

CAPÍTULO 4

Granada

USOS, HÁBITOS Y DEMANDAS CULTURALES DE LA POBLACIÓN DE LA PROVINCIA DE GRANADA

Carmen Ortega Villodres
Ángel Cazorla Martín

Universidad de Granada

- 4.1.- Características Sociales y Demográficas de la Muestra
- 4.2.- Asociacionismo
- 4.3.- Hábitos de Lectura
- 4.4.- Tv y Radio
- 4.5.- Internet
- 4.6.- Cine
- 4.7.- Música y Teatro
- 4.8.- Tiempo Libre y Ocio
- 4.9.- Gestión Cultural
- 4.10.- Conclusiones

El Observatorio Atalaya se expande y en esta edición nos corresponde dar respuesta a los usos culturales de las ocho provincias andaluzas, en concreto, en el presente capítulo abordamos el análisis de los principales usos, hábitos y demandas culturales de la población de Granada.

Hablar de consumo, de cualquier tipo de consumo, implica chocar de frente con la realidad de la actual situación económica donde, sin lugar a dudas, Andalucía está sufriendo los efectos de unas carencias estructurales, políticas y económicas que han comprometido su desarrollo y han propiciado que los efectos de la actual crisis económica se estén dejando sentir especialmente en la misma. Pues bien, este contexto enmarca el presente trabajo, donde debemos ser conscientes que muchos de los hábitos y usos culturales pueden estar relacionados con la propia incidencia de la actual situación económica, todo ello en un contexto en el cual las nuevas tecnologías, Internet, las descargas legales o ilegales o el acceso ilimitado a contenidos están alimentando un nuevo paradigma de consumo cultural. Sin lugar a dudas, nos enfrentamos a unas nuevas formas del mismo, más basadas en la inmediatez y el pronto acceso a contenidos que en el disfrute de la variedad, paradójicamente cuando nunca hemos tenido acceso a tanta oferta como en la actualidad.

De igual modo, en un proceso paralelo, nos adentramos en tiempos convulsos, marcados por la incertidumbre, cuando no la confusión, que hacen que la modernidad se mezcle con la postmodernidad, ésta con la sociedad líquida, la sociedad red o con la vuelta a valores materiales cuando parecía que estos habían sido superados por valores post-materiales. En este sentido, resulta muy interesante descubrir qué papel tiene la cultura en el esquema vital de los ciudadanos actuales, así como las principales prioridades que rigen su contacto con eso que parece cotiza muy a la baja en la actualidad: la cultura.

4.1.- CARACTERÍSTICAS SOCIALES Y DEMOGRÁFICAS DE LA MUESTRA

En el presente trabajo se ha partido de un tamaño muestral de 525 entrevistas, lo que nos supone un error muestral del +/- 4,3 %. Del total de la muestra, el 47,2% son varones y el 52,8% son mujeres, presentando una afijación proporcional a las características de sexo y edad de la provincia de Granada.

Respecto a la distribución por tamaño de municipio se han recodificado los distintos municipios en tres estratos de hábitat, que se corresponderían a los segmentos de la Granada rural, las ciudades medias y el hábitat urbano. La distribución de estos segmentos muestra en la siguiente división por estratos: el 53,3% de la población se sitúa en un hábitat rural, esto es menor de 20.000 habitantes, el 14,1 correspondería a las ciudades medias, aquellas entre 20000 habitantes y 50000 habitantes, mientras que el restante 32,6% se correspondería con el ámbito urbano, o lo que es lo mismo, los municipios mayores de 50000 habitantes.

Respecto al nivel de estudios de nuestra población, el 15,3% no posee estudios, el 28,8% tiene estudios primarios, casi idéntico porcentaje, el 28,2%, estudios secundarios, mientras que el restante 27,7% manifiesta poseer estudios universitarios.

Ideológicamente nos encontramos con una población fundamentalmente de centro izquierda, con una media en la escala de autoubicación ideológica del 1 al 10 del 4,58, siendo la moda, el valor más repetido, el cinco.

En materia de religiosidad el 65,7% se declara católico siendo de todos ellos practicantes habituales el 16,4%, practicantes esporádicos el 16,6% y católicos no practicantes el restante 32,8%. Los creyentes de otra religión representan al 2,9%, mientras que los no creyentes y ateos representan el 17,3% y 11,6% respectivamente.

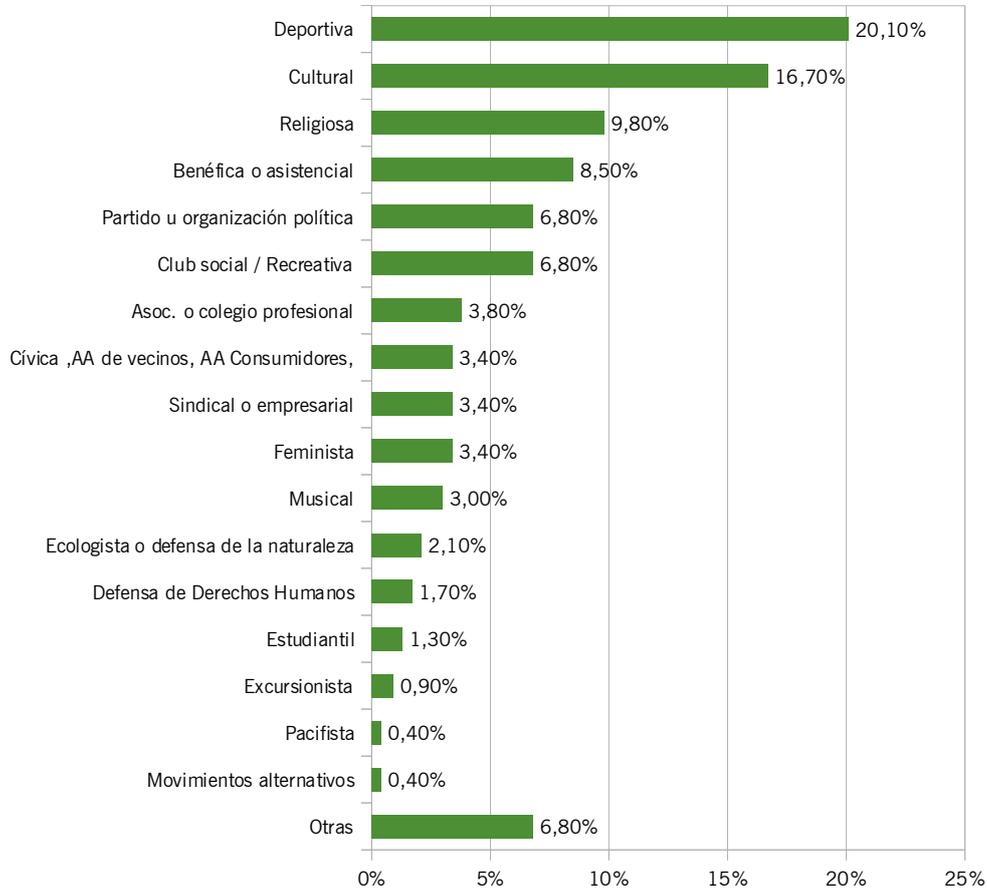
Respecto al nivel de ingresos, la mayoría de población se sitúa en unos ingresos medios de entre 900 y 1800 euros, concretamente el 57% de la población, estando por debajo de los mismos un 29%.

4.2.- ASOCIACIONISMO

La población de la provincia de Granada presenta un limitado grado de asociacionismo: apenas uno de cada tres encuestados, 34,9%, pertenece y participa en una asociación. Por tipo de asociaciones, las deportivas son las que registran mayor grado de pertenencia, 20,1%, seguidas de las culturales, 16,7%, y las religiosas, 8,5%. Con un porcentaje de respuesta del 8,5% se sitúan los partidos o las organizaciones políticas, mientras que el 6,8% declara pertenecer a un club social y a una asociación o colegio profesional. El resto de asociaciones es mencionado por un porcentaje inferior al 5% de los encuestados.

Del mismo modo, apenas uno de cada tres encuestados, 34,7%, declara haber pertenecido a una asociación. De nuevo, son las asociaciones deportivas y culturales las que presentan un mayor grado de pertenencia entre la población de Granada, con un porcentaje de respuesta del 25,3% y del 19,8%, respectivamente. Se sitúan, a continuación, las asociaciones benéficas o asistenciales, 9,3%, y las de carácter social o recreativo, 8,2%.

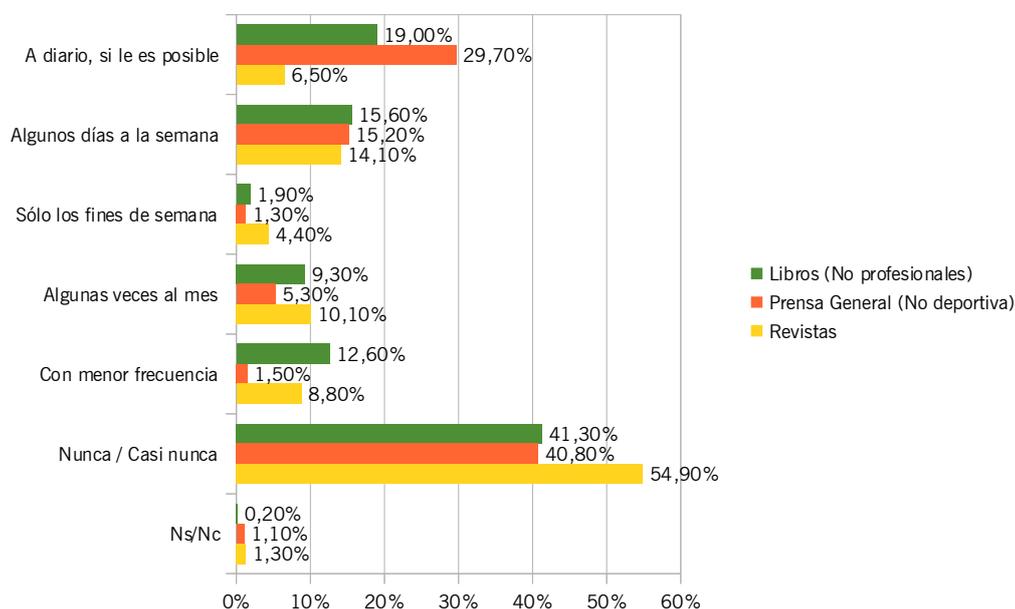
Gráfico 1: Grado de asociacionismo entre la población de la provincia de Granada



4.3.- HÁBITOS DE LECTURA

A continuación, analizaremos los hábitos de lectura de la población de Granada, prestando atención tanto a su frecuencia, a los géneros literarios más recurrentes, como al soporte preferido para proceder a la lectura. La mayoría de la población de la provincia de Granada lee con poca o ninguna frecuencia la prensa, libros no profesionales y en menor medida las revistas. Así, el 54,9% de los ciudadanos declara que nunca o casi nunca lee revistas, mientras que 41,3% y el 40,8% de la población granadina afirma que nunca o casi nunca lee libros y prensa, respectivamente. En consonancia con lo anterior, solamente el 29,7% de los encuestados afirma leer diariamente la prensa. Este porcentaje de lectura diaria se reduce al 19% en el caso de los libros no profesionales y al 6,5% en el de las revistas.

Gráfico 2: Frecuencia de lectura entre la población de la provincia de Granada



Los best-sellers son el género literario más leído, 60,3%, seguidos a distancia por la literatura española actual, 33,3% y la extranjera, 27,4%. La literatura clásica, 17,1% y las biografías o memorias, 14,5%, ocupan el tercer y cuarto puesto entre los géneros más preferidos por los granadinos. El resto, no llega al 10% en grado de preferencia: comics, 9,4%, ciencia y tecnología, 8,1%, autoayuda y ensayo, 6,8%, mientras que la poesía figura en la última posición con un 6,0% de preferencia. No se registran diferencias significativas en los gustos de lectura en razón de género entre la población granadina. Tanto para hombres como para mujeres, los tres géneros preferidos son, por orden, los best-sellers, la literatura española actual y la extranjera. No obstante, las mujeres muestran una mayor inclinación por las biografías o las memorias, 19,5%, que los varones ,8,5%,. Del mismo modo, los distintos grupos de edad comparten gustos de lectura similares, con el predominio de los best-sellers, la literatura española y extranjera como los géneros favoritos. Tampoco el nivel de estudios de la población encuestada marca diferencias significativas en las preferencias de lectura de la población encuestada. De esta forma, los best-sellers, la literatura española actual y extranjera son los tres géneros de lectura preferidos por la población de Granada, con independencia del sexo, la edad y el nivel de estudios de los encuestados.

