



Usos, hábitos y demandas culturales de la población de Algeciras (Cádiz)

Usos, hábitos y demandas culturales de la población de Algeciras (Cádiz)

Pilar López Ortega. Área de Sociología, Universidad de Cádiz

INTRODUCCIÓN

El presente estudio corresponde al análisis de los usos, hábitos y demandas culturales de la población de Algeciras en el marco del observatorio cultural del proyecto Atalaya para la provincia de Cádiz y, Andalucía en su conjunto. El conocimiento de los datos más relevantes sobre las conductas en esta materia de la población algecireña puede permitirnos establecer algunas reflexiones interesantes sobre el panorama cultural del municipio. Además pude contribuir a conocer el impacto de la universidad en el interés por el hecho cultural en sus áreas de influencia geográfica.

UN PERFIL DEL MUNICIPIO DE ALGECIRAS

Para ofrecer un punto de conexión con la realidad que vamos a describir y comentar a continuación, paso a ofrecer algunos detalles del perfil del municipio, para colocar en situación a lector y establecer juicios más certeros.

El municipio de Algeciras¹ cuenta actualmente con una población de 115.333 habitantes, de los cuales 59.798 (51,8%) son hombres y 55.535 son mujeres (el 48,2). En cuanto al reparto por edades, la población menor de 20 años supone el 23,2%, cerca de 27.000 personas y los mayores de 65 años alcanzan un 12,7 % lo que supone algo más de 14.600 personas. La renta familiar disponible es de entre 8300 y 9300€. El desempleo afecta a 13.973 personas según datos oficiales del Ministerio de Trabajo de febrero de 2009.

En cuanto al equipamiento y facilidades que ofrece la ciudad podemos destacar la existencia de 21 centros de educación secundaria obligatoria, 14 de bachillerato, 9 centros de grado medio y 7 de grado superior. Asimismo existen 3 centros de educación para adultos. El número de bibliotecas públicas asciende a 3 y el número de pantallas de cine es de 0. Estos últimos datos resultan poco halagüeños. Podemos pensar que la comarca campogibraltaresa en la que se ubica el municipio de Algeciras, y especialmente entre los municipios que forman el arco de la Bahía con una estructura conurbana, que las instalaciones y servicios y equipamientos de unos municipios son disfrutados por el resto. Aún así los datos no son muy alentadores, en ningún caso.

UN PERFIL DE LA POBLACIÓN ENCUESTADA

El presente estudio se ha elaborado a través de una encuesta realizada a una muestra de 402 sujetos. Del conjunto de la población encuestada son varones el 48,5% y mujeres el 51,5%. Se han establecido 4 grupos de edad: jóvenes de 18 a 29 el 26,9%; adultos de 30 a 49 el 38,1%, talludos de 50 a 64 el 18,9% y mayores de 64 el 16,2 %. La distribución interna en cada grupo según sexo es muy equilibrada (alrededor del 50%) excepto el grupo de ancianos en el que las mujeres suman casi el 57% de los encuestados. En lo que a estado civil se refiere el 30% son solteros y el 53,5% son casados. El resto de situaciones se distribuyen como sigue: viviendo en pareja el 5,5%, separados o divorciados el 4,7% y viudos el 6%.

En cuanto a las características de los hogares de los encuestados, el 38% convive con su pareja e hijos, el 23% convive con su pareja pero sin hijos, el 19% vive con sus padres, el 8% vive sólo y algo más del 5% lo hace en una familia monoparental. En cuanto al tamaño de los hogares en las familias con hijos, el 88% tienen 1 o 2 hijos, y 3 o más el 12% restante.

En lo que a estudios se refiere, el porcentaje de personas sin estudios o con estudios primarios asciende al 54%, con estudios secundarios tenemos el 33% y con estudios superiores el 12%. En lo que a la situación laboral se refiere, la situación de los encuestados es la siguiente: el 40% trabaja, el 18% esta en paro aunque ha trabajado antes, el 21% es jubilado o pensionista de entre los cuales el 16% ha trabajado, el 11% trabaja en el ámbito doméstico sin remuneración, el 9% son estudiantes y menos del 2% buscan su primer empleo. Los que trabajan (174) declaran una media de 39,5 horas sema-

¹ Datos extraídos del SIMA (Servicio de Información Multiterritorial de Andalucía) Instituto de Estadística de Andalucía actualizado a 30 de enero de 2009 con base del 2008.

nales con una desviación típica de 11,4. Los ingresos totales del hogar que los encuestados declaran, se reparten del siguiente modo: inferior a 600€ el 8,2%, entre 601 y 900€ el 15,7%, entre 901 y 1200€ el 19,2%, entre 1201 y 1800€ el 17,9% entre 1801 y 2400€ el 14,2%, y con ingresos superiores a los 2401€ el 2,9%.

En materia de religiosidad, la población se confiesa mayoritariamente católica, (74,4%) aunque encontramos diferentes situaciones dentro de este grupo. Los que se declaran practicantes son el 12,9%, idéntico porcentaje que los que definen como poco practicantes mientras que los no practicantes suman el 48,5%. Otras opciones son más minoritarias: creyentes de otras religiones (5,2%), ateos (8,5%), agnóstico (3%).

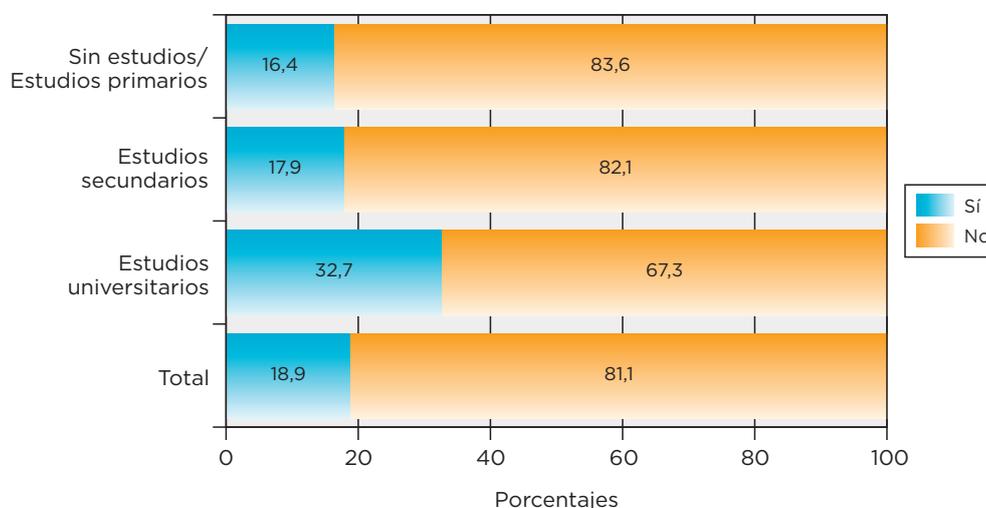
Una vez revisado someramente el perfil sociodemográfico básico de la población objeto de estudio, tomando a la muestra encuestada como referente, pasamos a continuación a comentar algunos de los hábitos, usos y demandas culturales de dicha población que constituye el objetivo de esta investigación. Empecemos por la integración en asociaciones que nos puede dar una primera medida del panorama municipal.

ASOCIACIONISMO

La pertenencia a asociaciones resulta ser un buen indicador del dinamismo de una sociedad, del grado de vinculación de las personas con su comunidad, del grado de desarrollo de la sociedad civil más allá de los vínculos que establecemos en el marco de los grupos primarios (familia, amigos) o de las organizaciones formales en las cuales nos vemos avocados a participar (escuela, empresa, etc.). En consecuencia, es un buen indicador del nivel de desarrollo y modernización de una sociedad, al tiempo que nos da una medida del grado de cohesión social.

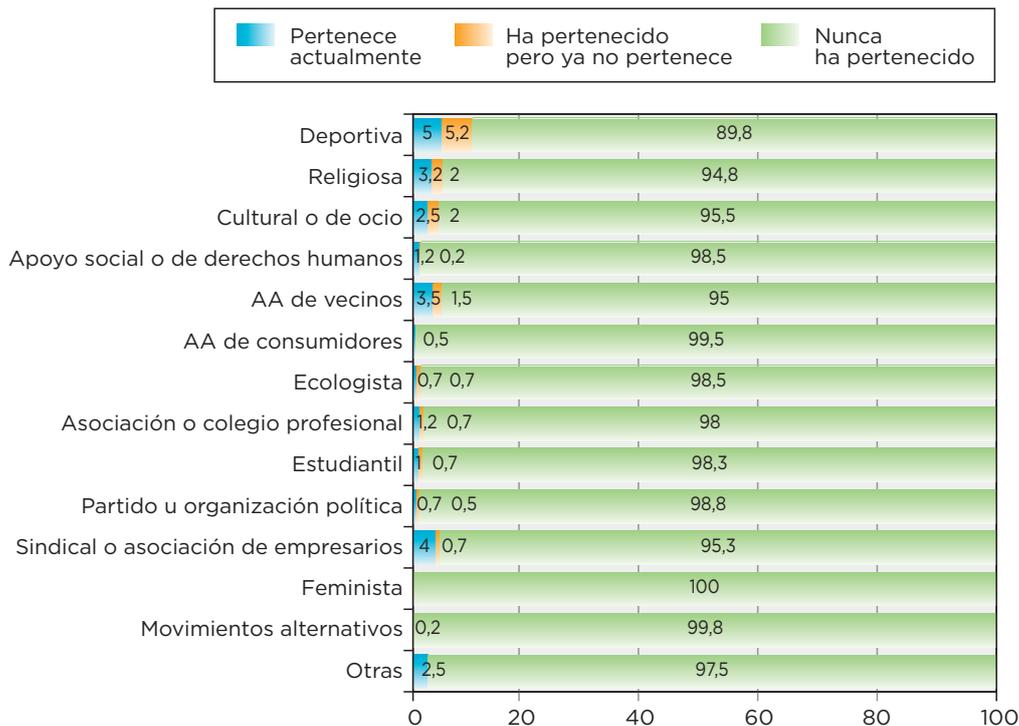
Los datos que podemos ofrecer nos dan una imagen poco dinámica y vertebrada de la sociedad, ya que tan sólo el 19% de los encuestados participan actualmente en alguna asociación. Si atendemos a las diferencias en función del sexo, la edad o el nivel de instrucción, surge la siguiente fotografía. En lo que a sexo se refiere, las diferencias de participación son sustanciales, los varones lo hacen en un 29% mientras que las mujeres no llegan al 10%. En cuanto a la edad, los más dinámicos son los mayores de 64 años, con un 25%, seguidos del grupo de 50 a 64 con un 24%, tras estos a gran distancia el grupo de 30 a 49 años con un 18% y los más jóvenes, en último lugar, con menos del 14%. En cuanto a la influencia del nivel educativo, los que cuentan con estudios superiores son los más participativos con cerca del 33% mientras que el grupo que cuenta con estudios secundarios ronda el 18% y los sin estudios o solo primarios superan ligeramente el 16%.

¿Participa en alguna asociación actualmente? - Nivel educativo



En general, las cifras son bajas; si tomamos en consideración el tipo de asociación al que se está vinculado podemos profundizar algo más. Las asociaciones deportivas constituyen el tipo de asociación más frecuente con un 5%, las sindicales/empresariales representan un 4%, las vecinales un 3,5% y las religiosas un 3,2% de los casos. Otras asociaciones como las culturales (2,5%) o de derechos humanos (1,2%) presentan cifras aun más bajas.

Asociacionismo



Evidentemente la pertenencia a asociaciones, la afiliación a grupos, la formalización de los gustos y aficiones en el seno de alguna organización, no resume el interés de la gente por desarrollar actividades en los distintos ámbitos de la vida, pero sí resulta una prueba del pulso vital de una comunidad. Nos tememos que ese 81% de individuos que no participan en ninguna asociación actualmente, no es parte activa de una cultura heterodoxa o de vanguardia que no se deja "organizar" sino más bien pasiva. De hecho, los datos que se visibilizan al cruzar el asociacionismo con el sexo, la edad o el nivel de estudios, tal y como hicimos anteriormente, así lo pone de relieve.

El asociacionismo no parece ser, por tanto, un hecho preeminente en la sociedad algecireña. Probablemente la tradición no juega a su favor, de modo que no se ha generado un impulso previo que anime a los individuos a canalizar sus inquietudes a través de la participación en asociaciones. Veamos otros aspectos de los patrones de conducta cultural y descubramos si dichas inquietudes se manifiestan de modo diverso y complementario o no.

