

E-0109

Documentos de trabajo/ Working paper series



LOS ANDALUCES Y LA CULTURA

**Manuel Pérez Yruela
(IESA-CSIC)**

**Pedro A. Vives Azancot
(IESA-CSIC)**

www.iesa.csic.es



1. INTRODUCCIÓN

Este ensayo se basa en el estudio de los resultados de la encuesta de opinión que lleva el mismo título, “Los andaluces y la cultura”^{*}, cuyos objetivos básicos se fijaron a caballo del análisis sociológico y de lo que podemos considerar análisis cultural. Para el conocimiento estrictamente sociológico de los andaluces el estudio sin duda aporta luz añadida a cuanto se viene sabiendo hasta la fecha, sea por trabajos demoscópicos como por análisis más extensos y de fuentes más diversas. Y para el análisis cultural puede afirmarse que la encuesta proporciona perspectivas, variables y también dudas que hasta ahora no habíamos tenido tan palmariamente expuestas.

Como estudio de la cultura de una región se trata aquí sobre todo de suscitar cuestiones básicas pero de difícil acotación en la literatura al uso. Se trata de perfilar sobre base demoscópica qué idea de cultura posee o maneja la sociedad concreta andaluza, de dónde o de qué proceden sus mimbres más elementales y cómo tal idea se proyecta en la vida cotidiana, en la percepción práctica de lo que es o atañe a las experiencias estética, espiritual, material, propias tanto del colectivo diverso como de la individualidad potencialmente participativa.

Esa idea de la cultura se ha buscado —y se han obtenido resultados elocuentes— en primer lugar como resultante global de la sociedad concreta de Andalucía puesto al trasluz tanto de sus “propios” componentes como de la comparación con sus horizontes regionales, nacionales e internacionales. En segundo término se ha pulsado la idea de cultura en cuanto sector de actividad material, productiva pero también derivada de usos, hábitos y costumbres. Y en un tercer plano se ha procurado identificar la cultura como “receptáculo” de la tensión entre tradición y modernidad, entre persistencia y cambio.

Seguramente ese tercer aspecto de la idea de cultura entre los andaluces es el que mejor engarza el enfoque cultural con el análisis sociológico, en la medida en que si la cultura refleja y/o matiza lo que ya podamos saber de la sociedad andaluza, abre también facetas de reflexión acerca de si ésta continúa o no reduciendo distancias y diferencias respecto al conjunto español. Y, especialmente, si las características que podemos asociar a “la cultura en Andalucía” pesan, o propician, o se diluyen, a la hora de evaluar la forma y el grado de incorporación de los andaluces a la globalización.

La forma o la medida en que la sociedad andaluza se esté insertando en un mundo globalizado, o en la “civilización mundial”, es una cuestión de la mayor relevancia tanto para el análisis sociológico como para el cultural, y en ese sentido la encuesta realizada permite concretar rasgos que apuntan a que la sociedad andaluza estaría inscrita en un “modelo procesual”, o en un proceso parangonable a

^{*} E-0803 del Instituto de Estudios Sociales Avanzados de Andalucía, de mayo de 2008, realizado en convenio con la Consejería de Cultura de la Junta de Andalucía. El trabajo de campo tuvo lugar entre el 21 de enero y el 22 de febrero de 2008.

tal modelo como lo propone S.Giner¹. Los andaluces enfrentados a un cuestionario “cultural” se autorretratan moderadamente cultos, moderadamente modernos, moderadamente cívicos y, singularmente, abiertos a cualquier escenario de tolerancia y encaramiento del futuro. Pero no cabe hablar con la misma seguridad de rasgos que apunten a la innovación, al cambio reflexivo ante la complejidad cultural, a un ingreso creativo en esa globalización que desde luego la sociedad andaluza no cuestiona de momento.

En la relación de los andaluces con la cultura no aparecen en estos momentos brechas o rupturas de índole generacional o de estratificación social, ni siquiera de carácter territorial aunque es en ese ámbito en el que se está tentado de identificar diferencias acusadas. Es una relación estable, o estabilizada, con dos o más anclajes en el terreno de la estructura identitaria —el flamenco especialmente, también la participación exteriorizada en rituales católicos, o el predominio de familia y círculo social cercano en el disfrute del tiempo libre— que parecen proporcionar una base segura, fruto del proceso histórico, con la que encarar cualquier aventura de cambio.

Parte de esa relación estable la constituye una prevención moderna o posmoderna, o postindustrial, acerca del valor o carácter cultural de todo lo tecnológico o, mejor dicho, de cuanta tecnología se nos ha hecho familiar en las últimas tres o cuatro décadas. Es parte muy importante precisamente porque se erige como emblema tanto de modernidad crítica como de cultura culta; y porque dicha prevención se corresponde con una idea sancionada del posicionamiento intelectual contemporáneo más difundido. Y sin embargo es justamente en este campo en el que el “cordón sanitario” de una idea consensuada de cultura presenta algo que pudiera desembocar en ruptura: internet. Las generaciones más jóvenes en Andalucía señalan que internet tiene una relación directa con la cultura: un rasgo de neta diferencia respecto a otros grupos de edad que cabe considerar como la única “brecha” en la sintomatología de modelo procesual.

Ahora bien, pese a no tener un dato semejante para otras regiones españolas o europeas, es razonable pensar que esa ruptura, esa “brecha” ha de estar produciéndose a escala mundial en cualquier sociedad mediana o plenamente desarrollada. Debe ser seguramente un rasgo contemporáneo de la civilización descrita por Giner y, por tanto, no cabe tildar el rasgo como crítico sino más bien como evolutivo. Lo que comporta de cambio debe inscribirse en otro conjunto de situaciones reflejadas en la encuesta que apuntan, en todo caso, a un “reequilibrio” generacional en la valoración cultural de paradigmas de tradición y modernidad. Andalucía a través de una óptica cultural, entonces, no estaría escapando a la resistencia al cambio mediante agitación superficial, a la falsa movilidad señalada por Innerarity, que lleva a la paradoja de que en los momentos de mayor aceleración «las sociedades puedan caer en manos del destino o de la inmovilidad»².

Si hubiera que sintetizar lo que la encuesta arroja para el análisis cultural, podrían destacarse dos cosas. La primera que en la sociedad andaluza la idea de cultura está estrechamente ligada, asociada más bien, a la formación acopiada por cada individuo y por tanto a *su proceso* de maduración intelectual e inserción social. La segunda que esa misma cultura apenas empieza a adquirir connotaciones materiales, lo que se traduce en su insuficiente identificación como sector de actividad que cabe entender propio de una sociedad avanzada especialmente en términos de globalización. La proyección económica de la cultura es evaluada por los andaluces bajo pautas de entusiasmo, no sólo para la situación presente sino sobre todo de cara al futuro; una evaluación que contrasta con una identificación dispersa de qué y quiénes se hallan involucrados en dicho campo de actividad.

En fin, cuantos rasgos gruesos hemos tratado de agrupar a modo de introducción se verá más adelante que tienen no sólo matices sino variaciones efectivas y a veces sustanciales a la luz del análisis pormenorizado. En esta tarea se revelará que, como es lógico, aparece la tensión entre tradición y modernidad a la que habrá que dedicarle especial y detenida atención; pero las limitaciones de una encuesta, lo esquemático de sus resultados cuando se buscan respuestas complejas, invitan a seguir la pauta con que la propia sociedad y la cultura misma presentan sus glorias y miserias: avanzar a partir de improntas arraigadas sin menospreciar señales en la epidermis.

2. LOS ANDALUCES Y LA CULTURA. I: SOBRE LAS IDEAS

2.1. Los contenidos de *cultura* en Andalucía

La principal idea de la cultura entre los andaluces se basa en la asociación de “tener una buena formación y muchos conocimientos” con el principal significado de *la cultura*. Visto en perspectiva — aunque sin datos similares para el contraste—, este resultado parece ratificar a los andaluces en un consenso primordial de la cultura occidental; la idea de que una (buena) formación y la acumulación de conocimientos constituye de por sí “la cultura” creemos que es característica de nuestro entorno cultural y aun de nuestro contexto de civilización. De hecho, hay que considerar que precisamente este rasgo eidético está en la base de una civilización de tipo “procesual”.

Las tablas 1 y 2 que aparecen más abajo resumen los resultados generales para Andalucía de las ideas que, inducidas o libremente expresadas, conforman el contenido, por así decir, de *la cultura* entre los encuestados. Como puede verse, sea bajo propuesta cerrada o como respuesta abierta, la formación y/o la educación parece ser el núcleo de la cultura para los andaluces. Cabe afirmar que estos resultados implican que la cultura *depende* de la formación, lo que ratificaría el viejo discurso de alta y baja cultura, atado entonces a la formación de cada persona y, por extensión, a la educación en el sistema social.

Tabla 1

% acumulado	Significado de cultura; propuesta cerrada de significados
59,5	Tener buena formación y muchos conocimientos
43,5	Tener capacidad de comprender las cosas...
23,4	Saber disfrutar de las expresiones artísticas...
21,0	Ser un buen ciudadano
12,9	Respetar y engrandecer las tradiciones
11,3	Saber apreciar los avances del conocimiento

Lógicamente esta aseveración encierra diferentes matices, pero quizá el más revelador es el que surge de la doble pregunta por la cultura y la educación de los jóvenes en la actualidad, ya que al tiempo que existe amplio consenso en que ahora poseen mejor nivel cultural que hace quince o veinte años, también lo hay en que

su educación es peor o mucho peor que antes (Gráfico 1). Por un lado esto expresa la arraigada confusión entre educación y cultura como conceptos sectoriales y como paradigmas que está incluida en la asociación de ambos ya comentada. Por otro, advierte del doble significado que *educación* comporta en cuanto “formación” y en cuanto “urbanidad” o buenos modales, y que parece evidente que en Andalucía opera con plena vigencia, siendo difícil establecer en qué contextos semánticos aparece uno u otro. Y en tercer lugar traslada una contradicción importante, pues si cultura es ante todo formación y los jóvenes tienen ahora mejor nivel cultural, hay algunos saltos mentales —colectivos— para, a renglón seguido, certificar que su educación es peor.

Gráfico 1

Cultura y educación de los jóvenes hoy, respecto a 15-20 años atrás

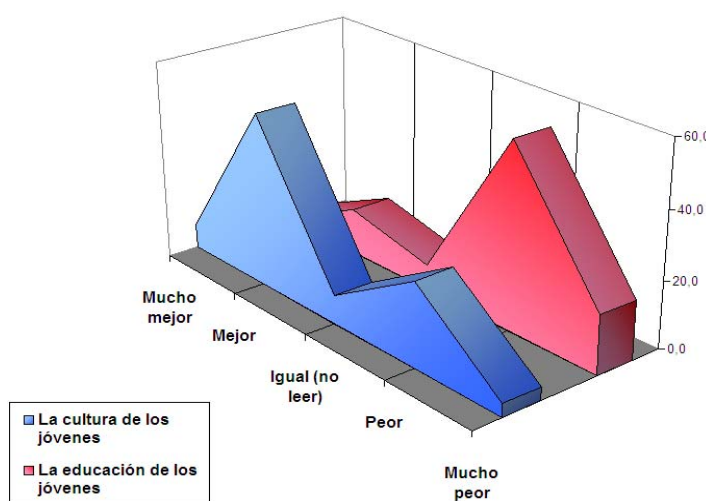
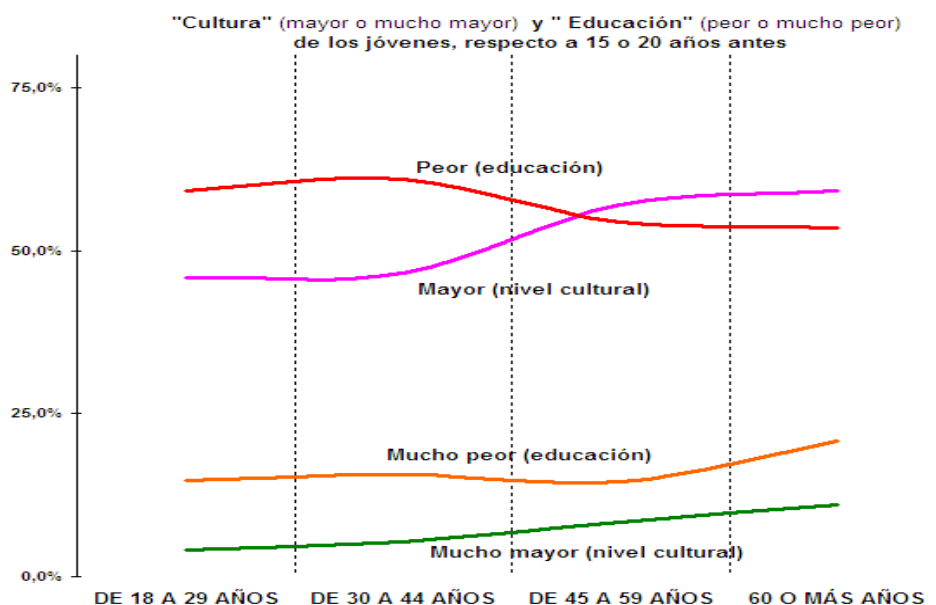


