

# CAPÍTULO 6

## Jaén

### USOS, HÁBITOS Y DEMANDAS CULTURALES DE LA POBLACIÓN DE LA PROVINCIA DE JAÉN

**Pedro Jesús Luque Ramos**  
**Carmen María Cruz Elvira**

Area de Psicología Social  
*Universidad de Jaén*

- 6.1.- Asociacionismo
- 6.2.- Hábitos de Lectura
- 6.3.- Tv y Radio
- 6.4.- Internet (Ordenador, Móvil, Rádio)
- 6.5.- Internet (Ordenador, Móvil, Rádio)
- 6.6.- Cine
- 6.7.- Música y Teatro
- 6.8.- Tiempo Libre y Ocio
- 6.9.- Gestión Cultural
- 6.10.- Conclusiones



## 6.1.- ASOCIACIONISMO

En este primer apartado, se analiza el comportamiento asociacionista de la muestra encuestada, de los habitantes de los municipios de de Jaén.

Casi dos tercios de los entrevistados, el 71,8%, manifestó no formar parte actualmente de algún tipo de asociación. En relación con esta cuestión, aparecen algunas diferencias reseñables, según el grupo de edad y el tamaño del municipio, al que pertenecen los encuestados. Los porcentajes de asociacionismo para los grupos de edad comprendidos entre 35 y 44 años, y entre 45 y 54 años superan el 35%, situándose en el 37,8% y el 38,0%, respectivamente; esta proporción desciende al 28,6% y 17,3% en los grupos de edad más maduros (entre 55 y 64 y 65 y más años, respectivamente), y también disminuye, hasta llegar al 20,3%, en el grupo de 16 a 24 años.

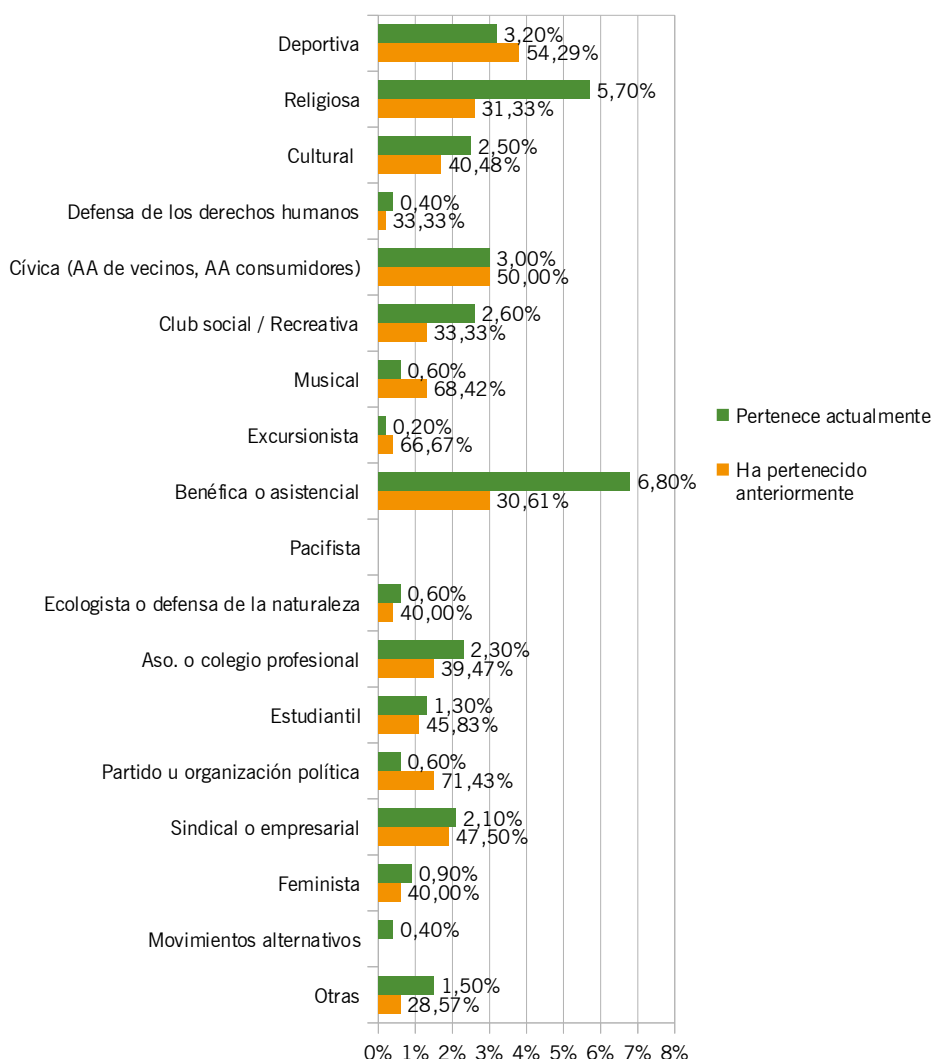
Respecto al tamaño de municipio destaca el mayor porcentaje obtenido por los encuestados que pertenecen a municipios de 50001 a 100000 habitantes, con un 43,8%; los otros valores obtenidos son 25,3%, en el caso de menos de 10000 habitantes, 23,0% en el caso de 10001 a 20000 habitantes, 27,0% para los habitantes de municipios de 20001 a 50000 habitantes y finalmente un porcentaje del 33% de los encuestados de municipios mayores de más de 100001 habitantes, indica que pertenece y participa actualmente en asociaciones. Con respecto al sexo de los encuestados se constata una conducta asociacionista en la actualidad similar entre las mujeres (29,5%) y los hombres (26,8%).

En relación con la pertenencia en el pasado, a algún tipo de asociación, el 20,0% declara haber pertenecido a algún tipo de asociación anteriormente. En el Gráfico 1 se analiza esta cuestión de manera pormenorizada, en función de los diferentes tipos de asociaciones propuestos, comparando los tipos de asociaciones a los que se pertenece actualmente y a los que se ha pertenecido anteriormente.

En cuanto a la pertenencia actual, destaca la integración en asociaciones de carácter “benéfico o asistencial” y “religioso”, declarada cada caso por más de un 5% de la muestra, seguida, en proporciones inferiores, por la pertenencia a asociaciones de tipo “cívico” y “deportivo” con un 3,0% y un 3,2%, respectivamente. En el otro extremo, cabe destacar, que para asociaciones de tipo: “pacifista”, “defensa de los derechos humanos” o “excursionista”, el porcentaje de no pertenencia en la actualidad ni en el pasado, supera el 99,5%.

Por lo que respecta a la pertenencia pasada, con respecto a la actual, destacan dos hechos: que un 2,6% de la muestra declara haber pertenecido a “asociaciones religiosas” y este dato se duplica en la actualidad, siendo del 5,7%; y que un 3,0% de la muestra indica que ha pertenecido anteriormente, a asociaciones de tipo “benéfica o asistencial” y el porcentaje de personas que pertenecen actualmente también se duplica, llegando al 6,8%.

Gráfico 1: Asociaciones a las que pertenece actualmente y a las que ha pertenecido con anterioridad



## 6.2.- HÁBITOS DE LECTURA

En esta segunda sección del capítulo, se analizan diferentes aspectos relacionados con los hábitos de lectura, tanto en formato papel como en digital, de los habitantes de los municipios de Jaén; entre estos aspectos se examinan el tiempo dedicado a la lectura de libros no profesionales, prensa y revistas, el tipo de lectura y formato que se prefiere, y el uso de bibliotecas.

En primer lugar, se observa la frecuencia de lectura de libros no profesionales de forma general y en relación a las variables: edad, sexo y tamaño del municipio al que pertenecen los encuestados. El tiempo de lectura dedicado a los libros no profesionales se distribuye de la siguiente forma: “a diario, si le es posible”, el 20,2% de los participantes preguntados; “algunos días a la semana”, el 15,3%; “sólo los fines de semana”, el 3,0%; “algunas veces al mes”, el 9,3%; dentro de la categoría “con menor frecuencia” se encontraría el 11,5%; y en la opción “nunca o casi nunca”, el 38,6%; el 2,1% restante se acoge a la opción “no sabe / no contesta”.

Si se relaciona esta frecuencia de lectura de libros (no profesionales), con el sexo de los encuestados, no se observan diferencias apreciables, tan sólo señalar que el porcentaje de encuestados que afirman no leer “nunca / casi nunca” es algo mayor en las mujeres (42,5%), que en los hombres (34,5%). Sobre la variable edad se puede destacar que el grupo de edad de 35 a 44 años presenta el menor porcentaje de todos (14,3%), para la frecuencia “a diario, si le es posible”. También se puede observar que dicho grupo de edad de 35 a 44 años junto con el de 65 años y más, manifiestan leer con una frecuencia de “nunca o casi nunca” en porcentajes superiores al 44%; Concretamente, en el grupo de edad de 35 a 44 años la proporción alcanza el 46,9%, y, en el grupo de edad de 65 años y más, el 44,5%; Estos porcentajes descienden sensiblemente hasta llegar al grupo de edad de 55 a 64 años, no alcanzando el 30%, quienes afirman leer con una frecuencia de “nunca / casi nunca”, en concreto el 28,6%.

Respecto a la variable tamaño del municipio según el número de habitantes, los resultados sugieren que no existen grandes diferencias; señalar, no obstante, que los habitantes de municipios de menos de 10000 habitantes obtienen el porcentaje mayor para la frecuencia “a diario, si es posible” (21,6%) y que los habitantes de municipios de 50001 a 100000 habitantes, presentan el menor porcentaje en dicha frecuencia (16,7%), además de mostrar también el mayor porcentaje de todos, para la frecuencia de tiempo de lectura “nunca / casi nunca” (47,9%).

En segundo lugar, al analizar el tiempo dedicado a la lectura de la prensa general (no deportiva), se puede observar que éste se distribuye como sigue: “a diario, si es posible”, el 30,6% de los encuestados; “algunos días a la semana”, el 17,2%; “sólo los fines de semana”, el 2,6%; “algunas veces al mes”, el 6,4%; “con menor frecuencia”, el 5,9%; y la opción “nunca /casi nunca” el 34,8%; y un 2,5% de los participantes de la encuesta eligió la opción “no sabe / no contesta”.

Cuando relacionamos la frecuencia de lectura de prensa general (no deportiva), con la variable sexo, no se observa nada reseñable, sin embargo, se aprecian algunas diferencias al relacionar dicha frecuencia con respecto a las otras dos variables de estudio: edad y tamaño de la población según el número de habitantes.

Sobre la variable edad podemos destacar que el grupo de edad de 55 a 64 años presenta el mayor porcentaje de todos (38,1%), para la frecuencia “a diario, si le es posible”; también podemos observar que dicho grupo de edad, manifiesta leer con una frecuencia de “nunca o casi nunca” en porcentajes inferiores al 26%; en el otro extremo, presentando los porcentajes menores para la frecuencia “a diario, si le es posible” se encuentra el grupo de edad de 35 a 44 años con un 25,5% acompañado del grupo de 65 años y más, con un 28,2%; este último intervalo de edad, de 65 años y más, presenta además, el máximo porcentaje (44,5%), para la frecuencia de lectura “nunca / casi nunca”.

