a describir algunos datos generales de la muestra de la población objeto de estudio. En cuanto a la edad, se han identificado cuatro intervalos: 18-29 años, 30-49 años y 50-64 años y 65 años o mayor edad. El nivel económico de esta población se sitúa en un nivel medio-bajo (el 55.1% de los ingresos familiares mensuales se sitúan en el intervalo que va desde los 601 a 2.400 euros y sólo el 7.7% manifiesta alcanzar el intervalo de 2401 a 3000 euros. Sólo el 34.4% de la población se encuentra empleada en la actualidad, dedicando como media 39.79 horas al trabajo. En cuanto al estado civil, la mayor parte de la muestra está casada (54.1% frente a un 28.2% de solteros y el resto vive en pareja o están separados o divorciados o viudos). Entre los encuestados, predominan los individuos con estudios primarios (64.3%), reduciéndose a menos de un tercio la proporción de sujetos con estudios secundarios (27.4%). El porcentaje de personas sin estudios es del 16.7% y solo un 2.5% tiene estudios universitarios.

La mayoría de la población analizada manifiesta ser católica (73.6%) aunque esta cuestión queda matizada al identificarse un 37.2% como "no practicantes" y un 23.4% como "poco practicantes". En el terreno de la ideología política, la población muestra preferencia por la izquierda lo que resulta está directamente relacionado con el comportamiento electoral que históricamente se ha producido en esta localidad (en la que el PSOE ha triunfado con amplias mayorías en las sucesivas elecciones convocadas a lo largo del periodo democrático).

La oferta cultural de la Universidad Pablo Olavide, por su parte, tiene una positiva valoración por parte de esta población (6.48), a pesar de que, paradójicamente, el 92% de los encuestados/as manifiestan no haber participado nunca en la misma.

## LECTURA DE LIBROS Y REVISTAS

Bien es sabido que actualmente las nuevas tecnologías (la televisión, Internet, los videojuegos...) están desplazando ciertos hábitos como el que aquí nos concierne. Según estudios realizados, la población española está por debajo de la europea en hábitos de lectura, siendo los países nórdicos los que encabezan la lista de los países con más lectores.

<sup>1</sup> Datos de Ayuntamiento de Alcalá de Guadaira. *Centro cultural, guía cultural febrero 2009 e Información sobre el museo de la ciudad*. España. 2009 y Desconocido. *Alcalá de Guadaira la perla del sur*. España. 1999, en [http://www.uv.es/charco/documentos/alcala\\_guada.htm](http://www.uv.es/charco/documentos/alcala_guada.htm)

<sup>2</sup> Sistema de Indicadores de ciudades de Andalucía (SICA). Instituto de Estadística de Andalucía. Año 2008.

Según el Barómetro de Hábitos de Lectura y Compra de Libros realizado trimestralmente desde el año 2001<sup>3</sup>, Andalucía es una de las CCAA con menor porcentaje de población que dedica su tiempo de ocio a la lectura (50.1%), situándose por debajo de la media nacional (54.6% de lectores frente a un 45.4% de población que no lee nunca o casi nunca). No obstante, se trata de una de las CCAA que más ha aumentado su porcentaje de lectores comparando el año 2001 con el año 2003.

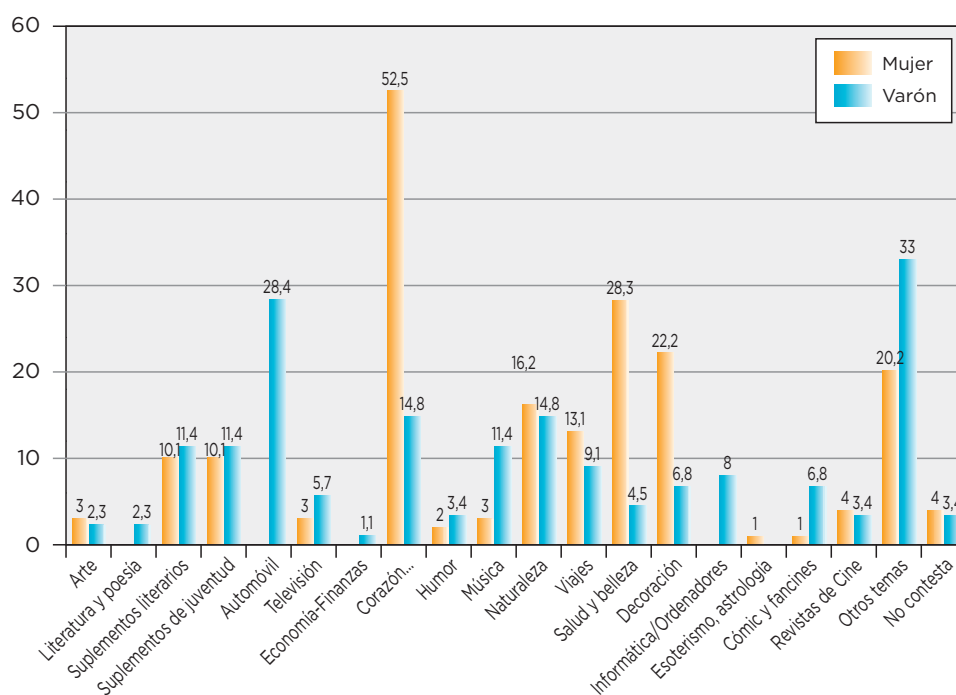
Según los datos de esta encuesta, Alcalá de Guadaira cuenta con un reducido porcentaje de población lectora (incluso, el absentismo total es muy elevado, rondando el 50% en determinadas categorías). El número medio de libros leídos en los últimos 12 meses por la población alcalaense es de 3.31. En el caso de los universitarios, éstos manifiestan leer una media de 9.55 libros en el último año. El tiempo que se dedica a la lectura es una media de 39.32 minutos diarios en días laborales y 32.75 minutos en los festivos.

Analizando el perfil del lector, cabe aludir a un mayor porcentaje de lectura de libros no profesionales (20.4% frente a un 7.5% de libros y revistas profesionales). Por sexos, habría que indicar que son más los hombres (20.4% frente a 15,7%) los que leen libros profesionales. También parece haber una relación positiva –obvia, por otro lado- entre el nivel de formación y la lectura de tipo profesional. Las personas con mayor nivel educativo leen más este tipo de libros (el 28.1% de población que lee libros o revistas profesionales tiene estudios universitarios, y el 3.5% solo tiene estudios primarios).

Entre los géneros preferidos por parte de la población estudiada en este capítulo, en los libros no profesionales, se sitúan, en primer lugar, la novela histórica (18.3%) seguida de la literatura moderna española (15.7%), la literatura extranjera actual (12.5%) y los best-sellers (10.4%). Por debajo, se encuentra la literatura clásica (7.2%), la ciencia y tecnología (6%), las biografías (5.5%), las novelas policíacas (5.3%), el ensayo (2.7%), la poesía (2.4%) o el arte (1.2%).

Las preferencias de lectura no tienden a variar por sexo aunque con alguna excepción (por ejemplo, los hombres muestran predilección por algunos tipos de libros como la literatura clásica, ciencia y tecnología, biografías, ensayos y poesía). Si atendemos a los grupos de edad, se observa que las personas mayores de 65 años prefieren la literatura clásica o novela histórica.

#### Tipo de revistas según sexo\*



\* Respuesta múltiple. Máximo 3 respuestas.

