

UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA

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

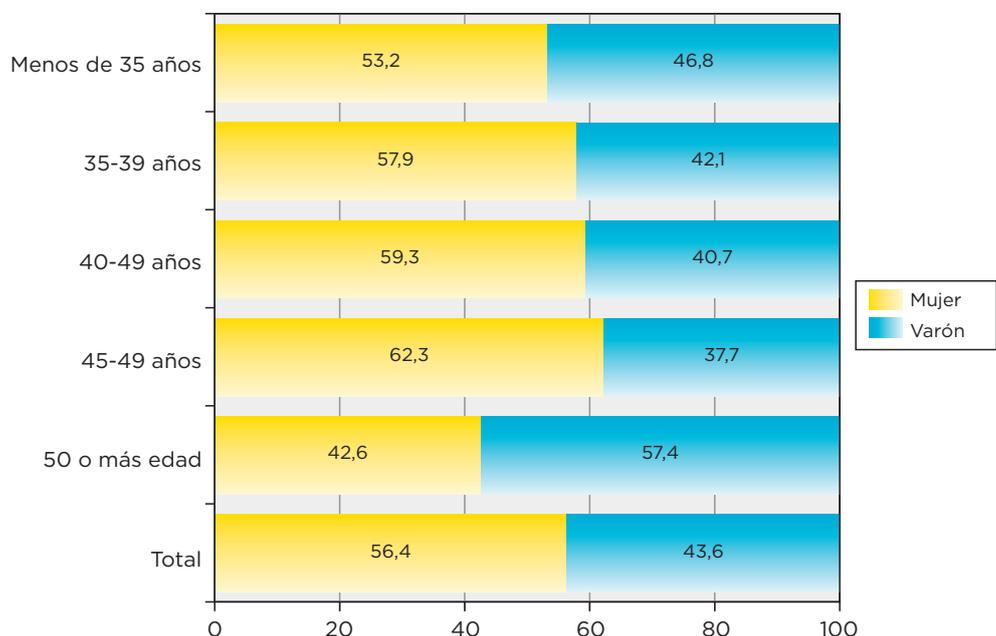
José Fernando Troyano Pérez. Área de Sociología (Universidad de Málaga)

Pese a que sea evidente para los miembros de la comunidad, no está de más señalar que el PAS es por la variedad de sus tareas más heterogéneo que los otros dos colectivos, estudiantes y profesores. Cualquiera que sea el cuerpo docente y el mérito investigador de un miembro del PDI que desarrolle en la universidad su principal actividad, todos aspiran al mayor reconocimiento profesional en los dos roles que los definen, y los símbolos de ese reconocimiento se conocen públicamente, con independencia del grado de conformidad con los criterios al uso para conseguir esos símbolos o aun esgrimiendo la paradoja marxiana: “nunca pertenecería a un club que admitiese miembros como yo”, que por coherencia obligaría a no pertenecer a ningún club y no sólo al menospreciado. Algo parecido ocurre entre los estudiantes, todos ellos comparten, o deberían, el objetivo de obtener el título de los estudios que cursan. En otras palabras, en cada uno de estos dos colectivos la carrera es compartida por los miembros. No ocurre de igual modo entre los miembros del PAS, segmentado por unas funciones más variadas que las del PDI, sus carreras profesionales son diferentes para cada segmento. En algunos usos, hábitos y demandas, esta segmentación puede ser irrelevante, no así en otros. Pero esta diferenciación funcional no afecta sólo directamente a las prácticas culturales estudiadas sino, además, al perfil sociodemográfico del PAS y, por ello, también indirectamente a esas prácticas.

UN PERFIL DEL PAS DE LA UMA

Dos grupos de edad son mayoritarios entre el PAS de la UMA, el de 45-49 años, que agrupa al 28,2% de las respuestas, y el de 40-44, que agrupa al 23,7%. Ambos suman, pues, 51,9% de las respuestas. La edad media no llega a los 41 años, prácticamente igual entre varones (40,94) y mujeres (40,73). La media del profesorado de la UMA resultó ser de 45 años, mayor entre los varones (47) que entre las mujeres (43). La menor edad del PAS se explica en parte por las menores exigencias formativas previas al ejercicio laboral, que hacen más temprana la incorporación al trabajo. La igualación en la edad media de hombres y mujeres del PAS (que contrasta con el profesorado, donde ellos son mayores que ellas) parece reflejo de un perfil temporal de incorporación de los sexos distinto en ambos colectivos. Si entre el profesorado la incorporación femenina es mayor más recientemente, entre el PAS ocurre así desde hace más tiempo. De hecho, entre los grupos de edad mayoritarios (35-39, 40-44 y 45-49), las mujeres son más numerosas, mientras que entre los más jóvenes

GRÁFICO 1. Edad y sexo



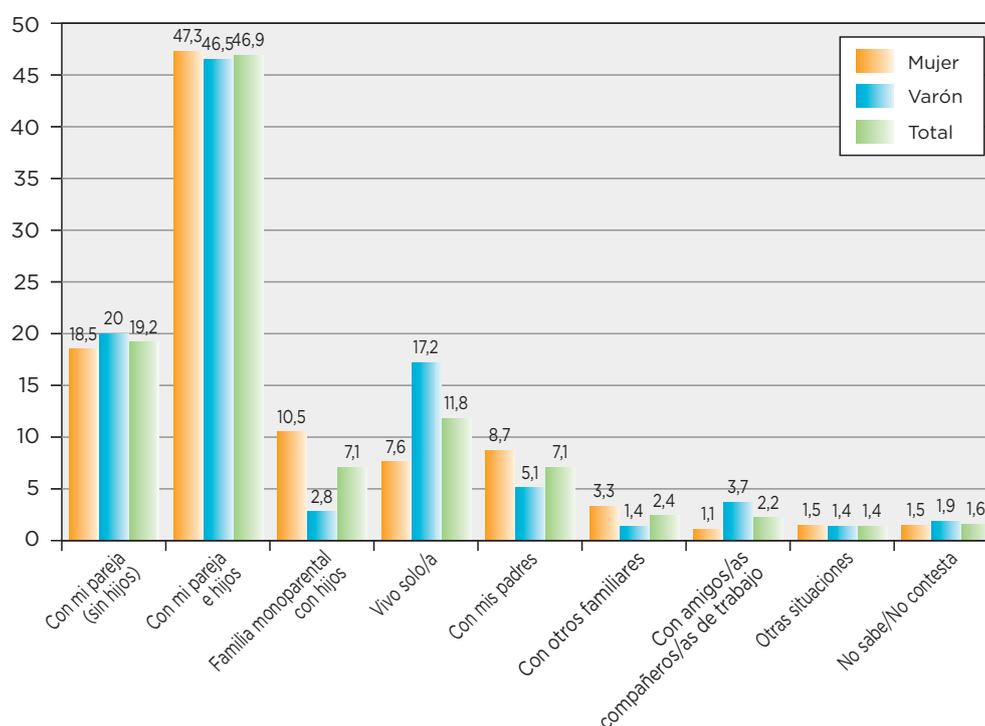
(< 35) y los mayores (50 +) hay más varones. El resultado global es un 56% de mujeres y un 44% de varones, que señalan una relativa feminización del colectivo y que la encuesta no permite diferenciar según funciones pero sí de otros modos.

Entre las mujeres hay 12 funcionarias por cada 10 laborales y entre los varones hay 6 funcionarios por cada 10 laborales. Esta diferencia de estatus podría explicar que entre ellos sea algo más frecuente estar cursando estudios para completar su formación, pero el desigual estatus jurídico-laboral de ellos y ellas es difícil de explicar con los datos que la encuesta proporciona, siendo la edad media (ya informada) y los años de permanencia media en el puesto de trabajo muy parecidos en ambos sexos (concretamente 11,07 entre mujeres y 10,43 entre hombres), al igual que los años de formación reglada, con diferencias sólo entre quienes poseen título universitario superior, pues sus valores absolutos y relativos son mayores entre las mujeres. El estatus de funcionaria es más frecuente que el de funcionario porque o bien ellas han optado por él más que ellos o han conseguido mejores resultados en iguales o parecidas opciones. En ambos sexos, son funcionarios el 47% de los encuestados (que responden a la cuestión).

Curiosamente (no paradójicamente), quienes más cursan estudios para completar o mejorar su formación son quienes más estudios tienen. Quienes en mayor proporción declaran hacerlo son los licenciados, y en menor, quienes poseen título de graduado escolar o formación profesional. Se confirma una vez más la lógica del crecimiento cognitivo, pues cuanto más se sabe más se precisa saber (más en evidencia quedan las ignorancias) y más posibilidades hay de aprender (más recursos se poseen para hacerlo). De igual modo, el desconocimiento se alimenta también de sí mismo (no abre preguntas y consecuentemente no las responde). Ahora bien, ya que esta lógica de crecimiento necesita un soporte subjetivo y orgánico, necesita de hombres y mujeres, tiene sus límites psicosociales y orgánicos, pues el personal de cualquier sexo y condición no puede estar sometido a un proceso creciente e indefinido de exigencia. Pasa algo parecido con la insaciabilidad del consumidor (y con el universo), puede que tal ansia indefinida exista pero difícilmente nuestros recursos podrán alimentarla ilimitadamente. En todos los grupos de edad la proporción de quienes no están completando o ampliando su formación mediante el estudio reglado es mayoritaria, pero aumentan quienes sí lo hacen entre los dos grupos más jóvenes, 35-39 y < 35 años.

Estado civil y circunstancias familiares distribuyen al PAS de la UMA de los modos siguientes. Las situaciones mayoritarias son: casado/a (56,3%), soltero/a (21,2%), divorciado/a (8,8%), viviendo en pareja (7,7%) y separado/a (3,7%). Entre las formas de convivencia destacan por contraste con los datos nacionales la proporción de singles o personas que viven solas (11,8%) y las familias monoparentales (7,1%). Siendo el porcentaje de quienes viven en familia nuclear (66,1%) semejante al de la población española. Por el contrario, el porcentaje de solitarios resulta llamativo por ser superior al del conjunto de población, y ello sin la mayor contribución que a esta situación hacen las personas mayores (65 +) en ese conjunto.