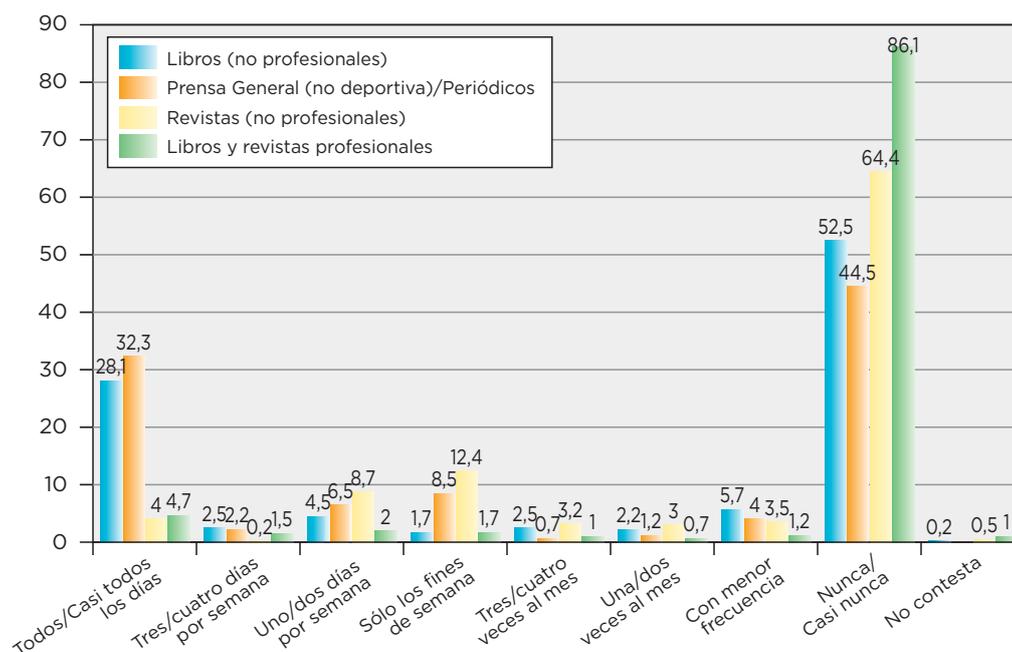
HÁBITOS DE LECTURA

La lectura es la actividad que históricamente ha identificado con mayor intensidad a la persona culta. El desarrollo de las nuevas tecnologías ha generado otras formas de acceso a la información: cine, prensa on line, etc. que distorsionan esa medida pero aun así, sigue siendo aun un buen indicador. Veamos como se distribuyen las conductas en este aspecto tan significativo.

Las frecuencias sobre el hábito de lectura que se revelan en esta tabla ponen de manifiesto algunos datos interesantes. Por una parte, más de la mitad de la población no lee nunca o casi nunca, ya sean libros no profesionales (52,5%), revistas no profesionales (64,4%) o libros profesionales en el que este porcentaje aumenta hasta el 86%, dato este más previsible en función del perfil laboral/académico de la muestra. En el caso de la prensa, el dato es algo mejor, ya que el 44% son los que nunca o casi nunca leen periódicos. El 32% lee diariamente la prensa generalista y un 50% al menos un día de la semana mientras que el 28% lee libros cotidianamente, cifra que se eleva al 37% de practicantes de dicha actividad al menos una vez en la semana. Las revistas (no profesionales) se leen sobre todo en fin de semana con un 12% de casos. Las revistas y libros profesionales sólo interesan y en distinto grado alrededor del 10% de la población, que en un 86% confiesa no leerlos nunca o casi nunca.

Si introducimos las variables de sexo, edad y nivel educativo, el análisis se vuelve más revelador e interesante. Veamos algunos datos destacables.

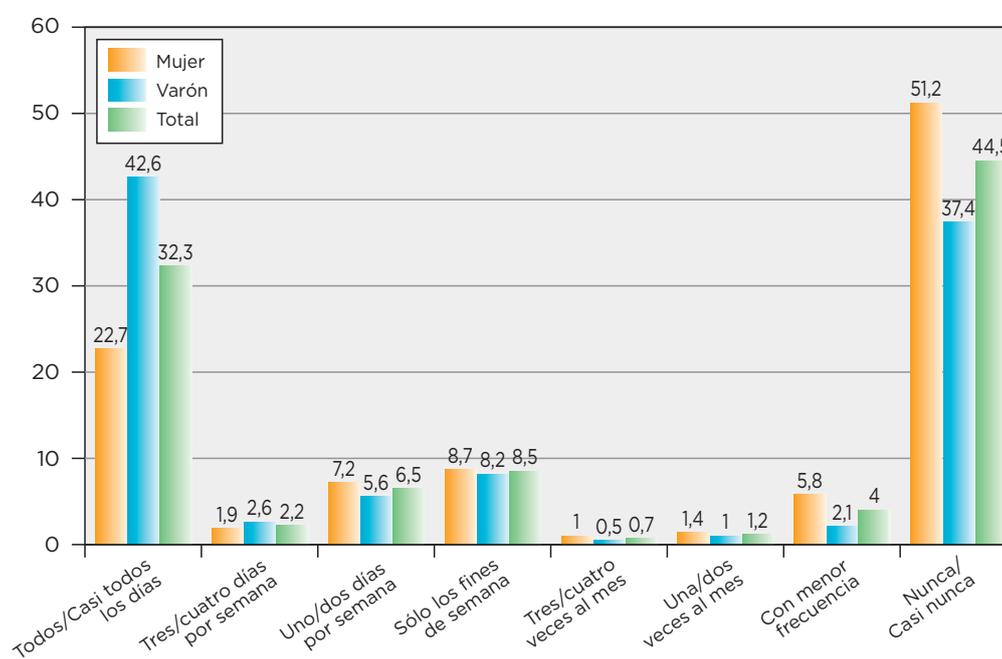
Hábitos de lectura



Empecemos por la lectura de prensa general que es como ya hemos mencionado la más frecuente (32%). El sexo resulta ser una variable altamente discriminante ya que el 42% de las varones frente al 22% de las mujeres realiza esta actividad todos los días. Los fines de semana, sin embargo, las mujeres superan a los hombres aunque por menos de 1 punto porcentual del 8.7% al 8.2%. Las diferencias también son significativas si atendemos a la opción de respuesta: nunca o casi nunca, en la que las mujeres se colocan en el 51% mientras que los varones están alrededor del 37%.

El nivel educativo resulta tener igualmente un alto poder discriminante con diferencias notables entre los distintos niveles de instrucción. Las personas con estudios universitarios se reconocen como lectores diarios de la prensa en un 55%, por-

Prensa general (no deportiva)/Periódicos - Sexo

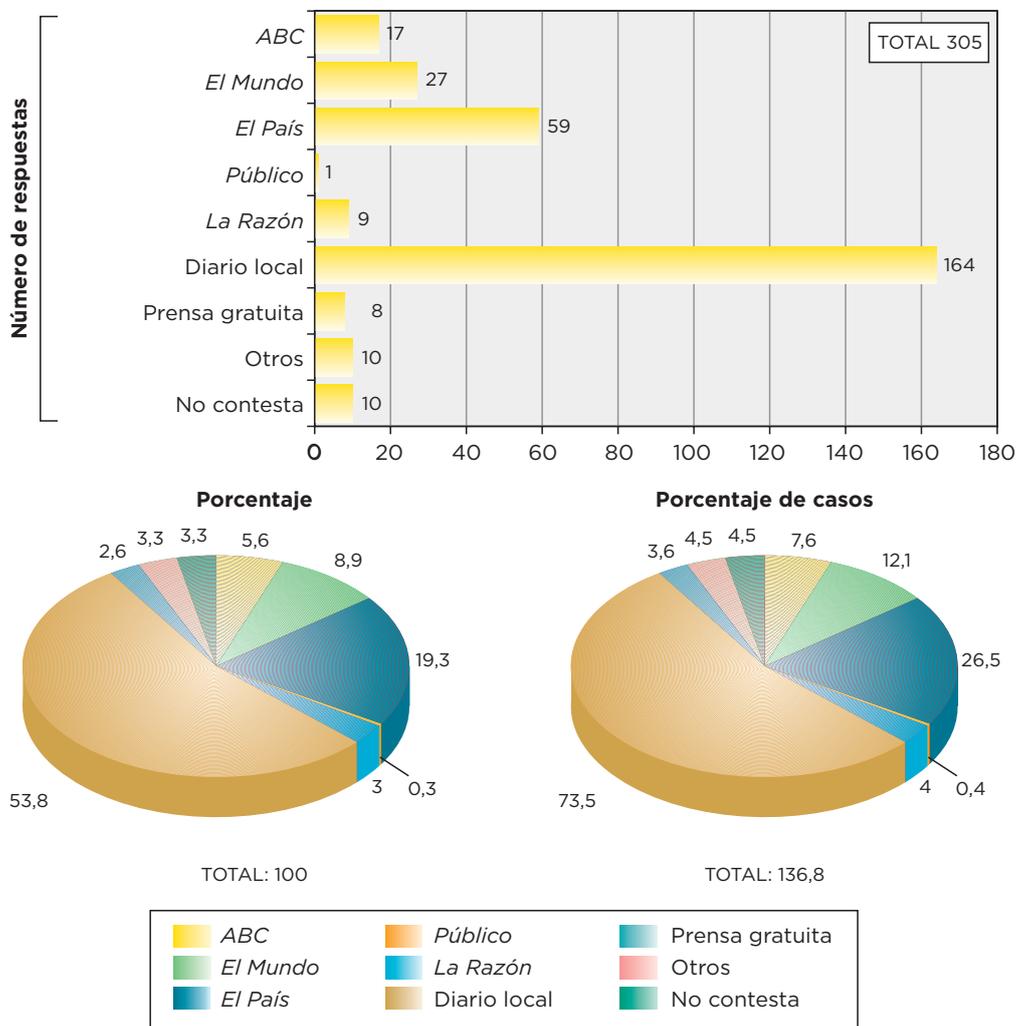


centaje que se eleva al 67% si le sumamos los que lo hacen 1 ó 2 días en semana. En situación opuesta, que no leen nunca o casi nunca solo el 10%. Si comparamos estos datos con los otros dos grupos creados: sin estudios o sólo primarios y estudios secundarios, las cifras muestran un fuerte contraste. En esta última categoría mencionada, los que nunca o casi nunca leen prensa suponen respectivamente el 53% y el 41%. Entre los que lo hacen diariamente, tenemos un 23.7% y un 38% también respectivamente. Si sumamos los que los hacen al menos 1 ó 2 días tenemos en el primer caso, sin estudios casi el 32% y en el segundo el 47%.

Por último, la edad resulta ser una variable en la que se aprecian diferencias pero no tan fuertes ni sistemáticas como en las dos anteriores. En la categoría nunca o casi nunca, no se aprecian diferencias; todos los grupos de edad están alrededor del 42% excepto los más jóvenes (18 a 29) que sube al 52%. Las diferencias sí son más apreciables en la categoría de lectores diarios, el 42% en el grupo de 50 a 64, el 37% en los mayores de 65, 31% en el grupo de 30 a 49 y tan sólo un 25% entre los que cuentan de 18 a 29 años. Estos dos últimos grupos representan sin embargo los más interesados en esta lectura en fin de semana con un 9% y un 11% respectivamente. Al realizar un sumatorio de las categorías en la que se muestran un interés semanal por la prensa, una vez más se igualan los grupos con alrededor del 52 % excepto los mas jóvenes que sólo llegan al 42%.