Los porcentajes de encuestados para la frecuencia de lectura de prensa “a diario, si le es posible” en relación al tamaño del municipio, van aumentando desde el 28,4% (para el grupo de menos de 10000 habitantes), hasta el 38,0% (grupo de 20001 a 50000 habitantes), para luego ir disminuyendo hasta un 22,0% (grupo de más de 100001 habitantes); Indicar también que el porcentaje menor para la frecuencia “nunca / casi nunca” (28,0%), lo obtiene el grupo de tamaño poblacional de 20001 a 50000 habitantes.

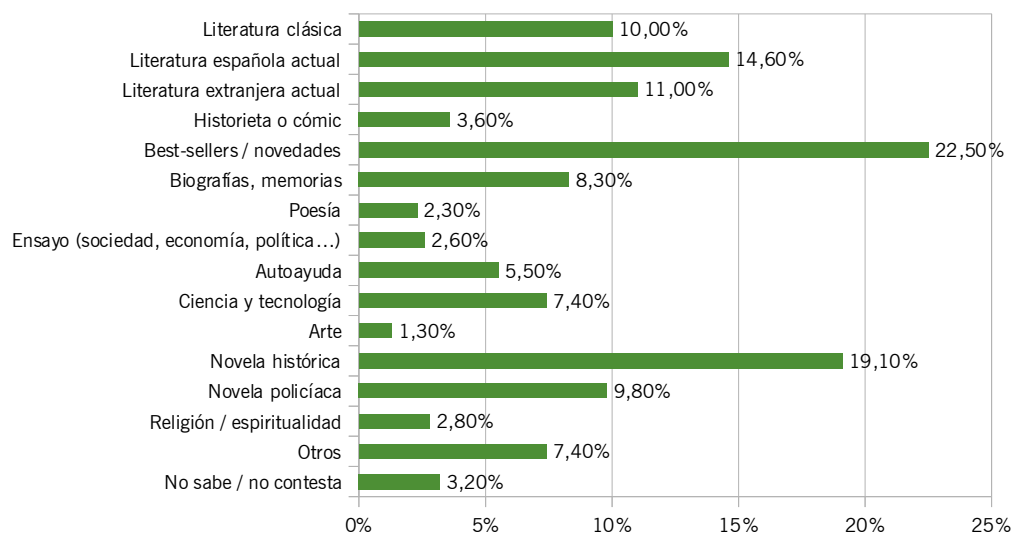
El tiempo dedicado a la lectura de revistas está distribuido de la siguiente forma: “a diario, si le es posible”, el 6,8% de los participantes preguntados; “algunos días a la semana”, el 17,4%; “sólo los fines de semana”, el 3,0%; “algunas veces al mes”, el 10,2%; dentro de la categoría “con menor frecuencia” se encontraría el 11,7%; y en la opción “nunca o casi nunca”, el 47,8%. El 3% restante se acoge a la opción “no sabe / no contesta”.

Con respecto a la edad, se observa que la frecuencia de lectura de revistas “a diario, si le es posible” obtiene los mayores porcentaje de encuestados en los grupos de individuos más jóvenes de 16 a 24 años (10,8%) y en los grupos individuos más maduros y de edad más avanzada; presentando un 9,5% el grupo de edad de 55 a 64 años y un 7,3% el grupo de edad de 65 años y más, para dicha frecuencia.

Al analizar el gráfico que relaciona la frecuencia de lectura con respecto a la variable tamaño de la población, no se puede afirmar que exista una correlación entre dichas variables, ni una tendencia clara, tan sólo destacar que el porcentaje de encuestados mayor, con diferencia (13%) para la frecuencia “a diario, si le es posible”, lo presenta el grupo de municipio de 10001 a 20000 habitantes; y el porcentaje menor, lo presenta el grupo de tamaño de municipio menos de 10000 habitantes, con un 3,2%.

En referencia al número medio de libros leídos, en los últimos doce meses, los resultados indican que es de 2,95 en formato papel y de 0,68 en formato digital.

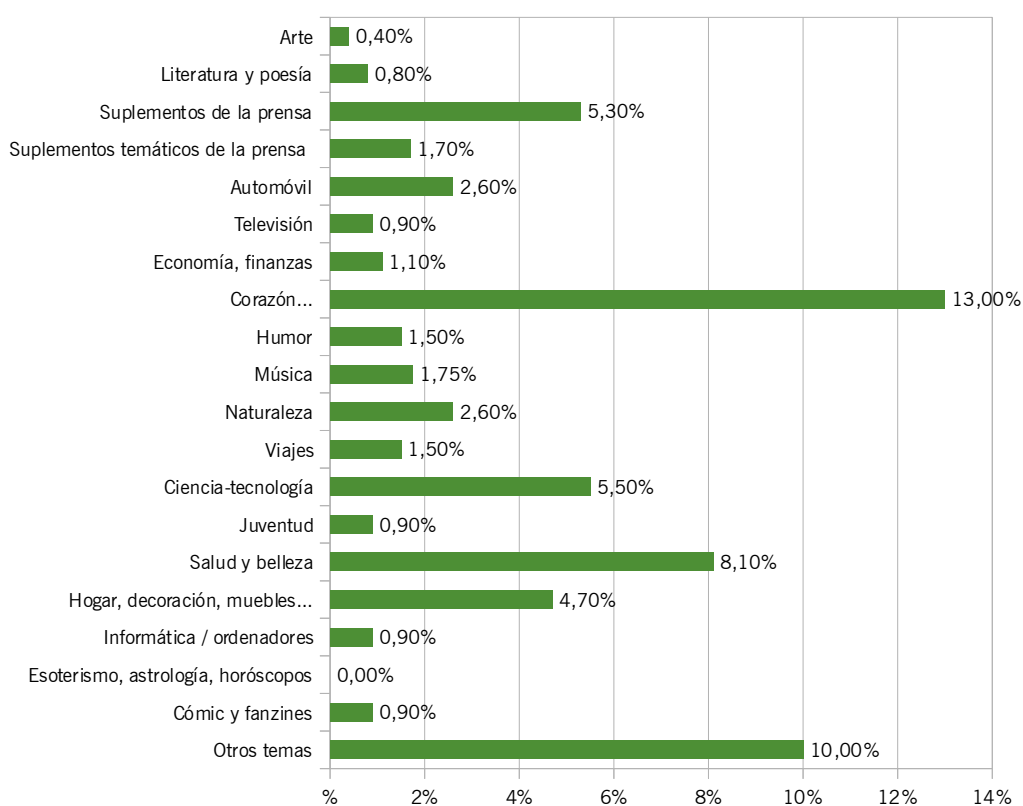
*Gráfico 2: Tipo de lectura (libros no profesionales) que se prefiere, en formato papel o digital*



Otra de las cuestiones planteadas se refiere a los libros no profesionales que se prefieren (en formato papel y digital); los datos obtenidos se indican en el Gráfico 2. En este caso, se empleó un formato de respuesta múltiple. Los “best-sellers / novedades” son elegidos en un 22,5% de los casos; a estos le sigue la “novela histórica” con un 19,1%; a estas dos categorías

le sigue un grupo de categorías que se aproximan en sus porcentajes, se trata de “literatura española actual” con un 14,6%; “literatura extranjera actual” con un 11,0%; y la “literatura clásica”, con un 10,0%; las demás categorías presentan unos porcentajes siempre menores del 10%, obteniendo los porcentajes inferiores al 3%, las categorías: “religión / espiritualidad” (2,8%), “ensayo” (2,6%), poesía (2,3)% y la categoría “arte”, con un 1,3% de los casos. En un 3,2%, se optó por la categoría “no sabe / no contesta”.

Gráfico 3: Tipo de revistas o publicaciones periódicas que se prefiere, en formato papel o digital



El Gráfico 3 recoge las revistas o publicaciones periódicas de carácter no profesional, que suelen leer los encuestados; se utilizó, nuevamente, un formato de respuesta múltiple. Las repuestas recogidas presentan la siguiente distribución: las revistas de “corazón”, son elegidas en el 13,0% de los casos; las revistas de “salud y belleza” son elegidas en el 8,1% de los casos; con un porcentaje de entre el 5% y el 10% encontramos las revistas de tipo “ciencia-tecnología” (5,5%) y “suplementos de la prensa “ (5,3%); de las demás categorías, señalar que presentan todas valores por debajo del 3%, excepto la categoría “hogar, decoración, muebles...” que presenta un valor del 4,7%; destacar también, que en un 10,0% de los casos, se eligió la alternativa “otros”.

Sobre el tipo de formato en el que se lee libros con mayor frecuencia, un 87,3% de los encuestados respondió que lee en formato papel y el resto, un 12,7% indicó hacerlo en formato digital. En este sentido, existe una ligera diferencia entre los hombres y mujeres entrevistados,

presentando los hombres un porcentaje algo mayor (15%), para la opción “libro electrónico (e-book)” frente a un 10,8% que muestran las mujeres. En relación al tipo de formato de libro elegido, respecto de los diferentes grupos de edades, se puede inquirir que existe una tendencia de menor uso del formato digital, a partir del grupo de 35 a 44 años hasta el grupo de 65 años y más; de esta forma, el porcentaje mayor para este tipo de formato, lo muestra el grupo edad que comprende a los individuos de 25 a 34 años (18,5%).

En relación a la forma de adquisición de la prensa, cabe destacar que la prensa general, se obtiene en un 43,0% “en internet, de manera gratuita” y las revistas, en un 15,7% también “en internet, de forma gratuita”; se obtiene “en papel, de forma gratuita”, un 30,9% de la prensa general y un 25,7% de las revistas, frente a las que se obtienen “en papel, con precio”: un 26,2% de la prensa general y un 58,6% de las revistas.

Respecto al tiempo dedicado a la lectura, con respecto a hace un año, los resultados indican que el 58,4% de los encuestados dedica igual de tiempo, el 28,7% dedica menos tiempo y el porcentaje restante (12,9%) dedica más tiempo que hace un año, a la lectura.

En cuanto a los datos relacionados con el uso y conocimiento de la existencia de bibliotecas, a la pregunta: “¿hay alguna biblioteca pública cerca de su domicilio, a la que pudiera ir caminando?”, un 44,8% de los encuestados responde “sí, pero nunca he ido”; un 18,5% elige la respuesta “sí, he ido y la he usado sólo alguna vez (muy esporádicamente)”; un 3,8% selecciona la opción “sí, voy y la uso con cierta frecuencia (una vez al mes o algo menos)”; un 5,9% responde con la opción “sí, voy y la uso frecuentemente (dos o tres veces al mes o más)”; un 4,0% responde eligiendo la respuesta “no sabe si hay biblioteca pública cerca de su domicilio”; y , finalmente, un 23,1% afirma que “no hay biblioteca pública cerca de su domicilio”. Resaltar que respecto a la variable “tamaño de municipio”, los grupos de habitantes pertenecientes a municipios de menos 50000 habitantes, presentan todos ellos, un porcentaje mayor de 50% para la opción “sí, pero nunca he ido”. En otro sentido, señalar que el porcentaje para la opción “no hay biblioteca pública cerca de su domicilio”, es del 35,2% para el grupo de habitantes perteneciente a un municipio de tamaño de más de 100001, y que alcanza el mayor porcentaje de todos, para los habitantes pertenecientes a municipios de 50001 a 100000 habitantes (50,0%).

