



Universidad
de Huelva

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

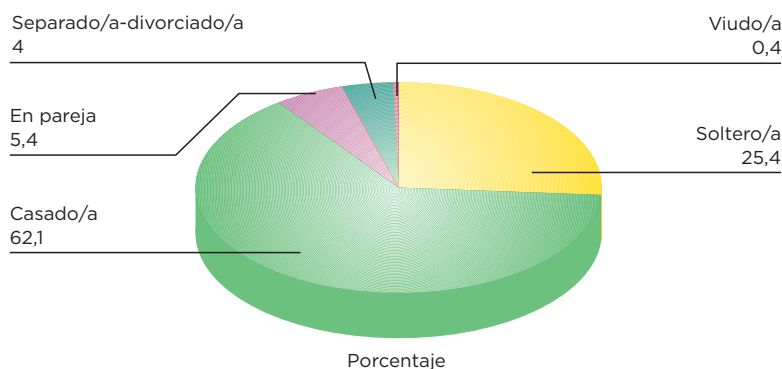
Francisco Cruz Beltrán (Universidad de Huelva)

La Universidad de Huelva está cumpliendo 15 años desde su creación. Durante este periodo ha experimentado el desarrollo propio desde el nacimiento hasta la atrevida adolescencia que hoy luce; alumnos y profesores, que son los elementos más visibles de su estructura, han crecido sustancialmente y dan cuenta de su peso específico en la ciudad y en la provincia a través de su presencia en diferentes espacios sociales. Pero hay un tercer pilar, que ocupa un lugar menos vistoso aunque esencial en la marcha de la universidad: el personal de administración y servicios (PAS). Son los responsables de que todo funcione bien, desde las cuentas generales hasta las tizas de las pizarras, desde los títulos académicos hasta las matriculas de los alumnos, desde los actos más protocolarios hasta la apertura y cierre de los centros.

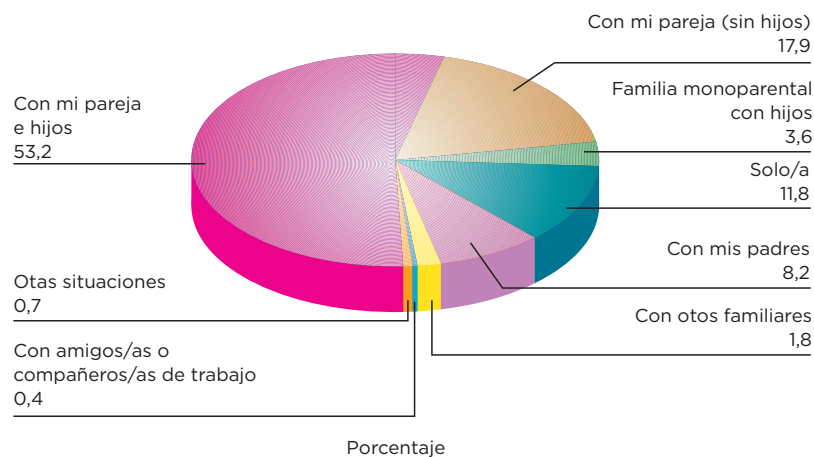
El PAS de la Universidad de Huelva se ha multiplicado por cinco en estos 15 años, conforme han aumentado los centros y las titulaciones, aunque el mayor crecimiento se produjo en los tres o cuatro primeros años, por lo que la antigüedad media del personal está en torno a los 11 años.

Se trata de un colectivo heterogéneo en el que las mujeres duplican a los varones y tienen una edad media que ronda los 41 años. El promedio de edad de los varones es un año menor, al tiempo que cuentan con un año menos de antigüedad. Pero antes de que se creara la universidad de Huelva la presencia de las mujeres en el PAS de los centros universitarios onubenses dependientes de la Universidad de Sevilla era ocho veces superior a la de los varones, que se han ido incorpo-

Estado civil



Convivencia



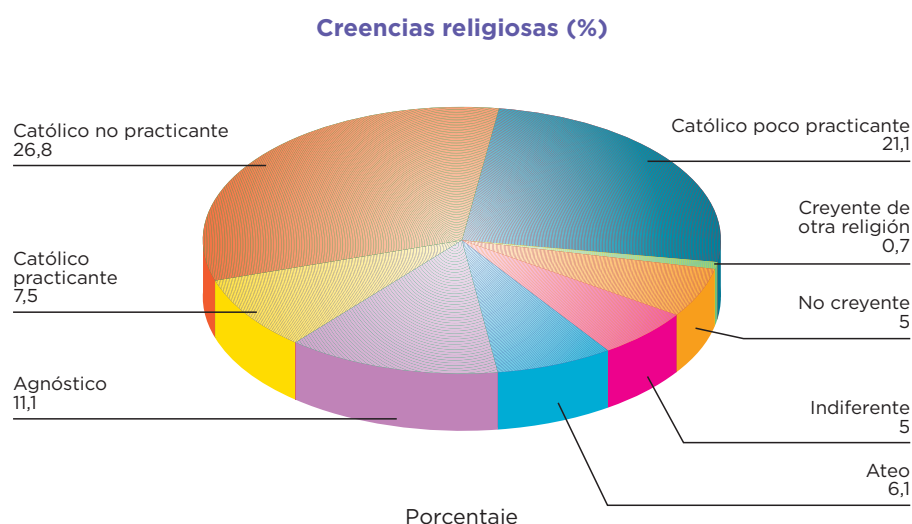
rando en estos 15 años. Precisamente esa mayor antigüedad de las mujeres hace que dos terceras partes de ellas sean funcionarias frente a tan sólo algo menos de la mitad de los varones que tienen un mayor peso en el colectivo de laborales. Sin embargo, es superior porcentualmente la presencia de los varones en los grupos profesionales para los que se requieren estudios universitarios, a pesar de que el nivel de estudios alcanzado por ellos no difiere nada del de las mujeres.

Las posibilidades de promoción en una universidad que está todavía en pleno desarrollo fomentan que casi una quinta parte del PAS esté cursando actualmente estudios reglados para completar su formación. Esta proporción se eleva hasta una cuarta parte en el caso de los varones que, además, lo hacen mayoritariamente en los niveles de estudios más elevados: máster, doctorado y elaboración de tesis. Han alcanzado niveles de estudio muy superiores a los de sus padres y, en el caso de las mujeres, algo superiores a los de sus parejas.