Otro aspecto interesante surge al preguntar a la población que tipo de periódicos leen habitualmente. Los resultados a dicha se pregunta se reflejan en la tabla que se expone más abajo. El dato más significativo es que casi el 54% de la población lee habitualmente la prensa local. Además destaca que también suelen algún periódico de ámbito nacional, aunque en porcentajes bastante menores El País (19,3%), El Mundo (8,9%), ABC (5,6%). Parece confirmarse un interés más mar-

Periódicos que leen habitualmente



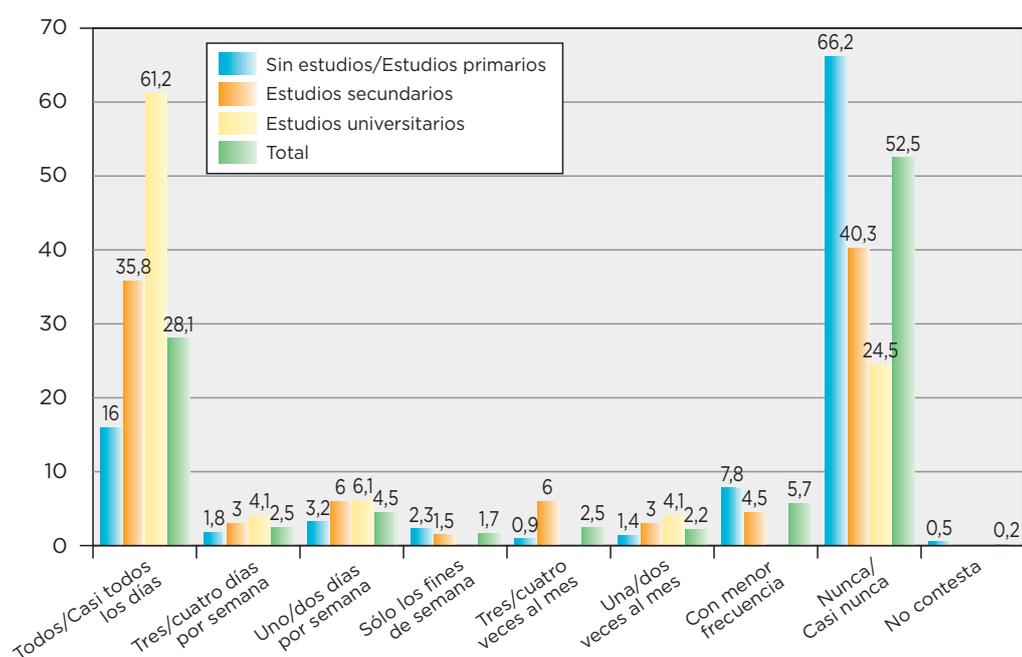
* Respuesta múltiple.

cado por lo local y cercano que por las noticias de ámbito nacional, que además son accesibles a través de otros medios, como la televisión, de un modo muy sencillo y gratuito.

Sigamos con la lectura de libros (no profesionales), cuya frecuencia global asciende al 28,1% de lectores cotidianos y al 37% de lectores semanales. Veamos las diferencias al introducir las mismas variables independientes que en el caso anterior.

Sin duda, la variable con mayor poder discriminante es el nivel educativo, que refleja las mayores diferencias, como es de esperar. De este modo, el 61% de lo universitarios lee habitualmente, mientras que en el grupo de estudios secundarios lo hace un 36% y en los sin estudios o sólo primarios la cifra desciende al 16%. En la opción, nunca o casi nunca solo están el 24% de los universitarios, el 40% de los que cuentan con estudios secundarios y el 66% de los que cuentan con un nivel de estudios primarios o menor. El sexo, muestra diferencias pero no muy importantes el 24% de los varones y el 32% de las mujeres lee habitualmente. La edad tampoco se muestra especialmente significativa con porcentajes no muy distantes entre grupos y similares a las variaciones de género, Las cifras acercan los extremos: 22% en los mayores de 64 y 25% en los más jóvenes, al tiempo que igualan por el centro: 30% y 34% respectivamente, para los de 30 a 49 y los de 50 a 64 años.

Libros (no profesionales) - Nivel educativo



No quiero cerrar este punto sin añadir, aunque de forma más breve y concisa un comentario sobre las dos categorías que nos restan por analizar: las revistas no profesionales y los libros y revistas profesionales que tienen un peso relativo claramente inferior aunque no despreciable desde un punto de vista estadístico.

Las revistas no profesionales atraen al 25% de la población en frecuencia semanal, destacando que la mitad 12,4% lo hacen sólo los fines de semana. La distribución por sexo muestra un mayor interés masculino en frecuencia diaria (4,5% frente a 3,4%) y un mayor interés de las féminas en frecuencia semanal (29% frente a 22%). Los que declaran estar al margen del interés por este tipo de lectura asciende al 71% en los varones y al 58% entre las mujeres. Por grupos de edad se aprecian leves diferencias, alrededor de los dos tercios muestra un nulo interés en todas las edades y menos de una tercera parte muestra interés por dichas revistas en frecuencia semanal. Las diferencias mas destacables surgen al cruzar el hábito con la formación. Los que cuentan con mayor nivel de estudios se muestran mas interesados 33% en frecuencia semanal, algo menos 30%, los que cuentan con estudios medios y un 21% de los sin estudios.

Las revistas y libros profesionales interesan a un porcentaje pequeño aunque no residual de la población, especialmente si tenemos en cuenta el grado de formación de la muestra. Las diferencias por sexo son ligeras a favor de los varones, y prácticamente no hay distancia ni por grupos de edad ni por nivel de estudios excepto las esperables, es decir, los mayores de 65 y los sin estudios son los menos interesados.

USO DE BIBLIOTECAS

Un aspecto complementario en el análisis de los hábitos de lectura reside en el uso que los ciudadanos hacen de las bibliotecas. Algunos datos y hechos resultan relevantes en este punto. En primer lugar, el 92,5% de la población no acude nunca o casi nunca a una biblioteca y sólo un 3,5% lo hace dos o más veces semanales. De este ínfimo porcentaje, un 60% acude a bibliotecas universitarias y un 44% a bibliotecas municipales. En cuanto a los usos que hacen de estas instalaciones: el 55% va a estudiar, el 44% las usa para coger libros en préstamo, un 22% para conectarse a Internet y otros usos varios no superan una incidencia del 10% en cada caso.

En cuanto a las carencias que detectan los usuarios, llama la atención que la respuesta más repetida es que no hay ninguna carencia (33%), aunque cuando se especifican nos encontramos con que el 25% se queja de la falta de espacio, el 22% de no tener las revistas o libros que buscan, el 18% de la mala iluminación, el 15% de que son poco accesibles, porcentaje éste que se repite tanto en cuanto a la falta de Internet o de terminales suficientes como también en un servicio de préstamo deficiente.

Al cruzar la asistencia a las bibliotecas con el sexo, la edad o el nivel de estudios, obtenemos una fotografía bastante previsible. No hay grandes diferencias por sexo, los varones acuden en un porcentaje ligeramente superior 4,1% frente al 2,9% de las mujeres. En cuanto a la edad, los jóvenes son los que más acuden: el 9% lo hace al menos dos días en semana y el resto de grupos, sin distinción de edad, no acuden nunca o casi nunca (95%) aunque en los mayores de 64 el porcentaje llega al 100%. El nivel de estudios nos confirma que los que tienen estudios secundarios (7,5%) y los que tienen nivel universitario (4,1%) son los que acuden a las bibliotecas.

En conclusión, los porcentajes son rotundos en este apartado. La visita a las bibliotecas es una actividad absolutamente residual y vinculada exclusivamente a los estudiantes que las usan para estudiar, coger libros en préstamo o acceder a la red. El resto del público hace un uso/ caso omiso de estas instalaciones.

Habría que incidir en el hecho de que en el municipio algecireño existen tres bibliotecas públicas, aunque sólo una de ellas cuenta con horario de mañana y tarde, de lunes a sábado y está dotada con servicio de préstamo, Internet, sección infantil, hemeroteca, etc. Los otros dos establecimientos solo abren de lunes a viernes 4 horas por las tardes y no cuentan con ninguno de estos servicios. No podríamos decir si en esto es antes la gallina o el huevo (la gente no acude porque no ofrecen buenos servicios, el ayuntamiento no invierte porque la gente no acude) pero la inversión pública en bibliotecas es como poco muy deficitaria. En cuanto a las bibliotecas de los centros universitarios están mejor dotadas, lo cual no es decir mucho, pero adolecen de similares carencias.

TELEVISIÓN Y RADIO

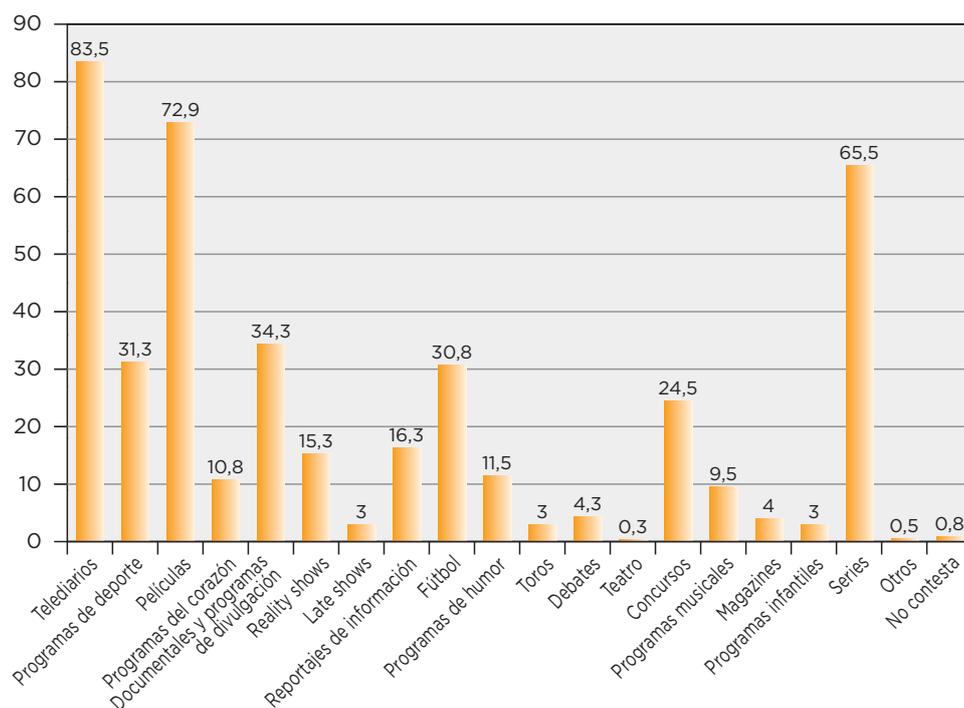
En el extremo opuesto al uso de las bibliotecas tenemos el uso de la televisión y de la radio. Son los mass media por excelencia, ampliamente utilizados por el conjunto de la población prácticamente sin distinción de sexo, edad o nivel educativo. Todo el mundo ve la televisión y oye la radio como actividades cotidianas y casi reflejas. Veamos algunos datos al respecto.

En conjunto, la gente dedica más tiempo al visionado televisivo que a ninguna otra actividad de ocio o cultural y lo hace diariamente y también los fines de semana. El 98,5% de la gente ve la televisión diariamente y la media que dedican es de 2h 39min. en días laborables y de 2h 49min en fin de semana. Aunque es una cifra importante en términos cuantitativos, resulta un tanto sospechosa. A falta de datos, la explicación ha de ser forzosamente especulativa pero la exigua diferencia entre el visionado diario y el de fin de semana permite suponer una falta de sinceridad o una distorsión en la propia percepción de la actividad, ya que en muchos momentos la tv se enciende pero no se mira, además de que el tiempo que ocupamos viendo la tv suele pasar desapercibido en mayor medida que otras actividades más dinámicas y exigentes por parte del actor.

En cuanto a las franjas horarias, la *tele* es la gran protagonista de la noche, el 88% de la gente declara verla en esa franja, seguida de la tarde con un 63%, bajando hasta el 12% en la franja matinal. En cuanto a la contratación de televisión de pago, el 54,7% declara no tener acceso a canales privados. Ello supone que más de la mitad de la población solo tiene acceso a la televisión pública con la consecuente limitación del abanico de opciones de entretenimiento, información opinión, etc. que ello conlleva, permitiendo así que el público sea más fácilmente manipulable. Otro dato destacable es que un 38,6% de los hogares no cuenta con algún televisor con TDT, lo cual pone de relieve la falta de adecuación a un año vista (2010) de la incorporación de la televisión digital.

Si es al tipo de programas a lo que nos referimos, se ve un poco de todo como se puede observar en la tabla nº ——. La tabla refleja que una gran variedad de programas interesan a un porcentaje elevado de la población, al menos al 10% y algunos cuentan con un interés aplastante del 60% o más. Los programas más vistos por los encuestados son telediarios (83,5%),

Tipo de programas que ven en la TV*



* Respuesta múltiple.

películas (72,9%), series (65%), documentales y divulgativos (34,5%), deportes (31,3%), fútbol (30,8%), reportajes de información (16,3%), realitys (15,3%), humor (11,5%), corazón (10,8%)...

