

E-1008

# Informes y Monografías



**BARÓMETRO ANDALUZ DE CULTURA**

**BACU 2012**

**“LOS ANDALUCES Y LA CULTURA”**

[www.iesa.csic.es](http://www.iesa.csic.es)

---

INVESTIGACIÓN REALIZADA CON FINANCIACIÓN DE LA CONSEJERIA DE CULTURA Y DEPORTE DE LA JUNTA DE ANDALUCIA MEDIANTE UN CONVENIO DE COLABORACIÓN CON EL CONSEJO SUPERIOR DE INVESTIGACIONES CIENTÍFICAS (CSIC)





## **PRESENTACIÓN**

*En el marco de un convenio de colaboración firmado en 2009, la Consejería de Cultura y Deporte de la Junta de Andalucía y el IESA han realizado el estudio titulado “Los andaluces y la cultura”, que constituye el tercer Barómetro Andaluz de Cultura (BACU), iniciado en el año 2008. El objetivo de este Barómetro 2012 es analizar cómo evoluciona la opinión de los andaluces en temas relacionados con la cultura y el consumo de bienes culturales, así como su percepción y actitudes ante este tipo de cuestiones.*

*El BACU 2012 se ha desarrollado bajo la responsabilidad científica del Dr. Moyano (Profesor de Investigación del IESA), la dirección técnica de Pedro Vives (profesional autónomo, experto en gestión cultural) y la colaboración de la Unidad Estadística y Cartográfica de la Consejería de Cultura y Deporte.*

*En el Barómetro de este año, se ha introducido alguna novedad respecto al barómetro del año 2010, con el objetivo de precisar el conocimiento sobre la opinión de los andaluces en temas vinculados al ámbito de la cultura, si bien se ha mantenido sin cambios el bloque fundamental del cuestionario, permitiendo así analizar de forma comparada los resultados de estos tres primeros BACU.*

*El estudio se ha desarrollado utilizando como técnica de investigación una Encuesta telefónica realizada en el mes de enero-febrero de 2012 a una muestra de 800 personas, representativa de la población de Andalucía. En el análisis de los resultados se ha tenido en cuenta la opinión general de los andaluces en asuntos relacionados con la cultura y el consumo de bienes culturales, analizándola en función de variables como la edad, el sexo, el nivel de estudios y el hábitat de residencia de la población.*

*La realización de la encuesta ha contado con el apoyo de la Unidad Técnica de Estudios Aplicados del IESA, coordinada por Sara Pasadas del Amo, así como de la estructura del CATI (Computer Assistance Telephone Interview) dirigida por Margarita Zarco.*

*Con la elaboración de este estudio, el IESA cumple uno de los objetivos que se trazó desde su creación como centro mixto CSIC-Junta de Andalucía en 1995, cual es el de contribuir a un mejor conocimiento de la sociedad andaluza mediante estudios rigurosos desde un punto de vista científico. De este modo, el IESA ofrece información de interés y calidad para que pueda ser utilizada por los responsables políticos para orientar sus actuaciones en la gestión de los asuntos públicos en Andalucía.*

Córdoba, Diciembre de 2012

## INDICE

|   |           |
|---|-----------|
| <b>INTRODUCCION</b>                                 | <b>3</b>  |
| <b>EL CONSENSO CULTURAL ANDALUZ EN 2012</b>         | <b>4</b>  |
| <b>PERCEPCIONES ACERCA DE LA «CULTURA ANDALUZA»</b> | <b>13</b> |
| <b>LA DIMENSIÓN PÚBLICA DE LA CULTURA</b>           | <b>21</b> |
| <b>LOS ANDALUCES Y EL MUNDO DE LA CULTURA</b>       | <b>30</b> |
| <b>LA CULTURA EN LA VIDA DE LOS ANDALUCES</b>       | <b>34</b> |
| <b>CONCLUSIONES</b>                                 | <b>42</b> |

## INTRODUCCIÓN

La tercera edición del Barómetro de la Cultura en Andalucía (en adelante BACU) supone la consolidación de una herramienta básica para el conocimiento sistemático de la relación de la ciudadanía andaluza con la idea de cultura y los conceptos o paradigmas a ella asociables. Esta perspectiva de análisis demoscópico sigue avanzando un paso más en el panorama de los estudios de la cultura, proporcionando un contexto de comprensión cualitativa de la cultura en sus proyecciones sociales, subyacente a los perfiles deducibles de los habituales estudios acerca de hábitos y consumo.

Con esta tercera edición del BACU podemos dar por firme, por ejemplo, una conclusión inmediata, sencilla, pero hasta hace pocos años nunca constatada científicamente: las sociedades occidentales contemporáneas, como es el caso de la andaluza, aunque presenten índices de consumo cultural estructural o coyunturalmente bajos y/o hábitos o prácticas culturales calificables como débiles o dispersas desde un punto de vista tanto teórico como comercial, poseen una idea de cultura congruente con su desarrollo histórico y con los contenidos concretos de esa cultura. Esta idea es también congruente con la lógica dominante en el momento actual.

Esta conclusión genérica y elemental, pero relevante para los estudios culturales, queda asentada con este tercer BACU, precisamente pese a haber tenido este barómetro de opinión pública unas características técnicas distintas a los dos anteriores y que podrían haber dado lugar a diversas alteraciones significativas (Tabla 1).

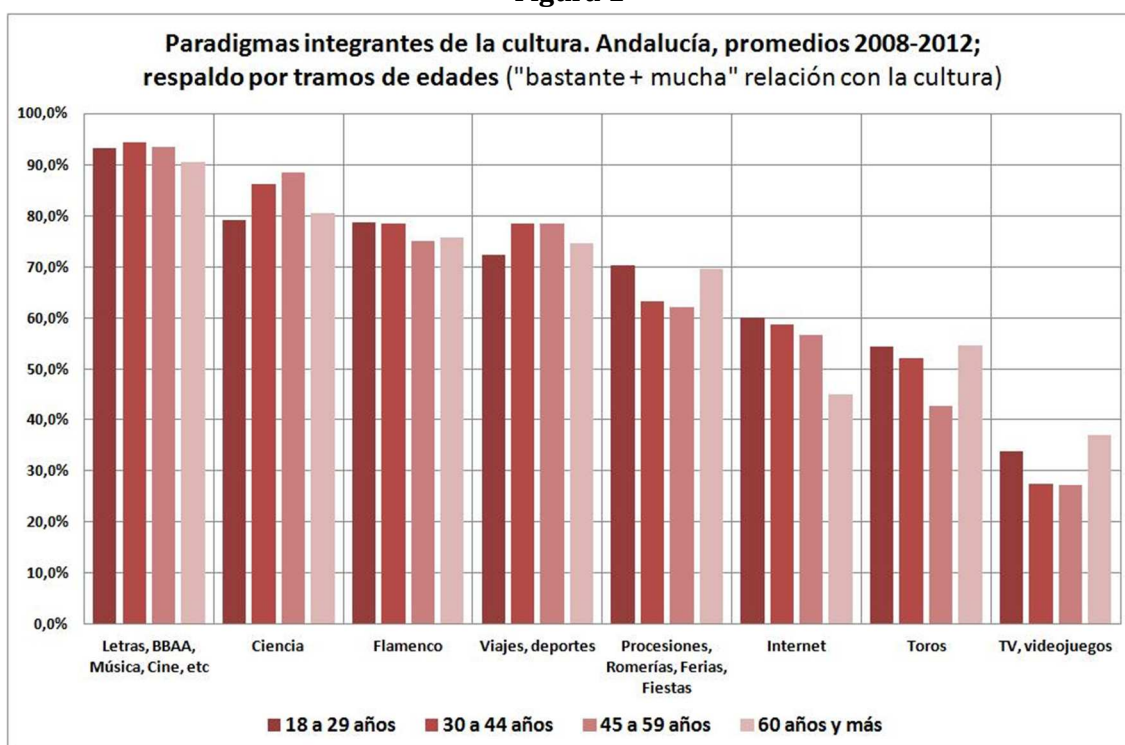
**Tabla 1**

| BACU        | Fechas de campo         | Tamaño | Procedimiento   | Tipo muestreo                             | Error absoluto para nivel de confianza 95% |
|-------------|-------------------------|--------|-----------------|---|--|
| <b>2008</b> | De 21/1<br>a 22/2 2008  | 3.190  | Presencial      | Estratificado por grupos socio-económicos | ± 1,73%                                    |
| <b>2010</b> | De 19/3<br>a 20/4 2010  | 2.401  | Presencial      | Estratificado por grupos socio-económicos | ± 2,0%                                     |
| <b>2012</b> | De 14 /1<br>a 13/2 2012 | 819    | Telefónica-CATI | Aleatorio estratificado                   | ± 3,5%                                     |

## EL CONSENSO CULTURAL ANDALUZ EN 2012

Como se ha avanzado, la estructura de una «idea de cultura» entre los andaluces presenta en general una coherencia constatable desde 2008. La forma en que en Andalucía se jerarquizan los grandes paradigmas asociables a la cultura presenta una continuidad en el transcurso prácticamente de un lustro, con variaciones que permiten apreciar la existencia de tensiones de cambio, o de decantaciones, a las que cabe asignar carácter inter-generacional así como, posiblemente, influencias de la coyuntura de crisis económica en que los BACU han iniciado su andadura. La estabilidad general y las variaciones pueden comprobarse en la Fig. 1

**Figura 1**



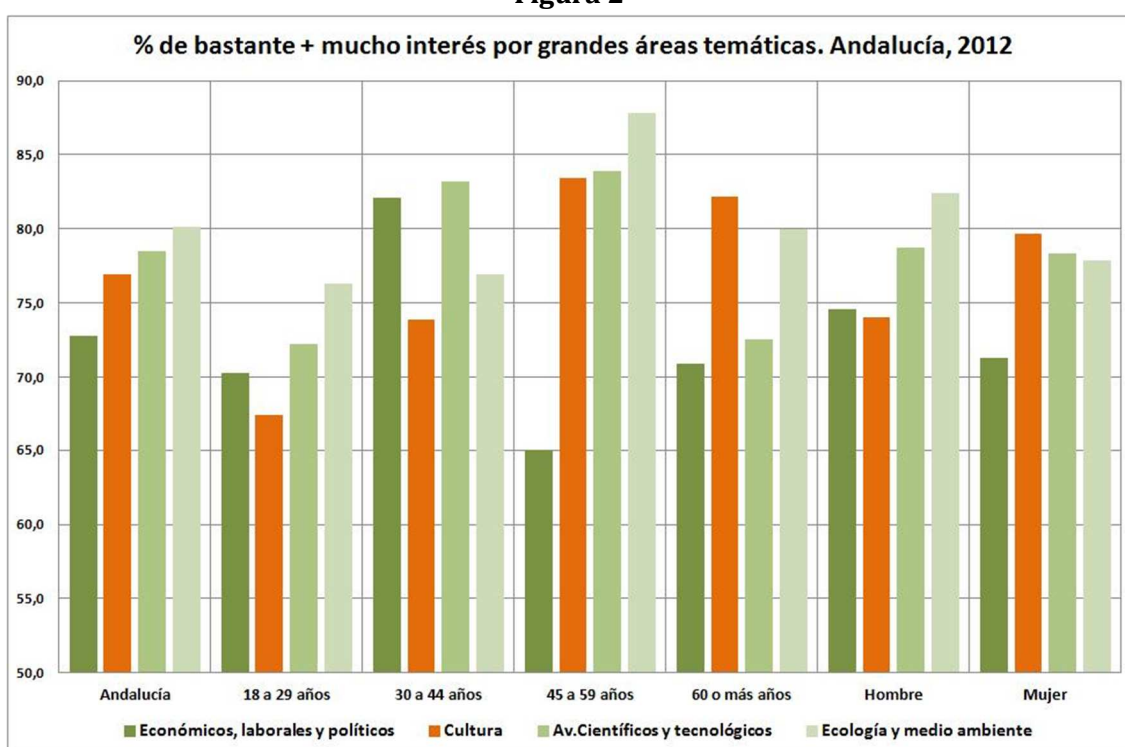
Fuente: BACU 2012 (IESA)

La secuencia de promedios de porcentajes de «bastante + mucha relación con la cultura», asignados por los grupos de edad entre 2008 y 2012, permiten comprobar que la estructura de reconocimiento de carácter cultural a los diferentes paradigmas propuestos es estable en el tiempo. Cabe pues tomar por seguro que en Andalucía existe una idea de cultura presidida por las manifestaciones clásicas de la cultura occidental, que completan en orden decreciente la ciencia, el flamenco (concepto éste de obligado desglose en nuestro caso, aunque obviamente se encuadra en el primer paradigma), así como también el conjunto de actividades expansivas sintetizado en «viajes-deportes». Dicha idea se completa con el reconocimiento destacado de las expresiones tradicionales y por paradigmas en los que venimos comprobando cambios de tendencia en el

respaldo inter-generacional, sea por la irrupción innovadora —internet— o por un cierto *contra-balance* entre grupos de edad, en relación con la vida activa y aun con pautas de posicionamiento en el desarrollo de la adultez —la TV y los videojuegos.

Aún es preciso añadir a esta primera visión el matiz que implica la manifestación de interés por la cultura (por los «temas» de ésta), emplazada en el contexto de intereses por otros grandes temas relativos a avances científicos, política, economía, etc. (Fig. 2). Puede apreciarse que el interés por los temas de la cultura, en el contexto de preferencias de información, reúne en Andalucía tres características esenciales:

**Figura 2**



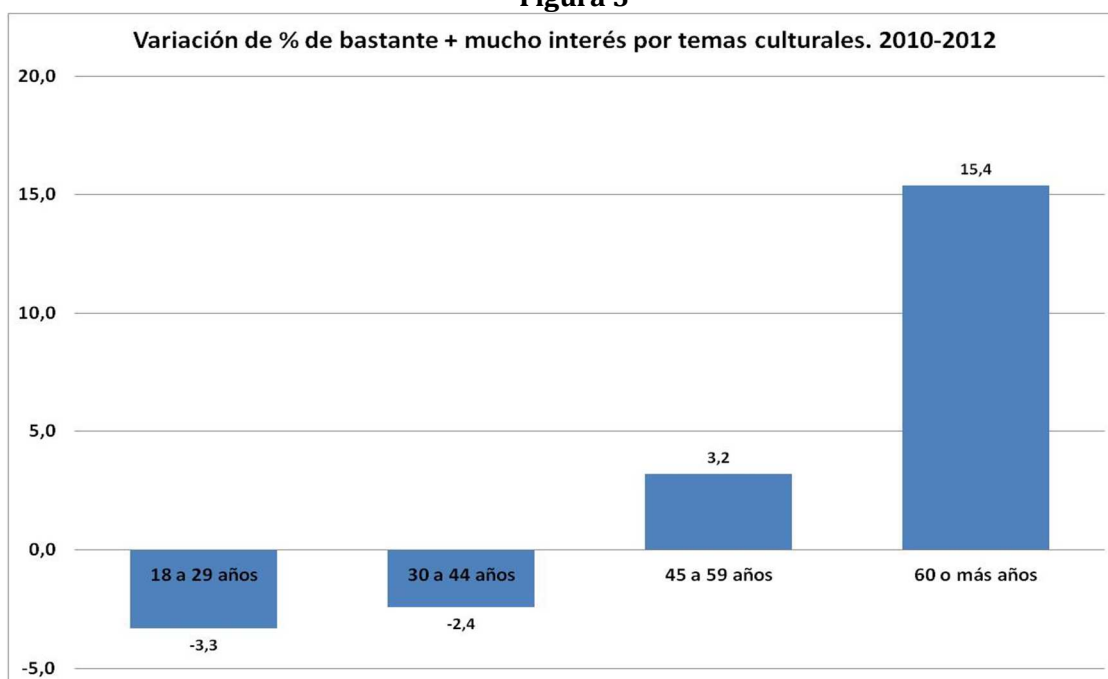
Fuente: BACU 2012 (IESA)

La primera de ellas es que la cultura no ocupa el primer puesto entre las prioridades del interés, o la curiosidad, de los andaluces —salvo en el conjunto “mujer”—, pues en general se sitúa en tercer lugar. Ahora bien, la segunda característica es que tal interés está protagonizado de manera destacada por las mujeres, al punto de que los temas culturales son para éstas el principal objeto de información. Y en tercer lugar, es característico que sea en las etapas de madurez, a partir de los 45 años, cuando este interés hacia la cultura se manifieste más claramente, ocupando también el primer plano entre los mayores de 60 años.

Es obligado señalar que, respondiendo a una distribución entre grupos de edad que venía manteniendo unos resultados coherentes, en 2012 la distribución del interés por los temas de cultura arroja variaciones que sin duda han agudizado las

características arriba señaladas. Se comprueba en la Fig. 3 que, con respecto a los resultados de 2010, se ha producido tanto un descenso importante en los grupos más jóvenes como, sobre todo, un aumento significativo entre los mayores de 60 años que, aun considerando los diferentes márgenes de error de ambas consultas, mantendría el efecto de agudización en el reparto de opinión. Una caída aun siendo leve, en el interés por la cultura de los grupos comprendidos entre 18 y 44 años implica un dato relevante en el contexto de las políticas culturales al uso. Y desde luego es difícil pronunciarse acerca de si responde a la coyuntura de crisis pues, como se verá más adelante, la puesta en relación de cultura y crisis no proporciona datos que expliquen suficientemente este descenso.

**Figura 3**



Fuente: BACU 2012 (IESA)

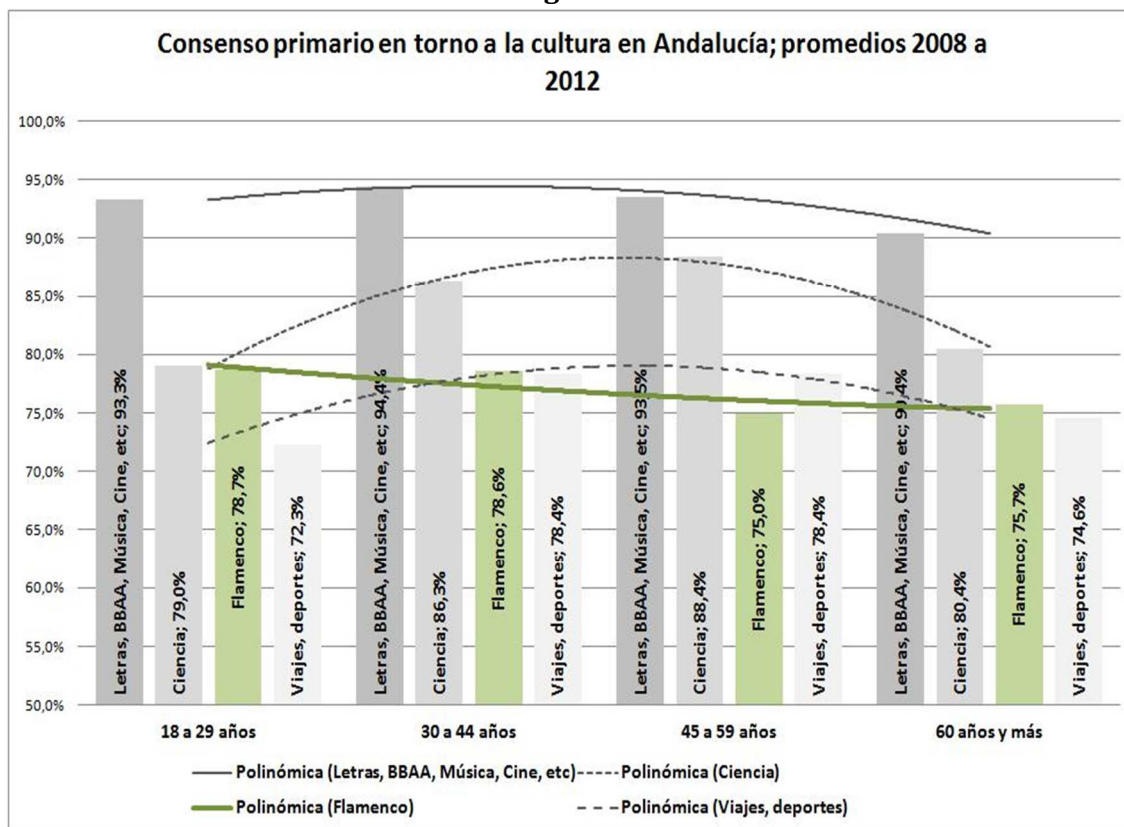
Expuestos los perfiles básicos, en 2012 se confirman los rasgos de lo que hace ya cuatro años se propuso como *Consenso Cultural Andaluz*, sustentado en las características generacionales de la idea de cultura en la región. Estructuralmente desde 2008 es perfectamente posible apreciar, por un lado, que se mantienen dos niveles de consenso, diferenciados en el tipo de paradigmas que son más respaldados por los grupos de edad (según correspondan al núcleo de vida *activa* o a los extremos de períodos *formativo* y *pasivo* —aproximada e hipotéticamente, claro está—), y por otro lado, que en un tercer nivel de consenso se perciben cambios en la constitución paradigmática del consenso cultural en Andalucía.

Mediante el empleo de los promedios de porcentajes entre 2008 y 2012, las Figs. 4, 5 y 6 proporcionan representación clara de cómo la composición de un nivel primario o consenso cultural básico, de otro nivel secundario o identitario y de un tercero de comportamiento cambiante, señalan la estabilidad de este marco de



opinión entre la ciudadanía andaluza. El nivel primario viene manteniendo en un lustro los porcentajes de respaldo («bastante + mucha relación con la cultura») superiores al 70% y haciéndolo singularmente en las edades comprendidas entre los 30 y los 59 años. Sus paradigmas integrantes son especialmente los *culturales*, pero la ciencia, los deportes y viajes, así como el flamenco —sobre cuyos datos cambiantes habremos de detenernos a continuación—, figuran con claridad en este nivel de consenso básico.