Tabla 2

% acumulado	Conjuntos de conceptos libremente asociados a la cultura
57,5	Formación y educación
20,4	Valores y actitudes sociales
11,7	Tradiciones, costumbres y creencias
10,8	Disciplinas académicas, nuevas tecnologías (incluyendo internet)
8,7	Entretenimiento, ocio y consumo cultural
4,8	Otros

Los segundos significados —en cerrado y abierto— más señalados explican algo del nudo anterior. “Comprender” las cosas y la identificación con “valores y actitudes sociales” ayudan a plantearse que, quizá, se trate de que los jóvenes andaluces cuentan con más herramientas para comprender —adquiridas en una mejor formación—, a la vez que asumen menos valores y actitudes sociales de las que parecen oportunas al conjunto —pues los propios jóvenes comparten su mayor cultura y su peor educación (Gráfico 2)—. Como quiera que sea, este estado de cosas advierte que la idea de cultura entre los andaluces —y probablemente no sólo entre ellos— no exige criterios rigurosos ni, por tanto, contenidos fijos; es sobre todo una idea abierta y flexible sólo que presidida por la convicción de que la capacitación individual acerca más a la cultura que la ausencia de ella.

Gráfico 2



Tanto en las respuestas a propuestas cerradas como en las libres los contenidos que se refieren a las artes, a su disfrute, a las disciplinas académicas, la ciencia o los avances tecnológicos, figuran no sólo en las opciones menos elegidas o señaladas, sino con clara desventaja porcentual respecto a las primeras. Tal carácter casi subsidiario de los contenidos *concretos* abre otro campo de reflexión importante en nuestros días: el vacío de opinión a la hora de identificar en la cultura un sector de

actividad con sus implicaciones productivas, laborales y comerciales, que quizá contradice o cuando menos cuestiona la tesis de una sociedad andaluza posmoderna pero *sin modernidad completa*.

Justamente la preeminencia de la formación como condición cultural es un rasgo *moderno*, característico incluso de las tendencias generacionales asociadas al *mayo francés* que, en nuestro caso, se añade al repunte de las tradiciones entre los menores de 29 años como luego veremos, cosa que también altera el sentido de la ruptura generacional en torno a los 44/45 años a que se refirió Bericat³. Aunque, tal vez justamente, la carencia de *modernidad suficiente* sea realmente lo que explique este estado de cosas entre los andaluces.

Al preguntar desde otro ángulo por lo que se considera más importante para la cultura en la región, las respuestas vuelven a no dejar dudas: la formación de los andaluces es, de largo —el 76% de las respuestas—, lo más relevante por encima de las inversiones, el desarrollo económico y técnico, o las tradiciones o los medios de comunicación. Se trata pues de una idea *fija*, bien asentada, coherente con una mentalidad occidental como se ha dicho, pero que quizá por su rotundidad apunte a un requisito todavía no completado de modernidad precisamente. El perfil de quienes menos ratifican la preeminencia de la formación invita a pensar en dicha cuenta pendiente: mayores de 60 años, sin estudios, habitante de población con menos de 5.000 habitantes y con nivel de ingresos muy bajos. Conviene aclarar que esta menor ratificación está, es todo caso, siempre por encima del 60%; luego dentro claramente del consenso general.

2.2. El consenso cultural andaluz

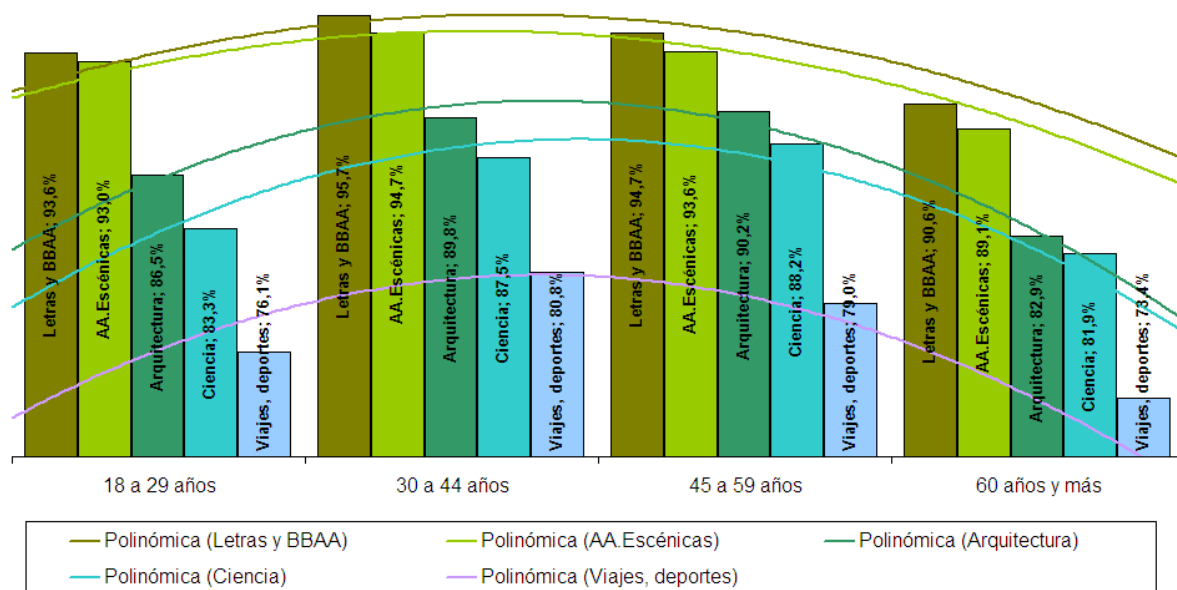
De todos modos la formación constituye un plano de acuerdo elemental que, de quedarnos en él, resultaría engañoso. Hay que decir que los andaluces saben bastante bien en qué consiste el fondo y la forma de la cultura, y que en un sentido paradigmático presentan un consenso social e intergeneracional articulado en diferentes grados. Los resultados de preguntar por los contenidos de la cultura, por la mucha, poca o bastante relación de determinados paradigmas con ella, dejan claro que en Andalucía quedan mínimas, casi anecdóticas dudas, sobre que la cultura consiste en bellas artes, música, teatro, pintura, literatura. El acuerdo al respecto es prácticamente total, como resulta lógico, aunque no hay que despreciar un sutil escalonamiento de preferencias que, en el ámbito regional, sitúa las letras y las artes plásticas por delante de las escénicas o el cine, o a la arquitectura antes que a la ciencia, por ejemplo.

Dentro de esa lógica, sin embargo, es necesario hablar de un consenso *primario* o básico, de otro *secundario* y de un tercer plano de congruencias en el que quizá se estén apuntando ciertos cambios. Singularmente en el terreno generacional. El consenso *primario* deja claro (Gráfico 3) que los andaluces comparten muy mayoritariamente una idea occidental de cultura, cuyo núcleo duro lo componen las bellas artes en su más amplia significación acompañadas, con menos intensidad, de

un criterio general del conocimiento a través del paradigma “ciencia” y otro de expansión vital concentrado en la propuesta de “viajes, deportes”.

Gráfico 3

Componentes primarios de la cultura en Andalucía, según grupos de edades
(consenso básico)



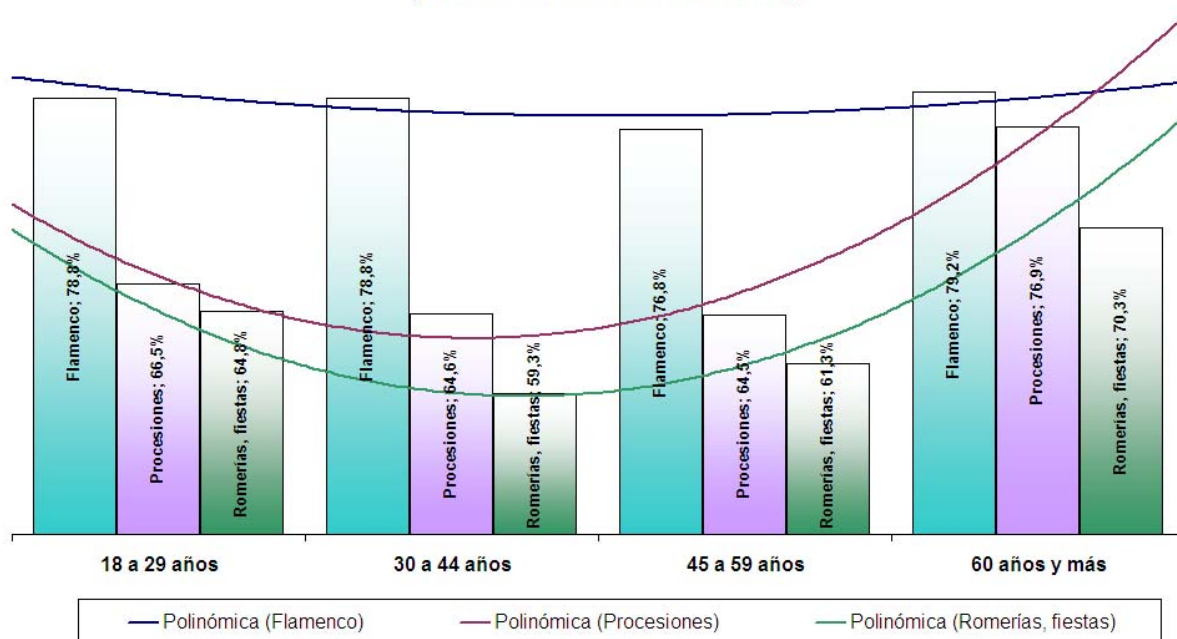
La pauta de ese consenso primario es por un lado que las cohortes centrales de población activa (30 a 59 años) marcan la ratificación mayoritaria del carácter cultural de los paradigmas. Y por otro que su ratificación de la “bastante o mucha” relación con la cultura arroja los porcentajes más altos. Además, tanto el nivel educativo como el de ingresos mensuales tienden a incrementar la firmeza de este grado primario de consenso⁴. Puede decirse que este consenso resume los rasgos del entusiasmo cultural característico en nuestros días: es urbano, lo sostiene básicamente la población activa, y por ello con rentas estables o crecientes, presumiblemente ligado al ascenso social y, comprensiblemente, *ilustrado*, es decir, reflejo de formación adquirida.

El que llamamos consenso *secundario* de la cultura entre los andaluces tiene que ver con expresiones del ámbito de las tradiciones y se manifiesta en tres de los paradigmas propuestos en las entrevistas: el flamenco, las procesiones de la semana santa —que bien pueden tomarse como referente de la impronta católica en la vida y la historia de la región—, y las fiestas locales y romerías, algunas de ellas ligadas también, como sabemos, al calendario religioso. Las características de este segundo plano de los contenidos de la cultura son en primer lugar un grado por debajo en los porcentajes de “bastante y mucha” relación con la cultura que presentan los cómputos de cada paradigma, y en segundo lugar —pero quizá con más peso— que cuentan con más respaldo en los grupos de edad de jóvenes (hasta 29 años) y de mayores (de 60 años), en tanto que las cohortes

centrales de población activa relativizan esa misma relación. En cualquier caso, estamos hablando de porcentajes por encima del 60% de “bastante y mucha” relación (Gráfico 4).