Dos situaciones personales que pueden ejercer cierta influencia en los hábitos y demandas culturales de este colectivo son el estado civil y el régimen de convivencia, por lo que afectan principalmente a la disponibilidad de tiempo.

La media de ingresos familiares mensuales del PAS de la Universidad de Huelva alcanza los 2.129€, sin que se observen grandes diferencias entre los sexos, ni entre los funcionarios y los laborales. Sí marcan claramente la diferencia los mayores de 50 años, que alcanzan los 2.342€, y los licenciados, que superan esta cantidad, llegando a 2.400€, casi 500€ más que quienes sólo poseen el graduado escolar.

Nuestro PAS se posiciona ideológicamente en el centro-izquierda (3'9) en una escala en la que la extrema izquierda fuera el 0 y la extrema derecha el 9. se observa un ligero desplazamiento hacia la izquierda en los varones y personal laboral (3'7) al tiempo que lo hacen hacia el centro las mujeres y el funcionariado (4'1). El nivel de estudios, sin embargo, ofrece una distribución con más acercamiento a la izquierda tanto en los escalones más bajos (estudios primarios y secundarios, con 3'4 y 3'6 respectivamente), como en los más altos (postgrado y doctorado, con 3'8 y 2'2), mientras que más del 80% del colectivo, que se reparte en los niveles académicos de estudios de bachillerato superior y universitarios, sólo se desplaza una décima hacia el centro (4). Sí está clara la tendencia ideológica en relación con la posición religiosa en una escala ascendente desde el 2'5 de quienes se consideran ateos hasta el 5'7 de quienes se manifiestan católicos practicantes.



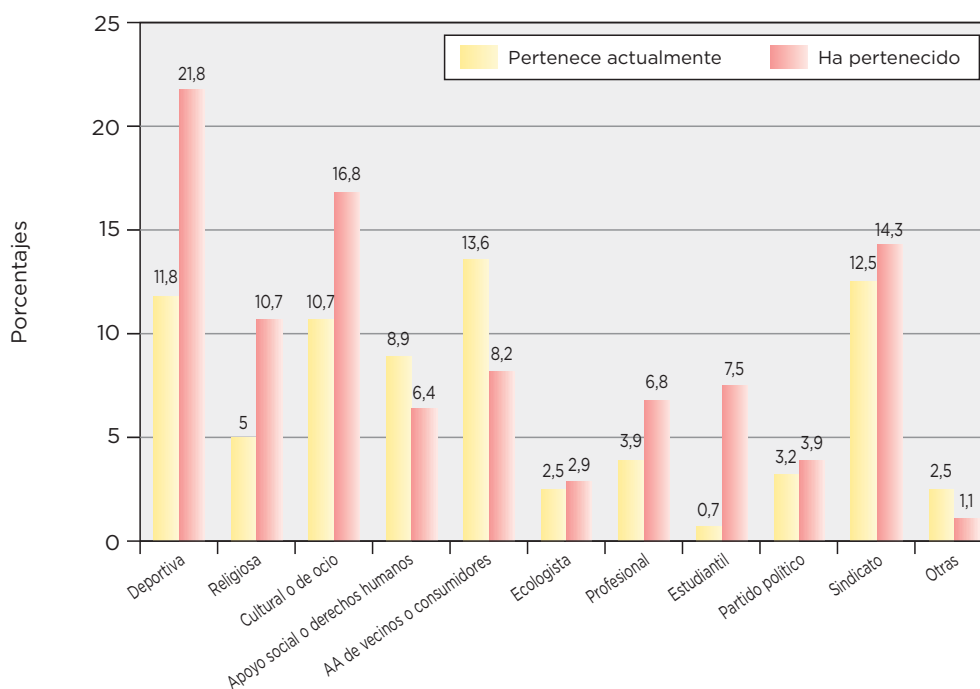
Dos terceras partes de nuestro colectivo se define católico, con mayor o menor nivel de práctica; apenas uno de cada cien lo hace como creyente de otra religión y otro tercio agrupa a indiferentes, agnósticos, no creyentes y ateos. El sexo, la edad y la categoría profesional marcan las tendencias. Así, casi tres cuartas partes de las mujeres se definen católicas, frente a tan sólo la mitad de los varones; conforme aumenta la edad también lo hace tanto la adscripción como la práctica de la religión católica; finalmente, el 80% de los funcionarios se consideran católicos, mientras que el personal laboral sólo lo hace en un 65%.

ASOCIACIONISMO

No llegan a la mitad (46'4%) quienes pertenecen a alguna asociación. Son más proclives al asociacionismo los varones (52'8%) que las mujeres (43'5%), el personal laboral (53'9%) que el funcionariado (41'2%) y quienes pertenecen a los grupos A/I (61%) en contraste con la baja participación de los grupos B/II, que sólo alcanzan el 33'3%). Aunque la tendencia gene-

ral se dirige al abandono del asociacionismo, existen dos tipos de asociaciones que aumentan su participación: las de apoyo social o de derechos humanos y las de vecinos o consumidores, nutridas mayoritariamente por mujeres, que son, con un 13'6%, las de mayor aceptación, seguidas de las sindicales, deportivas y culturales, en las que son mayorías los varones.

Asociacionismo (%)



En el caso de las asociaciones sindicales llama la atención su utilización instrumental, dados los altos niveles de afiliación en los primeros años de la incorporación al trabajo, el abandono de ésta entre los 40 y 44 años y el nuevo aumento a partir de los 50 años, con la incorporación de más de un 15% de afiliados que nunca lo habían estado antes.

LA LECTURA

Al contrario de lo que ocurría entre el profesorado, el PAS lee más libros y revistas no profesionales que profesionales. En ambos casos, sin embargo, el nivel de lectura es sensiblemente más bajo en este colectivo. No obstante aventaja al profesorado en tres puntos porcentuales en lo que a la lectura de prensa diaria se refiere.