Gráfico 3: Géneros que suelen leer según edad

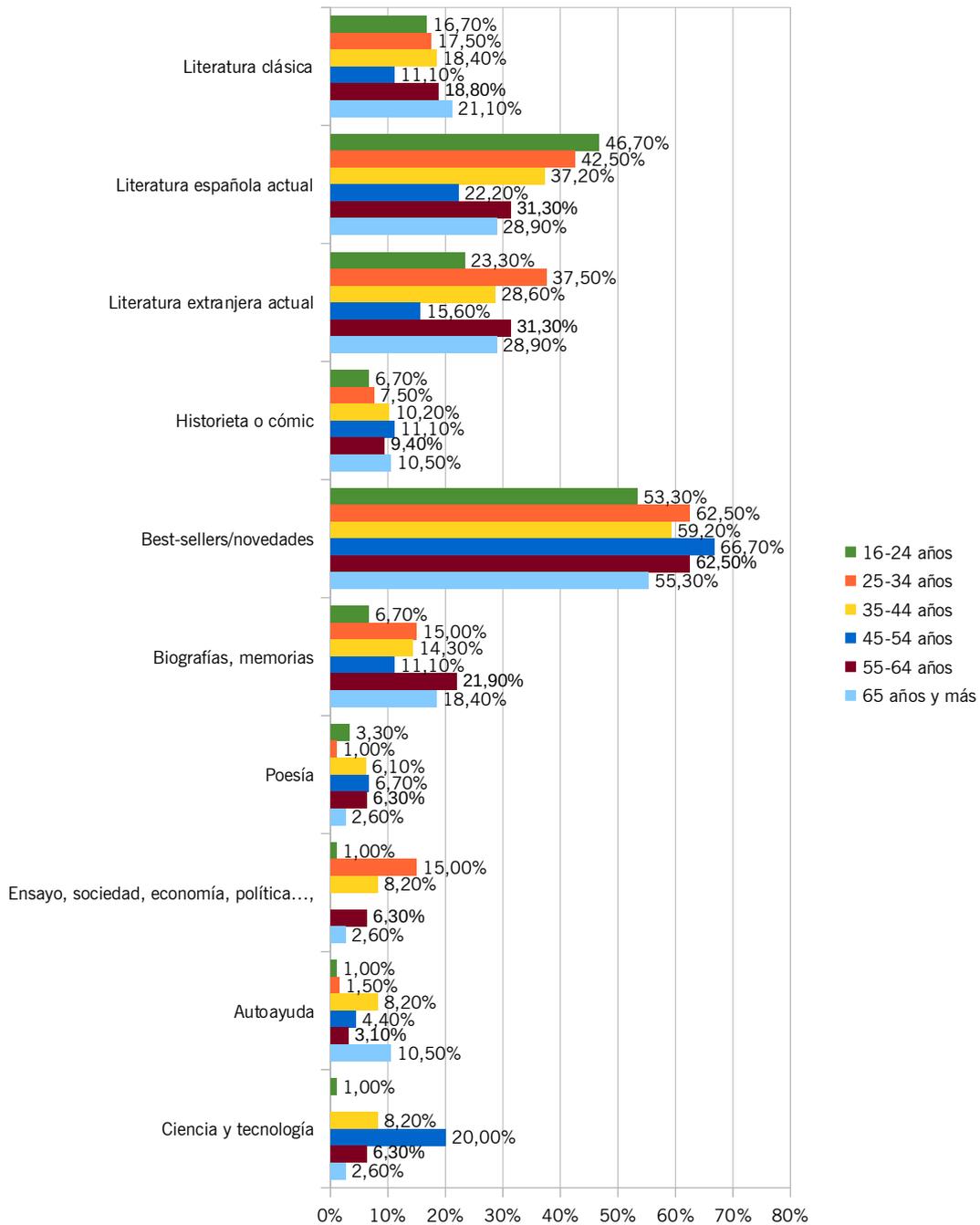
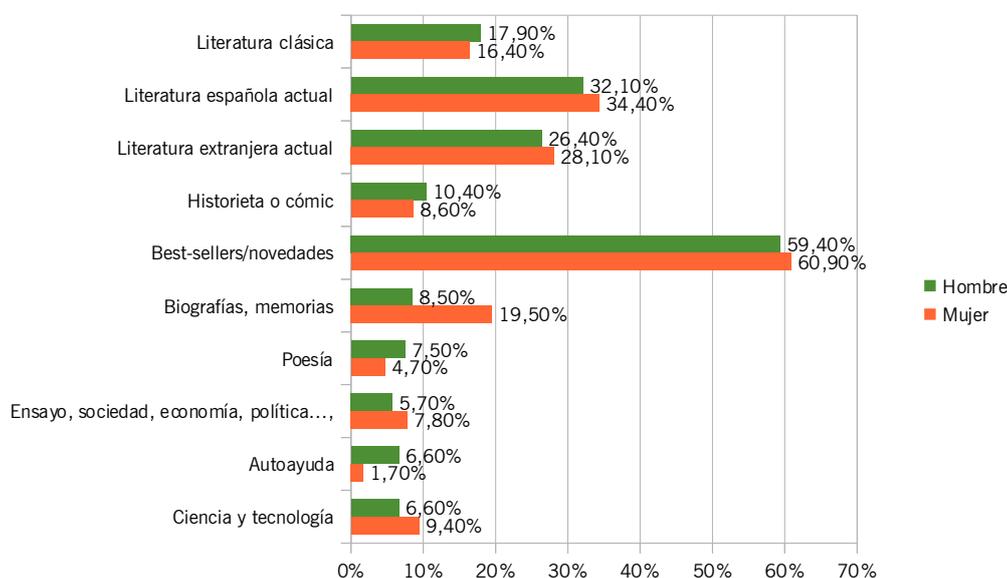


Gráfico 3a: Géneros que suelen leer según sexo



Por lo que se refiere al tipo de revistas leídas con mayor frecuencia, la población de la provincia de Granada menciona en el primer lugar los suplementos de prensa, 45%, seguida a distancia por las revistas del corazón, 29,5%. Con un porcentaje de respuesta similar, las revistas de salud y belleza, 13,8%, los suplementos temáticos de la prensa, 13,1%, y las de ciencia y tecnología, 12,4%, ocupan la tercera, cuarta y quinta posición, respectivamente. El resto de revistas no llega a un porcentaje de respuesta del 10%: hogar decoración y muebles, 9,1%, automóvil, 7,7%, viajes, 6,7%, arte, comics, naturaleza y humor, 5,7%, etc.

A diferencia de lo que sucede con los hábitos de lectura de libros, en el caso de las revistas, sí se observan diferencias significativas en los gustos de lectura de hombres y mujeres en la provincia de Granada. Así, los varones mencionan en primer lugar los suplementos de prensa, 51,6%, seguidos por las revistas de ciencia y tecnología, 17,7%⁹ y las de automóvil, 16,1%. El tipo de revistas preferidas por las mujeres en la provincia de Granada es, por orden: las del corazón, 46%, los suplementos de prensa, 40,2%, y de salud y belleza, 21,8%. También se registran diferencias importantes en el tipo de revistas preferidas en función de la edad de los encuestados. Así, los suplementos de la prensa son el tipo de revista más leída por todos los grupos de edad, si bien el porcentaje de respuesta se reduce al 20,5% para los más jóvenes de 18-24 años y alcanza el 61% para el grupo con una edad comprendida entre los 55 y 64 años. Del mismo modo, podemos observar como la preferencia por las revistas del corazón se incrementa progresivamente con la edad de la población encuestada, lo que se asocia a una mayor presencia femenina en los grupos de mayor edad de la población encuestada. Del mismo modo, el nivel de estudios del entrevistado marca gustos relativamente diferenciados en la selección del tipo de revista leída con mayor frecuencia. Entre éstos, podemos destacar que la preferencia por los suplementos de prensa se incrementa con el nivel de estudios de los encuestados. Así, mientras que el 25,8% de la población sin estudios los menciona como su género favorito, el porcentaje de respuesta para los que tienen una formación universitaria es del 56,1%. En sentido contrario, la preferencia por las revistas del corazón guarda una relación

inversamente proporcional con el nivel de estudios de la población de Granada. Así, estas son el tipo de revista preferido por los entrevistados sin estudios, 54,8%, mientras que para la población con estudios secundarios este porcentaje se reduce al 17,6%.

Gráfico 4: Tipos de revistas leídas con mayor frecuencia por sexo

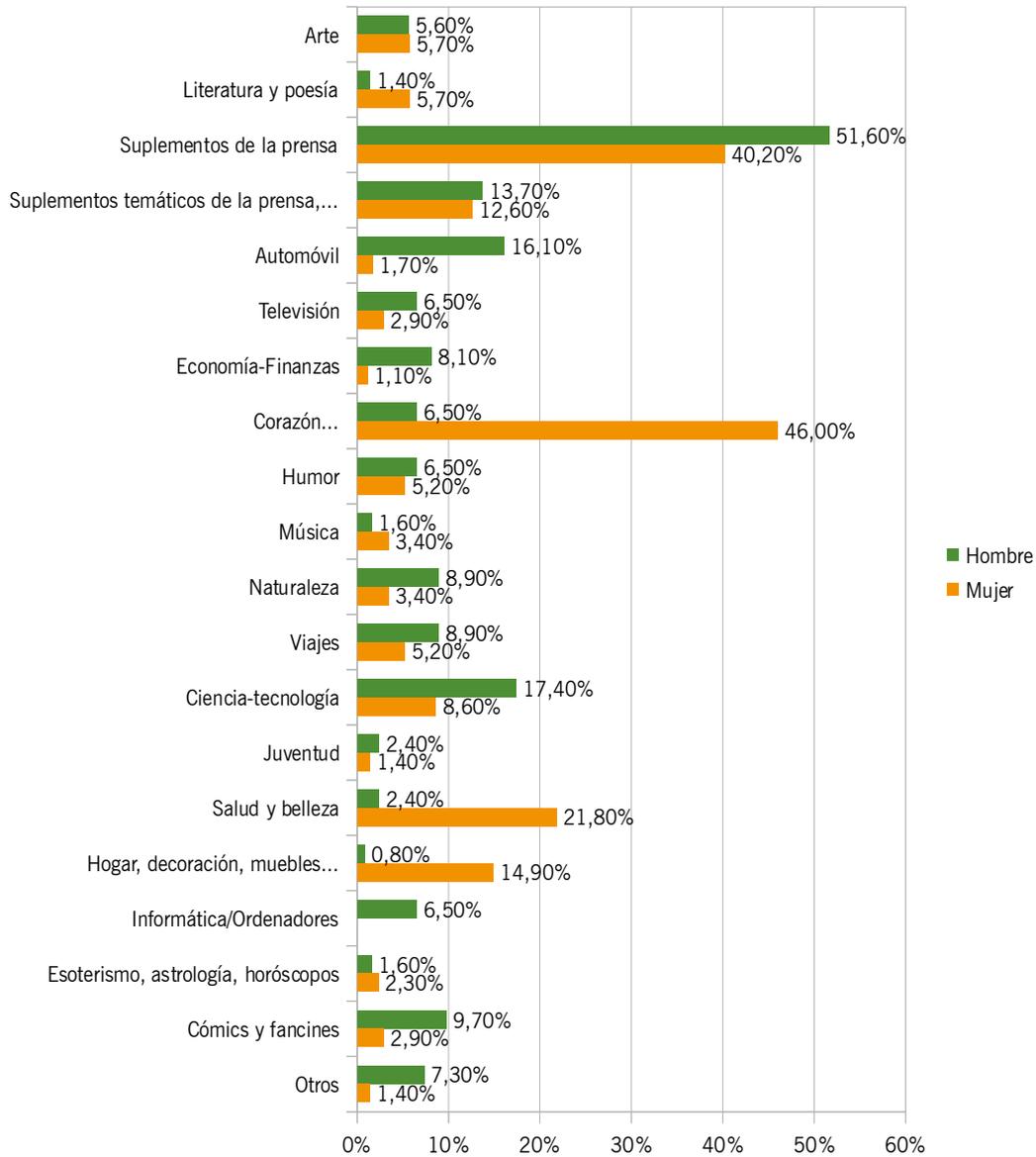


Tabla 1: Tipos de revistas leídas con mayor frecuencia por edad

	16-24 años	25-34 años	35-44 años	45-54 años	55-64 años	65 años y más
Arte	7,70%	10,50%	5,70%	3,50%		5,90%
Literatura y poesía		3,50%	11,30%	5,30%	2,40%	5,90%
Suplementos de la prensa	20,50%	47,40%	47,20%	47,40%	61,00%	43,10%
Suplementos temáticos de la prensa	12,80%	12,30%	15,10%	14,00%	17,10%	7,80%
Automóvil	7,70%	8,80%	9,40%	5,30%	14,60%	1,20%
Televisión	2,60%	8,80%	1,90%		4,90%	7,80%
Economía-Finanzas	2,60%	1,80%	7,50%	3,50%	9,80%	
Corazón...	10,30%	14,00%	28,30%	31,60%	39,00%	52,90%
Humor	12,80%	8,80%	7,50%	5,30%		
Música	10,30%	3,50%	1,90%	1,80%		
Naturaleza	5,10%	5,30%	5,70%	10,50%	2,40%	3,90%
Viajes	7,70%	8,80%	11,30%	7,00%	2,40%	2,00%
Ciencia-tecnología	12,80%	17,50%	15,10%	17,50%	2,40%	5,90%
Juventud	15,40%	3,50%	1,90%	1,80%		
Salud y belleza	12,80%	21,10%	15,10%	8,80%	12,20%	11,80%
Hogar, decoración, muebles...	7,70%	17,50%	7,50%	12,30%	4,90%	2,00%
Informática/Ordenadores	5,10%	1,80%	1,90%	1,70%		
Esoterismo, astrología, horóscopos		3,50%			4,90%	3,90%
Cómics y fancies	15,40%	12,30%	5,70%	1,80%		
Otros	7,70%	1,80%	11,30%	5,30%	2,40%	3,90%

Por lo que se refiere al soporte de lectura habitual, éste sigue siendo mayoritariamente el papel, tanto para los libros, como para la prensa o las revistas. En el caso de los libros, el 92,9% de la población de la provincia de Granada menciona el papel como su formato de lectura usual, frente al 7,1% de la población que suele leer libros electrónicos. Por lo que se refiere a la prensa, el 82,2% de la provincia de Granada la suele leer en papel; del mismo modo, es de destacar que el 60% de los encuestados suele acceder a la prensa de forma gratuita, ya sea en papel, 44,3%, como por Internet, 16,1%. Por último, el 92% de los ciudadanos en Granada provincia suele leer las revistas en papel. Seis de cada diez granadinos, 62,3%, accede a las revistas con precio, fundamentalmente en papel, 61,3%.

De igual modo, es de destacar que el 55% de los granadinos afirma que dedica igual tiempo a la lectura que hace un año, frente al 25% que le dedica menos tiempo y al 25% que

considera que se ha incrementado. Por lo que se refiere al uso de las bibliotecas públicas, solamente el 10% de la población de Granada afirma que va y utiliza con cierta frecuencia la biblioteca, mientras que un 43% nunca ha ido, aunque la haya utilizado, y el 24% ha ido, pero la ha utilizado esporádicamente. Finalmente, en relación al uso de los granadinos de las bibliotecas públicas es de destacar que el 9,5% no sabe si hay biblioteca pública cercana a su domicilio, mientras que el 13,1% apunta a que no la hay.

4.4.- TV Y RADIO

En esta sección se muestra el uso que hacen los granadinos de la televisión y de la radio. Por lo que se refiere a la televisión, tres de cada cuatro encuestados afirman que ven programas de televisión todos los días, 75%, mientras que el 13,7% lo hace varios días a la semana y el 1,5% solo los fines de semana. Es de destacar que solamente el 5,1% de la población afirma que nunca o casi nunca ve programas de televisión. Por el contrario, es menos usual visionar programas por internet: seis de cada diez encuestados lo hacen nunca o casi nunca, 61,7%, frente a uno de cada diez que lo hace a diario, 9,3%. El acceso semanal a programas por Internet es del 13,1%, algunos días y del 1,5% sólo los fines de semana. El 10,7% restante lo hace algunas veces al mes o con menor frecuencia. No se registran diferencias importantes en el grado de acceso a programas por Internet entre los dos géneros, si bien el porcentaje de mujeres que nunca o casi nunca ven programas a través de este medio es del 63,5%, frente al 59,7% de varones. Por el contrario, la edad del entrevistado marca diferencias importantes en la asiduidad con la que se utiliza Internet para ver programas: ésta se reduce progresivamente con la edad. Así, mientras que el 84,6% de la población con 65 o más años afirma que nunca o casi nunca ve programas por Internet, este porcentaje se reduce al 26,9% para el grupo más joven.

