



Usos, hábitos y demandas culturales de la población de Dos Hermanas (Sevilla)

Usos, hábitos y demandas culturales de la población de Dos Hermanas (Sevilla)

Inés Martínez Corts y Juan Miguel Gómez Espino

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

Es un municipio español de la provincia de Sevilla, situado a 12 Km. de la ciudad de Sevilla. Geográficamente se encuentra en la depresión del Guadalquivir y limita al norte con Sevilla, al este con Alcalá de Guadaíra, al oeste con Coria del Río y al sur con los palacios, Villafranca y Utrera. El municipio lo componen cuatro núcleos de población: ciudad de Dos Hermanas, Montequinto, Fuente del Rey y Adriano. Cuenta con 120.323 habitantes censados (a 1 de enero de 2008) lo que ha supuesto un gran incremento en los últimos 40 años (en 1970 la población era de 39.677 habitantes).

Debido a la proximidad de este municipio con la ciudad de Sevilla y otros municipios, gran parte de este incremento se debe a la adquisición de viviendas de personas que finan su lugar de residencia en Dos Hermanas, a pesar de realizar su trabajo en otros municipios. Es una población mayoritariamente joven (la población menor de 40 años representa el 61% y la población mayor de esta edad representa solo el 39%). El mayor número de población se concentra entre los 20-40 años.

La orientación política de este municipio es socialista. Concretamente es el Partido Socialista Obrero Español (PSOE) el que administra este municipio desde 1983. La economía de este municipio se basa fundamentalmente en actividades como la construcción, la industria, los servicios y la agricultura. Actualmente, la crisis mundial afecta a este municipio provocando un aumento del paro (ha subido un 44,76% desde diciembre de 2007 a diciembre de 2008).

La estructura educativa en Dos Hermanas es muy amplia. Cuenta con 24 colegios públicos de Educación Infantil y Primaria, 12 Institutos Públicos de Educación Secundaria Obligatoria y Post Obligatoria y con una amplia oferta de Bachilleratos y Ciclos de Formación Profesional. También cuenta con la Universidad Popular, creada y gestionada por el Ayuntamiento de Dos Hermanas y cuyo objetivo es ofrecer a la población excluida de la formación reglada, formación para la inserción laboral. A esta oferta pública hay que sumar la oferta privada y los centros concertados. Además, cuenta con la gran oferta educativa de la Universidad Pablo de Olavide, situada en terrenos de Dos Hermanas, Alcalá y Sevilla.

En la ciudad de Dos Hermanas hay varios centros culturales donde se desarrollan las diversas actividades que se realizan a lo largo de todo el año: Auditorio Municipal, Biblioteca Municipal, Edificio Torrevalme, Teatro Municipal, Centro Cultural, Biblioteca Municipal Montequinto. Además también cuenta con varias instalaciones deportivas gestionadas por el Patronato Municipal de Deportes.

El estudio que aquí realizamos, examina los hábitos culturales de los nazarenos/as. Se ha tomado una muestra representativa de la población de entre 18 a 49 años (como ya hemos dicho son los más abundantes en esta población). El mayor número de población nazarena solo tiene estudios primarios (41.8%) o secundarios (28.3%). Los/as universitarios/as tan solo suponen el 13.3%. Apenas hay personas con estudios de postgrado (master o doctorado) (1.6%). El 16% de la población no tiene estudios de ningún tipo. Más de la mitad de la población está casada (58.3%) y otros son solteros/as (30.3%), que normalmente conviven con su pareja e hijos (1 o 2). Un porcentaje amplio de la muestra declara vivir con sus padres (22.5%) o con su pareja sin hijos (17.5%). El 42.5% de la población nazarena trabaja una media de 40.30 horas semanales. Los ingresos mensuales más frecuentes están en la franja de 901-1800 euros, siendo pocos los que ganan por encima o por debajo. El 20.8% se dedica al trabajo doméstico y el 15.3%, habiendo trabajado anteriormente, ahora se encuentra en paro, probablemente como consecuencia de la crisis que vivimos actualmente. El resto de la población analizada se reparte entre jubilados, pensionistas o estudiantes. En cuanto a la religión, el 81.3% de la población analizada manifiesta ser católica, aunque poco o nada practicante.

Los/as nazarenos/as, al igual que el resto de la ciudadanía andaluza y española, dedican su tiempo libre a una serie de actividades culturales y de ocio objeto de este estudio. Como se ha observado, algunas de las actividades más frecuentes son: ver la televisión (92.5%), escuchar la radio (57.5%), escuchar música (40.4%), utilizar el ordenador (30%), leer periódicos o revistas (23%), leer libros (15.8%), y hacer deporte (10.8%). A estas actividades dedican una media de 15.84 horas a la semana. El gasto al mes en cultura es de 30.06 euros aproximadamente.

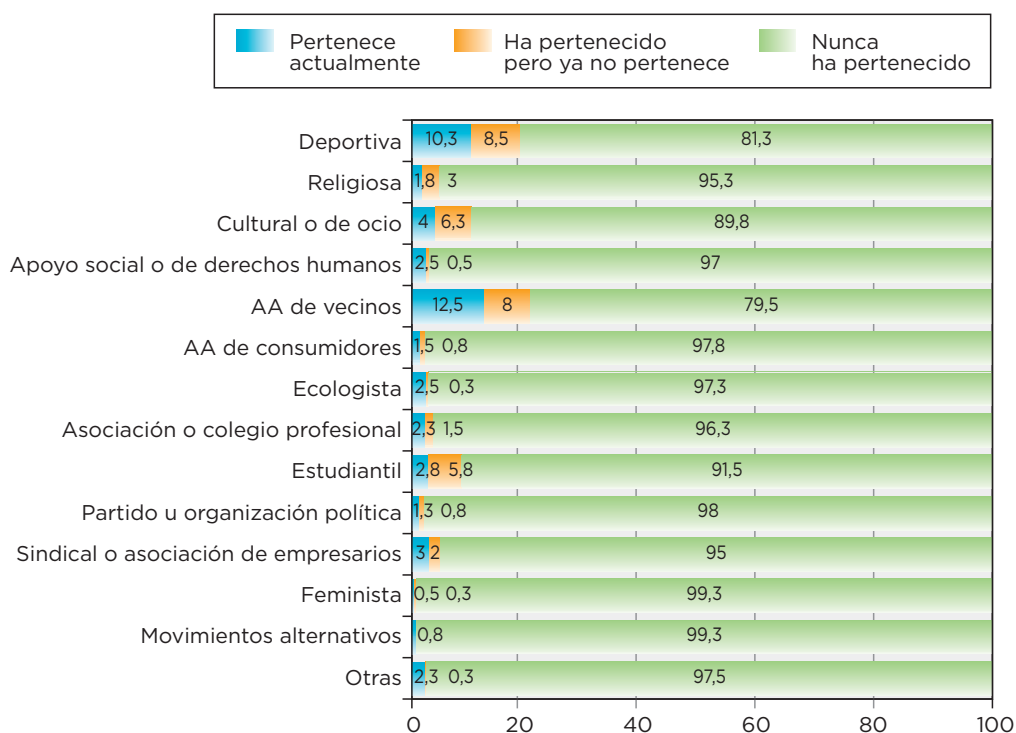
A continuación se analizan algunos aspectos culturales y de ocio al que dedican su tiempo los/as nazarenos/as.

ASOCIACIONES

El asociacionismo es una manera de sumar esfuerzos y compartir ideales, un instrumento de participación ciudadana con continuidad y proyección en la sociedad (Consejería para la Igualdad y el Bienestar Social, 2003). Entre las transformacio-

nes que ha experimentado la sociedad andaluza en estos últimos años destaca una mayor orientación hacia el individualismo, lo que ha podido incidir en la reducción del asociacionismo (Javier Escalera Reyes y Esteban Ruiz Ballesteros, 2006). Dos Hermanas no parece ser una excepción. A pesar de tener 236 asociaciones registradas en el Ayuntamiento, en este estudio, solo el 30,5% de la población encuestada declara pertenecer a alguna asociación. Según el anuario estadístico de Andalucía 2007, en Andalucía las asociaciones con más empuje son las culturales, artes, ciencias y letras seguidas de las vecinales, de acción social y las deportivas. En Dos Hermanas, las personas encuestadas se agrupan en mayores porcentajes en asociaciones de vecinos y deportivas. Las asociaciones culturales ocupan el tercer lugar. Según los datos recogidos, son los hombres y las personas jóvenes (menores de 50 años) los que participan más en las asociaciones.