GRÁFICO 2. Tipo de hogar y sexo



No se aprecian diferencias significativas entre los sexos ni en el estado civil ni en la forma de convivencia mayoritaria, la familia nuclear, sí en otras formas de convivencia, en las familias monoparentales, más frecuentes en ellas (10,5%) que en ellos (2,8%), la convivencia con los padres, también mayor entre ellas (8,7%) que entre ellos (5,1%) y, sobre todo, entre los solitarios, el 17,2% de los varones y el 7,6% de las mujeres.

En cuanto a los estudios completados, los resultados arrojan un 57,7% de titulados universitarios (sumando diplomados y licenciados), un 28,8% de bachilleres y niveles equivalentes, un 1,2% de titulados en EGB, ESO y Graduado Escolar, y un 5,5% de estudios primarios. Se comprende que quienes sólo poseen estudios primarios superen a los titulados en EGB, ESO y Graduado Escolar como efecto de la estructura de edad del colectivo (recuérdese, 40 años de media). Quizás lo más interesante de informar acerca de este nivel académico sea su contraste con la estructura según grupos profesionales y la sobre-educación o desaprovechamiento que refleja este cotejo, pues los titulados universitarios son en 57,7% pero los integrantes de grupos profesionales que precisan de estos estudios suman el 26,7%. El mayor número de estos universitarios ocupan puestos en la categoría que sólo requiere título de bachiller o equivalente. Debatir si este desajuste refleja un excesivo coste formativo o un desaprovechamiento de los recursos humanos disponibles no es objetivo de este informe, aunque tratándose del PAS universitario, calificar su formación universitaria como un exceso resulta más que paradójico.

El nivel de estudios de las parejas es muy parejo, el 52,9% han completado estudios universitarios (diplomaturas + licenciaturas) y el 25,3% bachiller, un grado o índice de paridad en la clase social bastante alto, como era presumible por ser la regla general. La movilidad social ascendente más evidente es la intergeneracional, es decir, la que se produce en el tiempo y colectivamente, como ocurría con el profesorado y más aun con el alumnado. Para no complicar gratuitamente el referente comparativo, resumo este salto con los siguientes datos: el 16,3% de los padres y el 18,6% de las madres no tienen estudios; el 43,1% de los padres y el 51,8% de las madres cursaron estudios primarios; el 12,4% de los padres y el 8,1% de las madres, universitarios (diplomaturas + licenciaturas). Si se representan piramidalmente los niveles educativos de las dos generaciones, obtenemos dos imágenes invertidas, más puntiagudas que en el caso del profesorado y menos que en el del alumnado, posiblemente debido a que el acceso a la educación universitaria fue mayor entre quienes ahora tienen 40 años (PAS) que entre quienes tienen 45 (PDI), pero menor que entre los actuales estudiantes (con padres de 45 a 55 años).

En lo que a los datos agrupados en este epígrafe se refiere, el mayor contraste con los colectivos anteriormente informados, estudiantes y profesorado, se da en la provincia de nacimiento. El atractivo o la atracción del empleo de PAS de la UMA se concentran en la provincia de Málaga, donde han nacido el 91,8% de los encuestados. Lo reducido del porcentaje restante y que se mencionen otras 16 provincias de nacimiento más dos ciudades autónomas impiden establecer un área de atracción más allá de la provincia (Granada, Cádiz y Madrid, las otras más mencionadas, suman cinco nacidos cada una en una muestra de 490).

A la pregunta ¿cuáles son los ingresos familiares mensuales de su hogar?, no contestan el 23,7%, porcentaje que dificulta cualquier cálculo realista. El tramo 1.801-2.400 euros/mes y los inferiores agrupan al 50,4% y el > 2.400 euros/mes al 23,7; así pues y a título de simple supuesto, podía extrapolarse a quienes no responden esta distribución de quienes sí lo hacen y suponer que en 1/3 de los hogares la renta es superior a 2.400 euros mensuales y en 2/3 es inferior.

Para concluir el epígrafe (y ya que la pregunta se ha formulado en los tres estudios) se informa resumidamente de la religiosidad declarada. Se definen católicos el 53,5%, la mayoría no practicantes (26,5%). La opción minoritaria es ser creyente de otra religión (2,2%), quizás cumpliendo el conocido ¿si no creo en la mía que es la buena, cómo voy a creer en otra? El porcentaje de los convencidos en la inexistencia de cualquier dios, los declarados ateos, forman la segunda minoría con un 7,3%. Más numerosos son los agnósticos (10%), los indiferentes (9%) y los no creyentes (8,2%)¹.

La filiación política declarada puntúa 4,09 de media, equivalente a centro izquierda, pues el valor 5 es central (cinco a la izquierda, 0-4, y cinco a la derecha, 6-10). Las respuestas no establecen diferencias ideológicas por edad y alguna diferencia por razón del sexo, pues las mujeres puntúan una media de 4,18 y los varones de 3,98 (algo más a la izquierda). Como ya se comentó en anteriores informes, es difícil con la información proporcionada por la encuesta saber si las diferencias de posicionamiento ideológico se corresponden con diferencias ideológicas. No obstante, fuera de los valores centrales y mayoritarios, los extremos del posicionamiento ideológico coinciden con opciones religiosas, con una dicotomía nacional/internacional en los gustos cinematográficos y literarios y con la prensa leída habitualmente. La minoría más derechista es más religiosa y más nacionalista, mientras que la más izquierdista es más internacionalista y menos religiosa.

ASOCIACIONISMO

La pertenencia actual a una asociación es mayoritaria, del 59,6%, mayor entre los varones (67,9%) que entre las mujeres (53,1%) y entre el personal laboral (62,5%) que entre el funcionario (56,3%). Las asociaciones con mayor afiliación son las sindicales (28,8%), las culturales (14,3%), las de apoyo a los derechos humanos (13,7%) y las deportivas (13,5%); a con-

tinuación están los partidos políticos (8%) y las asociaciones religiosas (7,8%). En el extremo opuesto, es decir, en la menor afiliación, se encuentran, al igual que en los otros dos colectivos, las asociaciones feministas, a las que nunca ha pertenecido un 99,2% de los encuestados. La edad no es un factor relevante, menos aun que con el profesorado, entre quienes sin presentar una relación aritmética significativa al menos aumentaba con la edad. La comparación entre ambos colectivos subraya la diferencia de 7,8 puntos en el porcentaje global a favor del profesorado (67,4%) y la distinta afiliación sindical, 16,2 puntos mayor entre el PAS. Las diferencias se explican con la variable edad y por la lógica de una circunstancia. El PDI es de mayor edad que el PAS (5 años) y con mayor proporción de varones (20 puntos), dos circunstancias que contribuyen al mayor asociacionismo. La mayor filiación sindical del PAS (16,6 puntos superior) contrasta con la escasa colegiación profesional del colectivo (3,7%), pese a su alto porcentaje de titulados universitarios, mientras que la colegiación del PDI es alta (29,2%) y la filiación relativamente baja (12,2%). Difícilmente se entenderán ambas formas de asociación, sindicato y colegio profesional, como sustitutivas o equivalentes, así que, como ocurre en tantos casos, se puede pertenecer a ambos. Si no ocurre de ese modo, será por autoexclusión, el PAS, mayoritariamente, del colegio profesional y el PDI, en menor medida, del sindicato. Estas exclusiones caracterizan diferencialmente a ambos colectivos. Cualquier explicación que se dé al respecto está fuera de los objetivos de este informe y de la información proporcionada por esta encuesta de usos, hábitos y demandas culturales.

Cabe repetir la misma distinción, hecha en anterior informe, entre tres formas genéricas de asociacionismo: uno mayoritario de carácter laboral y profesional (sindicato y colegio profesional), otro de más amplias solidaridades (derechos humanos, partidos políticos, asociaciones religiosas, ecologistas,...) y otro lúdico (deportes, cultura y ocio). Un abanico amplio de opciones asociativas que caracteriza a las sociedades modernas y que vincula al individuo con la sociedad de modo más complejo y más individualista. Por ello, los intentos de explicar una elección personal como la afiliación a una asociación mediante la inclusión del sujeto en una categoría chocan con la incredulidad de quien por encima de cualquier pertenencia, más o menos artificial, valora su libertad de elección como un atributo personal. A pesar de ello, las mujeres son mayoría en las asociaciones religiosas y los varones en las deportivas, pues, sea o no percibido así por los individuos, lo social posee su propia lógica.

LECTURA Y USO DE BIBLIOTECAS

Los encuestados leen un promedio de 8,23 libros no profesionales y 2,65 profesionales al año. Estos promedios suponen otros: un libro no profesional cada seis semanas y uno profesional cada veinte, sumando ambos tipos, un libro cada treinta y tres días. El dato anterior concuerda con el tiempo dedicado a la lectura, algo más de una hora diaria de promedio (61 minutos) con un pequeño aumento los fines de semana (68 minutos). La lectura de libros es, presumiblemente, una actividad más ociosa que laboral, por leerse más lo no profesional y más en tiempo no laboral (los días festivos). Informando de frecuencias más concretas de lectura de libros, más de 1/3 (36,5%) lee a diario libros no profesionales y más de 2/3 (68,1%) lo hace al menos semanalmente, mientras que los libros profesionales son leídos diariamente por el 11,3% y al menos semanalmente por el 28,3%. En la otra cara de la misma moneda, los libros no profesionales cuentan con un 18,6% de no lectores (no leen) y lectores ocasionales (menos que mensualmente), mientras que las mismas respuestas suman 49,6% para los libros profesionales. Los datos son muy diferentes a los del PDI en lo que a la lectura de libros profesionales se refiere, pero los valores medios de lectura son inferiores a los de las desviaciones típicas en los datos de ambos colectivos.