Gráfico 5: Frecuencia de visionado de TV según sexo

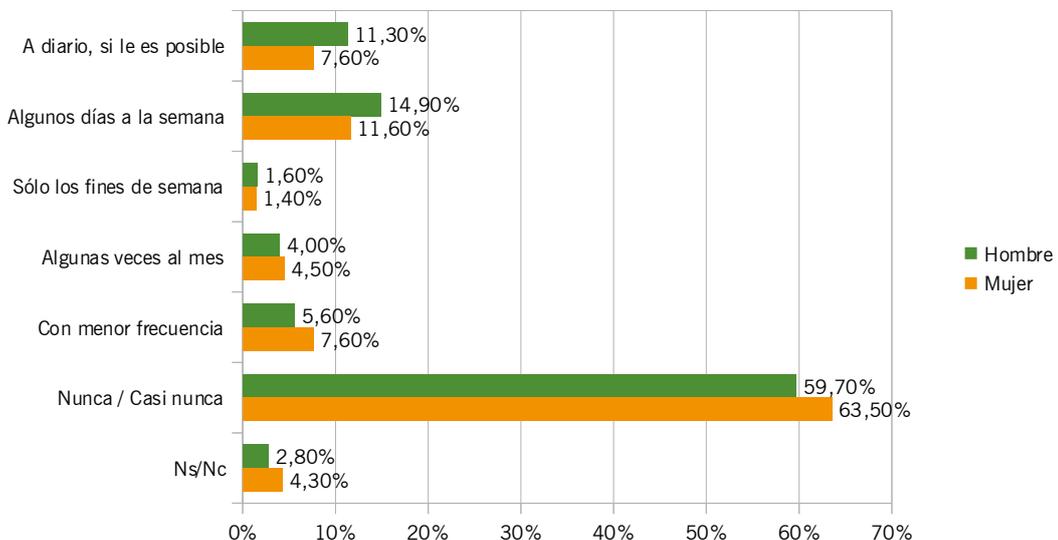
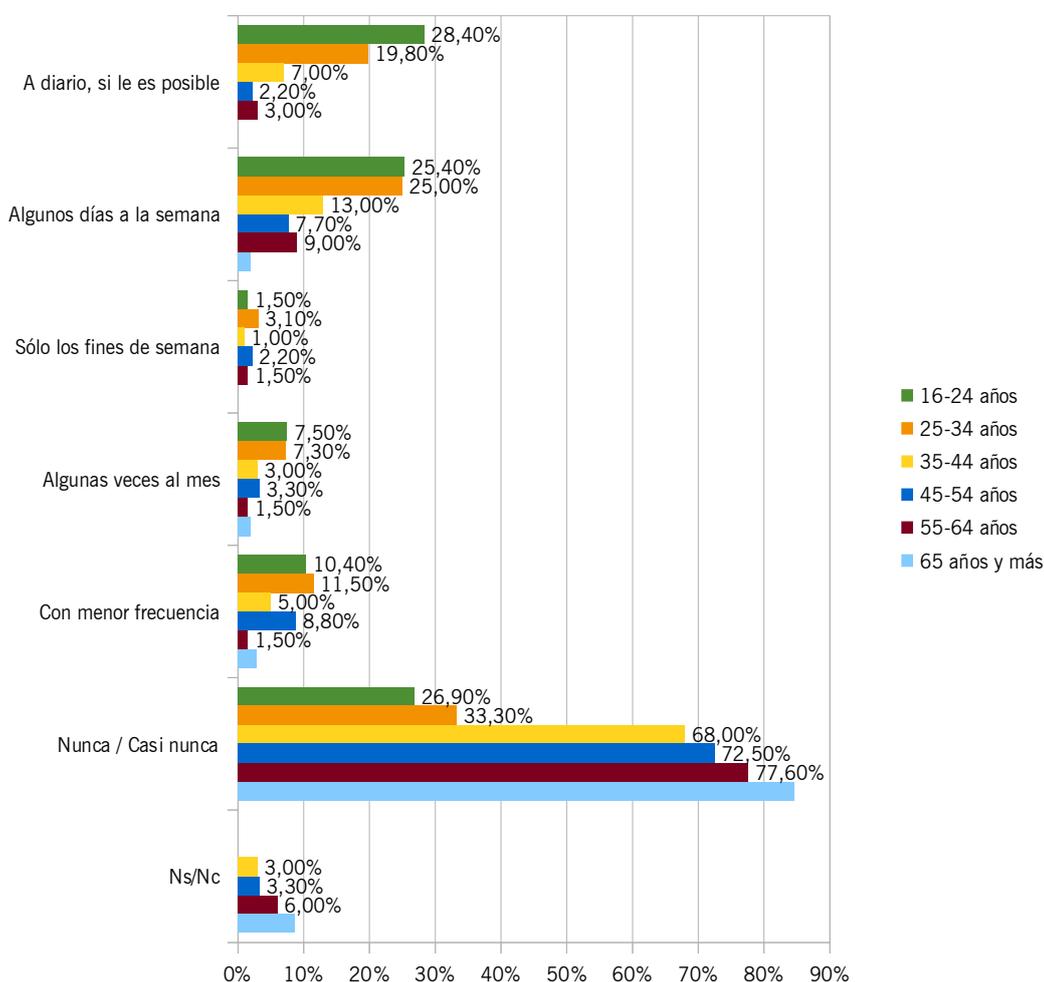


Gráfico 5a: Frecuencia de visionado de TV según edad



En relación al tiempo diario que la población de la provincia de Granada dedica a ver televisión, éste se sitúa en una media de 271,12 y 191,18 minutos diarios los días laborales y los fines de semana, respectivamente. No obstante, las correspondientes desviaciones típicas - de 256,66 puntos y de 154,38 - nos indican una gran variabilidad en el tiempo medio de visionado que los encuestados hacen de la televisión. El tiempo medio diario de visionado de la televisión por Internet es menor, situándose en una media de 44,59 minutos los días laborales y de 36,15 los fines de semana, respectivamente.

Si desglosamos los datos por sexo, comprobamos que las mujeres dedican en términos medios mayor tiempo a ver la televisión que los varones, especialmente los fines de semana. Por el contrario, en el caso del visionado de la televisión por Internet, la relación es la inversa, siendo éste mayor para los varones que para las mujeres. Del mismo modo, se observa una relación lineal entre tiempo dedicado a ver televisión y edad del encuestado, así mientras que el grupo más joven destina una media de 258,9 minutos diarios los días laborales a la TV, la medida para el grupo de mayor edad es de 305,4 minutos. Las diferencias entre los distintos grupos de edad son más patentes en el caso del visionado de la televisión por internet. Así, y como ilustración, mientras que los más jóvenes ven la televisión por internet una media de

105,7 minutos los días laborables, el grupo con 65 años o más apenas le dedica 4 minutos diarios de media.

A continuación, presentaremos la relación entre acceso a la televisión y nivel de estudios del entrevistado. En el caso de la TV, el tiempo medio dedicado a la misma se incrementa con el nivel formativo del encuestado los días laborables: así, mientras que la población sin estudios destina un promedio de 230,6 minutos, éste asciende a 268,6, 275,6 y 293,5, para los ciudadanos con estudios primarios, secundarios y universitarios, respectivamente. Por el contrario, la relación entre el visionado de la televisión y el nivel de estudios del entrevistado durante los fines de semana es la inversa: a mayor formación menor tiempo se invierte en ver la televisión, oscilando éste entre un promedio de 213,6 minutos para la población sin estudios y 166,5 minutos para los universitarios. Del mismo modo, el nivel de estudios marca contrastes más acusados en el visionado de la televisión por internet de los encuestados. Tanto los fines de semana como los días laborables, el tiempo medio de seguir la televisión por internet se incrementa con el nivel formativo del entrevistado. Así, los que no tienen formación invierten un promedio de 15,9 minutos los días laborables, frente a los 73,4 minutos de los universitarios.

Gráfico 6: Media de minutos diarios de visionado de TV y TV por Internet por sexo

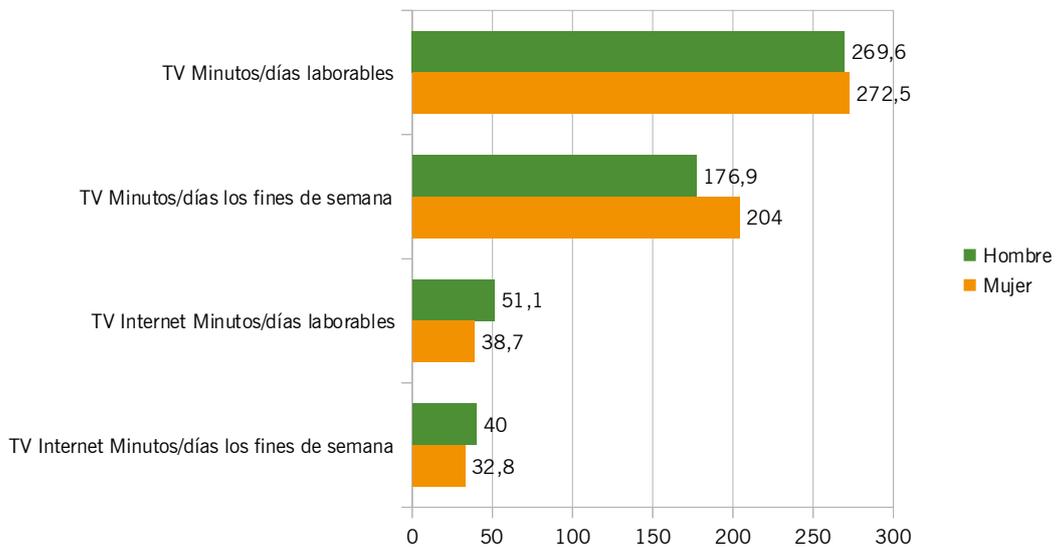
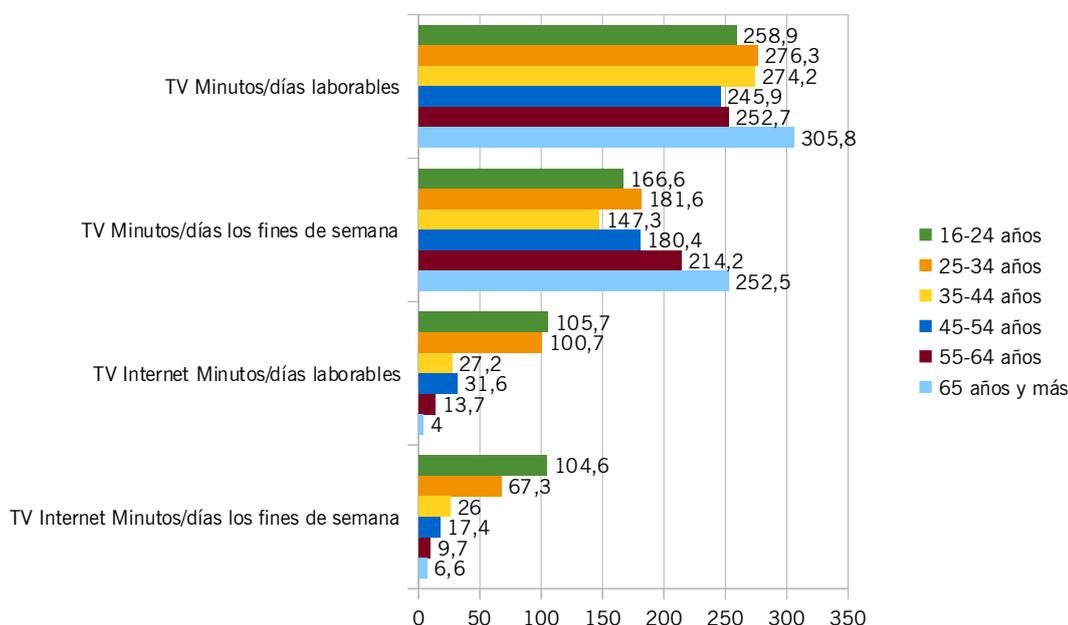


Gráfico 6a: Media de minutos diarios de visionado de TV y TV por Internet por edad



Por lo que se refiere al tipo de programas de televisión, las noticias e informativos son los más vistos, 63,4%, seguidos por las películas, 60,7%, y las series, 55,8%. En tercera y cuarta posición figuran los deportes, 33,1% y los documentales, 28,4%. Les siguen a continuación los programas del corazón, 18,1%, los reportajes, 14,4%, los concursos culturales, 12,1% y los reality shows, 11,5%. El resto de programas no llega a un porcentaje de respuesta del 10%. Entre éstos últimos destacan los debates, 9,1%, otros concursos, 8%, programas de divulgación científica y tecnológica, 6,8%, de humor, 7,6%, musicales, 5,6%, etc.

Finalmente, es de destacar que el 58,9% de la población de la provincia de Granada dedica igual de tiempo a ver programas de televisión que hace un año, frente al 28% que le dedica menos tiempo y al 13% que lo hace más. Pautas similares de evolución se registran en el caso del visionado de la televisión por internet, con un porcentaje de respuesta del 74,3% para las pautas de continuidad, del 12,4% para las decrecientes de visionado y del 13,3% para las ascendentes.

El 47% de la población de Granada, como grupo mayoritario, escucha diariamente la radio. Este porcentaje desciende al 16,6% para los que lo hacen varios días o los fines de semana y al 12,8% para los que la escuchan algunas veces al mes o con menor frecuencia. De igual modo, el 22,7% de la población afirma que nunca o casi nunca sigue la radio. Por lo que se refiere al tipo de soporte más utilizado, el 80% de los encuestados menciona su receptor de radio, frente al 21,4% que lo hace con el móvil y el 8% con el ordenador. El MP3, la televisión con TDT y Tablet son apuntados por el 7,2%, 5,7% y 1,7% de los entrevistados, respectivamente.

Los programas musicales, 61,1%, los de noticias e información, 42,6%, figuran como los más escuchados por los granadinos. Les siguen las tertulias, 23,9%, los de deporte, 22,7% y los magazines, 13,5%. El resto de programas registra un porcentaje de respuesta inferior

al 10: informativos, 7,7%, programas nocturnos, 6,2%, de humor, 3,2%, ciencia-tecnología, 1,2% y otros, 1,7%. Se observan gustos radiofónicos relativamente diferenciados por género. Aunque, tanto para los hombres como para las mujeres, los programas musicales y de noticias son los más escuchados, los hombres mencionan en tercera posición a los de deportes con un porcentaje de respuesta del 41,5% frente al 3,1% de las mujeres. Por el contrario, éstas ubican en tercer lugar en orden de preferencia a las tertulias y debates, 20,9%, que en todo caso es inferior al registrado por los varones, 26,8%. Del mismo modo, los datos de la tabla muestran relaciones significativas entre la edad del entrevistado y sus gustos radiofónicos. Así, es de destacar que la preferencia por los programas musicales se reduce progresivamente con el incremento de la edad del entrevistado. Por el contrario, la selección de programas de noticias o de información se incrementa con la edad de la población. Por ejemplo, mientras que solamente el 15,7% de los más jóvenes menciona los programas de noticias como los más escuchados en la radio, este porcentaje asciende al 61,7% en el caso del grupo con 65 años o más.