Podemos observar que es levemente superior el índice de lectura de los varones y que éste va aumentando con la edad, a excepción de la lectura de libros profesionales, asociada a los más jóvenes. La ausencia de cargas familiares marca una importante brecha, aumentando claramente el nivel en casi todos los tipos de lectura. También destacan en gran medida los laborales sobre los funcionarios y, en ambos casos, aumenta la lectura conforme lo hace el nivel de estudios del colectivo, menos en el caso de la lectura de prensa diaria que produce el aumento en el sentido contrario.

LECTURA DE LIBROS

Los géneros literarios de mayor consumo de nuestro PAS son la novela histórica, los best-sellers, la literatura española moderna y la literatura extranjera actual. Aunque estos cuatro géneros coinciden con las preferencias de lectura del profesorado y el alumnado, presentan algunas alteraciones en el orden, como igualmente sucede dentro del propio PAS, donde las mujeres sitúan en primer lugar a la literatura española moderna y desplazan la novela histórica al tercer puesto.

LA PRENSA

Un diario local, con el 58%, es el periódico de mayor lectura de este colectivo, del que destacan sobre todo las mujeres, con un 61'5%, el grupo de edad de los 45 a los 49 años, que supera esta cifra y alcanza el 71'4%, y el funcionariado, con el 60%.

A una corta distancia, con el 52'6%, le sigue *El País*, algo más leído por los varones (54%), también el mismo grupo de edad anterior y el personal laboral (56'6%).

El tercer periódico es *El Mundo*, con un 34% de lectores, nutridos de una ligera mayoría de varones funcionarios.

Sigue la prensa gratuita, de fácil acceso en todas las instalaciones universitarias, con los lectores más jóvenes, varones y personal laboral.

En un escalón muy inferior, y con tan sólo el 9%, el *ABC* tiene el doble de lectores funcionarios que laborales.

LAS REVISTAS

Las revistas de decoración son las más leídas, sobre todo por las mujeres funcionarias. Siguen, en un nivel todavía alto de lectura, las revistas de viajes y las de salud y belleza, también con mayoría de funcionarias.

En un cuarto lugar aparecen los suplementos literarios de la prensa, que en el estudio de los hábitos de los profesores ocupaban el primer lugar. Conforme aumenta la edad, lo hace también su lectura, algo más entre las mujeres que entre los varones.

Las revistas del corazón, con un público casi exclusivamente femenino y joven, cierran un primer bloque de cinco tipos de revistas con mayor seguimiento.

En un segundo nivel de lectura aparecen, en primer lugar, las revistas de naturaleza con un público masculino y principalmente laboral que aumenta con la edad. Le siguen los suplementos de juventud y música de la prensa, leídos por los grupos más jóvenes del sector laboral y, en mayor medida, femenino. Completan este segundo bloque las revistas de informática, de uso casi exclusivo de varones laborales, y las de arte y cine, con un seguimiento levemente superior por parte de las mujeres.

LA BIBLIOTECA

El PAS de la Universidad de Huelva hace casi la mitad de uso de la biblioteca que los alumnos, pero algo más del doble que los profesores. Un 12% declara que la frecuenta todos o casi todos los días. Téngase en cuenta que casi el 20% está realizando estudios para completar o avanzar en su formación. Quizás sea esa también la razón por la que los laborales casi triplican a los funcionarios en el uso diario de la biblioteca.

La mayoría (65'8%) de los usuarios de bibliotecas lo hacen de la del centro universitario en el que trabajan; se trata de un porcentaje muy inferior al que mostraban alumnos y profesores, que abarcaban casi a la totalidad, lo que podría explicar el hecho de que los centros de trabajo con mayor concentración de PAS, como los servicios centrales y otros, no disponen de biblioteca. En el uso de bibliotecas públicas externas a la universidad superan, sin embargo, a los profesores.

El préstamo y la consulta de libros constituyen los principales usos que hacen de las bibliotecas, seguidos, a cierta distancia, por el préstamo de audiovisuales.

Casi un tercio del colectivo hace uso de los servicios electrónicos de la biblioteca universitaria con mucha frecuencia, algo más los varones que las mujeres y los laborales que los funcionarios.

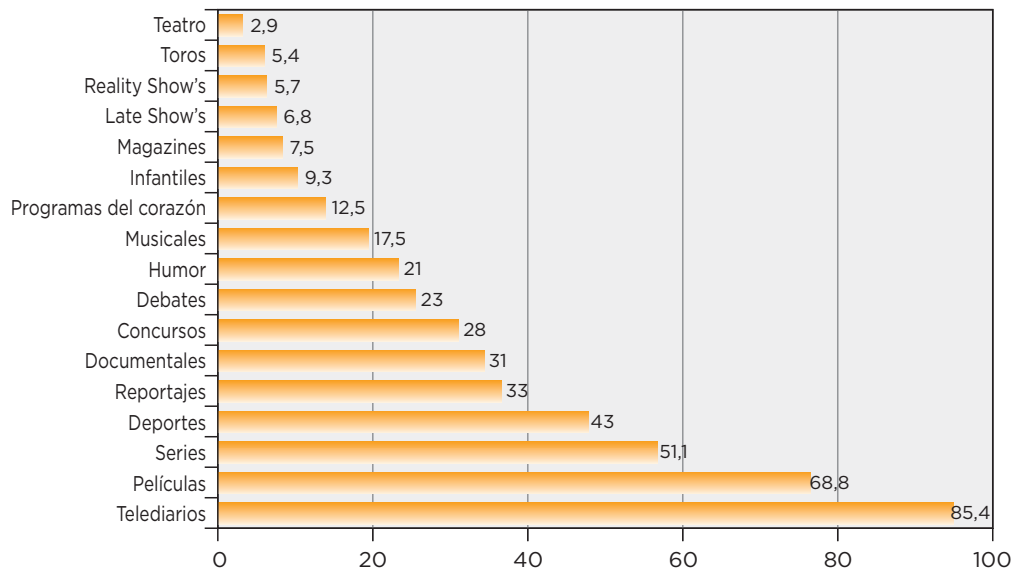
Un notable alto (8'2) reciben las bibliotecas universitarias en cuanto al grado de satisfacción del PAS que las utiliza.