Las mujeres leen más que los hombres libros no profesionales y ellos leen más que ellas libros profesionales. Las diferencias no pueden ser explicadas como efecto del factor género con los datos disponibles, ni del diferente estatus laboral de ellas (funcionarias en mayor proporción) y ellos (laborales en mayor proporción), pues los funcionarios leen algo más que los no funcionarios, tanto libros profesionales como no profesionales. No se observa relación entre el nivel educativo y la lectura de libros no profesionales, no igualmente en la de libros profesionales, que son más leídos cuanto mayor es el nivel educativo, siendo poco frecuente su lectura entre el personal del menor nivel educativo. También la edad marca diferencias, pero lo hace de diferente modo para los libros profesionales y los no profesionales. Los libros profesionales se leen más entre los más jóvenes, siendo los menores de 35 quienes más lo hacen y el grupo 45-49 quienes menos. En las lecturas no profesionales la edad no resulta tan discriminante. La lectura se reduce con la mayor edad (a diferencia de lo que ocurría con el PDI) y es más frecuente en los dos grupos de edad comprendidos entre 40 y 49 años. Cualquier explicación es hipotética, pero aventuremos una: la mayor edad es menos lectora porque su nivel educativo y sus hábitos lectores son menores; ambos son semejantes en los otros tres grupos de edad, pero los de 40 a 49 años pueden dedicar a la lectura ociosa más tiempo que los más jóvenes.

La lectura de revistas presenta niveles bastante inferiores que los anteriores. Las revistas profesionales son leídas al menos semanalmente por el 13,1% (diariamente por sólo el 3,1%), siendo casi 2/3 (65,7%) quienes no las leen o apenas lo hacen (menos de un día al mes). Las revistas no profesionales son leídas al menos un día por semana por el 43,5% y no leídas o poco leídas (menos que una vez al mes) por el 31,8%. La lectura de revistas apenas presenta relaciones evidentes con las variables que observamos, edad, sexo, estatus (laboral/funcionario) y nivel educativo. Ellas leen algo más que ellos revistas no profesionales y ellos algo más que ellas revistas profesionales. La única evidencia es la relación entre

el nivel educativo y la lectura de revistas profesionales, al igual que con los libros de igual categoría, los licenciados las leen más y en el menor nivel educativo se leen menos que en los otros. Al estar más generalizada la lectura de revistas no profesionales, las discriminaciones según las variables observadas son menos y la única observación que (a mi criterio) merece destacarse es que, a diferencia de lo que ocurre con los libros en general (especialmente con los profesionales), su lectura no disminuye con la edad. Damos por supuesto que se trata, aunque sólo fuese por este dato, de una lectura muy diferente de las demás, menos exigente con el lector.

Concluiremos este epígrafe con la lectura de prensa, hábito generalizado entre el colectivo. El 70,4% la lee diariamente y el 91,6% lo hace al menos una vez por semana. La leen más los varones que las mujeres, más los laborales que los funcionarios, más los mayores (los que más) que los más jóvenes (los que menos) y más los de menor nivel educativo que los de las otras categorías correspondientes, dato este último que contrasta con los anteriores de lectura, pero que puede comprenderse (sea o no acertado el razonamiento) si se entiende que la lectura de prensa es comparable en algunas de sus formas con la visión de noticias por la televisión, si no es más que una rápida hojeada o un repaso (cuando se ha oído por radio o visto por televisión) a la actualidad. Tres publicaciones destacan muy por encima de las demás: la prensa local (61%), que no es una sola publicación sino varias, *El País* (52%) y la prensa gratuita (34%). Las demás tienen poca lectura entre los encuestados. Hemos de suponer, sin datos sobre tiempo dedicado a la lectura de prensa, que la de un periódico nacional conlleva una lectura más prolongada que la de uno gratuito e incluso uno local y que aun así hay diferentes formas de leer la prensa nacional, de más atenta a más distraída, y es sabido que en cualquiera de estas publicaciones hay secciones que pueden leerse de uno u otro modo.

Cuando la lectura de libros y revistas profesionales es relativamente baja y es más frecuente la lectura ociosa, cuando se tiene una determinada edad (los cuarenta de media) y se vive en un hogar propio, las bibliotecas dejan de prestar al lector muchos servicios que prestaron en sus años más jóvenes y más dependientes. El 47,5% de los encuestados nunca acude a una biblioteca y entre quienes lo hacen con frecuencia, se encuentran quienes trabajan en ella. Los usos más frecuentes que el PAS hace de las bibliotecas son el préstamo y consulta de libros y el préstamo de películas y grabaciones musicales. Los usos en sí no son usos muy distintos de los del PDI, lo diferencia la frecuencia. Las bibliotecas universitarias son las más visitadas y más la del centro de trabajo, pero el contraste entre uso de la biblioteca del centro y de otra no puede establecerse directamente, porque muchos centros universitarios (los más puramente administrativos y con mayor densidad de PAS) carecen de biblioteca. Probablemente de ahí que el uso de bibliotecas municipales sea mayor que el de bibliotecas universitarias de centros distintos al del trabajo. La biblioteca universitaria a que más se acude recibe una valoración ligeramente superior al 4 (de 0 a 5) por sus servicios, entre el 40% de quienes se pronuncian al respecto (la mayoría, usuarios).

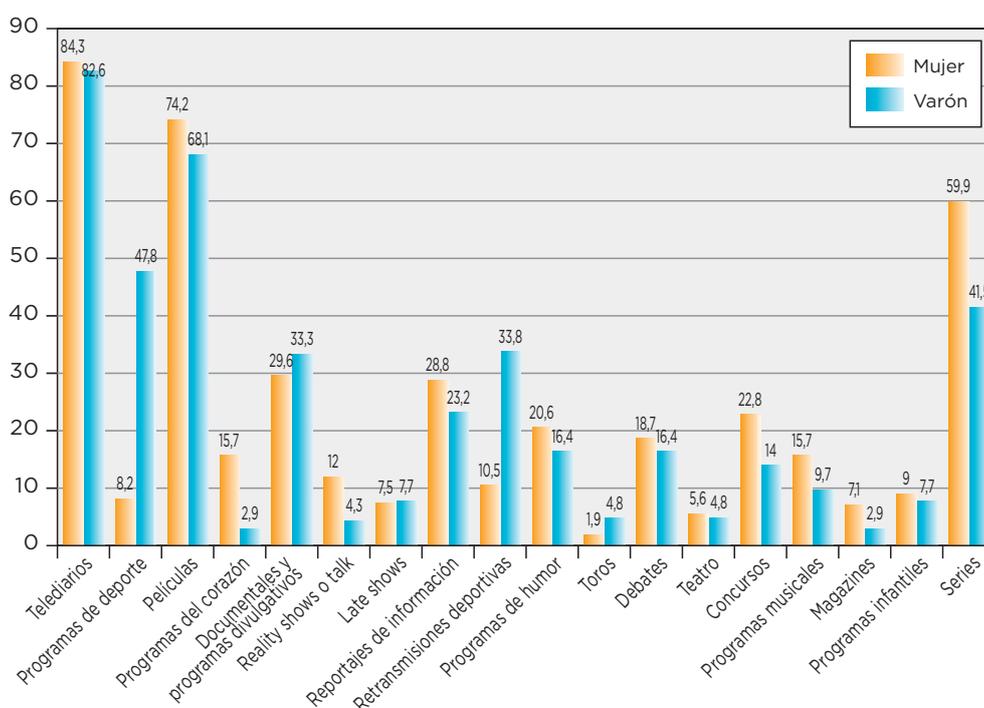
TELEVISIÓN Y RADIO

Para economizar y no por otro motivo se han incluido ambos medios de comunicación en un mismo epígrafe, pues es sabido y los informes precedentes a éste coinciden en ello, que son muy distintos. La encuesta parte de ese supuesto y de la inconveniencia de comparar los usos de uno y otro si pregunta de diferente forma acerca de ellos. Pero en un legítimo ánimo de comparar lo que pueda serlo, se empieza aquí informando de que más se ve televisión que se leen libros, pues el promedio por redondeo de visión televisiva es de 82 minutos los días laborables y 112 los festivos. La televisión se ve mayoritariamente por la noche (79,3%) y minoritariamente por la mañana (2,1%); ni siquiera la mayor audiencia de los telediarios (81,8%) que de cualquier tipo de programa concentra en la tarde (la otra franja horaria contemplada) a más que el 14,3% de la audiencia. Los mencionados telediarios, las películas (70%) y las series (50,8%) son con diferencia sobre los siguientes los programas preferidos por la audiencia. La categoría documentales y divulgativos sucede a las anteriores con un 30,6%. Más difícil resulta comparar con los demás la audiencia del deporte, ya que la encuesta diferencia, con criterio pero con la dificultad comentada, entre retransmisiones deportivas (20,2%) y programas de deportes (25%). Podemos suponer que el mayor atractivo de los programas sobre las retransmisiones se debe al formato de los primeros, que aunque tengan al deporte en sí como contenido dan cuenta de hechos relacionados con él y no estrictamente deportivos que pueden interesar a una más amplia audiencia. De forma parecida a como una carrera de 10.000 metros o un partido de tenis cuentan con una audiencia mucho mayor que sus potenciales practicantes. Cuanto más abierto sea el objeto más amplio será su consumo. Ocurre con el deporte y con la información, un formato que da cabida a diferentes temas contará siempre con una audiencia más amplia aunque menos fiel. Hace años que la foto de alguna chica desnuda adorna la información de la prensa deportiva (ignorada en esta encuesta) y los talleres mecánicos, desde más recientemente los anuncios de sexo ocupan varias páginas en los diarios de información general y ahora lo hacen en las programaciones televisivas. Es el sino de los canales generalistas, tener que diversificar la oferta ofreciendo programas que son especialidad de las cadenas temáticas pero que por el tamaño o el crecimiento de sus audiencias se ven obligados a ofrecer. De hecho, los programas menos vistos son los toros, que difícilmente pueden condimentarse para un gusto más diversificado que el estrictamente taurino.