Gráfico 7: Programas de radio que escuchan según edad

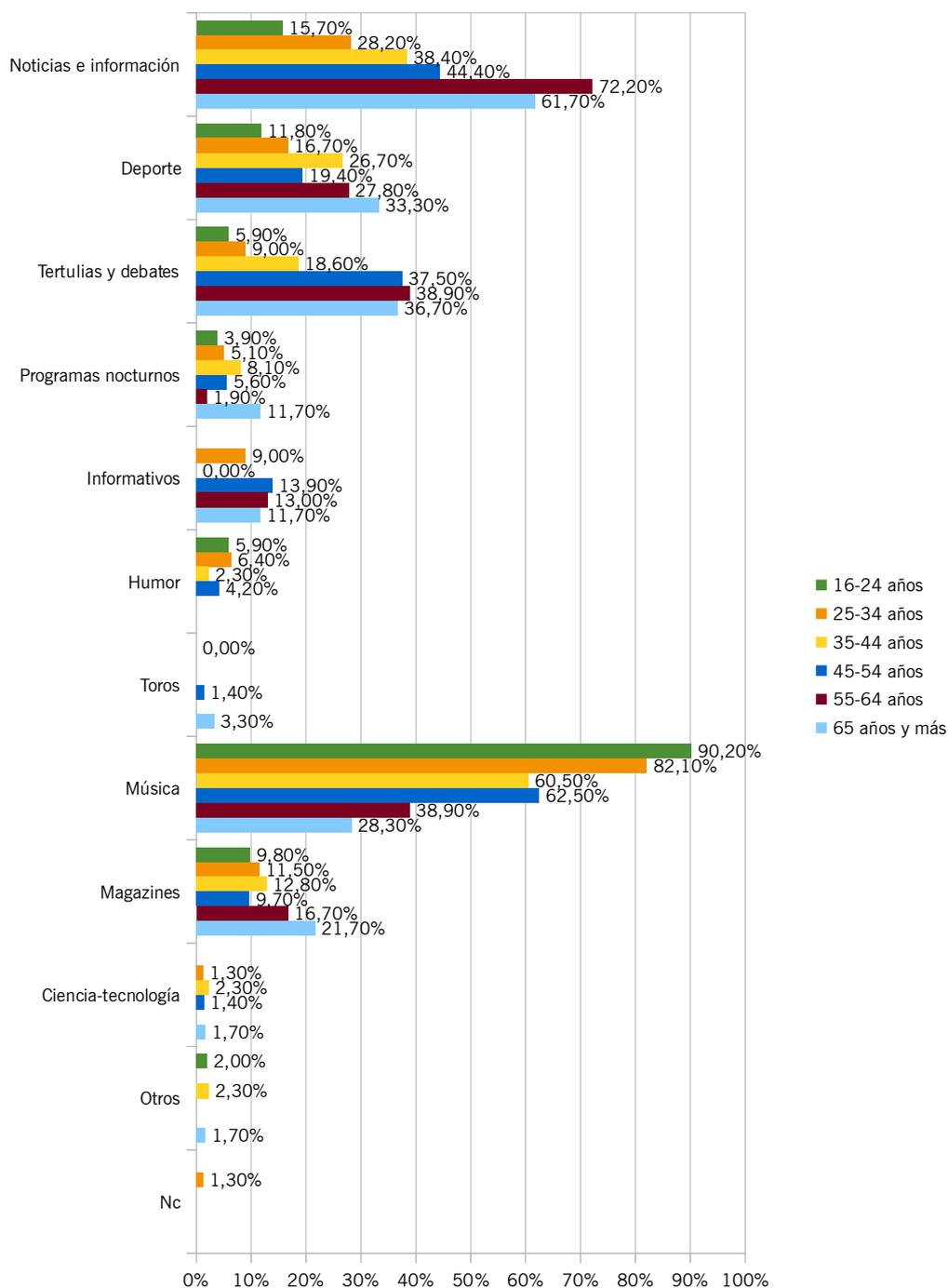
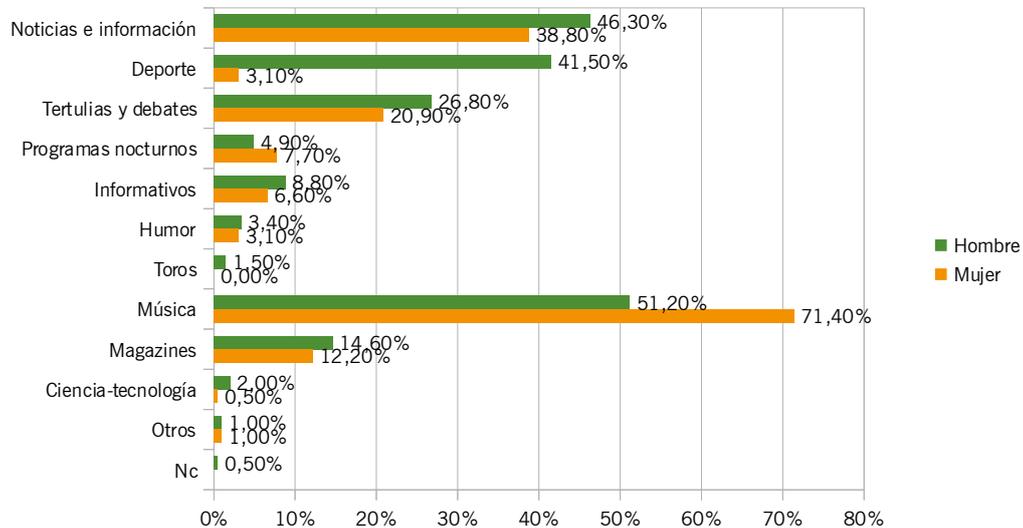


Gráfico 7a: Programas de radio que escuchan según sexo



Finalmente, es de destacar que la población de Granada dedica un mayor tiempo a escuchar la radio durante la semana que los fines de semana. Así, el promedio de minutos diarios es de 161,40 los días laborables, frente al de 75,66 de los fines de semana. Como sucedía con el tiempo dedicado a la televisión, las respectivas desviaciones típicas - 209,6 y 119,5 - son bastante considerables, indicativas de que se produce una gran variabilidad en el tiempo medio diario dedicado a escuchar la radio entre la población encuestada.

4.5.- INTERNET

La importancia de Internet como herramienta plenamente implantada en la sociedad del siglo XXI parece fuera de dudas, aunque encontramos relevantes diferencias respecto al uso de la misma en función de distintas características socio-demográficas en nuestro estudio de la provincia de Granada.

Si bien el uso general de Internet es bastante elevado, un 65,3% del total de la población entrevistada manifiesta hacer un uso habitual del mismo, no lo es tanto en las mujeres con respecto a los hombres, de modo que un 71% de los primeros declara usarlo habitualmente frente al 59,9% de las mujeres. Del mismo modo, la edad parece ser otro de los más importantes elementos de distinción con respecto a su uso, encontrando una importante correspondencia entre aumento de la edad y disminución en su uso. Los jóvenes de hasta treinta y cuatro años manifiestan un uso prácticamente universal, con porcentajes superiores al 90%. Por el contrario, estos porcentajes van disminuyendo a medida que avanzamos en las cohortes de edad, descendiendo a un 49% en el grupo de los de 55 a 64 años y produciéndose un importante salto, que podríamos definir como “brecha tecnológica” entre los mayores de 64 años, donde el porcentaje de uso desciende sensiblemente a un 11,5%.

Gráfico 8: Uso de Internet en los habitantes de la Provincia de Granada por características sociodemográficas. Sexo

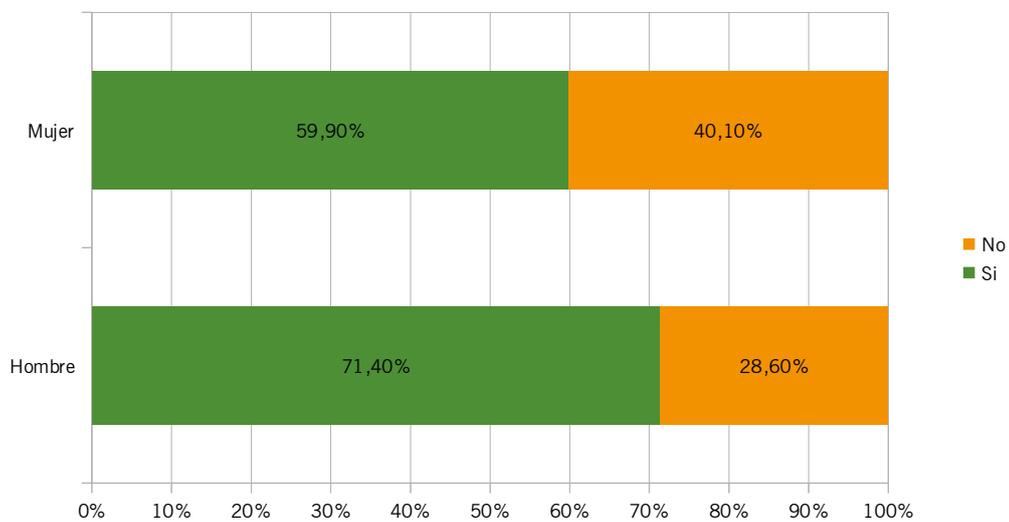


Gráfico 8a: Uso de Internet en los habitantes de la Provincia de Granada por características sociodemográficas. Estudios

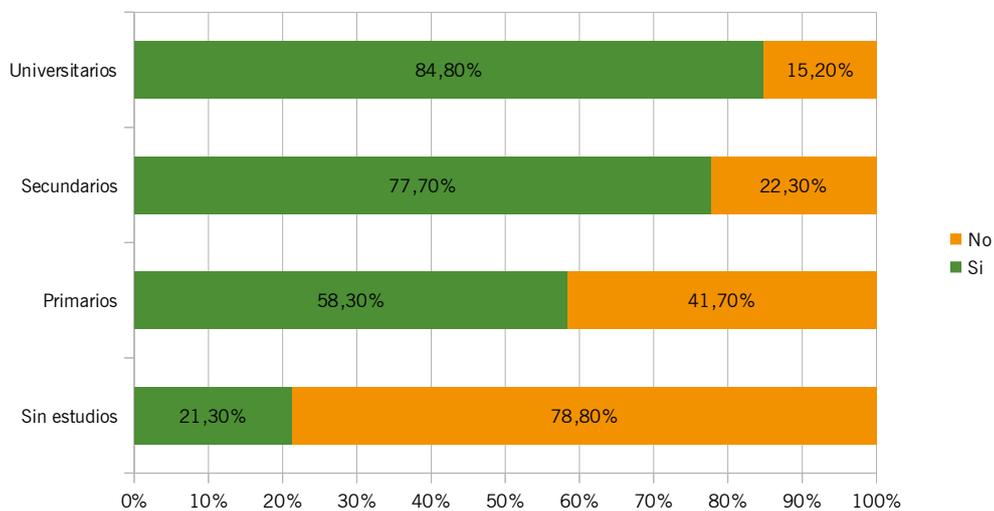


Gráfico 8b: Uso de Internet en los habitantes de la Provincia de Granada por características sociodemográficas. Edad

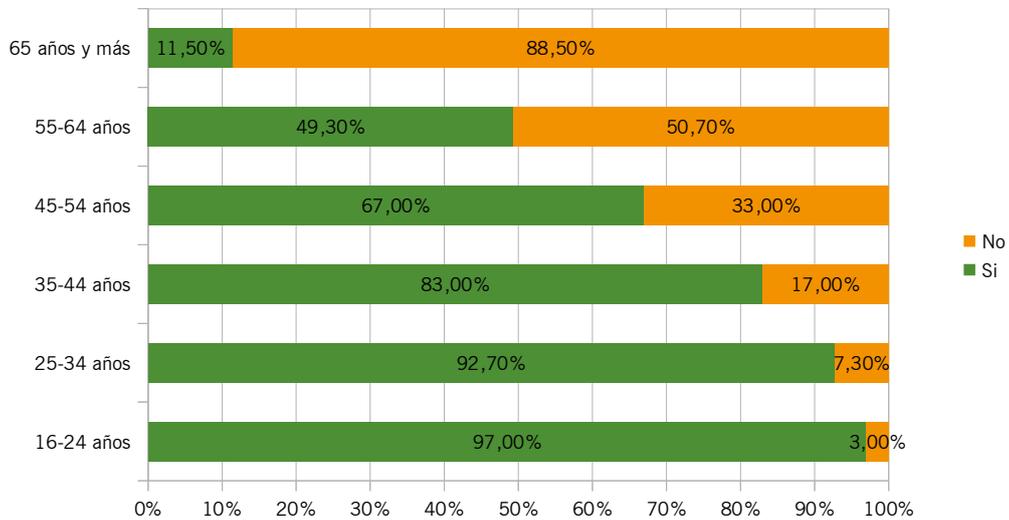
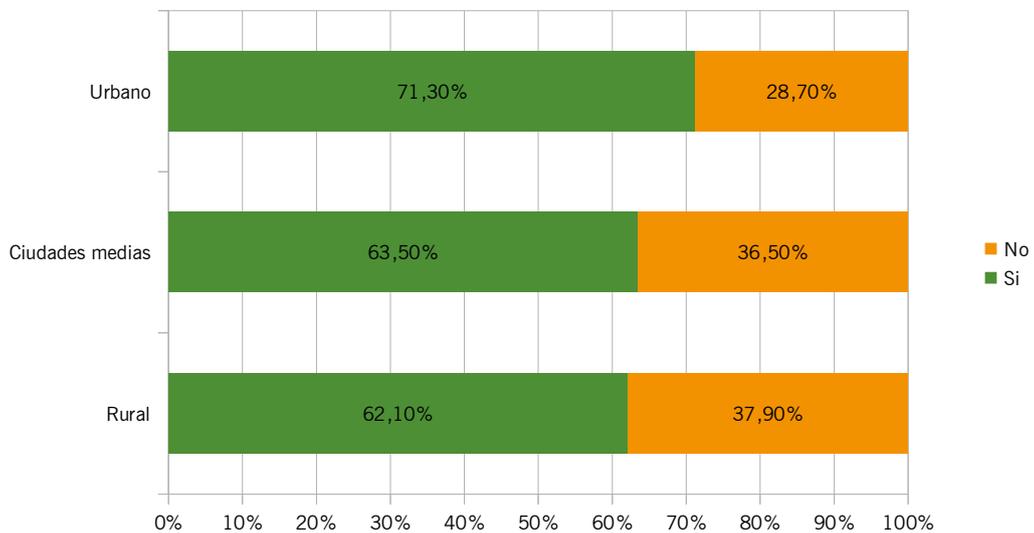


Gráfico 8c: Uso de Internet en los habitantes de la Provincia de Granada por características sociodemográficas. Habitat



Otra característica que incide en los patrones de uso de internet tiene que ver con el nivel de estudios, de modo que a mayor nivel de instrucción más uso de Internet, produciéndose un diferencial de más de sesenta puntos porcentuales entre la población sin estudios y los universitarios, o de veinticinco puntos entre aquellos que poseen estudios primarios frente a los universitarios.