Asociacionismo



LECTURA

La lectura es un hábito individual que se adquiere a temprana edad y que nos acompaña toda la vida. Forma una parte importante del proceso de aprendizaje y formación, genera y proporciona información y ocio. La lectura tiene muchos aspectos positivos: aumenta nuestro vocabulario (mejora nuestro lenguaje), ayuda a mejorar la escritura, despierta aficiones e intereses y mejora nuestras relaciones humanas en la medida que adquirimos conocimientos que amplían nuestros temas de conversación, desarrolla la creatividad y la imaginación y mejora nuestro desarrollo intelectual. (Carlos Iván Mejías Rosario, 2008)

Según los datos del Barómetro de Hábitos de Lectura y Compra de Libros realizado por Precisa Research para la Federación de Gremios de Editores de España (FGEE) (tercer trimestre de 2008), el 53.9% de los españoles mayores de 14 años lee libros dedicándole aproximadamente 50 minutos de lectura diaria. Sin embargo de este porcentaje el 39.7% se declara lector frecuente (diariamente o varias veces a la semana) y el 14.2% declara ser lector ocasional (alguna vez al mes o trimestre). A pesar de que Andalucía es una de las comunidades que ha aumentado el número de lectores, todavía se sitúa por debajo de la media nacional. Según estudios realizados de Hábitos de Lectura y Compras de Libros (2008), el porcentaje de lectores es sólo del 51.8%.

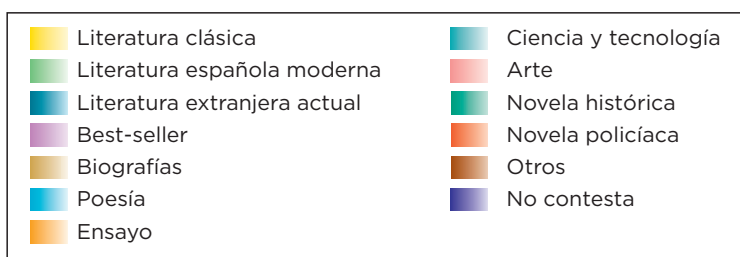
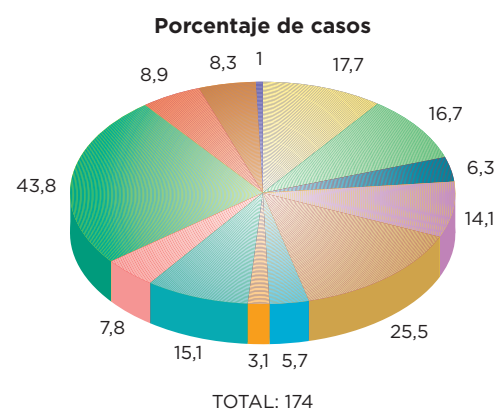
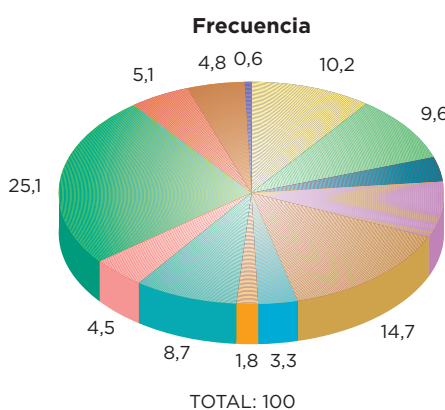
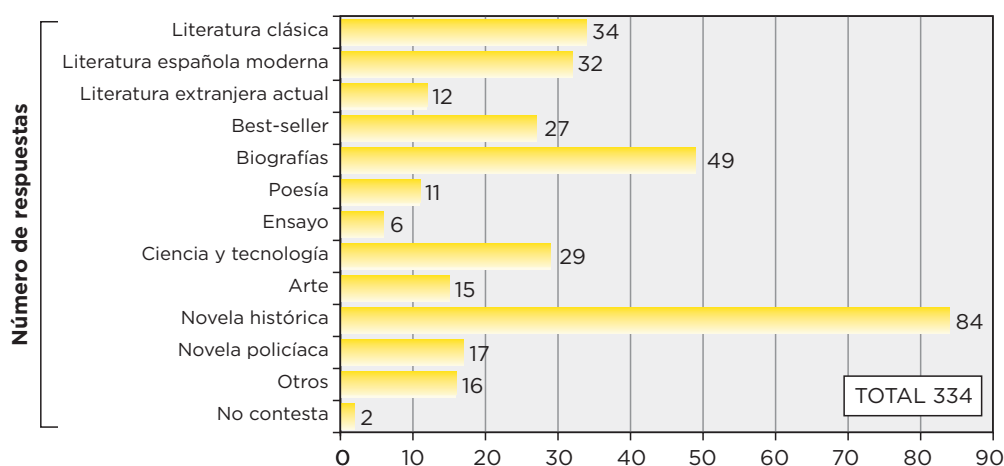
Con el objetivo de analizar el hábito de lectura de la población de Dos Hermanas se han diferenciado cuatro tipos de lecturas: libros no profesionales, libros profesionales, revistas no profesionales y revistas profesionales. Los lectores frecuentes de libros no profesionales representan el 37.1% frente al 51.8 % de personas que no leen este tipo de lectura

nunca o casi nunca. Las revistas no profesionales tienen menos empuje ya que solo el 21.4% son lectores habituales frente al 62.5% que no las lee nunca o casi nunca. Pero se observa una mayor diferencia con relación a la lectura de revistas y libros profesionales. El 75% de la población declara no leer ambos tipos de lectura nunca o casi nunca y solo el 13.8% las leen con frecuencia.

Con relación al número de libros leídos en los últimos 12 meses, la población de Dos Hermanas se sitúa muy por debajo de la media nacional. El número medio de libros leídos en los últimos 12 meses es tan solo de 2.75 mientras que la media nacional está en 8.9 libros.

En cuanto al perfil de la población lectora en España y, mas concretamente en Andalucía se observa que leen más las mujeres que los hombres (un 51% frente a un 49%). Esta diferencia no es muy elevada y parece que se reduce con respecto a estudios anteriores. Los/as lectores/as son jóvenes (62% entre 14-24 años, el 45% entre 55-64 años y 26% mayores de 65 años). Según el nivel de estudios, y diferenciando los sexos, los que tienen estudios universitarios leen más que los que tienen un nivel inferior de estudios. Entre la población universitaria, a pesar de existen diferencias, apenas es del 0.4%, los hombres leen más que las mujeres (87.1% de hombres, frente a un 83.7% de mujeres). Sin embargo entre las personas con estudios primarios y secundarios la tendencia es inversa. Las mujeres con estudios primarios (45.3%) y secundarios

Libros no profesionales*



* Respuesta múltiple. Máximo 3 respuestas.

darios (71.3%) manifiestan leer más que los hombres con estudios primarios (38.6%) y secundarios (69.3%) respectivamente (Consejería de Cultura, Pacto Andaluz por el libro, *Barómetro de lectura, compra de libros y usos de nuevas tecnologías en Andalucía, 2006*).

En Dos Hermanas, el perfil del lector es el mismo en cuanto a libros y revistas no profesionales se refiere. La mujer lee más que el hombre (53.4% frente a un 42.9% agrupando a los frecuentes y los ocasionales). Los más jóvenes son los que más leen (59.1%) disminuyendo el porcentaje a medida que aumentan los grupos de edad (50.3 de 30-49 años, 44.3% de 50-64 años y 19.6% para 65 años o más, todos estos datos agrupan a lectores ocasionales y frecuentes). Según el nivel educativo, los/as universitarios/as son los/as que más tienen este hábito con un porcentaje del 81.1%, mientras que las personas con estudios secundarios reducen el porcentaje a un 65.5% y las de estudios primarios o sin estudios a un 32%.

A pesar de que existe un elevado porcentaje de hombres (73%) y mujeres (77%) que manifiestan no leer lecturas profesionales, son los hombres los que muestran mayor interés por este tipo de lectura (16.9%) (13.7% en las mujeres). En cuanto a grupos de edad, son los más jóvenes los más interesados por este tipo de lectura. Por último, con relación al nivel educativo, son las personas con estudios universitarios las lectoras más frecuentes (30.1% frente a 22.2% que representan los que tienen estudios secundarios). Las personas con estudios secundarios son lectoras más ocasionales (16% frente al 15.1% de los universitarios).