Gráfico 4

Componentes secundarios de la cultura andaluza, según grupos de edad
(consenso de tradición-identidad)



Parece tratarse de un plano de acuerdo extenso en el que ya aparece un cierto grado de disenso y que coincide con expresiones poderosas —y potencialmente polarizantes— de las tradiciones culturales andaluzas. Es importante destacar que el paradigma que menos diferencias generacionales presenta es el flamenco, debido a un carácter emblemático sobre el que más adelante volveremos. Y también conviene reflexionar si estos rasgos apuntan a una idea o unas ideas genéricas de la tradición ampliamente compartidas y de las que los andaluces, sin apartarlas, quisieran tomar cierta distancia en su hipotético recorrido de o hacia la posmodernidad. Desde luego es innegable que, cualquiera que haya sido la intensidad de la modernidad en Andalucía, estas ideas de tradición la han acompañado hasta aquí.

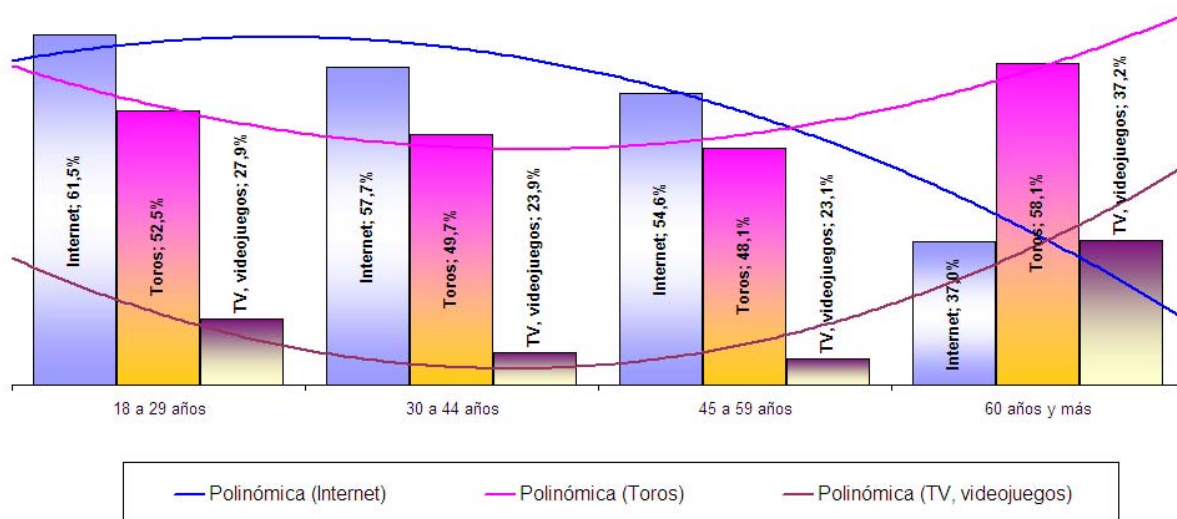
Nota a destacar es que el flamenco, las procesiones, las fiestas y romerías se apartan de cualquier connotación *culta* o *elitista* de cultura, que son manifestaciones populares y singularmente participativas, a la vez que cada una de ellas sabemos que es capaz de proporcionar su peculiar género de *erudición común*, esto es, de conocimiento especializado y socialmente reconocido, algo cada vez más importante precisamente en la individualización posmoderna, lo que habría facilitado su tránsito y vigor contemporáneos. Además este consenso secundario viene a remarcar, sobre el primario, una tendencia muy occidental, como es que la idea y los contenidos *cultos* de la cultura se ven agudizados en las edades de vida activa, laboral, madura, y se cuestiona o relativiza tanto en los

tramos jóvenes como en los de mayores, pero sin que ello suponga rupturas de un consenso intergeneracional propio del “modelo” o del “sistema”.

Hay por fin una parcela de la cultura en Andalucía que parece apuntar crisis, o proceso de cambio en la interrelación de tradición y modernidad. De la consulta se obtiene que “los toros”, “la televisión y los videojuegos” —con pauta *secundaria* en cada caso— e “internet”, presentan porcentajes de respaldo claramente inferiores al resto de paradigmas propuestos, lo que invita a considerarlos fuera de un consenso cultural *fiable* (Gráfico 5).

Gráfico 5

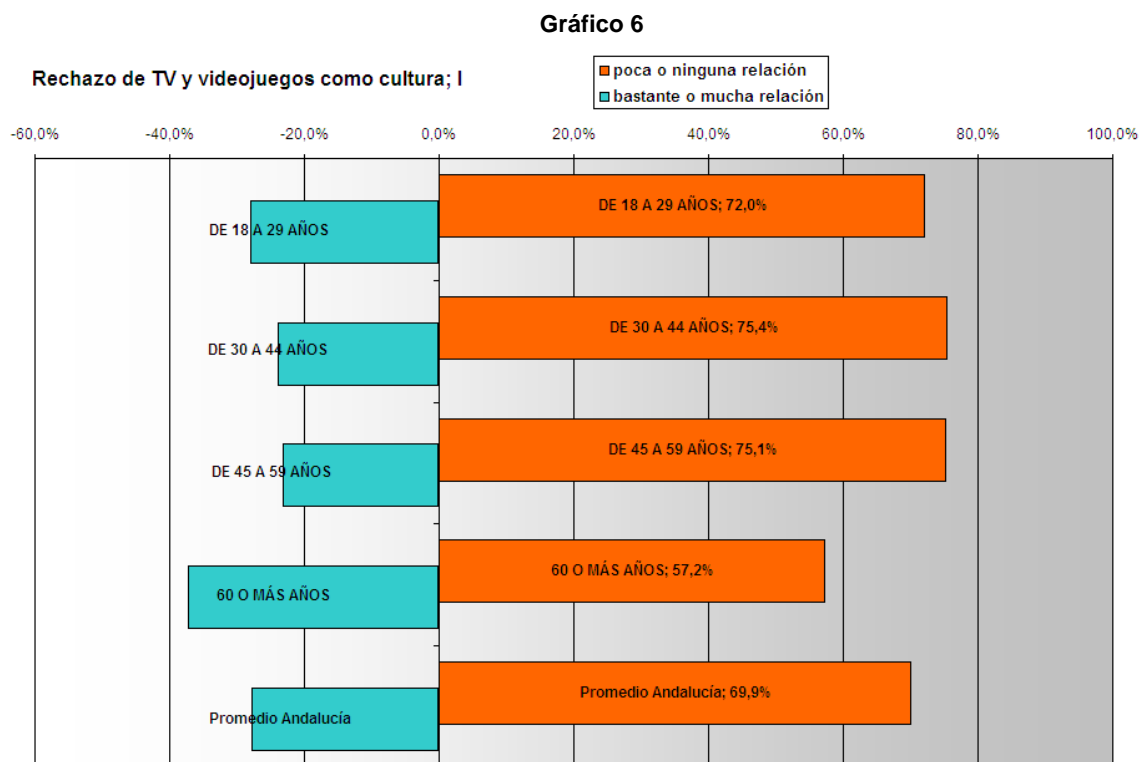
Los paradigmas culturales menos consensuados en la cultura andaluza, según grupos de edad
(¿consenso en cambio?)



En el caso de los toros casi se puede afirmar que no entran en el consenso secundario por razones de modernidad del último cuarto del pasado siglo, y en el de la televisión porque esa misma modernidad hizo bandera de un rechazo casi visceral del medio televisivo como género, soporte y aun sector de *la cultura* (Gráfico 6), hasta formar parte de nuestros prejuicios de andar por casa. El caso de internet es comprensiblemente anómalo por razones cronológicas, casi de calendario; pero lo es *ahora* ya que los datos apuntan a que en plazo medio acabará con rasgos más propios de consenso primario.

Como sea, podría decirse que en estos tres paradigmas se concentran las dudas de los andaluces sobre la índole de la cultura, sobre la base de las opciones que se les planteaban a los entrevistados. La cuestión es si cabe hablar de dudas *demoscópicas* generacionales, o si encierran ciertos síntomas de cambio. Vista la opinión sobre los toros y la cultura, y vistas las características del consenso secundario, en Andalucía se estaría incumpliendo —o desactivando— la “destradicionalización”

impulsada por las nuevas clases medias desde treinta o cuarenta años atrás, que habría conducido a la individualización de identidades y estilos⁵. O efectivamente la modernidad andaluza ha sido muy incompleta o se vislumbra una especie de “retro-cambio” en la concepción y valoración de qué es cultura.



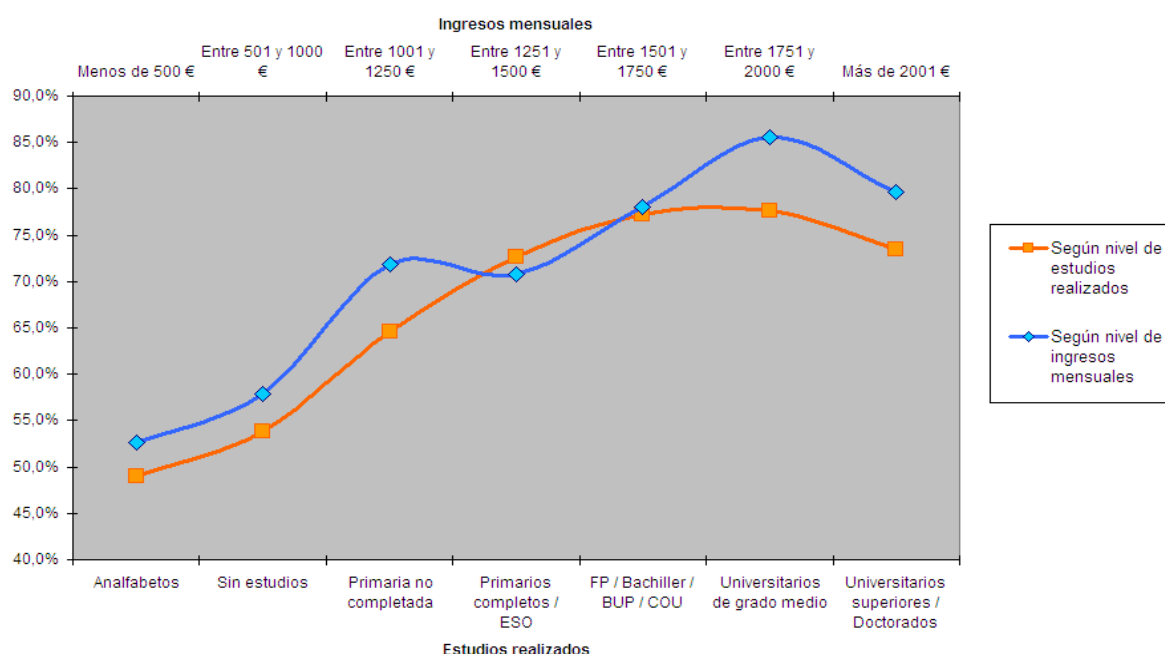
Claro que si el aprecio cultural de las distintas generaciones por los toros lleva a un engarce con la tradición, la opinión sobre televisión y cultura creo que aporta otros perfiles u otras complicaciones al análisis. Sucede que se preguntó por la relación de “televisión/videojuegos” buscando una asociación con un amplio espectro de tecnologías aplicadas al entretenimiento, y los resultados apuntan más a una percepción de la índole *popular* de los paradigmas implícitos, lo que exige discernir entre jóvenes y mayores para comprender los repuntes de porcentajes en el caso de los grupos de edad.

Parece claro que los ingresos disponibles y el nivel de estudios alcanzado —el ascenso, por transposición— influyen en el frecuente rechazo de la televisión y aun la tecnología como elementos involucrados en la “cultura” —por antonomasia, cabe apostillar, y de ahí su carácter *popular*— (Gráfico 7). Y no es difícil calibrar que el respaldo al paradigma “televisión/videojuegos” propuesto se vence más hacia su segundo enunciado en el caso de los jóvenes y hacia la televisión entre los mayores⁶. Es decir, seguramente no es homogéneo el resultado y, por tanto, tampoco homologable con un mínimo grado de consenso de tipo secundario.