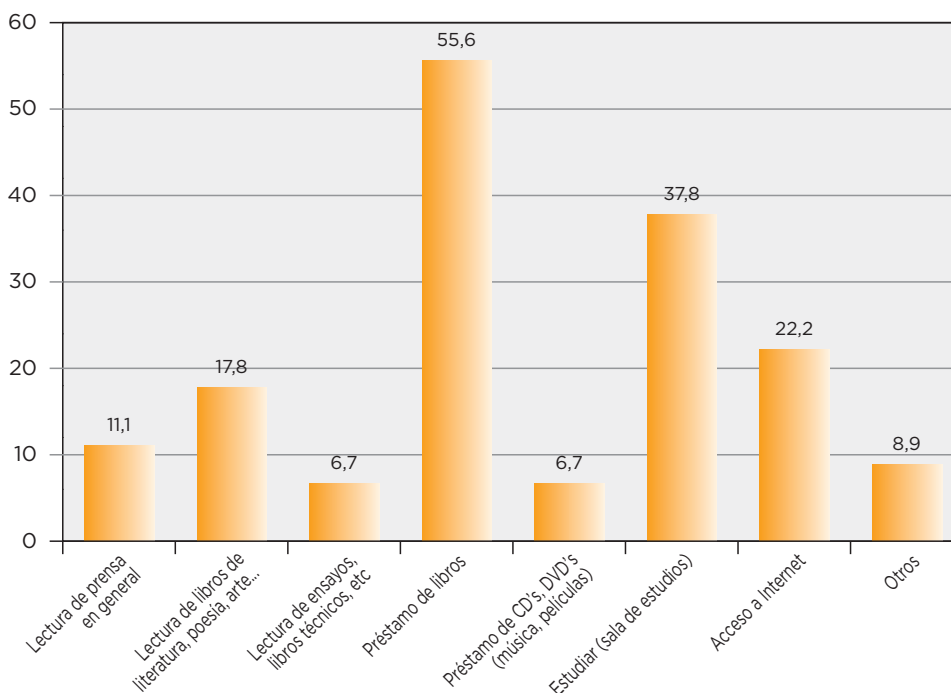
<sup>3</sup> Por Precisa Research para la Federación de Gremios de Editores de España (FGEE)

Con relación a la lectura de revistas, se observa que el hábito de lectura de revistas aumenta conforme lo hace el nivel educativo y la edad. Las diferencias en cuanto a sexo vienen dadas, no por la frecuencia de lectura sino por el tipo de revistas (no profesionales) que se leen habitualmente. Las revistas preferidas por las mujeres son las del corazón (52.%) , salud y belleza (28.3%) y decoración (22.3%) mientras que para los hombres de esta localidad dicen preferir las de automóviles (28.4%) y naturaleza (14.8%). En cuanto al nivel educativo, las personas universitarias manifiestan leer preferentemente suplementos de juventud y literarios.

## BIBLIOTECAS

El uso que se hace de la biblioteca es para el préstamo de libros (55.6%), para estudiar (37.8%) o para conectarse a Internet (22.2%). La biblioteca más utilizada es la municipal (80%) ya que la universitaria es poco accesible, probablemente por la lejanía (24.4%). Los hombres, las personas más jóvenes y las personas con mayor nivel educativo acuden con más frecuencia a la biblioteca. Entre las carencias más destacadas que se achacan a la biblioteca se alude a la falta de espacio, que unido a que no soluciona en muchos casos las demandas de los usuarios (en cuanto a que no tiene los libros o revistas que buscan o suficientes conexiones a Internet) provocaría una escasa frecuencia de su utilización (un 88% de los encuestados no la utiliza nunca)<sup>4</sup>.

Usos que hacen de la biblioteca\*



\* Respuesta múltiple.

## PRENSA

Según Bernardo Díaz Nosty (2002), Andalucía ocupa el puesto dieciséis entre las comunidades autónomas por el número de lectores de diarios, 9.7 puntos por debajo de la media española<sup>5</sup>. En los últimos años, la prensa local y regional ha conseguido ocupar un lugar importante el mercado periodístico, dada su por su capacidad de adaptarse a las demandas de los lectores, más interesados en cuestiones más próximas a su territorio (Xosé López, 2005). Además, otro aspecto des-

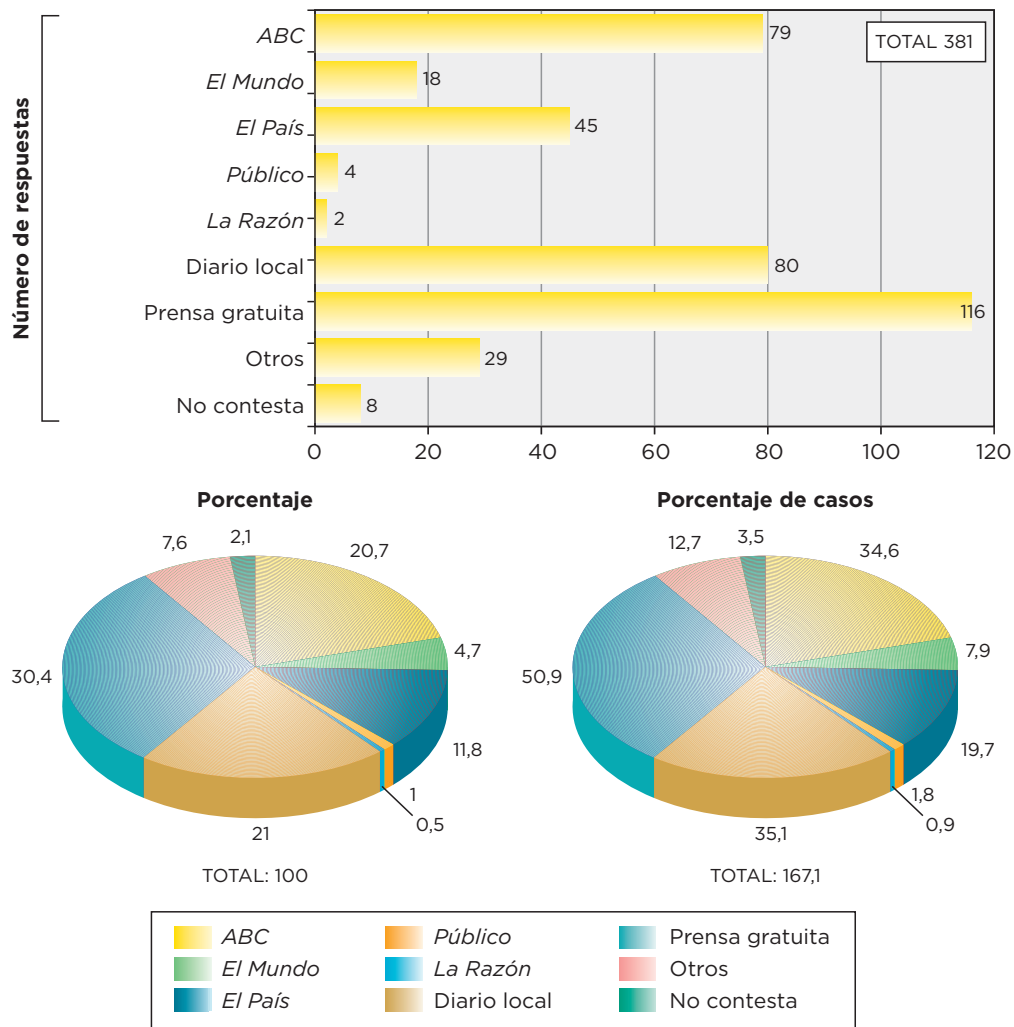
<sup>4</sup> Atendiendo a las estadísticas de bibliotecas públicas de Andalucía del 2008 actualizadas el 28 de enero de 2009 (según IEA), los meses con más afluencia de público son enero, febrero, mayo, junio y noviembre, coincidiendo con las épocas de exámenes estudiantiles.