Más allá de lo que es sabido con carácter general, que hay audiencias muy masculinas, en el deporte principalmente, y audiencias más femeninas, en las series y musicales especialmente, hombres y mujeres ven la televisión prácticamente

el mismo tiempo. ¿Por qué iba a ser de otro modo? Por lo que sabemos, las dos categorías de entrevistados son igualmente activas y por lo que suponemos las mujeres están más ocupadas en las tareas domésticas y en el cuidado o la atención de familiares fuera del hogar. Si ven un poco más la televisión, posiblemente sea porque sus responsabilidades domésticas son más compatibles con esta actividad que con la asistencia a espectáculos deportivos o la lectura de prensa. Se confirma el lugar común según el cual los mayores ven más televisión que los jóvenes. Salvo en los grupos 40-44 y 45-49, los más semejantes por diferentes usos, hábitos y demandas culturales, no sólo televisivos, el aumento de edad conlleva otro considerable de tiempo de visión, de 73 minutos en los menores de 35 años y 108 minutos en los mayores de 49. Es uno de los datos que más contrasta con los del PDI, entre quienes la edad y el tiempo de visionado de televisión corrían a la inversa, mientras la primera aumentaba el segundo disminuía.

GRÁFICO 3. Tipos de programas más vistos según sexo



Tienen acceso a canales privados de televisión el 34,5% de los encuestados. La proporción de quienes tienen este acceso aumenta con la edad y es mayor entre los varones que entre las mujeres. Entre ambas categorías (con canales de pago privado y sin ellos) las diferencias son de pequeño grado, resumidamente, quienes disponen de ellos la ven un poco más, cinco minutos los días laborables y quince los festivos, y cubren en mayor medida las audiencias minoritarias de toros y programas infantiles.

Obvio es que la radio es un medio bien distinto, la cuestión es saber si lo es socialmente, si se hacen usos, prácticas y demandas no comparables a las anteriores por los sujetos y no por las características físicas distintivas y las consecuencias de las mismas. Se da por supuesto en las preguntas correspondientes que la televisión se ve a diario pero que la radio se escucha con menor frecuencia. Es un supuesto sociológico, el uso extendido de la televisión y el más reducido de la radio, ya que por las características físicas y técnicas la radio es más fácil de oír que la televisión de ver. Es un supuesto acertado, ya que el 72% la escucha a diario o casi, el 7,3% no llega a hacerlo una vez al mes y el 3,5% no lo hace nunca. No sólo tiene un uso general más restringido (se oye menos que...) sino también específico (se oyen menos programas que...). Musicales (70,8%) e informativos (61,3%) presentan con diferencia las mayores audiencias. Lejos quedan los deportivos (19,9%), magazines (17,5%) y debates (16,3%), género especialmente radiofónico que parece difícil trasladar, al menos con parecida audiencia y sin que medien circunstancias muy especiales, a la televisión².

Los varones oyen más la radio que las mujeres. No es más que una hipótesis: ¿podría ser por un mayor uso del coche, donde con frecuencia se sintoniza? En los debates, informativos y magazines no se registran diferencias por sexo, pero los musicales cuentan con una audiencia más femenina y los deportivos con una mayoritariamente masculina. Las diferencias por grupo de edad son apreciables pero menos explicables, los grupos de menor y mayor edad son los más oyen-

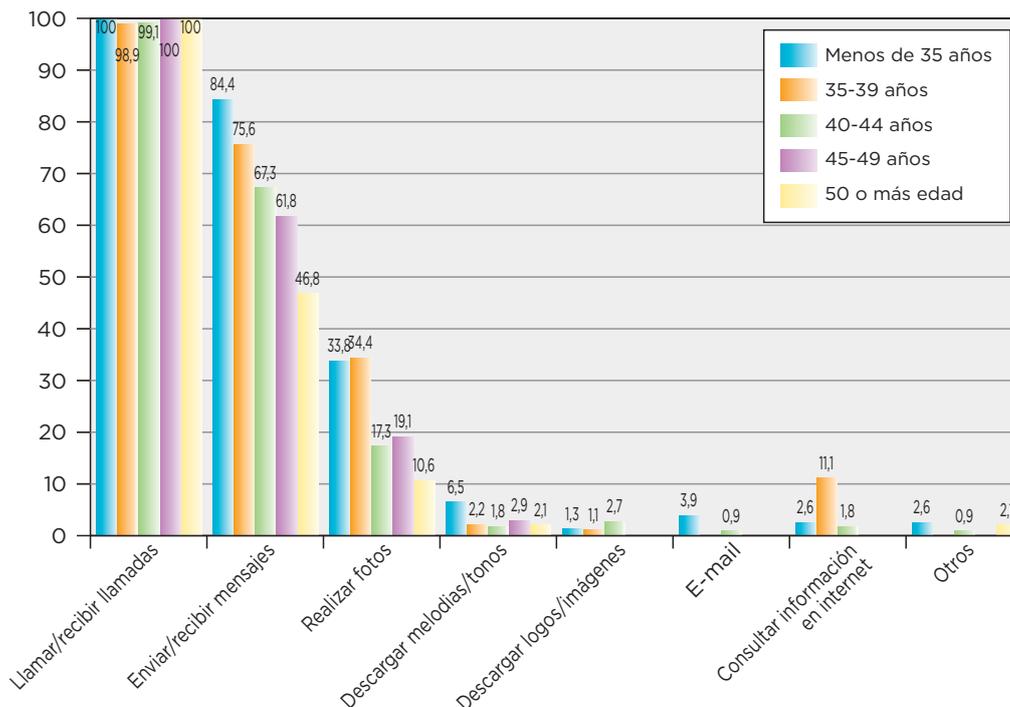
tes y en medida muy semejante, los de 35-39 y 45-49 son los que menos oyen y también en parecida medida, entremedias de los anteriores pero más cerca de las mayores audiencias se sitúa el grupo de edad intermedia (40-44). También la edad discrimina los contenidos, los jóvenes oyen más musicales y los mayores, informativos.

ORDENADOR, INTERNET Y TELÉFONO MÓVIL

El porcentaje de quienes disponen de ordenador en su domicilio (90,2) les sitúa más cerca de los alumnos (89,7) que del profesorado (97,5). La razón de estas diferencias no puede ser generacional, siendo la muestra del PAS más joven que la del PDI y mayor que la de los estudiantes, más fácil es que se deba a una menor dependencia. Así parece confirmarlo que entre el PDI el uso personal del ordenador "doméstico" era del 53,2%, entre los estudiantes ese porcentaje era del 50,2% y entre el PAS es del 36,3%. Entiendo que ninguna explicación puede deducirse de los datos de la encuesta, porque mide cómo el uso del PC se ha generalizado y porque las condiciones familiares de PDI y PAS que describe no difieren en medida suficiente para proporcionar una hipótesis. Ya que los datos no lo impiden, ¿porqué no suponer que el PAS, expuesto frontalmente al monitor durante buena parte de su jornada laboral, quiera distanciarse en casa de tan estrecha y *laboralizada* relación y así lo haga cuando las circunstancias (la ausencia de hijos) lo permitan? De hecho, quienes viven solos son quienes en mayor proporción no disponen de PC en casa y quienes viven con hijos quienes lo poseen en mayor proporción. Así se explica que las mujeres lo tienen en casa más que los hombres y lo comparten más.

Ya que el 97,3% tiene móvil, sólo del uso caben consideraciones que puedan definir formas diferenciadas y no de la posesión. Son ellos quienes declaran un gasto mensual mayor en 3,3 euros/mes que el declarado por ellas. Hay tres usos mayoritarios: llamar y recibir llamadas (98,3%), enviar y recibir mensajes (67,9%) y realizar fotos (23,1%). Los demás son muy minoritarios y, en consecuencia, apenas cabe sobre ellos cualquier otra consideración. No hay usos claramente diferenciados por sexos, aunque realizar fotos es más frecuente entre ellas, pero sí es más clara la diferenciación según la edad en los usos que por su generalización (no al universo o a casi todo, pero sí a una parte importante del mismo) la hacen posible, los mensajes y las fotos, con más edad se envían más mensajes y con menos se hacen más fotos (y demás usos minoritarios).