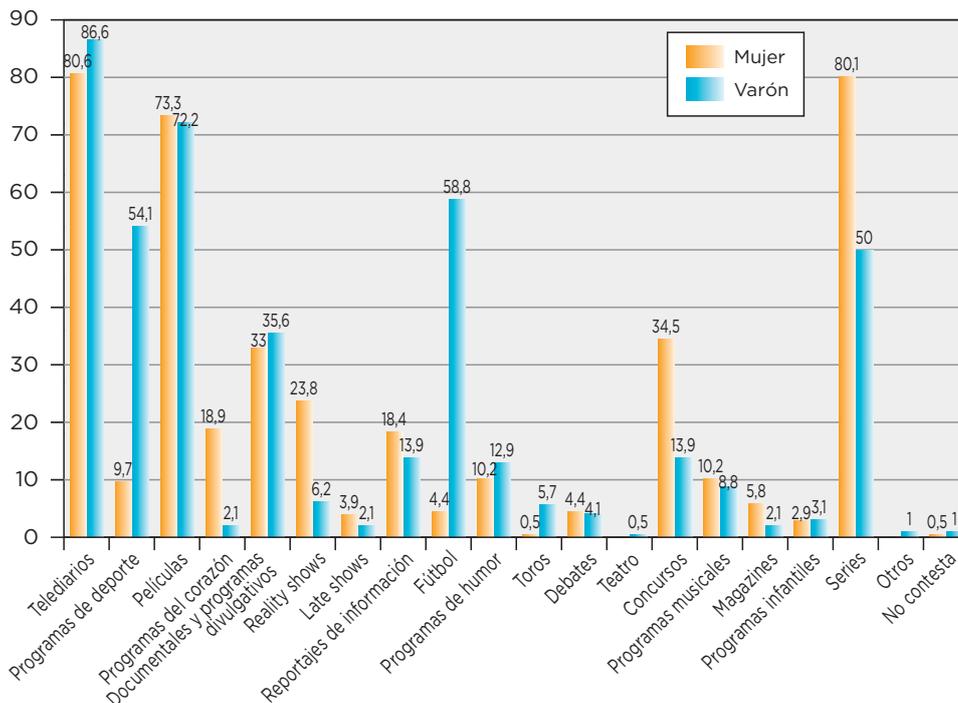
No se aprecian grandes diferencias en los hábitos televisivos en el conjunto de la población, aunque en algunos aspectos sí que surgen distancias entre los intereses de los espectadores al introducir la distinción de sexo, edad o el grado de instrucción. Podemos destacar², si desagregamos la información por sexo, que los varones se interesan en un 54% de los casos por el deporte, cifra que baja al menos 10% en las mujeres; por el fútbol en un 59% mientras que las mujeres son llegan al 5%. Otros contrastes en los gustos y preferencias según sexo aparecen en las series, esta vez las mujeres ganan por 80% a 50%, en los programas de corazón por 19% a 2%, en realitys por 24% a 6% o en los concursos por 34% a 14%. En el resto de categorías las diferencias no son reseñables.

Si nos fijamos en la edad, no parece ser un factor con un alto poder discriminante, más bien todo lo contrario. Por supuesto, hay algunos aspectos que podemos destacar pero en general no hay grandes distancias en los distintos grupos. Los jóvenes son con claridad los más interesados en las series televisivas 81,5%, lo cual supone entre 14 y 38 puntos porcentuales más que el resto de grupos de edad. Las mayores de 64 destacan, sin embargo, por su mayor interés en los concursos 32%, los programas de corazón 24,6% y los realitys 23%. El grupo de 50 a 64 se destaca por su interés por los programas documentales y de divulgación con un 52,6%. En el resto de programas: telediarios, deportes, películas, etc. hay ligeras diferencias que no merece la pena destacar.

Por último, el nivel de estudios permite establecer igualmente algunas distancias pero tampoco especialmente relevantes ni significativas. Mencionar que el grupo con estudios superiores se manifiesta como el menos interesado en el visionado de televisión en general. Ven menos telediarios, menos deporte, menos películas, muchas menos series pero más documentales y divulgativos. Son la categoría más diferente al compararla con los otras dos ya que las personas sin estudios o con estudios primarios y las que tiene un nivel de estudios secundarios se comparten de forma más parecida entre sí.

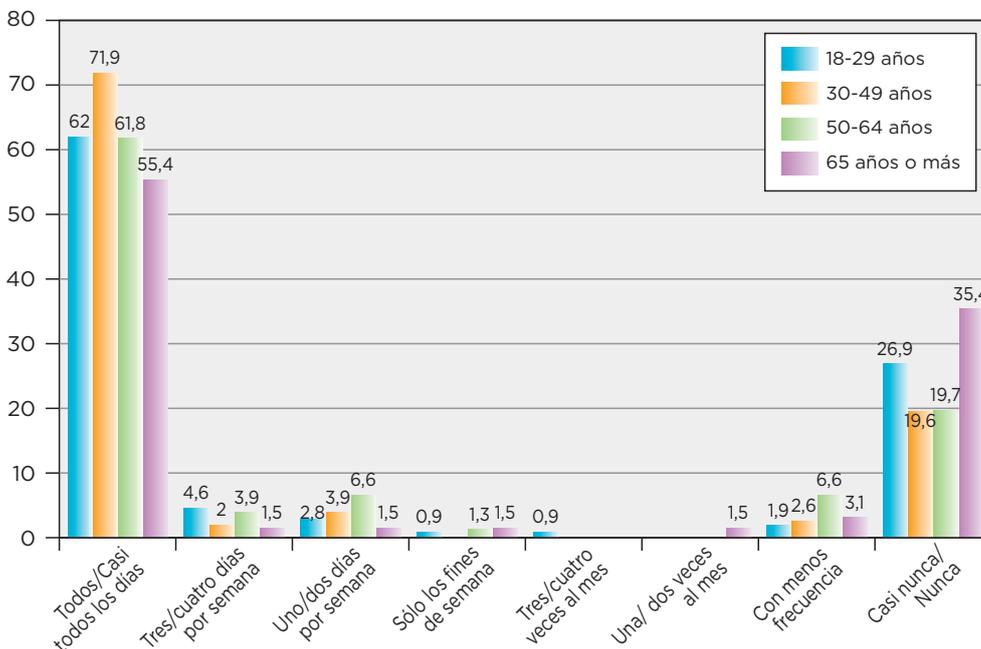
² *Nota A LA EDITORIAL: aquí me parece interesante incluir algunas de las diferencias y quizá las de sexo son las más destacables. He incorporado más abajo también la tabla que aparece en la página 24 de las tablas de contingencia, no la he elaborado por mi misma, porque se que la editorial decidirá el formato y la presentación de tablas o histogramas pero sería interesante incorporarla aunque no duplicarla.

Tipo de programas de TV según sexo



La radio es la otra opción dominante entre las actividades de ocio de los algecireños. Casi el 65% oye diariamente la radio aunque el 24% no lo hace nunca o casi nunca. No es un medio tan homogéneo como la televisión pero dos terceras partes de la población acuden a él todos los días o casi. Y, qué tipo de programas escuchan, podemos preguntarnos. Vemos cuales son sus respuestas. Lo que mas escuchan son programas musicales el 62,6%, seguidos de programas informativos 52,8% y ya a gran distancia deportivos con un 24,6%, debates con un 22,6% y magazines con un 22,3%.

Frecuencia de escuchar la radio - Grupos de edad



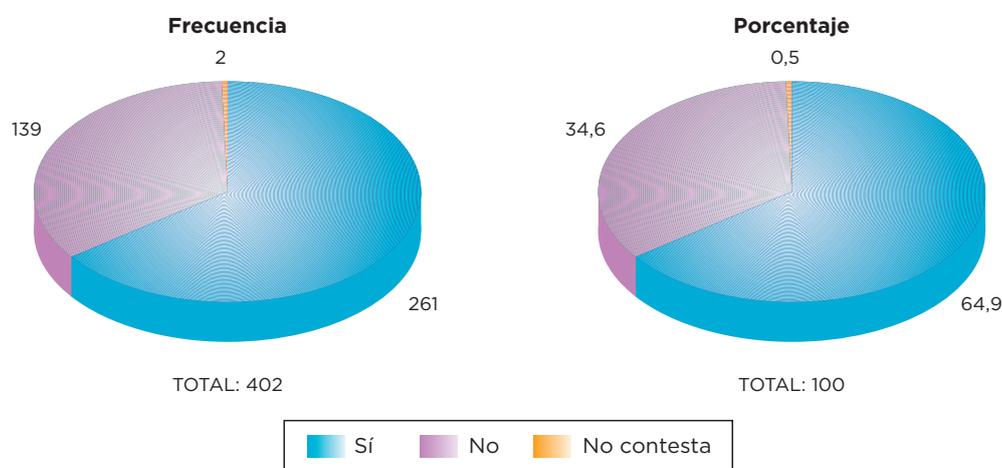
Una vez más la introducción de las variables sexo, edad o nivel de estudios no genera grandes diferencias internas y el uso de este medio es bastante homogéneo. Es sabido que cuanto más mayoritario es un uso también es más uniforme. Por tanto, hay poco que añadir. El sexo no produce ningún dato destacable. En lo que a edad se refiere, los mayores de 64 son los que menos escuchan la radio (55,4%) frente a los que cuentan entre 30 y 49 que destacan con un 72%. El último factor, el nivel de estudios permite afirmar que a mayor nivel de estudios mayor frecuencia de uso de la radio

ORDENADOR, INTERNET Y TELEFONÍA MÓVIL

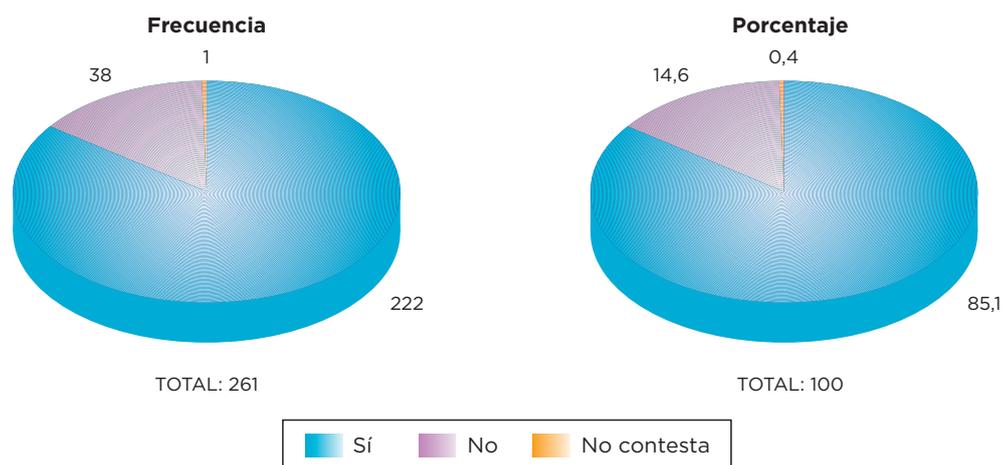
Abordamos ahora, otros medios de comunicación masivos aunque mucho más modernos, que pertenecen a las llamadas nuevas tecnologías pero que parecen llevar con nosotros toda la vida, y eso que su creación y sobre todo su difusión generalizada y casi universal constituye un fenómeno relativamente reciente. Asimismo y precisamente por ello, es un buen indicador del grado de modernidad de una sociedad y de su incorporación a esas “nuevas tecnologías” que antes hemos mencionado.

Veamos algunos datos empezando por el uso del ordenador. Esta primera tabla del presente apartado nos muestra sucintamente la situación. Lo más destacable aquí no es que casi el 65% tenga ordenador en casa, lo verdaderamente llamativo es que el 34,6% no lo tiene. Es como estar aislado del mundo y de una de las ventanas más potentes y contundentes de salida al exterior. Y ello, porque si no se tiene ordenador tampoco se tiene en la mayoría de los casos acceso a Internet en casa. Bien, pues esto le pasa a más de dos tercios de la población encuestada.