### 6.3.- TELEVISIÓN Y RADIO

En este tercer punto, dedicado a la televisión, los contenidos audiovisuales a través de internet y la radio, se tratan diversas cuestiones como el tiempo dedicado a estos medios, el tipo de acceso que se tiene a los mismos y los contenidos preferidos por la población jiennense, que ha participado en el estudio. En primer lugar se abordan las cuestiones relacionadas con la televisión y los contenidos audiovisuales a través de internet y en segundo lugar se plantean las cuestiones que tienen que ver con la radio.

En cuanto a la frecuencia con que ven los programas o formatos televisivos en televisión: “a diario si es posible” el porcentaje es del 87,5% siendo para programas o formatos televisivos a través de internet del 3,6%; “algunos días a la semana” consume televisión el 8,5% y el 10,0%

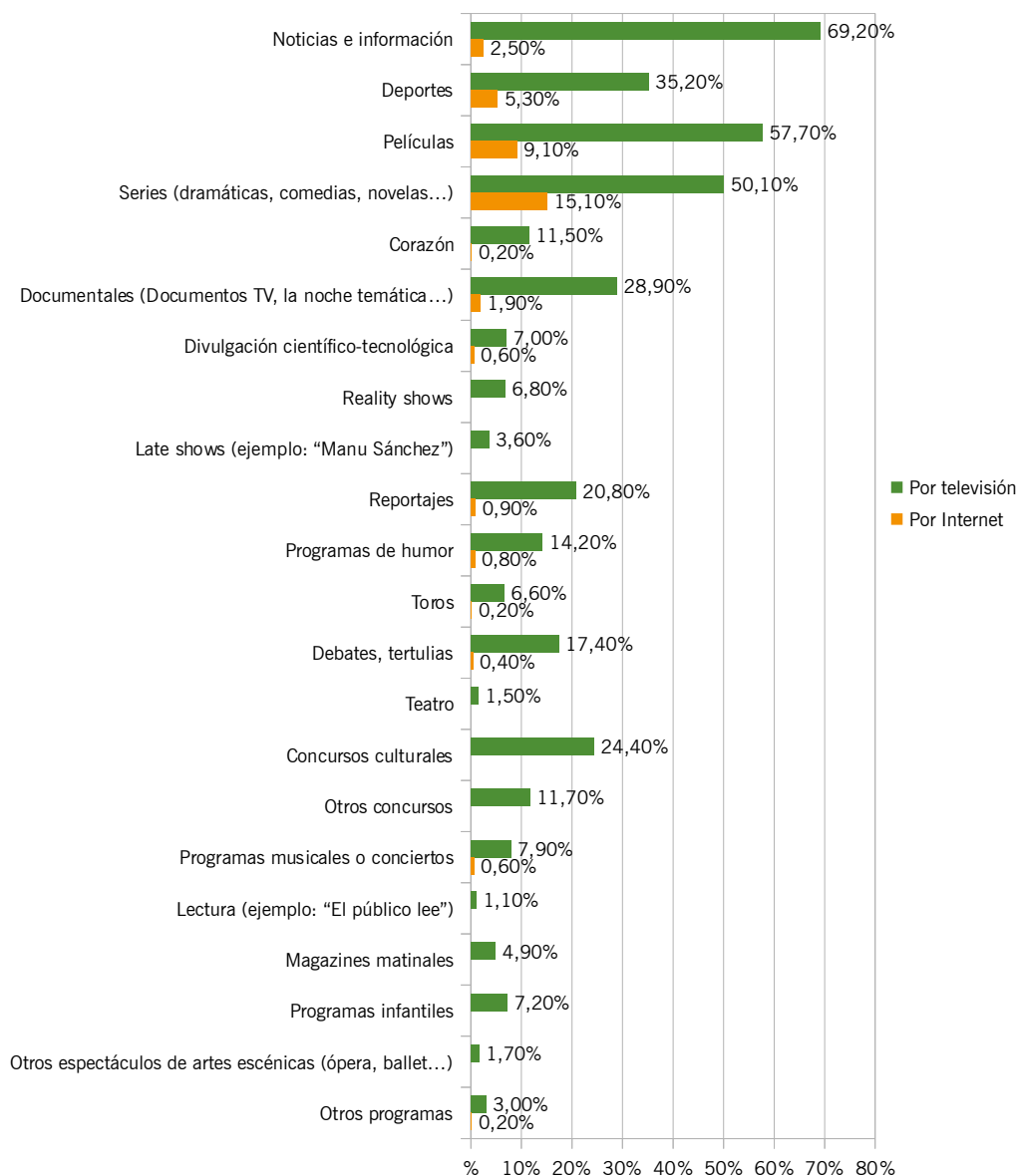


ve programas a través de internet; “sólo los fines de semana” el 0,8% consume contenidos audiovisuales a través de la televisión directamente y el 2,1% ve contenidos audiovisuales por internet; para “algunas veces al mes” es del 0,2% para el medio televisivo y 3,6 para el medio de internet; “con menor frecuencia” es del 0,6% a través de la televisión y 1,9% a través de internet; finalmente, indicar que para la opción “nunca o casi nunca”, los porcentajes son del 2,5% y del 78,6%, para la televisión y para internet, respectivamente.

En referencia al tiempo que consumen programas o formatos televisivos por televisión, en la encuesta se analizaba tanto el tiempo dedicado en días laborables, como el tiempo dedicado en fines de semana. Los días laborables los entrevistados dedican una media de 158,88 minutos, con una desviación típica de 109,16, a ver la televisión. Esta cifra se eleva ligeramente los fines de semana, llegando a una media de 167,71 minutos, con una desviación típica de 119,81.

Por otra parte, respecto al tiempo que dedican a ver programas o formatos televisivos a través de internet en días laborables, los habitantes de Jaén dedican una media de 12,30 minutos, con una desviación típica de 33,43. Esta cifra, es similar, en el caso de los fines de semana, que obtiene una media de 14,49 minutos, con una desviación típica de 39,11.

Gráfico 4: Tipo de programas o formatos televisivos que ven con más frecuencia, por televisión y por Internet



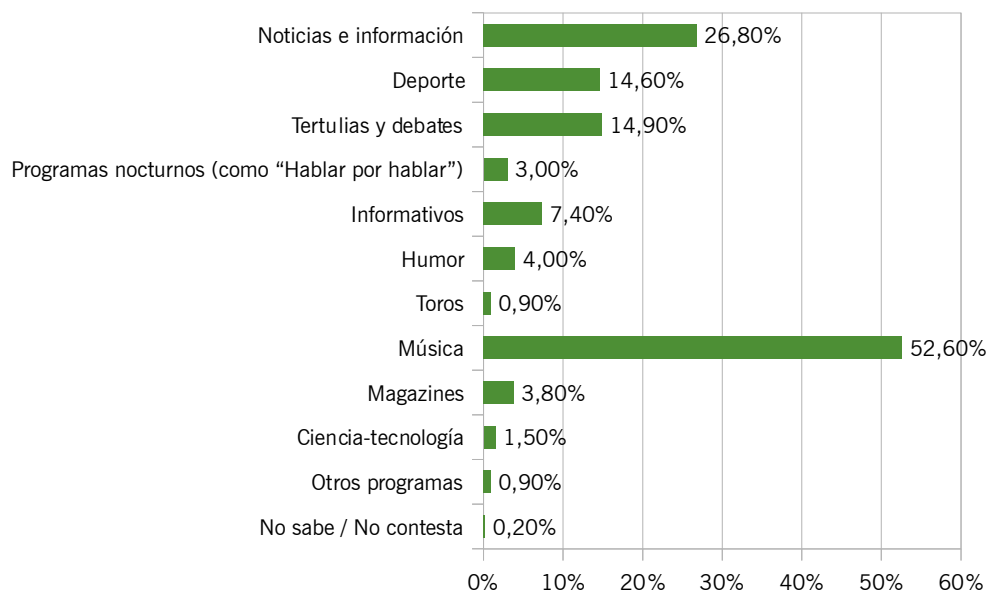
El Gráfico 4 recoge el tipo de programas que los habitantes de Jaén, que han participado en la encuesta, ven con más frecuencia. La opción de respuesta era múltiple. Se consideran 22 categorías, incluida la dedicada a otros tipos de programas no recogidos en la lista. Cuando se analiza el porcentaje de casos más altos del consumo de programas a través de la televisión un 69,2% lo hace para ver "noticias e información", un porcentaje algo menor para ver "películas" (57,7%); un 50,1% para ver "series"; un 35,2% para ver programas de "deportes"; un 35,2% lo hace para ver deportes; y, un 28,9% lo hace para ver documentales; Si comparamos con los programas más vistos a través de internet, comprobamos que los porcentajes más altos los obtienen las opciones "series" (15,1%), "películas" (9,1%), "deportes" (5,3%) y "noticias e información" (2,5%).

Respecto al tiempo dedicado a ver programas y formatos televisivos a través de la televisión, con respecto a hace un año, los resultados indican que el 57,7% de los encuestados dedica igual de tiempo, el 29,7% dedica menos tiempo y el porcentaje restante (12,7%), dedica más tiempo que hace un año a la televisión. En relación al tiempo dedicado a ver programas y formatos televisivos a través de internet, en referencia a hace un año, el 83,6% de los encuestados afirma dedicar igual de tiempo, el 8,9% dedica más tiempo y el porcentaje restante (7,6%), dedica menos tiempo que hace un año, a la televisión.

A continuación abordaremos algunos aspectos relacionados con la radio, comenzando con la frecuencia con la que escuchan la radio los habitantes de Jaén. El 41,6% de las personas entrevistadas afirma escucharla “a diario, si le es posible”; un 15,7% de los encuestados indica que la escucha “algunos días a la semana”; Un 12,2% la escucha con frecuencias que oscilan entre “sólo los fines de semana” a “con menor frecuencia”. Finalmente, resaltar que el 30,4% de los entrevistados declara no escuchar la radio “nunca o casi nunca”.

El medio más utilizado para escuchar la radio, es, con diferencia, el receptor de radio, elegido por un 58,2% de los participantes. Le siguen otros medios como el “móvil” (10,8%), el “ordenador” (7,0%), la “TV con TDT” (3,2%), los aparatos “MP3/4/5/6” (2,6%), y en último lugar la “tablet”, con un 0,2%.

Gráfico 5: Tipo de programas que escuchan en la radio.