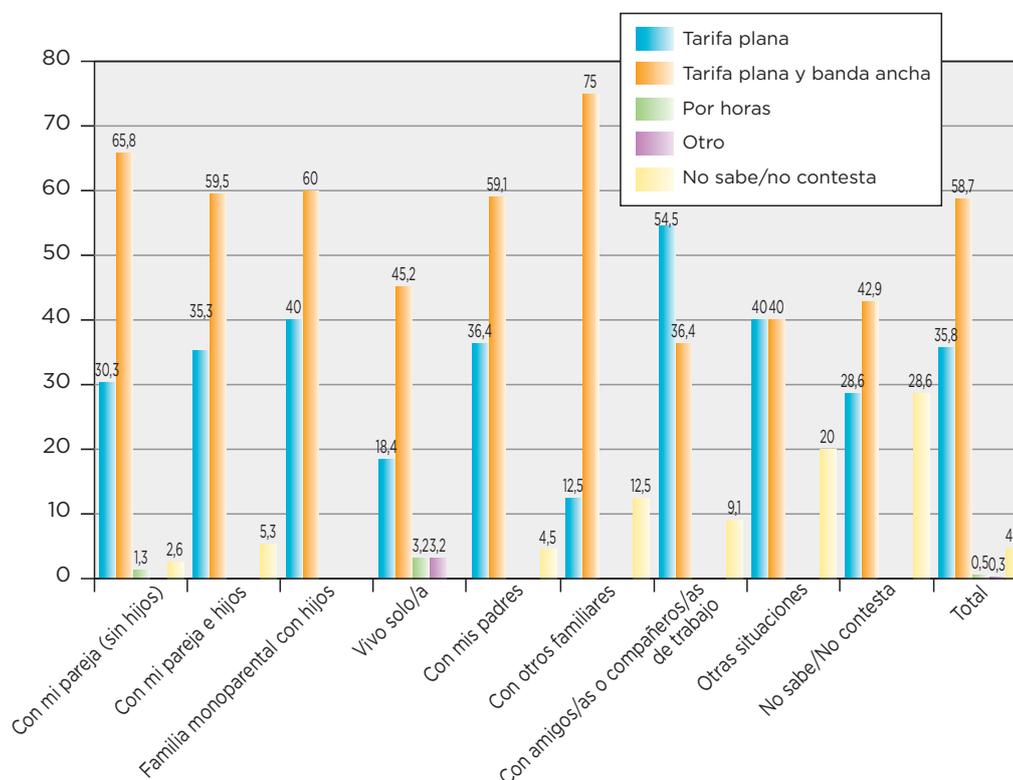
GRÁFICO 4. Usos del móvil según edad



Si el PC se ha convertido en un instrumento difícilmente prescindible en las actividades (laborales y no laborales) de nuestra vida cotidiana y no sólo en un sustituto de la máquina de escribir, ha sido porque la conexión a Internet, de la que es instrumento casi exclusivo (como se comprueba con la escasa conexión actual a través del móvil), ha generalizado su uso mucho más de lo que sus demás funciones hubiesen hecho. El PC es mucho más que una supermáquina de escribir, una

calculadora científica, un archivador, una valiosísima herramienta para la investigación científica y las tareas profesionales, etc., porque es el instrumento que nos relaciona socialmente con el mundo a través de Internet, de forma comparable pero ampliada a como el coche lo ha hecho durante el siglo pasado. Por eso el uso del PC adquiere su verdadera dimensión cultural a través de Internet, como el uso del bolígrafo lo adquiere mediante la escritura, el vehículo de relación social al que sirve.

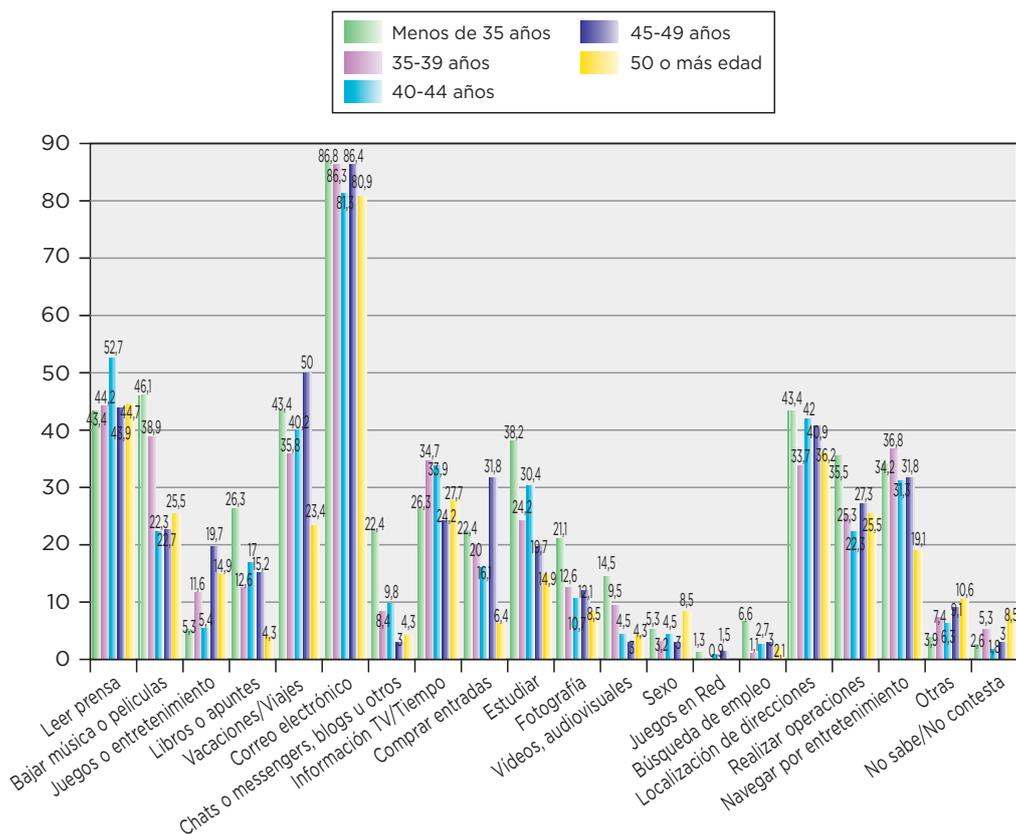
GRÁFICO 5. Tarifa contratada por tipo de hogar



Tienen contratado servicio de Internet en casa un 84,3%, por un 15% que no lo tiene. El servicio contratado mayoritario es la tarifa plana con banda ancha (58,7%), seguido de la tarifa plana (35,8%). Las mujeres están más representadas (relativa y absolutamente) que los hombres en las opciones mayoritarias, lo tienen en casa en mayor proporción y también en mayor proporción tienen contratada tarifa plana con banda ancha. La razón más probable la proporcionan las distintas circunstancias familiares de ellos y ellas. Hay más hombres que viven solos que mujeres que viven solas (a diferencia de lo que ocurre entre el PDI) y, sobre todo, la convivencia con los hijos, en familia nuclear (mayoritaria) o monoparental (minoritaria) es más frecuente entre ellas, de modo que es fácil suponer que sea ésta la mejor explicación. Ambas variables, edad y sexo, operan como factores discriminantes no sólo en el tipo de servicio de Internet contratado sino también en otros usos.

Los diez usos mayoritarios de Internet, ordenados de mayor a menor, son: correo electrónico (84,3%), leer prensa (45,6%), vacaciones/viajes (38,8%), localizar direcciones o teléfonos (37,9%), bajar música o películas (32,2%), navegar por entretenimiento (30,9%), información televisión/tiempo (28,2%), realizar operaciones financieras (26,2%), estudiar (25,8%) y comprar entradas (19,4%). Estos porcentajes y consecuentemente el orden de los usos varían según el sexo y la edad. Las diferencias son pocas según el sexo, los porcentajes de ambos son bastante próximos en siete de los diez usos anteriores, con excepción de bajar música o películas, práctica 20,3 puntos porcentuales superior entre ellos; leer prensa, 9,6 puntos superior en ellos; y vacaciones/ viajes, 5 puntos superior en ellas. La edad, subrayando su importancia una vez más, marca las principales diferencias, que son acusadas para siete de los diez usos mayoritarios, estudiar, navegar por entretenimiento, bajar música o películas, comprar entradas, vacaciones/ viajes, información televisión/tiempo y realizar operaciones bancarias. Algunas de estas diferencias son fáciles de comprender, como es el caso de que sean los más jóvenes (< 35) quienes más estudian y los mayores (50+) quienes menos lo hacen (23,3 puntos porcentuales de diferencia), al igual que ocurre con bajar música o películas, práctica habitual en el grupo < 35 (46,1%) y no así en los otros, otras diferencias no son fáciles de comprender, como las que se dan en comprar entradas o realizar operaciones bancarias.

GRÁFICO 6. Usos de internet según grupos de edad



El diferente estatus funcionario/laboral no marca diferencias de uso subrayables y de forma general tampoco lo hace el grupo profesional, salvo en dos usos: realizar operaciones bancarias y localizar direcciones, más habituales en el grupo A y menos en el grupo D. Los porcentajes de uso dan una medida de su importancia (que podría mejorarse conociendo los tiempos de conexión), pero también, la diversidad de usos de Internet, estrictamente formativos o laborales, potenciando prácticas que eran ajenas y, además de los muchos otros posibles para los que la red es un medio, navegar sin rumbo o destino prefijado, es decir, matar el tiempo haciendo aquello que el medio nos permita o nos imponga. Práctica comparable a zapear, pero con una importante diferencia por la desigual amplitud del espacio para la navegación (mayor) y para el zapeo (menor).

CINE

El PAS va poco al cine, pero ya se sabe que la escasa asistencia al cine no es tanto un perjuicio para la industria como para las salas de proyección. La poca asistencia a un entretenimiento visual popular y característico del pasado siglo tiene causa evidente en el cambio de movilidad que observábamos en el epígrafe anterior con Internet, si puedo navegar por el mundo entero desde un sillón de casa (y bajar películas), ¡qué incómodo resulta dejar el sillón, coger el coche y pagar la entrada! Se comprende, pues, que lo más frecuente sea ir al cine alguna vez al año (42%), las frecuencias 2/3 veces al mes (14,3%), una vez al mes (18%) y cada dos meses (13,5%) suman el 45,8%, y semanalmente sólo acuden el 2,7%. El 7,1% no lo hace nunca.

Para comparar la asistencia por sexo y demás categorías se ha procedido de un modo que, pese a su poca exactitud (inevitable tal como están definidas las frecuencias), facilita hacerlo. Operamos por así decirlo en base mensual (una vez/mes = 1) y atribuimos multiplicadores (que multiplicaremos por los respectivos porcentajes) a las frecuencias del siguiente modo: al menos una vez por semana (4), 2/3 veces al mes (2,5), una vez al mes (1), cada dos meses (0,5) y alguna vez al año (0,1).