**Figura 4**

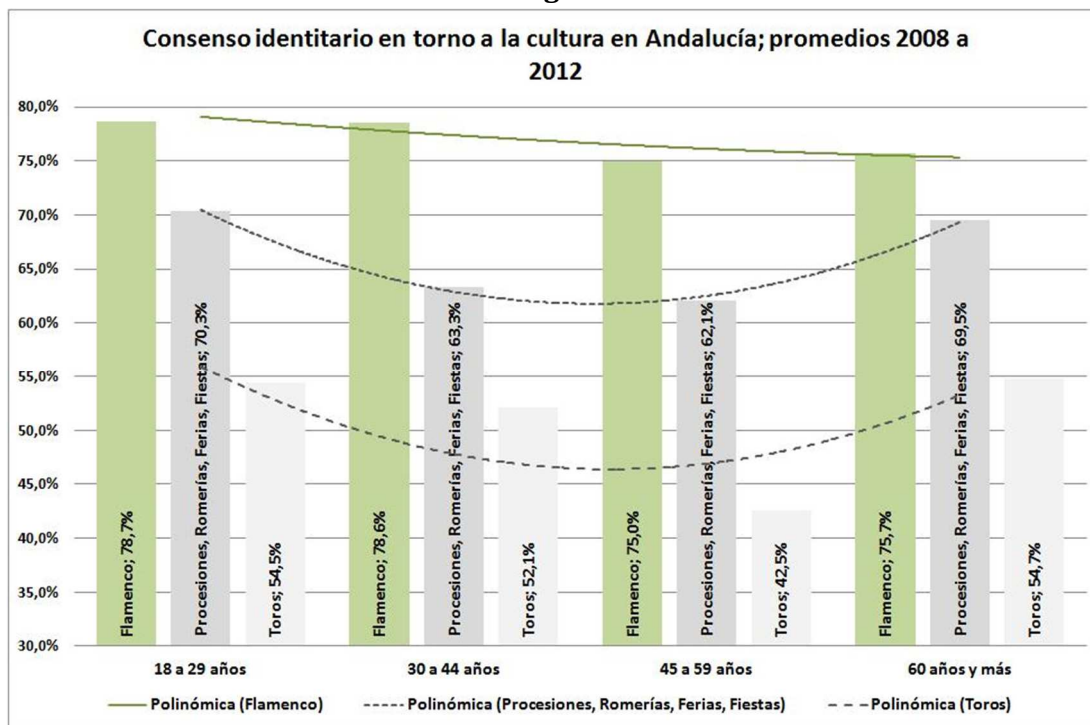


Fuente: BACU 2012 (IESA)

El plano del consenso identitario (Fig. 5) mantiene reforzado su perfil, en el que jóvenes hasta 29 años y mayores de 60 siguen proporcionando el principal respaldo a las manifestaciones propias de la tradición que, en todo caso, apenas llegan a rozar en algún caso el 70% entre sus máximos ni a bajar del 40%. En los componentes menos consensuados (Fig. 6) persisten dos casos disímiles aunque situados entre el 25% y el 60% de respaldo: internet, que prosigue una irrupción diríase que arrolladora en la idea de cultura entre los andaluces, y televisión/videojuegos, asociación de conceptos que retorna a mínimos en 2012<sup>1</sup>, si bien en la utilización de promedios arroja una línea polinómica intergeneracional más netamente asociable a los rasgos del consenso secundario.

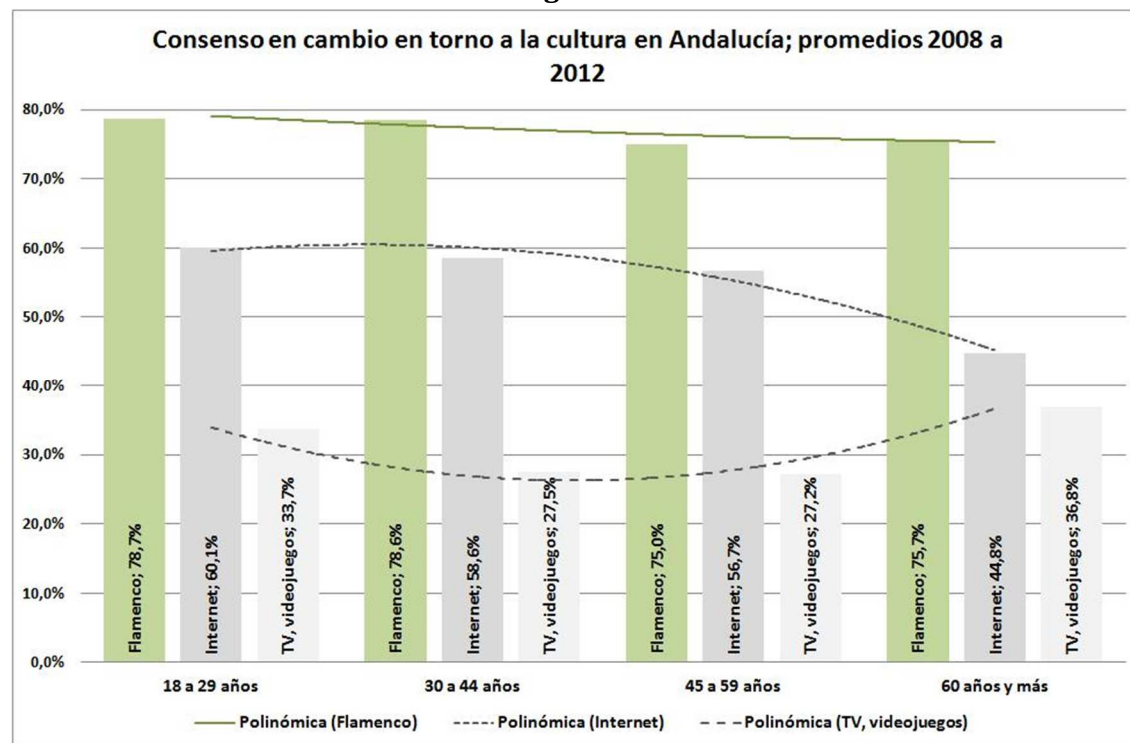
<sup>1</sup> En 2010 se había suprimido de la propuesta conceptual el término “audiovisual”, dando por resultado un incremento del respaldo que pareció efecto de dicha supresión; al retomar la propuesta original en esta oleada, los porcentajes también han retornado a niveles de 2008.

**Figura 5**



Fuente: BACU 2012 (IESA)

**Figura 6**



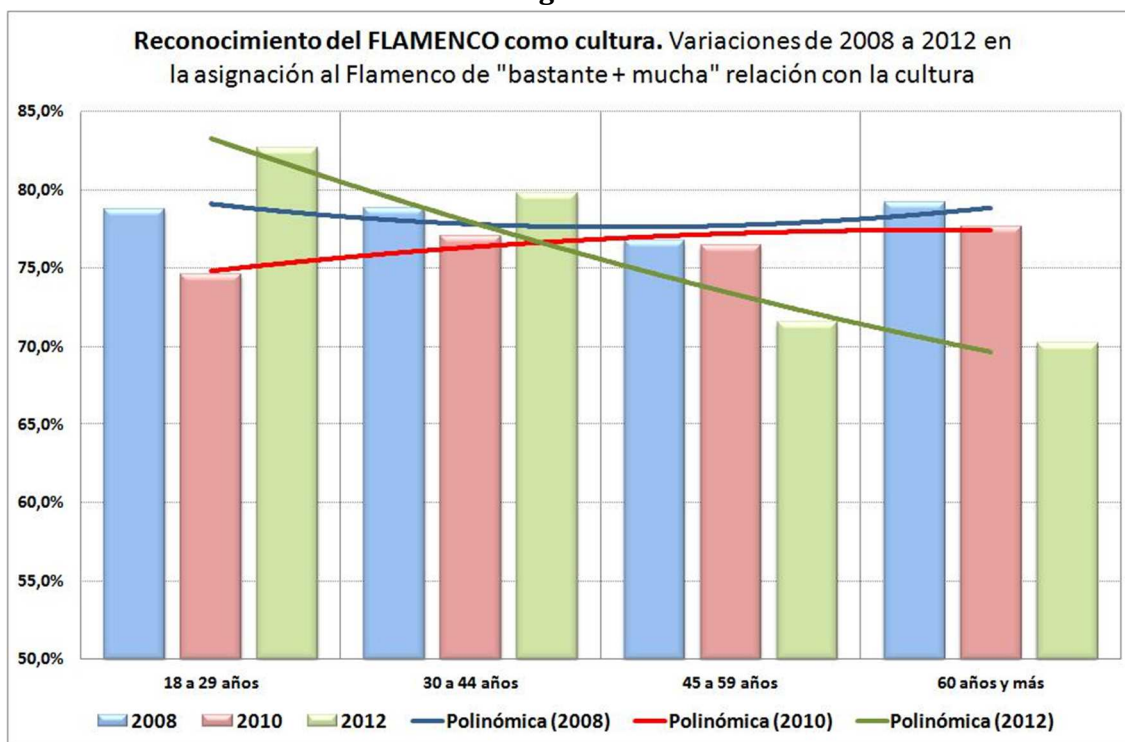
BACU 2012. IESA

En las tres figuras anteriores hemos incluido los datos correspondientes al Flamenco, cosa que ya se hizo dos años atrás. Entonces dicha inclusión invitó a considerar dicho paradigma como «eje» del consenso cultural andaluz, a la vista de

su tendencia a recibir un respaldo equitativo de los cuatro grupos de edad. En esta ocasión esa idea no decae, pero necesita algún análisis añadido.

En 2012 sucede con el Flamenco que las generaciones mayores, desde los 45 años en adelante, retroceden en su respaldo cultural al paradigma singularmente andaluz, aunque sin que dicho retroceso lo haga caer por debajo del 70% en el caso mínimo (de 60 años en adelante), lo que permite seguir asociándolo al nivel de consenso primario, como puede apreciarse en la Fig. 7.

**Figura 7**

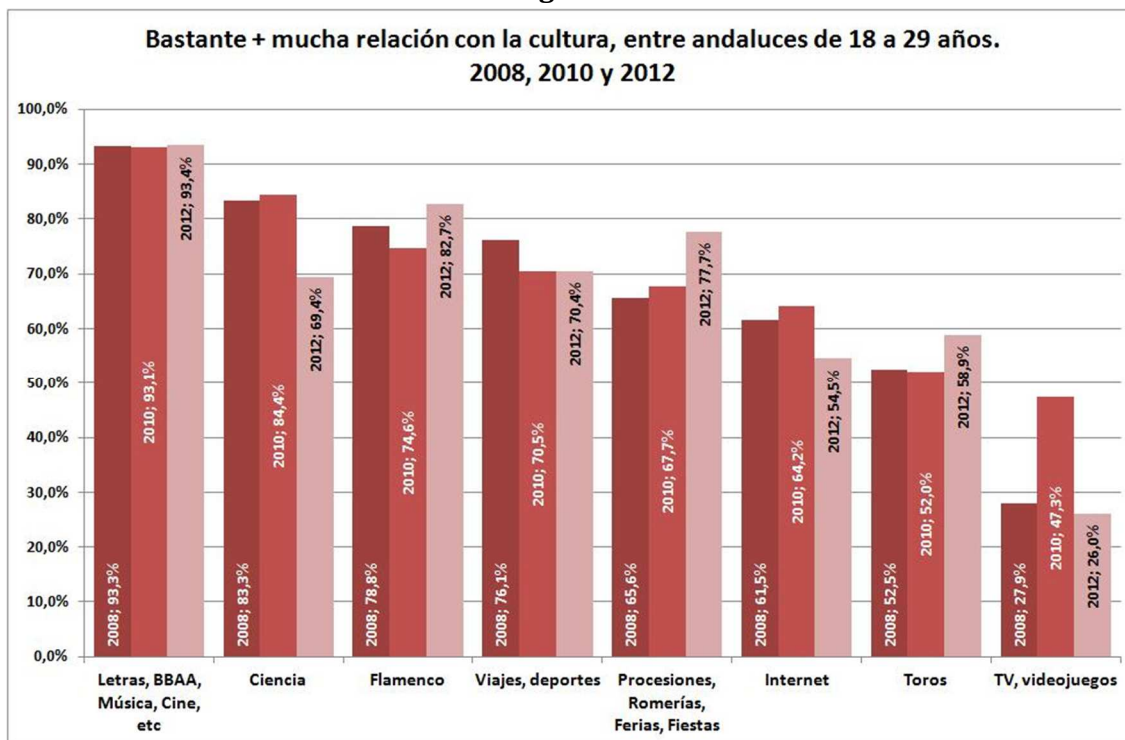


BACU 2012 (IESA)

Abordado este caso de especial importancia para Andalucía, conviene hacer algunas precisiones más sobre los rasgos que viene presentando el *Consenso Cultural Andaluz* desde su base conceptual y a través de los grupos de edad. Hay ciertas evoluciones que sólo adquieren su relevancia a la vista de los matices habidos en 2008, 2010 y 2012. En ningún grupo, en todo caso, se han dado oscilaciones o cambio «anómalos» o bruscos; pero sí oscilaciones o tendencias matizadas que quedaban ocultas en el análisis general y que, con tres oleadas, merecen algún comentario.

En el grupo de los 18 a 29 años llama la atención que los paradigmas que más crecen en respaldo pertenezcan al ámbito de las tradiciones, como flamenco, procesiones, romería, ferias y toros (Fig. 8). Y no menos llamativo es que en 2012 los retrocesos más visibles correspondan a la ciencia y a internet.

**Figura 8**



BACU 2012. IESA

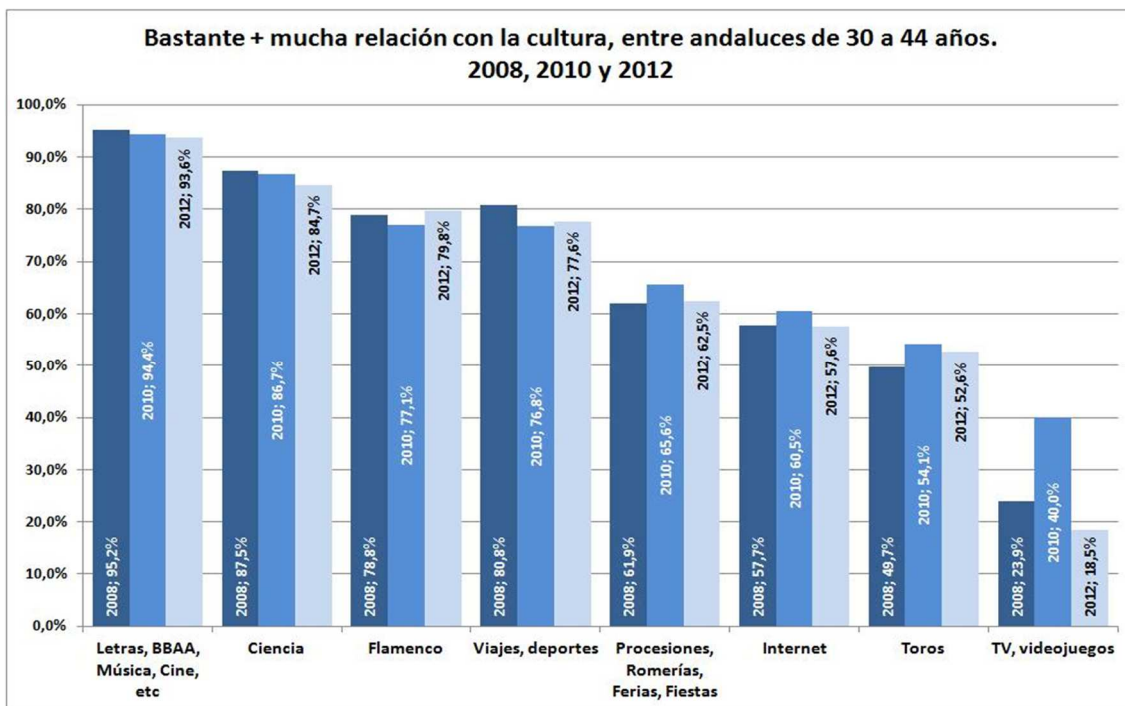
Como en el conjunto de la encuesta se da un marco congruente con los resultados de las dos anteriores, datos como los señalados llevan a plantearse no la aparición de un giro, sino la moderada tendencia hacia percepciones conservatistas de la cultura entre los más jóvenes, en detrimento de aprecio por valores propios de la «modernidad».

De forma parecida pero más atenuada, en el grupo de los 30 a 44 años, ciencia e internet ven contraído su respaldo como paradigmas de cultura, en tanto que las mismas expresiones de la tradición mantienen los porcentajes y, desde luego, incluso los mejoran respecto a 2008, primera oleada de referencia (Fig. 9).

También en este grupo de edad es fácil, más incluso, constatar la coherencia en el tiempo de la idea de cultura compuesta por las respuestas y, por tanto, la ausencia de saltos porcentuales anómalos. Y, por cierto, en este como en el resto de grupos de edad puede verse el retorno a la «normalidad» de la opinión sobre TV/videojuegos al recuperar la referencia al *audiovisual* suprimida en 2010.

En los resultados del grupo entre 45 y 59 años en los tres BACU realizados cabe apreciar los síntomas de paso de una a otra deriva en la composición del paradigma cultural. Puede decirse que en torno al tránsito a la cincuentena parece tener lugar un giro en el que las tradiciones pierden algo de relevancia, en tanto la cobran entre los andaluces paradigmas más relacionados con una idea «en progreso» de la cultura.

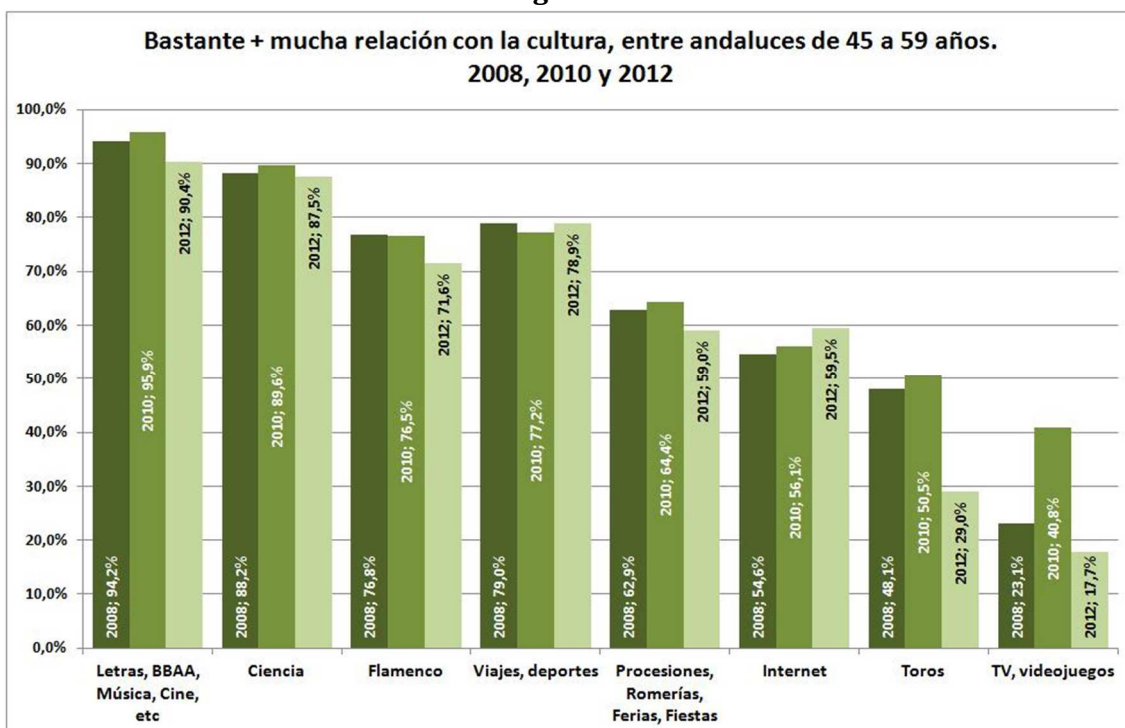
**Figura 9**



BACU 2012 (IESA)

En la Fig. 10 se observa cómo en 2012 los tres paradigmas asociados a expresiones identitarias experimentan leves caídas en sus porcentajes, algo más neta en el caso de los toros; y a la vez propuestas como viajes/deportes e internet, sobre todo este último, repuntan o ascienden en el imaginario de este grupo de edad.