Dispone de ordenador en su residencia habitual



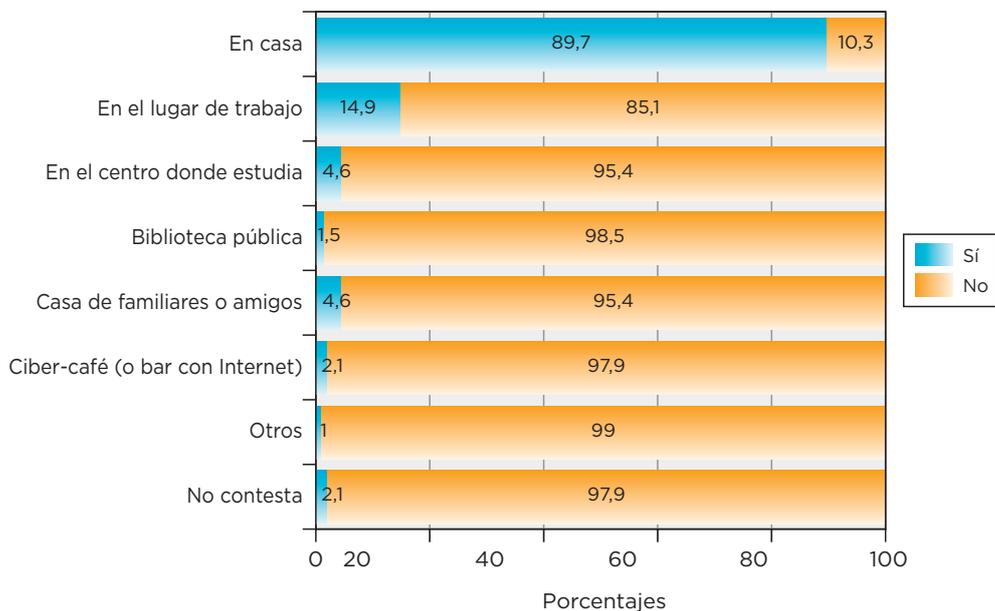
¿Tiene contratado servicio de Internet en casa?



De ese 64,9% que sí tiene ordenador en casa, vemos que el 85,1% tiene acceso a Internet. Con ello, poco más de la mitad de los hogares algecireños encuestados (55,2%) disponen de acceso a Internet. En cuanto a la calidad de la conexión: el 25,2% dispone de tarifa plana y el 68,5% dispone de banda ancha.

En lo que al uso se refiere, el 48% se conecta habitualmente y el 51% no. Una vez más, vuelve a llamar más la atención la ausencia que la presencia de la conducta. Esto puede explicarse quizá, y una vez más nos aventuramos a falta de datos concluyentes al respecto, por el uso compartido que los ordenadores tienen en los hogares (47%). Otro aspecto complementario al uso de Internet es el relativo a los lugares donde se utiliza habitualmente.

Lugares donde utilizan Internet normalmente*



* Respuesta múltiple.

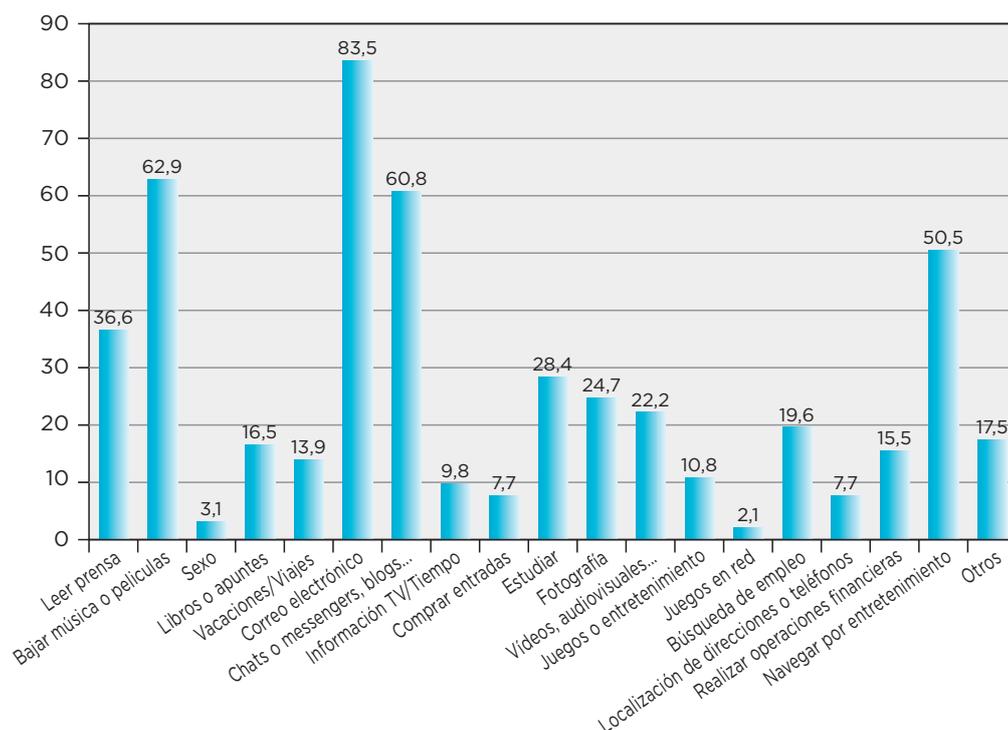
En este gráfico podemos observar que, aunque el lugar preeminente para acceder a Internet es el hogar, hay otros ámbitos en los que se accede a la red telemática. Ello puede paliar en alguna medida el hecho de que el 45% de los hogares no tenga acceso a la misma. Las personas encuestadas suelen conectarse a Internet en su trabajo (14,9%), en el centro de estudios (4,6%), en casa de amigos o familiares (4,6%), en las bibliotecas públicas (1,5%), en cibercafés y similares (2,1%). Vemos, que la falta de medios no limita el deseo de la gente de acceder a la red aunque no sea en el propio hogar. Y para qué utilizamos la red, podemos preguntarnos. Pues veamos las respuestas que nos han dado los encuestados.

Entre los usos mas frecuentes destacan: correo electrónico (83,5%), bajar música o películas (62,9%), chatear (60,8%), entretenimiento (50,5%), leer prensa (36,6%), estudiar (28,4%), fotografía (24,7%), videos (22,2%), buscar empleo (19,7%), realizar operaciones financieras (15,5%), etc.

En los usos del ordenador sí surgen diferencias sustanciales al introducir las variables de sexo, edad y estudios. De hecho las diferencias son importantes en general; veamos algunos detalles al respecto. Los varones (55,4%) se conectan más que las mujeres (41,5%). La edad es un factor claramente discriminante y presenta una relación inversamente proporcional, tal y como podríamos esperar. A menor edad mayor acceso y viceversa. Los jóvenes de 18 a 29 años (78,7%), de 30 a 49 (49%), de 50 a 64 (31,6%) y los mayores de 65 (15,4%). Los estudios constituyen un factor si cabe más discriminante que el anterior. De hecho las frecuencias se multiplican por 2 y por 3 a medida que el nivel de estudios se incrementa. La relación aquí es directamente proporcional: los sin estudios o primarios (30,6%), estudios medios (61,2%) y estudios universitarios (91,8%).

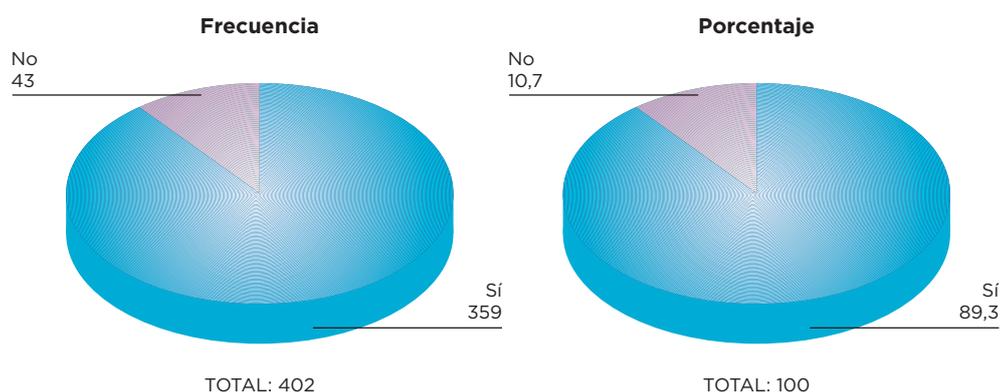
Por último, unas líneas sobre la presencia del móvil en nuestras vidas tomando a la población encuestada como muestra. La tenencia de móvil es mayoritaria tal como muestra la tabla nº— aunque de nuevo destaca el hecho de que el 10,7% no lo tenga. La telefonía móvil ha penetrado con mucha más fuerza que Internet pero aún así llama la atención ese reducto del 10,7% que se muestra al margen de los tiempos. Quizá son “militantes” de la causa antitecnológica, en cualquier caso una excepción aunque no residual cuantitativamente hablando.

Usos que realizan de internet*



* Respuesta múltiple.

Tiene teléfono móvil

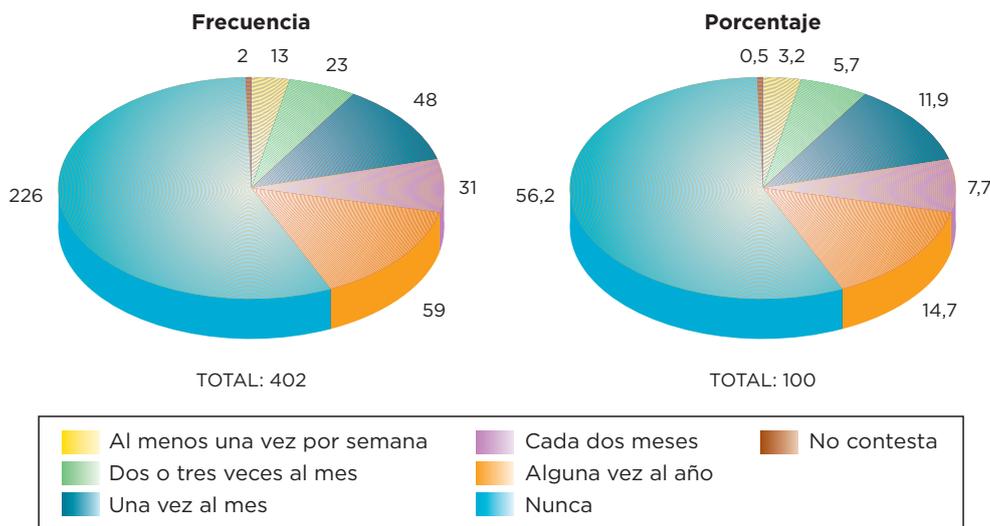


En lo que a usos se refiere, el 97,5% lo usa para hacer o recibir llamadas el 32,9% para enviar/recibir mensajes, el 15,9% para hacer fotos, siendo el resto de uso mucho más minoritarios; así, escuchar música con un 2,5 % es el uso siguiente en porcentaje. Por último, en cuanto la gasto medio es de 29,61 € (con una desviación típica del 25,02). En los siguientes apartados (del V al VII) entramos en opciones de ocio más tradicionales, aunque transformadas por las nuevas tecnologías, a las que han tenido que adaptarse para competir y sobrevivir. Empezaremos por el cine

CINE

El cine, las películas, los actores y el glamour que desprenden, especialmente las grandes estrellas internacionales, siguen interesando a una buena parte del público. La asistencia a las salas cinematográficas, sin embargo parece que no tanto. Este es uno de los aspectos del cambio generado por las nuevas tecnologías a los que hacía referencia anteriormente. La

Frecuencia de asistencia al cine



gente ve el cine en casa, se baja las películas de Internet, compra aparatos para un visionado cuasi profesional como los Home cinemas o "cine en casa", etc. Todo ello, ha llevado a que acudir a una sala de cine se convierta en una actividad poco frecuente. Veamos datos.

Como puede apreciarse en la tabla nº— más de la mitad de los encuestados declaran no acudir nunca al cine (56,2%), semanalmente acuden el 3,2%, mensualmente el 5,7% y con menor frecuencia el 22,4%. Si introducimos la variable sexo se pueden observar ligeras diferencias que no merece la pena destacar. La edad y el nivel de estudios sí presentan un mayor poder discriminante. Los jóvenes constituyen el grupo de edad que, con claridad, acuden con mayor frecuencia a las salas de cine mientras que los mayores de 64 se sitúan en el extremo opuesto. De modo que se produce una relación directamente proporcional entre la edad y la asistencia a las salas cinematográficas. Así, el 10,2% de grupo de 18 a 29 acuden al menos una vez a la semana, el 12% dos o tres veces al mes y el 18,5% una vez al mes. Si agrupamos estas categorías, casi el 41% de los jóvenes encuestados acuden en frecuencia mensual. Este mismo agrupamiento, en la categoría de 30 a 49 concentra al 17,6%, en la de 50 a 64 al 15,7% y en la de 65 o más al 1,5%. De hecho, los mayores declaran no acudir nunca al cine en un 86,2%, cifra que desciende progresivamente según baja la edad al 68,4%, al 54,9% y al 31,5% en los jóvenes.