Hechas las operaciones se comprueba que los varones van más al cine que las mujeres en razón de 79,27/72,3, aproximadamente un 10% más. La puntuaciones obtenidas por los diferentes grupos de edad son las siguientes: < 35 = 83,59, 35-39 = 72,89, 40-44 = 81,81, 45-49 = 75,25 y 50 + = 36,74. Aquí las diferencias son mayores, sobre todo en lo que se refiere al grupo de mayor edad, y se comprueba que el descenso en la asistencia no tiene causa en la falta de atractivo

del cine para los más jóvenes sino más probablemente en la indolencia de los mayores para desplazarse hasta la sala. Los funcionarios puntúan 77,6 y los laborales, 73,04. Por grupos profesionales, los resultados son: grupo A = 89,86; grupo B = 85,43; grupo C = 71,63 y grupo D = 66,12. El grupo profesional es el factor más discriminante de todos y los grupos profesionales A y B son las categorías más "cinéfilas", por delante del grupo de edad < 35 años.

Para apoyar las consideraciones hechas en el primer párrafo de este epígrafe están las respuestas a la pregunta acerca de dónde o cómo se ven las películas. De cada cien películas vistas, 21 se ven en salas de cine, 11 son de videoclub, 36 son emitidas por canales de televisión abiertos, 12 por canales privados y 20 han sido bajadas de Internet. En resumen y agrupando los datos, un 21% de las películas vistas se ven en salas y un 79% en casa. Quizás sorprenda por lo relativamente novedoso del hábito que un 20% hayan sido bajadas de Internet por un conjunto que supera los 40 años de edad media, aunque como era de prever esta práctica disminuye con la mayor edad y aumenta con la menor. No por ello puede concluirse que así ocurra en el futuro, pues la práctica se ha iniciado a una edad (la menor) que puede continuarse con una mayor edad que quienes ahora la tienen no iniciaron en su menor edad. Igual consideración cabría hacer para otros muchos hábitos novedosos, justamente por su carácter novedoso.

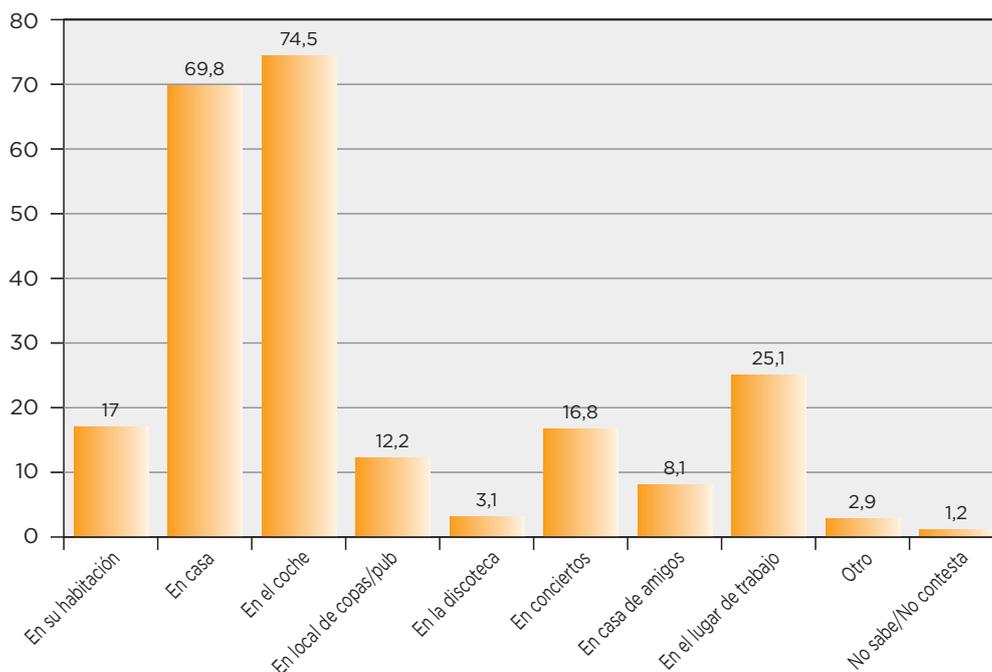
La pregunta sobre el cine preferido tiene trampa, pues obliga a la persona encuestada a elegir entre las categorías o tipos que ha establecido la encuestadora. La nacionalidad o el continente es un criterio entre otros para categorizar el cine. Las razones se entienden, pero son operativas entre personas con determinados usos y no con otras. Los gustos mayoritarios están más configurados por la industria y las industrias cinematográficas son nacionales, como la mayoría de las estrellas. Los gustos minoritarios están más configurados por el gusto personal, que puede responder a criterios distintos. Imagínese que en lugar de cine se tratase de pintura y se preguntase qué pintura se prefiere, la francesa, la italiana o la española. Unos por conocedores y a otros por ignorantes, podríamos encontrarlos con una mayoría que no pudiese responder a la cuestión. No obstante, el hecho de que se responda mayoritariamente a ésta indica que las categorías ofrecidas responden al criterio mayoritario (sólo el 6,6% no contesta). El cine norteamericano es elegido por un 69,5% de los entrevistados, el español por un 56,9% y el europeo por un 34,3%. ¿Por qué esta preferencia? En otras palabras: ¿qué es lo que se prefiere, una estética, una realización, una temática, unos actores? Para dar una respuesta muy parcial a esta pregunta, repetimos una consideración hecha en anteriores informes que los datos hacen posible nuevamente. Donde se sitúa la mayoría los gustos son mayoritarios, pero en posiciones minoritarias se aprecian fácilmente los diferentes usos, hábitos y demandas. Quienes "ideológicamente" se sitúan en el centro, centro izquierda y centro derecha presentan gustos semejantes a los porcentajes anteriores, mientras que los extremos coinciden en su menor valoración del cine americano, la derecha a favor del nacional y la izquierda a favor del europeo.

Quienes no encuentran nunca o casi nunca en la cartelera local lo que buscan (6,6%) son quienes nunca van al cine. Mientras que casi 2/3, el 65,1%, lo hace siempre o casi y el 21,8%, de vez en cuando. La asistencia al cine de la universidad es baja, más de la mitad dice no haberlo hecho nunca. La asistencia aumenta con la edad porque aumenta con la antigüedad laboral en el organismo. Pero la asistencia es muy baja, pues entre quienes no asisten nunca (50,2%) y quienes lo hacen rara vez (23,9%) suman casi tres cuartos, y si a los anteriores añadimos quienes lo hacen alguna vez (18,6%) suman 92,7%. Coincidiendo con el juicio de estudiantes y PDI, la calidad de estas proyecciones se valora (7,1) más que la variedad (6,5) y son más valoradas por quienes con frecuencia asisten a ellas. La forma más fácil de coger gusto a un uso es practicarlo habitualmente.

MÚSICA

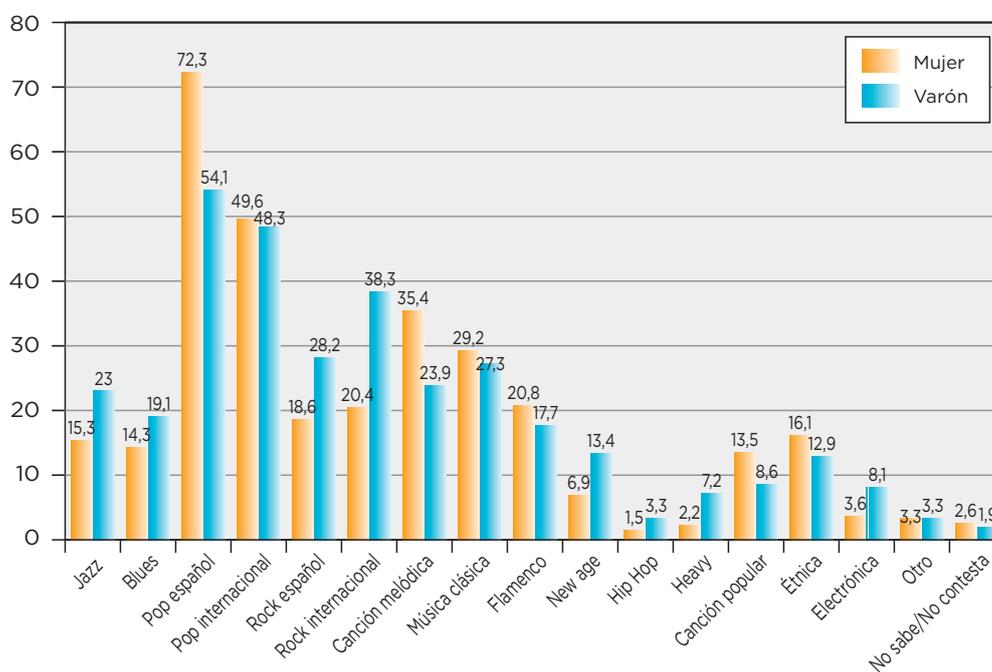
La música se oye todos o casi todos los días por tres de cada cuatro encuestados (75,1%). El 15,5% la escucha con frecuencia semanal (de 4 a 1 días por semana). Se puede decir que 9 de 10 la escuchan habitualmente. Se trata de uno de los hábitos que menos esfuerzo requiere y, sobre todo, menos coste exige, porque a diferencia de otros usos aquí informados la escucha es una acción más pasiva que activa en la mayoría de sus formas (no ocurre igual con la lectura o el deporte) y poco exigente por su posible simultaneidad con otras prácticas, conducir, leer, pasear e incluso trabajar. Así ocurre por la multiplicidad de formas o medios a través de los cuales oímos música, desde la exigente y costosa escucha en directo en la sala o el local de conciertos hasta los comodísimos y portátiles MP3 y MP4. En ningún caso la música se oye de igual forma, pero en todos los casos se oye música. Las respuestas confirman la importancia de la facilidad de la práctica para su generalización, pues el dispositivo mayoritario es el aparato de radio (39,3%), bien es cierto que la opción de respuesta menciona radio y televisión, pero, sabiendo por respuestas anteriores que los musicales presentan una minoritaria audiencia televisiva, hemos de suponer que ese porcentaje es muy principalmente de la radio, lo que hace pensar en la simultaneidad de la escucha y la conducción del coche. En tercera posición se sitúan unos dispositivos muy recientes, MP3/MP4 (15,5%), que igualmente sugiere la simultaneidad, en este caso entre caminar y escuchar música. Lo mismo cabe para la cuarta opción más señalada, el lector portátil de diferentes formatos de registro (13,3%), compatible con la movilidad física del oyente. Mientras que las opciones caseras, equipo de música, en segunda posición (16,4%), y ordenador, en quinta y última de las dignas de consideración (12,4%), son opciones con seguridad caseras. No se puede diferenciar entre audiciones móviles y estáticas, ya que los dispositivos portátiles permiten también una audición estática, pero sí presumir que el hábito de escuchar música ha sido potenciado por estos dispositivos. Al preguntar dónde se escucha música (con respuesta múltiple), las mayores respuestas son en el coche (74,5%) y en casa, en lugar distinto de la propia habitación (69,8%). Siendo el lugar de trabajo la tercera opción más señalada (25,1%).