Respecto al tipo de programas de radio habitualmente escuchados, la distribución de las respuestas dadas por los encuestados, realizadas según formato de respuesta múltiple, puede observarse en el Gráfico 5. El mayor porcentaje lo obtiene la opción de “música” con un 52,6%; el 26,8% de los casos corresponde a la categoría “noticias e información”; el 14,9% se refiere a “tertulias y debates”, y el 14,6% elige programas de “deporte”; el resto de categorías de elección posibles, se sitúan bien por debajo de las mencionadas anteriormente; de esta forma, los programas de “magazines” obtienen el 3,8% de las respuestas; la opción “programas

nocturnos”, el 3,0%; los programas de “ciencia-tecnología”, el 1,5%; y, los programas de toros un 0,9%; la alternativa que hace referencia a otras modalidades de programas diferentes a las indicadas, fue elegida el 0,9% de los casos. El 0,2% de la muestra encuestada se acogió a la opción “no sabe / no contesta”.

En referencia al tiempo que se escucha la radio, en la encuesta se analiza tanto el tiempo dedicado a la radio en días laborables, como en fines de semana. Los días laborables los encuestados dedican una media de 87,50 minutos, con una desviación típica de 130,50, a escuchar la radio. Los fines de semana, la media es sensiblemente menor, es de 58,92 minutos, con una desviación típica de 96,57.

Con respecto al tiempo dedicado a escuchar la radio, con respecto a hace un año, los resultados indican que el 71,5% de los participantes dedica igual de tiempo, el 14,7% dedica menos tiempo y un porcentaje similar a este último, el 13,8%, dedica más tiempo que hace un año, a escuchar la radio.

### 6.4.- INTERNET (ORDENADOR, MÓVIL, TABLET...)

En este apartado se recoge información sobre el uso que hacen de internet, los habitantes de la provincia de Jaén; esta información se relaciona con variables como sexo, edad y tamaño de la población. También se abordan otros temas relacionados, como el tipo de uso que se le da a internet y el tiempo de dedicación actual, con respecto a hace un año.

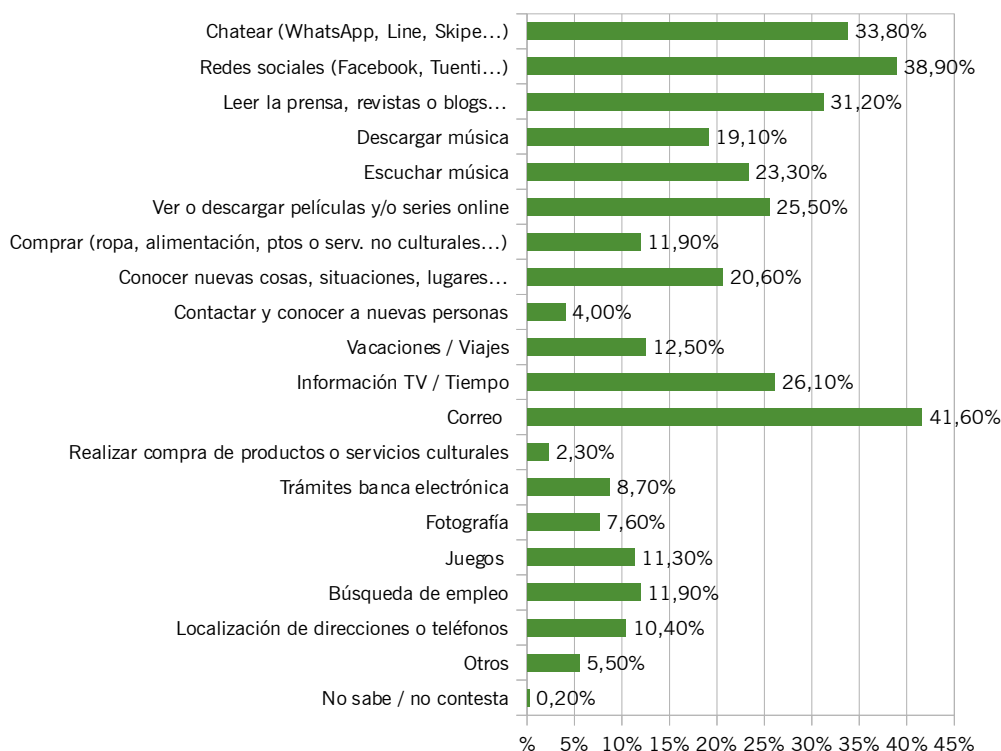
De manera general, en respuesta a la pregunta: “¿usa internet?”, un 62,2% de los encuestados afirma usarlo mientras que el resto, un 37,8% indica que no lo usa. Al estudiar el uso de internet en relación a la variable sexo, se observa que es utilizado algo más por los hombres, que por las mujeres; concretamente, un 67% de los hombres encuestados afirma usar internet, frente a un 57,5% de las mujeres participantes; cabe destacar, además, diferencias apreciables con respecto a otra variable de estudio: la edad; se comprueba una relación clara de que el uso de internet está relacionado con la edad, de forma que su uso disminuye conforme aumenta el valor de dicha variable, concretamente el porcentaje de las personas que afirma usar internet varía de un 98,6% para el grupo de 16 a 24 años a un 5,5% para el grupo de 65 años o más. Con respecto al tamaño de la población según el número de habitantes, señalar que se observa un aumento de los porcentajes de encuestados que utilizan internet, conforme aumenta el tamaño del municipio; así este porcentaje pasa de ser de un 58,9% (grupo de menos de 10000 habitantes), creciendo de forma continua en los siguientes grupos, hasta alcanzar el máximo en el grupo de 50001 a 100000 habitantes, con un 77,1%.

En referencia a la frecuencia con que se usa internet “a diario, si le es posible”, los porcentajes varían según el medio que se utiliza para ello, de forma que la opción “en el ordenador” es contestada en un 72% de los casos, “en el teléfono móvil” en un 64,7%, “en la tablet” en un 9,1% y “en la televisión” en un 0,6% de los casos; lo mismo ocurre para la frecuencia “algunos días a la semana”, donde el ordenador sigue siendo el medio más utilizado con un 15,2% de los casos seguido de los otros medios; los porcentajes de casos en las opciones “en el ordenador”, “en el móvil” y “en la tablet” son claramente menores y similares en relación

a las frecuencias “sólo los fines de semana”, “algunas veces al mes” y “con menor frecuencia” siendo de, aproximadamente, un 15%, un 1,8% y un 2,1%, respectivamente; indicar además, que para la opción de frecuencia “nunca o casi nunca”, el porcentaje de casos más elevado corresponde a la opción “en la TV” con un 38,3%. Finalmente, señalar, que en esta pregunta sobre la frecuencia de uso de internet, existe la opción de respuesta “no tengo / no dispongo”, que obtiene un porcentaje de 75,4% de casos para “la tablet” y un 59,9% para “la televisión”.

En el estudio, se han considerado 20 categorías de posibles usos de internet, por parte de los habitantes de la provincia de Jaén, incluidas las categorías “otros” y “no sabe / no contesta”. El formato empleado para obtener esta información, es de respuesta múltiple. Los datos recogidos se muestran en el Gráfico 6.

Gráfico 6: Usos de Internet, al margen del trabajo o el estudio



Como se puede observar en el Gráfico 6, el uso de internet para consultar el “correo” es el más frecuentemente realizado, correspondiendo al 41,6% de los casos. Le sigue las opciones “redes sociales”, “chatear”, y “leer prensa, revistas o blogs...” que obtienen unos porcentajes de casos de 38,9%, 33,8% y 31,2%, respectivamente. Obtienen porcentajes entre el 20% y el 30% de casos, las opciones “información TV / Tiempo” (26,1%), “ver o descargar películas y / o series online” (25,5%), “escuchar música” (23,3%) y “conocer nuevas cosas, situaciones, lugares...” con un 20,6%. Las opciones “descargar música” (19,1%), “vacaciones / viajes” (12,5%), “comprar (ropa, alimentación...)” y “búsqueda de empleo” (ambas con un 11,9%),

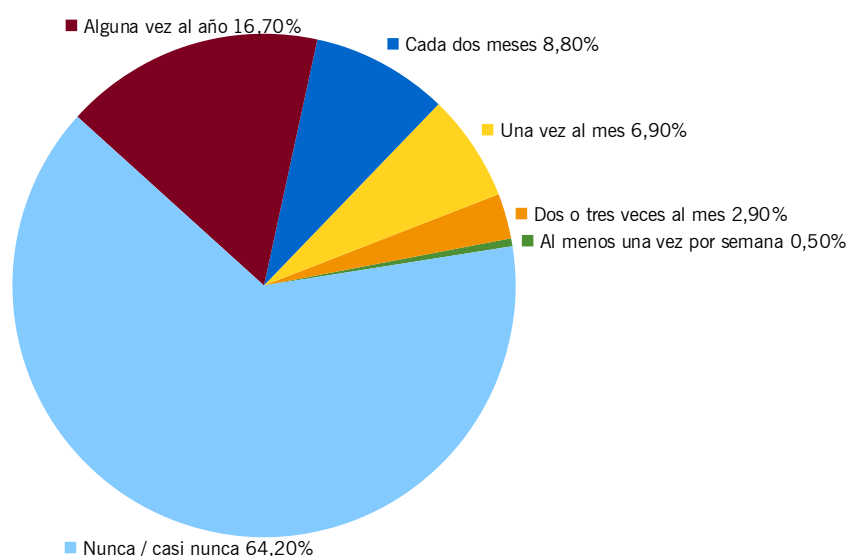
“juegos” (11,3%) y “localización de direcciones o teléfonos” (10,4%), presentan porcentajes situados entre el 10% y el 20% de los casos. El resto de las opciones presenta porcentajes menores del 10%; finalmente, señalar que la opción “realizar compras de productos o servicios culturales”, obtiene un porcentaje del 2,3% de los casos.

Respecto al tiempo dedicado al uso de internet, con respecto a hace un año, y al contrario de lo que se observa que ocurre en el uso de otros medios, los resultados indican que el 48% de los encuestados dedica más tiempo que hace un año, el 44,4% dedica igual de tiempo y sólo un 7,6%, le dedica menos tiempo que hace un año, a la utilización de internet.

### 6.5.- CINE Y PELÍCULAS

Bajo este epígrafe se abordan distintas cuestiones, tales como la frecuencia de visionado de películas, la asistencia a salas de proyección cinematográfica y la preferencia en cuanto a medios o espacios más utilizados y/o preferidos, para el visionado de las mismas.