TELEVISIÓN Y RADIO

Cerca de hora y media en días laborables y dos horas en días festivos pasa nuestro PAS delante del televisor; esto hace un promedio de 11 horas semanales frente a la pantalla. No se aprecian diferencias significativas entre varones y mujeres ni entre funcionarios y laborales, pero sí en cuanto a la edad y el nivel de estudios, de tal forma que los más jóvenes llegan hasta 15 horas frente a algo más de 9 de los mayores y se reduce a 5 horas y media en el caso de quienes alcanzaron el grado de doctor. Se trata de un nivel de consumo televisivo algo menor que el de los profesores pero, sobre todo, 5 horas menos que los alumnos.

Como es natural, la franja horaria que reúne a más telespectadores es la de la noche, con tres cuartas partes de nuestro personal; le sigue la tarde con alrededor del 20%, mientras que la mañana apenas atrae a un insignificante 1% de los que tienen turno de tarde.

Ránking de programas que ven con más frecuencia (%)



Telediaris, películas y series son los tres tipos de programas que tienen mayor expectación, superando el 50%, y en los tres casos con una composición más femenina.

Otro grupo de programas con cierto grado de seguimiento lo forman los programas de deportes y retransmisiones deportivas (43%), seguidos abrumadoramente por los varones, los grupos de edad inferiores y los laborales, los reportajes de información (33%), documentales y programas de divulgación (31%) también con mayoría de varones laborales.

Concursos (28%), debates (23%) y programas de humor (21%), con un relativo grado de interés, ocupan a tipos diferentes de espectadores: en el primer caso el público mayoritario lo forman las mujeres y funcionarios, mientras que los otros dos se nutren de varones y laborales, aumentando con la edad en el caso de los debates y disminuyendo en el de los programas de humor.

Hay un cierto reparo en reconocer que se ven los programas del corazón, cuando nos topamos con ellos de forma involuntaria en la sobremesa diaria, toques la tecla del canal que quieras. Sólo un 12'5%) de nuestro PAS, predominantemente joven y femenino, declara que ve estos programas. Pero no nos debe extrañar, ya que en el último año han desaparecido varios de esos programas, debido a la falta de audiencia.

El resto de los programas tienen índices más bajos, destacando el 9'3% de los programas infantiles que ven, o están obligados a ver, quienes tienen hijos en las edades propias del caso; por eso no los ven ni los más jóvenes, ni los mayores, ni los solteros, ni los casados sin hijos.

El 66'8% del PAS, a una diferencia de 10 puntos porcentuales más de los alumnos y menos de los profesores, oye la radio todos o casi todos los días. Al igual que sucede en estos otros colectivos, aumenta la frecuencia significativamente en los varones y conforme aumenta la edad.

Dos tipos de programas destacan claramente en su preferencia: los informativos, que sigue el 70%, y los musicales, a los que son asiduos el 64%. De nuevo modifican estos porcentajes el sexo y la edad, aumentando la audiencia de informativos hasta el 74% en el caso de los varones y hasta el 79% en el de los mayores de 50 años, mientras que las mujeres casi duplican a los varones en el seguimiento de los programas musicales.

Magazines, con una audiencia más femenina y un 20% de seguimiento, debates, con el mismo porcentaje anterior pero de varones, y deportivos, casi exclusivamente de ellos, completan las preferencias radiofónicas del PAS. Ni que decir tiene que prácticamente coinciden con las preferencias que mostraban los colectivos estudiados anteriormente

LA INFORMÁTICA

Una amplia mayoría del PAS de la universidad de Huelva tiene ordenador en su domicilio habitual; así lo indica el 92'5% de los encuestados. Una tercera parte de ellos lo tiene de uso personal, mientras que las otras dos terceras partes tie-

nen que compartirlo con la familia; curiosamente no está relacionada la exclusividad del uso del ordenador con los ingresos familiares, sino con el grupo profesional al que pertenecen, de tal forma que la mitad del personal de los grupos A/I y B/II disponen de ordenador de uso personal, pero, sobre todo, con la edad, alcanzando al 58% en el caso de los menores de 35 años y disminuyendo este porcentaje progresivamente hasta quedarse en el 18% en los mayores de 50 años.

Igual que ocurría con los profesores, es también muy alta la proporción de quienes tienen contratado servicio de Internet en casa, el 78%, prácticamente todos con tarifa plana y en casi el 70% de los casos con banda ancha. Pero el lugar donde utiliza Internet el 82% de ellos es la universidad, elevándose hasta el 87% de quienes no tienen contratada tarifa plana.

Destaca como primer uso que realizan de Internet, con un 84%, el correo electrónico, práctica que supera el 90% del personal del grupo A/I. la segunda utilidad la constituye la lectura de prensa, con proporciones parecidas a las que se observaba anteriormente en la lectura de la prensa escrita (60%); los varones, sin embargo, superan en 20 puntos a las mujeres en este uso, llegando al 73%. En tercer lugar, con el 53'1%, aparece la localización de direcciones o teléfonos, para vacaciones o viajes lo utiliza un 40%, para estudiar, documentarse, consultar informes lo hace un 37% y para realizar operaciones financieras directamente con su banco, un 36'5%. Otros usos con un mediano nivel de práctica son la información de TV o del tiempo y el navegar por entretenimiento que realizan en mayor medida los varones laborales más jóvenes. Menores porcentajes de uso tienen otras aplicaciones como bajar música o películas y libros o apuntes (22%), fotografía (19%), chats, messengers o similares (14%), comprar entradas (12%) y continúa el descenso de uso de audiovisuales, juegos o entretenimientos, búsqueda de empleo y sexo.

EL MÓVIL

Prácticamente la totalidad del colectivo, sin distinción de sexo, ni edad, ni cualquier otra variable, el 99%, dispone de teléfono móvil.

Llamar y recibir llamadas es el uso generalizado del celular (99%) y enviar o recibir mensajes alcanza a dos terceras partes del colectivo. en estos usos hay casi completa semejanza con los profesores, sin embargo es más elevado en el PAS el uso del móvil para realizar fotos, lo que hace un 26% de ellos, aumentando este porcentaje sensiblemente en el caso de las mujeres más jóvenes.