GRÁFICO 7. Lugares donde se escucha música habitualmente



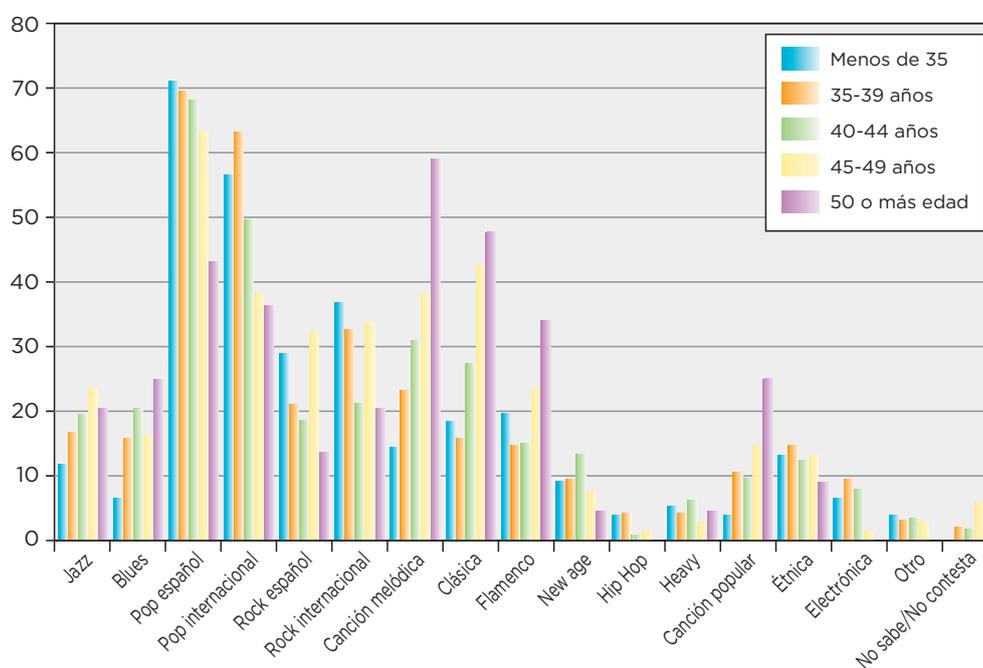
En respuesta múltiple, los tipos de música favoritos se ordenan del siguiente modo según el porcentaje de menciones (entre paréntesis): pop español (64,4), pop internacional (49,1), canción melódica (30,4), clásica (28,4), rock internacional (28,2), rock español (22,8), flamenco (19,5), jazz (18,6), blues (16,6), étnica (14,7), canción popular (11,4), new age (9,7), electrónica (5,6), heavy (4,3), y hip hop (2,3). Los gustos varían con el sexo, resumiendo sus diferencias, pop internacional, clásica y flamenco presentan parecidos porcentajes de menciones en ambos sexos, pero en los demás tipos las diferencias son importantes. Destacan en este sentido los dos tipos de rock, más del gusto masculino, y la canción melódica y el pop español, más del gusto femenino.

GRÁFICO 8. Gustos musicales según sexo



Pero es la edad la que más diferencias marca y no parece factible más explicación que un cambio de preferencias con el curso de la vida, ya que, quienes ahora tienen 41 años nacieron cuando los Beatles lanzan *Sgt. Peppers*, en plena edad de oro de la cultura pop. El gusto varía a una edad u otra según el tipo de música, pero comparando los gustos de los mayores y los más jóvenes las diferencias son importantes. Con la mayor edad, la canción melódica multiplica por cuatro sus menciones y la música clásica por tres, por el contrario, el rock pierde la mitad de sus menciones y el pop registra una importante aunque menor pérdida.

GRÁFICO 9. Música preferida según edad



Por las razones apuntadas anteriormente (de conocimiento público) asistir a actuaciones musicales posee significados y costes diferentes, a un concierto se asiste por afición, por obligación o por dejarse ver, lo que conlleva que no estén todos los que son ni sean todos los que están. Aun así, existe una relación entre audición y asistencia, un mercado propio para cada tipo de música y consecuentemente un valor y un marcador social propios. Aunque se podía aplicar el mismo cálculo aritmético que en anteriores frecuencias temporales para establecer la comparación mediante un valor numérico, la coincidencia de los tipos de música más oídos en directo (menos nunca) y los oídos con mayores frecuencias nos permiten agrupar fácilmente los ocho tipos especificados en dos grupos, los de mayor audiencia y los de menor. Lo que lleva más gente a los conciertos es el rock, pues más de la mitad ha asistido alguna vez a un concierto de rock (46,7%, nunca), seguido de la clásica (67,6%, nunca), el flamenco (73,3%, nunca) y el jazz (77,1%, nunca). Las menores asistencias corresponden al ballet/danza (80,4%, nunca), la ópera (80,4%, nunca), el folk³ (84,1%) y la zarzuela (87,8%).

TEATRO

Por supuesto que cada expresión artística es única, pero, a otras tradicionales o esenciales, el teatro añade una importante diferencia con la música y el cine relacionada con los dispositivos de difusión. Ocurría a los contemporáneos de Mozart que debían tener a los intérpretes a corta distancia para oír su música, pero los aficionados pueden oír actualmente las obras musicales en diferentes lugares (coche, casa, centro de trabajo, calle,...), mediante diferentes dispositivos (MP3/MP4, radio,...) y mientras realizan otras actividades (conducir, trabajar,...). Algo parecido, aunque menos intenso, ha ocurrido con el cine, que en sus primeros tiempos podía ser visto sólo en salas de cine, después lo pudo ser en casa y ahora en cualquier lugar. En definitiva, la tecnología ha favorecido la difusión y consecuentemente el uso, hábito y demanda de estas artes. No ha ocurrido así con el teatro, que se resiste a emigrar del ámbito de representación y difusión para el que lo concibieron Sófocles y Shakespeare, el escenario. Como sabemos por este informe, no se ve teatro por televisión y, si se hace memoria de las obras emitidas por el medio, costará trabajo encontrar en los archivos alguna emisión de éxito. Distinta es la relación del teatro con el cine, que ha dado felices resultados. Lo que invita a pensar que no es la cámara lo perjudicial o beneficioso sino la interacción entre medio y espectador. Pues ésta es la caracte-

terística distintiva de la representación teatral respecto de la proyección cinematográfica o televisiva, su interacción con el público, el directo, que impide al actor y consecuentemente a la representación permanecer indiferentes a las reacciones (o a la frialdad) del espectador (amorfo y manipulable en las grabaciones). El teatro plantea, pues, al espectador una doble exigencia que no se observa en otras artes: un desplazamiento hasta el lugar de la representación y una participación más intensa o concentrada. (No se puede toser, ni detener la representación para ir al baño o a la cocina, por ejemplo.)

Por efecto de éstas y seguramente de otras circunstancias se asiste con poca frecuencia a las representaciones teatrales. Al menos una vez al año asisten un 44,9%, con menor frecuencia un 26,7% y nunca un 22,4%. Como se ha hecho en algunos usos anteriores se aplica un sencillo cálculo aritmético que permita comparar mediante un único valor numérico la asistencia por sexo, grupo de edad y grupo profesional. La operación consiste en multiplicar los porcentajes de asistencia por un multiplicador que se obtiene mediante las siguientes equivalencias: al menos una vez al mes = 12, de 4 a 8 veces al año = 6, de 2 a 3 veces al año = 2,5 y al menos una vez al año = 1.

La igualdad es grande entre los sexos, ellas suman 1.406 y ellos, 1.360. Por edades la misma operación arroja los siguientes resultados: < 35 = 1.098, 35-39 = 1.161, 40-44 = 1.634, 45-49 = 1.395 y ≥ 50 = 725. Por categorías profesionales los resultados son: grupo A = 2.101, grupo B = 1.584, grupo C = 1.049 y grupo D = 1.872. Tanto los valores obtenidos por las categorías como la distancia entre categorías construidas con un mismo criterio o variable señalan la influencia de una variable. El grupo profesional comprende las dos asistencias más altas (2.101 y 1.872) y la mayor diferencia (2.101-1.049). Estos resultados inducen a pensar que el nivel de estudios podría ser la variable más influyente, pero las respuestas no sostienen esta hipótesis.

PRÁCTICA DEPORTIVA Y ASISTENCIA A ESPECTÁCULOS DEPORTIVOS

La práctica habitual de un deporte es mayoritaria, del 56,5%, pero presenta importantes diferencias por sexo y edad. El mismo porcentaje asciende entre ellos al 68,4% y desciende entre ellas al 47,3%. Mientras que por edades los porcentajes de práctica habitual son: para < 35, 68,8%; para 35-39, 62,1%; para 40-44, 49,6%; para 45-49, 50,7% y para ≥ 50 , 53,2%. La bajada de las edades intermedias tiene explicación en la acumulación de mayores responsabilidades laborales y familiares en esas edades. Los porcentajes anteriores podrían corregirse a la baja, pues preguntados quienes antes han respondido que practican deporte de forma habitual con qué frecuencia lo hacen, queda de manifiesto la amplitud de significados de las anteriores respuestas, ya que la práctica frecuente se reparte del siguiente modo: a diario o casi lo hace un 34,7%; alguna vez por semana, un 51,6%; alguna vez al mes, un 7,9%; con menor frecuencia, un 4,7%; y no respondiendo un 1,1%.