<sup>5</sup> Además, las mujeres sólo representan el 35,2 por ciento de quienes leen de forma habitual la prensa diaria.

tacable es el notable ascenso de la prensa gratuita. Según un informe del Estudio General de Medios (EGM) de febrero-noviembre del 2004, un tercio de la población que lee prensa de información general consume este tipo de formatos

Según el presente estudio, la prensa gratuita es leída por el 30,4% de la muestra, seguido del diario local<sup>6</sup>. De los diarios nacionales, *ABC* es leído por el 20,7%, mientras que *El País* concita la lectura del 11,8% de la muestra. Como se observa, este dato no parece concordar con las preferencias políticas que se manifiestan entre la población en los sucesivos comicios. Con relación al sexo y la edad, los hombres leen con más frecuencia la prensa (27%) que las mujeres (14.1%), aunque no resultan significativas las diferencias según grupos de edad.

### Tipos de periódicos que leen\*



\* Respuesta múltiple. Máximo 3 respuestas.

## TELEVISIÓN

El consumo de la televisión sobre todo en estos dos últimos años ha aumentado a nivel nacional, siendo Andalucía junto con Cataluña y Aragón las Comunidades Autónomas donde el aumento ha sido más acentuado. Según datos proporcio-

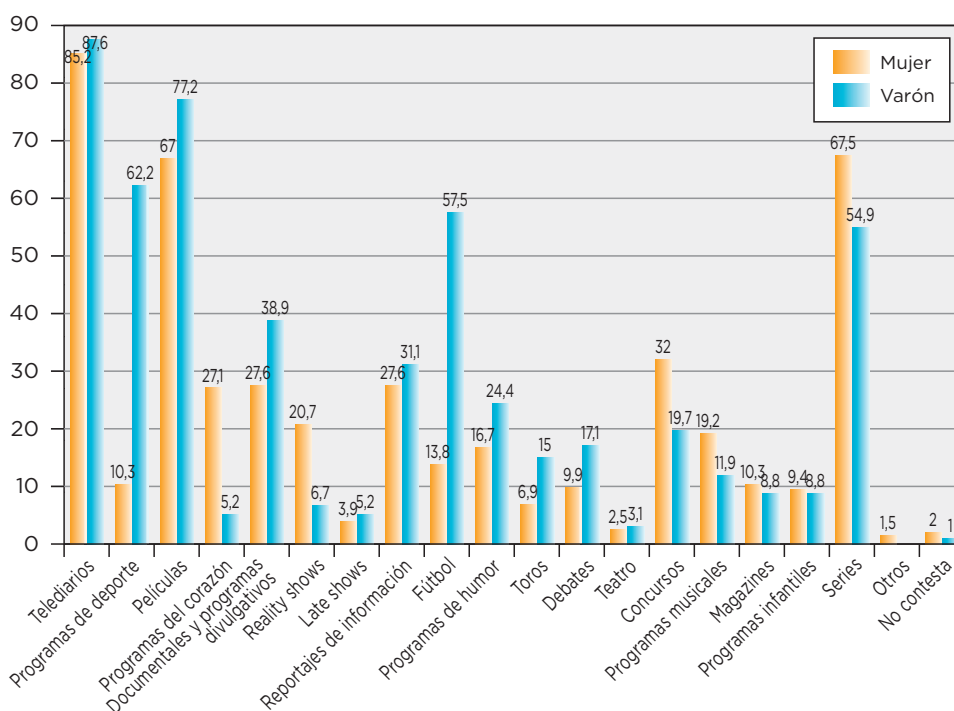
<sup>6</sup> *La voz de Alcalá* es un periódico local del municipio aunque es probable que se haya incluido en las respuestas otros periódicos locales sevillanos como *El Diario de Sevilla*.

nados por el INE<sup>7</sup>, el 37.4% de las viviendas dispone de recepción de televisión digital (TDT) mientras que en Alcalá, según nuestro estudio, el porcentaje es de 51.1%. La rápida implantación de este sistema puede estar provocando estas diferencias en los datos.

La población objeto de estudio dedica en los días laborables una media de 159.16 minutos a ver la televisión, situándose esta media en 176.58 minutos los fines de semana y festivos<sup>8</sup>. Las franjas horarias preferidas por los consumidores son la noche (82.3%) y la tarde (79.8%). Estos datos parecen coherentes con el porcentaje de parados, jubilados y pensionistas que compone la muestra (51.1%, frente a un 34.4% de población trabajadora).

Los programas más vistos son los telediarios, las películas y las series (por este orden), seguidos de los programas de deportes, fútbol, los documentales y programas de divulgación, los reportajes y los concursos. Dos tercios de la población sólo ven canales generalistas<sup>9</sup>.

Tipo de programas de TV según sexo\*



\* Respuesta múltiple.

Con relación a la programación, hombres y mujeres tienen preferencias similares. Solo se observan diferencias con relación, por ejemplo, a los programas deportivos. En este sentido, los hombres ponen en tercer lugar de preferencia el deporte mientras que en las mujeres se reduce notablemente dicho interés a favor de las series. Por otro lado, en las mujeres incrementa la preferencia por los programas del corazón y en los varones se manifiesta mayor atención por documentales o programas de divulgación. En cuanto a la edad, los más jóvenes cambian los telediarios por las series y las películas, respectivamente. Los mayores, a su vez, siempre ven los telediarios (100%) prefiriendo, a continuación, las películas, las series y los concursos.

<sup>7</sup> Publicado el 2 de octubre de 2008

<sup>8</sup> Según Bernardo Díaz Nosty (2002) la Comunidad Andaluza es la que más minutos dedica al consumo televisivo (214 minutos diarios).

<sup>9</sup> Entre las emisiones locales, cabe destacar *Antena Oromana*, televisión local conocida por el 81% de la población según Información Técnica y Científica SL (Infortécnica). *Estudio de audiencia sobre « Antena Oromana Televisión, Alcalá de Guadaira »*. España. Diciembre 2001.

## LA RADIO Y LA MÚSICA

Como es conocido, la radio es un medio de comunicación caracterizado por y una alta credibilidad y capacidad de liderazgo en la creación de opinión pública (Isaac Moreno Peral, 2006). Además, cuenta con una notable aceptación ciudadana, cuestión que se confirma en la población objeto de atención. Según nuestros datos, el 62.3% de la muestra la escuchan "todos o casi todos los días", frente al 26.7% que no la escucha "nunca" o "casi nunca" (el 10,9% que la escuchan con menos frecuencia). Son los hombres y los jóvenes los que escuchan la radio con mayor frecuencia. Los programas preferidos son los musicales (73.8%) y, en segundo lugar, los informativos (43.7%), seguidos de los deportivos. La frecuencia con la que escuchan música es elevada. El 66.1% escucha música todos o casi todos los días. En este sentido, la radio es el dispositivo más empleado para escuchar música (54.8% prefieren la radio), en detrimento de otros medios como los discos, CD's DVD's y MP3<sup>10</sup>.