El móvil les supone un gasto medio mensual de 25€, casi 10€ menos que a los profesores y en similar cantidad que los alumnos.

CINE

La afición al cine de nuestro colectivo se circunscribe a la tele, con casi un 70% de seguidores. A las salas de cine acuden poco: sólo una cuarta parte lo hace una vez al mes o con más frecuencia. No parece que tenga esto que ver con el precio de las entradas, ni con la escasez de salas de cine, ni con la variedad de la cartelera, ya que el 40% dice que encuentra siempre la película que quiere ver; más bien está en relación con el estado civil y el régimen de convivencia; así, quienes viven solos o con sus padres acuden hasta tres veces con más frecuencia que quienes conviven con su pareja e hijos; las parejas sin hijos se quedan en una frecuencia intermedia.

El cine americano obtiene el seguimiento mayoritario (70%), seguido muy de cerca por el cine español (62%), gracias a la mayor afición de las mujeres a este género. El cine europeo concita a un 38%, que casi se duplica en el grupo de edad de los mayores de 50 años.

Citan hasta 66 títulos distintos de últimas películas que más les gustaron, pero sólo en cinco de ellas coincidieron varones y mujeres. En primer lugar, *El orfanato* fue la que más gustó a 9 de las mujeres y a uno de los varones encuestados. *Fuera de carta* obtuvo 6 nominaciones de las mujeres y 3 de los varones. En tercer lugar la película de los paisanos Cuadri y Cobos Winkins, *El corazón de la tierra*, fue la que más gustó a 8 mujeres. Dos mujeres y un varón encuestados coincidieron con la película *El amor en tiempos de cólera*. Y, finalmente, *El código de Vinci* y *La vida de los otros* fueron las preferidas en las que coincidieron nuevamente una mujer y un varón.

En bastante mayor proporción que los profesores, más del 80% del PAS no asiste nunca o rara vez a las proyecciones que ofrece la universidad. Los asistentes de forma asidua no llegan al 1%, mientras que lo hacen con relativa frecuencia 8 de cada cien. Éstos son algo más críticos que los profesores en la valoración que hacen de la calidad de las películas proyectadas por la universidad, rebajando un punto y concediéndole sólo un aprobado alto (6'4). Coinciden con los profesores en conceder esa misma calificación a la variedad de las películas que se proyectan.

MÚSICA

Con independencia de cualquier variable, casi el 70% del PAS escucha música todos o casi todos los días; se trata de un porcentaje 10 puntos superior al de los profesores, pero 20 por debajo de los alumnos (cuestión de edad, evidentemente).

Los medios o dispositivos más frecuentemente empleados para oír música son los tradicionales: el aparato de radio o TV (43'6%) y el equipo de música (18'6%). Pero también tienen una presencia aceptable, superior que en los profesores, las tecnologías más actuales: CD's (14%), MP3/MP4 (12%), ordenador (10%). Éstos últimos están claramente asociados con la edad: los CD's, que son los sustitutos de los antiguos discos y cassetes, los utilizan más los mayores, mientras que los reproductores MP3/MP4 y los ordenadores son de uso mayoritario de los más jóvenes.

La música favorita del PAS es claramente el pop, ya sea español o internacional, con elevados niveles de audiencia (68 y 50% respectivamente). Le sigue la canción melódica, la música clásica y el flamenco, con porcentajes superiores al 25%. Forman el siguiente grupo en las preferencias del colectivo el rock, español o internacional, rondando el 20%. Un cuarto bloque de estilos musicales, y en orden descendente de preferencias, lo constituyen la música étnica, los blues, el jazz, la canción popular y el new age, siempre por encima del 10%. Menor aceptación tienen la música electrónica, heavy y hip-hop.

El sexo y la edad influyen claramente en estas preferencias musicales: las mujeres se inclinan en mayor medida que los varones hacia el pop, la canción melódica, la música clásica, el flamenco y la canción popular, mientras que las preferencias de los varones superan a las de las mujeres en el jazz, el rock y la música electrónica. El aumento o disminución progresivos en los grupos de edad nos permiten agrupar en dos bloques diferenciados las música que prefieren los jóvenes (pop, rock, hip-hop, heavy, electrónica) y los mayores (canción melódica, música clásica, flamenco y canción popular).

El PAS escucha música exactamente en la misma proporción, cercana al 80%, principalmente en dos lugares: en casa y en el coche. Sin embargo son dos lugares con características muy diferentes: basta con arrancar el coche y suena la música que está previamente sintonizada, mientras que en casa hay que hacer expresamente la elección de poner en funcionamiento el equipo de música o el dispositivo que se emplee; en el coche se oye música mientras se conduce, mientras que en casa, muchas veces, sólo nos dedicamos a escucharla. A cada uno de estos lugares corresponde un tipo distinto de usuario. Así, en casa sólo la escucha un 70% de varones, frente al 84% de mujeres, un 75% de laborales, frente al 82% de funcionarios, al tiempo que va aumentando progresivamente con la edad, hasta llegar al 87% de los mayores de 50 años. En el coche, por el contrario, el perfil de quienes la escuchan es el de varón, laboral y más joven.

Algo más de la cuarta parte manifiesta que escucha música en el lugar de trabajo. También aquí son más las mujeres que los varones, los mayores que los jóvenes y los funcionarios que los laborales; pero aparecen dos variables predictoras muy importantes, el nivel de estudios y el grupo profesional, que hacen descender progresivamente el porcentaje de quienes escuchan música en el trabajo desde más del 50% de quienes sólo tienen estudios primarios hasta la ausencia total de los que alcanzaron el grado de doctor, y del 30% de los grupos C/III y D/IV al 9% del grupo A/I. Una explicación con cierta lógica apuntaría a la compaginación de la escucha musical con las tareas que realizan, según el nivel de concentración que éstas requieran.

Casi un 20% del PAS escucha música en conciertos, también con mayoría de mujeres, de los grupos de edad más elevados y de funcionarios.