**Figura 10**

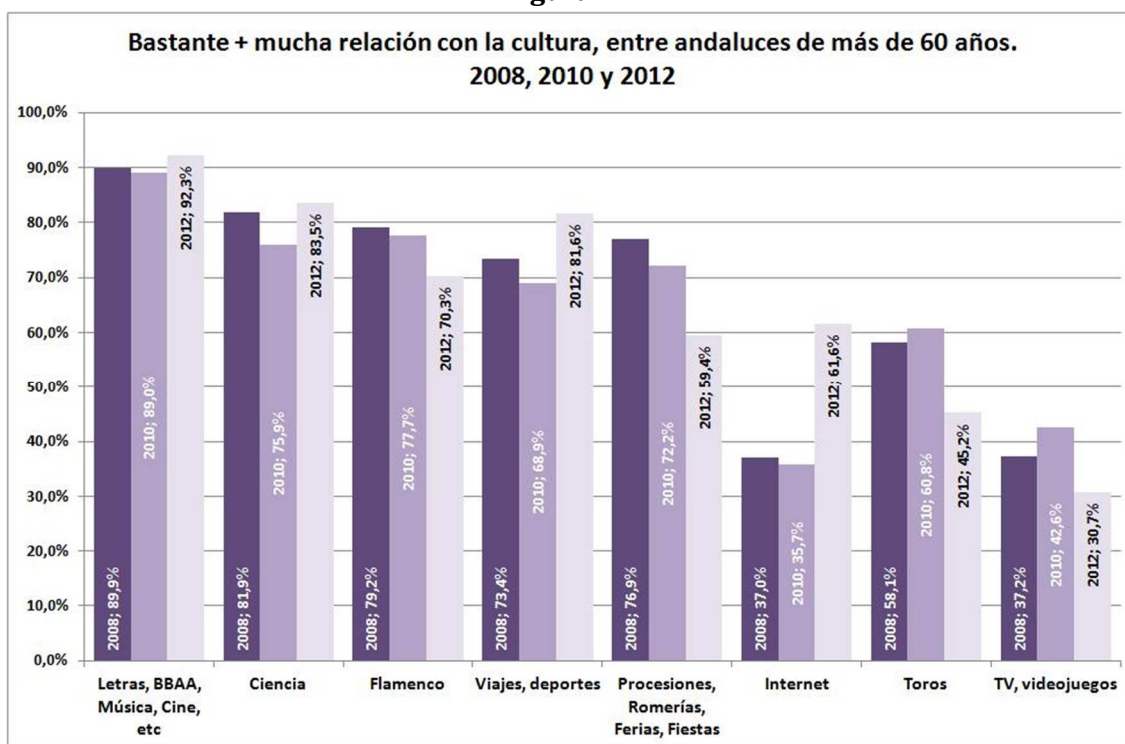


BACU 2012 (IESA)

Ciertamente los paradigmas *culturales* y la ciencia presentan también leves retrocesos, aunque en un margen que puede interpretarse como estabilidad, de manera que puede deducirse que es el conjunto generacional en el que se viene produciendo un *giro* de perspectiva, pero en todo caso sin variaciones bruscas.

Donde ese *giro* puede estar alcanzando pautas más claras es en el grupo de los mayores de 60 años, en el que es asumible ya la presencia de una distancia generacional más amplia, pero en la que sobre todo reclama atención los aumentos porcentuales en todos los paradigmas relacionados con una percepción de modernidad propia del siglo XX —la ciencia, los segmentos culturales en conjunto, viajes y deportes—, rematados por un respaldo *in crescendo* de Internet como factor cultural (Fig. 11). Obsérvese que, en oposición, los paradigmas tradicionales o identitarios venían perdiendo respaldo en este último tramo de edad y que en 2012 esa tendencia aparece acentuada.

**Figura 11**



BACU 2012 (IESA)

Por tanto, cabe decir que el *Consenso Cultural Andaluz* presenta al cabo de tres consultas bianuales una estructuración clara en dos niveles de conformación del imaginario a escala regional, pero también que cuenta con tendencias de transformación que apuntan a una visión más conservatista de la cultura, que podría alcanzar mayor significación en plazo medio (6 a 10 años)

Asimismo, cabe señalar que, dentro de esa tendencia de cambio, es perceptible la influencia de un corte generacional en cuanto a mentalidad, corte que seguramente se sitúa ahora en torno a los 50-55 años y que opera en la conformación de una

idea más actual de cultura (por debajo de ese corte, la cultura tendría que ver más con la tradición —y con una *estabilidad* de lo que emerge como cultura—, y por arriba la cultura se asocia más a criterios de modernidad, o avance o progreso).

Parece importante señalar en este panorama del consenso la deriva generacional que están experimentando los apoyos otorgados al Flamenco, por un lado, y a Internet, por otro. Ello permite intuir que, en torno a ambos paradigmas, pudiera articularse el consenso futuro sobre la cultura, esto es, sobre la idea de cultura mayoritariamente compartida por los andaluces.

Esos dos paradigmas pueden constituirse en vehículos de confluencia tanto como los que sin duda seguirán siendo los más consensuados —letras, artes, música, etc. y ciencia—. Flamenco e Internet parecen transferir a la sociedad andaluza criterios de antes y después de un período convulso en el sector cultural como el presente, tras el que modernidad y tradición pudieran alterar sus claves básicas de identificación desde el cuerpo social.

## **PERCEPCIONES ACERCA DE LA «CULTURA ANDALUZA»**

En el momento actual y con una retrospectiva inmediata como las que nos proporcionan los BACU, puede afirmarse que la ponderación global de la sociedad andaluza sobre *su* cultura contiene una aparente paradoja que, bien meditada, más pueda tratarse de una deriva dialéctica: lo que más representa a nuestra cultura es de índole tradicional, pero lo más importante para esa cultura tiene que ver con sus expectativas, con la formación de los andaluces. Esta percepción de conjunto persiste al menos desde que en 2008 los BACU han preguntado al respecto.

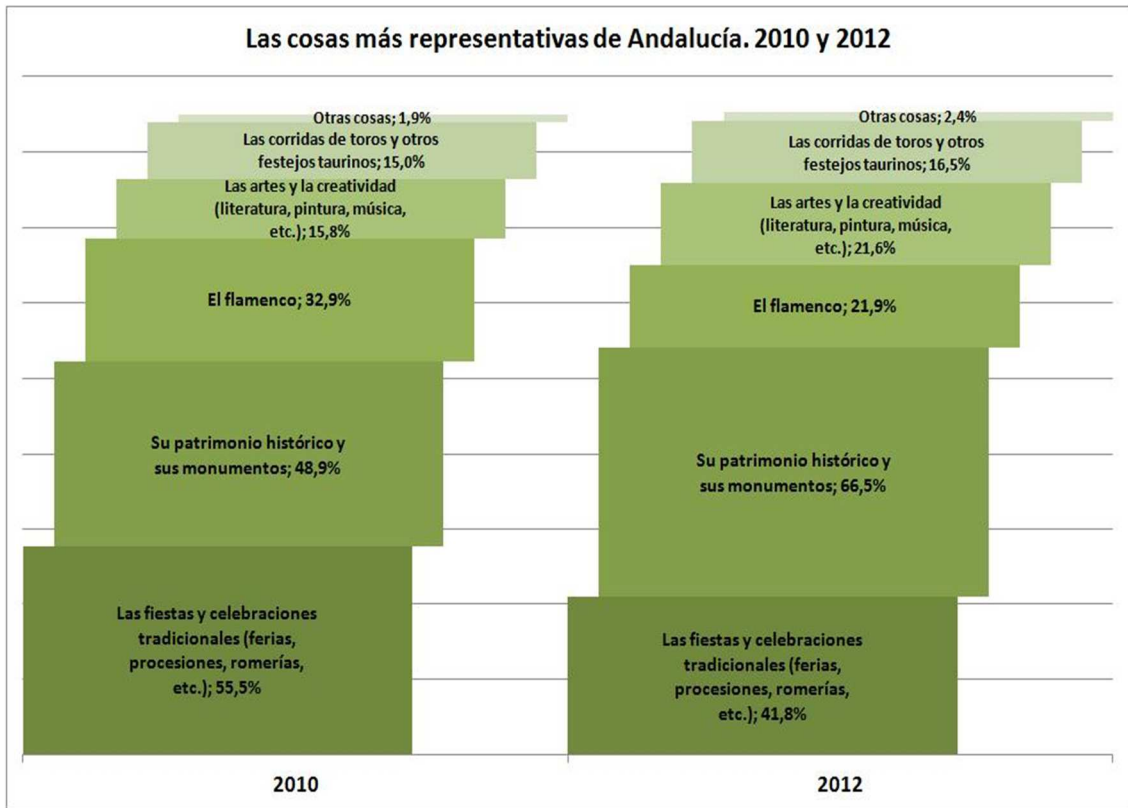
Los conceptos ligados a las tradiciones, al legado histórico, se mantienen a la cabeza de lo que la opinión andaluza reconoce como «representativo» de la cultura de Andalucía, reforzándose en 2012 el valor en tal sentido otorgado a su patrimonio y sus monumentos (Fig. 12). Del resto de bloques conceptuales propuestos a los entrevistados ganan leves porcentajes respecto a 2010 las artes y la creatividad (en torno a 5-6 puntos) y el epígrafe de «otras cosas», aunque en términos no significativos.

Presididas, pues, por el patrimonio que ha incrementado unos 17 puntos su respaldo, las tradiciones conforman el grueso de lo que *identifica* a la cultura andaluza, quizá perdiendo cierta presencia porque tanto las fiestas y celebraciones como el flamenco han reducido sus porcentajes (en torno a 14 y 11 puntos respectivamente) que apenas compensa un simbólico repunte de los toros dentro del margen de error de la encuesta.

Es oportuno además señalar que las variaciones y persistencias de este *ranking* de representatividad de cultura andaluza en el lapso de dos años está

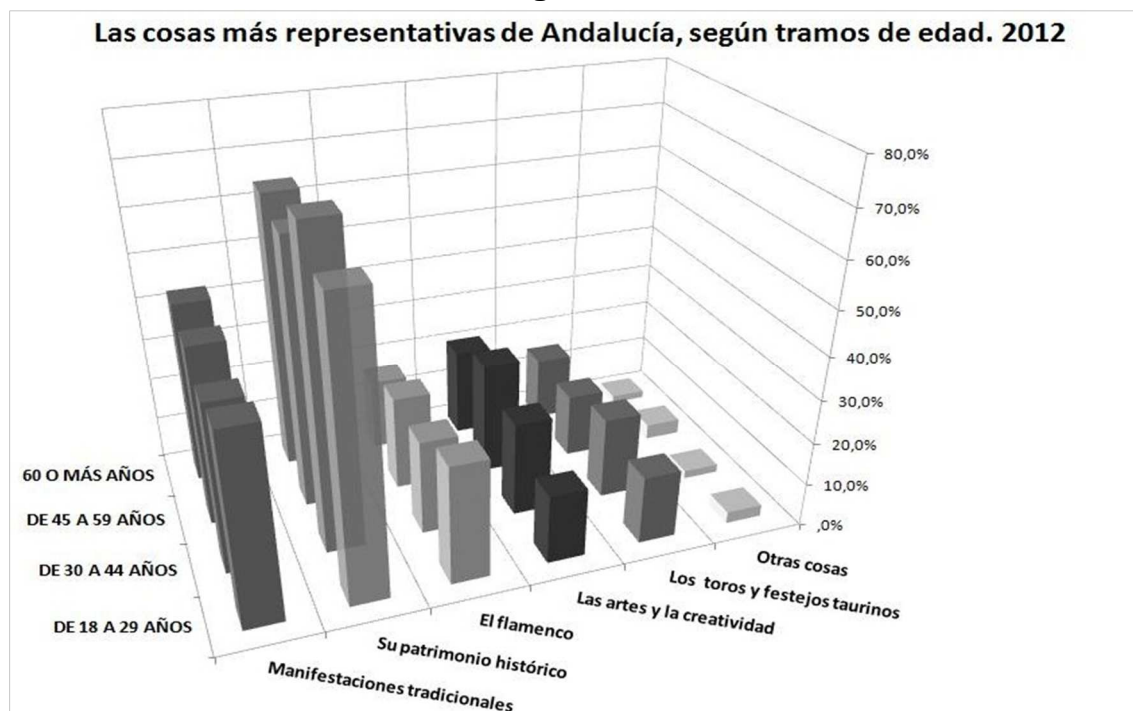
proporcionadamente replicado entre los grupos de edad, como cabe comprobar en la Fig. 13, lo que refuerza el peso contradictorio a que nos venimos refiriendo.

**Figura 12**



BACU 2012 (IESA)

**Figura 13**



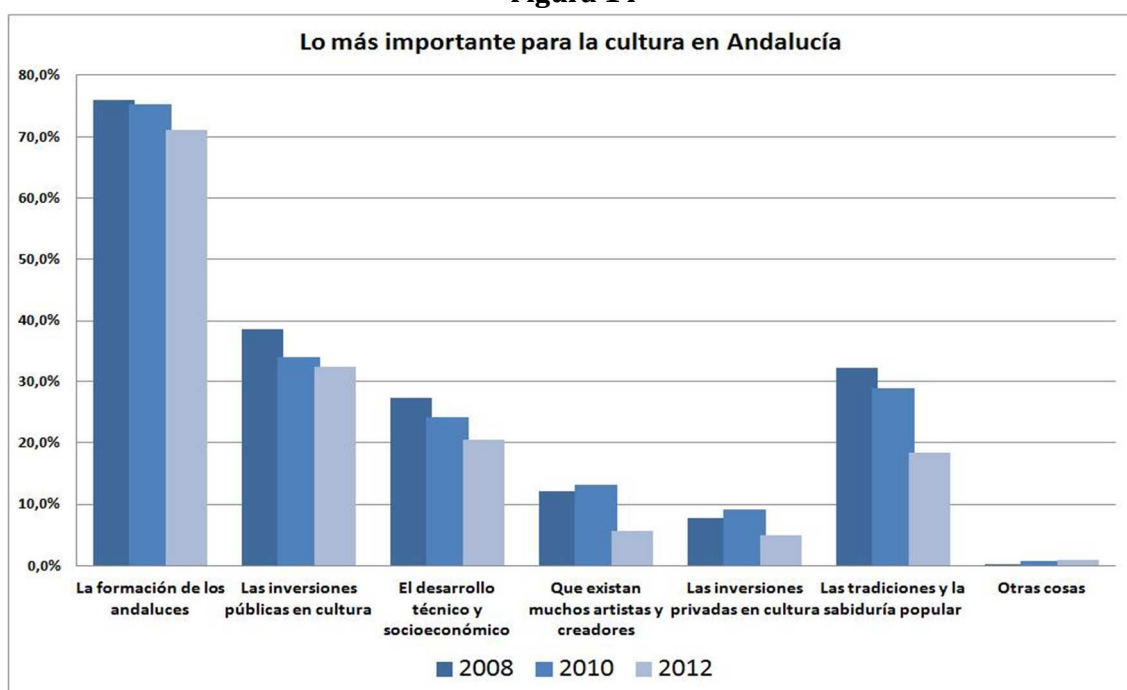
BACU 2012 (IESA)



En el otro lado de la paradoja o del hipotético par dialéctico la opinión de los andaluces sitúa su criterio acerca de qué es importante para la cultura de la región. En ese terreno lo tradicional o la sabiduría popular pasan a un tercer plano, puesto que en él destaca sobremanera «la formación» con su carga de confianza hacia el futuro (Fig. 14).

Siguen a distancia la «inversión pública» y el desarrollo en sus distintos perfiles, quedando pues en términos minoritarios el papel que puedan jugar un conjunto nutrido de creadores, artistas, etc., e incluso la inversión privada. Es evidente que, orientando lo importante hacia las expectativas por venir, se trata de una contraposición de lo que «importa» frente a lo que «representa».

**Figura 14**

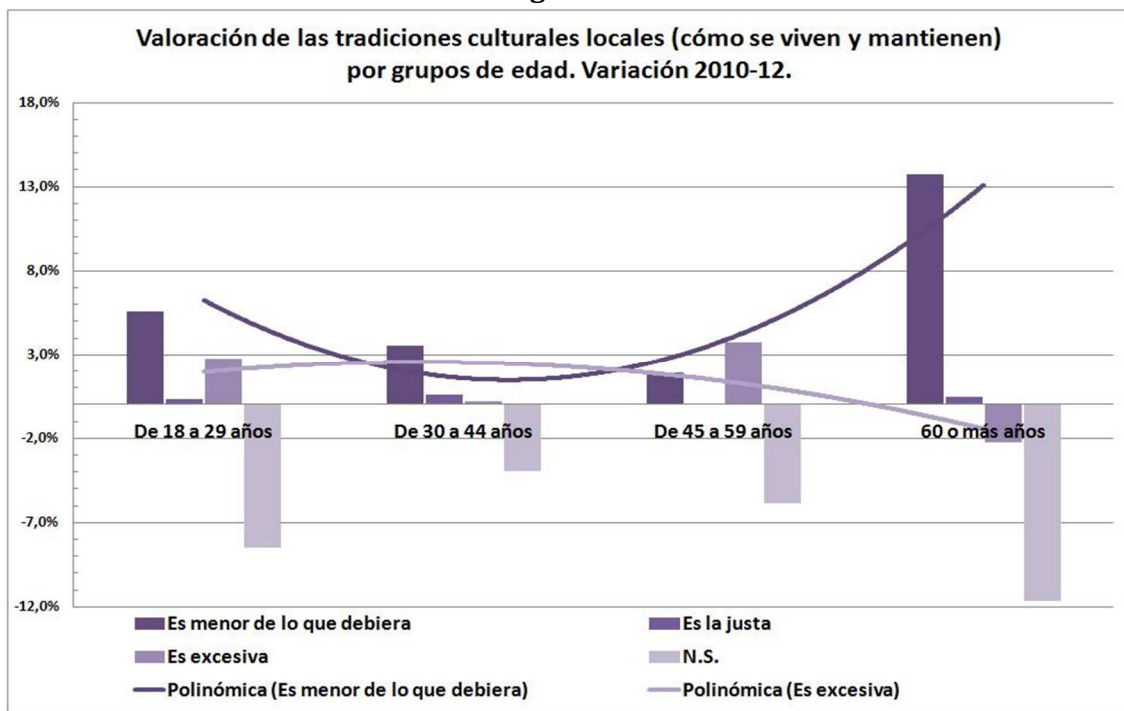


BACU 2012 (IESA)

Esta confrontación de percepciones acerca de la *cultura andaluza* cuenta con otra manifestación en los BACU, en la que vuelve a constatarse la vigencia de los niveles del consenso: a la hora de valorar el papel jugado por las tradiciones en la vida local, entre los andaluces coexisten dos posiciones nítidamente diferenciadas.

De un lado, los más jóvenes y los mayores de 60 años tienden a considerar que tales tradiciones se viven y mantienen en menor medida de lo que debiera, resultando una variación en 2012 respecto a dos años atrás más pronunciada aún que entonces respecto a 2008; una variación que replica el esquema del consenso secundario o identitario. De otro lado, y en contrapartida, quienes opinan que tales tradiciones locales están sobredimensionadas se corresponden con el esquema del consenso primario, es decir, más respaldado entre los 30 y los 59 años, si bien con un perfil menos pronunciado, como puede verse en la Fig. 15.

**Figura 15**



BACU 2012 (IESA)

Con leves variaciones desde 2008 se mantiene el esquema con que los andaluces —espontáneamente entonces, pero a partir de aquellos resultados mediante pregunta cerrada— establecen un orden de significados de la cultura, siendo el primero de los cuales «tener una buena formación» y el segundo «capacidad de comprensión de las cosas» (Fig. 16).

Sin duda esta visión compartida está asociada a la primacía de la formación en tanto condición relevante para la cultura que acabamos de ver. Ahora bien, obsérvese que en 2012 (Fig. 17) la convicción de que la cultura significa ante todo contar con una buena formación presenta una distribución por grupos de edad bajo la pauta del consenso secundario igual que el respetar las tradiciones, en tanto que el significado siguiente —la comprensión de las cosas— tiene pauta de consenso primario lo mismo que el disfrute de las artes.

Puede colegirse que, con cierta lógica, la asociación que se hace en Andalucía entre cultura y formación está enmarcada en esa paradoja (o par dialéctico) de tradición y modernidad, pero que en su manifestación básica responde sobre todo a una mentalidad tradicional para, en un segundo estadio, primar la capacidad de comprensión.

Sobre esta base, y sobre los parámetros que proporciona la estructura del consenso, la percepción comparativa de la cultura de Andalucía respecto a la de ámbitos más amplios de encuadramiento, como son España y la UE, había presentado hasta 2010 unos resultados que podían calificarse de «moderación»: el

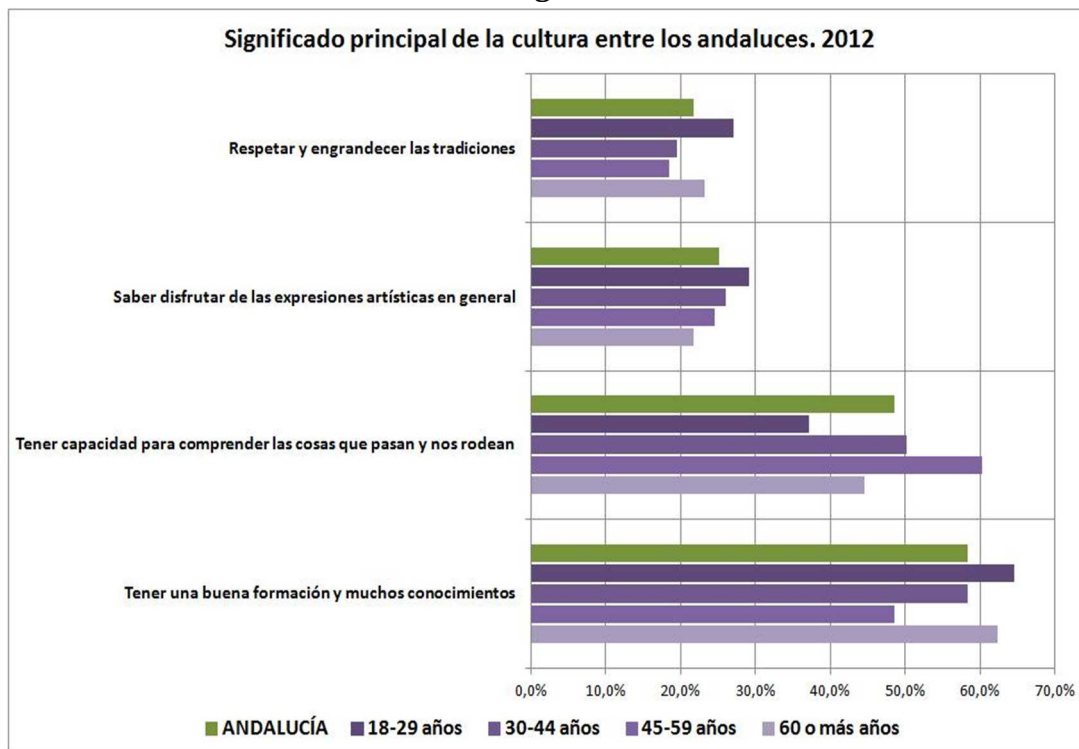
nivel cultural andaluz se consideraba más bajo o igual que el de España en su conjunto, y mayoritariamente más bajo que el de la UE, con tendencia a cambiar muy suave y lentamente. Eso hasta 2010.