El nivel de estudios también tiene una clara incidencia en el comportamiento de los sujetos. Al igual que en el caso anterior, se produce una relación directamente proporcional entre nivel de estudios y asistencia al cine. Las personas que no tienen estudios o con estudios primarios declaran acudir al cine -agrupando las frecuencias semanal y mensual- en un 14%, los que tienen estudios secundarios en un 27,7% y los universitarios en un 32,7%. En el extremo opuesto, declaran no acudir nunca en un 67,7%, en un 44,8 y un 36,7% respectivamente de menor a mayor formación.

En cuanto a los gustos y preferencias, el 78% prefieren cine americano, frente al español (55,7%) o al europeo (40,8%). En cuanto al lugar que prefieren para ver cine, no es la sala sino la casa, no es la pantalla sino el televisor. De cada 10 películas que visionan, las dos terceras partes lo hacen por televisión: abierta 5,27 o de pago 1,05; bajadas de Internet 1,41 mientras que en las salas de cine sólo ven 1,29.

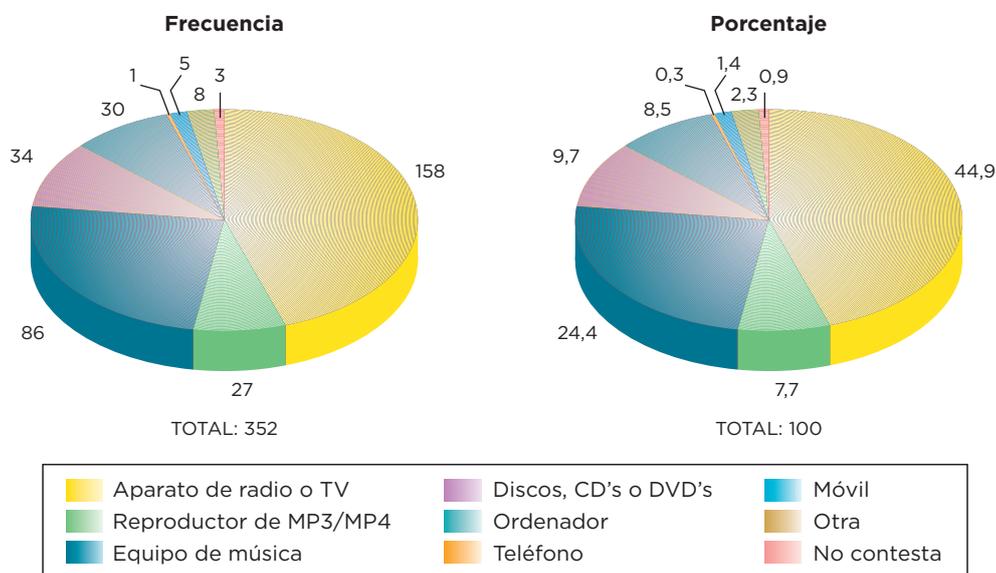
En cualquier caso, resulta ser una actividad poco frecuente si la comparamos con escuchar música, actividad mayoritaria para el conjunto de la población. Lo vemos en el siguiente apartado.

MÚSICA

La afición por la música está presente en la mayoría de la población. Los datos son muy elocuentes al respecto, el 69,9% escucha música diariamente y en frecuencia semanal (entre 1 y 4 veces a la semana) otro 10%; nunca o casi nunca escuchan música tan sólo un 12,4% de la población. El interés por esta actividad es, por tanto, generalizado aunque podemos detallar algunos aspectos que nos permitirán establecer algunas características interesantes del fenómeno. Por ejemplo, si atendemos al dispositivo en el que se escucha música con mayor frecuencia, obtenemos que el 44,9% lo hace prefe-

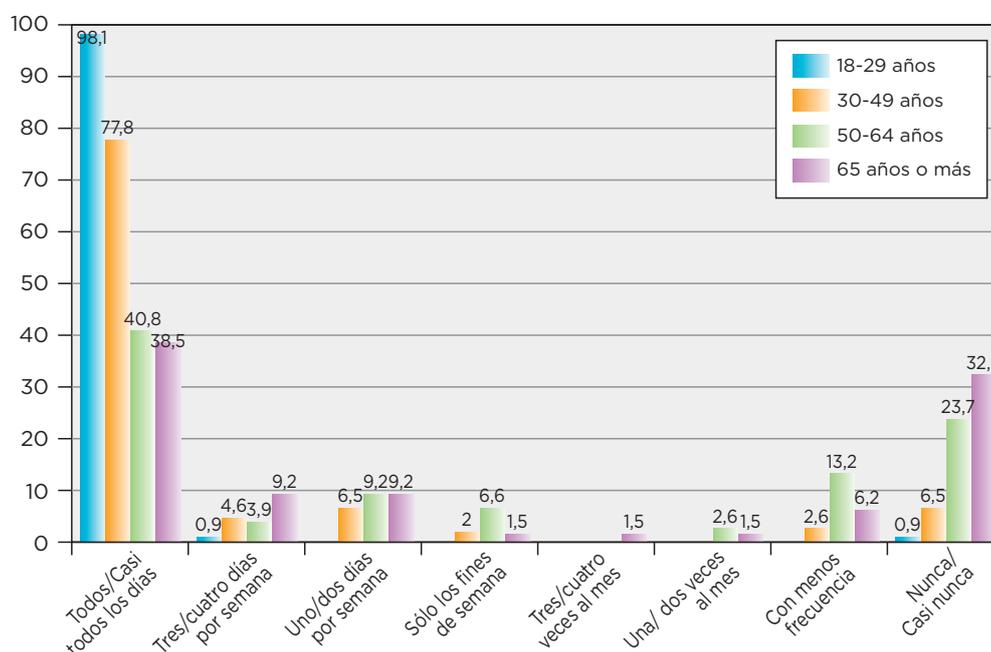
rentemente por la radio o la televisión, el 24,4% en equipo de música, el 9,7% en discos, CDs o DVDs, el 8,5% por ordenador, el 7,7% con reproductor mp3 o mp4, el 1,4% por el móvil. Vemos que la música se sigue oyendo por los canales tradicionales al tiempo que van haciéndose un hueco las nuevas tecnologías con sus modernos dispositivos. El 44% de los encuestados posee un dispositivo mp3/mp4 aunque un porcentaje claramente menor que no llega al 8% lo usa como medio principal.

Dispositivo en el que escucha música con más frecuencia



En cuanto a los lugares donde se escucha música son numerosos y variados. Se hace en casa y en locales públicos, en el tiempo de ocio y en el trabajo. El 73,8% de la gente oye música en su casa, el 44% en el coche, el 15,4% en pubs o discotecas, el 15% en su habitación, el 14,2% en el trabajo, el 3,7% en conciertos, el 3,4% en casa de amigos. En cuanto a los gustos musicales se refiere, las preferencias se reparten por un amplio abanico de opciones. La música que más se

Frecuencia de escuchar música - Grupos de edad



escucha es el pop nacional 53,5% seguida del flamenco 43,3%; del pop internacional 35,1%; de la canción melódica el 33,6%; de la canción popular 26,6%; del rock español el 24,6%; del rock internacional 18,9%; de la clásica el 17,9%; del hip hop el 9,2% o el jazz el 8,2%.... Estas categorías musicales están claramente vinculadas con la edad. La música tiene un marcado componente generacional. Pocos jóvenes están entre los aficionados a la canción popular y pocos ancianos entre los seguidores del hip hop. Hagamos por tanto, alguna consideración de la relación entre la afición a la música y la edad, a la que podemos añadir alguna pincelada en cuanto al sexo y al nivel de instrucción de los protagonistas.

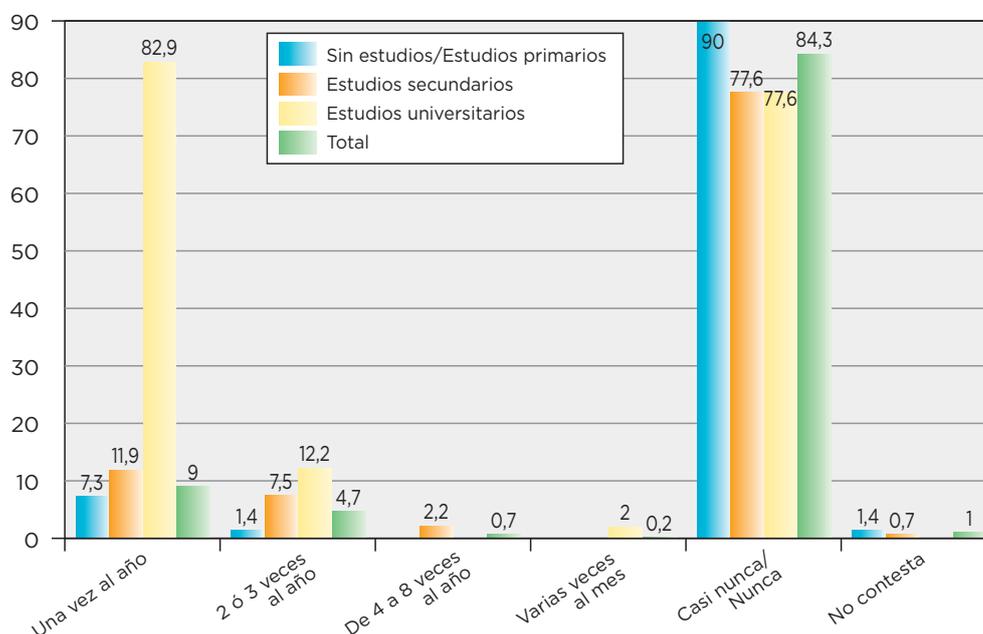
La edad marca diferencias muy pronunciadas en lo que a frecuencia y a tipo de música preferida se refiere. Así, el 98,1% de los jóvenes oye música a diario mientras que entre los de 64 o más años sólo alcanza el 38,5%. La siguiente tabla muestra gráficamente el estado de la cuestión Además, si añadimos la asistencia a conciertos (3,7%), nos ofrece una medida cualitativa del grado de interés por la música. Se observa que los conciertos de pop/rock son con distancia los más frecuentados (el 28% acude al menos una vez al año) seguidos por los de flamenco (el 11,2%). El resto es insignificante en proporción. A falta de datos que crucen edad y asistencia a conciertos, los jóvenes parecen constituir el grupo más interesado y “comprometido” con la música. Mercedaría la pena ampliar este análisis en un futuro, ya que para muchos jóvenes la música es su nueva religión y se asocia con una estética y unos valores muy determinados.

La pincelada prometida de las otras dos variables habituales en nuestro análisis permite hacer las siguientes consideraciones. Los varones se muestran algo más aficionados a la música que las mujeres, el 73,8% frente al 66,2% en frecuencia diaria. Si agregamos los datos en frecuencia semanal el 82,5% frente al 77,3%. Son diferentes pero no mucho. El nivel de instrucción también genera algunas diferencias. Entre los encuestados que no tienen estudios o estudios primarios, el 60% oye música a diario, proporción que asciende al 79,9% en el caso de los que tienen estudios secundarios y alcanza su máximo 85,7% en los universitarios.

TEATRO

La asistencia al teatro es una actividad minoritaria. El 84,3% de la población confiesa no acudir nunca o casi nunca al teatro, de 1 a 3 veces al año el 13,7% y, de 4 a 8 veces o más, el 0,9%. El teatro se muestra como una actividad elitista y reservada a una exigüa minoría, sobre todo, si lo comparamos con acudir a las salas de cine o a un concierto, cifras ya relativamente bajas como vimos con anterioridad. La falta de oferta es una de las grandes barreras para que se incremente la afición y la asistencia. Recordemos que ser aficionado al teatro resulta bastante complicado en el caso del municipio de Algeciras, ya que no cuenta con ningún teatro estable a expensas de que se concluyan las inacabables obras del teatro local. El interés por el teatro, sin embargo, se sitúa en 3,09 en una escala de 5 (desviación típica 1,5). En cuanto a la incidencia de la edad o el sexo es prácticamente nula. El nivel de instrucción tiene una mayor influencia aunque nada destacable. Las personas que están más al margen de esta actividad son, como es previsible, los que no cuentan con estudios o sólo primarios. El resto de categorías se comporta de modo similar.