Ni en el caso de los toros ni en la televisión y videojuegos cabe descartar que apunten a un cambio de transición generacional respecto a la idea de cultura que estuviera yendo de lo “popular” a lo “posmoderno” en los términos generales señalados por E.Bericat⁷; pero tampoco es descartable un cambio que incluya rechazo a pautas y sanciones culturales de la modernidad del *sesentayocho* desde las generaciones más jóvenes, desembocando en una coincidencia con tópicos y convicciones de los tramos de mayor edad. En todo caso nos inclinamos a pensar que la coincidencia demoscópica no conlleva convergencia eidética. Y ello porque “internet” sirve de catalizador en este punto del análisis.

Gráfico 7

Rechazo de TV y videojuegos como cultura; III (poca o ninguna relación)



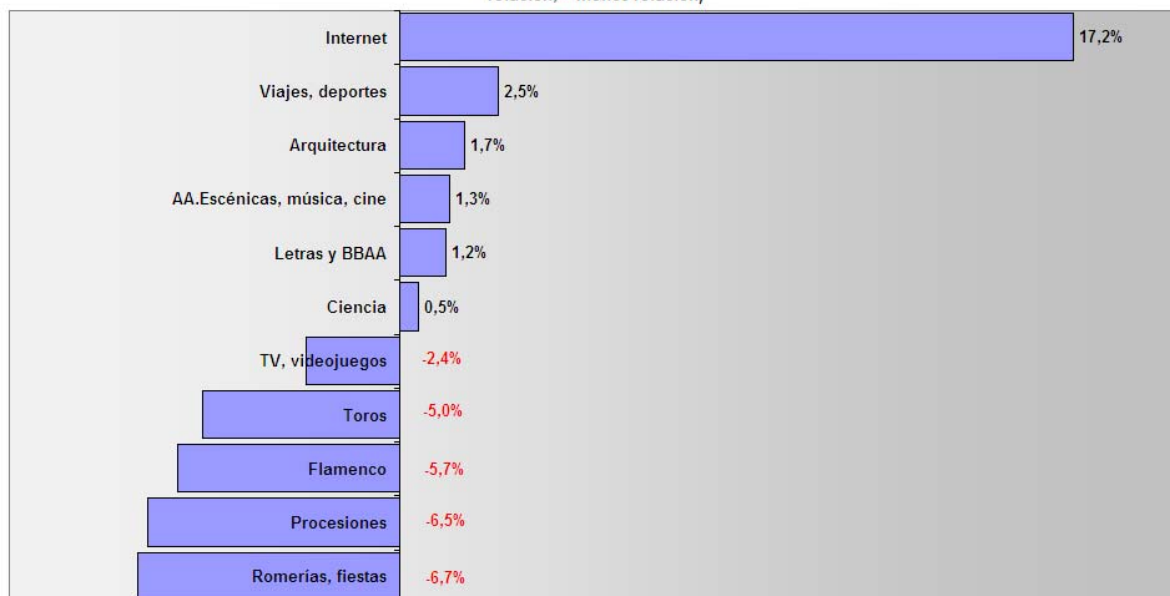
Internet apunta claramente a convertirse, como se ha dicho antes, en componente *primario* en la idea de cultura de los andaluces. De suceder, se trataría —como parece que habría sucedido con los “viajes y deportes”— de una inserción en el consenso primario generada desde el ascenso social, desde actitudes participativas y compartidas por cohortes sucesivas, desde una implantación satisfecha y rotunda de la formación en el eje de esa idea.

De la fuerza de cambio que comporta el paradigma “internet” en la cultura andaluza actual cabe hacerse una idea mediante la radical diferencia positiva en su valoración como cultura que aparece entre la opinión general de la región y la de los estudiantes consultados en la muestra (Gráfico 8). Tal diferencia, contrastada con las correspondientes al resto de paradigmas, más discretas y coherentes con los niveles del consenso descritos, me parece suficiente indicio del papel que internet —y su micro-cosmos de tecnología, comunicación y sabiduría individualizada— ha de desempeñar en la idea y el manejo de la cultura en Andalucía, y no sólo en ella, en plazo más breve que largo.

Gráfico 8

Internet está cambiando el contenido de "cultura" para los estudiantes

Diferencias en "bastante + mucha relación con la cultura" por paradigmas, entre la media de población y los estudiantes en Andalucía (+ más relación; - menos relación)



No hay diferencias reseñables respecto a los distintos tamaños de hábitat manejados, pues en ninguno de ellos cabe hablar de desviaciones respecto de la media regional. Solamente en las valoraciones del flamenco, los viajes y deportes, los toros e internet se está tentado de tomar en cuenta ciertas divergencias de porcentajes menos sutiles, que permitieran referirse a una apreciación *rural* (hasta los 20.000 habitantes) distinta de otra relativamente *urbana* (resto de poblaciones mayores) que alterase el consenso cultural. Aunque seguramente es arriesgado darlo por bueno, tendrían que ver con un ritmo diferente en la *mundialización* o, en ese mismo contexto, con el mayor o menor peso de las tradiciones en la configuración de identidades locales. De cualquier modo nos limitamos a señalarlo como posible rasgo que necesitaría series temporales para tomarlo o no en consideración.

2.3. Horizonte andaluz de un concepto de cultura

Si en la idea de cultura de los andaluces el fundamento educativo o la formación individual parecen dominarlo casi todo, en realidad se trata de una asociación eidética arraigada que contiene no sólo matices sino proyecciones hacia planos diferentes. Es, en gran medida, una *solución* conceptual que proporciona seguridad acerca de qué entiende cada cual por cultura, pero que no es hermética. Conviene tener presente que una parte sustancial de la modernidad andaluza respecto a la cultura está aún fijada en el rechazo a la materialidad de la cultura misma, a lo que consideramos *sector cultural*, pese a que en el estudio de los resultados aparecen múltiples síntomas de que también operan actitudes *posmodernas* suficientemente marcadas.

Por ejemplo, es característicamente posmoderno que la misma sociedad que otorga una alta valoración a “la ciencia” como componente o paradigma cultural (85,3% de bastante o mucha relación), a la vez la relativice como significado de la cultura misma, como *conocimiento* en sí (sólo un 11,6% la identifica como “saber apreciar los avances del conocimiento”). Pues tal cosa sucede entre los andaluces. También puede considerarse rasgo de transición posmoderna que siendo tan neta la identificación de los paradigmas nucleares del sector cultural, como son música, plástica, teatro, etc., en su consenso primario, el disfrute de esas mismas expresiones artísticas presente una relación tan baja (un 23,5% acumulado en multirrespuesta, pero sólo el 6,5% en primera opción) como significado también de la cultura. Una realidad que se corresponde, como veremos más adelante, con el “uso” de la cultura que hacen los andaluces en su tiempo libre.

Tomando la primera respuesta como referencia, el disfrute de las expresiones artísticas ofrece un perfil máximo que nunca llega al 10%, de procedencia levemente más femenina, de habitantes en ciudades por encima de los cien mil habitantes, en edad inferior a los 29 años y con formación universitaria de grado medio. Nos parecen condiciones muy estrechas para aventurar que los andaluces disfrutaran la cultura; pero hay que tomarlas por efectivas, ya que posteriormente veremos que son coherentes con el comportamiento *cultural* de los andaluces en su tiempo libre.

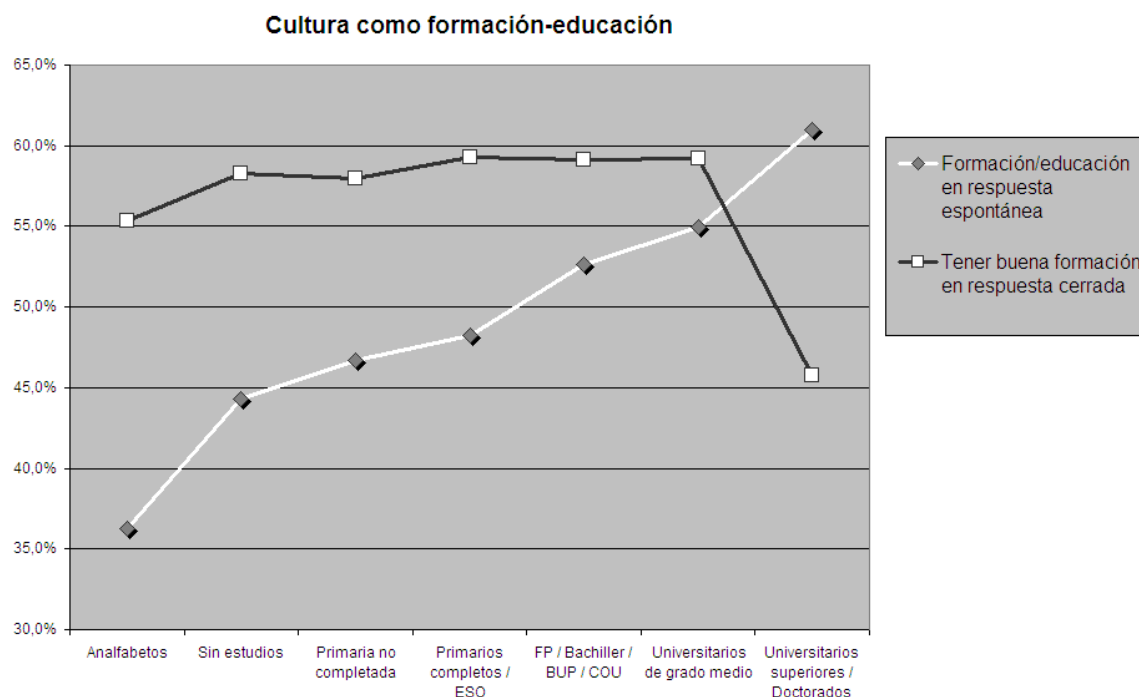
Es este un plano del análisis en el que se despliega la apertura conceptual de los andaluces de cara a la cultura, singularmente al contrastarlo con los temas de interés a la hora de informarse, en el que la cultura misma no ocupa precisamente un lugar principal. Como en el conjunto de España⁸, el tema genérico que mayor interés suscita entre los andaluces son los avances médicos (91,4% de bastante o mucho interés), por delante de los económicos y laborales, de los avances científicos o las cuestiones medioambientales; y de la cultura también.

Claro que, puestas en correspondencia, las respuestas sobre el interés por los progresos de la medicina y sobre la identificación de cultura con avances del conocimiento, cabe pensar que entre los andaluces logros médicos y conocimiento van por sendas distintas. Es decir todo lo que podamos afirmar, en general, sobre la amplitud de miras respecto de la cultura, el conocimiento, etc., en Andalucía es que aparece netamente afectado por la *fragmentación* de la idea de cultura que consideramos característica de la posmodernidad, o del pensamiento *líquido*, o de de una *levedad* eidética imperante en la globalización.

Por otra parte, cuando se consulta la “idea” de cultura de forma abierta, en demanda de respuestas espontáneas, y se cotejan esas respuestas con lo obtenido en términos de paradigmas y propuestas cerradas, la diversidad o la fragmentación cobran cierto vigor, al punto de poder afirmar que existen contracciones entre *cultura como idea* y *cultura como concreción*. De entrada la formación parece perder fuerza como significado principal de cultura⁹, lo que invita a pensar que la sólida asociación *cultura-educación-formación* hasta ahora reseñada tiene bastante de resultado inducido (Gráfico 9).

Pero no inducido por la encuesta, o no sólo, sino por el nivel educativo de los entrevistados que, al responder espontáneamente, da una curva creciente constante, contrastable con las respuestas cerradas que arrojan esa misma tendencia creciente hasta llegar al grado de formación más alto (doctores y similares) en que decae.

Gráfico 9



En cuanto al conjunto de asociaciones espontáneas de la cultura con la tradición, las costumbres o las creencias, suman poco más del 11,5% en multirrespuesta. Puede admitirse que una identificación *más tradicional* de la cultura está más presente en el medio rural que en el urbano, aunque las diferencias son muy pequeñas; también, con la misma tónica de levedad en los perfiles, que es más masculina, algo más acusada en edades jóvenes y medias —de los 18 a los 44 años— y menos frecuente a partir de los 60 años. Por último es reseñable que el incremento del nivel de formación incide en el reconocimiento espontáneo de las tradiciones y costumbres como cultura.