Los géneros de lectura preferidos para los libros no profesionales son: en primer lugar y bastante diferenciada, la novela histórica, seguida de las biografías o la literatura clásica. Para las revistas los temas de mayor interés son: Naturaleza (15%), corazón (12.6%) y Automóvil (9.5%).

BIBLIOTECAS

En Andalucía, el porcentaje de personas que ha acudido a una biblioteca en el último año (28.4%) ha sido elevando comparado con el porcentaje nacional (27.9%) (Barometro de Lectura, Compra de libros y uso de nuevas tecnologías en Andalucía, 2006.). Los usos más frecuentes son: las consultas o préstamos de libros, utilización de medios audiovisuales e Internet, y estudiar. Sin embargo, Andalucía se sitúa entre las comunidades autónomas de menor rendimiento bibliotecario con un 0,42 préstamos por habitante (año 2006) estando la media nacional en ese año en 1,13. (Consejería de cultura. Estadística 2006).

En Dos Hermanas se puede observar que el 81.3% de la población encuestada manifiesta no ir nunca o casi nunca a las bibliotecas. El 7.1% lo hace con frecuencia mientras que el 11.3% lo hace ocasionalmente o con poca frecuencia. Las mujeres (5.4% que va varios días en semana frente a un 5.1 % de hombres) y los más jóvenes (13.9% entre 18-29 años que van varias veces en semana frente a un 2.4%, un 1.4% o un 0% para los grupos de edad mayores de 29 años) son los que asisten con más frecuencia a las bibliotecas. También el nivel educativo parece relacionarse con el uso de la biblioteca. A mayor nivel educativo mayor es la frecuencia de asistencia (17% es el porcentaje para los universitarios que acuden a la biblioteca dos o más días por semana, porcentaje que disminuye vertiginosamente a un 8.8 % en la población con estudios secundarios y a un 0.9% con estudios primarios o sin estudios). De todos los servicios que ofrecen las bibliotecas, el más generalizado es el de préstamos de libros (57.5%) o el de estudiar (37%). Al contrario que los datos observados a nivel de nacional, el acceso a Internet en las bibliotecas de Dos hermanas no es muy común (8.2%). En este sentido y según datos del Ministerio de Cultura para el 2006, la proporción de bibliotecas con acceso a Internet se ha duplicado en 6 años hasta llegar al 85.5% con lo que se pretende que su utilización aumente por parte de los asistentes a las bibliotecas. Además el 21.4% de las bibliotecas posee página Web. La biblioteca más frecuentada por la población encuestada es la municipal (76.7%) mientras solo el 24.7% manifiesta acudir a la de la Universidad Pablo Olavide.

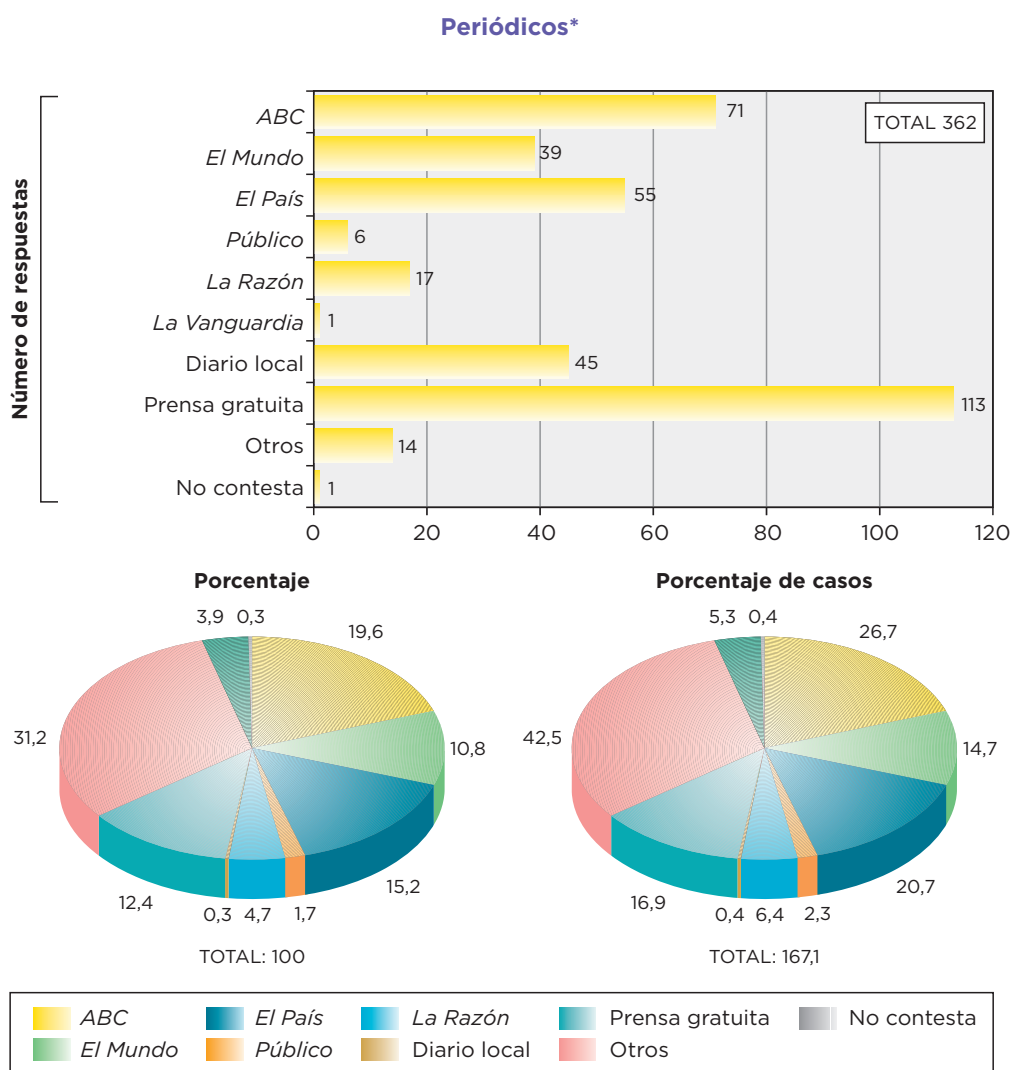
PRENSA

Tradicionalmente el modelo de prensa española se basa en la prensa política. Esto puede suponer una clara subordinación de las cabeceras a los intereses políticos, por encima, en muchas ocasiones de su propio negocio. Sin embargo, no ocurre igual con los periódicos gratuitos como 20 Minutos, Metro, ADN. Esto puede ser una de las razones por las que este último tipo de prensa tiene tanto éxito. Actualmente hay una clara tendencia sobre todo de la gente joven a leer prensa gratuita o en Internet. Otro motivo de éxito podría ser que este tipo de prensa se localiza en lugares de muy fácil acceso: metro, trabajo, parada autobús, universidad... y su lectura se está generalizando cada vez más. Este fenómeno está desplazando la lectura de los diarios tradicionales, actualmente en crisis: ABC, El País, El Mundo... que cada vez recurren más a promociones para la venta de ejemplares en papel. Esto tiene como consecuencia que la venta de prensa no esté directamente relacionada con el número de lectores. Muchas personas compran prensa por los cupones que ofrecen de productos supuestamente a precios más ventajosos. Además aparece también Internet como amenaza a la prensa escrita ya que «La red ofrece las mismas posibilidades que el papel, lo que es un reto cuyas consecuencias desconocemos».

comentó Cuartango (subdirector de El Mundo) en la mesa redonda de la Asociación de la Prensa de Madrid 2006. En ella recordó que vivimos en una sociedad audiovisual que va en detrimento de la lectura, por lo que aventuró que el futuro pasará por la «*progresiva especialización donde sobrevivirán los periódicos de calidad, pero con una estructura muy distinta a la actual*». El 45.3% de los internautas, según informe del estudio del INE de Octubre de 2008, han reemplazado la lectura de noticias impresas, periódicos o revistas por lectura On Line.

En la población de Dos Hermanas se puede observar claramente esta tendencia. El 31.2% de las personas encuestadas lee prensa gratuita. Entre los periódicos de pago más leídos están el ABC (19.6%), El País (15.2%) y La Semana (12.4%), diario local de Dos Hermanas. Merece la pena destacar la relevancia de la lectura de prensa local en esta población. A finales de 1980, la prensa local consigue potenciar sus productos con más atención a lo cercano y así gana terreno hasta ponerse como seria competencia de los demás diarios (Xosé López, 2005). Si atendemos al nivel educativo de las personas lectoras el porcentaje de universitarios/as que lee prensa (50.9%) es mucho mayor del que no tiene estudios o tiene estudios primarios (21.6%) e incluso estudios secundarios (22.1%). El nivel educativo parece marcar también el tipo de prensa que se lee. Concretamente, se observa que el mayor porcentaje del público de la prensa gratuita no tiene estudios o tiene estudios primarios (54.7%). Los/as universitarios/as leen más diarios como el ABC (29.2%) o el País (27.1%) que los gratuitos (25%), aunque los porcentajes no son muy distantes respectivamente.