Por último, en lo que respecta a estas características diferenciales debemos reseñar la importancia que hay que otorgar al tamaño de hábitat, donde no existen diferencias tan remarcables entre los ámbitos rurales, ciudades medias y urbanos en la provincia de Granada, con una diferencia entre la Granada rural y urbana de tan sólo nueve puntos porcentuales.

Respecto a los principales dispositivos utilizados para conectarse a Internet destacan ordenador y teléfono móvil como los más usuales. En concreto, el 80% de la población que usa Internet declara realizarlo desde el ordenador a diario. Del mismo modo, un 72,6% de los mismos afirman conectarse a través del teléfono móvil, también a diario, siendo menos usuales las conexiones a través de tablet o de Smart TV, con porcentajes cercanos al 40% entre los que afirman no disponer de tales dispositivos. Podríamos afirmar que el uso de Internet se haya bastante extendido, destacando un uso diario y a través de dos medios principales: el ordenador y el teléfono móvil.

En lo que respecta al uso que se hace de Internet, podemos distinguir claramente tres tipologías de uso: una relacionada con el aspecto relacional, otra con el lúdico y una última que tiene que ver con el trabajo diario. En este sentido, debemos destacar que Internet se ha convertido en una de las principales vías relacionales para la población de Granada, siendo este su principal uso. el uso del chat, servicios de mensajes y whatsapp es el más recurrente para el 74,1% de la población, seguido del uso de redes sociales, un 71,4% y del uso del correo electrónico, un 56,3%.

La siguiente prioridad de uso se enmarcaría dentro de la actividad lúdica o de ocio, relacionada principalmente con la lectura de prensa, 47,8%, escuchar música, 36,2% o ver series o películas on line, 33,8%, seguido de la descarga de música con un 26% de población.

Por último, con porcentajes de uso inferiores al 20% destacan, sobre todo, los relacionados con la tramitación electrónica, búsqueda de información, vacaciones o viajes, compra por internet y localización de direcciones o personas.

Gráfico 9: Principales usos de Internet en los habitantes de la Provincia de Granada



Debemos destacar que los patrones de usos no aparecen muy relacionados con las principales características sociodemográficas de la muestra, de modo que, si desglosamos la información por algunas de nuestras variables de cruce, aparecen escasas diferencias en razón del sexo del entrevistado, principalmente las mujeres realizan un mayor uso de aspectos relacionales frente a lúdicos, mientras que por grupos de edad destaca el menor uso con fines lúdicos de internet entre los mayores, que sí lo hacen más como información o para hacer compras. En este sentido, podríamos hablar de brecha digital entre los más mayores, ya que los hábitos y usos están firmemente cristalizados en los demás grupos de edad, presentando una enorme homogeneidad a excepción del grupo de los de más edad, aquellos que más tarde accedieron al empleo de esta tecnología.

Para finalizar con este bloque reseñar que, respecto a la percepción de uso, se ha producido un aumento en la frecuencia o tiempo empleado para Internet, de modo que, si se compara con el último año, un porcentaje del 49% afirma que usa más tiempo Internet, frente un 45,5% que mantiene su tiempo de uso y un escueto 5,5% que manifiesta haber reducido el mismo con respecto a este último año.

4.6.- CINE

En lo referente a los hábitos cinematográficos de los habitantes de la provincia de Granada, destaca la poca disposición a asistir al cine entre la mayoría de la población. Un porcentaje cercano al cincuenta por ciento, el 48% manifiesta que asiste nunca o casi nunca, mientras que un 23% afirma ir alguna vez al año. Tan sólo un 12% asiste por lo menos una vez al mes. Estos datos muestran el refrendo de una tendencia apuntada por distribuidores y cines, en el sentido de la creciente disminución de los espectadores en las salas españolas.

Sin lugar a dudas los hábitos relacionados con las nuevas tecnologías y el uso de Internet tienen mucho que ver con el hecho de que se produzca este aumento de no asistentes, a la par que se incrementa el uso de Internet para el visionado o descarga de materiales audiovisuales, en este caso películas. Un dato que corrobora esta tendencia es que un 36% de los entrevistados dedica menos tiempo que el año pasado a ver películas en el cine, mientras que un 12% manifiesta que ve más películas, en general, que el año pasado.

No disponemos de datos que nos permitan comparar la evolución en los últimos años pero no sería arriesgado aventurar que la incidencia de la crisis económica y la extensión del consumo cinematográfico a través de Internet están detrás de un cambio en los hábitos de consumo cinematográfico de la población granadina, todo ello a la luz de los resultados de otras variables dentro de nuestro estudio y que muestran a las claras que no se ha producido un descenso en el visionado, sino en el medio a través del cual se realiza. De hecho, si analizamos la frecuencia con la cual visionan películas, la mitad de nuestros encuestados afirma ver películas varias veces a la semana y un diez por ciento diariamente, de igual modo un 17% afirma ver películas los fines de semana. Si sumamos porcentajes, el 85% ve cine al menos una vez por semana, aunque como hemos apuntado con anterioridad no lo hace en las tradicionales salas de cine. Los medios preferidos para ver películas son la TV abierta, 86,4%, seguido del cine online

gratis, 18,9%, deberíamos aclarar que gratis, aunque no siempre legal, y las salas de cine, 17% y DVD, 14,8%. De algún modo, podemos distinguir entre canales tradicionales, cines, TV y DVD y nuevos canales, fundamentalmente Internet, que es el gran beneficiado del cambio de hábitos de consumo cinematográfico. Si sumamos el cine online con las descargas de internet, “también gratis”, descubrimos que este soporte es el segundo medio de visionado de cine, sumando un 32% del total.

Respecto a los perfiles poblacionales, debemos destacar que los que ven más cine de manera “convencional” son los más mayores, esto es en TV, cine o DVD, mientras que los más jóvenes son los que más utilizan internet y las descargas. Por nivel de estudios se observa una mayor asistencia al cine entre los de mayor nivel de instrucción, del mismo modo que por tramos poblacionales son los de los ámbitos urbanos los que en mayor proporción asisten a salas, sin duda debido a la mayor existencia de las mismas.

Al indagar respecto a los géneros cinematográficos preferidos, acción y comedia son los géneros preferidos por la mayoría de la población encuestada, 47,2% y 42,3% respectivamente, seguidos del drama, 27,7% y el suspense, cine clásico y de aventuras con porcentajes muy cercanos al 30%. Los géneros que menor predilección presentan son la ciencia ficción y la animación, con un 25,3% y un 20,3% de preferencia y el terror y el cine X.

Gráfico 10: Géneros cinematográficos preferidos según sexo

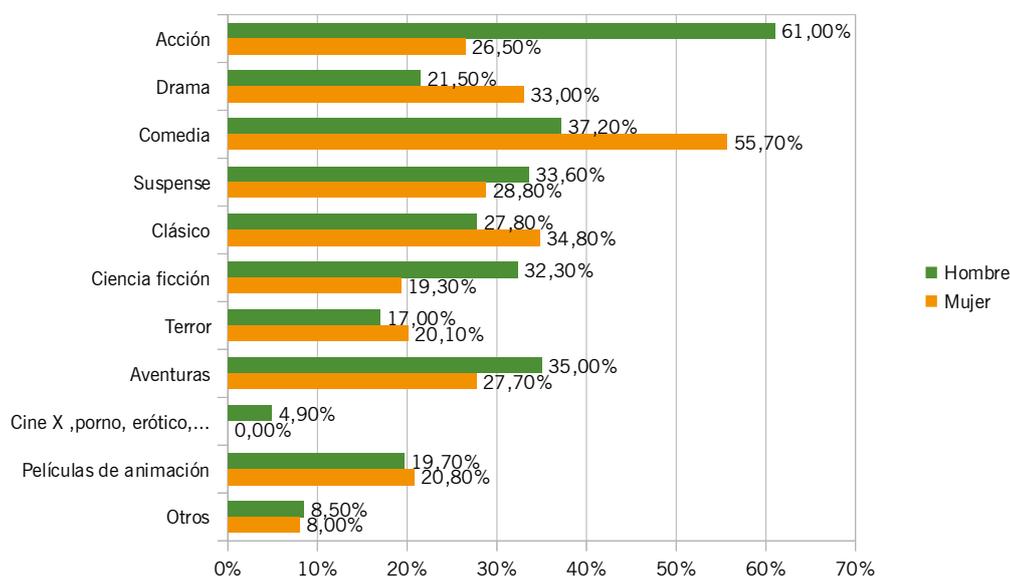
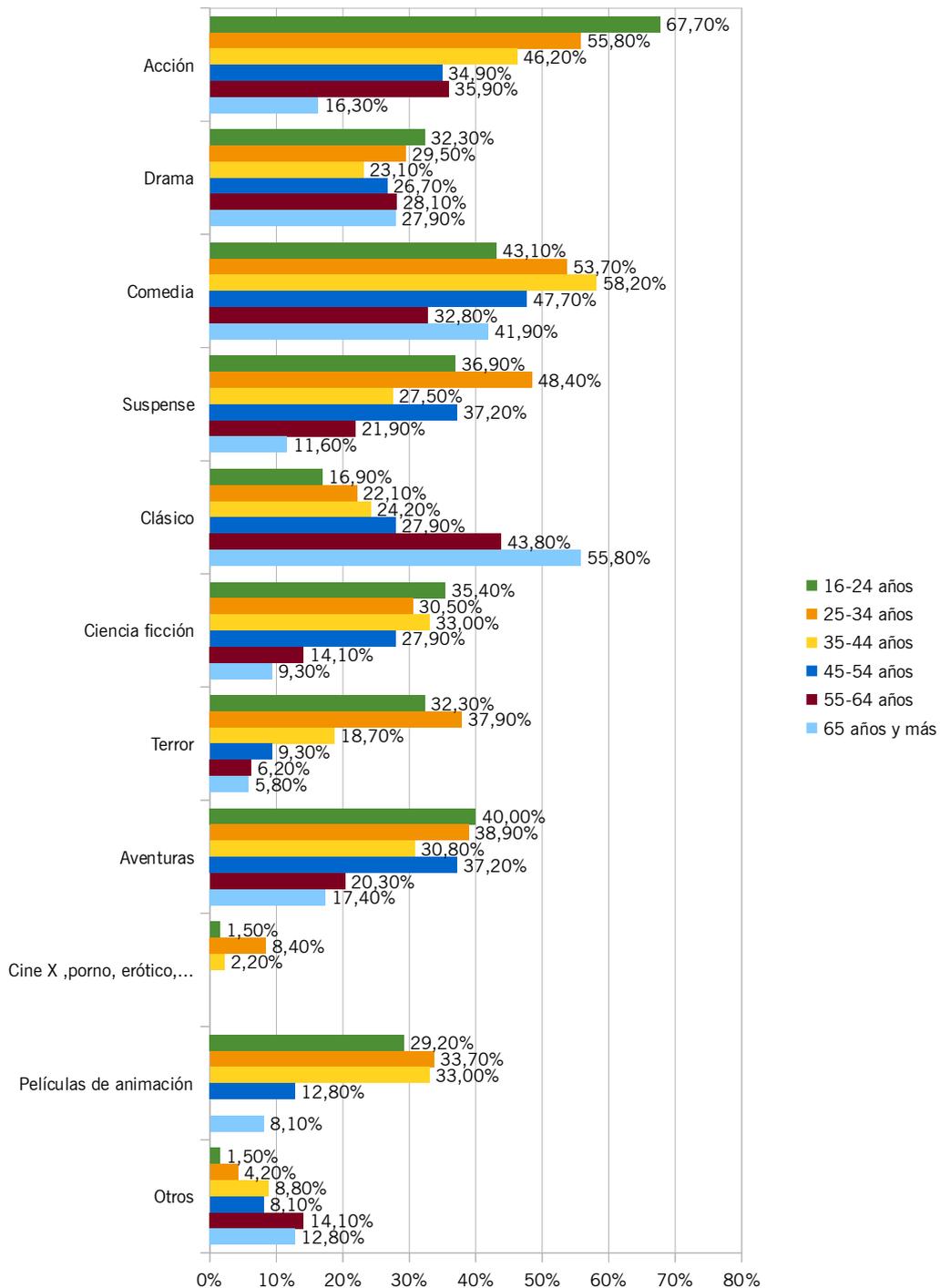


Gráfico 10a: Géneros cinematográficos preferidos según edad



Ahondando un poco más en los gustos cinematográficos, las mujeres prefieren en mayor medida la comedia, el drama y el suspense, mientras que los varones se decantan en mayor medida por la acción, aventuras y ciencia ficción. De igual modo, los más jóvenes prefieren acción, ciencia ficción, aventuras y terror con respecto a los más mayores que se decantan por el cine clásico, la comedia y el drama.

4.7.- MÚSICA Y TEATRO

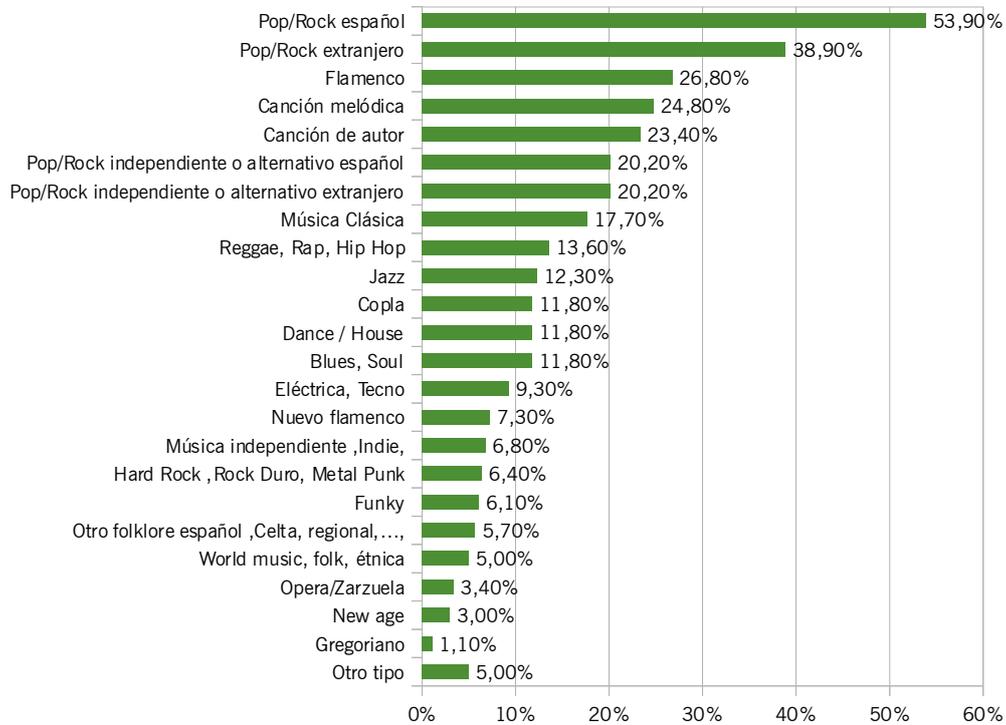
El escuchar música de manera diaria es un hábito bastante usual para el 53% de la muestra, aunque este porcentaje se incrementa cuando al menos es varios días a la semana, un 17,1% más. Podríamos afirmar que, de todos los hábitos de consumo cultural es uno de los más usuales en la mayoría de grupos poblacionales estudiados y donde tan sólo un 16,2% de la población granadina mantiene no oír nunca o casi nunca música. Por su parte, el medio más corriente para escuchar música sigue siendo la radio, así lo muestra el 72% de los encuestados, seguido por el móvil, un 31,8% y el ordenador con un 28%. Reproductores, mp3 y otros soportes como tabletas son usados por un 17% de la población con este fin, seguido de los equipos de música, en franco retroceso, y la televisión o tabletas, un 5,9% y 1,1% respectivamente.