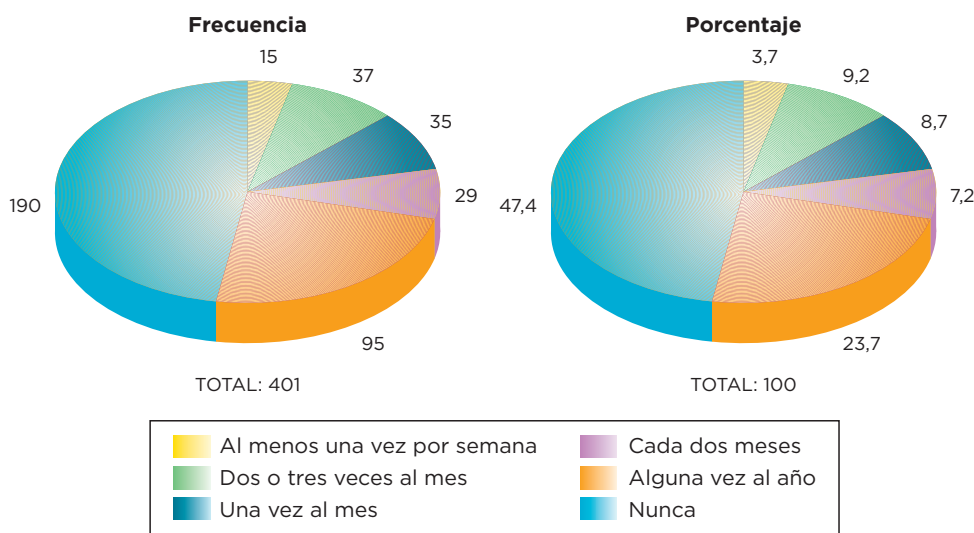
El tipo de música más escuchado es el pop español y el flamenco, seguido del pop internacional y la canción popular. Si consideramos que es la gente joven la que escucha música con más frecuencia (85%), estos datos muestran unas preferencias que podríamos identificar como convencionales. Los lugares preferidos para escuchar música son: la casa (100%), el coche (57.6%) y, muy por debajo, los pubs o locales de copas (13.8%) o el lugar de trabajo (9.5%). Solo un 7.2% dice escuchar la música en las discotecas. Además, no asisten a actuaciones musicales "casi nunca" y, cuando lo hacen, reconocen asistir a espectáculos de pop, rock o flamenco.

Si atendemos a la variable sexo, no hay apenas diferencias entre el hombre y la mujer excepto en la canción popular que parece que es preferida por las mujeres. Como era previsible, las personas mayores de 50 también prefieren la canción popular y el flamenco.

## CINE

Aunque España fuese hace unos años el tercer país europeo en asistencia al cine<sup>11</sup>, cada vez cuenta con menos espectadores. Algunos de los factores influyentes en la decadencia del cine podrían ser: el constante incremento de la piratería, la mejora de los equipos de televisión, el DVD, la mayor oferta de canales en la televisión... A pesar de que Andalucía no

### Frecuencia de asistencia al cine



<sup>10</sup> Escuchar música es la actividad cultural favorita de los españoles, según la Encuesta de hábitos y prácticas culturales en España 2006-2007 elaborada por el Ministerio de Cultura (M<sup>a</sup> Angeles Pérez Corrales, 2008). El 87,9% de los encuestados manifiesta tener ese hábito. Además, los resultados indican una implantación del uso de las nuevas tecnologías: el 20,3% escucha música por ordenador, cifra cinco veces superior al 3,8% estimado en la anterior edición de la encuesta: un 38,3% dispone en su hogar de equipo con reproductor de MP3, un 28,9% tiene móvil con reproductor de música o que un 13,7% utiliza aparatos conectados al ordenador para ver vídeos (M<sup>a</sup> Jesús Burgueño, 2007). Con estos datos observamos la amplia diferencia que existe con la población alcalaense entre la que las nuevas tecnologías no parecen contar con la misma difusión.

<sup>11</sup> Artículo de El País, Madrid, 10 de Febrero de 2009 referido a los datos ofrecidos por el Observatorio Audiovisual Europeo 2009.

está dentro de las comunidades con más espectadores, sigue siendo el espectáculo con mayor número de adeptos por encima del teatro, conciertos...

En relación a Alcalá de Guadaira, en cuanto a aforo en salas de cine por 1000 habitantes (datos de 2008), esta localidad se sitúa en la cifra de 29,38 (Sevilla capital, 20,64). Sin embargo, los datos de asistencia no son elevados: según los datos obtenidos por este estudio, el 23.7% va al cine alguna vez al año y el 47.4% nunca. Probablemente este hecho ayuda a comprender el reciente cierre de uno de los dos Multicines con que contaba esta localidad.

Las películas americanas son las más vistas (86,7%), seguidas de las españolas (61,4%) y el cine europeo (36,2%). La mayor parte de la muestra investigada ve las películas en televisión abierta (una media de 5,7 de cada 10 películas) y poco en el cine (1,3), menos en TV de pago (0,79), videoclub (0,8), películas bajadas de Internet (1,01) o compradas (0,3). Los espectadores que con más frecuencia acuden al cine son personas menores de 30 años (que en un 31.9% acuden alguna, 2 o 3 veces al mes), descendiendo el nivel de asistencia a medida que aumenta la edad. Parece también que existe una relación positiva entre el nivel de formación y la asistencia al cine ya que el porcentaje es mayor cuanto mayor formación tiene el individuo, disminuyendo a la inversa.