Frecuencia de asistencia a obras de teatro - Nivel educativo

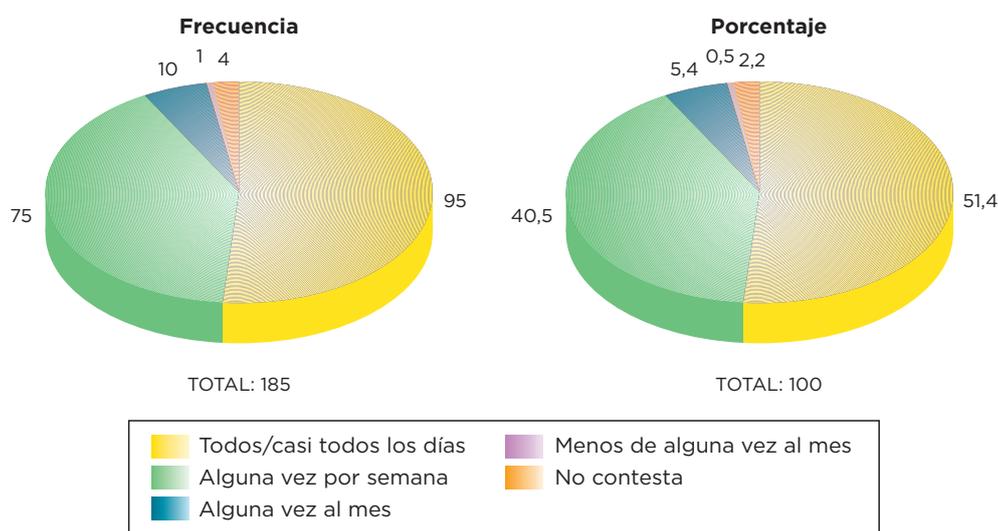


ACTIVIDADES DEPORTIVAS

Abordamos ahora un apartado diferente en el cual el protagonismo de los actores sociales es mayor. No es un mero espectador pasivo (como en el cine, la música, el teatro, etc.) sino que se realiza una práctica activa y dinámica. La práctica deportiva es también un buen indicador del grado de desarrollo de una sociedad. El cuidado de la salud, de la alimentación, etc. es mayor en las personas que practican deporte que en las que no lo hacen. Veamos algunos datos al respecto.

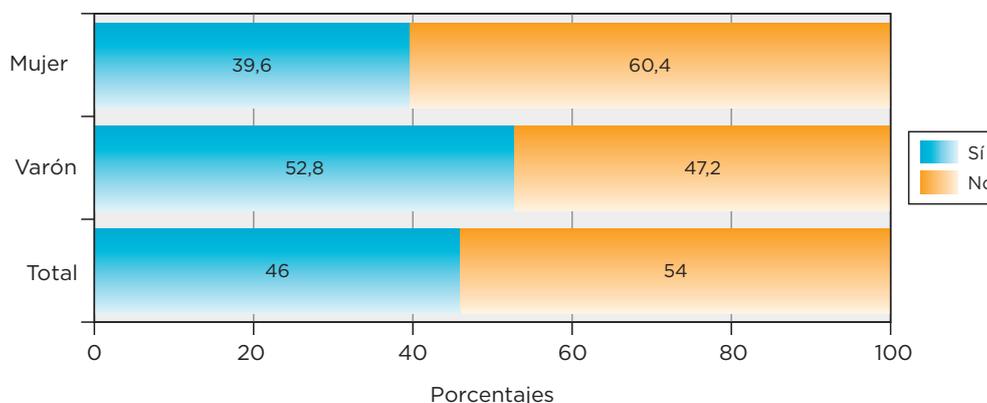
El 46% de la población encuestada declara practicar deporte habitualmente mientras que el 54% declara que no lo hace. Es importante especificar que se entiende por habitualmente. Lo vemos en el gráfico siguiente:

Frecuencia con la que practica algún deporte



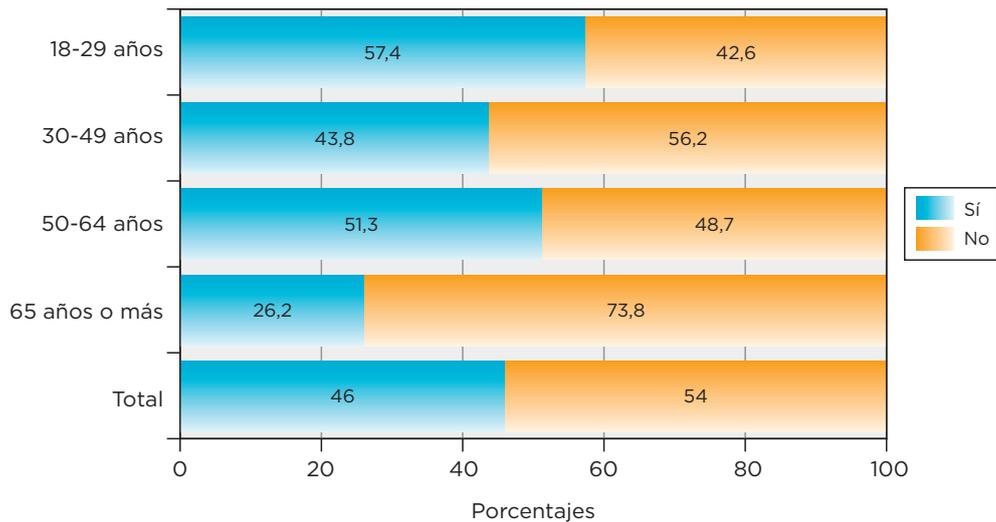
Al detenernos en los datos que aquí observamos, podemos apreciar que sólo un 23,6% de la muestra y un 51,4% de los que declaran practicar deporte, lo hacen diariamente o casi diariamente. El resto lo hace con una frecuencia superior. Esta fotografía no es muy halagüeña pero si incorporamos las variables de sexo, edad o nivel de estudios, los resultados muestran una realidad aún menos optimista al respecto.

¿Practica habitualmente algún deporte? - Sexo



El sexo resulta ser un factor discriminante, ya que algo más de un tercio de las mujeres frente a más de la mitad de los varones, declara practicar deporte habitualmente. Ya hemos visto que las frecuencias diarias son muy bajas, de modo que la autopercepción de lo que es hacer habitualmente es, como poco, generosa. La edad resulta ser también es un factor discriminante aunque más esperable, ya que con la edad se reduce en intensidad y diversidad la práctica deportiva.

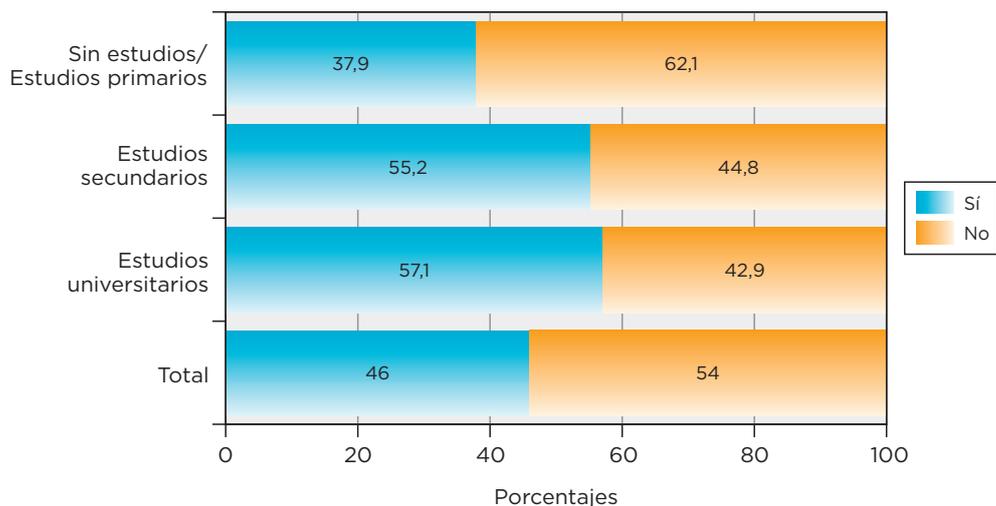
¿Practica habitualmente algún deporte? - Grupos de edad



El que sean hechos esperables no debe hacernos pensar que son razonables. Ni el sexo ni la edad deberían discriminar las conductas, especialmente en esta actividad tan vinculada con una buena salud y calidad de vida. La promoción del deporte para reducir o limar los estereotipos e impedir que el género o la edad sean una barrera para su práctica debería estar entre las preocupaciones de una sociedad moderna (de sus elites políticas y académicas).

Una vez más, el grupo con un nivel de estudios inferior se separa de los otros dos en cuanto a la realización de deporte. Con porcentajes prácticamente inversos, menos de 4 de cada 10 frente a casi 6 de cada 10 personas.

¿Practica habitualmente algún deporte? - Nivel educativo



En cuanto al tipo de deporte que suelen practicar, los porcentajes se distribuyen del siguiente modo: gimnasio (26,5%), fútbol (18,5%), footing (18,5%), natación (11,9%), ciclismo (8,6%), padel (6,5%), etc. y una categoría de otros (42,2%) que nos permite vislumbrar un amplio abanico de opciones aunque minoritarias. Si preguntamos por el deporte principal que practican se mantiene el orden aunque con distintos porcentajes gimnasio (20%), fútbol (13%), footing (10,8%), natación (5,9%), ciclismo (3,8%), padel (3,2%), etc. y un otros (35,7%).

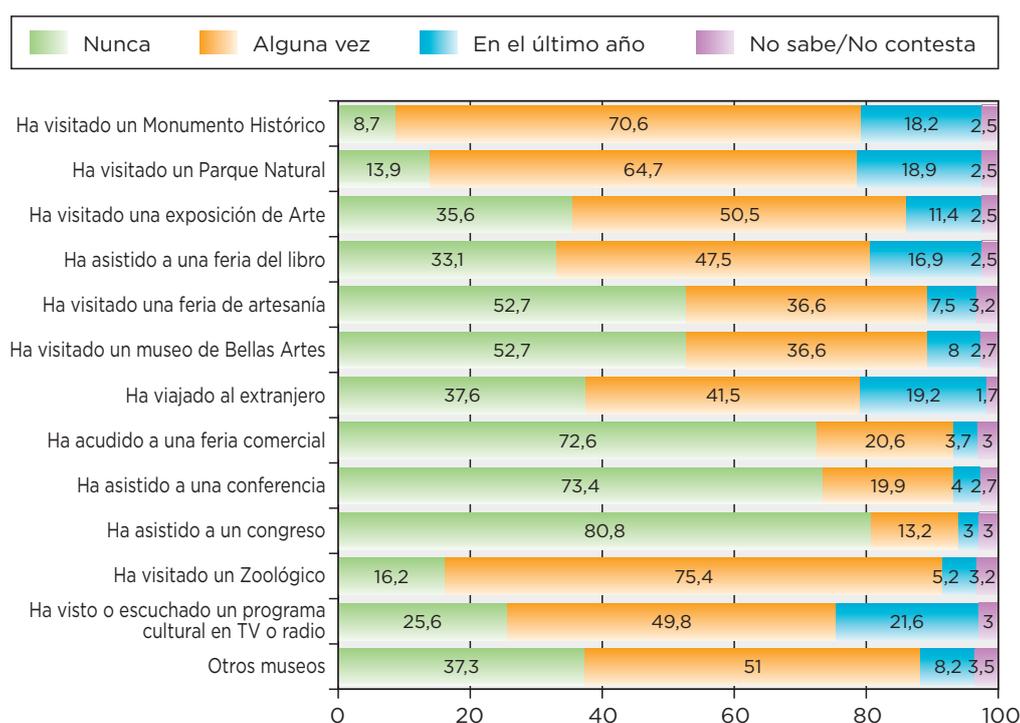
Por último, una breve referencia a los deportes a los que se asiste como espectador. Aquí hay un claro favorito que es el fútbol con el 60% y después están otros deportes de conjunto, como baloncesto o balonmano con un 16,5% cada uno y

la natación con el 6%. Quizá, haría faltar especificar que tipo de competición y rango de edad, es decir, si son competiciones amateurs o profesionales, de niños o adultos pero no contamos con esta información. La coincidencia con los deportes que tienen cierta tradición y presencia en ligas nacionales hace pensar que la asistencia es a espectáculos deportivos propiamente dichos.

OTRAS ACTIVIDADES RELACIONADAS CON LA CULTURA

En este apartado abordamos un conjunto muy diverso de actividades relacionadas con la cultura y que tienen un carácter menos sistemático. Se preguntaba a los encuestados si habían realizado alguna de dichas actividades y la frecuencia. Veamos que respuestas se han obtenido

Otras actividades relacionadas con la cultura



Entre las actividades que se realizaron en el último año destacan en las preferencias: ver u oír un programa cultural en la radio o tv (21,6%), viajar al extranjero (19,2%), visitar un parque natural (18,2%), visitar un monumento histórico (18,2%), visitar una feria del libro (16,9%). En el otro extremo, las menos demandadas: asistir a un congreso (3%), acudir a una feria comercial (3,7%), asistir a una conferencia (4%).