2.4. Cultura de una sociedad actual

La idea de cultura como aquí la venimos buscando ha de servir primordialmente de marco en el que apreciar rasgos y pautas de la modernización andaluza. La cuestión puede centrarse en si la sociedad andaluza en su paso a la “posmodernidad” sin un tránsito completo por la modernidad¹⁰, ha acompañado dicho proceso con una elaboración *ad hoc* de su concepto de cultura, genérico a la fuerza. También o mejor, si se quiere, si el enfoque de la cultura consensuado y/o compartido por los andaluces a la altura de 2008 tiene que ver con los rasgos y pautas de la cultura en la mundialización contemporánea.

A modo de primer diagnóstico es posible proporcionar algunas respuestas, genéricas también. La sociedad andaluza actual, a la luz de nuestro análisis, puede considerarse culturalmente *posmoderna* porque da muestras suficientes de *amplitud de miras*, es decir, de hallarse en condiciones de asumir y desarrollar con sus propios mimbres la diversidad de paradigmas, criterios y perspectivas que su contexto mundial le propone o le proponga en lo venidero. Ese rasgo se empieza a subrayar, o consolidar, con una tendencia inmadura todavía a valorar en términos consumistas, materiales, la cultura que le es accesible.

Ahora bien, esta misma sociedad se muestra *moderna* en su esencial valoración espiritual de la cultura, que produce una postergación, cuando no rechazo, de la carga material implícita en el sector de actividad, que sustenta la que acabamos de calificar como tendencia inmadura de posmodernidad. Y es *premoderna* si atendemos al repunte de las tradiciones, a escala generacional especialmente. Claro que esta última parte de tan esquemático diagnóstico puede achacarse a razones *identitarias*, y adentrarnos así en la discusión —cómoda a efectos de ensayo— acerca de una tensión entre tradición y modernidad que abra la puerta a un debate intelectual propio de los pasados noventa, inacabado seguramente, pero que no es nuestro objetivo. Aparte, lo que más desaconseja esa discusión es la práctica imposibilidad de identificar en los datos disponibles *fronteras* o *bolsas* de cultura tradicional o retardataria en medio de una geografía y una estructura culturales de índole dinámica o modernizante en el conjunto.

La *actualidad* de la sociedad andaluza en lo que a su cultura se refiere se expresa en la coexistencia de estadios sucesivos de modernización, en la fluidez de incorporación de pautas globales y en que en todo el proceso reciente la persistencia de la cultura misma es efectiva. Ello encajaría con el rápido tránsito desde un desarrollo precario o insuficiente con grandes requerimientos colectivos a una sociedad *satisfecha* y dispuesta a proyectar su propia identidad, su auto-expresión como decimos ahora, sin vacilaciones ante la diversidad. Estas pautas permiten también dibujar a Andalucía con todos o casi todos los rasgos de una situación post-industrial¹¹, en la que no debe extrañar que los valores básicos puedan aparecer cambiantes, oscilantes incluso, y no como baluartes frente a una mundialización que fuese percibida como ajena y agresora.

2.5. Cultura y satisfacción

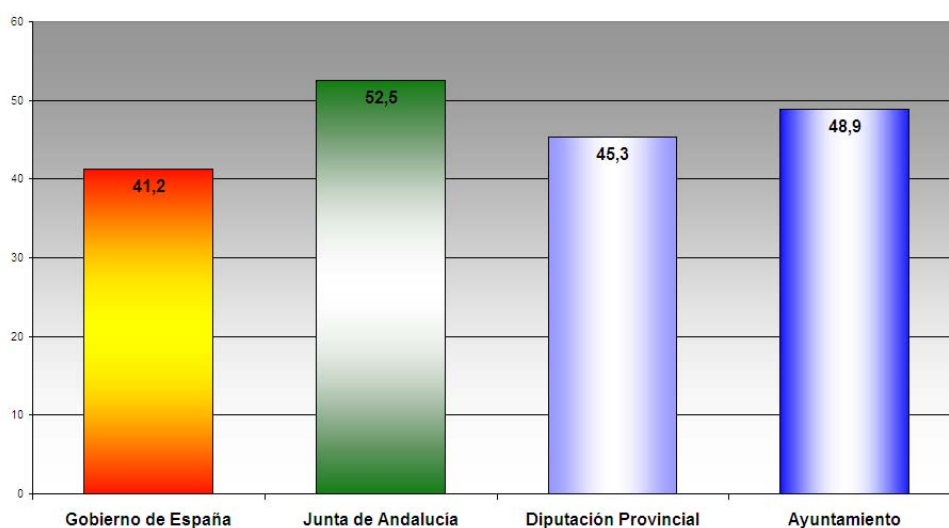
Parece oportuno preguntarnos si esta *actualidad* cultural tiene relación con la *paradoja de la satisfacción* descrita para la sociedad andaluza de los últimos años¹² y, si formara parte de ella, con qué pautas y variaciones. En la encuesta se ha preguntado por la valoración de la oferta cultural en España, Andalucía y la localidad de residencia del entrevistado —lo que permite contar con una aproximación suficiente a la satisfacción dominante respecto a la cultura en sus manifestaciones en el espacio público— y también por el conocimiento y uso de infraestructuras culturales en el entorno del entrevistado que facilita una idea de los grados de relación personal con la cultura concreta, también

en el espacio público. Entonces, si contamos con síntomas de una cultura *actual*, cuánto de ello se debe a que los andaluces retribuyan o no en su opinión la acción de las administraciones, la oferta de cultura, la disponibilidad pública de la misma: la actualidad, ¿es resultado de satisfacción funcionalmente justificable o está enmarcada en la paradoja?

Como primer plano del asunto, hay que decir que los andaluces tienden a valorar más la oferta cultural genérica que se les propone, esto es, en España, que la concreta e inmediata de Andalucía o su localidad de residencia. Este rasgo no es particularmente andaluz, pues ya había aparecido para el conjunto de la opinión pública española¹³, y se trata de un comprensible reflejo de expectativa hacia la cultura hipotética frente a la cultura personalmente conocida o visitada, doméstica, en el que la comunicación y los medios de información intervienen cada vez más decisivamente. En nuestro caso podemos añadir que dicha valoración no obsta al reconocimiento de que ayuntamientos, administración regional y diputaciones promueven más o mejor la cultura que el Gobierno de España, ni a que sea la Junta de Andalucía la que recoja el principal de dicho reconocimiento (10).

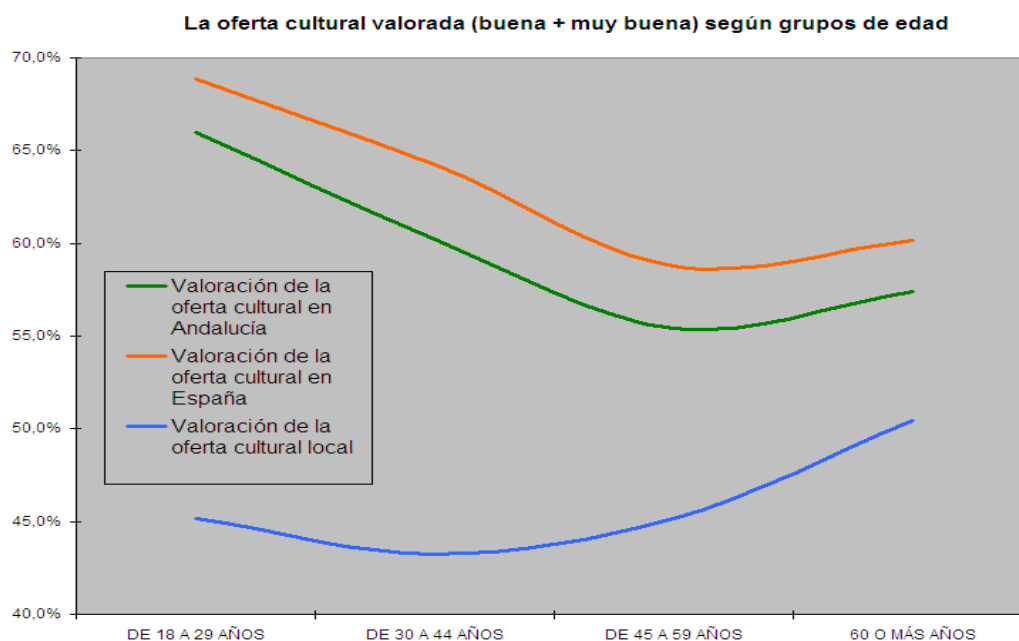
Gráfico 10

Promoción cultural de las administraciones en Andalucía
(valoración bien + muy bien)



Quizá sean estos datos los primeros en la lógica de la *paradoja de satisfacción* a efectos culturales: no contar con la hipotética mayor calidad de oferta, no quita para mostrar satisfacción con la gestión que hacen las administraciones andaluzas. Además, la mejor valoración de la oferta menos inmediata se repite con sus perfiles de cada caso tanto por tramos de edad como por tamaño de hábitat, situando prácticamente en paralelo las curvas de España y Andalucía con la segunda en un escalón por debajo. Claro que si nos limitamos sólo a la valoración de la oferta cultural en Andalucía, puede verse que la opinión según el tamaño de hábitat responde más al esquema de consenso cultural primario, en tanto que por edades lo hace conforme a la pauta del secundario (Gráfico 11).

Gráfico 11



Puede apreciarse también, observando las respuestas “buena+muy buena” para la oferta en Andalucía, que la satisfacción es más *rural*—por debajo de los 20 mil habitantes— con porcentajes de entre el 3% y el 7% por encima de las poblaciones medianas y grandes. Así mismo que el núcleo de mayor satisfacción con dicha oferta está en los niveles de formación media y técnica, en tanto que una mayor cualificación se traduce en un sentido más crítico al respecto, rasgos que a nuestro juicio se mantienen dentro de la *paradoja*. Sin embargo no sucede algo similar en cuanto a niveles de ingresos mensuales, pues ahí los niveles medios-bajos dan los porcentajes inferiores de satisfacción, en tanto que en los medios altos tiene lugar un repunte claro de la conformidad o buena valoración con la oferta andaluza de cultura.

Si dirigimos la atención hacia la situación laboral y profesional de los andaluces lo primero que se aprecia es la falta de variaciones significativas en el aprecio de la oferta cultura. Es posible, sin embargo, fijarnos en un fenómeno seguramente importante, cual es la ausencia de algún tipo de “descalificación” de la cultura en Andalucía asociable a situaciones desfavorables en términos laborales. Por ejemplo, las ocupaciones con menor cualificación arrojan los porcentajes más altos de “no sabe”, pero a la vez son las que emiten menor grado de descalificación hacia la oferta de cultura, incluso añadiendo la valoración “regular” antes que las estrictamente negativas. Esa actitud —quienes opinan que la oferta es “mala o muy mala”— repunta claramente entre los grupos profesionales más cualificados. A la postre se comprueba que la no-ocupación, por desempleo o jubilación, no provoca la descalificación de la cultura disponible entre los andaluces; puede que en esos grupos, como también entre los dedicados a las tareas del hogar, se den menos aprecio o

entusiasmo al emitir opinión, o algo más de abstención al respecto, pero no aparece una valoración negativa.

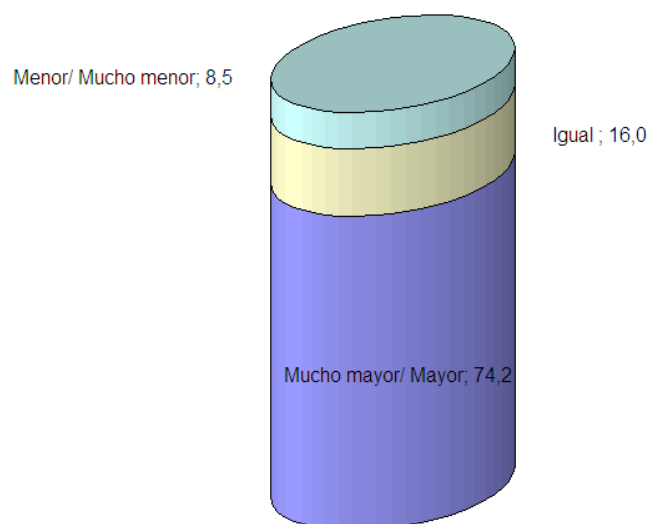
Las opiniones respecto a la idea de cultura analizadas a través de la situación ocupacional, ratifican que no existen variaciones significativas que permitan hablar de insatisfacción más o menos perfilada en ningún corte o grupo: la formación es condición de cultura para la mayoría neta de los andaluces y sólo hay algún “pico” de bajo tenor en la consideración de la comprensión de las cosas entre los grupos de ingresos más altos y entre los empleadores; pero realmente muy matizados. Ni el desempleo, ni la jubilación, ni la condición de pensionista, ni el trabajo esporádico alteran o condicionan una forma de enfocar la cultura y, por tanto, tampoco el aprecio de la que se tiene a disposición. Es cierto que en los núcleos de más de cien mil habitantes aparece una leve decantación hacia el disfrute de las artes, y hacia la comprensión de lo que nos rodea, tendente a equilibrar la hegemonía de la formación como cultura, pero tan leve que apenas puede decirse algo más o calificarla de tendencia postindustrial o posmoderna que pudiera anunciar un giro al respecto.