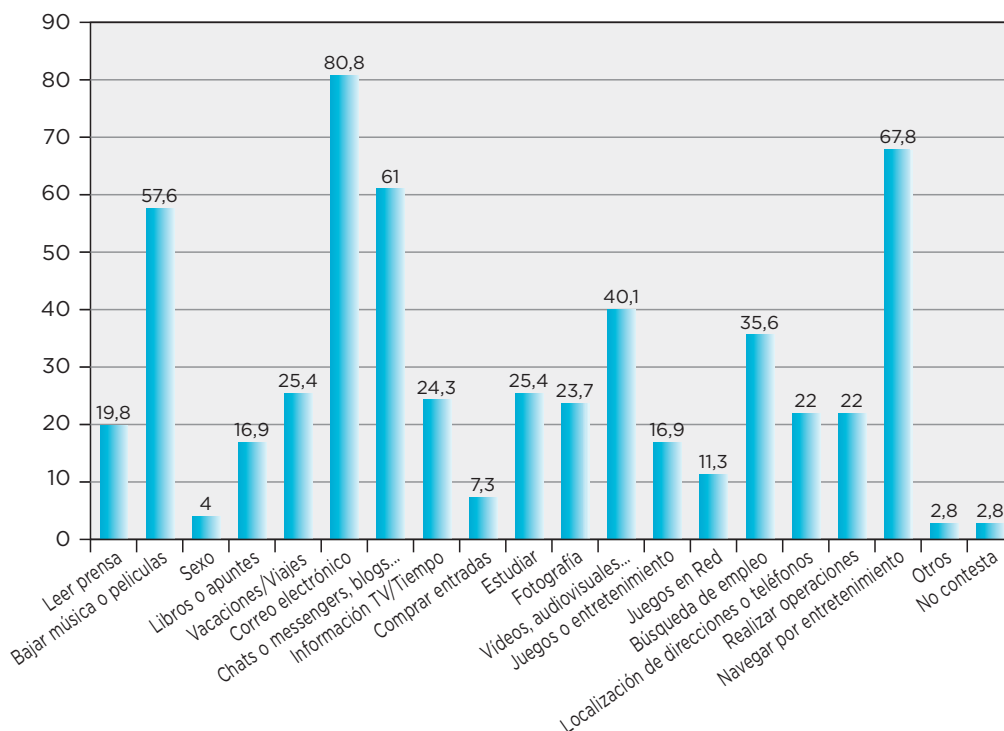
### TEATRO

Los/as alcalaños/as muestran poco interés por el teatro. A pesar del esfuerzo tanto de su ayuntamiento como de los ayuntamientos más cercanos, que realizan ofertas teatrales en un intento de avivar este hábito cultural. La mayoría de la población encuestada va menos de 1 vez al año al teatro o nunca (77.3%) frente a un pequeño sector que va una vez al año (11.7%). Como se puede observar, el teatro está siendo desplazado por otras actividades como el cine, la televisión, las nuevas tecnologías...

### INTERNET

Actualmente, según el Instituto Nacional de Estadística sólo el 43.7% de los/as andaluces/zas tienen conexión a Internet, lo que sitúa a Andalucía en undécimo lugar del ranking de las Comunidades Autónomas españolas. No obstante, en tér-

Usos que realizan de Internet\*



\* Respuesta múltiple.



minos de población usuaria, se evidencian menores distancias respecto de los valores medios nacionales de lo que reflejan consumos como la prensa o la lectura de libros (Díaz Nosty, 2002)<sup>12</sup>. Se trata de una realidad esperanzadora, que refleja, en buena medida, el carácter generacional que tiene el uso de la red, donde se marca una menor distancia entre las prácticas culturales de los jóvenes andaluces con los de otras regiones de España”

Con relación a la población de Alcalá de Guadaira, muchos hogares cuentan con un ordenador personal (65.8%) que comparten entre todos los miembros de la familia. Muchos de ellos tienen conexión a Internet (un 49.6% frente a un 16.2%) Quien contrata este servicio prefiere la banda ancha (43.2%) a la tarifa plana (39.7%) frente la tarifa por horas que parece ya obsoleta.

Los lugares donde se usa Internet más frecuentemente son la casa (en un 84.3% de los casos) y el trabajo (en un 11.6%). El uso de Internet parece estar cada vez más extendido en esta localidad. Casi el 50% se conecta normalmente (44.1%). Este porcentaje de población se conecta principalmente por el correo electrónico (80,8%), por entretenimiento (67,8%), para el uso del chat, messengers, blogs (61%) o para bajar películas o música (57,6%), entre los usos más frecuentes. Ver videos (40,1%), buscar empleo (35,5%) o estudiar (25,4%) son otros usos frecuentes de Internet de la muestra alcalaresa.

Los usos de Internet más generalizados están relacionados con la edad de los usuarios. En general, existe una evidente brecha generacional en el uso de las nuevas tecnologías. Así, según estudios realizados por el Aula de la Experiencia de la Universidad de Sevilla, a partir de los 55 años solo el 4% de las personas han accedido a Internet y en relación a los mayores de 65 años esta cifra se reduce al 0.85% según el EGM<sup>13</sup> (2003).

Otras diferencias en el uso de Internet dependen del nivel de formación y del sexo. El uso de Internet incrementa según incrementa el nivel formativo. En cuanto a la segunda variable mencionada, el uso incrementa los varones (52% frente al 36.6% las mujeres), lo que puede estar afectado por la primera variable (es decir, aunque en las cohortes más jóvenes los niveles de formación femeninos superan a los masculinos, no ocurre así en el conjunto de la población).

## TELÉFONO MÓVIL

La telefonía móvil se ha convertido en los últimos años en un servicio esencial para los individuos, incluso, en cierta medida, imprescindible. Así, su generalización además de ser un fenómeno económico y tecnológico, es también un fenómeno socio-cultural de importancia que ha provocado notables transformaciones en numerosos aspectos de la vida social (Juan Miguel Aguado e Inmaculada J. Martínez, 2006). Un 89.5 % de la muestra analizada tiene teléfono móvil con un consumo de 30.87 euros al mes, lo cual es algo inferior a la media andaluza (en Andalucía, el 90.1% de los hogares tienen móvil en 2008<sup>14</sup>).

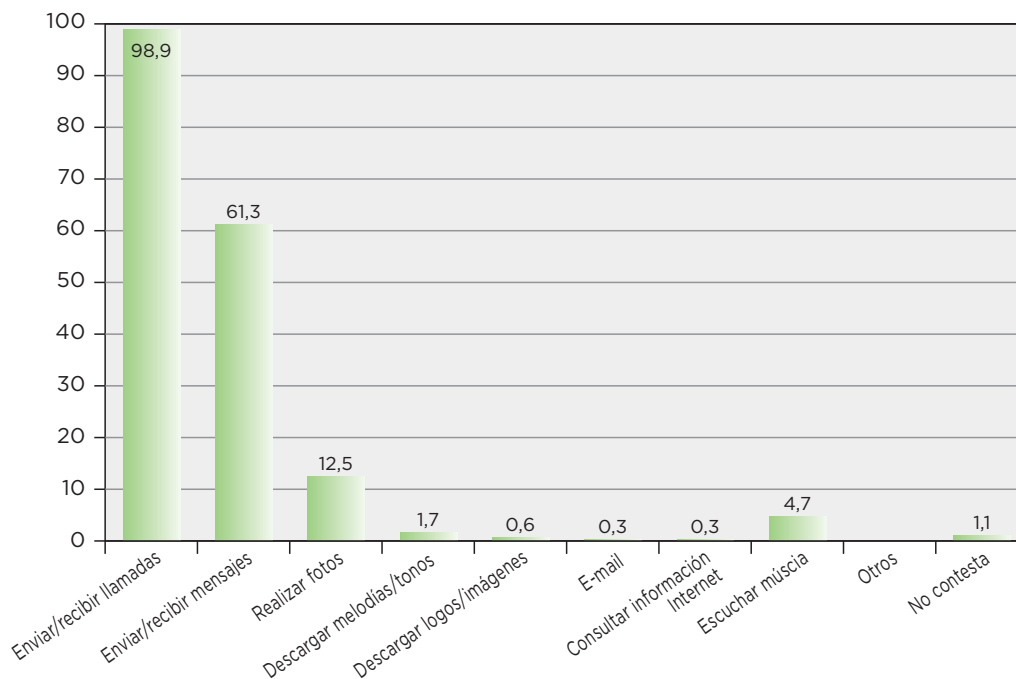
La telefonía móvil ha evolucionado en los últimos años, produciéndose un abaratamiento de los costes de la conexión, mejorando los terminales en cuanto a tamaño, diseño y a las prestaciones cada vez más avanzadas (fotografía, Internet, organizador de datos, bluetooth, juegos, música...). Pero a pesar de todas estas prestaciones, su empleo es todavía precario. Además del uso del teléfono para recibir y realizar llamadas (98.9%) o mensajes (61,3%), muy pocos se sirven de las aplicaciones del móvil tales como hacer fotografías (12.5%) o escuchar música (4.7%). A pesar de ser una prestación emergente, sólo el 0.3% accede a Internet a través del móvil.