Los conciertos o las actuaciones musicales tienen diferentes niveles de seguidores entre nuestro colectivo. La frecuencia con la que asisten va a depender, claro está, de la oferta que tengan en la ciudad, pero también de las preferencias que manifestaban anteriormente. A las que más se asiste son a las actuaciones de pop/rock, nutridas de un público mayoritariamente masculino, joven, laboral y del grupo A/I. En segundo lugar, a las de flamenco, casi en las mismas proporciones que a los conciertos de música clásica, sólo que ésta concita a un sector de mayor nivel de instrucción. La ópera, el jazz y el ballet o la danza no han sido presenciadas nunca por el 84% del PAS, pero la palma se la lleva la zarzuela a la que nunca ha asistido el 91%.

TEATRO

En una escala en la que el 1 es el mínimo y el 5 el máximo interés por el teatro, nuestros encuestados arrojan un promedio de interés de 2'99, o sea que prácticamente están repartidos a partes iguales entre el interés y el desinterés, pero con una gran concentración exactamente en la mitad, como indica una desviación típica de 1'249.

Este grado e interés es algo superior en las mujeres y aumenta con la edad y el nivel educativo, de igual forma que éste es el perfil de quienes asisten con mayor frecuencia a ver obras de teatro.

La obra *Entiéndeme tú a mí*, que magistralmente adaptaron e interpretaron Daniel Mantero y Darío Martín, fue la que más gustó, seguida por *La cena* de Els Joglars y *No es tan fácil* de Paco Mir.

DEPORTE

La práctica habitual del deporte alcanza al 55'4% del PAS, pero aumenta hasta el 72% en el caso de los varones, mientras que se reduce al 47'6% en las mujeres. También, como resulta fácilmente comprensible, va disminuyendo progresivamente esta práctica conforme aumentan los años, hasta el punto de quedar en sólo un 37'5% en los mayores de 50 años.

Una tercera parte de los que practican habitualmente algún deporte entiende por habitual la práctica diaria o casi diaria, la mitad la concreta en alguna vez por semana y un 15% en menores frecuencias.

Destacan cuatro deportes que superan cada uno el 20% de práctica: en primer lugar, la gimnasia, que la hace más de una tercera parte, el doble de mujeres que de varones, con una gran frecuencia, ya que la mitad acude al gimnasio todos o casi todos los días y la otra mitad lo hace al menos una vez a la semana.

El segundo deporte más practicado es el ciclismo, con un 27% de aficionados, en este caso con mayoría de varones, aunque con menor asiduidad que el anterior.

Le sigue la natación que reúne en la piscina a la cuarta parte del PAS, de nuevo con mayoría de mujeres, la tercera parte de las cuales acude casi a diario.

Y el cuarto deporte de mayor práctica es el footing, casi exclusivo de varones, ya que cuatro de cada cinco que lo practican son hombres, y casi la mitad lo hace todos o casi todos los días.

Padel y tenis, practicados por un 7%, el fútbol, por un 5%, y el fútbol-sala, el baloncesto y la danza, con un 4'5%, son deportes de menor práctica debido quizás a la necesidad de la concurrencia de otros para formar equipo o para competir. Todos ellos, a excepción de la danza, lo practican mayoritariamente, si no exclusivamente, los varones.

El 55% de la práctica deportiva se reduce a tan sólo el 20% en asistencia asidua a competiciones deportivas, y este porcentaje se queda todavía en un 13'5% para las mujeres. El fútbol atrae a la mayor parte de estos espectadores deportivos, más varones que mujeres pero en proporciones no muy dispares; el Recre, en primera división, hace que sea el deporte más seguido, incluso por las mujeres. La otra competición nacional, en la que participa un equipo de Huelva, es el baloncesto; de ahí que sea el segundo deporte en seguidores, en este caso con casi el doble de mujeres que de varones. Hay, todavía, un tercer deporte que consigue congregarse al 14% de hinchas, tres veces más varones que mujeres, que es el atletismo, debido, tal vez a la celebración de los juegos olímpicos iberoamericanos.

OTRAS ACTIVIDADES CULTURALES

Se proponen a continuación diez actividades relacionadas con la cultura para medir la frecuencia con la que se realizan. A partir de la media de cada actividad se clasifican jerárquicamente como en el gráfico siguiente.

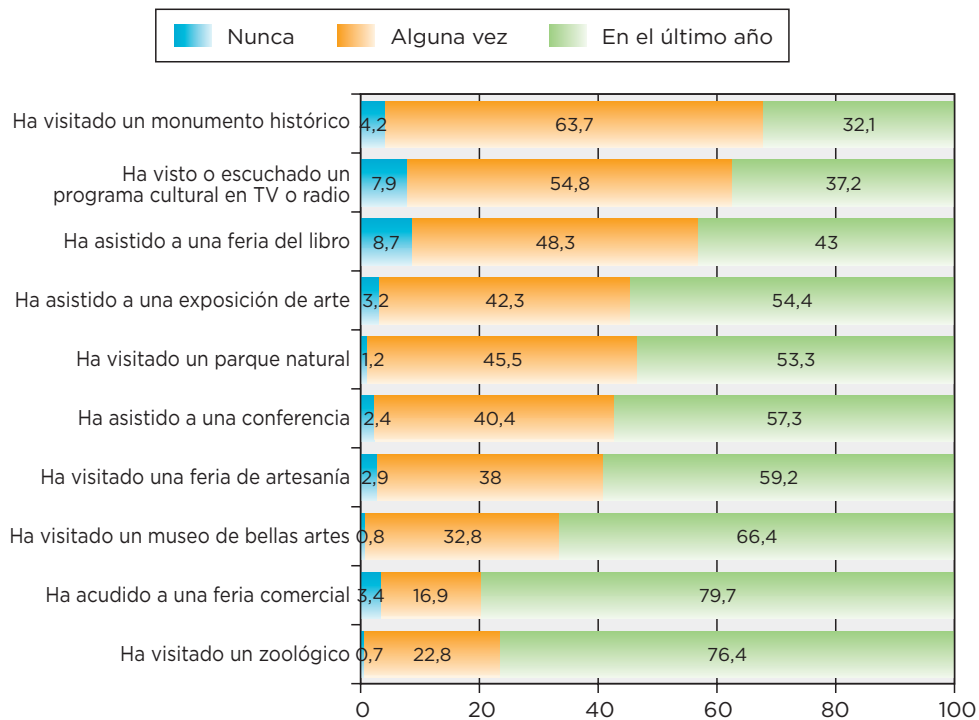
Varones y mujeres coinciden exactamente en la frecuencia con la que han visto o escuchado un programa cultural en TV o radio, pero mantienen distintas frecuencias en el resto de las actividades, de tal forma que ante un monumento histórico, en una exposición de arte, en una feria de artesanía y en una conferencia encontraremos más mujeres, mientras que los varones serán mayoría en un parque natural, una feria del libro, un museo de bellas artes, una feria comercial o un zoológico.