Con estos mimbres, y advirtiendo que las desviaciones porcentuales observadas son pequeñas cuando no sutiles, nos inclinamos por considerar a la cultura —a su oferta y al aprecio por la promoción que de ella hacen las distintas administraciones— afectada por la *paradoja de la satisfacción*. Si bien, en nuestro caso de análisis, habría que matizar que se trataría de una afectación *por arrastre*, es decir, sin formar parte del núcleo de cuestiones que como la sanidad, la educación o el bienestar personal en su conjunto, permiten apreciar dicho síndrome. En él tiene lugar el consenso primario que expresa la actualidad de la cultura andaluza, y en él también el consenso secundario con el que los andaluces ponen pautas identitarias a su posición en un mundo global.

2.6. Percepciones de cambio e identidad

Tanto la actualidad como el grado de satisfacción de los andaluces respecto a la cultura es preciso emplazarlos en el cambio, o más concretamente en la percepción de cambio referido a los últimos quince, veinte o veinticinco años, según qué perspectivas. Tres de cada cuatro andaluces aseguran que su nivel cultural es mayor o mucho mayor que el que tienen o tuvieron sus padres. Algo más de la mitad de entrevistados opinan que el nivel cultural de Andalucía, en general, ha mejorado bastante o mucho en los últimos quince o veinte años, y uno de cada tres que sólo lo ha hecho algo o poco, de forma que apenas llegan a un 8% quienes consideran que no ha existido mejora o incluso ha empeorado (Gráfico 12).

Gráfico 12
Nivel cultural del entrevistado respecto de sus padres



Según el tamaño del hábitat se está tentado de percibir inicialmente una leve decantación “urbana” por considerar que el nivel cultura ahora es mayor o mucho mayor que el de los padres, y de hecho esas sumas de porcentajes crecen al compás que el tamaño de población. Pero a la postre, en un cuadro suficientemente homogéneo, lo único que destaca es el repunte de la opinión en las poblaciones menores de veinte mil habitantes de que ese nivel es “igual” que el de los progenitores, y que quizá asome en ello una cierta persistencia del “no cambio” en ámbitos rurales. Esto compaginado con que es en los núcleos intermedios —entre veinte y cien mil habitantes— donde más se percibe el avance cultural en las dos últimas décadas, con diferencias entre cuatro y ocho puntos respecto a las grandes y las pequeñas poblaciones. Es decir, hay unas primeras señales de que, ciertamente, el territorio, el tipo de población, el emplazamiento en el mapa andaluz, influyen con relativa sutileza en la percepción de un cambio, *cultural* a nuestros efectos.

Los grupos de edad añaden otros matices a esta percepción de cambio. Si nos fijamos en la opinión de quienes mayoritariamente reconocen mayor o mucho mayor nivel cultural que sus padres, aparece la curva del consenso primario con jóvenes y mayores de 60 otorgando menos diferencia que quienes están en plena vida activa. Pero si la atención se dirige a los que responden que ese nivel es “igual” lo que asoma es el consenso secundario más respaldado por esos mismos cortes de jóvenes y mayores. Esa diferencia desaparece si la cuestión es la mejora general del nivel, en la que la progresión de menor a mayor aprecio de las transformaciones sigue la pauta de envejecimiento de los entrevistados, ratificada por el hecho de que sólo entre los menores de 30 años había mayor reconocimiento de que su nivel cultural es menor que el de los padres (un 19% responden así, frente a la media restante que es del 8,5%).

Y por último interviene sumando matices el grado de formación, en el que el efecto de la educación recibida o cursada concentra lógicamente la percepción de que ahora el nivel cultural es superior al de los padres, quedando muy por debajo o matizada esa opinión en los extremos de la escala, iletrados y titulados superiores, por razones que han de ser distintas. Si se busca entre quienes creen que el nivel de su cultura es “igual” al de sus padres, las diferencias se replican, de modo que cabe pensar en una especie de arrastre de la situación heredada, o persistente, en el contexto familiar, para que el nivel cultural permanezca estancado en mínimos —para analfabetos y sin estudios—, o aupado en un confort intelectual transferido entre universitarios superiores y doctorados.

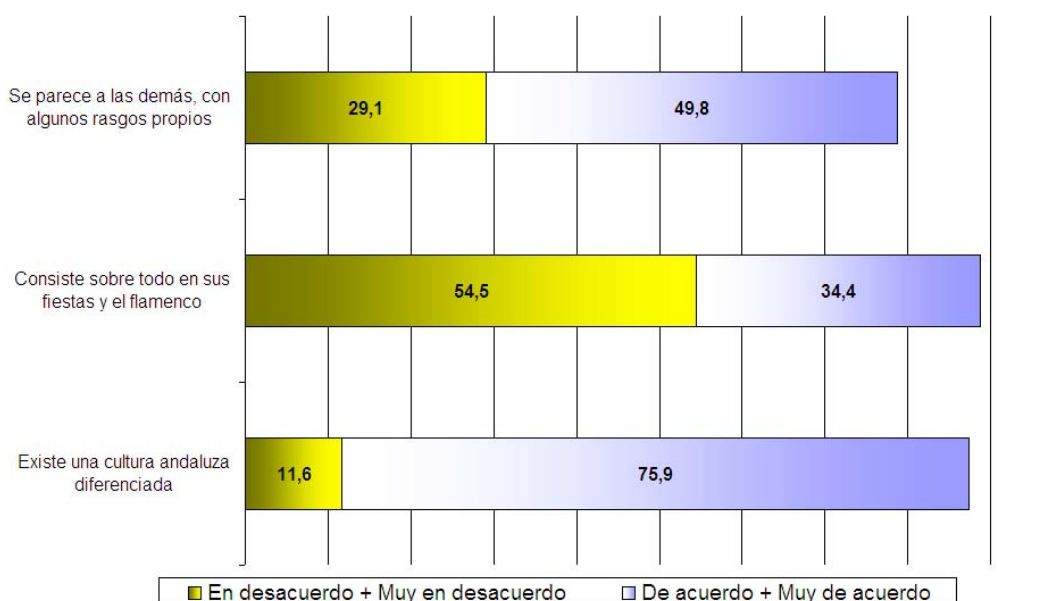
Estas variables no parecen incompatibles con que al preguntar por el cambio en los últimos quince o veinte años se proyecte un neto efecto crítico de la formación, que arroja más percepción positiva en los niveles bajos (entre el 50% y el 65% de mucha o bastante mejora) para decaer progresivamente (del 57% al 35% concretamente) conforme dicha formación ha sido más alta.

Entonces, la percepción de cambio de nivel cultural *de ayer a hoy* o en términos de memoria personal si se quiere, hay que decir que está presidida por una obviedad positiva, propia tanto del que hemos llamado consenso primario como de su encuadramiento en la paradoja de la satisfacción. Pero esa concordancia genérica encierra síntomas de disidencia congruentes en su mayoría con una sociedad contemporánea y saludables en gran medida para ella misma. Aparecen esos síntomas sobre todo en los planos territorial —provincial o habitacionalmente analizado— y generacional, en términos propios de un proceso modernizador a nuestro juicio. Pero quizá menos alentadores si pudiera constatar el peso del núcleo familiar, y aun de la familia extensa tanto en ámbito rural como urbano, proyectándose en la persistencia de percepción y situaciones bloqueadas por defecto educativo o por arrastre de privilegio.

No podremos saber, ya que nunca antes se ha preguntado, si el aumento y mejora del nivel cultural ha tenido por consecuencia el refuerzo o desactivación de un sentimiento de *cultura andaluza* en o frente al contexto cultural occidental. Sólo podemos decir ahora que en la opinión de los andaluces los componentes de tradición ocupan un lugar importante pero secundario de la cultura, y que no parecen estorbar a ideas y percepciones modernas o modernizadas.

De cada cuatro andaluces, tres afirman la existencia de una cultura propia de la región, dos consideran que son sólo algunos rasgos los que la diferencian de cualquier otra, y dos de cada tres rechaza que sean las fiestas y el flamenco lo único distinto de tal *cultura andaluza* (Gráfico 13). A poco que se reflexione sobre estos datos generales se detectan notas de arraigo tanto como de cambio, de conservatismo identitario como de modernidad desprejuiciada. A primera vista el reconocimiento de una cultura “propia” no parece incompatible ni con la percepción de cambio ni con la actualidad de la cultura entre los andaluces.

Gráfico 13

Existencia y rasgos básicos de una *cultura andaluza*

La distribución de estos sentimientos conforme al tipo o tamaño de población de residencia presenta pocos pero interesantes matices. Hay consenso en que a *lo andaluz*, culturalmente hablando, hay que reconocerle una vida diferenciada, pero el rechazo a que tal diferencia proceda sólo del flamenco y las fiestas es más marcado en los tamaños medios y grandes de población, e indica que sólo en núcleos por debajo de los cinco mil habitantes dichas manifestaciones cuentan con una asociación más neta a lo propiamente andaluz. En cuanto a la integración universalizadora de la cultura andaluza con algunos rasgos propios es, comprensiblemente, una opinión mayoritariamente urbana, con la media situada a partir de los veinte mil habitantes y los picos en las ciudades mayores de cien mil. Este es otro corte de análisis, entonces, en el que aflora un rasgo de diferenciación rural-urbana, como otros apuntados con anterioridad.

Pero también puede decirse que la peculiaridad cultural andaluza tiene tintes de *fiebre* (leve) de juventud. Sí podemos situar en los 40-44 años un corte claro del mayoritario respaldo a la diferenciación: por debajo de esas edades están muy cerca del 80% quienes apoyan tal aserto, y por debajo disminuyen en dos o tres puntos respecto a la media¹⁴. Los grupos de edades activas por excelencia, de 30 a 59 años, son los que más claramente rechazan la exclusividad de fiestas y flamenco como elementos diferenciadores, en contraste con jóvenes y sobre todo mayores de 60 años.

Aunque más equilibradamente, también es en edades intermedias donde más hincapié se hace en la “universalidad” de la cultura andaluza. Todo lo comprensible de estas variaciones entre grupos

generacionales conducen a un papel relevante de la memoria reciente como filtro catalizador: para ponderar, rechazar o sublimar las restricciones impuestas por la tradición, pero lo mismo respecto a los efectos de los cambios más o menos vividos según qué cohortes —y según qué hábitat urbano o rural, habría que añadir—.

De todas maneras, edades y hábitat proporcionan variaciones sutiles. La formación y la disponibilidad de ingresos, sin embargo, aportan rasgos bastante más marcados. Simplemente puede decirse que el incremento de niveles de formación empuja al reconocimiento cultural identitario de Andalucía, desde poco más del 60% hasta superar el 80% de quienes están de acuerdo o muy de acuerdo con la existencia diferenciada de nuestra cultura. Además, ese reconocimiento crece y se estabiliza prácticamente al compás de los ingresos mensuales, que facilitan también la percepción de diversidad en la cultura de la región, desatándola de sus fiestas y del flamenco, y desembocan en un binomio sencillo de “más ingresos, más cosmopolitismo”, o de mayor equiparación con la cultura hipotéticamente global. Dicha apertura de percepción y criterios se asienta igualmente en la formación, que hace crecer del 15% hasta casi un 75% el rechazo a una restricción *folclórica* o *flamenquista* de los signos de identidad cultural andaluza e igualmente refuerza el sentimiento integrador.