**Figura 16**



BACU 2012. IESA

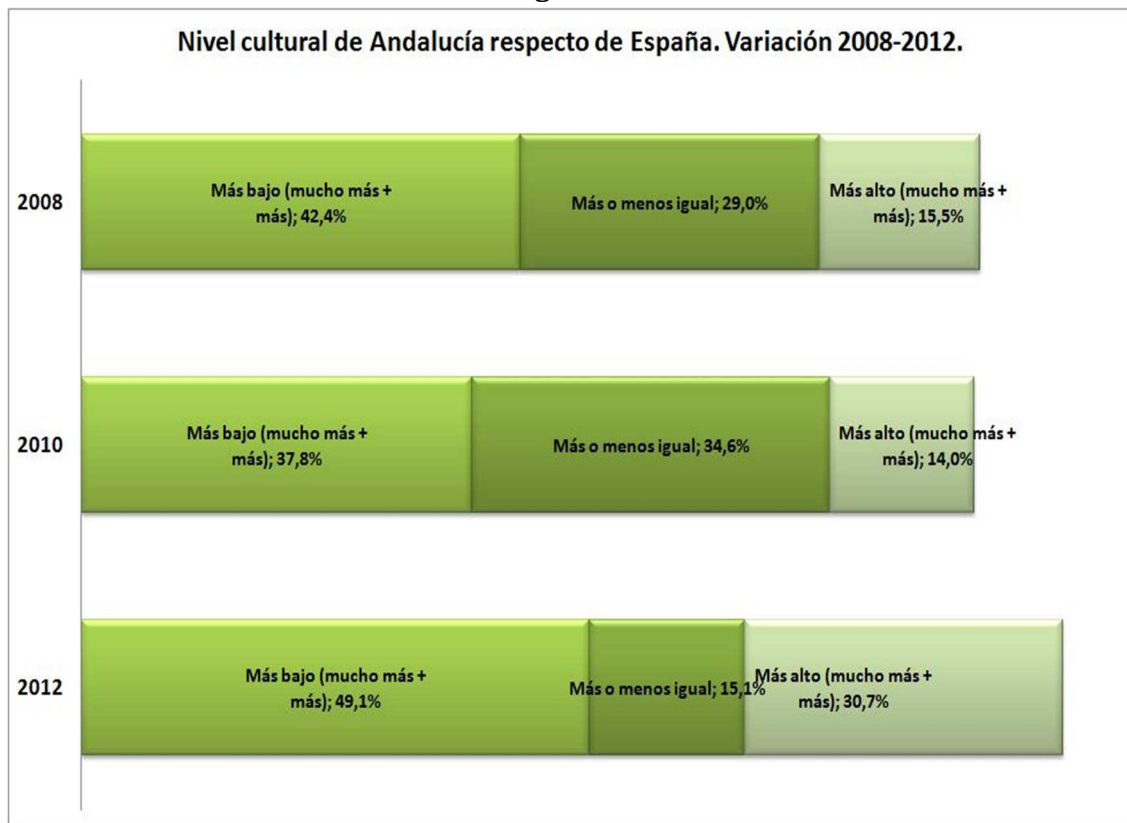
**Figura 17**



BACU 2012 (IESA)

Los resultados del BACU en 2012 son algo desconcertantes, ya que presentan una opinión *radicalizada y polarizada* —y más extendida al bajar el porcentaje de los que no saben o contestan— entre quienes estiman que el nivel cultural andaluz es más bajo o más alto que en España, marginando la posición templada que venía abriéndose paso en torno al «más o menos igual» (Fig. 18).

**Figura 18**



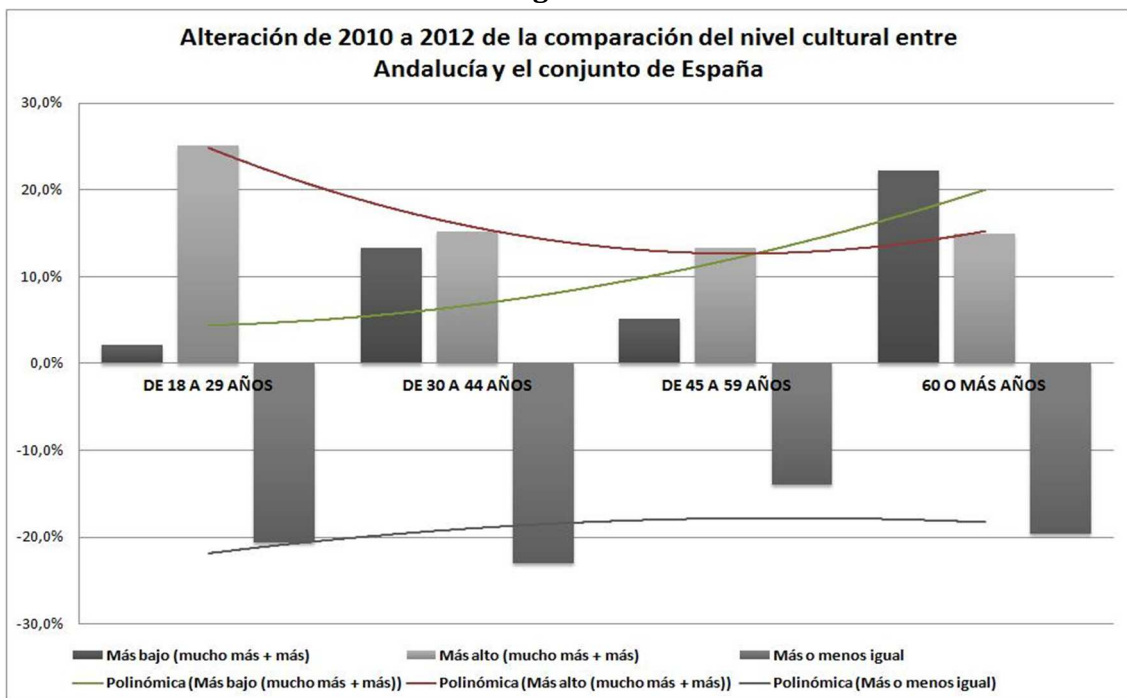
BACU 2012. IESA

Nos inclinamos por achacar esta «sacudida» al influjo de la situación de crisis que, como sabemos, se ha hecho presente en cualquier faceta de la vida cotidiana propiciando climas de radicalización tanto hacia actitudes pesimistas como hacia sus contrarias.

Este nuevo escenario en la comparación con España sólo presenta uniformidad en el descenso de la posición moderada en todos los grupos de edad, mientras que en la radicalización hacia la percepción negativa o la positiva acaso sólo puede identificarse un esquema *identitario* entre quienes han hecho crecer la visión de que nuestro nivel cultural es más o mucho más alto que el español (Fig. 19).

Pero en todo caso es evidente que se ha producido un giro, coincidente, sin duda, con la crisis económica, pero de difícil diagnóstico hasta ver si evoluciona y cómo a futuro.

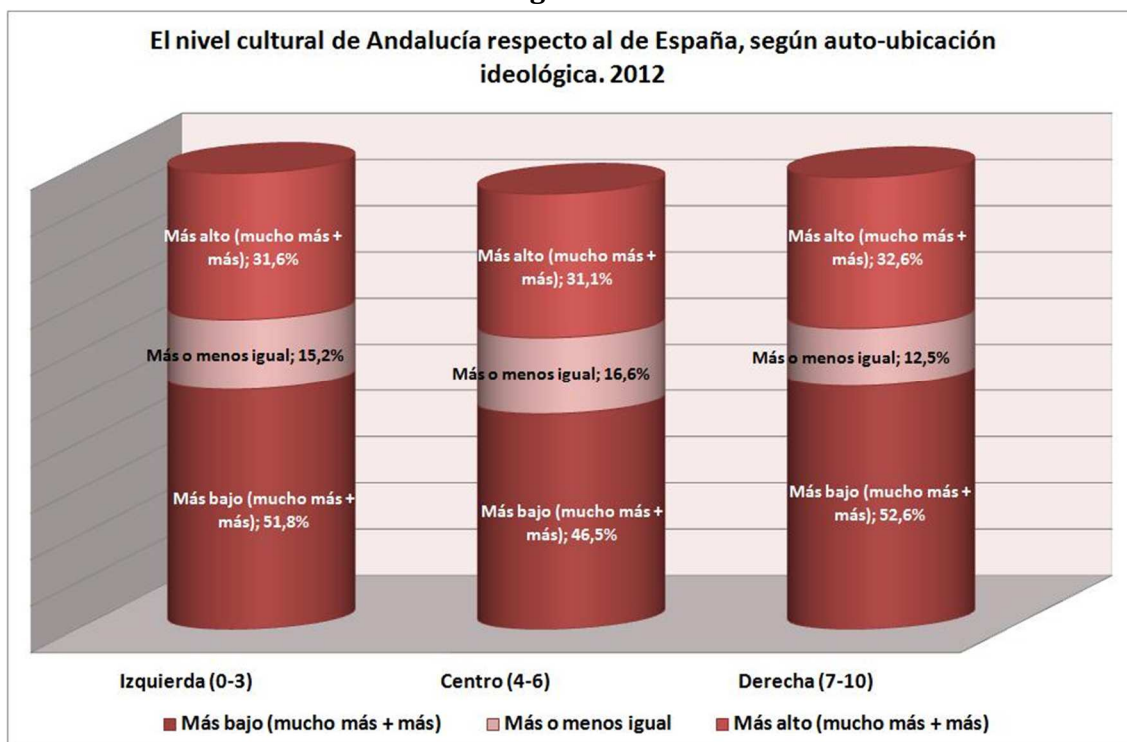
**Figura 19**



BACU 2012 (IESA)

Y sólo cabe detectar que la tendencia a radicalizar esta percepción es levemente más pronunciada en quienes se auto-posicionan en izquierda y derecha que entre los que se emplazan en el centro del espectro ideológico (Fig. 20).

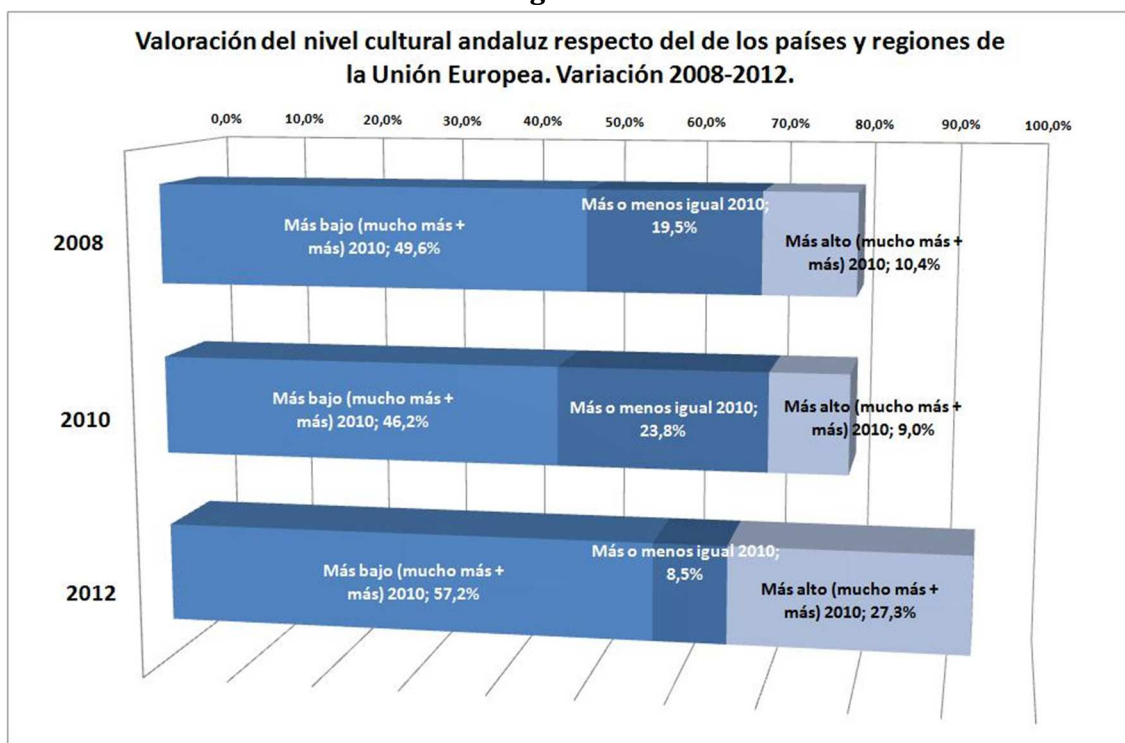
**Figura 20**



BACU 2012 (IESA)

La lógica, de momento coyunturalmente, de este cambio se prolonga en la comparación con el nivel cultural europeo como se adelantaba. La ruptura con lo que venía observándose hasta 2010 es también clara, con el añadido de que también se ha reducido netamente el porcentaje de quienes no saben o no contestan (Fig. 21).

**Figura 21**



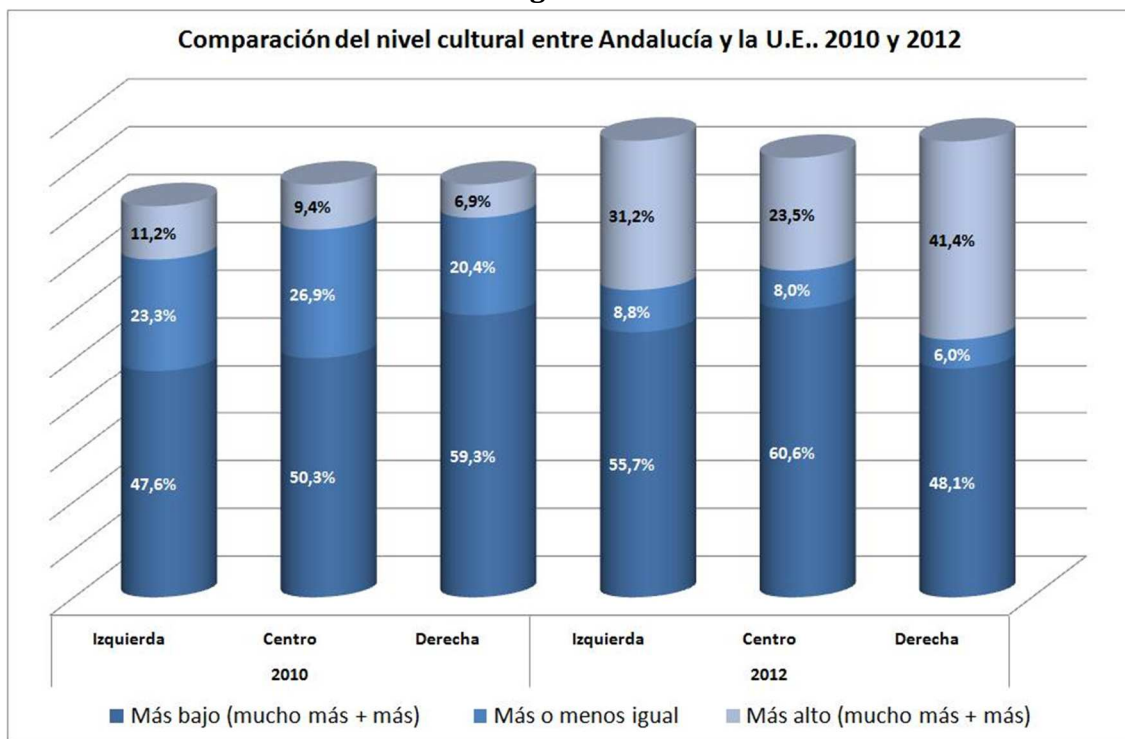
BACU 2012 (IESA)

La reducción drástica de quienes ponderaban más o menos a la par los niveles culturales de Andalucía y la UE es equiparable a lo expresado respecto a España, en torno a 15 puntos. Pero especialmente en la comparación con el ámbito europeo el vuelco de opinión habido en dos años arroja ciertos matices desde la distribución ideológica de los entrevistados. El giro a una visión más negativa se ha producido entre quienes se auto-ubican en la izquierda y el centro; en tanto que el más positivo —o el que menor aprecio hace de la cultura en la UE— ha tenido lugar claramente en la derecha del espectro (Fig. 22).

Este cambio en la percepción comparativa de nuestro nivel cultural da por resultado, al menos gráficamente, una transformación radical de la auto-valoración, pero también del emplazamiento que hacemos de la cultura en los entornos inmediatos. En la medida en que las percepciones *endógenas* de la cultura de Andalucía no presentan signos de radicalización o variaciones bruscas, continuando en todo caso sus factores de paradoja o contradicción, la ruptura habida en la puesta en relación con nuestros entornos culturales cabe relacionarla en principio con el deterioro de la realidad económica y, probablemente, con el contexto informativo que trata de explicar al ciudadano dónde y con qué resortes

se ha originado la crisis actual. Un efecto, entonces, estaría siendo el distanciamiento respecto de los que se perciben como causantes *externos* transformados en el BACU como «cultura de los otros».

**Figura 22**



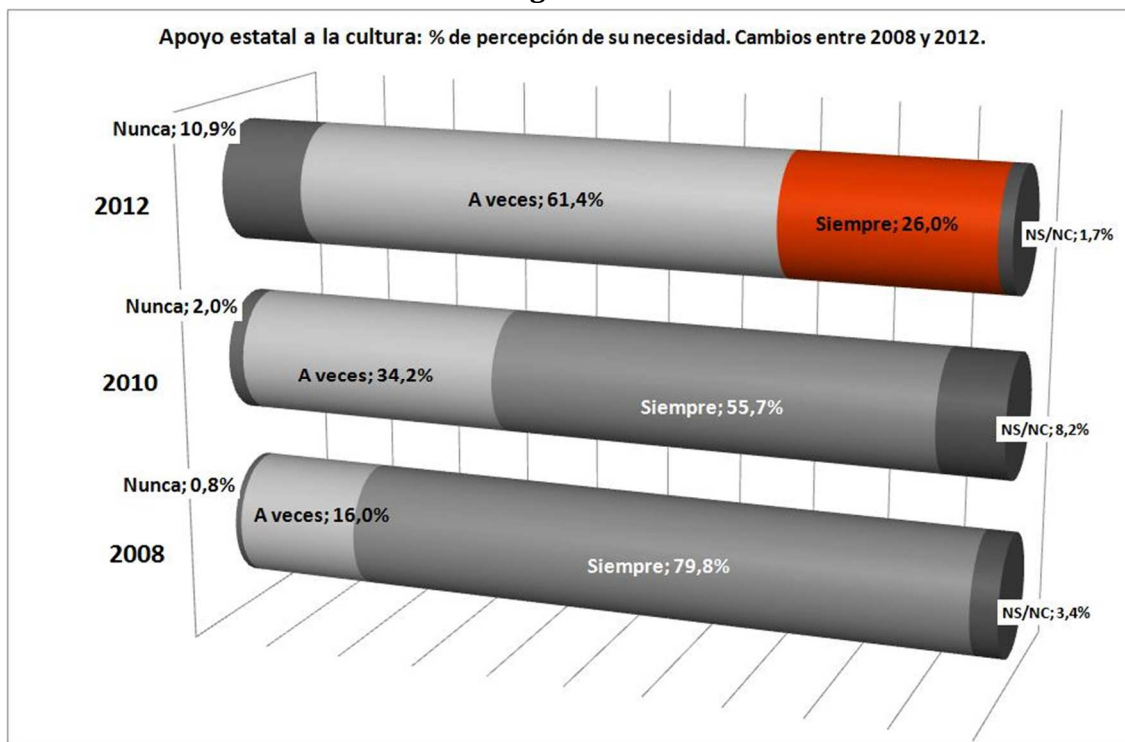
BACU 2012 (IESA)

## LA DIMENSIÓN PÚBLICA DE LA CULTURA

El proceso más relevante que vienen reflejando los BACU a partir de los datos de 2008 es el cambio rotundo de la opinión de los andaluces en cuanto a la relación que debe existir entre la acción pública y la cultura. Hay que destacar en este terreno dos rasgos básicos: uno que los niveles de satisfacción respecto a la acción cultural pública en general se mantienen estables, e incluso mejora en alguno de los perfiles; otro que el respaldo a que el Estado apoye y promueva la cultura está experimentando —en realidad, ya ha experimentado— un vuelco singular.