Entre lo que se ha hecho alguna vez, vemos que las preferencias se centran en: visitar un zoo (75,4%), visitar un monumento histórico (70,6%) o visitar un parque natural (64,7%). Entre las opciones menos atractivas: asistir a un congreso (13,2%), asistir a una conferencia (19,9%), acudir a una feria comercial (20,6%).

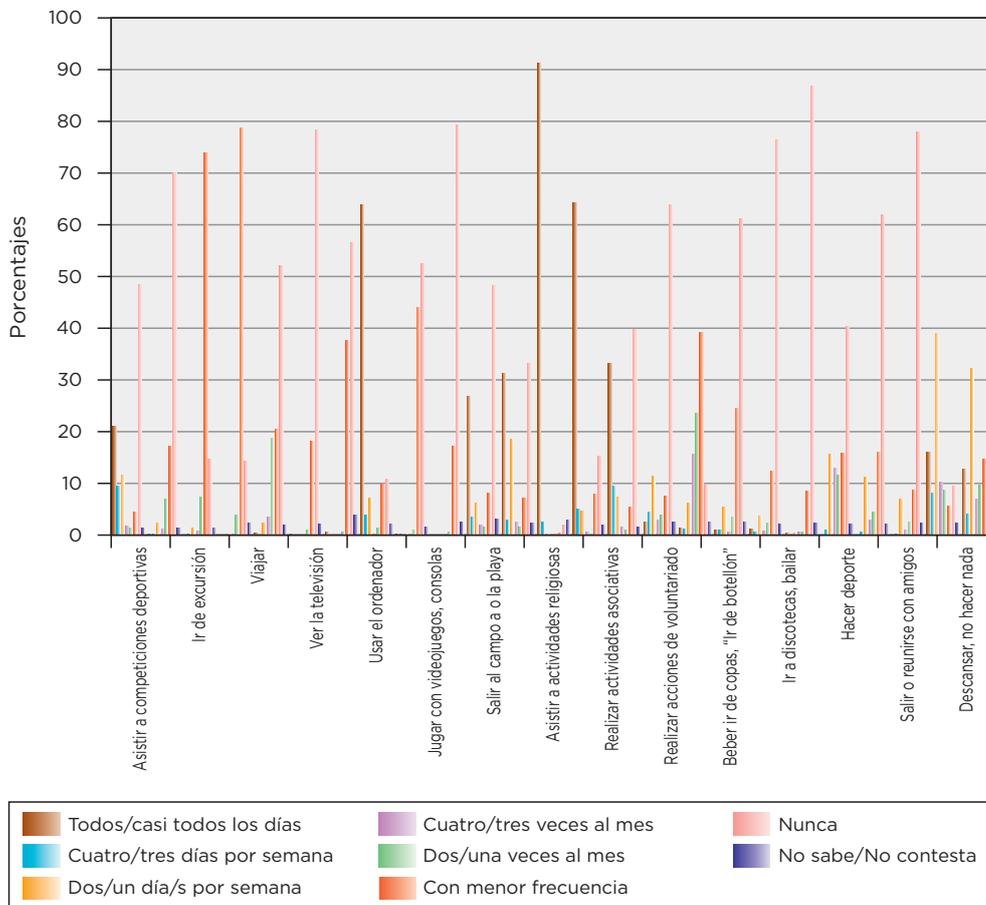
Entre lo que no se ha hecho nunca encontramos en los últimos lugares: visitar un zoo (16,2%), visitar un parque natural (13,9%), visitar un monumento histórico (8,7%). Entre las opciones menos efectuadas: asistir a un congreso (80,8%), asistir a una conferencia (73,4%), acudir a una feria comercial (72,6%).

La realidad es tozuda y, aunque encontramos una cierta variedad en lo que se ha hecho alguna vez o el año anterior, no la encontramos en lo que no ha hecho nunca o con menor frecuencia en las que siempre están las tres mismas categorías. Se lleva la palma asistir a un congreso que siempre ocupa el último lugar, seguido de acudir a una conferencia y de acudir a una feria comercial. Las dos primeras están claramente vinculadas con la actividad docente y divulgativa de la universidad. Parece que no tiene demasiado calado en el conjunto de la población

OCIO

En este apartado analizamos en un cuadro comparativo la frecuencia con la que se realizan distintas actividades de ocio, algunas ya previamente mencionadas y otras que surgen por primera vez en este estudio. Vemos la tabla y pasamos a comentarla. Esta tabla nos permite obtener una imagen gráfica y resumida del peso relativo que las distintas actividades juegan en el día a día de la población en su conjunto. Resume los gustos y preferencias y nos ayuda a compilar muchos de los apartados vistos de forma particular y con más profundidad, de un vistazo general aunque más superficial.

Actividades de ocio



A mi juicio, las columnas más reveladoras son las que analizan las actividades que se realizan todos los días y las que no se realizan nunca. Podemos observar que la población en su conjunto tiene los siguientes comportamientos diariamente: ve la televisión (91,3%), oye la radio (64,4%), oye música (63,9%), usa el ordenador (33,3%), lee periódicos o revistas (31,3%), lee libros (26,9%), hace deporte (21,1%), sale o se reúne con amigos (16,2%) o descansa y no hace nada(12,9%).

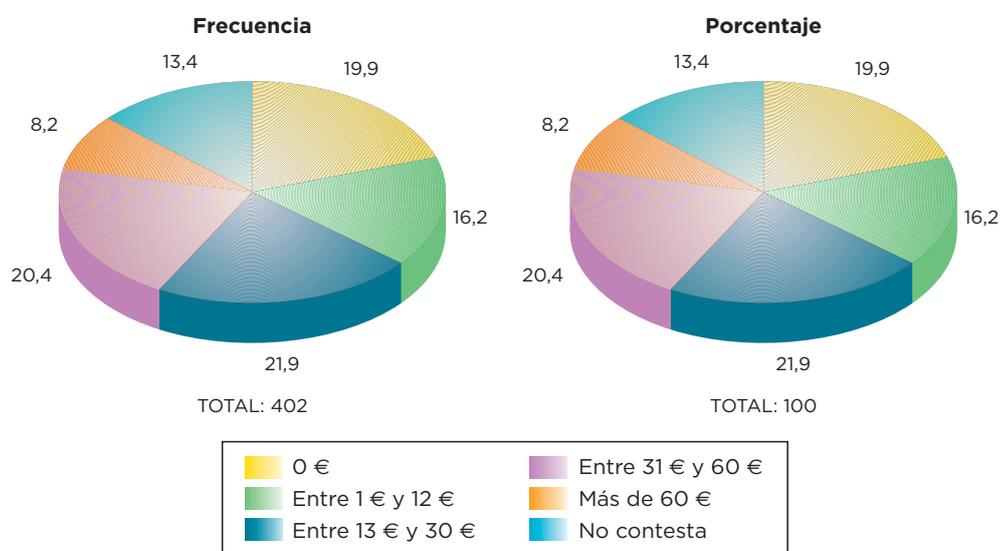
En el extremo opuesto, lo que no se hace nunca: realizar actividades de voluntariado (86,8%), asistir a conferencias (79,4%), ir al teatro (78,4%), ir de botellón (77,9%), realizar actividades asociativas (76,4%), asistir a competiciones deportivas (70%), videojuegos (63,9%), ir a discotecas (61,9%), asistir a actividades religiosas (61,2%).Es evidente que ciertas actividades no pueden hacerse todos los días y que el fin de semana se muestra mucho más propicio a la hora de organizar actividades de ocio o culturales pero aún así resulta bastante esclarecedor el panorama que nos presenta esta tabla.

Merece la pena destacar las actividades que se hacen con una frecuencia semanal de entre uno a cuatro días por semana: reunirse con amigos o salir, hacer deporte, descansar o no hacer nada, leer prensa y revistas, usar el ordenador, entre las más destacadas. Entre las menos: las excursiones, viajes, ir a museos. Efectivamente son actividades que nos exigen un tiempo del que no disponemos en el frenético ritmo cotidiano, sin embargo sí nos mostramos dispuestos a y capaces de sacar tiempo para estar con amigos o también para no hacer nada.

Otros indicadores nos ayudan a completar el perfil del usuario de las actividades culturales. Si atendemos al número medio de horas que semanalmente se dedican al ocio y a la diversión, la cifra que surge es de 22,97 horas con una desviación típica de 18,6 que nos indica una alta dispersión en las respuestas. Al no contar con la distribución de estas horas entre días laborables y fin de semana y al carecer igualmente de información que introduzca las diferencias por sexo y edad, no podemos afirmar con datos que estas variables inciden con claridad en el disfrute de dicho tiempo de ocio. Pero no es difícil imaginar un panorama radicalmente distinto para las mujeres que para los hombres, para los casados que para los solteros y para los que tiene hijos y los que no. En este apartado, también me llama la atención que la muestra sea tan sólo de 301 sujetos, los otros 101 hasta completar el tamaño máximo de la muestra de 402 unidades, ¿no dedican un solo minuto al ocio en toda la semana?. A falta de más datos, dejo abierta la cuestión.

Si hablamos de gasto aproximado al mes en cultura, obtenemos una cifra de gasto medio de 28,26 € con una desviación típica de 33,5 lo cual vuelve a indicarnos una alta dispersión de los resultados. De hecho, el 20% de la población declara gastar 0 € al mes, el 16,2% entre 1 y 12 €, el 21,9% entre 13 y 30 €, el 20,4% entre 31 y 60 € y el 8,2% más de 60 €. Además un 13% no contesta. Los datos de gasto son realmente desconcertantes, especialmente si tenemos en cuenta los ingresos que se declaran. La baja cifra de gasto, aunque muchas actividades culturales son gratuitas (ver la televisión, leer la prensa o revistas en bibliotecas, etc.) me hace sospechar que algo no encaja. Quizá la autopercepción o algún otro factor, no sé si del propio cuestionario.

Gasto aproximado al mes en cultura



Del aspecto más crematístico al más poético. La cuestión ahora consiste en conocer las inquietudes artísticas de la población y en que medida han protagonizado, o al menos les gustaría, cualquiera de las nobles artes. Los datos reflejan, como podemos anticipar, un escaso interés real o ideal por la cuestión. Aún así, destaca que el 13,7% ha hecho teatro, el 8,2% pinta, el 4,2% desarrolla actividades musicales, el 2,5% escribe libros, el 1,2% esculpe, el 1% hace cine o cortos. Asimismo, en lo que a deseos se refiere: el 6,7% desearía pintar, al 6,2% realizar actividades musicales, el 3,7% hacer cine, el 3,2% escribir, el 2,7% hacer teatro, el 1,2% se decanta por la escultura.

VALORACIÓN ACTIVIDADES CULTURALES DE LA UNIVERSIDAD

En este apartado final, hacemos un repaso de la influencia que la universidad tiene en las actividades culturales del municipio, así como en la valoración que de ésta hacen los ciudadanos.

En cuanto a la frecuencia de asistencia a las actividades organizadas por la universidad, los datos no dejan lugar a dudas. Frecuentemente son usadas por el 0,75; alguna vez por el 4,7%; rara vez por el 2,7% y nunca el 87,6%. Si introducimos el sexo, los varones acuden algo más que las mujeres a este tipo de actos. Si tomamos la edad los más jóvenes acuden en un porcentaje ligeramente superior al resto. El único criterio que marca diferencias es el nivel de instrucción. Los universitarios que acuden entre frecuentemente y alguna vez suman el 32,7%, frente a los que cuenta con estudios secundarios que acuden el 4,4% y los sin estudios que no acuden nunca.

Algeciras (Cádiz)

La valoración media de la oferta cultural de la universidad en una escala de 1 a 10 es de 4,08 puntos con una desviación de 1,95 muy alta si tenemos en cuenta que sólo han valorado dicha oferta 24 de los 402 encuestados, que representan el 5,9% de la muestra y el 49% de los que cuentan con estudios universitarios de entre la población encuestada.

Podemos afirmar que el impacto de la oferta cultural de la universidad es realmente pequeño. Resulta ser poco utilizada, en parte por poco conocida y en parte porque no genera interés en una población que vive bastante al margen de dicha oferta cultural.