<sup>12</sup> Maturana, Jesús. *Andalucía a la cola en uso y velocidad de banda ancha*. España. 9 de octubre de 2008. The Inquirer. Miércoles, 21 de Enero 2009. <http://www.theinquirer.es/2008/10/09/andalucia-a-la-cola-en-uso-y-velocidad-de-banda-ancha.html>

<sup>13</sup> Encuesta General de Medios.

<sup>14</sup> Fuente: Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de la Información y Comunicación en los hogares 2008 del INE, Instituto Nacional de Estadística.

## Usos que realizan del móvil\*



\* Respuesta múltiple.

## EL DEPORTE

Durante las dos últimas décadas, el deporte en España ha adquirido gran importancia tanto si hablamos de él profesionalmente o como espectáculo. En 1975, el instituto ICSA Gallup hizo las primeras encuestas sobre el deporte como un hábito y, desde entonces, se ha observado una evolución muy favorable en sus distintas dimensiones (deporte para la salud, recreativo, competición, aventura o espectáculo). Desde entonces, cada cinco años, el CIS realiza encuestas sobre los hábitos deportivos de los españoles, abordando numerosos temas. En ellas se refleja que los principales motivos de la práctica del deporte son el ejercicio físico, la diversión, la mejora de la salud o por encontrarse con sus amigos.

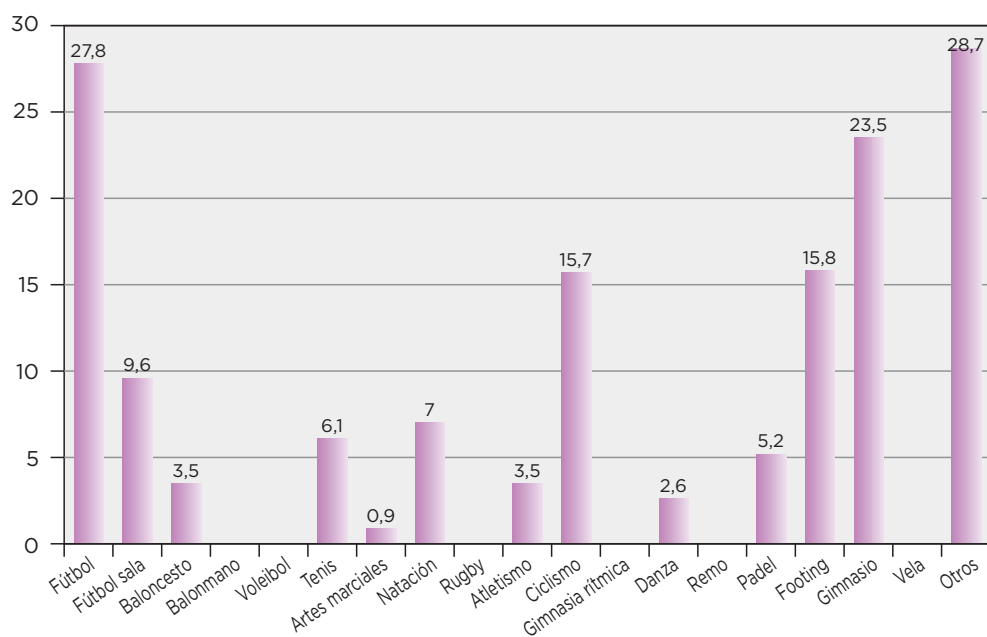
Atendiendo a estudios realizados sobre esta materia (Ministerio de Educación, Política Social y Deporte, Consejo Superior de Deportes, 2005), Andalucía se sitúa entre las Comunidades Autónomas (junto a Extremadura, Cantabria y Galicia) con menor práctica de deporte, aunque es indudable la tendencia al incremento de estas cifras en los últimos años.

Según los datos obtenidos en Alcalá de Guadaira, un 28.7% declara practicar habitualmente algún deporte. En su mayoría lo hacen "una vez por semana" (14.2%) y en menor medida "todos o casi todos los días" (11%). Es muy escaso el porcentaje de personas que lo realizan "alguna vez al mes" (1.5%) o "con menor frecuencia aún" (0.2%). Es más habitual su práctica entre los hombres (40.3%) que entre las mujeres (17.6%). Sin embargo, la tendencia es que los porcentajes de las mujeres vayan acercándose a las cifras masculinas. Obviamente, también es más practicado por jóvenes (38.1% entre los jóvenes de 18-29 años) que por personas más mayores (24.7% entre las personas de 50 a 64 años).

Los deportes más practicados son, en primer lugar, el fútbol (27.8%), seguido del gimnasio (23.5%). Les siguen otros deportes que se realizan al aire libre tales como el ciclismo (15.7%) o footing (15.8%). Si comparamos estas preferencias con las observadas a nivel nacional según el CIS, la natación (33%), el fútbol (31.7%) y el ciclismo (19.1%) constituyen las principales preferencias, mientras que el gimnasio (14%) ocupa una posición posterior.

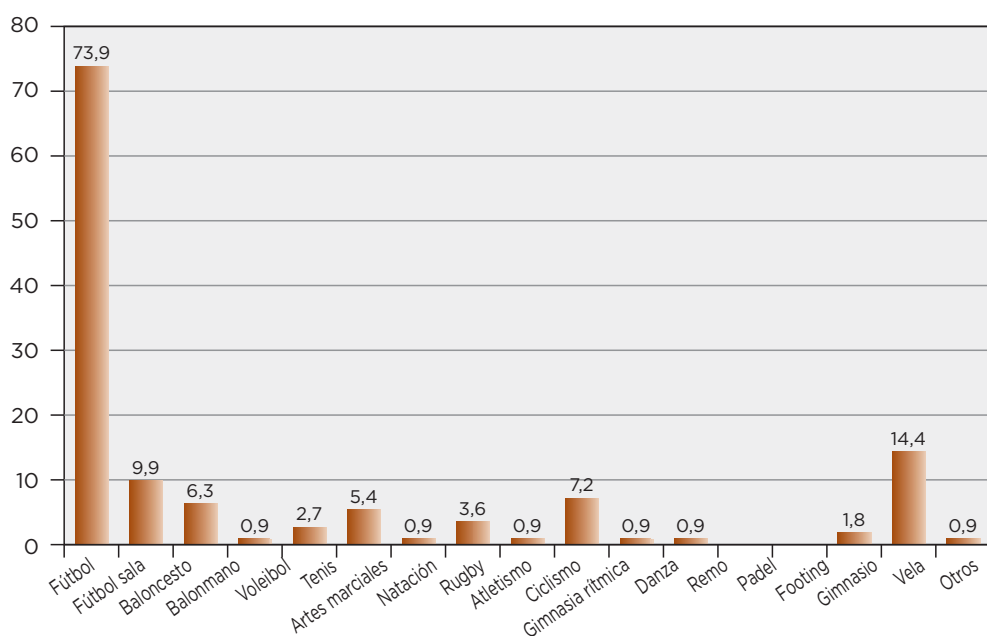
En cuanto al deporte como espectáculo, sólo el 27.2% asiste a espectáculos deportivos. Sin lugar a dudas, el fútbol es el deporte con más seguidores (73.9%), seguido a gran distancia del atletismo (7.2%) o el baloncesto (6.3%). Al analizar con anterioridad los usos televisivos de los encuestados, aludíamos que el porcentaje de personas que ven deporte a través de este medio es considerable (35.6%). En general, podría apuntarse en la televisión como medio de gran relevancia para la difusión, popularización y desarrollo del deporte contemporáneo.