El 32% de los hombres encuestados son lectores diarios frecuentes, el 36.7% lee prensa alguna vez en semana, el 4.6% la lee alguna vez al mes y solo un 26% lee con menor frecuencia o no lee nunca o casi nunca. Por el contrario hay un alto porcentaje de mujeres que no lee la prensa nunca o casi nunca (45.1%) y solo el 18% la lee diariamente



* Respuesta múltiple. Máximo 3 respuestas.

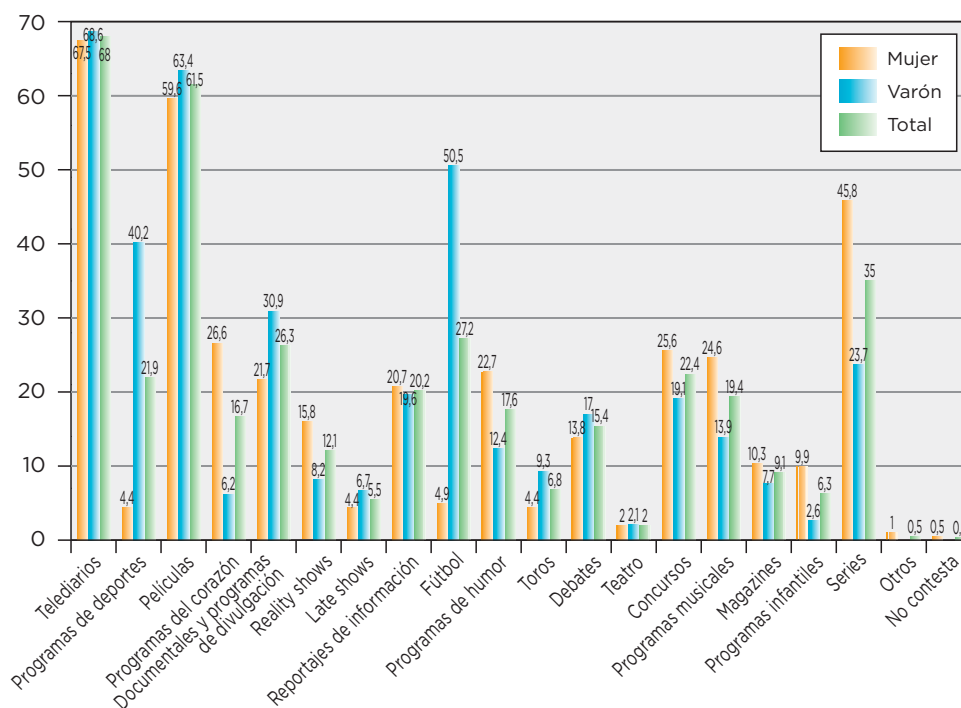
LA TELEVISIÓN

La pequeña pantalla se ha convertido en una alternativa generalizada de ocio y tiempo libre. Es un instrumento poderoso que se ha instalado en la vida de las sociedades y de las personas, por el que las personas reciben diariamente, información, conocimiento y entretenimiento. (M^a del Mar Ramírez Alvarado, 2007)

Andalucía, Extremadura y Castilla la Mancha son la tres comunidades que ocupan los últimos puestos en el consumo de medios (radio, Internet, revistas, prensa...) con excepción de la televisión. El porcentaje de personas que suelen ver la televisión en España es muy alto, 98.2% y dedican como media 217 minutos diarios. En Andalucía esta cifra asciende a 229 minutos. (Anuario de Audiencias de TV. SOFRES. Anual 2007). Estudiando con atención los datos relativos al consumo de televisión en la población objeto de este estudio, se observa que el tiempo medio dedicado a ver la televisión está por debajo de la media nacional. Concretamente la población de Dos Hermanas dedica una media de 133.99 minutos los días laborables y 140.44 los festivos. Estos datos muestran que los días laborales, a pesar de tener que atender a otras obligaciones se ve la televisión aproximadamente el mismo tiempo que los festivos en los que hay más tiempo libre. El momento del día que dedican a esta actividad es la noche (89.7%) aunque en algunos casos también la tarde (57.4%) y mucho menos la mañana (12.3%).

Teniendo en cuenta que solo un 55.8% de nuestra población lee prensa frecuentemente, la televisión se convierte en un medio muy importante para recibir información. En este sentido, en cuanto a las preferencias de los/as nazarenos/as sobre la programación se observa que el mayor porcentaje de audiencia es para los telediarios y las películas con mucha diferencia con el resto de programas. Les siguen las series, el fútbol y los documentales y series de divulgación.

Programas de TV que suelen ver según sexo*



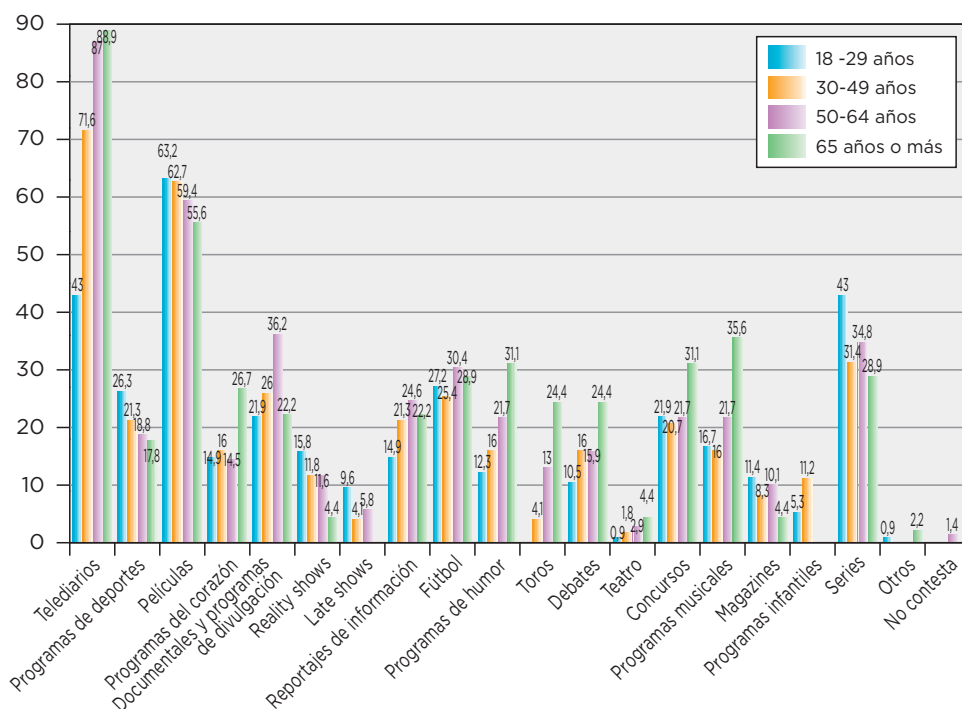
* Respuesta múltiple.

Por último, aunque el porcentaje de personas que contrata la televisión privada no es bajo (32%), la televisión pública (66%) sigue teniendo más aceptación. Además, el porcentaje de hogares que dispone ya de TDT es del 56%, muy similar al porcentaje nacional (58.2%) (Discapnet, 2008)

Si analizamos el perfil de los consumidores televisivos vemos que las preferencias entre hombres y mujeres coinciden en los informativos y películas pero existen diferencias significativas con relación a otros programas. Por ejemplo, las mujeres prefieren las series y los programas del corazón y los hombres el fútbol y los documentales y programas de divulgación.

En cuanto a los grupos de edad también observamos ciertas diferencias en cuanto a preferencias de programas televisivos. Los jóvenes (18 a 29 años), prefieren las películas a los telediarios o a las series y el tercer lugar en preferencia lo ocuparía el fútbol. Las series y los telediarios ocupan el segundo lugar. A partir de los 30 años y hasta los 64, vuelven a la tendencia general de preferencias. Prefieren los telediarios en primer lugar y luego las películas. Las series pasarían a un tercer lugar y le seguirían los documentales y programas de divulgación y el futbol. Para las personas mayores de 65 años el perfil cambia pues prefieren las series, los programas musicales, los concursos y los programas de humor. Las series para este grupo e igualan en cuanto a preferencias al fútbol.