Por su parte, la casa es el sitio preferido para oír música para la amplia mayoría de los granadinos 73,6%, seguido del coche 50,2% y el trabajo, 20,7%. Menos frecuente es oír música en el transporte público o en otros lugares.

De nuevo, la edad es el principal elemento distintivo respecto al hábito de escuchar música, siendo los más jóvenes aquellos que más oyen música, del mismo modo que tanto la edad, como el nivel de estudios o el sexo van a marcar los principales gustos musicales de la población estudiada.

El pop y rock en español son los estilos preferidos globalmente por los residentes en la provincia de Granada, seguidos del pop/rock extranjero, 53,9% y 38,9% respectivamente. A continuación le siguen el flamenco, 26,8%, canción melódica, 24,8% y canción de autor, 23,4%, todos ellos con porcentajes alrededor del veinte por ciento de aceptación. En un segundo bloque, con porcentajes entre el diez y el veinte encontramos la música clásica, 17,7%, el reggae, hip hop y rap con un 13,6%, jazz, 12,3% y copla, dance y blues/soul con idéntico porcentaje del 11,8%. Por el contrario, los géneros menos usuales son la electrónica, el nuevo flamenco, la música indie o el hard rock, otros estilos de carácter más residual serían los relacionados con el folk, world music, ópera/zarzuela o new age.

Gráfico 11: Estilo musical preferido de la población de la provincia de Granada



Hombres y mujeres presentan gustos musicales bastante similares, donde tan sólo la edad parece mostrar diferencias realmente significativas en algunos géneros, sobre todo cuando comparamos los grupos de mayor edad y los de menor edad. Este es el caso de géneros como la clásica, la copla, la opera o la zarzuela, con mucha mayor predicación entre los más mayores, del mismo modo que la electrónica, el dance entre los de menor edad.

Por tipo de hábitat se distingue una mayor preferencia por los géneros en español en las zonas rurales frente a la mayor predilección por el pop/rock extranjero, música indie y clásica en las zonas urbanas, también en estas últimas aparecen los mayores porcentajes de preferencia respecto a todos los géneros minoritarios como el jazz, blues o la música folk o étnica.

El nivel de estudios marca unas preferencias bastante marcadas, en tanto que el mayor nivel de instrucción conlleva unos gustos mucho más eclécticos que los de baja o media formación. En concreto, el pop/rock gusta más a los que mayor nivel de estudios poseen, mientras que el Flamenco lo hace en mayor medida en los niveles bajos de instrucción. De igual modo, la música clásica, el jazz o el blues también aparecen con mayor frecuencia en los gustos de los universitarios, frente la copla, que lo hace principalmente, entre aquellos que menor cualificación presentan.

Tabla2: Preferencias musicales según nivel de estudios

	Sin Estudios	Primarios	Secundarios	Universitarios
Canción de autor	13,3%	26,3%	24,8%	21,9%
Canción melódica	17,8%	29,3%	24,8%	21,9%
Flamenco	46,7%	26,3%	27,8%	19,5%
Nuevo flamenco	6,7%	9,8%	4,5%	7,8%
Otro folklore español ,Celta, regional,...,	6,7%	8,3%	5,3%	3,1%
Pop/Rock español	35,6%	55,6%	51,9%	60,9%
Pop/Rock extranjero	17,8%	36,8%	39,1%	48,4%
Pop/Rock independiente o alternativo español	8,9%	12,8%	23,3%	28,9%
Pop/Rock independiente o alternativo extranjero	8,9%	13,5%	24,1%	27,3%
Música Clásica	2,2%	13,5%	21,1%	24,2%
New age	2,2%	0,8%	3,8%	4,7%
Blues, Soul	6,7%	9,8%	10,5%	17,2%
Jazz	4,4%	6,0%	14,3%	19,5%
World music, folk, étnica	2,2%	0,8%	8,3%	7,0%
Reggae, Rap, Hip Hop	6,7%	8,3%	23,3%	11,7%
Eléctrica, Tecno	4,4%	9,0%	15,0%	5,5%
Hard Rock ,Rock Duro, Metal Punk	2,2%	5,3%	9,0%	6,2%
Dance / House	8,9%	12,0%	18,0%	6,2%
Funky	4,4%	3,0%	10,5%	5,5%
Música independiente ,Indie,	2,2%	1,5%	9,8%	10,9%
Copla	26,7%	14,3%	10,5%	5,5%
Opera/Zarzuela	0,0%	3,8%	2,3%	5,5%
Gregoriano	0,0%	0,8%	2,3%	0,8%
Otro tipo	6,7%	4,5%	6,0%	3,9%

En términos absolutos, un 21% de los encuestados manifiesta oír más música que hace un año, frente al 67,3% que cree que oye la misma música y el 11,5% que afirma oír menos música que hace un año.

En cuanto a la asistencia a conciertos, nos encontramos ante una actividad bastante esporádica para la mayoría de la población, además en claro retroceso con respecto a hace un año. Algo más de la mitad de la población encuestada afirma no asistir nunca o casi nunca a conciertos, siendo lo más habitual hacerlo una vez al año o dos o tres veces al año, 11,2%

y 11% respectivamente. Los que van en más de esta cantidad de ocasiones representan un escaso 10%, siendo los que asisten mensualmente un 2,7%.

Por lo que se refiere al teatro, los habitantes de la provincia de Granada se muestran relativamente poco interesados por el mismo. En concreto, en una escala de 1 a 5 en la que el 1 representa ningún interés y el 5 mucho interés, la puntuación media es de 2,6 puntos, entendiendo por tanto que a la mayoría no les interesa mucho ni poco, en realidad esta medianía no expresa más que un desinterés manifiesto, de hecho, los que se sitúan por encima del valor mediano representan el 24,2% y a estos sí que podemos clasificarlos como interesados por el mismo.

En términos globales podríamos dividir en tres porciones prácticamente idénticas, una sería la de los interesados, otra la de los que no terminan de estar claramente interesados y otra que representaría a los que no tienen ningún interés por el mismo. El elemento diferencial respecto a este interés sería el nivel de estudios y el hábitat, de modo que a mayor nivel educativo mayor interés por el mismo, la media aumenta a un 3 sobre cinco, mientras que en el ámbito urbano también estos valores se incrementan hasta ese 3. De igual modo, las mujeres muestran más interés que los hombres y los mayores de 65 años menor interés que los demás grupos de edad.

En consonancia con el moderado interés manifestado, el 52,6% declara haber asistido nunca o casi nunca a una función de teatro y tan sólo ese 24,2% aludido con anterioridad declara haber asistido, al menos, una vez al año.

Los gustos teatrales de los granadinos se concentran de una manera bastante mayoritaria alrededor del teatro musical 35,8%, seguido del teatro clásico 33,5% y del teatro de actores actuales 30,3%. El teatro experimental o alternativo es que menor nivel de aceptación presenta con un porcentaje del 10,7%.

Al igual que ocurría en otros usos explicados con anterioridad, decrece la asistencia al teatro, en concreto, una cuarta parte de los entrevistados declaran asistir menos veces en el último año, de nuevo incidiendo en la idea de descenso en la participación de actividades teatrales y culturales en general.

4.8.- TIEMPO LIBRE Y OCIO

A continuación analizaremos la forma en la que los granadinos emplean su tiempo de ocio, disponiendo de un tiempo libre medio semanal de 27,7 horas, algo menos de cuatro horas diarias,. En este sentido, hombres y mujeres no disfrutan del mismo tiempo de ocio, disponiendo las mujeres de dos horas menos semanales respecto a los hombres. De igual modo, hemos encontrado diferencias importantes en el tiempo libre en función de la edad siendo los más jóvenes, menores de 24 años y mayores de 65 años los que más horas de tiempo libre declaran tener, concretamente 31,6 y 37,2 horas respectivamente. De algún modo se constata que es la situación vital, la existencia de hijos y la inserción laboral la que va a determinar de manera fundamental la disposición de mayor o menor tiempo de ocio. Este último dato queda

claramente explicitado al analizar la disposición media de tiempo en función de la situación laboral y el estado civil, del mismo modo que la tenencia o no de hijos. Un análisis curioso nos muestra que el mínimo de tiempo de ocio sería de los padres que conviven con hijos y trabajan, también en las amas de casa con hijos, mostrando una disposición de tiempo de ocio de 17 horas, mientras que el máximo estaría en los desempleados sin hijos, con un tiempo máximo de ocio de 90 horas.

Tabla 13: Media de horas libres de los habitantes de la Provincia de Granada. Sexo.

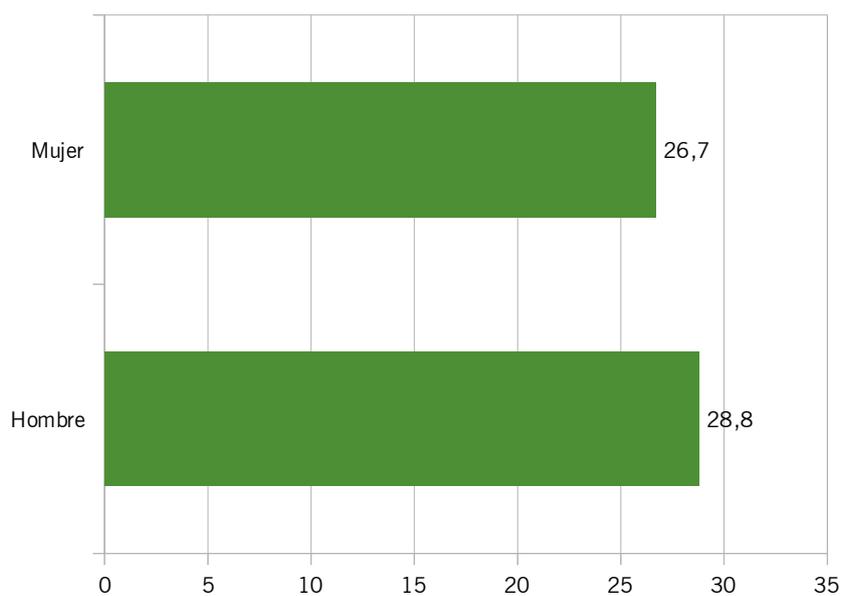


Tabla 13a: Media de horas libres de los habitantes de la Provincia de Granada. Edad.

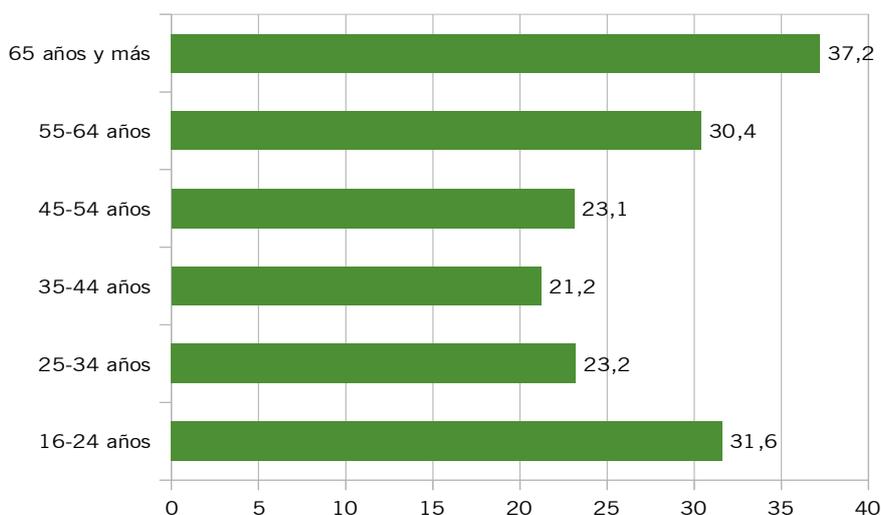


Tabla 13b: Media de horas libres de los habitantes de la Provincia de Granada. Estudios.