## Deportes que practican\*



\* Respuesta múltiple.

## Competiciones deportivas a las que suelen asistir\*



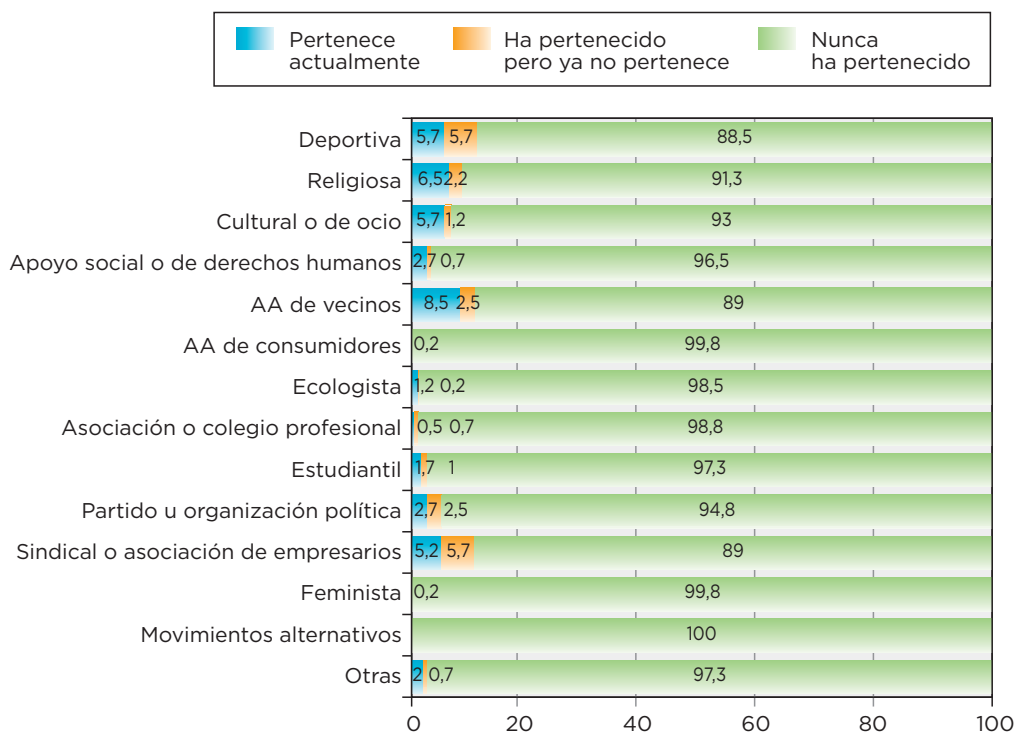
\* Respuesta múltiple.

## ASOCIACIONISMO

El asociacionismo, en cuanto que medio para la participación ciudadana en un sentido de construcción colectiva (Instituto Andaluz de la Juventud, 2003), constituye una pieza clave para la articulación de las sociedades. Según el IEA (2008), Alcalá de Guadaira es la tercera localidad de Sevilla en número de asociaciones de ámbito nacional por cada

1000 habitantes. Según nuestros datos, el 34.2% de la muestra manifiesta pertenecer a alguna asociación frente al 65.8% que no pertenece a ninguna. Las asociaciones con mayor número de miembros son las vecinales (8,5%), y las religiosas (6,5%), las culturales o de ocio (5,7%) y las deportivas (5,7%). En relación a las asociaciones inscritas en el Ayuntamiento de Alcalá, vemos que la mayoría son deportivas (82) seguidas de las culturales (64), la vecinales (47) y las de ayuda mutua (37).

**Pertenece, ha pertenecido o nunca ha pertenecido a alguna asociación**



Las personas mayores de 50 años parecen ser más propensas al asociacionismo (75%), predominando también entre los trabajadores no funcionarios. Por último, según el sexo, las mujeres (31.1%) cuentan con un nivel de asociacionismo inferior que los hombres (47.4%).

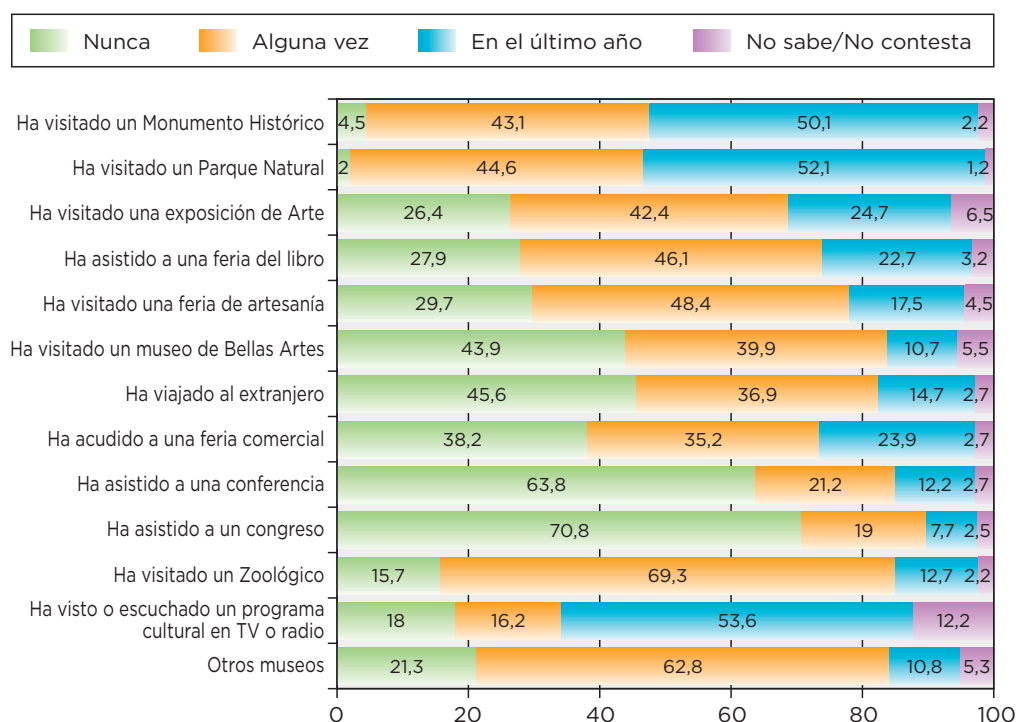
**OTRAS ACTIVIDADES RELACIONADAS CON LA CULTURA.**

Según datos recogidos por el Instituto de Estadística de Andalucía (2007) se ha observado una evolución favorable en determinadas prácticas culturales. Por ejemplo, el número de visitantes a conjuntos monumentales y arqueológicos por cada 1000 habitantes se ha visto incrementada (en 1991, la cifra era de 319 mientras que en 2007 de 535). Las visitas a museos por cada 1000 habitantes también ha aumentado considerablemente (en 1991, 86.13 y en 2007, 198.47).

En Alcalá de Guadaira, las actividades preferidas para la muestra son la visita a los parques naturales, seguidas de los monumentos históricos, exposiciones de arte, y ferias comerciales o del libro. Como vemos en la tabla, las actividades culturales y de ocio tienen bastante aceptación entre nuestra población que dedica una media de 15.77 horas al ocio y la diversión, gastándose una media de 32.93 euros al mes.