Programas de TV según grupos de edad



EL CINE

Según la encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales en España (2006-2007) que realiza el Ministerio de Cultura cada 4 años, escuchar música, leer e ir al cine son las actividades realizadas más frecuentemente por los/as Españoles/as, siendo el cine el espectáculo cultural preferido con un porcentaje de asistencia anual del 52.1%.

Aunque el número de cines ha disminuido en los últimos años, España cuenta con una de las proporciones más altas de pantallas de cines en complejos multicines (un 59% frente a una media de 37% en la Unión Europea). Andalucía posee una filmografía bastante importante y ha servido de escenario de muchas películas importantes: El Cid, Lauren de Arabia, Doctor Zhivago, Cleopatra... y toda una generación de directores jóvenes están eligiendo Andalucía como escenario de sus rodajes. El porcentaje de personas que asistieron al cine en el último año en Andalucía es del 49.1% siendo en España del 52.1%.

Dos Hermanas cuenta con salas multicines y con una cartelera totalmente actualizada La frecuencia de asistencia es bastante alta (el 22.3% va al cine alguna vez al año, y un 54.1% va con algo mas de frecuencia (una vez cada dos meses, una vez al mes y son muy pocos los que van todas las semanas). Esto parece superar la media andaluza e incluso la española. El cine americano es el más visto (64.3%), y el cine español (45.8%) supera al europeo (41.9%). Las películas de otras nacionalidades no tienen a penas audiencia (3.1%).

Como hemos observado se prefiere como medio audiovisual la televisión y el cine se deja como algo más eventual. De cada 10 películas que ven, 6.33 se ven en la televisión y 1.33 en el cine. También hay otros, como el video club (0.35%), la televisión de pago (0.41%), o las películas bajadas de Internet (0.98%), que no son tan utilizados como los dos anteriores.

En cuanto al perfil del público observamos en el estudio como los porcentajes entre hombre y mujer son bastante similares en cuanto a frecuencia de asistencia siendo la mujer la que, si miramos el porcentaje de no asistencia, asiste en menor medida (el 45% de mujeres no va nunca al cine frente a un 40.8% de hombres). Lo más habitual en ambos sexos es que asistan una vez al mes (10.8% la mujer, 14.3% el hombre) o cada dos meses (14.7% la mujer, 14.3% el hombre).

En cuanto a los grupos de edad, se observa que a medida que aumenta la edad, aumenta también el porcentaje de personas que no asisten nunca al cine, desde un 20.9% para los más jóvenes a un 89.1% para los de 65 años o mayores. Los mayores de 30 años asisten con mayor frecuencia alguna vez al año mientras que los jóvenes asisten más habitualmente cada dos meses.

El nivel de estudios también parece condicionar el perfil del público. A mayor nivel de estudios se observa mayor asistencia al cine. Manifiestan no ir nunca al cine el 18.9% de universitarios/as, el 23% de personas con estudios secundarios y el 58.4% para los estudios primarios o sin estudios. La frecuencia disminuye igualmente con el nivel de estudios. Los/as universitarios/as la preferencia es ir una vez al mes (35.8%) mientras que las personas con estudios secundarios la mayor frecuencia corresponde a cada dos meses (25.7%) y en el caso de personas con estudios primario o sin estudios, alguna vez al año (23.4%).

LA RADIO

La radio entra en España en el siglo pasado durante los años 20 con la primera emisora EAJ-1 Radio Barcelona, en plena dictadura del General Primo de Rivera que la consideró como un efectivo canal de propaganda. Así se utilizó durante muchos años y durante muchas épocas, aunque ya entonces también era un medio de entretenimiento para las familias que escuchaban las radionovelas o la música. Durante estos años la radio no dejó de crecer hasta que en los años 60 llega la televisión. Entonces la radio tuvo que reestructurarse, viendo las ventajas que tenía sobre el nuevo medio. Así a partir de 1977 la radio se empieza a convertir en lo que conocemos hoy en día. Con la aparición de Internet, la radio descubre otra forma de presentarse mejorando su oferta, por ejemplo da la posibilidad de escuchar programas que el oyente no haya podido seguir en directo, se denomina radio bajo demanda en la que el oyente puede construir una programación en función de sus gustos o simplemente puede escucharla en tiempo real. En estas condiciones, hoy en día la radio se considera el segundo soporte por volumen de audiencia por detrás de la televisión.

En Dos Hermanas el 53.8% escucha la radio todos o casi todos los días y el 17.5% tres o cuatro veces por semana. Lo que hace que un total de 71.3% de nazarenos/as escuchen la radio con frecuencia. Los programas que más sintonizan son los musicales (60.2%), al igual que la media nacional (encuesta realizada por Cultura y la SGAE 2005). Otros programas también muy escuchados son los informativos (48.9%) y los deportivos (27.3%). Como se puede observar existe cierto paralelismo con los programas de televisión que más se ven.

Aunque apenas hay diferencia en los porcentajes, los hombres escuchan la radio con mayor frecuencia que las mujeres. El 62.2% de hombres frente al 45.6% de mujeres la escuchan todos o casi todos los días. A mayor edad más se escucha también la radio, hasta llegar a los 65 años en que la frecuencia disminuye hasta un 43.5%. Los más jóvenes sintonizan la radio todos o casi todos los días, que es lo más habitual, en un 51.3%, los de 30-49 años en un 55.6% y los de 50 a 64 años en un 60%. Parece existir una relación proporcional entre el nivel de estudios y la frecuencia de escuchar la radio. Cuanto menor es formación menor es la frecuencia con la que se escucha la radio y a mayor formación más se escucha este medio.

LA MÚSICA

Escuchar música como hemos mencionado antes y según los estudios realizados por el Ministerio de Cultura para los años 2006-2007, en la Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales en España, es la actividad cultural preferida de los españoles. Un 87.9% de los encuestados, declara tener este hábito.

La música ha desempeñado siempre un papel importante en el aprendizaje y la cultura pudiendo llegar a influir en emociones y costumbres. Considerando la música en su dimensión cultural, como manifestación común a todos los pueblos y civilizaciones, observamos cómo forma parte de las tradiciones de un país o región (sevillanas, chirigotas, rumbas...) o de un ente cultural (coral, tunas universitarias, bandas de música...). También es la música un elemento diferenciador de ciertos momentos (navidad, cumpleaños, vals como primer baile de una boda...). La música está presente en muchos momentos de nuestra vida (trabajo, diversión, acontecimientos...) y es el medio universal para expresar los más profundos sentimientos y aspiraciones de las personas. Como decía Platón la música es el lenguaje del alma. Asume diferentes estilos y estructuras dependiendo de la época histórica y del área geográfica y cultural, pero es sin duda un recurso cultural y humano fundamental en el desarrollo de las personas y pueblos. No hay cultura sin música. (Martín Comas, 2008)