*Gráfico 7: Frecuencia de asistencia al cine*

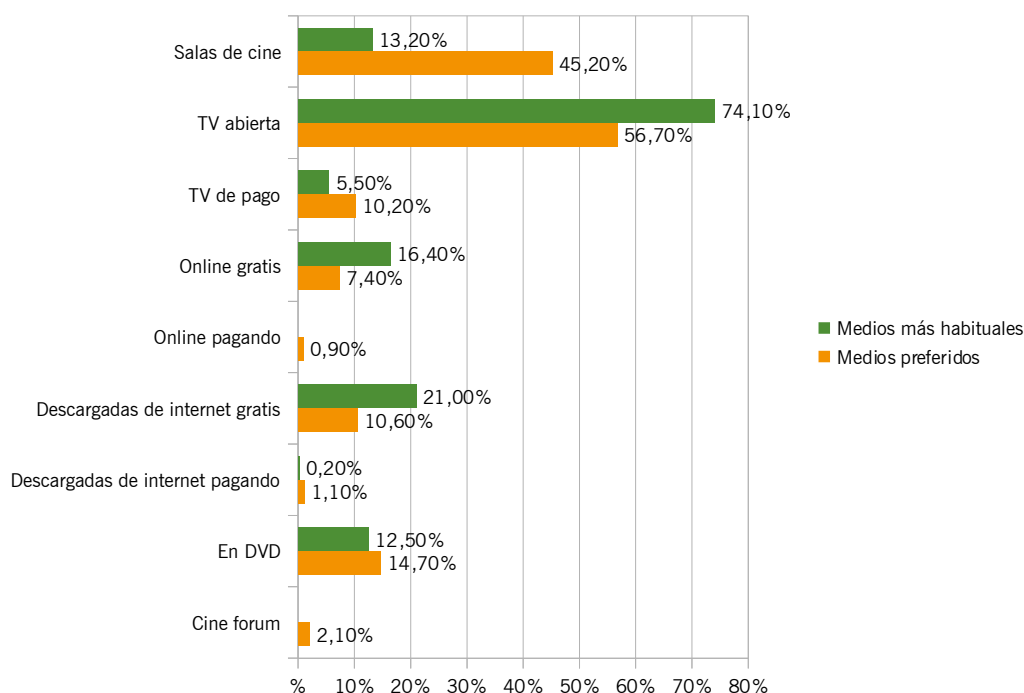


En relación a la frecuencia de asistencia a proyecciones cinematográficas, como podemos observar en el Gráfico 7, una proporción de encuestados, el 16,7%, declara ir al cine sólo “alguna vez al año”. Asimismo, el porcentaje de participantes en la encuesta que declara no ir nunca o casi nunca al cine alcanza el 64,2%. Únicamente el 0,5% de los encuestados declara asistir a proyecciones cinematográficas “al menos una vez por semana”. El 2,9% asiste a proyecciones cinematográficas “dos o tres veces al mes”. El 6,9% lo hace “una vez al mes” y el 8,8% asiste “cada dos meses”.

Otra de las cuestiones planteadas en esta encuesta a los habitantes de Jaén, se refiere a la frecuencia de visionado de películas a través de cualquier medio; más de un 40% de los participantes, el 43,1%, declara ver películas “algunos días a la semana”; asimismo, el porcentaje de participantes en la encuesta que declara ver películas “sólo los fines de semana” alcanza el 18,5%. Únicamente el 12,7% de los encuestados declara verlas “a diario, si le es posible”. El resto de las categorías, “con menor frecuencia” y “nunca / casi nunca”, obtiene porcentajes menores del 10%.

Respecto al tipo de películas preferidas por los encuestados, aspecto abordado en formato de respuesta múltiple, la categoría de “acción” se encuentra entre las preferencias del 43,3% de los encuestados. A continuación, se sitúa con porcentaje similar, la “comedia” (41,2%) y presentando menor porcentaje las películas de “aventuras” (32,5%) y el género de “drama” (31,0%); se encuentran con porcentajes de entre 20% y 30% las películas de “suspense” (29,7%), las de tipo “clásico” (23,3%) y las de “ciencia ficción” (20,4%). Destacar que las películas de animación obtienen un 11,7% y que un 10,8% respondió “otros”, en referencia a categorías que no se incluyen en las opciones de respuesta.

Gráfico 8: Dos medios más habituales y dos medios preferidos, para ver películas



El Gráfico 8 recoge los porcentajes de casos referentes a la pregunta: “¿Cuáles son los dos medios habituales por los que ve las películas, y cuáles son sus dos medios preferidos?”; como se puede observar en dicha tabla, el medio más habitual con diferencia es “TV abierta” (74,1%), y les siguen “descargadas de internet gratis” (21,0%) y “online gratis” (16,4%); por otro lado, respecto a los medios preferidos para ver películas, la “TV abierta” obtiene el máximo porcentaje un 56,7%; destacar que la opción “salas de cine” como medio preferido, obtiene un

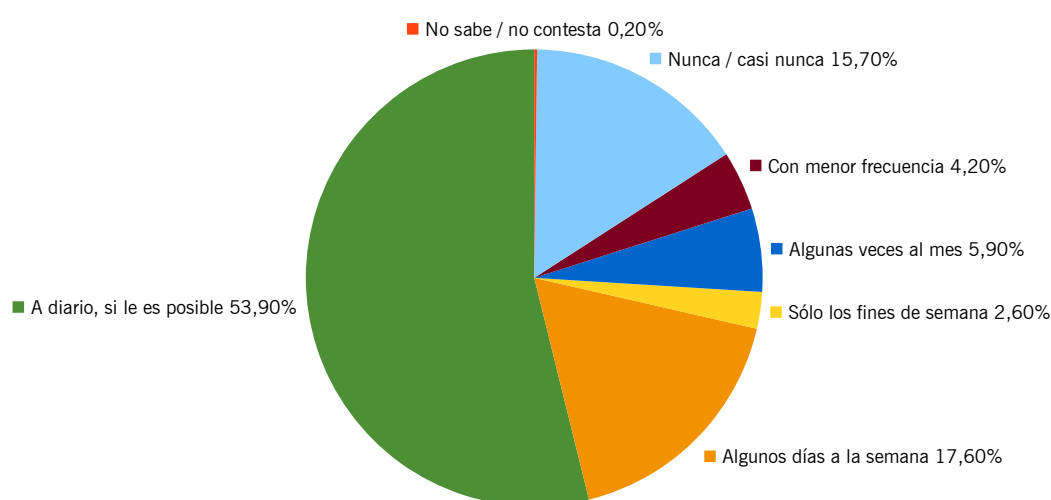
45,2% de porcentaje de casos, frente al 13,2% obtenido como medio usado de forma habitual. Por último señalar que las opciones: “online pagando”, “descargadas de internet pagando” y “cine fórum”, obtienen porcentajes muy bajos, que rondan el 2%, como respuesta a ambas preguntas sobre los dos medios más habituales y los dos medios preferidos.

Sobre la cuestión del tiempo dedicado a ver películas en general, con respecto a hace un año, los resultados indican que el 65,2% de los participantes dedica igual de tiempo, el 21,4% destina menos tiempo y el 13,4% ocupa más tiempo, que hace un año, a esta actividad. Si nos referimos al tiempo dedicado a ver películas en el cine, con respecto a hace un año, los resultados son 60,9%, 35,3% y 3,8% para las opciones “igual de tiempo”, “menos tiempo” y “más tiempo” que hace un año, respectivamente.

### 6.6.- MÚSICA

Los temas a tratar en esta sección están relacionados con los hábitos musicales de la población de la provincia de Jaén. Entre los asuntos que se tratan, se encuentran la frecuencia con la que escuchan música, el tipo de música preferida, el medio más frecuentemente utilizado para escucharla y el lugar donde habitualmente se realiza esta actividad. Se aborda además la frecuencia con que se asiste a conciertos y el tiempo que se dedica a esta actividad, con respecto a hace un año.

Gráfico 9: Frecuencia con la que escuchan música



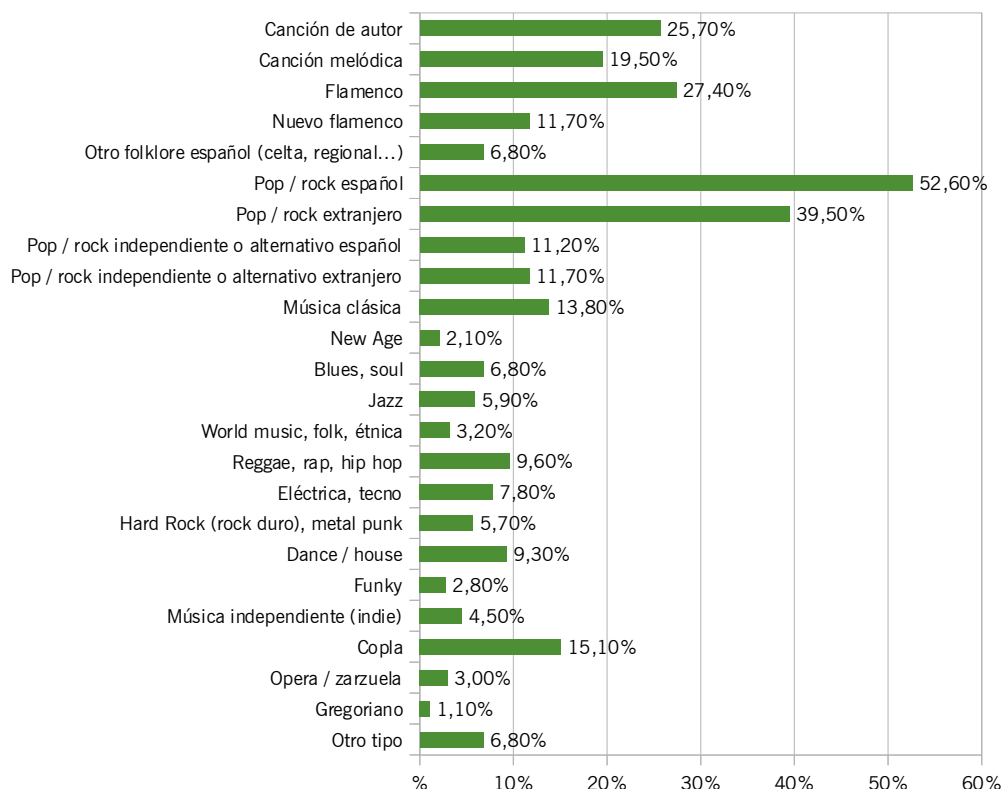


En cuanto a la frecuencia con que los participantes de la encuesta escuchan música, indicados en el Gráfico 9, más de la mitad de los mismos, el 53,9%, manifiesta hacerlo “todos / casi todos los días”. El 17,6% declara escuchar música “algunos días a la semana”; el 2,6% lo hace “sólo los fines de semana”; el 5,9% “algunas veces al mes”, “con menor frecuencia”, el 4,2%; y, finalmente “nunca / casi nunca”, el 15,7%. El 0,2% de los encuestados se acogió a la opción “no sabe / no contesta”.

Los medios más habituales utilizados para escuchar música son “la radio” (57,5%), “el móvil” (21,4%), “el ordenador” (21,0%); los “equipos de música portátiles” (12,3%), “la televisión” (11,2%) y los dispositivos “Mp3 / 4 / 5 / 6, Ipads...” (8,9%), se utilizan con menor frecuencia; la opción “tabletas” presenta un porcentaje de 0,6% y un 2,5% de los participantes eligió la opción “otros equipos”.