Y sin embargo no faltan las contradicciones. La consulta abierta y múltiple sobre qué cosas se consideran más representativas de la cultura en Andalucía, arroja un resultado muy claro: el 59% de las respuestas se refieren a celebraciones, fiestas, folclore o el flamenco. La cultura andaluza tomada como atractivo extra-regional ocupa el segundo grupo de respuestas con un 22%, las referencias a la idiosincrasia suman casi el 20% y las alusiones al patrimonio más o menos emblemático el 15%. ¿Y las artes, las expresiones culturales diversas que integran a Andalucía en el contexto mundial y desmienten, bajo otra perspectiva, una cultura tradicional o folclórica?: sólo el 12,3% de las ideas, conceptos o concreciones propuestas compondrían tal epígrafe, absolutamente equiparable al de toros y espectáculos asimilables, con 12,2%.

Ciertamente la formación, el medio urbano, la comunicación más recientemente, son motores de cambio en todos los terrenos. En el cultural, además, implican una pautada apertura de horizontes y criterios. Pero parece que los andaluces vienen modernizando su idea de la cultura a partir de una *hipótesis compleja*, crecientemente formada e informada, pero que adoleciera de suficiente correlación con las concreciones de esa misma cultura que tiene a la mano o en su *imaginario*. En primera instancia dejan de responder (no sabe o no contesta) a las propuestas concretas un 14%, en segunda un 43% y en tercera el 74%. No creo que ciudadanos de otra comunidad española, ni aun de otro país de la U.E., presentaran resultados más consecuentes, ni mucho más nutridos. Una razón estructural de la cultura actual, de lo *posmoderno*, es el engorde de lo global a base de sumas fragmentarias no todas precisamente *modernizadas*; y no otra cosa aparece en la opinión andaluza.

2.7. Los nombres de la cultura andaluza

De hecho, a la luz del estudio que estamos analizando, la cultura de los andaluces tiene tres referentes muy netos: la formación, el flamenco y la figura de Federico García Lorca. Este último constituye, por así decir, el “nombre” de la cultura en Andalucía a la vista del consenso firme que su memoria —y, es de suponer, su obra— concita entre generaciones, territorios, niveles de ingresos y de formación como variables transversales. Junto a él aparece en segundo lugar Pablo Ruiz Picasso para formar el par invariable a la hora de encabezar el *ranking* que puede formarse con los más de 240 personajes citados en la encuesta, sea en primer, segundo o tercer orden de preferencia. Lorca y Picasso pues son los personajes señeros del imaginario cultural andaluz con el permiso, eso sí, del “no sabe” que es la respuesta más frecuente, con diferencia, a la pregunta abierta en este sentido en el estudio.

Tomados desde una u otra variable, aparecen catorce nombres fijos para encabezar la clasificación posterior al “no sabe”, sin el que cabe completar una lista de quince con la figura de un cantante popular contemporáneo. Esto pone sobre la pista de que, comprensiblemente, el imaginario está *presidido* por una combinación de figuras y realidades del pasado y la actualidad en la que tradición, legitimación erudita y popularidad contemporánea conviven para configurar un conjunto bastante cabal de gustos, memoria, modas e identidad.

Tras las primeras *posiciones* aparece un abanico amplio de referentes en el que afloran todas las bellas artes, el mundo de la política y algo menos el del pensamiento, algunos nombres de la cultura universal y de la española en particular pese a no tratarse de nacidos o asentados en Andalucía — Pío Baroja o Camilo J.Cela, por ejemplo—, pero especialmente muchas referencias salpicadas a la aceptada como cultura *popular* de los años cuarenta del pasado siglo en adelante.

He ahí una característica del imaginario andaluz que conviene tener presente: su pronunciada *contemporaneidad*. El consenso acerca de los quince principales nombres de la cultura andaluza muestra que antes del siglo XX la memoria es muy débil, pues sólo Velázquez figura en él y desde luego nunca en los primeros lugares. Parece que estamos ante una situación cultural —un *sistema* cultural, si se quiere— cuyo núcleo de referencias lo constituye la generación del 27 —y además sólo los escritores de dicha generación, claro—, a la que se añaden nombres que, precisamente, tuvieron una singular relación con ella: Manuel de Falla, Antonio Machado y Juan Ramón Jiménez.

Si se recuerda en este punto que la formación es abrumadoramente el principal significado de la cultura para los andaluces, hay que reflexionar que este imaginario debe estar profundamente marcado por la influencia del sistema educativo, en sus sucesivas formulaciones de las tres últimas décadas, para entender cómo construyen los andaluces su “panteón de Ilustres”: es básicamente vindicativo de una *edad de plata* postergada en la larga dictadura, especialmente literaria, con un

salto hacia el flamenco como base identitaria e, incrustados, dos referentes netos del cambio para Andalucía: Blas Infante y Manuel Chaves. El carácter vindicativo lo refuerza desde luego Pablo Picasso.

Tabla 3.
Los 15 primeros nombres de la cultura de Andalucía

No sabe	647,3	0		
Lorca	294,3	1	862	LORCA
Picasso	196,0	2	643	PICASSO
Juan Ramón Jiménez	116,0	3	323	ALBERTI
Alberti	102,3	4	276	ANTONIO MACHADO
Blas Infante	88,0	5	256	JUAN RAMÓN JIMENEZ
Antonio Machado	86,7	6	242	CAMARÓN
Camarón	76,3	7	220	BLAS INFANTE
Antonio Gala	70,7	8	145	VELÁZQUEZ
Manuel Chaves	59,0	9	135	ROCÍO JURADO
Rocío Jurado	41,7	10	132	ANTONIO BANDERAS
Manuel de Falla	39,0	11	112	ANTONIO GALA
Antonio Banderas	38,7	12	101	Manuel CHAVES
Velázquez	37,7	13	98	MANUEL DE FALLA
Lola Flores	35,0	14	84	LOLA FLORES
		15	56	DAVID BISBAL

Al analizar esta nómina de la cultura andaluza a la luz de los niveles de ingresos mensuales sólo cabe destacar dos notas. Una que en los niveles de ingresos más bajos cobran relevancia las figuras de Antonio Gala y Manuel Chaves. La otra que la pauta de personajes más citados bajo esta variable, la marcan quienes “no saben” o “no contestan” sobre sus ingresos, lo que resta valor a su análisis pormenorizado. Caso distinto del estudio a través de los grupos de edad en el que, salvo el dúo Lorca-Picasso, aparecen variaciones significativas.

Por ejemplo, Blas Infante mantiene o escala posiciones entre los más jóvenes y las edades intermedias, en tanto que entre los mayores es superado por Manuel Chaves; otra vez las pautas educativas, más el rechazo a “la política” de las generaciones recientes, desembocan en variaciones dentro del imaginario colectivo. Con otra lógica, Antonio Banderas sale del *ranking* de 15 primeros entre los mayores de 60 años que, sin embargo, dan paso en él a Manolo Escobar, Julio Romero de Torres, José M^a. Pemán, Juanito Valderrama e Isabel Pantoja. Algo parecido sucede con Juan Ramón Jiménez y Camarón de la Isla que van *perdiendo puestos* conforme aumenta la edad de los entrevistados, al revés que Antonio Gala que los va *ganando*. Y, en fin, hay que decir que son los menores de 30 años quienes hacen llegar hasta la lista general de 15 a David Bisbal, pero también quienes insertan en la de su grupo de edad a Lola Flores.

En cuanto a las diferencias por género cabe decir que no son significativas. Como rasgo básico, las mujeres lo que hacen es incorporar más mujeres en los 15 primeros puestos, en comparación con la

lista resultante de los varones: Rocío Jurado —que también figura en el *ranking* de los hombres—, Lola Flores e Isabel Pantoja suponen la *cuota* de género en el cuadro de honor. En general lo que sucede con los personajes femeninos nombrados por la mujer es que son aupados en la lista pero sin incorporar otros distintos de los que también están en las respuestas dadas por los hombres¹⁵.

Y al respecto una última cuestión: ya que la frecuencia de respuestas más alta corresponde al “no sabe” acerca de qué personajes representan a la cultura andaluza, valga apuntar que el perfil de quienes así dejan de pronunciarse es mayoritario por encima de los sesenta años, mujer, que no declara ingresos mensuales o están entre los 501 y los 1.000 €, y residente en la provincia de Cádiz. Se completa con ello otro grado de acercamiento al imaginario cultural en Andalucía en el que, de algún modo, aparece dibujado un siguiente plano de referencia al que prestar atención.

2.8. Un referente de consenso

Entre los distintos paradigmas propuestos en el cuestionario —más o menos agrupados por razones de operatividad de la entrevista— a los que ya nos hemos referido antes¹⁶, sólo uno reúne equilibrios de consenso bajo diferentes variables: el flamenco. Este consenso puede resumirse en que los porcentajes de respuestas de “mucha + bastante” relación del flamenco con la cultura se concentran entre el 76,8% y el 79,2% si se trata de grupos de edad, entre el 76% y el 81% si se busca entre diferentes tamaños de hábitat, entre el 74% y el 82% para las diferentes provincias, entre el 70% y el 89% en el caso de distintos niveles de formación, y entre el 75% y el 83% para los niveles de ingresos mensuales.

Es decir, con cualquiera de las principales variables de análisis que venimos manejando, tres de cada cuatro andaluces siempre están de acuerdo en una neta relación del flamenco con su idea de cultura. Ahora bien, el flamenco hemos encuadrarlo en un consenso de carácter *secundario*, es decir que está presente en los diferentes cortes de análisis con regularidad, pero no alcanza a figurar entre los paradigmas que los andaluces estiman consustanciales a la cultura o *básicos* de ésta.

¿Podríamos decir que el flamenco venga a constituirse como *valor añadido andaluz* desde el campo de la cultura, en la medida en que facilita una superación consensuada de localismos y provincialismos? La definición de grados de consenso cultural aparece, como se ha visto, en la posición de los grupos de edad; recuérdese que así como para las letras, artes, arquitectura, ciencia, e incluso los viajes y deportes, la relevancia de tales paradigmas propuestos crece con los tramos de edad para relativizarse a partir de los 60 años (y quizá antes si hacemos caso a las curvas polinómicas), en los casos del flamenco, las procesiones de semana santa y las fiestas y romerías tradicionales el otorgamiento de relación con la cultura es mayor en los grupos de edad de jóvenes y mayores, y más bajo en los de edades intermedias.

Justamente los componentes paradigmáticos del consenso secundario ponen el acento en la índole localista, regional, territorial de las manifestaciones, en la que tradición e identidad juegan un papel evidente, y entre ellos el flamenco representa el componente más firme de la idea de cultura entre los andaluces. Su característica demoscópica es la regularidad que presenta bajo cualquier variable de análisis que lo incluiría en el consenso primario de no ser porque la nitidez de su relación con la cultura es percibida, porcentualmente, en un escalón por debajo¹⁷. Dentro de esos parámetros, las diferencias entre los andaluces que valoran culturalmente el flamenco (bastante o mucha relación) y los que no (poca o ninguna) son también suficientemente regulares tanto en la distribución provincial como en la dependiente del grado de formación (84 y 85). Viene a ser pues, piedra angular identitaria del imaginario cultural de la región y quizá por ello calificable de *valor añadido andaluz* en un contexto occidental de cultura.

Si el flamenco fue o ha sido largamente considerado como expresión musical propia, y aun única, del pueblo andaluz, o como aportación externa en sus orígenes¹⁸, y si sus raíces documentadas datan del último cuarto del XVIII, cabría hablar además de un proceso secular de adaptación desembocando en lo que ahora refleja la opinión andaluza: un contenido —o un referente— *nuclear* de la cultura que se entiende propia, que no opaca una percepción amplia y occidental sino que convive en ella, y que destaca en el consenso secundario en torno a los paradigmas que integran la cultura.

Desde el carácter nuclear del flamenco es más fácil percibir que a los andaluces no les estorban las tradiciones, como tampoco les atan, y que en todo caso aparece con ellas un fenómeno digno de seguimiento en la modernización y en la mismísima posmodernidad. Puesto que es característico del consenso secundario que las generaciones más jóvenes reconozcan más relación con cultura a tales paradigmas (flamenco, procesiones, fiestas y romerías), como si se tratara de un “repunte” con respecto a las cohortes que les preceden, incluso cabe preguntarse por un retorno, o nivelación, en el aprecio de las tradiciones¹⁹. ¿Se trata de un cambio hacia atrás en la *paradoja de satisfacción* o de la emergencia de ese *valor añadido*, o de ambas cosas conjuntamente?