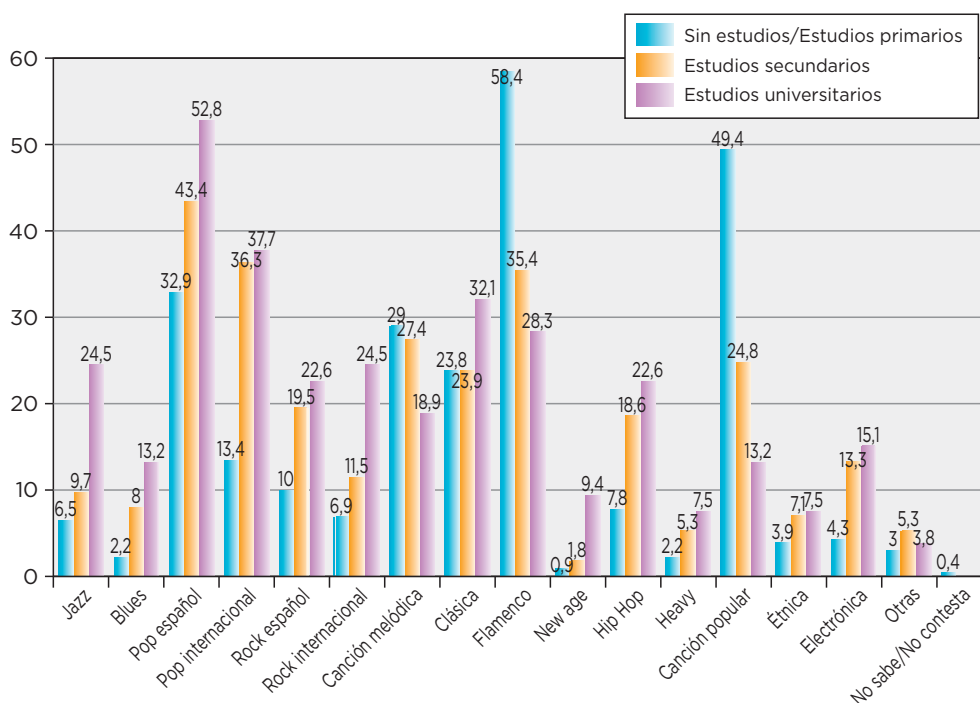
Los/as nazarenos/as, por lo general escuchan música con bastante frecuencia. El 57.3% la escucha a diario, el 27.1% varias veces a la semana y solo el 9.3% la escucha con menor frecuencia. En Andalucía los porcentajes son algo superiores como demuestran los estudios realizados por el Ministerio de Cultura para los años 2006-2007 (Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales en España). Así, en Andalucía el 63.8% escucha música todos los días. Con relación al dispositivo más utilizado, la población de Dos hermanas recurre a la radio o televisión (51.6%) seguida del equipo de música (20.3%) o de los discos, CD's o DVD's (11.2%). Los reproductores de MP3/MP4, el ordenador, u otros dispositivos como el teléfono o el Móvil, se utilizan con menor frecuencia.

Los lugares elegidos para escuchar música son, en primer lugar la casa (75.4%) y el coche (49.5%). Con porcentajes más alejados se sitúan la casa de los amigos (17.9%), locales de copas (7.2%) las discotecas (6.7%) el lugar de trabajo (6.7%) o los conciertos (2.1%).

La música preferida en esta localidad es el flamenco, manifestación cultural de la región de Andalucía. También son muy escuchados otros géneros como el pop español o la canción popular. En este sentido debemos analizar el perfil de las personas que escuchan un tipo u otro de música. Parece ser cierto que la música es de los jóvenes. Los datos muestran que a medida que aumenta la edad, se escucha menos música, a diario la escuchan el 81.7% de jóvenes (de 18 a 29 años) y el 32.6% de mayores de 65 años. Los más jóvenes prefieren el pop español o internacional antes que el flamenco y otros géneros como el rock, hip. hop, o la música electrónica... antes que la canción popular. A partir de los 30 años la música más tranquila empieza a preferirse a otras más movidas como el pop internacional, o el rock. Los mayores de 30 años prefieren el flamenco y la canción popular, la melódica y la clásica toman el tercer y cuarto y quinto lugar para los grupos de 30-49 años, el segundo tercer y cuarto lugar para los grupos a partir de los 50 años.

La asistencia a conciertos musicales no es muy frecuente ya que según el tipo de concierto (pop, flamenco...) los porcentajes de personas que no asisten nunca o casi nunca varían entre el 81.8% y el 98%

Tipo de música según nivel educativo



INTERNET

Internet puede definirse como una red de redes de computadoras de alcance mundial, que permite a millones de usuarios conectados a la misma: compartir, intercambiar, extraer e introducir información desde cualquier lugar del mundo. Internet es algo revolucionario con millones de posibilidades, muchas aún por descubrir. Gracias a esta nueva tecnología podemos estar informados de lo que ocurre en cualquier parte del mundo con una rapidez asombrosa que nunca ningún otro medio fue capaz de proporcionar. Pero no sólo esto, Internet nos proporciona una manera de obtener multitud de servi-

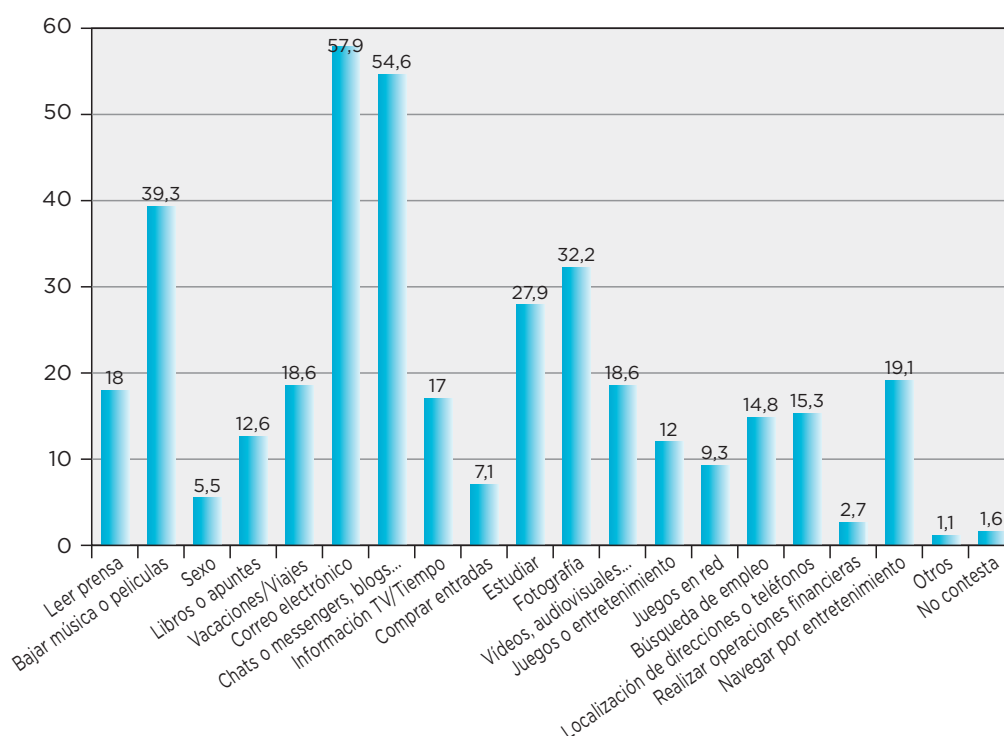
cios a una rapidez que de otra forma no podríamos lograr. Además, aparece como una nueva fórmula de socialización, lo que nos da un antes y un después en la forma de relacionarnos y estrechar lazos. Con los chats, correos electrónicos... las distancias ya no existen entre las personas. Esto mejora las relaciones tanto personales como comerciales, mejorándonos y facilitándonos la vida. (Mikel Urizarbarrena, 2008)

España es un País de segunda línea en la utilización de Internet y Andalucía es una de las Comunidades Autónomas que ocupan los últimos lugares en su utilización. Solo el 43.7% de los hogares Andaluces tienen conexión a Internet según estudios realizados por el INE. Mientras que el porcentaje español está en el 51%.

En la población que nos ocupa, un 64.8% posee ordenador en su residencia habitual y de estos el 49.8% tiene contratado el servicio de Internet, lo que supera a la media de la Comunidad Autónoma (43.7%). El tipo de servicio contratado casi por la generalidad de la población encuestada es la banda ancha o tarifa plana (93.5%). En noviembre de 2008, la banda ancha todavía no había llegado a todos los municipios de Andalucía, aunque sí a un 95% de ellos. Con esto, la Consejería de Innovación y el Ministerio de Industria pretenden aumentar la calidad de vida y la competitividad del tejido empresarial de la Comunidad Andaluza (ADSL.net. 2008)

El lugar preferido de conexión a Internet es sin lugar a dudas la casa (86.9%) y en segundo lugar el trabajo (11.5%) aunque hay que decir que solo el 45.8% utiliza Internet frecuentemente. Los usos preferidos por los internautas son el correo electrónico y los chats o Messenger o blogs y en segundo lugar bajar música o películas y la fotografía. Esto demuestra el escaso conocimiento de las posibilidades que da Internet ya que su uso está muy limitado a ciertos servicios. Otro de los usos de Internet es la lectura de prensa, aunque aún no está muy generalizado. Hoy en día todos los diarios han trasladado sus páginas a Internet, primero fueron las grandes cabeceras las que digitalizaron sus archivos y dieron posibilidad de entrada a sus hemerotecas. Los periodistas han hecho de Internet una valiosa herramienta de trabajo para conseguir información de forma rápida y sencilla con el fin de ser competitivos con otros medios como la radio, la televisión y el propio Internet. Ahora los/as usuarios pueden convertirse también en informadores/as, por lo que los periódicos deben cambiar sus estrategias para fidelizar lectores/as tanto on line como en papel.