En 2008, ocho de cada diez andaluces consideraba que el apoyo estatal a la cultura debía darse «siempre». Cuatro años después, siete de cada diez opinan que dicho apoyo sólo debe darse «a veces» o «nunca» (Fig. 23). El cambio ha sido rápido aunque gradual como puede verse. La opinión de que la cultura «siempre» haya de ser sostenida (apoyada y promovida) por el Estado ha perdido, aun suponiendo márgenes de error, en torno a 50 puntos de respaldo, en tanto que la posición «a veces» se ha multiplicado por más de 3,5 y la negativa absoluta aproximadamente por 13, pasando de ser una opinión prácticamente inexistente a consistir en una actitud minoritaria pero reconocible.

**Figura 23**



BACU 2012 (IESA)

Parece razonable considerar que esta transformación radical de la opinión andaluza puede achacarse a la crisis económica que invita a *resguardar* los recursos públicos de aquel gasto que no se considera básico. Ahora bien, como ya hemos visto que también puede aceptarse un proceso menos patente pero constatable de tendencia conservatista en el enfoque de la cultura entre la ciudadanía andaluza, en este aspecto no hay que perder de vista la generalización de una perspectiva liberal del estado y sus obligaciones que, empujada por la crisis misma, está alejando a la cultura del catálogo del bienestar para asignarla al del confort y las opciones individuales. Si esto fuera así, como parece, los BACU en sus tres ediciones proporcionan algunos perfiles que cabe considerar de interés.

Al observar los cambios porcentuales según distintas variables entre 2008 y 2010 (Fig. 24) salta ante todo a la vista que hasta ahora el giro en la opinión se ha orientado hacia una posición *templada*, pues lo que más ha aumentado es la idea de que el apoyo público debe darse «a veces» en todos los supuestos de variable. De cualquier modo en las tres opciones propuestas el salto más pronunciado es de índole masculina; por su parte, el vuelco de «siempre» a «a veces», siendo similar en todos los grupos de edad, parece algo más acusado entre los dos tramos más jóvenes (de 18 a 44 años) que resultan con porcentajes más altos, así como el trasvase más señalado hacia el «nunca» lo interpretan los mayores de 60.



**Figura 24**

| <b>Apoyo económico estatal a las actividades culturales y su promoción</b> |         |         |       |
|--|---------|---------|-------|
| <b>% variación entre 2008 y 2012</b>                                       |         |         |       |
|  | siempre | a veces | nunca |
| <b>ANDALUCÍA</b>   | -53,8%  | 45,3%   | 10,1% |
|  | siempre | a veces | nunca |
| <b>Hombre</b>  | -61,6%  | 50,9%   | 12,4% |
| <b>Mujer</b>   | -46,3%  | 40,0%   | 8,0%  |
|  | siempre | a veces | nunca |
| <b>De 18 a 29 años</b>   | -54,5%  | 49,9%   | 5,9%  |
| <b>De 30 a 44 años</b>   | -58,8%  | 47,3%   | 9,1%  |
| <b>De 45 a 59 años</b>   | -50,9%  | 45,5%   | 6,6%  |
| <b>60 años o más</b>   | -49,6%  | 39,2%   | 18,3% |
|  | siempre | a veces | nunca |
| <b>menos de 5 mil hab.</b>   | -57,4%  | 54,3%   | 9,9%  |
| <b>entre 5 mil y 20 mil hab.</b>   | -46,0%  | 40,6%   | 9,3%  |
| <b>entre 20 mil y 100 mil hab.</b>   | -52,0%  | 42,2%   | 8,6%  |
| <b>más de 100 mil hab.</b>   | -59,0%  | 47,9%   | 12,1% |
|  | siempre | a veces | nunca |
| <b>Analfabetos</b>   | -23,2%  | 11,1%   | 30,4% |
| <b>Sin estudios</b>  | -57,5%  | 56,4%   | 10,9% |
| <b>Primaria no completada</b>  | -55,1%  | 43,5%   | 12,3% |
| <b>Primarios completos / ESO</b>   | -51,4%  | 42,0%   | 8,2%  |
| <b>FP / Bachiller / BUP / COU</b>  | -54,9%  | 47,5%   | 7,9%  |
| <b>Universitarios de grado medio</b>                                       | -54,1%  | 43,7%   | 10,3% |
| <b>Doctorados</b>  | -56,7%  | 42,0%   | 15,8% |
| <b>% variación entre 2010 y 2012</b>                                       |         |         |       |
|  | siempre | a veces | nunca |
| <b>Izquierda</b>   | -21,8%  | 22,4%   | 2,4%  |
| <b>Centro</b>  | -32,6%  | 25,6%   | 9,1%  |
| <b>Derecha</b>   | -21,8%  | 16,2%   | 6,7%  |

BACU 2012. IESA

También se observa que el sentido de cambio de opinión está más pronunciado tanto en las poblaciones pequeñas (menos de 5.000 h.), como en las de mayor tamaño (más de 100.000 h.), aunque es en estas últimas donde más crece la respuesta «nunca», dato que invita a ponerlo en referencia con una mayor implantación de criterios liberalizadores.

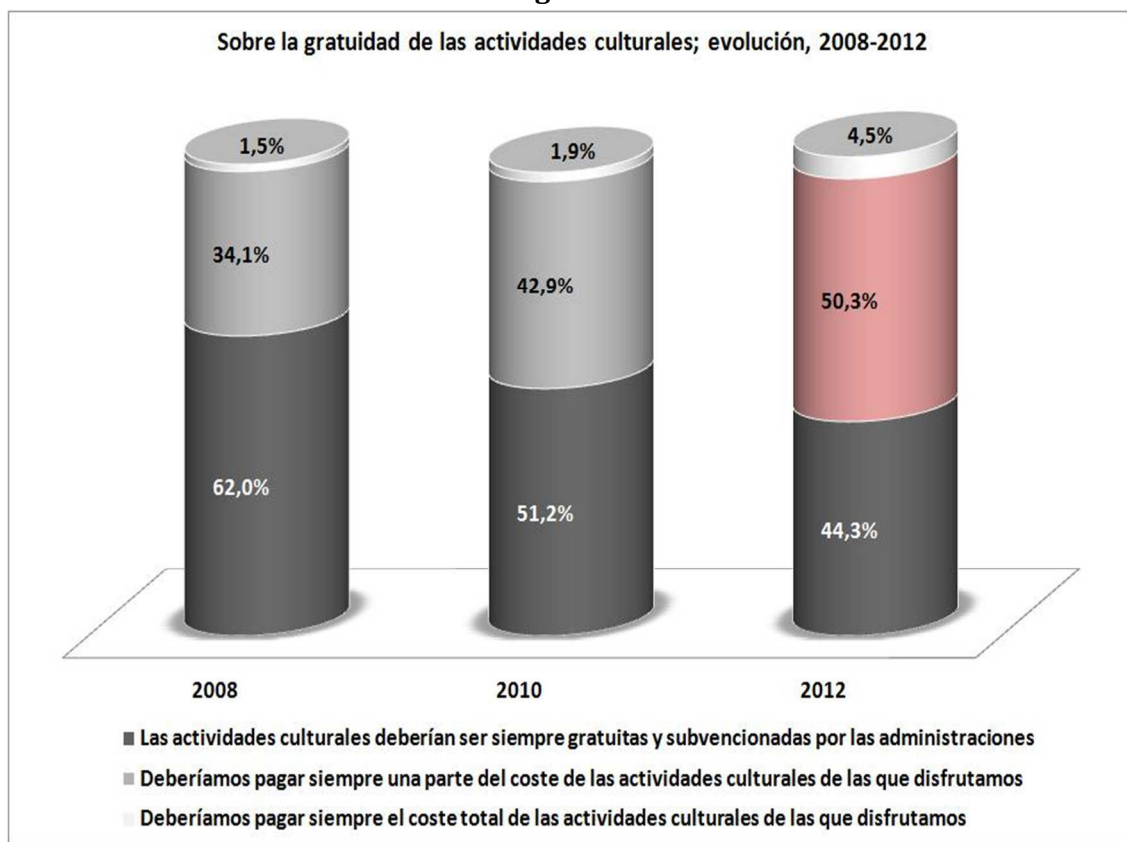
El grado de formación, por su parte, no proporciona ningún perfil singular dentro de la distribución equilibrada del cambio en general, especialmente en cuanto al trasvase del «siempre» al «a veces»; pero los mayores incrementos de «nunca» aparecen en el grupo de analfabetos, con diferencia, y en el de estudios superiores y doctorados, es decir los extremos de la escala que, conviene recordar, son los conjuntos más pequeños en número de casos o entrevistados (4,3% y 0,4% de la muestra respectivamente). Por último, y sobre todo, hay que reparar en que el eje

del cambio de opinión aparece en la franja de quienes se auto-ubican en el centro político, según la variación, en este caso, desde 2010.

Este cambio neto en la opinión andaluza se ve confirmado por el progresivo aumento desde 2008 del criterio de que «deberíamos pagar parte del coste» de la cultura (16 puntos más), con el correspondiente retroceso de quienes piensan que esa cultura debe ser gratuita (18 puntos menos).

Aun manteniéndose como opinión minoritaria, la idea de que habría de pagarse la totalidad de los costes se ha triplicado desde 2008, habiendo experimentado su mayor incremento en los dos últimos años (Fig. 25; sin incluir las respuestas NS/NC).

**Figura 25**

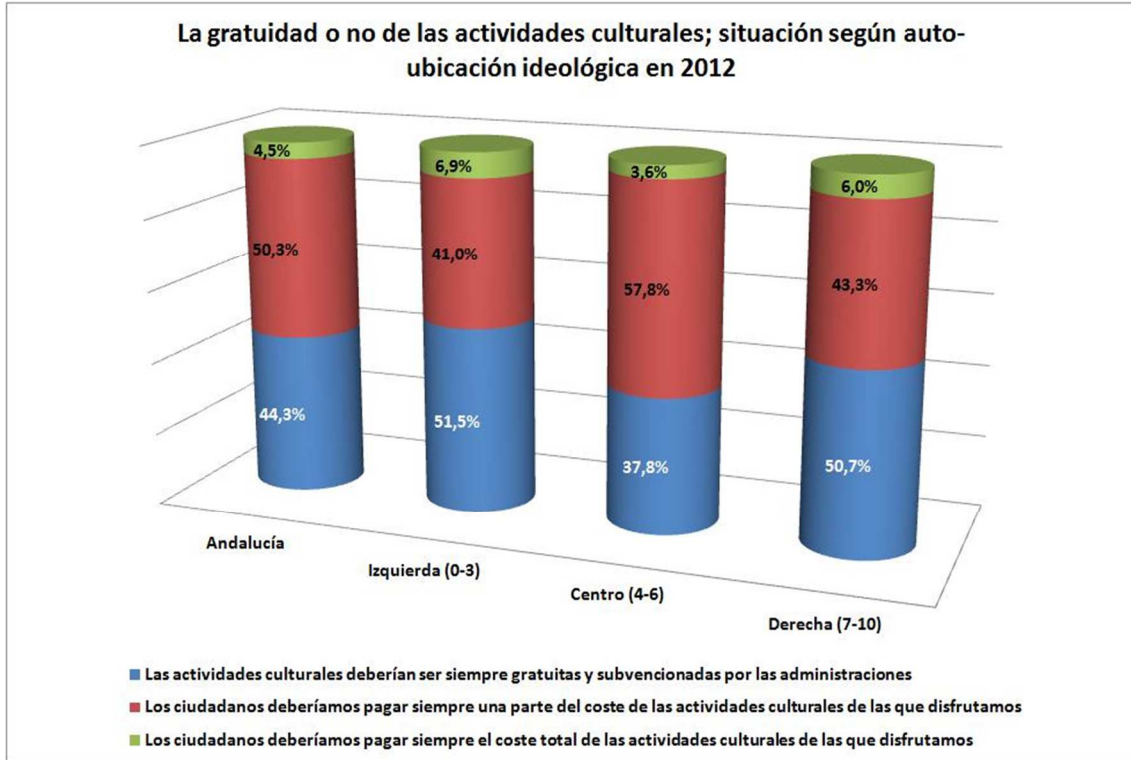


BACU 2012. IESA

Esta otra faceta del cambio de opinión aparece más marcada en 2012 en el conjunto de quienes se sitúan en el centro político, en concordancia con lo visto antes, mientras que tanto a izquierda como a derecha aparecen los porcentajes más altos favorables al pago «total» (Fig. 26; sin incluir las respuestas NS/NC).

No obstante, la nueva actitud respecto a la relación orgánica y económica de la acción pública con la cultura resulta que no se basa en una pérdida de aprecio por los resultados de dicha relación hasta ahora. En todo caso, la crisis económica sigue proyectando sus efectos en el paulatino abandono de hábitos y consumos culturales que impliquen gasto personal, sin provocar por ello un mayor uso compensatorio de infraestructuras gratuitas o de bajo coste.

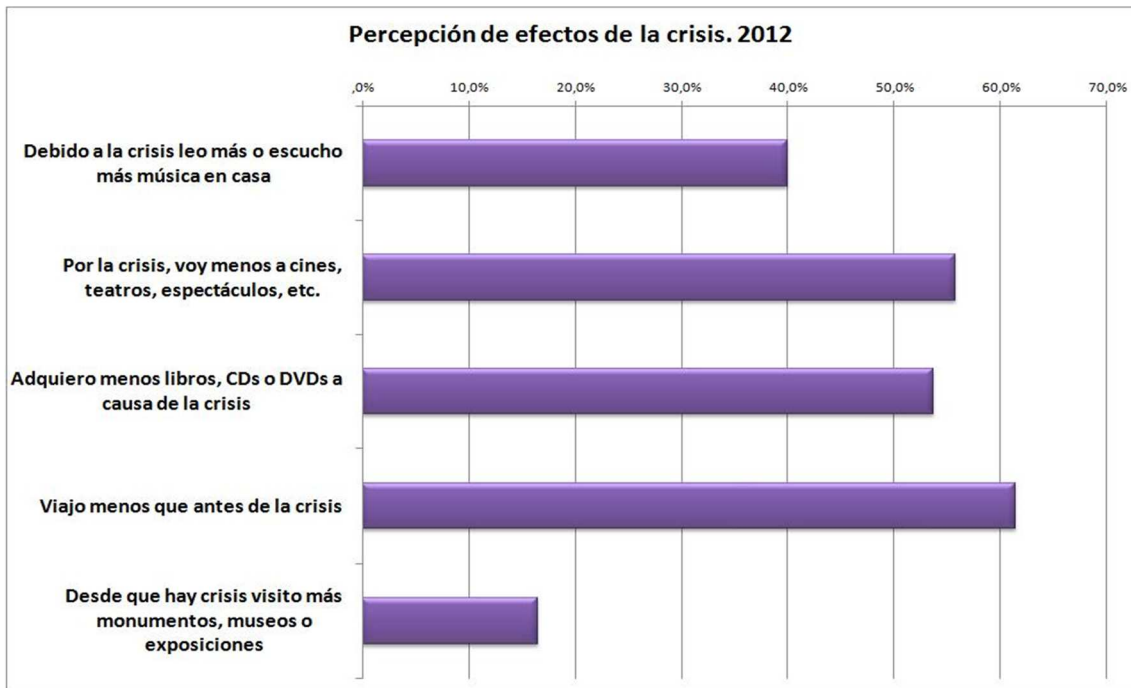
**Figura 26**



BACU 2012 (IESA)

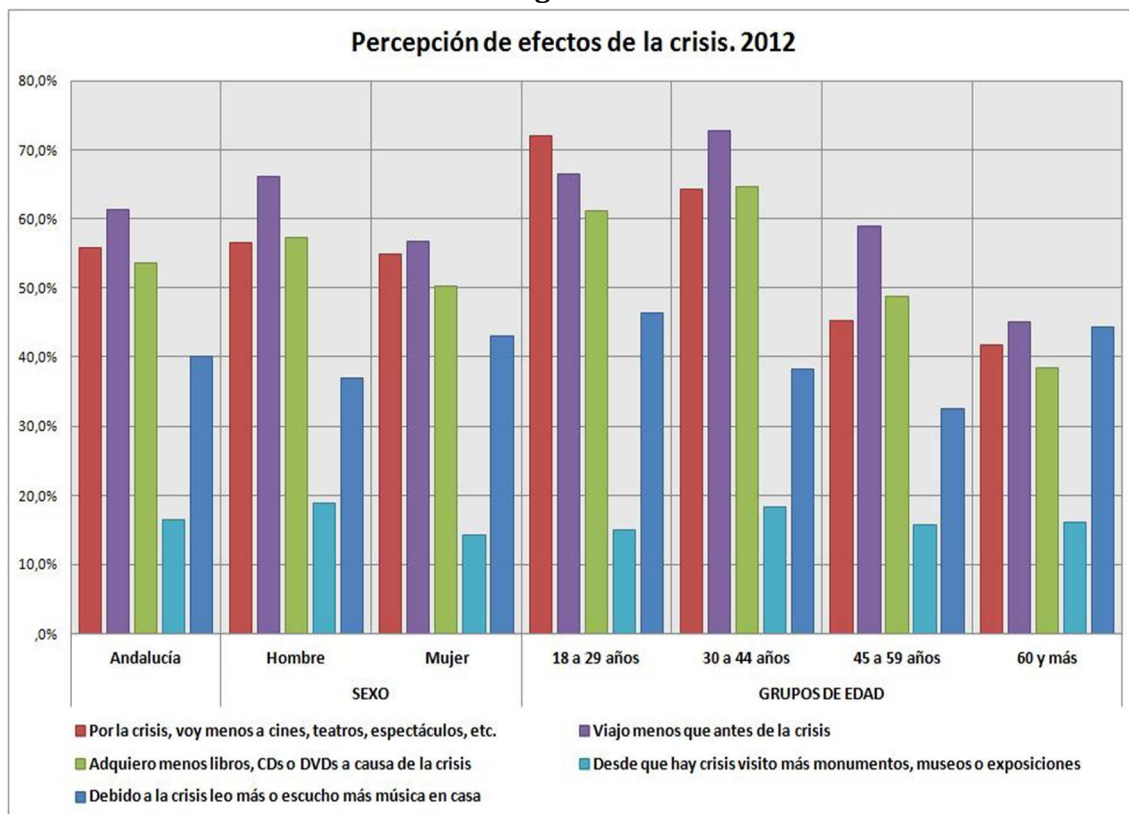
La retracción en cuanto a consumo de servicios culturales están siendo más frecuentes entre los varones y en los dos primeros tramos de edades de los 18 a los 44 años (Figs. 27 y 28)

**Figura 27**



BACU 2012 (IESA)

**Figura 28**



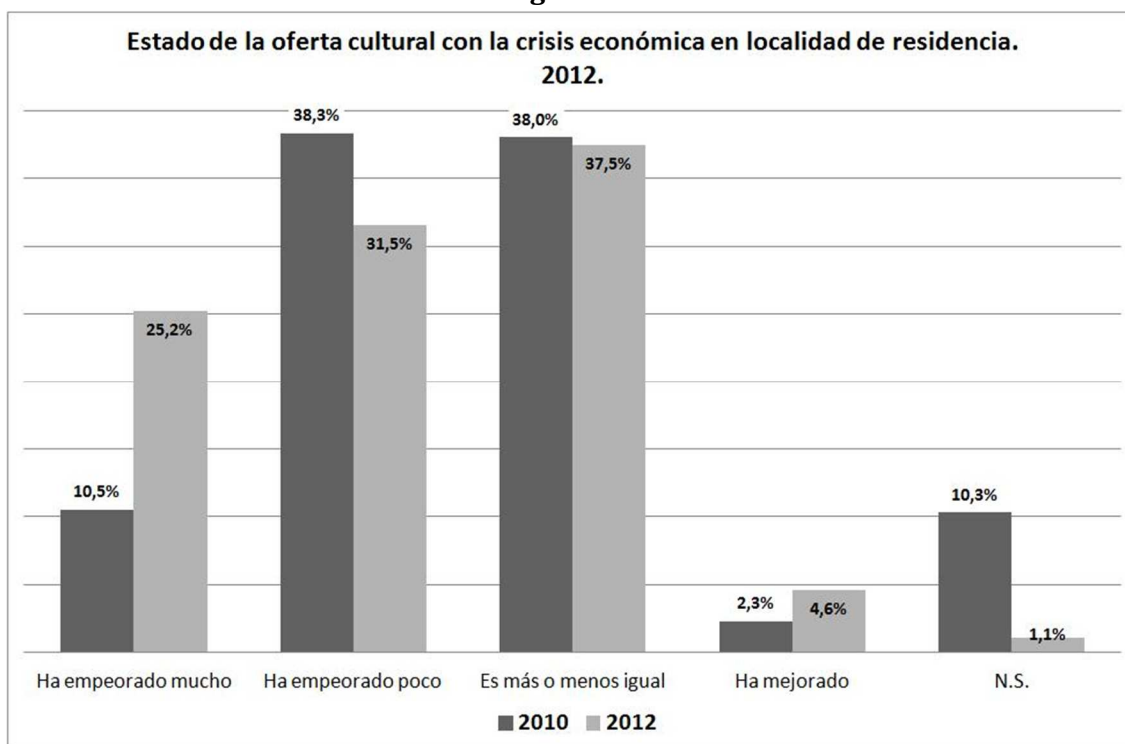
BACU 2012 (IESA)

El desplazamiento hacia la visita a museos o monumentos sigue sin ser una opción significativa, en tanto que la lectura sí parece asumir un papel compensatorio especialmente entre las mujeres, con pauta propia de consenso secundario (porcentajes superiores entre los más jóvenes y los mayores de 60). Sin embargo, como se verá a continuación, entre los efectos de la coyuntura económica no aparece la percepción de que la calidad o diversidad de la oferta de cultura haya disminuido.