Para responder a la cuestión de cuáles son los lugares en los que habitualmente escuchan música los habitantes de Jaén, se utilizó, una vez más, un formato de respuesta múltiple. Los principales lugares donde los encuestados realizan esta actividad son “en casa” (65,2%), “en el coche” (42,9%) y “en el trabajo”, con un 18,5%; la opción “otros lugares” obtuvo un 6,8% y por último la respuesta “en el transporte público” alcanzó un 4,7%.

Gráfico 10: Tipo de música preferida



Respecto al tipo de música preferido, el formato utilizado fue de respuesta múltiple. Como podemos observar en el Gráfico 10, el tipo de música que cuenta con mayor grado de aceptación por parte de los habitantes de los municipios de Jaén es el “pop / rock español”; esta es una opción seleccionada por el 52,6% de los encuestados. En segundo lugar, se sitúa

el “pop / rock extranjero”, elegido por el 39,5%. En tercer lugar, aparece el “flamenco”, que es seleccionada por el 27,4% y en cuarto lugar la “canción de autor” que es elegida por un 25,7% de los encuestados. En quinto lugar, aparece la “canción melódica” con un 19,5%, seguido de la “copla” con un 15,1%. A continuación, en porcentajes situados entre el 10 % y el 15%, se encuentran la “música clásica” (13,8%), el “nuevo flamenco” y el “pop / rock independiente o alternativo extranjero” (ambas con un 11,7%) y el “pop / rock independiente o alternativo español” (11,2%). El resto de tipos de música tenidos en cuenta en este apartado, se encuentra entre las preferencias de menos del 10% del total de la muestra encuestada, encontrándose entre las menos elegidas, la música “new age”, el tipo de música “gregoriano” y la música “funky”, que no llegan ninguna de ellas al 3%. Resaltar que la opción “otro tipo” alcanza un 6,8%.

En relación al tiempo dedicado a escuchar música, con respecto a hace un año, los resultados indican que el 68,2% de los participantes dedica el mismo tiempo, el 20,2% dedica más tiempo y el 11,7% ocupa menos parte de su tiempo, que hace un año, a esta actividad.

Respecto al apartado en que se analizan los tipos de conciertos a los que asisten con mayor frecuencia los participantes de esta encuesta, destaca fundamentalmente, el elevado porcentaje de los encuestados que manifestaro no acudir “nunca / casi nunca” (68,1%) a actuaciones musicales y el bajo porcentaje que eligió la opción de ir “frecuentemente (una o más veces al mes)” un 1,3% de los encuestados.

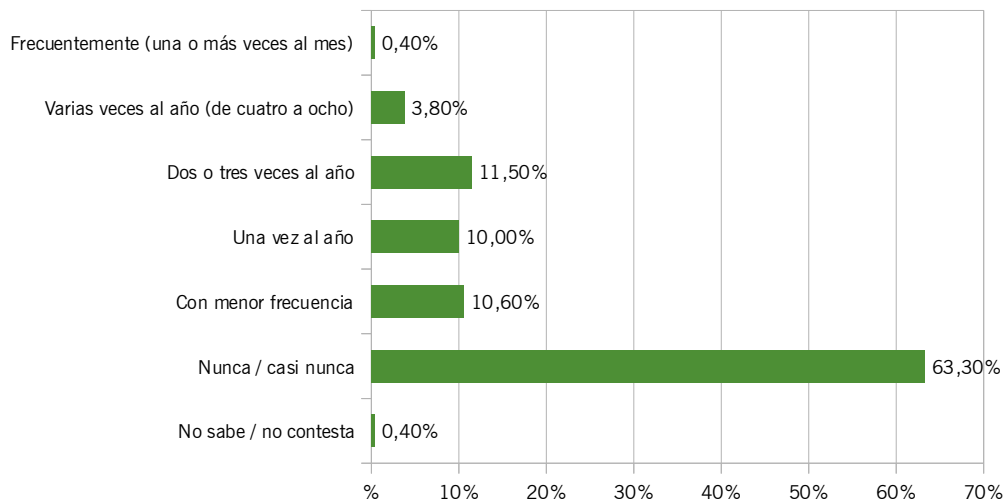
Sobre la mayor, menor o igual asistencia a conciertos, en relación a hace un año, los resultados obtenidos son 77,1%, 18,7% y 4,2% de encuestados, para las opciones “igual de tiempo”, “menos tiempo” y “más tiempo”, respectivamente, de dedicación a esta actividad.

### 6.7.- TEATRO

En este apartado, se valoran tres aspectos: el interés por el teatro, la frecuencia de asistencia a obras de teatro y el tipo de teatro preferido.

El interés por el teatro se valora en una escala del 1 al 5. El 30,2% de los encuestados se decantó por la mínima puntuación; el 21,4% eligió un “4”; el 18,7%, escogió un “3”; el 18,5%, eligió el máximo valor, un “5”; y, el 11,2%, un “2”. De esta forma, un 60,1% de los participantes en la encuesta declararo un interés por el teatro inferior o igual a la puntuación central de la escala (3); mientras que un 39,9% se situó por encima. El interés medio de los participantes por las obras de teatro es de 2,87, con una desviación típica del 1,50, en dicha escala de 1 a 5.

Gráfico 11: Frecuencia de asistencia a representaciones de obras de teatro



La frecuencia de asistencia a obras de teatro se recoge en el Gráfico 11. Tan sólo el 0,4% de los encuestados asiste a representaciones teatrales “frecuentemente”. El 3,8% declara asistir “varias veces al año (4 a 8)”. El 11,5% declara asistir “2 o 3 veces al año”. El 10,0% manifiesta asistir “una vez al año”. El 10,6% afirma asistir “con menor frecuencia”; a su vez, el 63,3% manifiesta no asistir “nunca / casi nunca” a representaciones teatrales. El 0,4% optó por la categoría “no sabe / no contesta”.

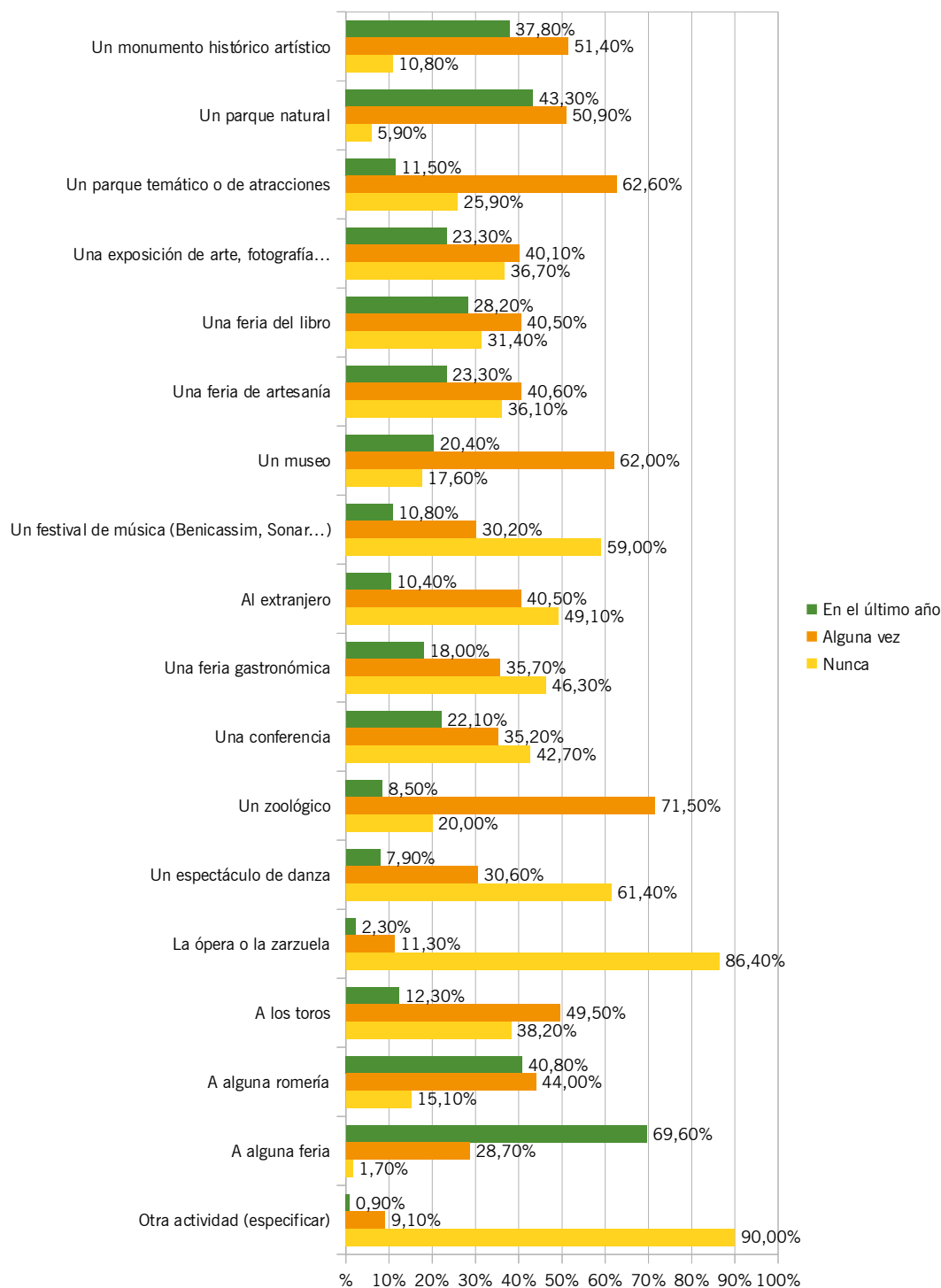
Sobre el tipo de teatro que interesa a los habitantes de Jaén, más de un tercio optó por la opción “musical”, con un 35,7%; con porcentajes ligeramente inferiores contaron el tipo de teatro “clásico” (33,5%), y la opción “otros” (31,2%), referente, ésta última, a otros tipos de teatro. La opción “teatro de actores actuales”, obtuvo un 24,2% y la respuesta “experimental o alternativo”, la eligió sólo el 6,6% de los participantes.

Respecto a la pregunta: “¿asistes al teatro más o menos que hace un año?”, los resultados indican que el 78,3% de los participantes asiste igual número de veces, el 16,3% asiste menos veces y el 5,5% va a más representaciones teatrales que hace un año.

## 6.8.- OTRAS ACTIVIDADES RELACIONADAS CON LA CULTURA

En la siguiente sección, se analizan otros tipos de actividades culturales, en las que han participado los encuestados.