Usos que realizan de internet*



* Respuesta múltiple.

Según el informe del INE de octubre de 2008, la brecha digital de género en cuanto a la utilización del ordenador parece que se acorta y en general la de utilización de Internet también, cuando se observan los datos desde el 2004 hasta el 2008, en el que la diferencia de uso de Internet pasa de 9 puntos a 7.9 en el año 2008. En Dos Hermanas, el hombre (49%) también utiliza más este recurso que la mujer (42.6%).

La juventud (18-29 años) también parece ser la que más se conecta (75.7%). A medida que avanzamos hacia personas de más edad, este porcentaje disminuye hasta llegar al 4.3% para los mayores de 65 años. Por último, también se observa una relación entre el empleo de Internet y el nivel educativo. Cuanta mayor es la formación, más se utiliza Internet. El porcentaje de internautas aumenta hasta un 94.3% entre los/as universitarios/as y un 77% entre las personas con estudios secundarios y disminuyen para las personas con estudios primarios (19%).

TELEFONÍA MÓVIL

La telefonía móvil irrumpe en España en 1976 con los teléfonos automáticos de coches. Desde entonces España se ha convertido en uno de los países de Europa en los que ha tenido mayor aceptación. La telefonía se ha adaptado a la necesidad de toda la población. No sólo son las personas con recursos las que lo utilizan. El teléfono móvil es accesible a toda la población, desde jóvenes a adultos, personas con más y menos recursos económicos, personas con diferentes niveles educativos, con diversas ocupaciones, etc. Se ha convertido en poco tiempo en una herramienta de comunicación imprescindible en nuestras vidas porque es capaz de responder a las diferentes necesidades de una amplia población (Fuente, Wikipedia). En la población de Dos Hermanas, el 92.3% posee teléfono móvil con un gasto medio al mes de 33.38 euros. Según el Observatorio nacional de las telecomunicaciones y de la Si del Ministerio de Industria y Comercio 2005), el gasto en telefonía móvil por el total de los hogares españoles supera al de la telefonía fija.

Los usos que los usuarios realizan del móvil son principalmente recibir o realizar llamadas (100%) y en segundo lugar enviar o recibir mensajes (59.3%) o realizar fotos (26.8%). Los celulares inicialmente solo hacían y recibían llamadas, pero actualmente los servicios que ofrecen son muchísimos: mensajería, agenda, MP3, Internet.... Sin embargo hay un porcentaje muy bajo de personas que usan el móvil para buscar estos cada vez más sofisticados servicios.

EL TEATRO

Según la Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales en España, para los años 2002-2003, el teatro junto con el cine, la lectura y la música eran las prácticas culturales preferidas de los/as españoles/as. Concretamente el teatro aumentó su porcentaje de asistencia en un 9.5% respecto del año 1990. Según esta Encuesta, entre 2006-2007 el porcentaje de la población española que asistió al teatro en el último año a aumentado al 19.1%.

En Dos Hermanas parece que este hábito cultural no está demasiado valorado (2.58 puntos sobre 5). Además, la asistencia a espectáculos de este arte escénico es muy escasa. El 80.3% de la población encuestada declara no ir nunca o casi nunca, el 8.3% parece que va 2 o 3 veces al año y el 7% una vez al año.

En cuanto al perfil del público, las mujeres están algo más interesadas que los hombres ya que acumulando los porcentajes ocasionales y frecuentes, un 22.5% de las mujeres declaran asistir al teatro alguna/s veces al año frente a un 16.8% de los hombres. Los/as adultos/as de 30-49 años (21.9%) y universitarios/as (43.4%) son los que más asisten a este tipo de espectáculo. Quizás el nivel educativo sea una de las categoría que más determina la asistencia al teatro, ya que la diferencia en los porcentajes es mayor (21.2% para los estudios secundarios y un 13.9% para los estudios primarios o sin estudios).

DEPORTE

A continuación vamos a analizar el deporte desde dos perspectivas diferentes: deporte como espectáculo y deporte que se practica como entretenimiento, relajación, diversión, salud... El deporte como espectáculo crece cada año y se ha convertido en uno de los mayores espectáculos de nuestro tiempo y que más seguidores/as tiene. La televisión ha contribuido mucho a la difusión, popularización y desarrollo del deporte contemporáneo mediante la retransmisión de partidos, campeonatos, festivales y exhibiciones deportivas de toda índole. Pero de igual modo la televisión se ha servido del deporte para incrementar la audiencia. Como hemos visto al analizar el hábito de la televisión, los programas de deporte y sobre todo el fútbol tienen una audiencia muy considerable (21.9% y 27.2% respectivamente). Además la televisión nos proporciona imágenes en directo, al contrario que otros medios como la radio o la prensa.

En Dos Hermanas se observa que la población encuestada prefieren quedarse en casa (73%) a asistir a competiciones deportivas (26.5%). Y si acuden a alguna competición, el 71.7% va a competiciones de fútbol o fútbol sala (12.3%) obviando otros deportes como el baloncesto, tenis, ciclismo... Estos datos se corresponden con aquellos observados tanto a nivel autonómico como nacional.

Como actividad de tiempo libre, el deporte se ha convertido para muchos en un pasatiempo muy apreciado. Desde 1975 la práctica del deporte ha ido aumentando significativamente hasta el año 2000 en el que sufre un estancamiento respecto

al 2005. Este estancamiento es debido al abandono de las prácticas a edades cada vez más jóvenes por razones de trabajo, estudios, y por debilidad de la cultura deportista que tenemos y que condicionan los escasos hábitos deportivos de la población (Consejo Superior de Deportes, 2005)

Andalucía es la Comunidad Autónoma que mayores recursos económicos recibe en materia de deportes según el Plan Estratégico General de Deporte Andaluz. Actualmente la práctica deportiva en Andalucía se sitúa en el 33% de la población con ritmos de crecimiento que superan la media nacional (Luciano Alonso Alonso, 2007). En 1997 se crea la Empresa Pública de Deporte Andaluz para fomentar el deporte en todos sus aspectos, gestionar instalaciones, organizar eventos... Además Andalucía es la tercera en cuanto a aportación de deportistas se refiere en el deporte de Alto Nivel. (Empresa Pública del Deporte Andaluz, S.A, 2007)

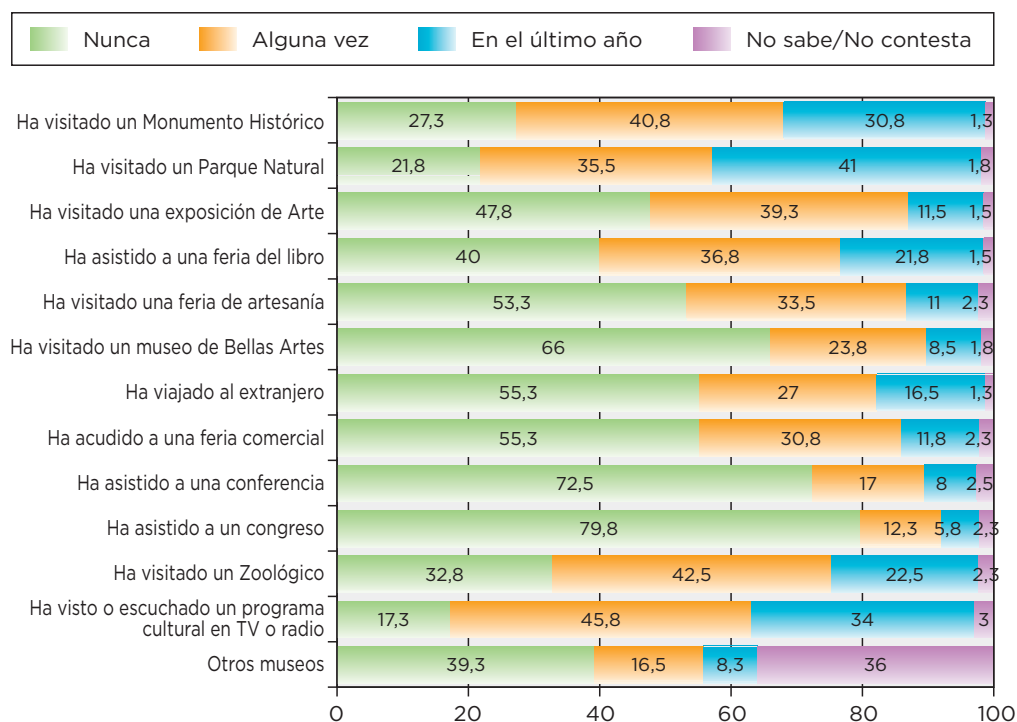
En Dos Hermanas el 36% de la población encuestada declara practicar habitualmente un deporte y lo practican con bastante frecuencia (56.9% alguna vez por semana, 29.2% todos o casi todos los días). Los deportes más practicados son en primer lugar el gimnasio (22.2%) seguido del fútbol (16.7%), que como hemos visto a lo largo del estudio es el deporte que más seguidores tiene. Otros deportes también practicados son el ciclismo (10.4%), la natación (6.3%) o el footing (4.2%).