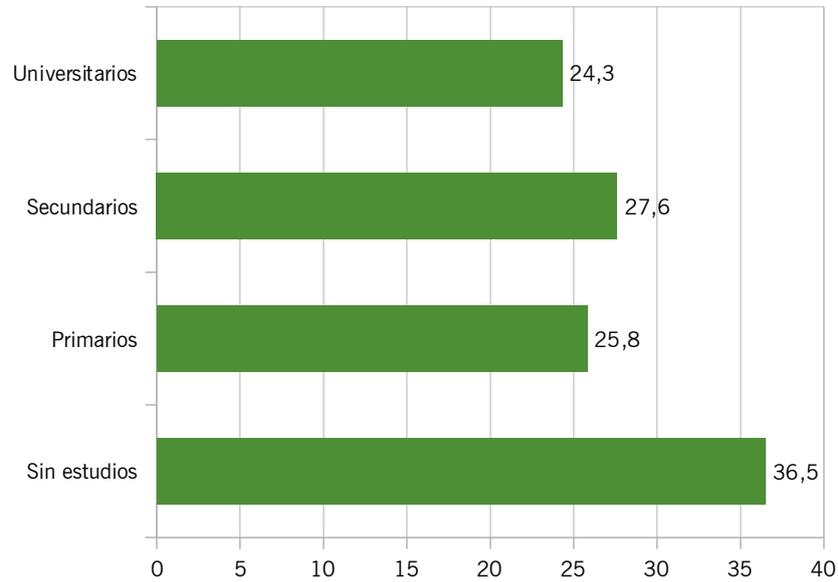
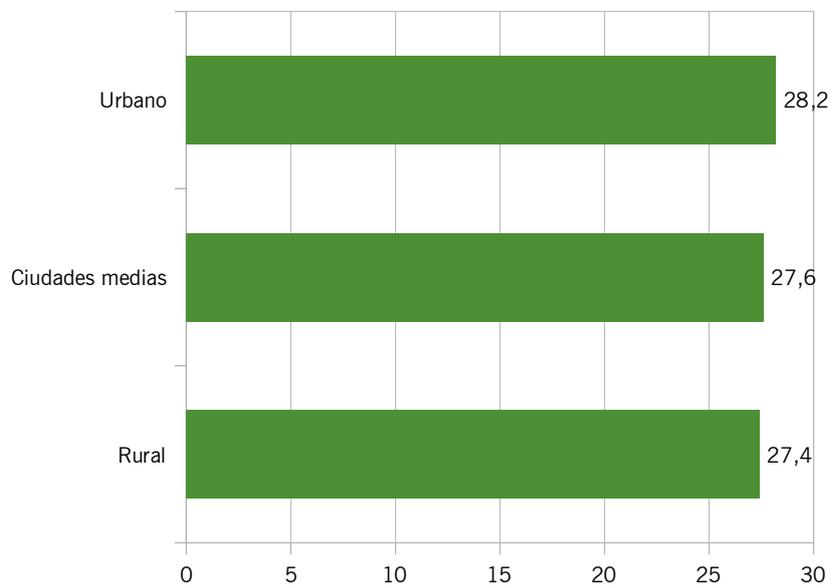


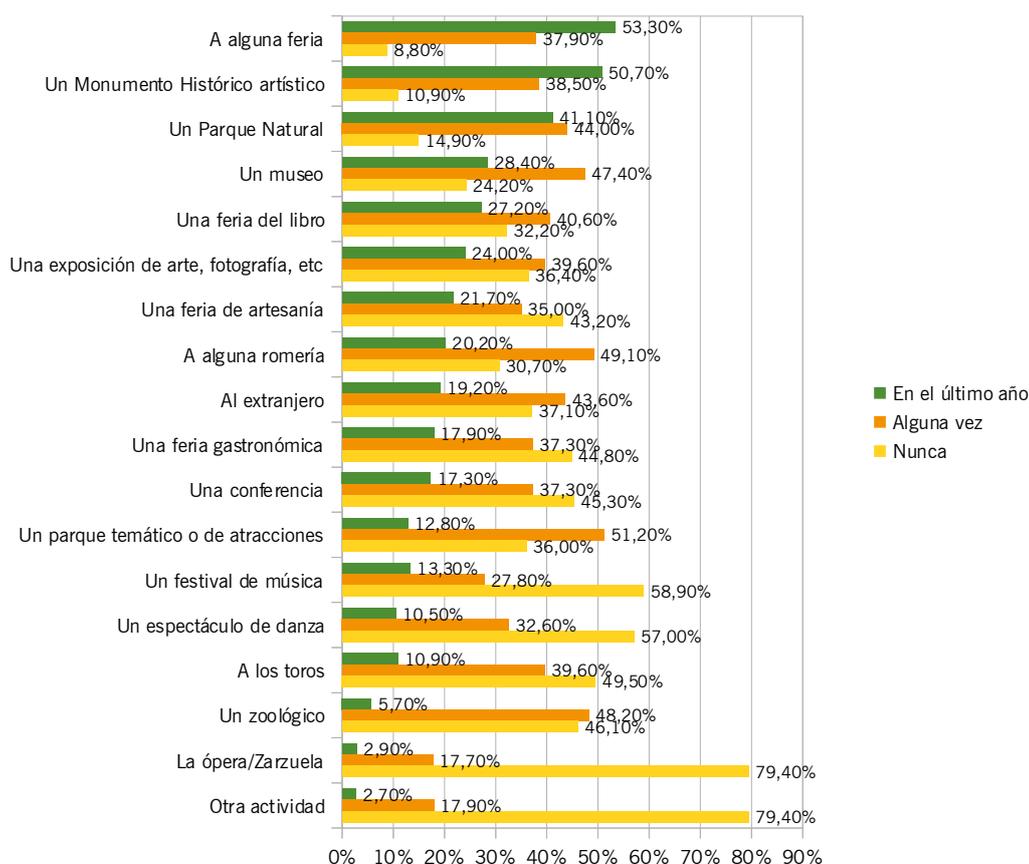
Tabla 13c: Media de horas libres de los habitantes de la Provincia de Granada. Habitat.



Cuando analizamos las actividades en las que los habitantes de la provincia de Granada ocupan su tiempo libre, podemos diferenciarlas en varios tipos en función de la asiduidad de su uso. Así, podemos distinguir en primer lugar aquellas realizadas con mayor frecuencia, al menos una vez al año, que serían la asistencia a alguna feria, 53,3%, la visita a algún monumento artístico, 50,7% y la visita a algún parque natural, 41,1%. Le sigue un segundo bloque conformado con actividades mucho más ocasionales, esto es que presentan porcentajes

de realización en el último año inferiores al treinta por ciento, tales como asistencia a museos, ferias del libro, ferias de artesanía, exposiciones, visitas al extranjero y asistencia a conferencias, todas ellas en una horquilla entre el 17% y el 28% de realización en el último año. Por último, nos encontramos con las menos frecuentes, esto es aquellas que nunca se han llevado a cabo principalmente asistencia a una ópera o zarzuela, 79,4%, festival de música, 58,9%, festival de danza, 57%, a los toros, 49,5% o a un zoológico, 46,1%.

Tabla 14: Principales actividades culturales realizadas por los habitantes de la Provincia de Granada



Por lo que respecta al gasto medio en cultura que realizan los granadinos y granadinas, la media se sitúa en 33,7 euros, cantidad que oscila notablemente en función de algunas características socio-demográficas de la población encuestada. En este sentido, los hombres gastan ligeramente más que las mujeres, en concreto cinco euros más al mes, mientras que las edades intermedias, esto es, de 25 a 44 años son las que más gastan en cultura, en concreto una media de 45 euros. Los que más gastan al mes son los que poseen un nivel de estudios superior, en concreto 51,3 euros, frente a los 13,6 euros de los que no poseen estudios o los 23,7 euros de los que tienen estudios primarios únicamente. Por último en relación al hábitat de los entrevistados, el gasto en el entorno urbano es 18 euros superior al del rural, 46 euros frente a 28 de los municipios rurales.

Tabla 15: Gasto medio en cultura según variables sociodemográficas. Sexo.

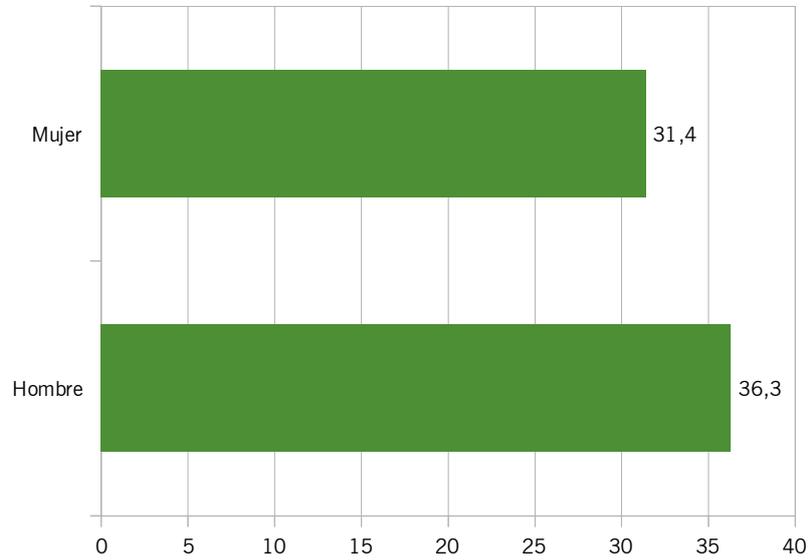


Tabla 15: Gasto medio en cultura según variables sociodemográficas. Edad.

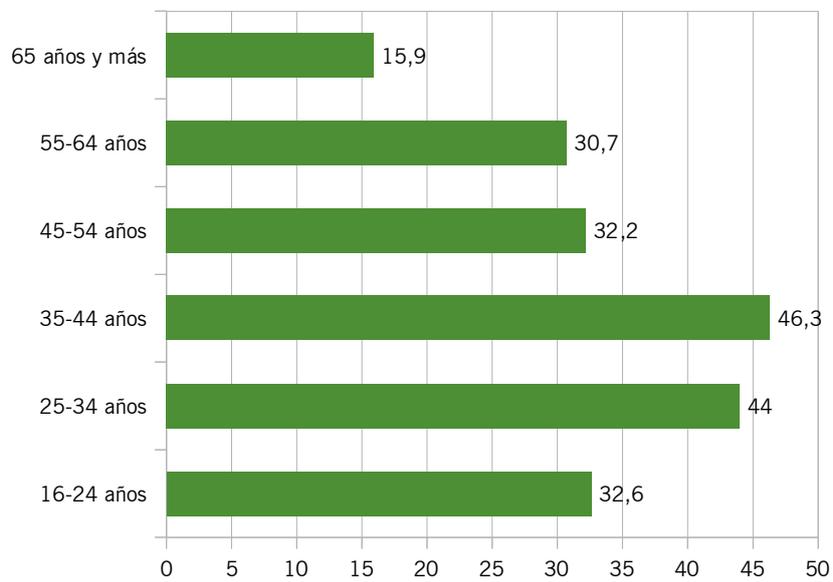


Tabla 15: Gasto medio en cultura según variables sociodemográficas. Habitat

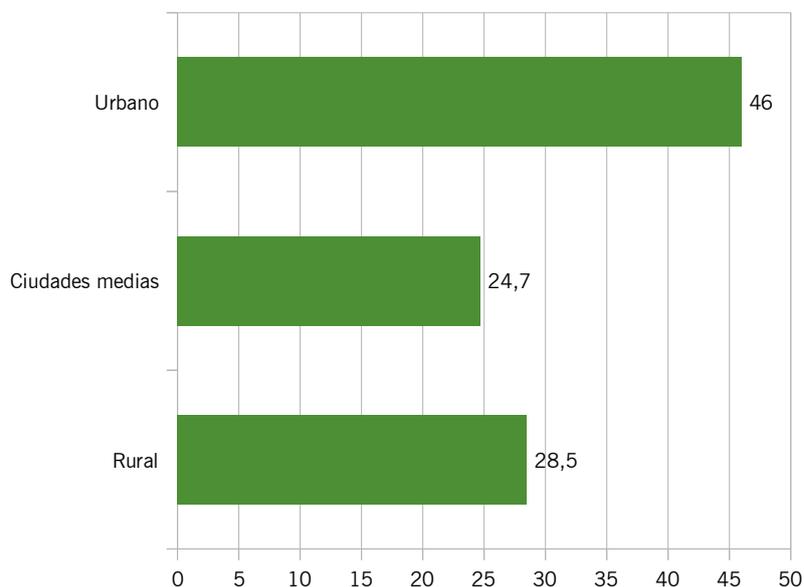
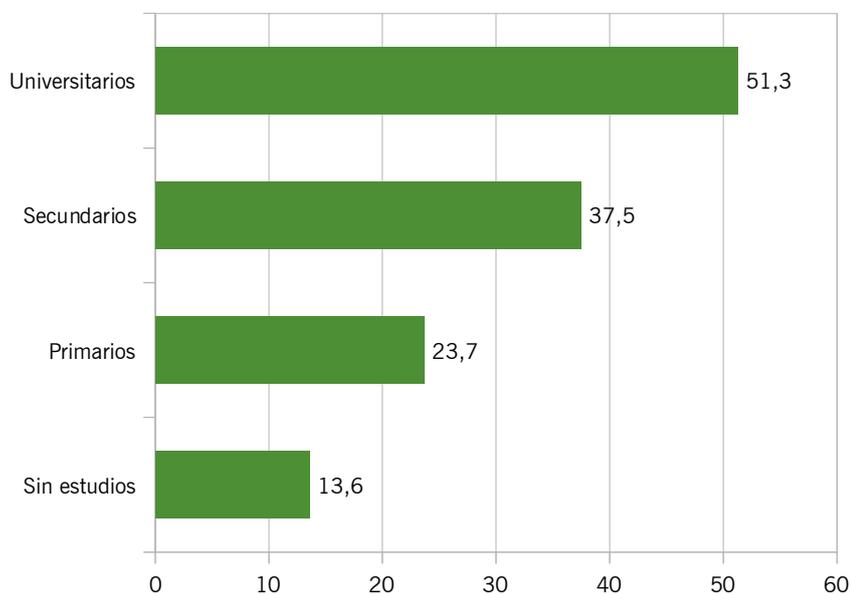


Tabla 15: Gasto medio en cultura según variables sociodemográficas. Estudios.

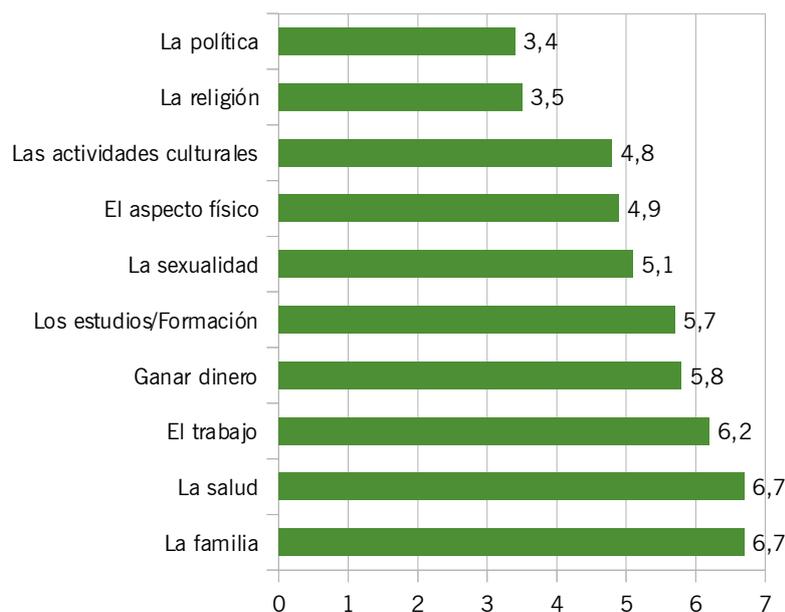


Para finalizar nuestro estudio analizaremos la importancia otorgada a una serie de valores que tiene que ver directamente con la calidad de vida del individuo. Para ello, preguntamos acerca de la puntuación que en una escala de 0 a 10 se le otorga a cada uno de estos aspectos, encontrándonos con el siguiente resultado:

La familia, 6,7 de media, la salud, 6,7 y el trabajo, 6,2 son los valores primordiales para la población objeto de estudio, presentando todos una media superior al 6%. Le siguen el ganar dinero, 5,8, los estudios y la formación, 5,7 y la sexualidad, 5,1. En un segundo bloque aparecen, con valores inferiores al cinco, el aspecto físico, 4,9 y las actividades culturales, 4,8, seguidos por la religión y la política como los aspectos menos importantes para los granadinos y granadinas y presentando una valoración media de 3,5 y 3,4 en la nombrada escala. Si bien parece claro que la importancia de un aspecto que entronca profundamente con nuestra cultura, como es el caso de la familia, es central en nuestros entrevistados, aparecen una serie de aspectos que tienen que ver más con actitudes materiales que con post-materiales, en concreto la mayor importancia otorgada al trabajo, el ganar dinero o la formación entroncan con valores mucho menos materiales, tales como la cultura. Por último dos valores que explica perfectamente el contexto en el cual nos hayamos insertos, por un lado la poca importancia otorgada a la religión en una sociedad cada vez más secularizada y la última posición en las preferencias hacia la política, sin duda fiel reflejo de los procesos de creciente desafección política fruto del contexto político y económico actual.