Gráfico 12: Porcentajes de visitas o asistencias



En el Gráfico 12 se recogen los resultados obtenidos en relación con diversas actividades culturales, realizadas alguna vez, o en el último año, por los habitantes de Jaén. Cabe destacar una actividad que ha sido realizada por más de la mitad de los sujetos encuestados, durante el último año; esta actividad es la asistencia “a alguna feria”, realizada en el último año por el 69,6% de los habitantes encuestados; les siguen con porcentajes representativos las

visitas o asistencias a “un parque natural” (43,3%), “a alguna romería” (40,8%) y la visitas a “un monumento histórico artístico” (37,8%); con porcentajes de casos mayores del 20% se encuentran las visitas a “una feria del libro” (28,2%), a “una exposición de arte o de fotografía” y “a una feria de artesanía” (ambas con 23,3%), a “una conferencia” (22,1%) y “a un museo” (20,4%); las opciones que obtienen porcentajes de casos entre el 10% y el 20% son: “una feria gastronómica” (18,0%), “a los toros” (12,3%), “un parque temático o de atracciones” (11,5%), “un festival de música” (10,8%) y “al extranjero” (10,4%). Destaca, además, como la actividad realizada durante el último año por el menor porcentaje de encuestados, la asistencia a “una ópera o zarzuela” (2,3%), que obtiene por otro lado un 86,4%, como actividad que los encuestados nunca han realizado; cabe mencionar también que el 61,4% de los encuestados declaró no haber asistido jamás un espectáculo de danza y el 59,0% indicó no haber asistido nunca “a un festival de música”.

## 6.9.- OCIO Y GASTO EN CULTURA

Los aspectos tratados en este apartado, incluyen las estimaciones acerca de las horas libres para el ocio, con las que cuentan semanalmente los encuestados, además del gasto medio de cultura al mes, empleado por los mismos, en discos, libros, viajes, cine, teatro...

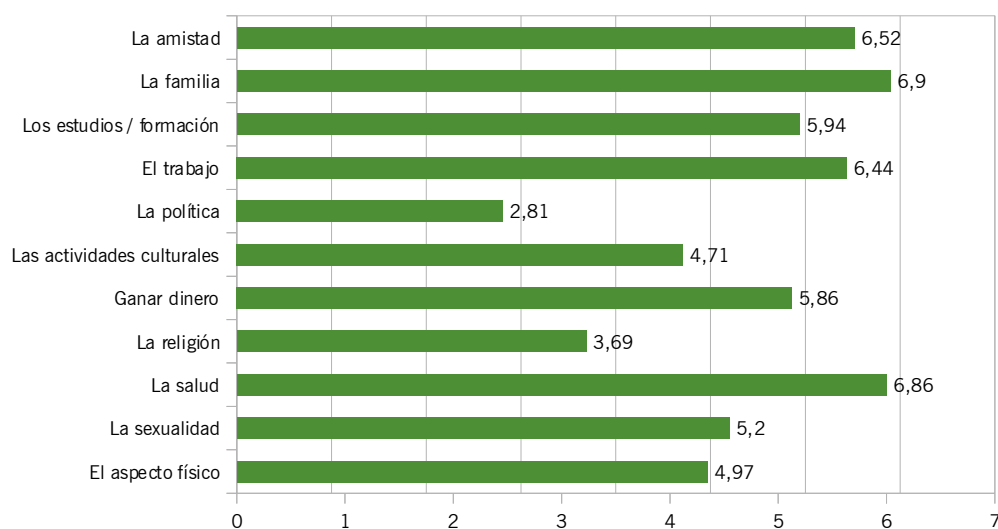
El número medio de horas libres a la semana dedicadas al ocio es de 23,33 horas, con una desviación típica del 20,09.

Los personas que participan en la encuesta estiman que el gasto medio al mes, para actividades culturales es de 24,83 €, con una desviación típica de 40,36.

## 6.10.- VALORES

En esta sección, se estudian la importancia que tienen determinados temas o asuntos, en la vida de los habitantes de los municipios de Jaén. En el Gráfico 13 se describen las medias obtenidas (y sus respectivas desviaciones típicas), para las distintas cuestiones planteadas; estas cuestiones han sido puntuadas o valoradas por los participantes con números del 1 al 7, de menor a mayor importancia. Destaca, de las cuestiones propuestas, “la familia”, valorada con un valor medio de “6,90”; a ésta le sigue “la salud” con un “6,86”, “la amistad” con un 6,52” y “el trabajo” con un 6,44 de media Como peor valoradas se encuentran “el aspecto físico” con un valor medio de 4,97, “las actividades culturales” con un 4,71 y “la religión” con un 3,69; presenta el mínimo valor medio “la política”, con tan sólo un 2,81.

Gráfico 13: Importancia de los valores (en una escala del 1 al 7)



### 6.11.- VALORACIÓN CULTURAL

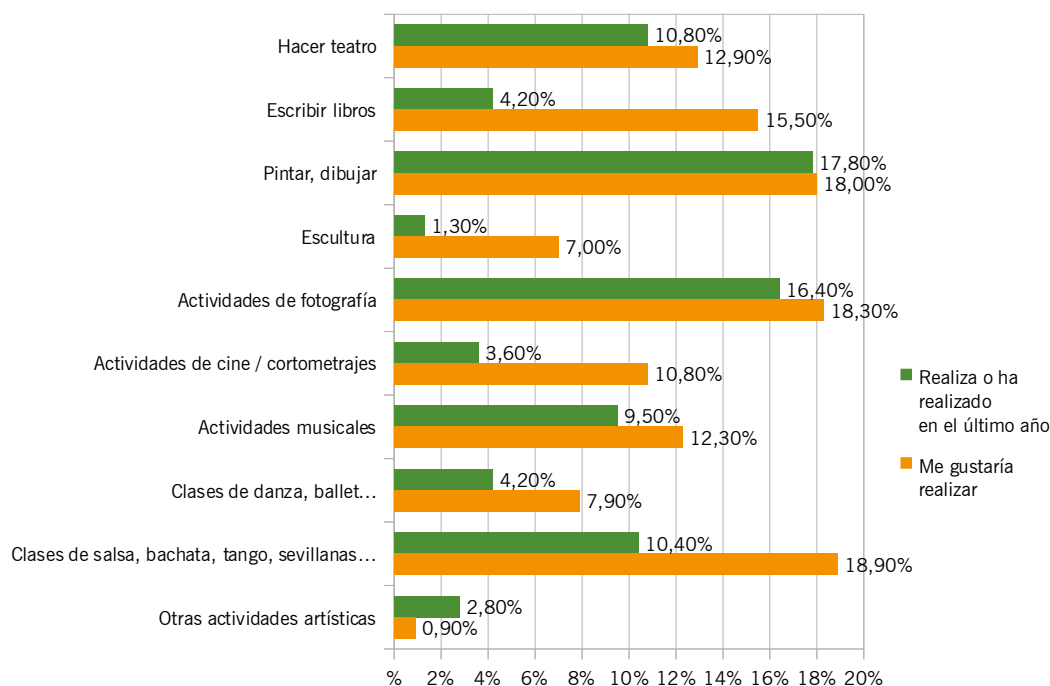
En el siguiente apartado, se evalúan las actividades culturales que ofertan los municipios a los que pertenecen los encuestados, incluyendo también su entorno, es decir, la oferta cultural de los municipios cercanos a los mismos.

La escala de valor utilizada es del 1 (mínimo) a 10 (máximo), y el valor medio obtenido de la valoración realizada por los participantes, de la oferta cultural de su entorno, es de 5,16, con una desviación típica del 2,25.

### 6.12.- ARTES PLÁSTICAS Y ESCÉNICAS

En esta sección del capítulo, se examinan por un lado, las diferentes actividades artísticas que realizan o han realizado en el último año los participantes de la encuesta y por otro lado, las actividades que les gustaría realizar; también se analizan los resultados obtenidos de preguntar a los participantes, si están de acuerdo o no, con una serie de frases relacionadas con las actividades culturales.

Gráfico 14: Actividades artísticas que realizan o han realizado y que les gustaría realizar



En el Gráfico 14, se indican los datos obtenidos, en referencia a las actividades artísticas; de las diez categorías de respuesta posibles, incluyendo la opción “otras actividades artísticas”, destacan como actividades que realizan o han realizado en el último año, las opciones “pintar, dibujar” con un 17,8%, le sigue de cerca “actividades de fotografía”, con un 16,4%, la opción “hacer teatro”, con un 10,8% y la respuesta “clases de salsa, bachata, tango, sevillanas...”, que obtiene un 10,4%; Dentro de estas actividades que realizan o han realizado, obtiene el menor porcentaje “escultura”, con un 1,3%.

Como opciones de actividades artísticas que les gustaría realizar a los participantes de la encuesta, aparecen con mayores porcentajes “las clases de salsa, bachata, tango, sevillanas...” (18,9%), las “actividades de fotografía” (18,3%), “pintar, dibujar” (18,0%), “escribir libros” (15,5%) y “hacer teatro” (12,9%); la opción “otras actividades artísticas”, obtiene el menor porcentaje de casos, un 0,9%.

Los resultados obtenidos al preguntar a los habitantes de los municipios de Jaén, si están de acuerdo o en desacuerdo, con una serie de frases referidas a cuestiones culturales, se muestran en la Tabla 1. A continuación se destacan los resultados más representativos obtenidos para cada afirmación.

En primer lugar, en respuesta a la pregunta: “la cultura es un lujo que sólo algunos pueden tener”, más de la mitad de los encuestados declara que está en desacuerdo (62,4%): dentro de esta elección, obtiene un porcentaje del 16,1% la opción “totalmente en desacuerdo” y un 46,3%, la alternativa sólo “en desacuerdo”.

Para la frase: “las administraciones (Ayuntamiento, Diputación, Junta, Estado), no deberían subvencionar las actividades como música, cine, teatro... quien lo quiera que lo pague”, se obtiene un porcentaje del 48,6% para la opción “en desacuerdo” y un 23,6% para “totalmente en desacuerdo”, alcanzando juntas un porcentaje del 72,2% de encuestados.

En la tercera cuestión: “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...”, obtiene un 48,6% la respuesta “en desacuerdo”; y un 33,5% de los encuestados selecciona la respuesta “totalmente en desacuerdo”.

En referencia al punto cuarto: “la lectura no es tan importante para la vida como algunos dicen”, las opciones destacables son: “totalmente en desacuerdo” con un 36,1% y “en desacuerdo” con un 46,3%.

Sobre la pregunta número 5: “No deberían emitirse en televisión programas en los que se falta al respeto y se venden problemas personales y / o familiares”, un 45,0% de los encuestados elige la opción “totalmente de acuerdo”, a ésta le sigue con un porcentaje también representativo, la opción “de acuerdo”, con un 32,1% de los participantes.

Finalmente, en la última cuestión: “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...” las tres opciones elegidas en mayor porcentaje son: “en desacuerdo” (31,6%), “de acuerdo” (26,1%) e “indiferente”, con un 22,9%. Señalar que en ninguna de las seis cuestiones planteadas, la opción “no sabe / no contesta” alcanza porcentajes mayores al 2%.