Con respecto a 2010 puede afirmarse que se ha moderado la percepción de que la oferta cultural esté empeorando debido a la crisis. Ahora la respuesta más frecuente es que esa oferta es «más o menos igual» (37,5%), y si se ha multiplicado 2,5 veces la visión más negativa —«ha empeorado mucho»— parece que dicho aumento procede básicamente de quienes en 2010 no sabían y de los que pensaban entonces que había empeorado poco; por otro lado, aparece un ligero repunte de quienes consideran que incluso ha mejorado (Fig. 29). De ahí que el balance que cabe hacer es precisamente de moderación o amortiguación de las percepciones negativas que predominaban netamente dos años atrás. Pero no sólo esta moderación indica un cierto respaldo al contexto cultural en plena crisis. La valoración de dicha oferta cultural por los andaluces en el nivel local, regional y nacional, pese a que globalmente haya perdido calidad y/o presencia entre la

ciudadanía, ha experimentado un salto positivo bastante claro respecto a los resultados de los dos primeros BACU.

**Figura 29**



BACU 2012 (IESA)

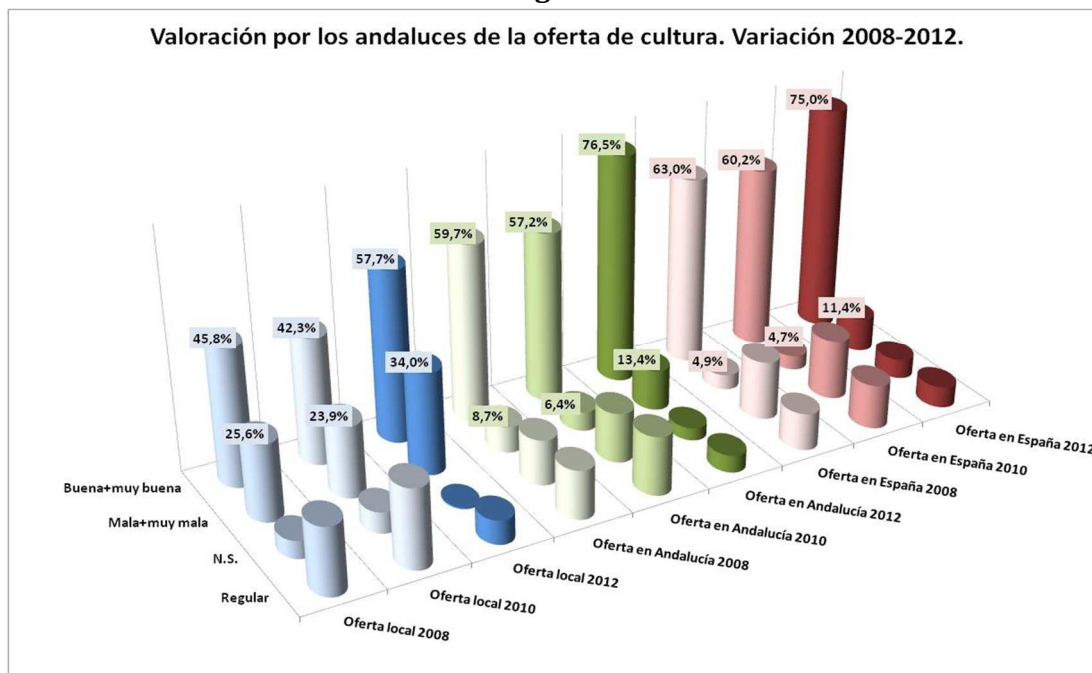
Especialmente la oferta cultural en Andalucía aparece por vez primera ligeramente mejor valorada que la de ámbito nacional y con la valoración más alta (Fig. 30)<sup>2</sup>. Pero en los tres planos territoriales esta valoración ofrece en 2012 una subida porcentual neta tras dos consultas en las que había presentado un perfil estable.

En compensación, y en coherencia con lo visto antes, también han aumentado las valoraciones negativas en los tres niveles, al tiempo que descienden tanto las frecuencias de «regular» como de quienes no saben, pero en el conjunto se mantiene la estructura de valoraciones en la que la oferta local siempre resulta menos retribuida.

Es necesario aclarar, por deducción, que cuando se presenta el término «oferta cultural» el sentido de las respuestas debe entenderse como oferta de «programación», pues así como acabamos de ver que los museos y monumentos apenas entran a suplir la caída de otros hábitos culturales en tiempo de crisis, también se comprueba que el conocimiento de distintos tipos de infraestructuras experimenta mínimas variaciones y diferentes a las que se dan en cuanto a oferta.

<sup>2</sup> En 2009 Andalucía había ocupado el segundo puesto en gasto liquidado en cultura (16,3%) entre las Comunidades Autónomas, por detrás de Cataluña (18,9%), lo que supuso el 0,23% del PIB andaluz o, lo que fue igual, 41€/habitante (www.mcu.es, Principales Estadísticas; datos INE).

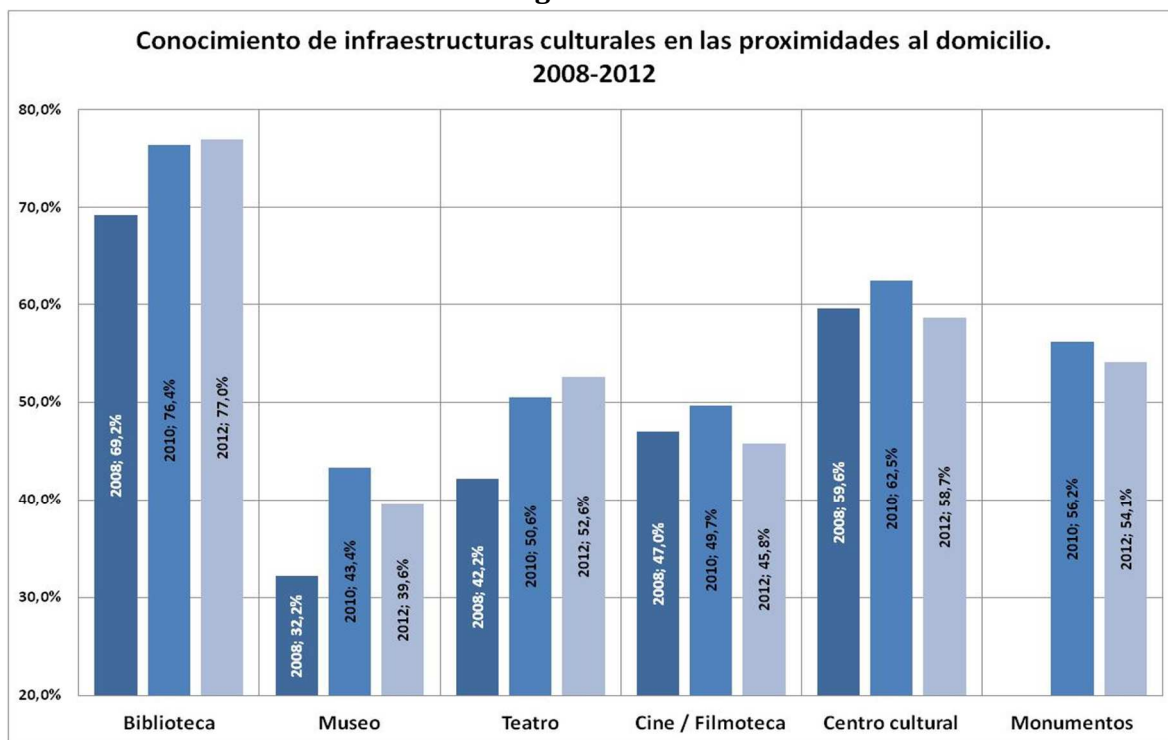
**Figura 30**



BACU 2012 (IESA)

Las infraestructuras culturales mejor *localizadas* por los andaluces siguen siendo las bibliotecas y en menor medida los centros culturales (Fig. 31). Sólo en los casos de bibliotecas y teatros ese conocimiento o localización en el entorno próximo crece desde 2008, aunque las primeras están presentes en el espacio cultural inmediato al menos para ocho de cada diez ciudadanos.

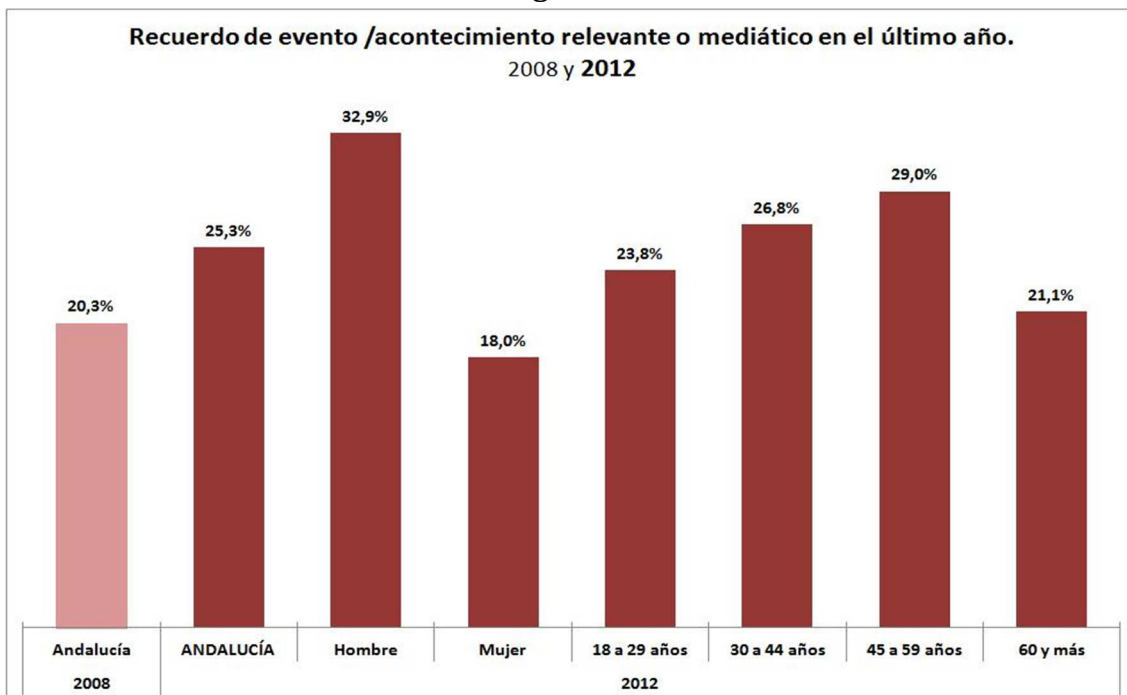
**Figura 31**



BACU 2012 (IESA) (Nota: en 2008 no se incluía la categoría "monumentos")

Pero a la hora de ponderar el aprecio de los andaluces por los resultados de la gestión cultural en su conjunto, por la oferta derivada de ella, hay que añadir un dato relevante cual es el recuerdo concreto entre los entrevistados. En 2008 y en 2012 se ha preguntado qué evento o acontecimiento cultural se recordaba habido en el año anterior, tuviera repercusión mediática o no (Fig. 32).

**Figura 32**



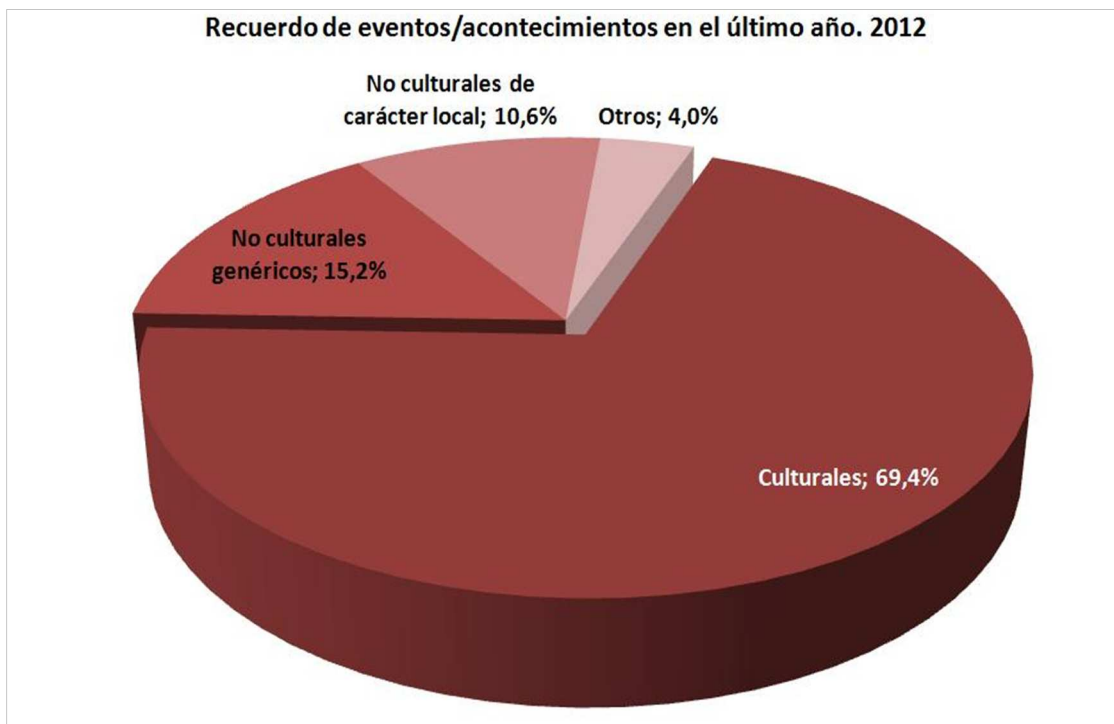
BACU 2012 (IESA)

Dicho recuerdo era en 2008 modesto (en torno al 20%), pero sobre todo presentaba una gran dispersión en cuanto a tipos y envergaduras de lo recordado, conteniendo el conjunto tanto eventos culturales como deportivos, ferias comerciales, o actos locales de significación social y política. Cuatro años después el porcentaje de respuestas positivas se ha incrementado levemente y muestra mayor frecuencia entre hombres y en los grupos de edades intermedias, de vida activa.

La principal diferencia ahora es que se ha reducido la dispersión tipológica y, más que nada, que los hechos estrictamente culturales suman prácticamente el 70% (Fig. 33).

En resumen, como avanzábamos, la relación entre Estado y cultura presenta síntomas bastante nítidos de estar cambiando o haber cambiado a estas alturas. El cambio contiene dos premisas, en principio contradictorias, en la lógica de las políticas culturales tal como las venimos conociendo.

**Figura 33**



BACU 2012 (IESA)

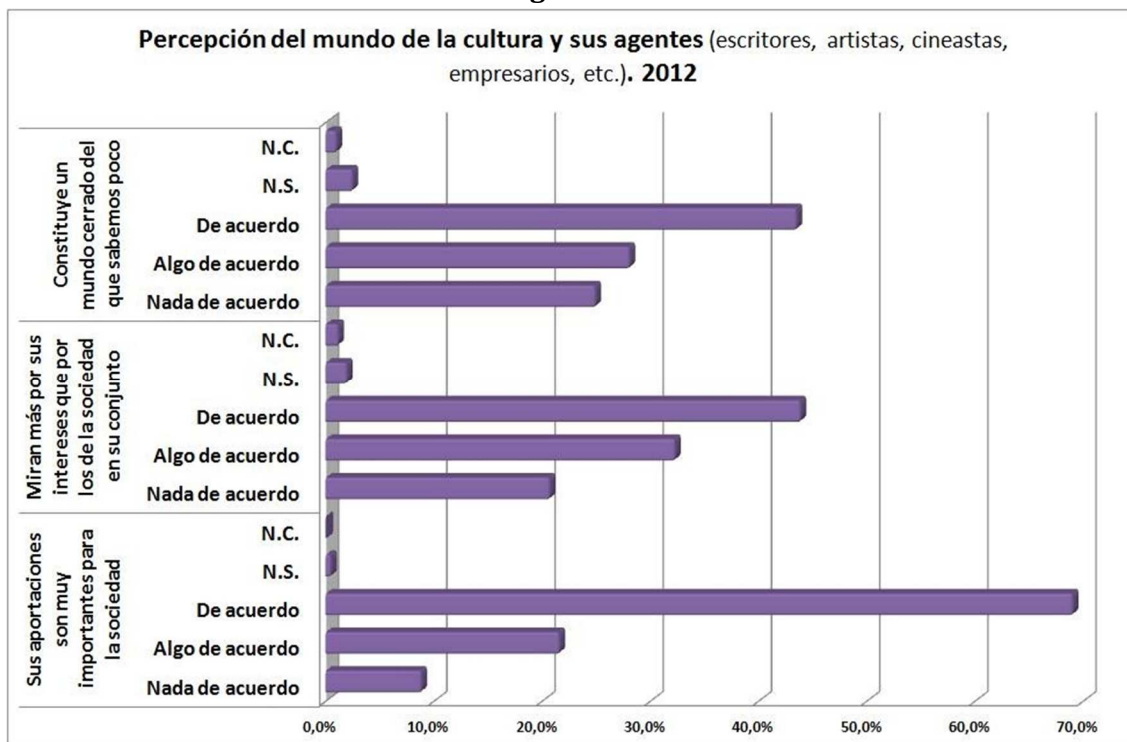
La primera es que los resultados concretos de la acción pública —sean propios o inducidos— son valorados satisfactoriamente en términos generales, es decir que la cultura puesta a disposición es apreciada suficientemente pese a que no cabe entender que deje una huella clara en el recuerdo individual. La segunda premisa es que una mayoría de andaluces tiende a pensar que desde las administraciones debe reducirse —incluso drásticamente— el flujo de recursos destinados a dicha puesta a disposición. El cambio, por tanto, lleva a un escenario nada fácil de cara a las decisiones, pues, en la deriva de las políticas culturales asociadas al bienestar, parece cuestionar la lógica del «modelo», pero no sus resultados.

## **LOS ANDALUCES Y EL MUNDO DE LA CULTURA**

El Estado y las políticas públicas, son, al fin y al cabo, mediador y mediaciones entre sociedad y cultura. Quizá la barrera entre una opinión conforme con los resultados y otra en progresivo desacuerdo con el apoyo público para obtenerlos, pueda estribar en la percepción del mundo cultural y sus agentes. Prácticamente, siete de cada diez andaluces están de acuerdo con que las aportaciones de ese mundo de la cultura son importantes —otros dos están sólo algo de acuerdo con ello, lo que sumaría nueve de cada diez—; pero alguno más de siete perciben que, de alguna forma, los artistas, escritores, cineastas, etc., miran más por sus intereses que por los del común, y casi otros tantos andaluces opinan que el mundo de la cultura es un mundo cerrado del que solemos saber poco (Fig. 34).



**Figura 34**



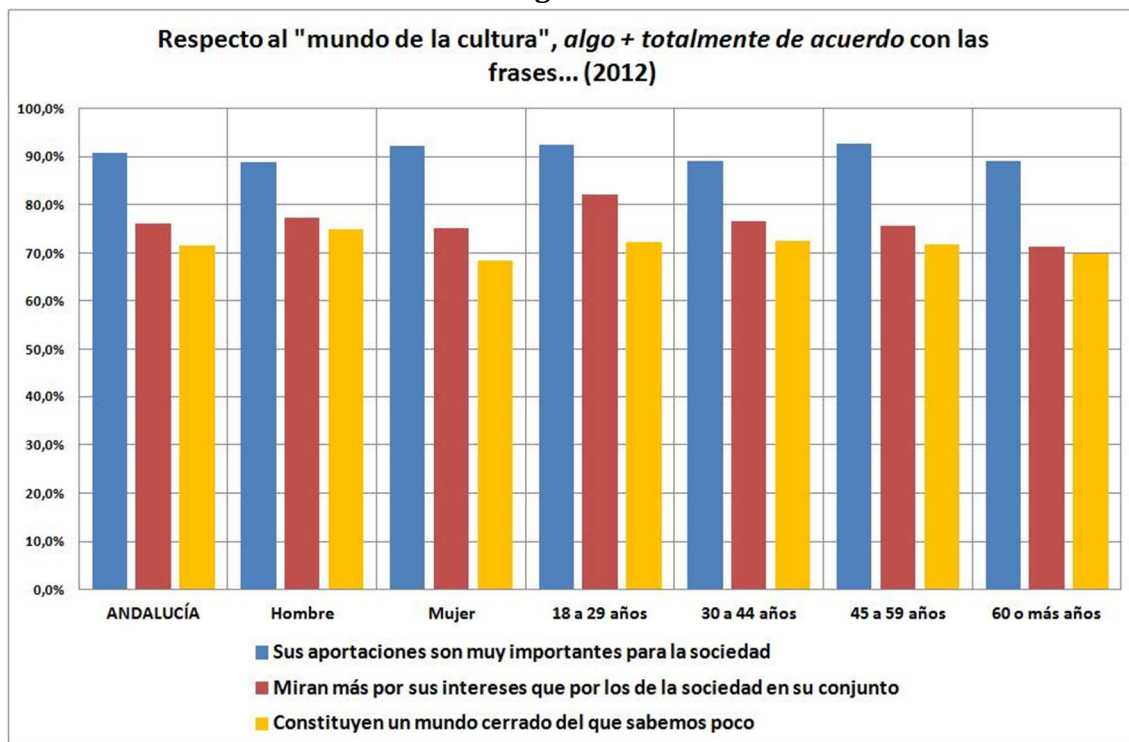
BACU 2012 (IESA)

Existe pues un importante consenso acerca de la importancia de lo que hacen los agentes culturales, pero también es manifiesto un estado de *distanciamiento* entre el conjunto del cuerpo social andaluz y el mundo de la cultura expresado en el acuerdo de un 40% tanto con una idea de *hermetismo* como otra de *desapego* que, si se les suma a quienes sólo están «algo» de acuerdo rondan el 70%. Y ese estado de opinión, además, está regularmente compartido por sexos y grupos de edad: probablemente una de las distribuciones más equilibradas a lo largo de la consulta en 2012 (Fig. 35), pues sólo en lo que se refiere al hermetismo cabe apreciar un mayor recelo en las edades jóvenes que va decayendo levemente en el resto de grupos.