ACTIVIDADES DE OCIO

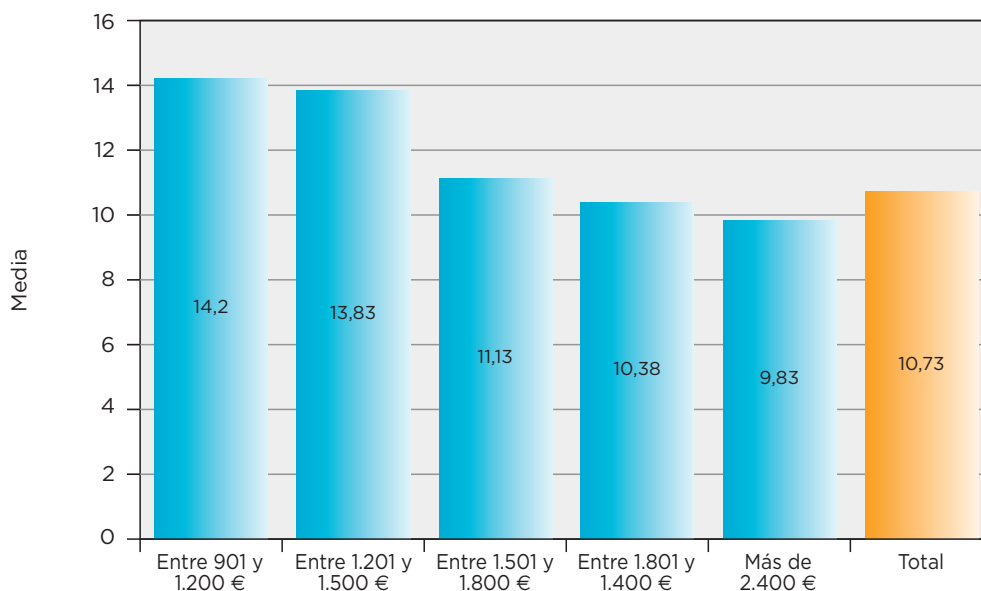
Casi 11 horas, en términos medios, dedican semanalmente al ocio y la diversión, si bien los varones llegan a las 12 horas, frente a tan sólo 10 de las mujeres. Pero hay dos variables que marcan más las diferencias: la edad, con más de 16 horas de los menores de 35 años, y el régimen de convivencia que permite 15 o más horas a quienes viven solos, con amigos o compañeros, o con sus parejas sin hijos.

Hay, no obstante, otra variable que me suscita una interesante reflexión. Como puede observarse en la siguiente tabla, descienden progresivamente las horas dedicadas al ocio y diversión conforme aumenta el volumen de los ingresos fami-

Frecuencia con la que se realizan algunas actividades relacionadas con la cultura (%)



¿Cuántas horas dedica semanalmente a actividades de ocio diversión?



liares. No parece que el disponer de mayores ingresos impida dedicarse al ocio y diversión, sino más bien que la ociosidad limita la cantidad de los ingresos.

De todas formas, el PAS de la Universidad de Huelva dedica al ocio y la diversión 9 horas menos que los profesores. ¿En qué actividades emplean esas pocas horas semanales? Se propone una serie de ellas para que muestren la frecuencia con la que las realizan. A partir de las medias, las hemos clasificado en cuatro grupos:

Frecuencia con la que realizan algunas actividades relacionadas con el ocio

Habitualmente	Fines de semana	Mensualmente	Menos frecuencia
Usar el ordenador Ver la televisión Salir o reunirse con amigos Hacer deporte	Salir al campo o playa No hacer nada, descansar	Ir de excursión	Viajar Beber, ir de copas, "Botellón" Oír música clásica Asistir a actividades religiosas Realizar actividades asociativas Asistir a competiciones deportivas Jugar con videojuegos Ir a discotecas, bailar Realizar acciones de voluntariado

Las actividades que realizan con mayor frecuencia, a diario, no requieren salir de casa ni hacer ningún esfuerzo físico: diariamente se sientan delante de una pantalla, activa (ordenador) o pasiva (televisor) entre una y dos horas, como veíamos anteriormente. Varias veces a la semana salen o se reúnen con amigos y hacen deporte, actividades de ocio activo, en las que superan la frecuencia de los profesores, que las dejaban para el fin de semana.

Los fines de semana se reparten en dos actividades completamente opuestas: salir al campo o a la playa, en mayor proporción los varones, y descansar o no hacer nada, con mayoría de mujeres con cargas familiares.

Con una periodicidad mensual salen de excursión.

Las actividades que realizan con menor frecuencia coinciden prácticamente con las del profesorado y ofrecen una imagen del colectivo universitario, en líneas generales, perezosa y poco solidaria y participativa. Existen, claro está, magníficas excepciones que ponen de manifiesto los propios datos estadísticos.

GASTO MEDIO EN CULTURA

Una media de 70€ gasta el PAS al mes en cultura. Los varones gastan casi 8€ más que las mujeres. Se dispara hasta los 94€ en los casados sin hijos. Gastan 15€ más los funcionarios que los laborales, y aumenta, lógicamente, ese gasto conforme lo hacen los ingresos familiares.

ACTIVIDADES CULTURALES DE LA UNIVERSIDAD

La oferta cultural de la universidad de Huelva es amplia y variada y es utilizada frecuentemente o alguna vez casi por la mitad del PAS (45'7%), frente a un 18% que no lo hizo nunca. Entre quienes más las frecuentaron se encuentran las mujeres y el funcionariado. Valoran casi con un notable (6'3) la oferta cultural, algo más, igualmente, las mujeres y los funcionarios.