*Tabla 1: De acuerdo o en desacuerdo con las siguientes frases relacionadas con la cultura*

	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	No sabe / no contesta
1. La cultura es un lujo que sólo algunos pueden tener.	16,1	46,3	7,4	24,2	5,3	0,8
2. Las administraciones (Ayuntamiento, Diputación, Junta, Estado), no deberían subvencionar las actividades como música, cine, teatro... Quien lo quiera que lo pague.	23,6	48,6	11	14,2	2,1	0,6
3. 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...	33,5	48,6	6,8	9,1	1,5	0,6
4. La lectura no es tan importante para la vida como algunos dicen.	36,1	46,3	8,7	6,4	1,9	0,6



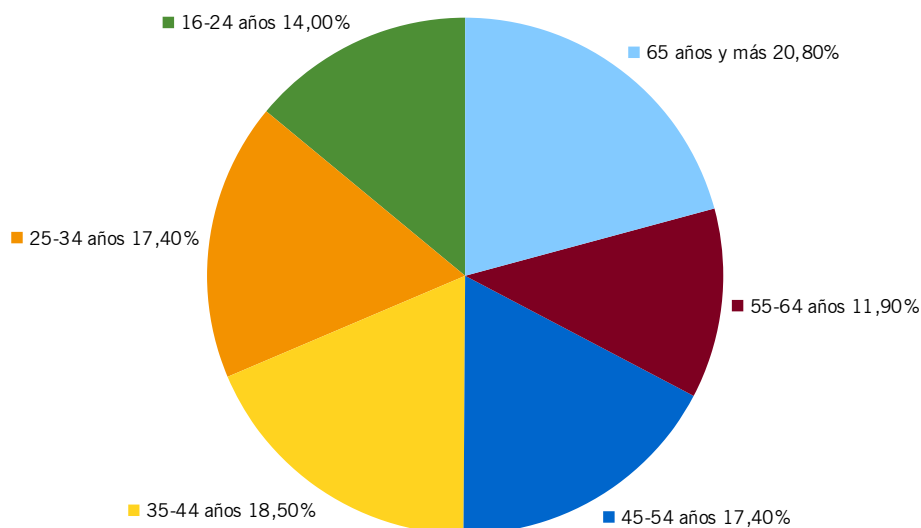
5. No deberían emitirse en televisión programas en los que se falta al respeto y se venden problemas personales y / o familiares.	2,1	7,2	13	32,1	45	0,6
6. La gente preferiría que las administraciones (Ayuntamiento, Diputación, Junta, Estado), subvencionaran cosas populares como las ferias o las romerías más que los festivales de música, teatro, cine o la compra de libros, música...	8,5	31,6	22,9	26,1	9,3	1,7

### 6.13.- DATOS SOCIODEMOGRÁFICOS

En este último apartado se describe el perfil sociodemográfico de los ciudadanos jiennenses, que han participado en el presente estudio; se hace referencia a cuestiones que permiten caracterizar a los habitantes de los municipios de Jaén, tales como los ingresos familiares mensuales, las creencias religiosas o el posicionamiento ideológico, entre otras.

Según el género, el 50,7% de la muestra encuestada pertenece al sexo femenino, mientras un 49,3% fueron varones. El Gráfico 15 recoge la composición de la muestra por grupos de edad; como se desprende de la misma, el segmento de edad mayoritario correspondió a las personas entre de 65 años y más, con un 20,8% sobre el total de entrevistados; a continuación se encuentra el segmento con una edad comprendida entre los 35 y los 44 años, con el 18,5%; los individuos que pertenecen a los grupos de edad de 25 a 34 años y de 45 a 54 años obtienen el mismo porcentaje, un 17,4%; mientras que aquéllos con una edad comprendida entre 16 y 24 años, representan el 14,0% de la misma; el grupo de edad que obtiene un porcentaje menor, el 11,9%, se refiere a las personas entre 55 y 64 años.

Gráfico 15: Composición de la muestra encuestada según grupo de edad



Más de la mitad de los encuestados declara estar casado, un 56% del total; un 30,6% de los participantes manifiestan ser solteros. Para el resto de categorías de respuesta posibles, en relación con el estado civil, la distribución es como sigue: el 6,6%, contestó ser viudo; un 4,5% afirmó estar separado o divorciado; un 2,1% declaró ser pareja de hecho y el 0,2% restante, respondió encontrarse en otra situación distinta a las planteadas.

A la cuestión: “en la actualidad, ¿con quién convive usted?”, las respuestas obtenidas indican que el 35,2% de los encuestados convive “con su pareja e hijos/as exclusivamente”, el 24,0% convive “con su pareja exclusivamente” y el 20,4%, vive en casa de sus padres; respondiendo también a esta pregunta y con porcentajes menores del 10%, se encuentran las personas que viven “solos/as” (7,8%), las que viven “en alguna forma de familia extensa” (4,5%), las que conviven con hijos/as exclusivamente (3,6%) y las que viven “compartiendo casa con otras personas” (2,5%); la opción “otras” la eligió el 2,1% de los participantes. Sobre el número de personas con las que se convive, los porcentajes más representativos sitúan al número de personas entre 2 y 4, de forma que la opción “2” la eligió un 29,7%, la respuesta “3” un 23,8% y finalmente, la opción “4” fue elegida por un 30,4% de los encuestados.

Respecto el nivel de estudios, el 17,8% de los participantes afirma no haber finalizado los estudios primarios; un 35,2% ha completado los estudios primarios y un 24,4% ha realizado estudios secundarios; Un 8,1% de los encuestados posee estudios universitarios medios, un 9,1%, estudios universitarios superiores y sólo un 1,5% ha realizado algún máster; únicamente, el 0,9%, ha tenido la oportunidad de completar estudios de doctorado.

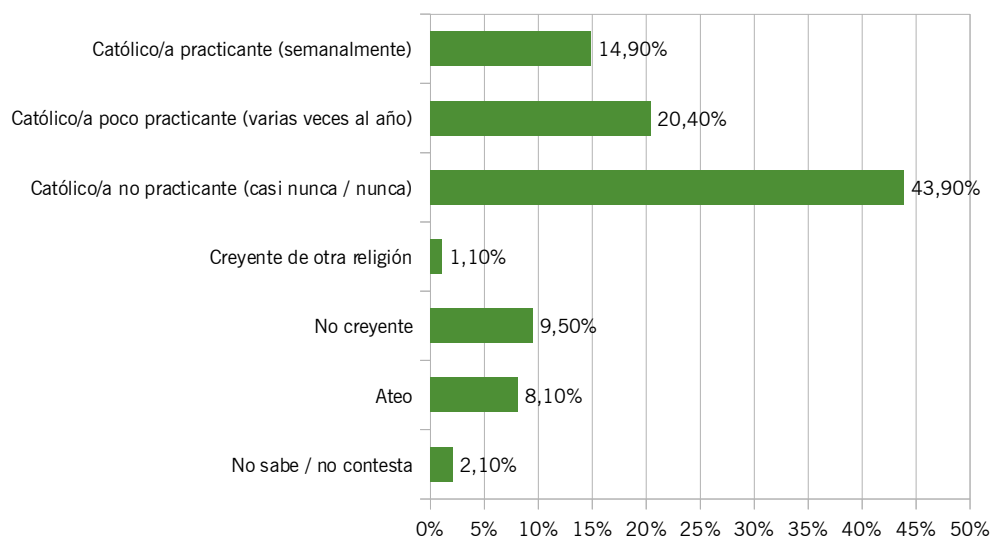
En referencia a la situación laboral de los entrevistados, la categoría que registra el mayor porcentaje es “trabajando (incluido si está de baja)”, con el 37,1% del total de entrevistados;

en una proporción inferior aparecen, en segundo y tercer lugar, respectivamente: “Jubilado o pensionista (ha trabajado anteriormente)” con el 19,1% y “desempleado, ha trabajado antes”, con el 15,9%; a continuación, se encuentran las categorías “estudiante” (11,0%) y “ama de casa” (10,4%); las restantes categorías posibles de respuesta, no superan en ningún caso el 4,0%.

En cuanto a los ingresos familiares mensuales, el 28,5% se sitúa en la banda “menos o igual de 900 €”. El 22,3% declara encontrarse en la banda comprendida “entre 901 € y 1200 €”; el 21,6% se sitúa en la banda comprendida “entre 1201 y 1800 €”; el 8,7% eligió la opción “entre 1801 y 2400 €” y el 5,3% afirmó encontrarse en el segmento de ingreso “entre 2401 y 3000 €”; el resto de opciones presenta porcentajes por debajo del 1%, salvo la opción “no sabe / no contesta” que obtiene un porcentaje del 12,1%.

En relación a la pregunta sobre su situación personal actual: “¿en términos generales, diría usted que su situación personal (laboral, afectiva, salud, económica...), es igual, mejor o peor que hace un año?”, se obtienen los siguientes resultados: un 42,0% de los participantes del estudio, respondió “peor”, un 39,9% “igual” y tan sólo un 18,1% de los encuestados, afirmó que su situación personal es “mejor” que hace un año.

Gráfico 16: Porcentajes en materia de religiosidad



El Gráfico 16 muestra los datos correspondientes a las creencias religiosas de la muestra encuestada. Un alto porcentaje de los encuestados, el 79,2%, se declara católicos/as. Refiriéndonos exclusivamente al colectivo que se define católico, éstos se distribuyen entre un 14,9% que se define “católico/a practicante”; un 20,4% que se declara “católico/a poco practicante”, y un 43,9% que manifiesta ser “católico/a no practicante”. En porcentajes considerablemente inferiores a quienes se definen como católicos, se encuentran en orden decreciente: “no creyente” (9,5%), “ateo” (8,1%), y “creyente de otra religión” (1,1%). El porcentaje de personas que eligieron la opción “no sabe / no contesta” ascendió al 2,1%.

Sobre la clase social en la que se incluyen los entrevistados, un 95,8% de ellos afirma pertenecer a la “clase social media”; en referencia exclusivamente a este grupo, podemos concretar que un 63,7% elige “clase social media-media”, un 27% declara pertenecer a la “clase social media-baja” y sólo un 5,1% opta por la respuesta “clase social media-alta”; entre las otras opciones que obtienen porcentajes de menos del 6%, se encuentran la “clase social baja” (4%) y la opción “clase social alta” (0,2%).

Para tratar el posicionamiento ideológico de los encuestados, se utilizó una escala de 0 a 10 que cubría el rango desde el valor mínimo, que reflejaría un posicionamiento de extrema izquierda, hasta el valor máximo que reflejaría posicionamientos afines con la extrema derecha. La media de las respuestas válidas registradas alcanzó el valor de 4,33, con una desviación típica de 1,72; lo que podría considerarse como una posición media de centro-izquierda muy cercana al centro. En concreto el 41,7% de los encuestados eligió “5”, el 15,8% optó por el número “3” y el 14,0% seleccionó el valor “4”; las demás opciones presentan porcentajes inferiores al 10%. Destacar además que del total de encuestados, un 27% eligió la opción “no sabe / no contesta”.