Un factor que los BACU han indagado, relevante a este respecto, es el grado de conocimiento personal del dicho mundo de la cultura, es decir, conocimiento de artistas, escritores, músicos, etc., individuales o colectivos, en tanto que pudiera completar o matizar la percepción del conjunto.

Parece razonable, en principio, que el conocimiento directo de agentes culturales sea bajo; al menos más reducido que el conocimiento de profesionales de otros sectores más relacionados con la vida cotidiana, económica, sanitaria, etc. por los ciudadanos. Así habíamos interpretado hasta el BACU 2010 los resultados a esta cuestión.

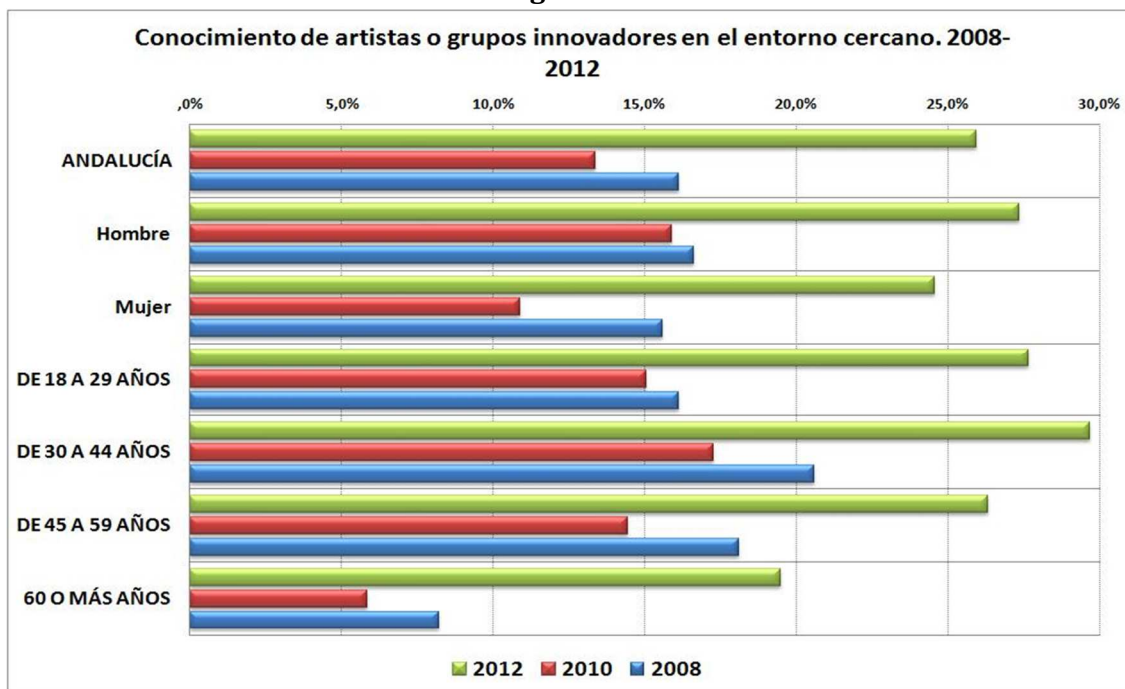
**Figura 35**



BACU 2012 (IESA)

Las respuestas obtenidas en 2012 sin embargo dan un alza de más de 10 puntos de respuestas afirmativas coherentemente repartidas por sexo y edad, y repitiendo la pauta de los barómetros anteriores: más conocimiento entre varones y en el grupo de los 30 a 44 años (Fig. 36).

**Figura 36**



BACU 2012 (IESA)

Los artistas y grupos más frecuentemente conocidos por los entrevistados pertenecen a la música y las artes plásticas (36% y 34% de quienes respondieron positivamente).

Pero al preguntar por «profesionales» de la cultura, suceden varias cosas a tener en cuenta. La primera que la respuesta positiva es algo mayor; la segunda que se repiten los segmentos más frecuentes invirtiendo el orden (artes plásticas y música), y la tercera que cobran relevancia los profesionales institucionales de museos, bibliotecas, etc., así como la confusión con educadores, deportistas o profesionales del turismo (Fig. 37).

**Figura 37**



BACU 2012 (IESA)

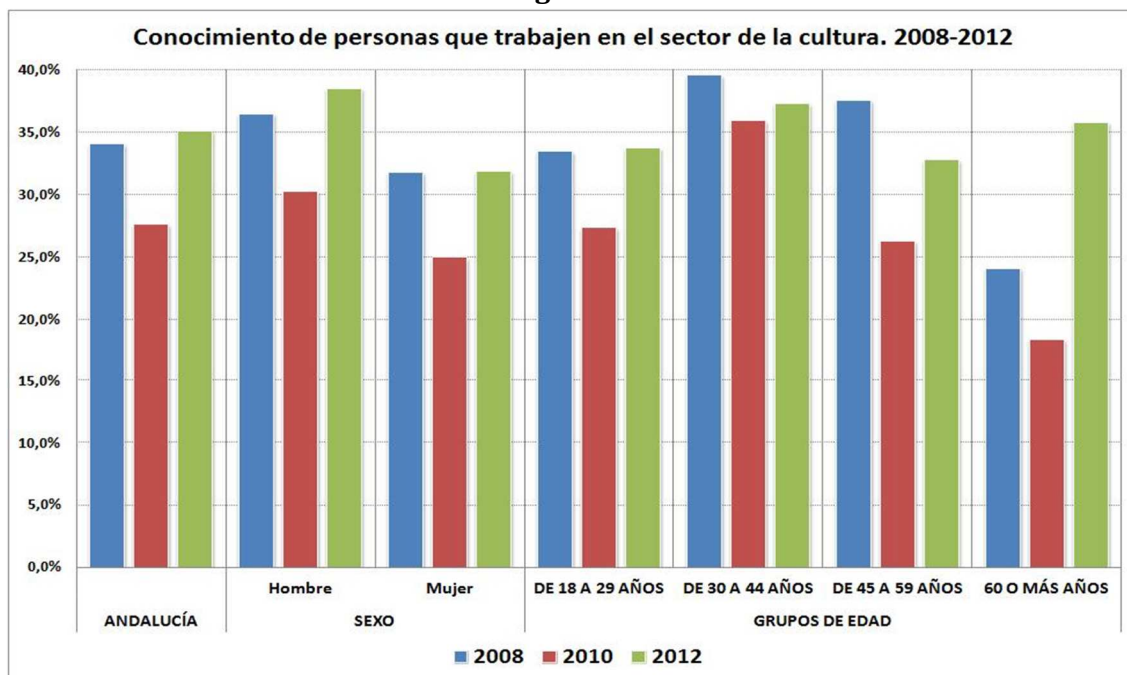
Este recuerdo de quienes trabajan en el sector de la cultura es más frecuente otra vez entre los varones, y en este caso más distribuido entre los grupos de edad aunque en 2012 hay un aumento importante en los mayores de 60 años. Bajo este perfil de consulta se observa además que los porcentajes de 2012 (Fig. 38) han vuelto a los niveles de cuatro años antes, lo que indica que la cercanía ciudadana a profesionales de la cultura no se atiene al peso o volumen del sector en la economía y la sociedad andaluzas<sup>3</sup>.

Hay que deducir que la diferencia de recuerdo según se pregunte por *artistas/grupos* o por *trabajadores/profesionales* referidos al mundo de la cultura

<sup>3</sup> Hay que tener presente que, conforme a datos del Ministerio de Cultura en 2011, el sector cultural en Andalucía perdió unos 20.000 empleos en 2010, pasando del 2,5% al 1,8% del empleo total. Y de 2009 a 2010 perdió así mismo 319 empresas (www.mcu.es, Principales Estadísticas; datos INE).

revela la existencia, por así decir, de dos colectivos diferenciados en el imaginario de los andaluces. El primero es más restringido y, en gran medida, pareciera que se atiene más a los agentes efectivos del sector; el segundo implica un abanico más abierto —pues ensancha la inclusión de trabajadores de otros sectores—, más diverso y a la vez también más concreto al implicar a profesionales de las infraestructuras. Tal vez entre ambos *colectivos* se forjen las distinciones respecto a los resultados, la importancia de los mismos, el mérito y el crédito de cara al apoyo desde la esfera pública.

**Figura 38**



BACU 2012 (IESA)

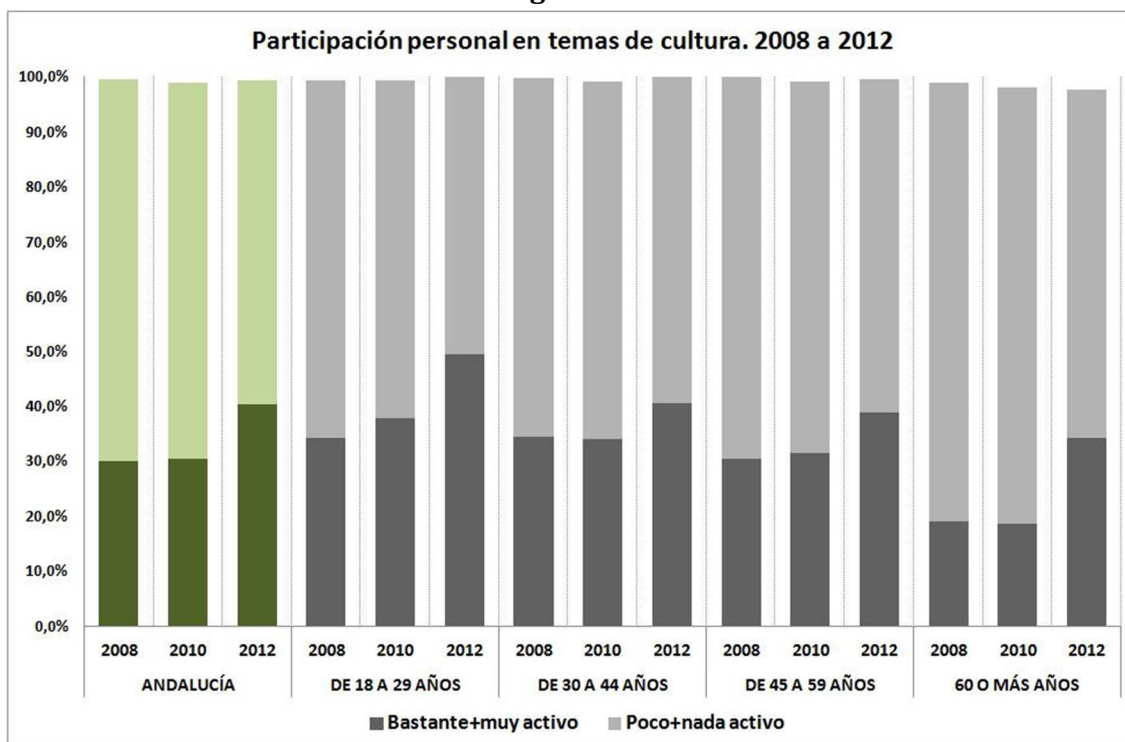
## LA CULTURA EN LA VIDA DE LOS ANDALUCES

El BACU de 2012 presenta una tendencia al alza de la participación de los andaluces en actividades y organizaciones relacionadas con la cultura, así como una tónica de mayor uso de medios de comunicación e información para interesarse por temas del sector. Parecen datos que también cabe relacionar con la coyuntura económica, pero contradictorios con el grado de interés por temas culturales vistos con anterioridad.

En lo que hace a la participación el aumento para toda Andalucía se sitúa en torno a los diez puntos respecto a los resultados de 2008 y 2010 que presentaban un panorama estable en torno al 30%. Este significativo repunte es más notable entre los 18 y 29 años, tramo que además era el único que había presentado una pauta de creciente participación antes de ahora (Fig. 39); a partir de ese grupo de edad los porcentajes son decrecientes, lo que permite aceptar que la afluencia hacia la

participación en temas culturales en Andalucía se está produciendo principalmente entre los jóvenes. Hay que tener en cuenta que estos perfiles que presentan los BACU se refieren a participación en colectivos y no a actividad individual como es el caso de las encuestas de hábitos, cuyos resultados a escala nacional están aproximadamente en la mitad de los que aquí comentamos.

**Figura 39**



BACU 2012 (IESA)

El segundo, pero no menos importante plano de esta participación, se refiere al tipo genérico de las organizaciones en que se produce. Es fácilmente deducible que no todas tienen un estricto carácter *cultural* y, de hecho, lo que se ha buscado ha sido justamente el contexto *socio-cultural* en el que los ciudadanos andaluces se sienten partícipes activos.

El tipo de organización más frecuente hay que encuadrarlo bajo el epígrafe «peñas y/o asociaciones» (Fig. 40) cuyos contenidos temáticos o de actividad específicos sabemos que son diversos, aunque principalmente identificados con la acción vecinal, cultural sea en primer o segundo plano, el flamenco, etc. Luego, las hermandades y cofradías ligadas a la semana santa católica, que si bien de forma creciente vienen asumiendo otros fines lúdicos, solidarios o barriales, constituyen prácticamente otra cuarta parte del tejido participativo que los andaluces asocian, razonablemente, como vehículo cultural. De este modo, descartadas la participación deportiva y de otros contenidos, hay que hablar de entre un 30% y un 33% para las organizaciones directamente ligadas a un criterio de cultura *convencional*.

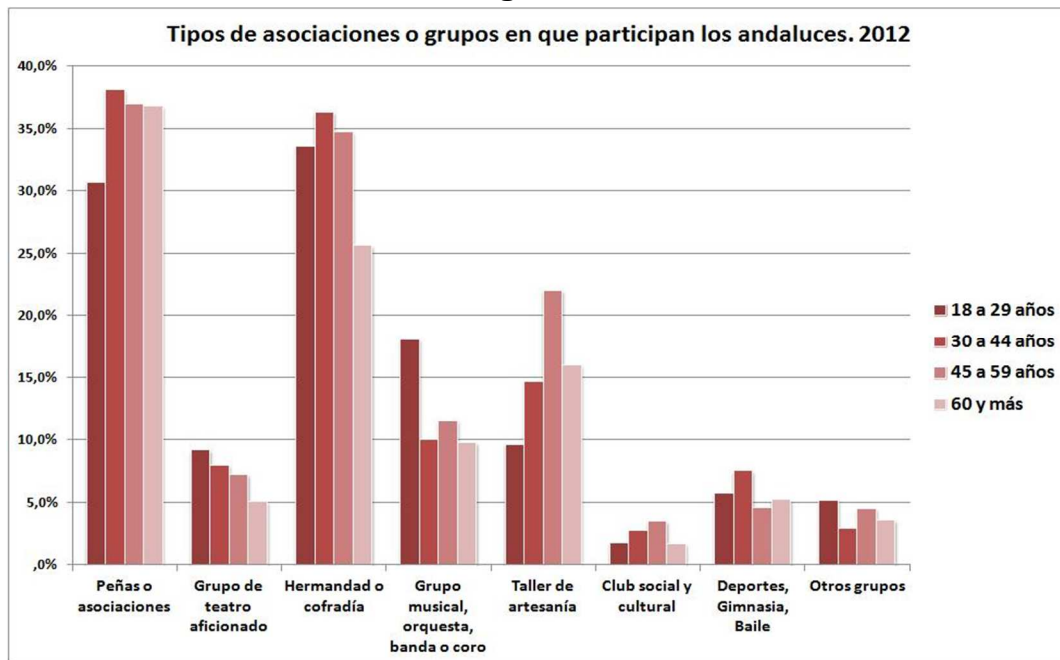
**Figura 40**



BACU 2012 (IESA)

En la Fig. 41 se puede comprobar que el mayor grado de participación de los jóvenes es una pauta que sólo se incumple para los talleres de artesanías y los clubes sociales. También cabe señalar que la mayor participación entre los 18 y 29 años se está dando en las hermandades y cofradías, hecho que ha de ponerse en sintonía con los respaldos que dicho grupo otorga a manifestaciones de la tradición como vimos al referirnos al consenso cultural.

**Figura 41**

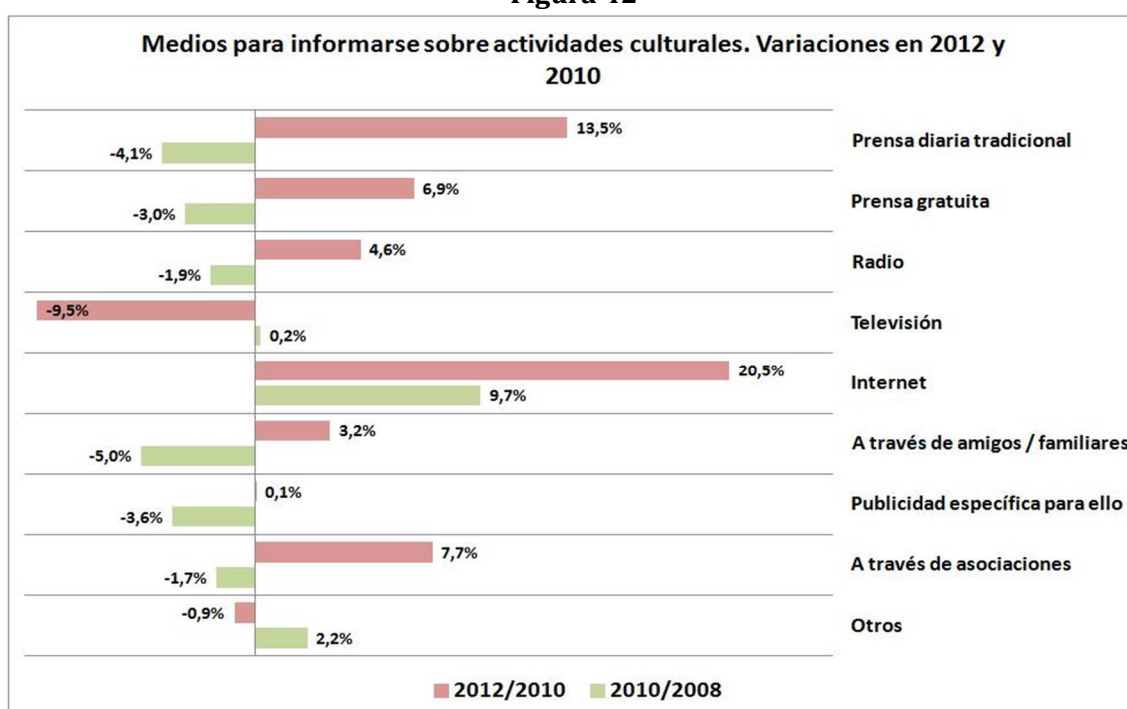


BACU 2012 (IESA)

En conjunto, la vía participativa más extendida en todos los tramos de edades es la de peñas y asociaciones, debido sin duda a la índole diversa de éstas a que antes nos referimos.

Asimismo, y al igual que ocurre en el tema de la participación, aparecen también en 2012 algunos cambios significativos en el uso de medios para informarse sobre cultura. En efecto, si en 2010 sólo el uso de internet con dicho fin experimentaba un crecimiento efectivo (que se sostiene firmemente), ahora se le han sumado algunos recursos más tradicionales, como la prensa escrita (comercial y gratuita), la radio e incluso ámbitos menos formales a este efecto, como las asociaciones y los ámbitos familiares o de grupo (Fig. 42).

**Figura 42**

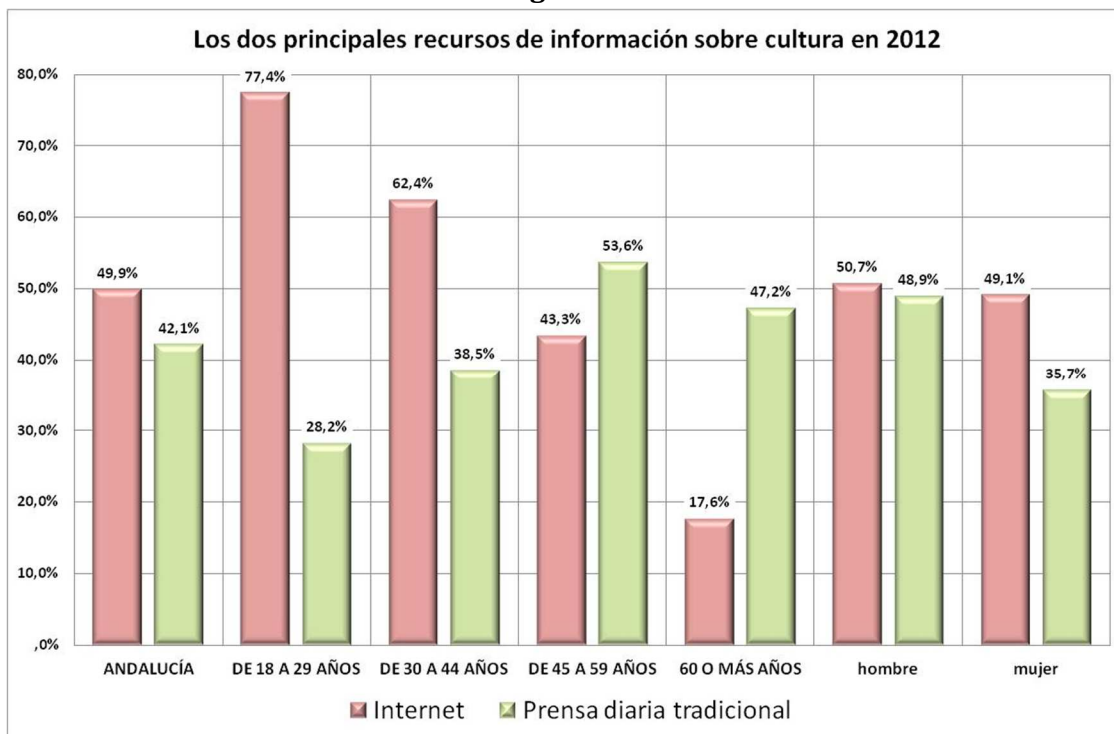


BACU 2012 (IESA)

Tal vez el resultado que más sorprende es el retroceso de la televisión como recurso de información cultural —pues sigue siendo el principal medio de entretenimiento y de consumo de contenidos, al menos hasta 2010-2011—. Internet sigue su implantación; pero una circunstancia a destacar es que entre los dos principales medios señalados por los entrevistados existen claras diferencias en el perfil de usuarios (Fig. 43).