Los hombres (49.5%) practican deportes con más frecuencia que las mujeres (23%). También se observa esta diferencia cuando consideramos el deporte como espectáculo. Los jóvenes son los que más deporte practican (53.9%). El porcentaje va disminuyendo a medida que aumentan las edades. Según el nivel de estudios se observa que también existen diferencias. A mayor nivel de formación, practican deporte mayor porcentaje de personas (60.4% de universitarios/as, 50.4% de personas con estudios secundarios y 23.4% de personas con estudios primarios o sin tienen estudios). Con el objetivo de promocionar el deporte como hábito saludable desde las primeras etapas vitales, el ayuntamiento de Dos Hermanas oferta numerosos programas deportivos como la Carrera Escolar de Dos Hermanas, para los niños, Mujeres en Marcha para las mujeres, Escuela de Deporte, Juegos Deportivos Municipales o Deporte en la Naturaleza para los más aventureros.

OTRAS ACTIVIDADES CULTURALES

Pero existen otras actividades culturales a las que asisten los/as nazarenos/as. Las actividades preferidas por los nazarenos son: visitar los parques naturales, los monumentos históricos, los zoológicos y las ferias de libros.

Otras relaciones relacionadas con la cultura



Para concluir, en relación al panorama cultural, El Ayuntamiento de Dos Hermanas, pretende seguir ampliando su programación, procurando cubrir las expectativas de toda la ciudadanía, con un extenso abanico de actividades variadas en torno a la música, la danza, el teatro, la pintura y el arte en general. Además ofertará actividades culturales para los más jóvenes con el objetivo de mejorar el hábito de la ciudadanía nazarena que valora esta oferta bastante bien, con un 6.41 sobre 10.

La universidad por otra parte también tiene su propia oferta cultural que está valorada prácticamente igual que la del Ayuntamiento (6.22), pero que sin embargo no cuenta con apenas expectación ya que el 92.5% declara no haber asistido nunca o casi nunca a estas actividades.

BIBLIOGRAFÍA

Wikipedia, *Dos Hermanas*, http://es.wikipedia.org/wiki/Dos_Hermanas

Wikipedia, *Telefonía Móvil en España*, http://es.wikipedia.org/wiki/Telefon%C3%ADa_m%C3%B3vil_en_Espa%C3%B1a

Ministerio de Cultura. *Informes del Centro de Documentación del Libro. Estudios sobre hábitos de lectura*. España. <http://www.mcu.es/libro/MC/CentroDoc/Informes/HabitosLectura.html>

Valente, *Hábitos de lectura en España por Comunidades*, España, 01 de enero de 2005, <http://www.ociojuven.com/article/article-view/952314/>

Consejería de Cultura, Pacto Andaluz por el libro, *Barómetro de lectura, compra de libros y usos de nuevas tecnologías en Andalucía, 2006*. España, http://pactoandaluzporellibro.com/portal/media/informe_barometro_lectura_2006.pdf

Federación de Gremios de Editores de España, *Barómetro de Hábitos de Lectura y Compra de Libros del Tercer Trimestre de 2008*. España. http://www.federacioneditores.org/0_Resources/Documentos/NP_Lectura_2008_v2.pdf

Instituto de Estadística de Andalucía, *Anuario estadístico de Andalucía 2008. 16. Cultura- 17. Tiempo libre*. España. <http://www.juntadeandalucia.es/institutodeestadistica/anuario/anuario08/index.htm>

Instituto de Estadística de Andalucía, *Anuario estadístico de Andalucía 2007. Participación social y Administración de Justicia. 18.1.23. Número de asociaciones creadas según tipo por provincia. Año 2006*. España. <http://www.juntadeandalucia.es/institutodeestadistica/anuario/anuario07/anuario07c18.htm>

Carlos Iván Mejía Rosario, *La muy positiva influencia de la lectura*. España. 9 de febrero de 2008. El País.com. La Comunidad, mi pequeño mundo. <http://lacomunidad.elpais.com/ivan-mejia/2008/2/9/la-muy-positiva-influencia-la-lectura->

Ministerio de Educación, Política Social y Deporte, Consejo Superior de Deporte. *Una reflexión final: los condicionantes de las prácticas deportivas en los comienzos del siglo XXI*. España. <http://www.csd.mec.es/csd/sociedad/encuesta-de-habitos-deportivos/10-una-reflexion-final-los-condicionantes-de-las-practicas-deportivas-en-los-comienzos-del-siglo-xxi>

INE, Notas de Prensa. *Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de la Información y Comunicación en los hogares*. España. 2 de octubre de 2008. <http://www.ine.es/prensa/np517.pdf>

INE *Educación y cultura*. España. 2008. <http://www.ine.es/prodyserv/pubweb/esp/educ08.pdf>

Periodista Digital. *La situación y las tendencias de la Prensa en España*. España. 23 de Mayo de 2006. <http://blogs.periodistadigital.com/periodismo.php/2006/05/23/la-situacion-y-las-tendencias-de-la-pren>

Xosé López. *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>

Concha Edo. *La prensa gratuita se abre paso entre los medios de información general*. Marzo 2004. Sala de Prensa Nº 65 año VI Vol. 3. <http://www.saladeprensa.org/art539.htm>

Ministerio de Cultura. *Tablas de resultados. Encuesta de hábitos y prácticas culturales 2006-2007*. España. <http://www.mcu.es/estadisticas/MC/EHC/2006/TablasResultados.html>

Discapnet. *el 58,2% de los españoles tiene tdt y la mayoría denuncia que la oferta televisiva sigue siendo poco variada*. Madrid, 16-oct-2008. http://www.discapnet.es/Discapnet/Castellano/Actualidad/Nueva_Hemeroteca/detalle?id=207431

Dra. Mª del Mar Ramírez Alvarado. *La Importancia de la Televisión Como Espacio para la Construcción de la Sociedad: el Caso de la Radio y Televisión de Andalucía*, España. Global Media Journal en Español. Vol. 4. Núm. 8. 2007. Pág. 1-16

MIKEL URIZARBARRENA. *15º aniversario de la aparición de Internet. Gracias a la red podemos estar informados de lo que ocurre en gran parte del mundo sólo con un clic*. Bilbao. 17 de Mayo 2008. El Correo Digital. <http://www.elcorreodigital.com/vizcaya/20080516/mas-actualidad/sociedad/aniversario-aparicion-internet-200805161056.html>

Desconocido. El 96% de *Andalucía puede conectar a Internet con banda ancha*. España. 2 de Noviembre 2008. Adsl.net.foros. <http://www.adslnet.es/index.php/2008/11/02/el-96-de-andalucia-puede-conectar-a-internet-con-banda-ancha/>

Ministerio de Industria, Turismo y Comercio. El gasto de los españoles en telefonía móvil supera al gasto doméstico en fijo. MADRID, 21/NOVIEMBRE/05. http://observatorio.red.es/articulos/detail.action;jsessionid=6B6BAD81F605CA1A7D01AAC796F7D14E.vertebra_dni02?sec=112&id=272

Martín Comas. Impacto de la Música sobre los adolescentes. 25 de Junio de 2008, Universidad Nacional de Lanús, Argentina. http://www.emagister.com/cursos-gratis/frame.cfm?id_centro=43204110021466565570676950524550&id_curso=36341070041967554849686567524565&id_user=74113410904200901544868546855486&id_segmento=3&id_categ=336&url_frame=http://www.monografias.com/trabajos13/adole/adole.shtml

Javier Escalera Reyes y Esteban Ruiz Ballesteros, *Asociacionismo vecinal en las ciudades medias andaluzas*. España. 2006. *Revista de Estudios Andaluces* Nº 26 (2006) pp. 37-66

Luciano Alonso Alonso. Empresa Pública del Deporte Andaluz, S.A, 2007. España 2007. http://www.deporteandaluz.com/www/incluides_general/DepAndaluz_19-12_v2.pdf