En este sentido, destaca la enorme homogeneidad en los valores expresados por la mayoría de los encuestados, independientemente de características particulares, quizás con pequeñas desviaciones respecto a la menor importancia de la sexualidad o el aspecto físico entre los más mayores o la mayor importancia otorgada a la salud entre los mismos. Podríamos afirmar que nos encontramos ante unas percepciones bastante asentadas en una sociedad que las expresa de manera transversal, fruto de la cristalización de dichos valores en procesos de asentamiento de los mismos y de una cultura política determinada fruto de los procesos de socialización y de la incidencia del contexto de nuestra sociedad.

Cuadro 16: Importancia media otorgada a los siguientes aspectos



Respecto a la valoración media que se da a la oferta cultural de su municipio la mayoría de los entrevistados suspende a la oferta cultural local. En concreto, sobre una media global de un 4,2 en una escala de 0 a 10, los más críticos son las mujeres respecto a los hombres y los más mayores respecto a los más jóvenes. De igual modo, son más críticos los que poseen estudios universitarios y los que habitan entornos urbanos frente a los rurales. La puntuación más baja se da entre los jóvenes de 25 a 38 años, 3,8 de media, mientras que la más alta, 4,9, entre los mayores de 65 años.

4.9.- GESTIÓN CULTURAL

Tabla 17: Valoración media de la oferta cultural según variables sociodemográficas. Sexo

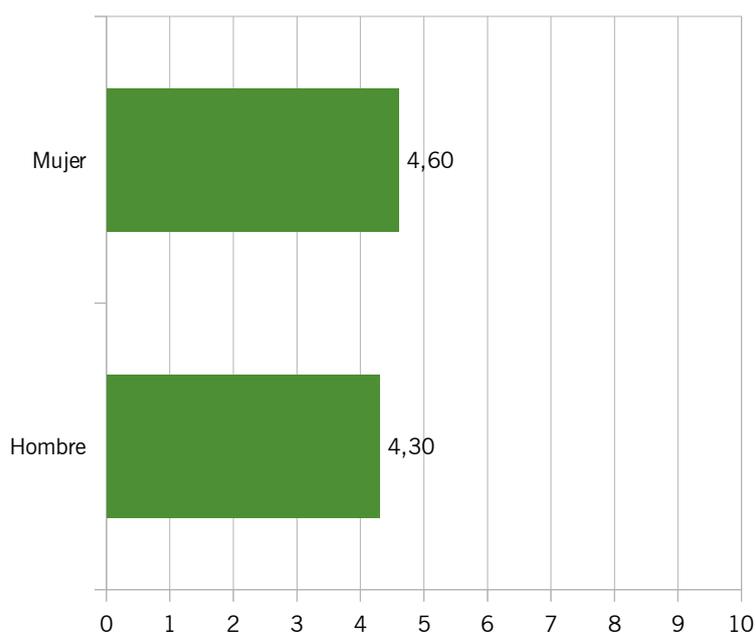


Tabla 17a: Valoración media de la oferta cultural según variables sociodemográficas. Edad

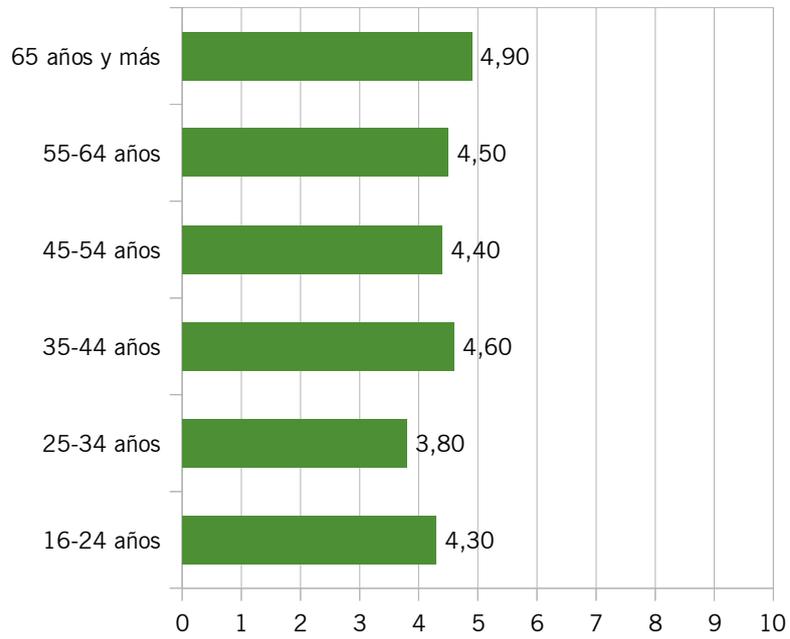


Tabla 17b: Valoración media de la oferta cultural según variables sociodemográficas. Estudios

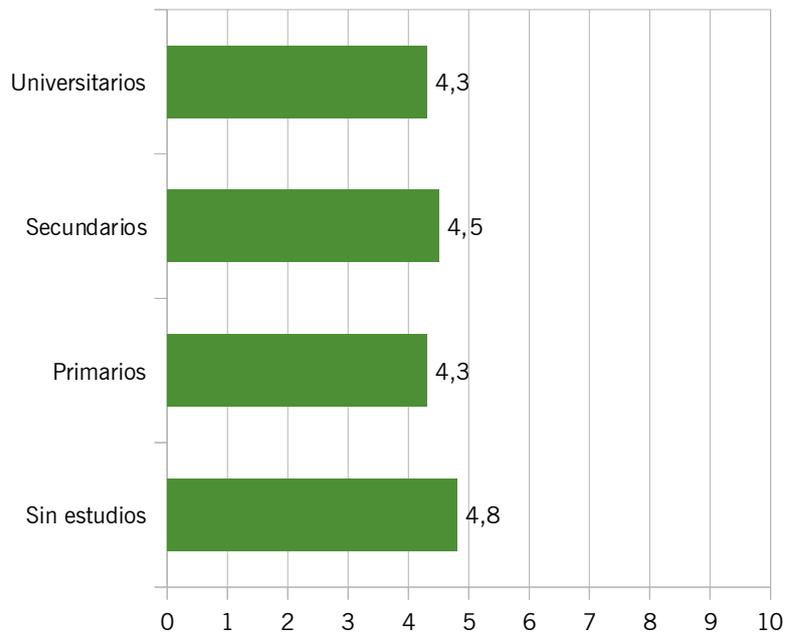
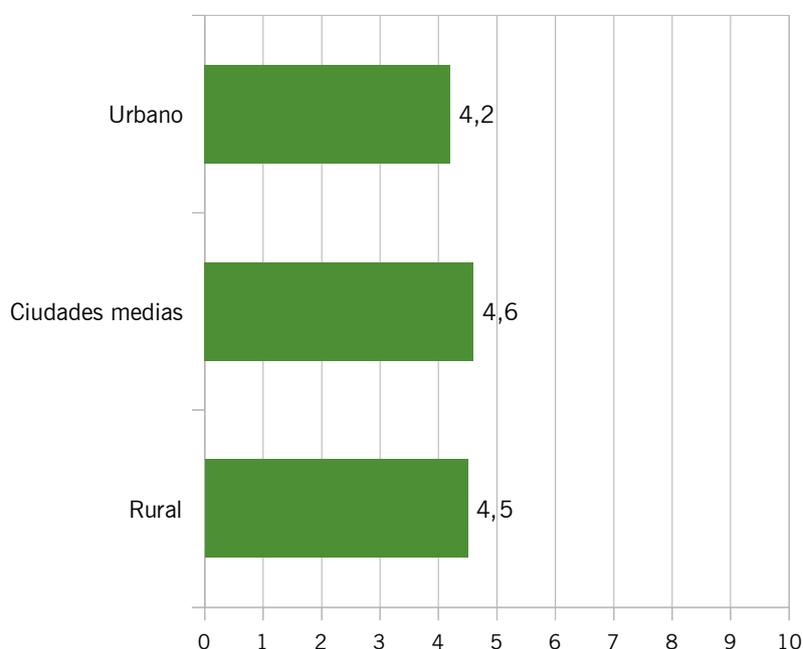


Tabla 17c: Valoración media de la oferta cultural según variables sociodemográficas. Habitat



Por último, para ahondar un poco más en las percepciones sobre la importancia otorgada a la cultura y a la oferta y gestión de la misma, entre la población participante en nuestra investigación se ha incluido una serie de preguntas relativas a este aspecto. En las respuestas se denota un alto nivel de consenso respecto a que la cultura ha de ser un bien universal, promovido por las administraciones públicas y que han de subvencionarla por encima de ofertas más populares. De igual modo, se presta especial atención y se le otorga una alta importancia a la lectura y a la necesidad de control de los espacios televisivos. Por último, existe un muy alto grado de desacuerdo con respecto al gravamen de las actividades culturales en una situación de crisis como la actual, en concreto existe una clara oposición al aumento del IVA cultural.

Tabla 3: Grado de acuerdo sobre las siguientes afirmaciones relacionadas con la cultura

	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
La cultura es un lujo que sólo algunos pueden tener.	40,8%	26,3%	5,9%	16,4%	10,3%
Las Administraciones ,Ayuntamiento, Diputación, Junta, Estado, no deberían subvencionar las actividades como música, cine, teatro, etc. Quien lo quiera que lo pague.	45,9%	24,0%	15,2%	8,2%	6,1%
En situaciones de crisis como la nuestra, es natural que aumente el IVA en la compra de entradas para los espectáculos ,conciertos, cine, teatro, exposiciones,... o en la compra de libros, música, etc.	49,3%	21,0%	15,2%	7,0%	6,9%
La lectura no es tan importante para la vida como algunos dicen.	60,8%	25,7%	8,0%	3,4%	1,5%
No deberían emitirse en TV programas en los que se falta el respeto y se venden problemas familiares y/o personales.	4,0%	8,4%	13,5%	15,6%	55,8%
La gente preferiría que las Administraciones ,Ayuntamiento, Diputación, Junta, Estado, subvencionaran cosas populares como las Ferias o las Romerías más que los festivales de música, teatro, cine o la compra de libros, música, etc.	40,0%	22,3%	23,4%	10,5%	3,4%

4.10.- CONCLUSIONES

En el presente trabajo hemos realizado un análisis de los principales usos y hábitos culturales de la población de la provincia de Granada. Como primera conclusión, debemos reseñar el elevado grado de homogeneidad presente en la mayoría de expresiones respecto a los principales usos y donde son la edad, el nivel de estudios y el tamaño de hábitat los principales elementos de distinción o segmentación de la opinión pública a este respecto. A continuación presentamos una breve síntesis de las principales aportaciones de la presente investigación:

- La población de la provincia de Granada presenta un limitado grado de asociacionismo: apenas uno de cada tres encuestados, 34,9%, pertenece y participa en una asociación, siendo las más recurrentes las deportivas, religiosas o culturales.
- El nivel de lectura presentado por la población granadina es moderado, en tanto que solamente el 29,7% de los encuestados afirma leer diariamente la prensa. Este porcentaje de lectura diaria se reduce al 19% en el caso de los libros no profesionales y al 6,5% en el de las revistas. El nivel de estudios es el principal elemento diferenciador en los perfiles de lectura, siendo esta media mucho más elevada en el caso de aquellos que poseen estudios universitarios e incrementándose el porcentaje en más del doble que el de la población general. Respecto a los gustos literarios predominan los best-sellers como los que más predilección presentan, independientemente de características socio-demográficas.
- En consonancia con el moderado nivel de lectura la asistencia a bibliotecas de la población granadina es escasa. Tan sólo un 10% de la población de Granada afirma que va y utiliza con cierta frecuencia la biblioteca.
- La música, junto con la televisión, es el uso cultural más extendido. La población granadina, en su mayoría, escucha música todos o casi todos los días, siendo su predilecta la música pop/rock, ya sea española o extranjera.
- En lo que respecta al cine, se observa una asistencia media baja a las salas de cine en detrimento del visionado en los nuevos soportes, fundamentalmente el ordenador y las descargas y visionado por Internet. De algún modo, podemos afirmar que globalmente se ven más películas que nunca pero, paradójicamente, cada vez menos en el cine. Los gustos están capitalizados por las películas de comedia, acción o aventuras.
- Respecto al uso de internet, sobresale la práctica relacional, destacando el uso diario de las redes sociales, los servicios de mensajes por internet y el correo electrónico, mientras que le sigue en importancia el uso lúdico, sobre todo el relacionado con la descarga de contenidos multimedia.
- El interés por el teatro es moderado entre los granadinos, pudiendo afirmar que los realmente interesados en esta actividad cultural representan algo menos de la cuarta parte del total. En consonancia con este bajo interés la asistencia media a representaciones teatrales es baja, disminuyendo con respecto a la asistencia habitual y menor en los ámbitos rurales que en los urbanos.

- El tiempo medio de ocio de la población granadina es de cuatro horas diarias, presentando importantes diferencias en función de variables como la situación laboral, estado civil y edad fundamentalmente. La actividad de ocio más practicada es la fotografía, en consonancia con la mayor facilidad de práctica generada por las nuevas tecnologías.
- En lo referente a las principales actividades de ocio en las que los habitantes de la provincia de Granada ocupan su tiempo libre, podemos diferenciarlas en varios tipos en función de la asiduidad de su uso. Destacando como las más realizadas la asistencia a ferias, visitas a monumentos artísticos y a algún parque natural. La menos frecuente es la asistencia a actividades musicales en general, sobre todo a la ópera o zarzuela y festivales de música y danza.
- La valoración media que se realiza de la oferta cultural municipal es negativa, en tanto que la mayoría la suspende con un 4,2. Los más críticos son los que poseen mayor nivel de estudios y los más mayores.
- El gasto medio en bienes culturales es de 33,7 euros con importantes diferencias respecto al nivel de estudios, situación laboral o edad. Las edades intermedias con estudios universitarios son las que mayor gasto hacen en cultura, incrementando el valor de la media global hasta los 51 euros.
- Los valores a los que mayor importancia otorgan los granadinos son, por este orden, la familia, la salud y el trabajo. Por el contrario, a los que menor importancia le otorgan son la religión y la política. Estas valoraciones se mantienen con una enorme robustez en la mayoría de categorías socio-demográficas.
- Por último, existe un alto nivel de consenso respecto a que la cultura ha de ser un bien universal, promovido por las administraciones públicas y que han de subvencionarla por encima de ofertas más populares.