Los deportes con práctica mayoritaria son: gimnasio (31,8%), natación (25,6%), footing (22%), ciclismo (18,4%) y padel (14,4%), mientras que la categoría otro suma un 23,1%. En los deportes mayoritarios ambos sexos están presentes. Pero, además de practicar más deporte, los hombres practican más deportes, salvo gimnasio y otro, mayoritariamente femeninos. Como se comprobará unas líneas más adelante la práctica mayoritaria no se corresponde con la asistencia a espectáculos deportivos mayoritaria. Los ejercicios del gimnasio persiguen el mantenimiento o mejora física, de la buena forma y del buen aspecto, valores y marcadores sociales consolidados y en alza. La mayor práctica femenina del gimnasio se explica por ambos valores: un buen aspecto y una buena forma para un organismo con más riesgos naturales (aunque más longevo). Los mismos valores son aplicables a los varones aunque los resultados no sean de la misma magnitud. Quien conozca la ciudad de Málaga sabrá que buena parte de su ocio depende del mar, que proporciona recreo a una mayoría de población durante aproximadamente 1/3 del año. Salvo en el caso del gimnasio, más una práctica sanitaria que cultural o recreativa, los demás deportes mayoritarios tienen en común la economía de medios, muy acusada en la natación y el footing y menos en el ciclismo y el padel. Los deportes más practicados coinciden con los principalmente practicados: gimnasio, otro, natación, footing, padel y ciclismo, por este orden.

La asistencia a espectáculos deportivos es una práctica muy diferente, como se ha argumentado en los informes precedentes de este mismo proyecto y como demuestran los hechos. La asistencia declarada es del 27,1%, muy desigual en hombres (40%) y en mujeres (17,1%, las hay asistentes al baloncesto, pero apenas las hay al fútbol, por citar los más concurridos con diferencia). Las asistencias más altas son al baloncesto (48,9%), fútbol (38,3%)⁴, atletismo (10,5%) y fútbol-sala (9%). Entiendo que hay dos factores que configuran estos niveles de asistencia, la popularidad del deporte y los éxitos deportivos de los equipos locales. El nivel de asistencia al baloncesto es alto porque el mejor equipo local es campeón y aspirante a los títulos por los que compite. El nivel de asistencia al fútbol es alto porque se trata de un deporte popular, pese que el mejor equipo local jamás ha ganado una competición nacional o internacional y aspira cuando compite en la división superior a no bajar de división.

La práctica deportiva persigue un estado de forma, mantener o mejorar la salud, la autoestima y la consideración social del practicante. La asistencia a espectáculos deportivos o el seguimiento de las competiciones profesionales a través de los medios de comunicación necesita de la victoria del equipo que la motiva (visitante o local).

OTROS DATOS ACERCA DE LOS USOS, HÁBITOS Y DEMANDAS CULTURALES DEL PAS DE LA UMA

El cuestionario pregunta si se han visitado (en el último año, alguna vez o nunca) determinados lugares de oferta cultural, diez concretamente: monumento histórico, parque natural, museo de bellas artes, exposición de arte, feria del libro, feria comercial, feria de artesanía, conferencia, zoológico y programa cultural en radio o televisión. Las opciones de respuesta ofrecidas hacen aun más inexacto que en preguntas anteriores un cálculo aritmético que permita comparar y ordenar estas prácticas visitadoras, razón por la cual, la mayor simplificación y mejor comparación puede establecerse atendiendo sólo a la negación, a los porcentajes de quienes nunca han realizado esa actividad. Resulta que hay coincidencias, entre lo que más gente ha hecho (menos se menciona nunca) y lo que más gente ha hecho el último año, visitar un monumento histórico, lo que menos gente ha hecho el último año y menos gente ha hecho (más se responde nunca), visitar una feria comercial. Entre medias de esos dos extremos, están las prácticas más frecuentes: visitar un parque natural, una exposición de arte, escuchar o ver un programa cultural y visitar una feria del libro; y las menos frecuentes: asistir a una conferencia, visitar un museo de bellas artes, una feria de artesanía y un zoológico.

Se ha preguntado a los encuestados las horas que dedican semanalmente a ocio y diversión y el gasto medio mensual en cultura. Son preguntas difíciles de responder, no sólo porque a veces sea difícil diferenciar una actividad ociosa. Piénsese que donde más se oye la radio es en el coche y donde más se oye música es en la radio, ¿puede concluirse por ello que en tiempo para-laboral, el del desplazamiento al trabajo, se realizan actividades ociosas? Siendo así, para un cálculo que nunca se ha hecho y que se hace en unos segundos puede aplicarse una fórmula que no sea acertada, por ejemplo, en lugar de medir de desarrollo de esas actividades, asignarles una porción del tiempo disponible. La misma consideración cabe para el gasto mensual en cultura. La objeción se obvia si las respuestas se producen y de determinada forma, pero no es el caso, sólo 189 de 490 responden un tiempo, cuya media es 15,21 horas (15 horas y 12 minutos), pero cuya desviación típica es de 25,515 (25 horas y 30 minutos). Sólo 257 de 490 responden un gasto, cuya media es 84,95 y cuya desviación típica es 79,44.

Las prácticas artísticas son minoritarias, la más señalada es el teatro, 10,8%, seguida de la pintura, 9,8%, y la música, 8,6%. Las demás prácticas, esculpir, escribir, cine y otra (sin especificar) son prácticas inferiores al 5%. Lo menos practicado no coincide con lo más deseado. Se desea pintar, 29,6%, y escribir, 27,8%. Quiere ello decir que no se hace todo lo que se quiere, pero se quiere lo que no se puede hacer. Por consiguiente, que hay margen para que oferta cultural y oportunidad personal aumenten las practicas artísticas.

Cerraremos este informe con las respuestas sobre asistencia y valoración de la oferta cultural de la propia universidad. La respuesta mayoritaria a la asistencia es rara vez (41,9%), seguida de alguna vez (36%) y nunca (18,4%). Estas frecuencias no presentan relación aritmética con las variables que hemos considerado repetidamente, edad, sexo y grupo profesional, si bien, los mayores apenas contestan nunca y los jóvenes lo hacen con alguna frecuencia. No cabe deducir de ello que a mayor edad mayor frecuencia, sino que cualquier suceso es más probable cuanto más tiempo u oportunidad cuente. Los varones asisten algo más que las mujeres y los mayores asisten una media superior a los otros grupos de edad posiblemente por efecto de lo señalado, la mayor oportunidad que proporciona el mayor tiempo. Parecidos son los resultados de la valoración de la oferta cultural universitaria, aprueba con suficiencia, 6,19, y quienes más la valoran son los de mayor edad, quienes más la conocen.

CONCLUSIONES

El texto precedente es un breve informe acerca de determinados usos, hábitos y demandas culturales del PAS de la UMA, sin propósito explicativo de los mismos. No se han formulado hipótesis para su validación o rechazo. No obstante, los datos son en ocasiones elocuentes y permiten formular explicaciones y comparar los colectivos que hasta ahora han sido objeto de estudio del Proyecto Atalaya, estudiantes, PDI y PAS. Gracias a estos informes, los investigadores poseen un instrumento para el mejor conocimiento de la comunidad universitaria andaluza y la sociedad, un buen retrato de los usos, hábitos y demandas culturales de esa comunidad. A quiénes interesen, es materia de desarrollo cultural y científico, al que quienes hemos colaborado en el Proyecto esperamos haber contribuido.

1. A la opción no creyente cuesta darle un significado preciso y plantea dudas sobre el mismo y el de otras opciones. ¿En qué no cree un/a no creyente? Si fuese en la existencia de Dios o dioses, sería ateo/a, pero también podría ser budista. Quizás no crea "en los curas" o en la inmaculada concepción de María, la madre de Jesús, o... Pero sabemos que esas incredulidades son comunes entre muchos creyentes católicos y cristianos, que pueden creer no obstante en la bondad del ejemplo y mensaje de Jesús, en su divinidad o... ¿Será un no creyente alguien que no se atreve a llamarse ateo? Si así fuese, ¿qué forma de incredulidad es ésta que tiene miedo a llamarse por

su nombre? Una incredulidad semejante a la de quien no cree en las brujas pero reconoce que existen. Sería la incredulidad de un creyente, es decir, la de la inmensa mayoría que cree en algunas creencias y no en otras.

2. No obstante, cuando el debate dirime controversias “subjetivas”, como la elección de un presidente o el triunfo electoral de un partido, quienes debaten deben ser vistos y no sólo oídos. Como si los elegibles hubieran de ser no sólo honrados, como el noble Bruto, sino parecerlo en su representación visual, como el manipulador Marco Antonio.

3. Con este género puede sufrir una reducción de sus cifras reales por la relativamente reciente aparición del género música étnica (antes folk).

4. La asistencia al baloncesto en la ciudad de Málaga, pese a los éxitos del principal equipo local, no es mayor que la asistencia al fútbol, pese a la falta de éxitos del principal equipo local. Así pues, si las respuestas no reflejan un sesgo, el de la victoria y la competitividad de un equipo y la mediocridad de otro, que lleva a mencionar al ganador y omitir al perdedor, indicarían una práctica del PAS diferente de la mayoritaria entre la población local. Esta práctica del PAS coincide con la del PDI (ambos conjuntos suman unas 3.500 personas), no así con la de los estudiantes (más de 35.000), bastante más asistentes al fútbol que al baloncesto.