Así como internet sigue siendo de largo el recurso emergente en los grupos de menor edad (hasta los 44 años), la prensa diaria *tradicional* (comercial) lo es de los grupos de mayores (de 45 años en adelante). En ambos casos son más declarados por hombres que por mujeres, pero es importante que internet sea un uso prácticamente compartido igualmente por uno y otro sexo.

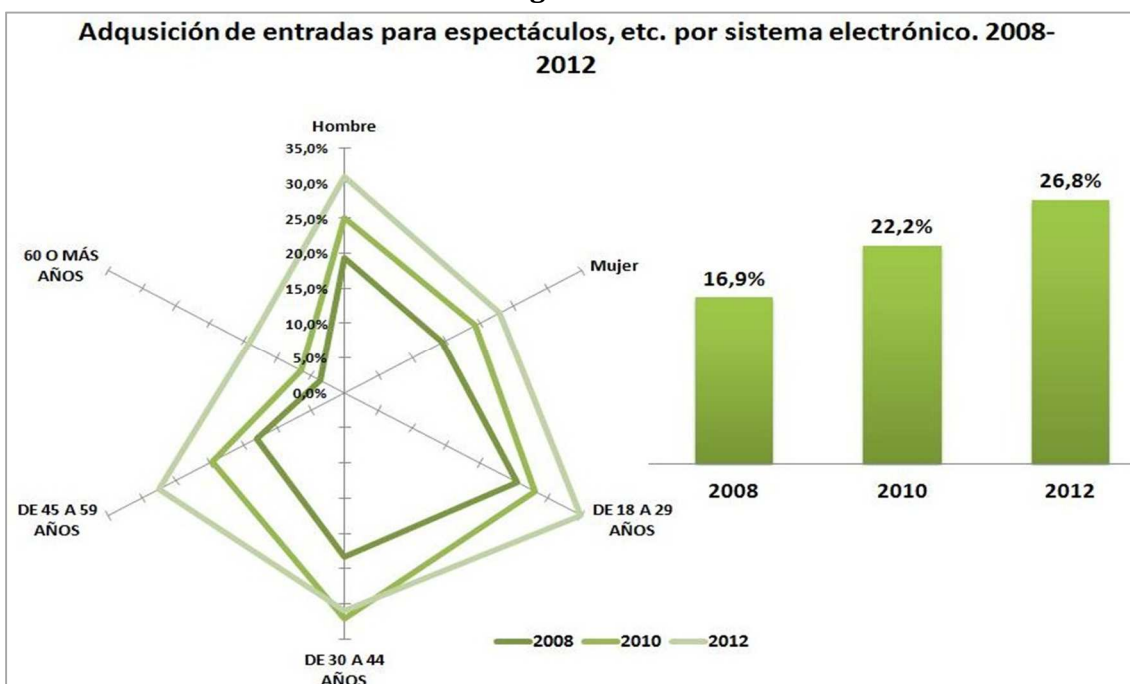
**Figura 43**



BACU 2012 (IESA)

Otra dimensión de cómo viene transformándose la relación entre los andaluces y la cultura (en este caso merced a la irrupción de recursos tecnológicos en la vida diaria), es la práctica creciente de adquisición de entradas mediante internet que, de este modo, expande su presencia en la citada relación. Tal crecimiento es relativamente lento, pero es firme desde que se consultó por los BACU (Fig. 44).

**Figura 44**



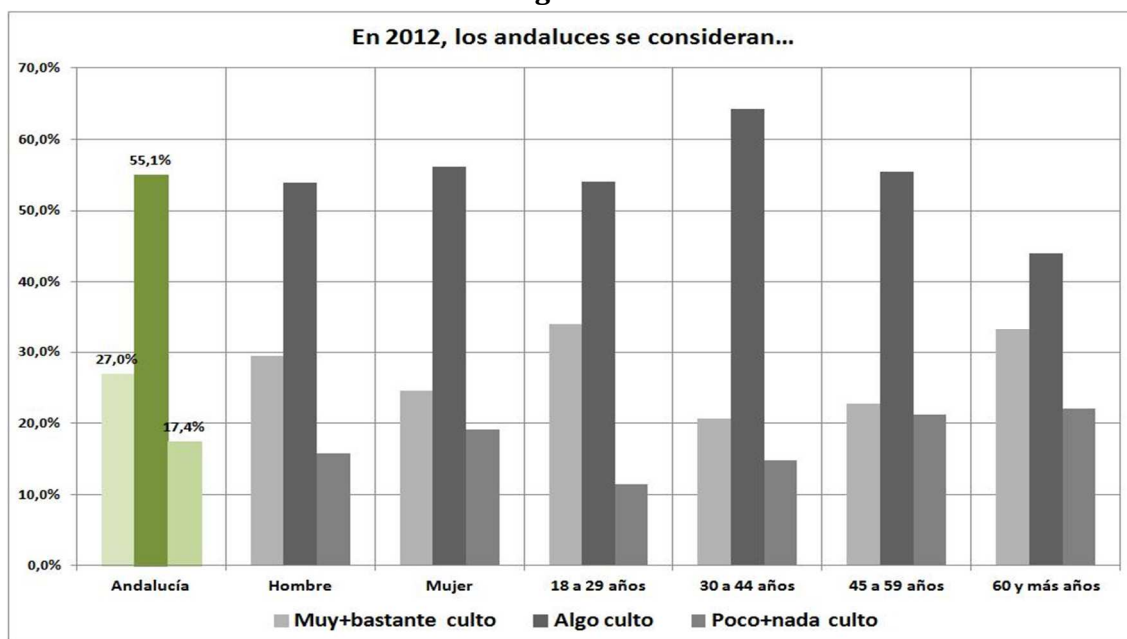
BACU 2012 (IESA)



Como aumenta en prácticamente todas las variables de sexo y edad, salvo entre los 30 y 44 años en que parece ahora estancado después de ser el de mayor aumento en 2010 (Fig. 44), cabe preguntarse si es que se anuncia un cierto *techo* o si es otro efecto de la situación económica; en esa última hipótesis, pareciera lógico que afectase también al tramo más joven, cosa que no sucede. Más bien al contrario, tanto entre los 18 a 29 años como a partir de los 45, hasta cabe apreciar un *despegue* de la entrada electrónica.

Participación en la cultura, en uno u otro grado, interés y acceso a ella, se articulan a partir de un sustrato de ubicación personal, generacional e incluso histórica precisamente ante el *hecho cultural*. Los andaluces, desde que fueron consultados en 2008, se consideran a sí mismos mayoritariamente como personas «algo cultas»; una auto-valoración que es ligeramente más alta entre las mujeres y en el grupo de los 30 a 44 años (Fig. 45). Aparte de esa posición mayoritaria, véase por ejemplo que el conjunto de quienes se consideran «muy + bastante cultos» presentan un esquema inter-generacional propio del consenso secundario, identitario, mientras que la posición opuesta («poco + nada cultos») simplemente tiende a aumentar con los tramos de edad.

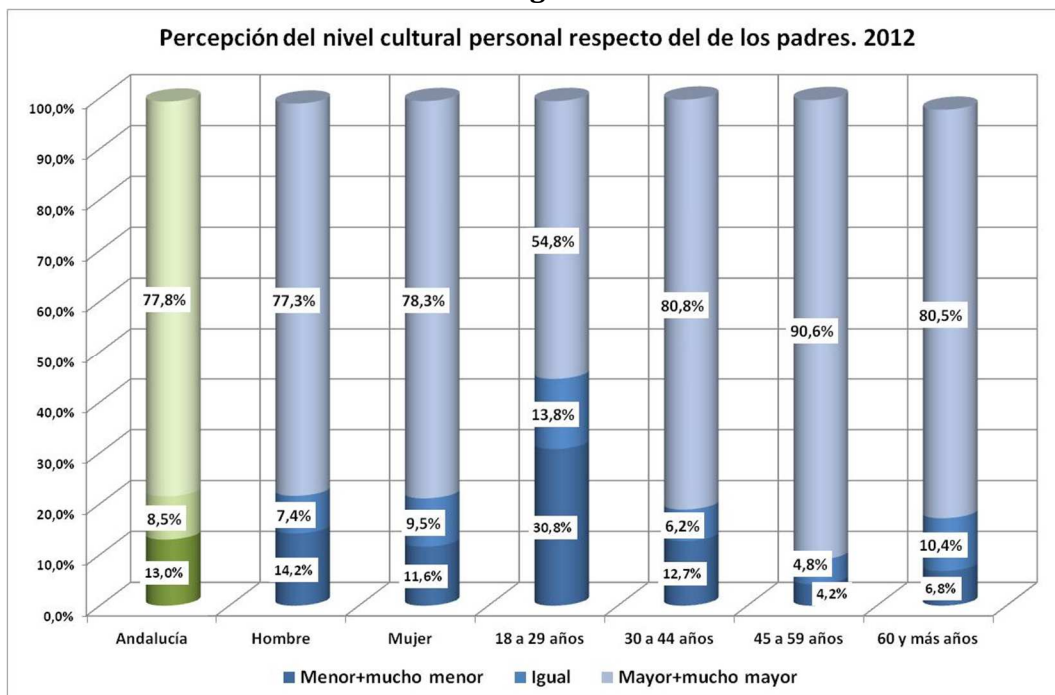
**Figura 45**



BACU 2012 (IESA)

Hay también una cierta relación en este aspecto, en el que opera desde luego la construcción de la memoria como filtro de relativización, con la percepción comparativa respecto de la cultura de los padres: la certeza de que nuestro nivel cultural es mayor que el de nuestros progenitores aumenta con la edad, hasta la aparición de un asomo de duda a partir de los 60 años (Fig. 46).

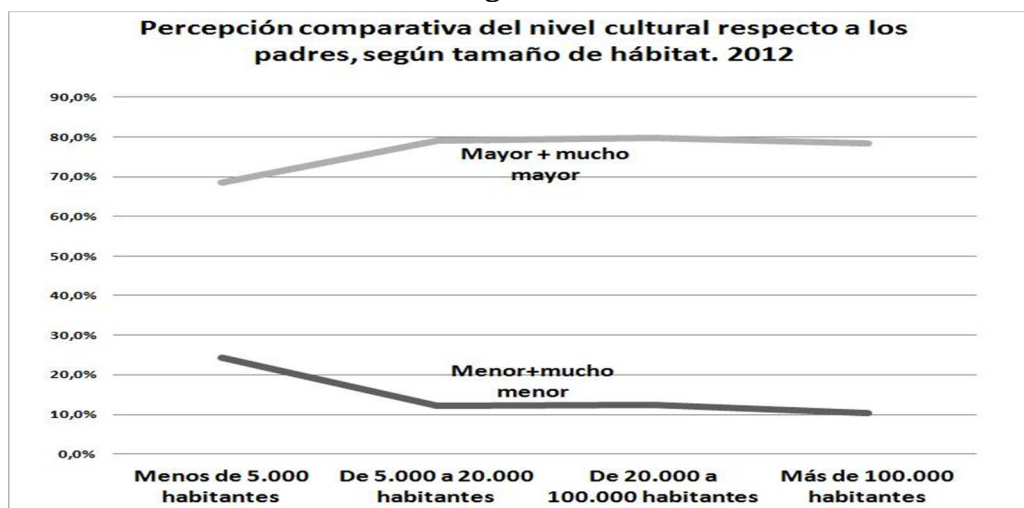
**Figura 46**



BACU 2012 (IESA) (Nota: no se incluyen las respuestas NS/NC)

Sólo antes de los 30 años es más frecuente pensar que el nivel cultural de los padres es más alto o igual, extremo que puede hacerse corresponder con las teóricas cohortes de esos padres a partir de los 45 años. La pauta general, en todo caso, varía claramente en las poblaciones de menos de 5.000 habitantes (Fig. 47), lo que quizá apunte a un remanente de mentalidad *rural* en el contexto de otra *urbanita* cada vez más extendida en el proceso histórico.

**Figura 47**

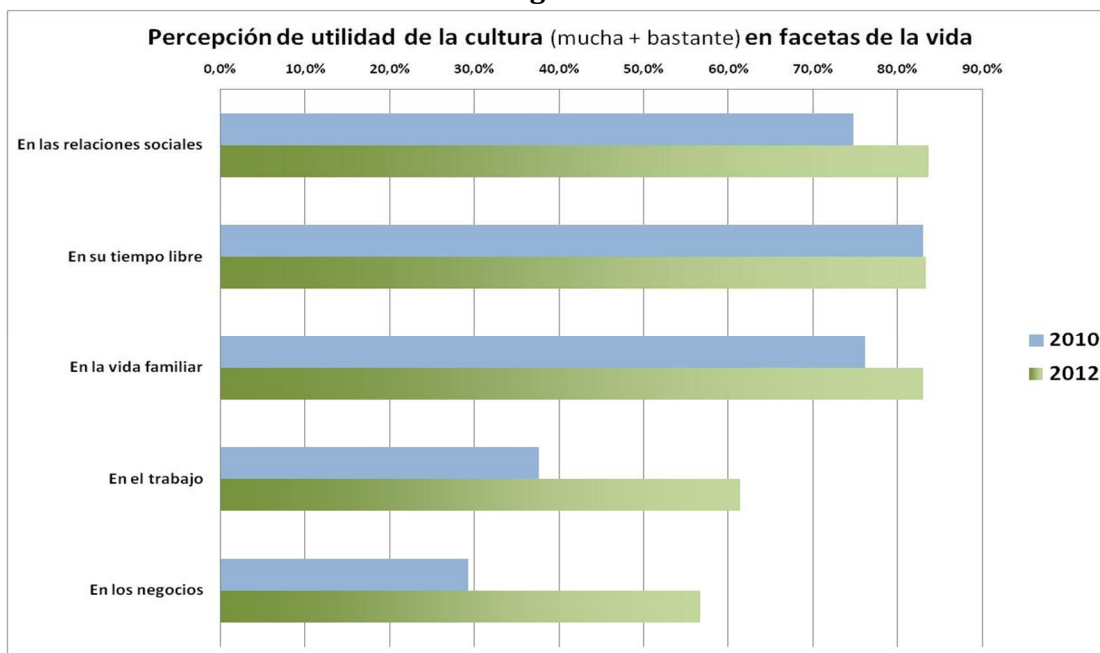


BACU 2012 (IESA)

Una última variable de la relación personalizada con la cultura entre los andaluces hemos de referirla a la percepción de *utilidad* de ésta en la vida a través de sus

principales facetas. En 2012 se percibe o se le otorga en general más utilidad a la cultura que dos años antes, aunque con las mismas matizaciones que entonces (Fig.48).

**Figura 48**



BACU 2012 (IESA)

Si tomamos esta distribución de valores de utilidad como patrón para Andalucía, puede también observarse (Fig. 49) que dicho patrón se va fijando con el aumento de la edad, así como que es resultante del proceso de concentración urbana. Y que, si bien los andaluces consideran muy útil a la cultura en la vida familiar, entre los jóvenes de 18 a 29 años se da un cierto cuestionamiento de ese criterio. En última instancia, el hecho de que al compás del deterioro económico aumente este tipo de valor otorgado a la cultura para los negocios y para el trabajo, devuelve a un plano de actualidad viejas consideraciones sobre el sentido *compensatorio* de la cultura.

**Figura 49**

| ¿Hasta qué punto considera que los libros, el cine, el teatro, la música, son útiles para Ud. en los siguientes ámbitos? (bastante +) | GRUPOS DE EDAD |              |              |          | patrón andaluz en 2012 |
|---|----------------|--------------|--------------|----------|------------------------|
|   | 18 a 29 años   | 30 a 44 años | 45 a 59 años | 60 y más |                        |
| En las relaciones sociales  | 89,1%          | 81,2%        | 83,6%        | 82,3%    | 83,6%                  |
| En su tiempo libre  | 88,9%          | 82,9%        | 81,9%        | 80,9%    | 83,4%                  |
| En la vida familiar   | 76,6%          | 84,0%        | 85,4%        | 85,1%    | 83,1%                  |
| En el trabajo   | 61,9%          | 61,2%        | 63,5%        | 59,2%    | 61,4%                  |
| En los negocios   | 63,3%          | 62,3%        | 49,5%        | 51,1%    | 56,7%                  |

| ¿Hasta qué punto considera que los libros, el cine, el teatro, la música, son útiles para Ud. en los siguientes ámbitos? (bastante +) | TAMAÑO DE HÁBITAT         |                              |                                |                           | patrón andaluz en 2012 |
|---|---------------------------|------------------------------|--------------------------------|---------------------------|------------------------|
|   | Menos de 5.000 habitantes | De 5.000 a 20.000 habitantes | De 20.000 a 100.000 habitantes | Más de 100.000 habitantes |                        |
| En las relaciones sociales  | 86,8%                     | 81,1%                        | 86,8%                          | 81,4%                     | 83,6%                  |
| En su tiempo libre  | 86,4%                     | 76,9%                        | 83,4%                          | 86,2%                     | 83,4%                  |
| En la vida familiar   | 80,6%                     | 77,7%                        | 84,2%                          | 85,9%                     | 83,1%                  |
| En el trabajo   | 69,8%                     | 62,8%                        | 62,9%                          | 56,7%                     | 61,4%                  |
| En los negocios   | 59,3%                     | 56,3%                        | 61,8%                          | 51,7%                     | 56,7%                  |

BACU 2012 (IESA)

## CONCLUSIONES

Como se ha comprobado a lo largo del informe, todas las tendencias generales de la opinión andaluza respecto a la cultura se mantienen en esta tercera oleada, y los cambios o variaciones más llamativos responden justamente a procesos de transformación que ya se anunciaban en las ediciones de 2008 y 2010.

Así, pues, en un estado de opinión estable respecto a qué y cómo se percibe la cultura en Andalucía, cabe detectar que afloran determinadas tendencias e irrumpen otras, en todo caso con sentido de cambio, influido por las transformaciones globales a que la sociedad andaluza no podría ser ajena. De entre estas tendencias pueden entresacarse las siguientes conclusiones para este estudio:

- La idea de Cultura en Andalucía, perceptible en un *consenso cultural andaluz*, es estable desde 2008. Se observa no obstante en 2012 un descenso del interés por los temas de la cultura en los grupos de edad más jóvenes (18 a 44 años).
- El gran vuelco en la opinión de los andaluces entre 2008 y 2012 se refiere al desistimiento del apoyo público a la cultura: la idea de que «siempre» ha de darse dicho apoyo ha descendido en 50 puntos porcentuales. Ahora 6 de cada 10 opinan que ese apoyo ha de producirse «a veces».
- El aprecio eidético y cultural del Flamenco apunta síntomas de estar cambiando como significativo cultural andaluz; mantiene un respaldo creciente entre los jóvenes y, al menos en 2012, decreciente entre los mayores.
- Los andaluces, desde 2008, expresan una opinión paradójica sobre la «cultura andaluza»: lo más representativo de ésta es de índole patrimonial y tradicional, pero lo más importante para ella lo cifran en las expectativas de futuro que implican la formación y/o educación.
- Entre los andaluces de 18 a 29 años viene aumentando la valoración de las manifestaciones tradicionales de la cultura, lo que se proyecta también en el tipo de organizaciones en las que articulan su principal participación socio-cultural.
- En los grupos de edad maduros sin embargo (45 años en adelante) es notable el mayor respaldo a las manifestaciones culturales asociables de algún modo a *modernidad*.
- No se percibe empeoramiento del aprecio por la oferta cultural disponible, como se detectó en 2010 a raíz de la crisis económica. En 2012, de hecho, la oferta de cultura «en Andalucía» es la mejor valorada, por encima de la dada a escalas española y local.

- Se comprueba un distanciamiento de los andaluces, en cierto modo ético, expresado a través de su estado de opinión, respecto del «mundo de la cultura», que no afecta sin embargo al valor reconocido a sus aportaciones.
- Internet sigue siendo el objeto cultural, el recurso de cultura y el medio para acceder a ella, más emergente en todos los grupos generacionales de Andalucía.
- Los andaluces siguen otorgando un alto grado de «utilidad» a la cultura en su vida diaria, especialmente en el ocio y en la vida familiar, pero en 2012 repunta esa valoración en lo que hace a la vida laboral y a los negocios.