Es algo más alta la frecuencia con la que asiste el PAS a esas actividades que la que mostraban los profesores, así como la valoración que hacen de la misma.

A pesar de que no es excesivamente baja su participación en las actividades culturales que organiza la universidad y de la positiva valoración que de ellas hace, el PAS, a través de algo más de la mitad de sus miembros, plantea la demanda del siguiente gráfico.

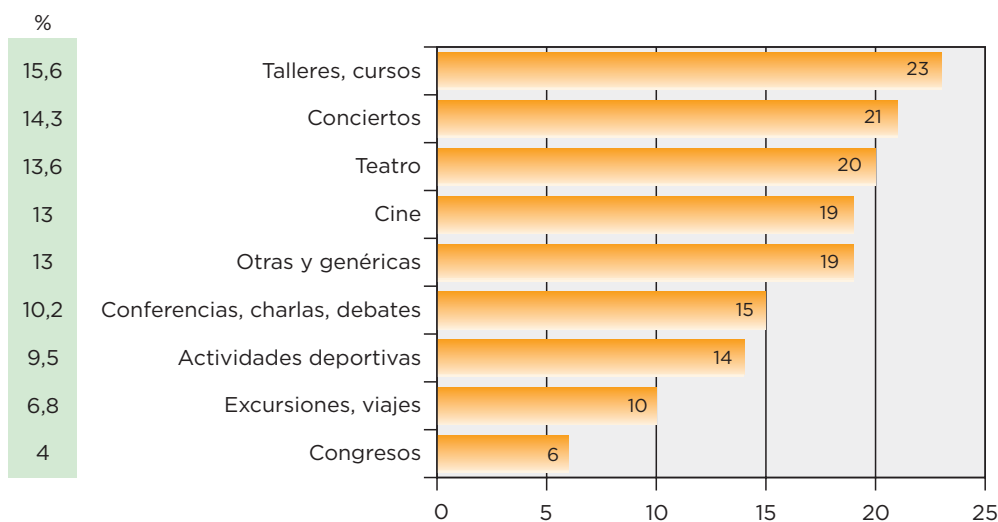
A diferencia de los profesores, que sólo lo demandaban en un 2'5% de los casos y en penúltimo lugar, el PAS propone la realización de talleres y cursos diversos como primera opción. En el resto de las actividades propuestas guardan casi la misma cadencia en el orden de preferencias.

¿En qué actividades han participado activamente? Queremos saber en qué medida este colectivo de la universidad de Huelva ha pasado del status de consumidor, espectador al de autor, intérprete o productor. Se les proponen seis actividades concretas y otra genérica para que muestren cuáles realizaron durante el último año y cuáles les gustaría tener la oportunidad de realizar.

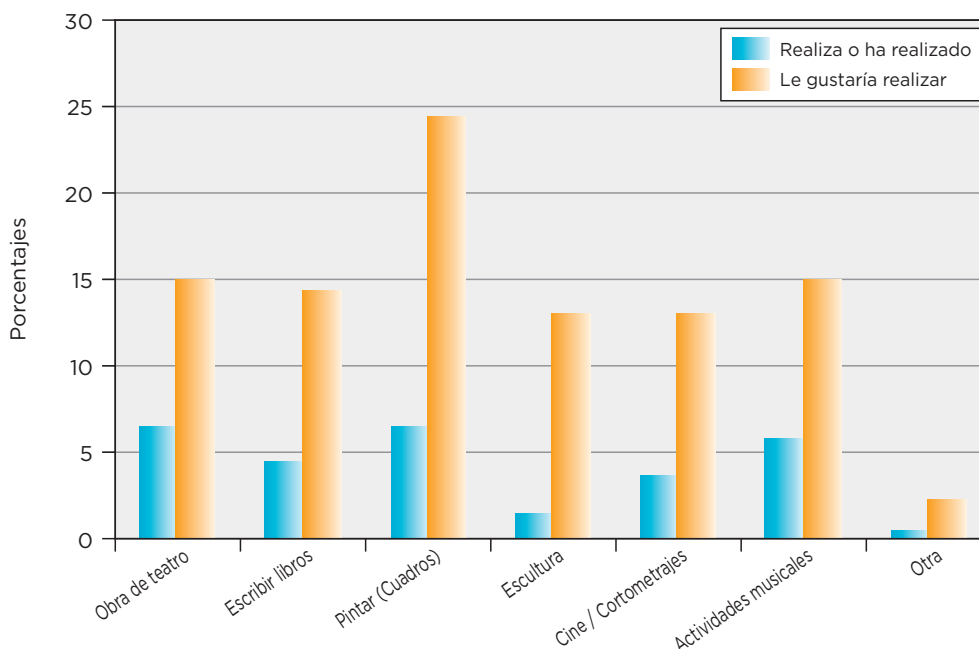
De entrada, se observa en el gráfico siguiente un gran deseo de participación en todas las actividades propuestas, que supera a la que ha venido produciéndose hasta ahora.

La pintura y el teatro tienen un mismo nivel de práctica, en la que ha participado algo más de una de cada diez personas que pertenecen al PAS, pero en las que les gustaría participar a cinco, sobre todo en la pintura que marca una diferencia

Actividades propuestas



Actividades culturales que ha realizado o le gustaría realizar



sustantiva entre el deseo y la realidad. Tanto la realización como los deseos son superiores, para ambas actividades, en las mujeres que en los varones.

Interpretar música coral o instrumental es la siguiente actividad, realizada por uno de cada veinte, pero deseada por el triple exactamente. Aquí son los varones los que, nunca mejor dicho, llevan la voz cantante, pero las mujeres las que más manifiestan su deseo.

Sucede lo contrario en la escritura de libros: son más las mujeres que lo han hecho que los varones, pero se invierte la relación en las aspiraciones literarias.

El séptimo arte atrajo a uno de cada treinta, principalmente varones, que son también quienes muestran mayores deseos de verse reflejados en la gran pantalla.

Muy poca aceptación tuvo la escultura, pero es la que marca la mayor diferencia entre la realidad y el deseo.