Alcalá cuenta con una oferta cultural, en general, bien valorada por sus habitantes (5.99). En cuanto al ocio, a los/as alcalaños/as les gusta ante todo pasar el tiempo libre viendo la televisión, escuchando la radio o música o en el ordenador. Esporádicamente les gusta ir de excursión (de ahí la preferencia por los parques naturales, viajes, salidas al campo o a la playa) o visitar museos, exposiciones. En cuanto a la participación activa en actividades culturales (teatro, escribir, pintar...) se observa que entre el 91% y el 98% no realizan o han realizado nunca actividades como éstas, ni les interesa hacerlo.

## Otras actividades relacionadas con la cultura



## BIBLIOGRAFÍA

Aguado, Juan Miguel e Martínez, Inmaculada J. (2006). *El proceso de mediatización de la telefonía móvil: de la interacción al consumo cultural*. Zer: Revista de estudios de comunicación = Komunikazio ikasketen aldizkaria, ISSN 1137-1102, Nº. 20, 2006, 343 pags. [http://www.ehu.es/zer/zer20/zer20\\_19\\_aguado.pdf](http://www.ehu.es/zer/zer20/zer20_19_aguado.pdf)

Bargueño, M<sup>a</sup> Jesús (2007). *Música, lectura y cine son los ámbitos culturales de mayor interés para la población española*. España. 28 de septiembre 2007. Revista de arte Logopress. <http://www.revistadearte.com/2007/09/28/musica-lectura-y-cine-son-los-ambitos-culturales-de-mayor-interes-para-la-poblacion-espanola/>

Desconocido. *La asistencia a las salas sigue en caída libre en España*. España. 10 de febrero 2009. El País. [http://www.elpais.com/articulo/cultura/asistencia/salas/sigue/caida/libre/Espana/elpepuopi/20090210elpepicul\\_6/Tes](http://www.elpais.com/articulo/cultura/asistencia/salas/sigue/caida/libre/Espana/elpepuopi/20090210elpepicul_6/Tes)

Desconocido. *Alcalá de Guadaira la perla del sur*. España. 1999. [http://www.uv.es/charco/documentos/alcala\\_guada.htm](http://www.uv.es/charco/documentos/alcala_guada.htm)

Díaz Nosty, Bernardo (2002). *Los medios y la modernización de Andalucía*, Eds. Tiempo, Madrid (ISBN: 84-930909-6-4). <http://www.infoamerica.org/Andalucia/dos6.htm>

Ayuntamiento de Alcalá de Guadaira (2009). *Centro cultural, guía cultural febrero 2009 e Información sobre el museo de la ciudad*. España. <http://www.ciudadalcala.org/portal/cultura/2.html?Itemid=84>

Federación de Gremios de Editores de España (2009). *Hábitos de lectura y compra de libros (año 2008)*. España. 23 de enero 2009. <http://www.federacioneditores.org/SectorEdit/Documentos.asp#>

Información Técnica y Científica SL (Infortécnica). *Estudio de audiencia sobre « Antena Oromana Televisión, Alcalá de Guadaira »*. España. Diciembre 2001. <http://www.audiencia.org/estudios/10289/>

INE (2008). *Encuesta sobre Equipamiento y uso de Tecnologías de Información y Comunicación en los Hogares*. España. 2 de Octubre de 2008. Actualizado 31 de octubre. <http://www.ine.es/prensa/np517.pdf>

Instituto Andaluz de la Juventud Consejería para la Igualdad y el Bienestar Social (2003). *Asociacionismo*. España. [http://www.andaluciajunta.es/SP/Patio\\_Joven\\_v2/CDA/rejillas/PJ2\\_rejilla\\_la\\_junta\\_te\\_ofrece/0,21675,10663799\\_10668061,00.html](http://www.andaluciajunta.es/SP/Patio_Joven_v2/CDA/rejillas/PJ2_rejilla_la_junta_te_ofrece/0,21675,10663799_10668061,00.html)

Instituto de Estadística de Andalucía. Consejería de Economía y Hacienda. *Indicadores sociales de Andalucía*. España. <http://www.junta-deandalucia.es/institutodeestadistica/indsoc/indicadores/a0010.htm>

Instituto de Estadística de Andalucía. Consejería de Economía y Hacienda. *Anuario Estadístico de Andalucía 2007*. España. <http://www.juntadeandalucia.es/institutodeestadistica/anuario/anuario07/anuario07c18.htm>

López, Xosé (2005). *La prensa local en España. Redescubrir el valor de la proximidad*. España. Abril junio 2005. Revista Telos nº 63. Segunda época. <http://www.campusred.net/telos/articulocuaderno.asp?idarticulo=4&rev=63>

MAID. Informe *La encuesta sobre hábitos deportivos de los Españoles como instrumento de prospección*. España. [http://www.acedyr.com/Portal/Contenidos/Imagenes/Tmp/Pdf/09\\_anexo\\_9\\_encuesta\\_habitos\\_Q.pdf](http://www.acedyr.com/Portal/Contenidos/Imagenes/Tmp/Pdf/09_anexo_9_encuesta_habitos_Q.pdf)

Maturana, Jesús (2008). *Andalucía a la cola en uso y velocidad de banda ancha*. España. 9 de octubre de 2008. The Inquirer. Miércoles, 21 de Enero 2009. <http://www.theinquirer.es/2008/10/09/andalucia-a-la-cola-en-uso-y-velocidad-de-banda-ancha.html>

Ministerio de Cultura. *Encuestas de hábitos y prácticas culturales 2002-2003*. España. [http://www.mcu.es/estadisticas/docs/EHC/cine\\_6\\_4.pdf](http://www.mcu.es/estadisticas/docs/EHC/cine_6_4.pdf)

Ministerio de Educación, Política Social y Deporte (2005). *Las prácticas deportivas de la población española: deportes más practicados*. España. <http://www.csd.mec.es/csd/sociedad/encuesta-de-habitos-deportivos/3-las-practicas-deportivas-de-la-poblacion-espanola-deportes-mas-practicados>

Ministerio de Educación, Política Social y Deporte (2005). *El deporte como consumo y espectáculo de masas*. España. <http://www.csd.mec.es/csd/sociedad/encuesta-de-habitos-deportivos/9-el-deporte-como-consumo-y-espectaculo-de-masas>.

Moreno Peral, Isaac (2006). *La radio y la tecnología: breve historia y perspectivas*. España. Agos. Sept 2006. <http://www.coit.es/publicaciones/bit/bit158/46-49.pdf>

Otero Carvajal, Luis Enrique (2003) Ocio y deporte en el nacimiento de la sociedad de masas. La socialización del deporte como práctica y espectáculo en la España del primer tercio del siglo XX. Cuadernos de Historia Contemporánea, 25 (25). pp. 169-198. ISSN 0214-400X. [http://eprints.ucm.es/6157/1/CHCO0303120169A\\_ocio.pdf](http://eprints.ucm.es/6157/1/CHCO0303120169A_ocio.pdf)

Pérez Corrales, María Ángeles (2008). La encuesta de hábitos y prácticas culturales en España 2006-2006. España. Enero 2008. Revista Índice. <http://www.revistaindice.com/numero26/p17.pdf>