Es difícil pronunciarse; en todo caso hay datos para pensar, más bien, que el crecimiento de los estándares de vida, educativos y técnicos en el medio rural andaluz vendría proporcionando *carta de contemporaneidad* a multitud de manifestaciones de la tradición, por lo que ésta no halla obstáculo para convivir con una cultura moderna o posmoderna. Es cuestión sobre la que habrá que volver disponiendo de series temporales. Ahora lo que interesa es constatar que el flamenco parece constituir un eje del imaginario cultural en Andalucía, pues cualesquiera que fuesen sus orígenes ha llegado a instalarse con fuerza, homogeneidad y naturalidad en la idea de cultura de la región. Es hoy, frente a lo que apreció en su día Machado Álvarez, “popular” porque ha desembocado en un dominio compartido en la opinión de los andaluces. Pero también es expresión emergente que

atraviesa estratos sociales y, de remate, una fuente peculiar de actividad, ascenso social y creación de riqueza en los últimos veinte años, a la que es difícil encontrarle parangón a escala mundial.

3. LOS ANDALUCES Y LA CULTURA. II: SOBRE LOS CONTEXTOS

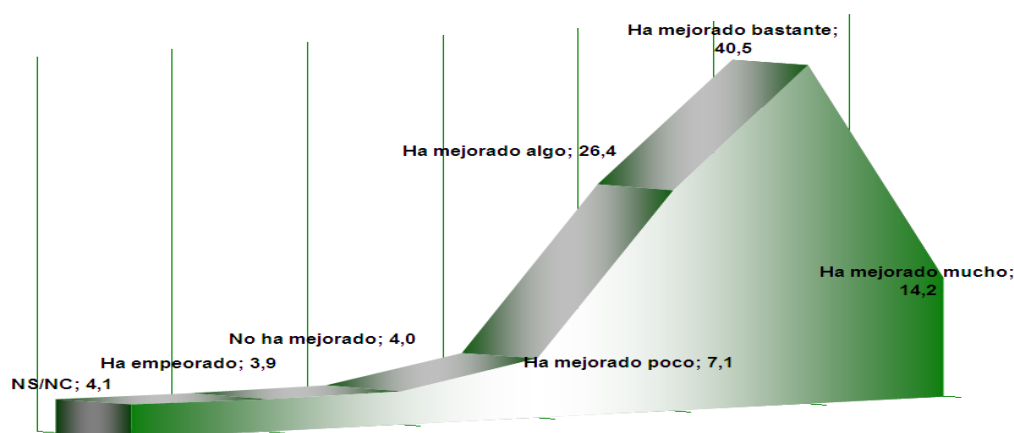
Con señas de identidad inequívocamente propias, la cultura de los andaluces no peca sin embargo de chovinismo; en todo caso, como hemos visto, pecaría de cierta auto-complacencia en el contexto de una paradoja de satisfacción que traspasa las lindes de lo cultural. Los andaluces se saben en un marco de referencias culturales extenso, quizá mundial o global, pero cuando menos que abarca al conjunto español y —tras mejoras claramente percibidas— al espacio comunitario europeo. Sin duda tanto la idea o ideas de cultura que puedan forjarse los andaluces, como el grado de contemporaneidad de la misma, se construyen en los contextos de referencia, y estos pasan por dos variables muy básicas pero que rara vez conocemos de manera sistemática: cómo se percibe emplazada una sociedad en su contexto cultural, y cómo orienta su conocimiento hacia dicho emplazamiento.

3.1. La cultura de los andaluces ante sí y *las otras*

Vimos anteriormente que la mayoría de los andaluces perciben un cambio positivo en su nivel cultural con respecto al de generaciones anteriores, concretamente a la de sus padres y que, pese a ciertas contradicciones básicas, consideran que las generaciones nuevas se encuentran en mejores condiciones culturales de cara al futuro. Esa tendencia de opinión se sostiene también cuando se despersonaliza la referencia al preguntar y se sitúa en quince o veinte años atrás el estadio cultural a comparar. Casi el 42% de los entrevistados respondieron que la cultura en Andalucía ha mejorado “bastante” con respecto a ese pasado más o menos cercano de quince o veinte años; pero si se suman los que respondieron que ese nivel cultural ha mejorado “algo” y “mucho”, el porcentaje deja lugar a pocas dudas: 81,1% (Gráfico 14).

Gráfico 14

Nivel cultural de Andalucía ahora respecto a hace 15 o 20 años



Ahora bien, entre las pocas dudas que deja hay alguna que merece comentario. El nivel de educación alcanzado, por ejemplo, vuelve a aparecer desgastando la percepción positiva o, mejor, ejerciendo un saludable papel crítico que en los grados más bajos de formación es ostensiblemente minoritario; en menor medida, la vida urbana en grandes ciudades también parece apuntar hacia la *crítica* proyectada por quienes responden que ha “mejorado poco”, o “no ha mejorado” o directamente “ha empeorado”.

Lo relevante es que en los grupos de edad aparece un pequeño gap o corte entre los dos tramos iniciales y los dos finales, con un salto de cuatro o cinco puntos porcentuales que más adelante volverá a repetirse. Los más jóvenes evalúan por debajo la mejora del nivel cultural en Andalucía que quienes hemos cumplido 45 o más años, y concretamente ese salto —de cuatro puntos— se produce de las cohortes entre 35 y 44 años a las de 45 a 54. Nos inclinamos por pensar que en los tramos más jóvenes esté apareciendo un cambio de percepción generacional en el que la memoria *personal* se sobrepone a la memoria *compartida* más implantada en edades maduras y de mayores.

Tabla 4.
Percepción del cambio de nivel cultural en los últimos 15 o 20 años

Grupo de edad	Ha mejorado mucho, bastante o algo	Ha mejorado poco, no ha mejorado o ha empeorado
18 a 29 años	77,4%	17,6%
30 a 44 años	79,0%	16,9%
45 a 59 años	84,3%	12,9%
Más de 60 años	84,4%	12,0%

Si tal cambio se está pergeñando efectivamente, puede que tenga alguna connotación más. Por ejemplo, colocados ante el espejo del conjunto de la cultura española, cuatro de cada diez andaluces consideran que el nivel cultural de su región es más o mucho más bajo. Y si el espejo en que mirarse son otros países y regiones de la Unión Europea, esa proporción sube a cinco de cada diez. Pero la parte minoritaria que opina que el nivel andaluz de cultura es más o mucho más alto, tanto en un referente como en otro —uno y medio y uno de cada diez—, arroja porcentajes más altos entre menores de 30 años y mayores de 60, es decir dibujando la suave curva del consenso cultural secundario que vimos asociado a manifestaciones y paradigmas de índole *tradicional*.

Al contrario, la idea de que nuestro nivel cultural es menor que en España y en la U.E., además de ser mayoritaria tiene los rasgos del consenso cultural primario, con el añadido de que la diferencia entre jóvenes y tramos intermedios de vida laboral activa aparece suavizada, indicando quizá que tienda a *modernizarse* especialmente si el referente es el europeo. En general sucede que a mayor concentración urbana más bajo se considera el nivel cultural andaluz en el cotejo con las *otras*

culturas de nuestro entorno. Y, desde luego, conforme se eleva el nivel educativo de los entrevistados esa percepción se acentúa notablemente.

Estos rasgos anuncian que los andaluces no arrastran, en lo que hace a la cultura, ningún tipo de complejo o auto evaluación pesimista. La opinión parece ponderada y prudente al colocarse frente a referentes socio-culturales inmediatos. A ello debe ayudar el sentirse *queridos*: casi un 70% considera que fuera de Andalucía —en España— nuestra cultura se valora positiva o muy positivamente, y si es en el extranjero a ese porcentaje hay que sumarle otros ocho puntos más. Es importante este otro *espejo* para una sociedad que por posición geográfica, por afluencia turística y por su mero peso socio-demográfico en el conjunto español, cuenta entre sus hábitos colectivos la recepción y el trato con gentes de paso diversas, con las *otras* formas de ver las cosas.

Además este sentimiento de buena acogida de la cultura andaluza se da equilibradamente en los diferentes tamaños habitacionales y tiende a crecer con el nivel de educación alcanzado, sea para uno u otro de los referentes propuestos. Pero aquí vuelve a aparecer el corte o salto de percepciones entre los 40 y 50 años. La valoración positiva de la cultura andaluza tanto “fuera de Andalucía” como por “los extranjeros” está más pronunciadamente percibida en la primera mitad de los tramos etarios que en la segunda, con unas diferencia de tres y cinco puntos respectivamente que separan tendencias claras.

Tabla 5.
Valoración positiva + muy positiva de la cultura andaluza

Grupo de edad	Fuera de Andalucía	Por los extranjeros
18 a 29 años	72,0%	85,7%
30 a 44 años	71,6%	81,3%
45 a 59 años	68,4%	76,9%
Más de 60 años	59,6%	68,9%

Si retomamos la reflexión acerca del papel que puedan estar jugando la memoria *personal* y la *colectiva*, cabe deducir que emplazados ante la opinión externa los andaluces mayores de 45 años pudieran arrastrar el recuerdo de tiempos de emigración, de tópicos *folclóricos* y de atraso asociados a Andalucía, a la hora de ponderar qué se piensa sobre su cultura regional; un recuerdo que, en generaciones más jóvenes no opera, o sólo opera como leyenda *superada*. Recuérdese que los grupos *jóvenes* son menos entusiastas opinando acerca del cambio experimentado en las décadas recientes —de las que han sido protagonistas también y de las que trasladan un lógico entusiasmo modernizador—, en tanto que se muestran más confiados en que la cultura andaluza cuenta con el aprecio fuera de la región. Porcentualmente puede medirse que ese gap es pequeño, pero para un hipotético cambio de mentalidad el dato puede tener bastante más relevancia.

Horizontes de la cultura de los andaluces

En ausencia de una serie temporal, la efectividad y profundidad de un cambio de perspectiva entre los andaluces respecto de la cultura es sólo hipótesis que ahora algunos rasgos apuntan. Cuando se llevó a cabo el trabajo de campo de este estudio, entre enero y febrero de 2008, las expectativas ante el futuro de los españoles en general no eran aún, ni de lejos, todo lo sombrías que medio año después comenzaron a ser, ni el contexto de crisis económica se había hecho tan presente en la información cotidiana como pasado ese período. Por tanto, la opinión andaluza expresada acerca de la cultura puede modificarse en alguno de sus extremos, especialmente en su enfoque material —levemente en todo caso, dada la escasa percepción del sector—, pero a tal efecto contamos con pocas variables de valor prospectivo.

La idea y el contexto de la cultura en Andalucía debemos suponer que se gestan, como para cualquier sociedad contemporánea, sobre la asunción de la tradición y con la elaboración progresiva de información coetánea, en el marco de la socialización que comprende muchos otros paradigmas, variables y procesos además del de *cultura*. Las oportunidades educativas y la disponibilidad de renta son condicionantes netos de lo que llamamos *desarrollo cultural*²⁰ de una sociedad, pero la tendencia o tendencias que esa sociedad abre hacia el futuro son, además de difícilmente previsibles y con frecuencia volátiles, resultantes del contexto en que se va instalando y de los recursos con que procede a dicha instalación.

A tal efecto, y advertido el impacto de una crisis económica, contamos con unos referentes básicos acerca de los horizontes de la cultura entre los andaluces: su encuadramiento en el abanico de los grandes temas actuales y en el contexto de grandes áreas de interés mundial, y la percepción y valoración de los medios informativos con que conforman, o cuestionan o actualizan, la idea y el alcance de la cultura.

3.2. Información cultural: medios y recursos

Las vías de información acerca de la cultura empleadas por los andaluces no difieren, a grandes rasgos, de lo que sabemos sobre los recursos empleados por la sociedad española respecto de la información en general. Lo más probable es que, pese a preguntar específicamente por la cultura, las respuestas que se obtienen se producen básicamente sobre el hecho de informarse, y sólo secundariamente sobre el tema específico que se consulte. Como quiera que sea, la gran protagonista al respecto es la televisión —razón bastante para que el análisis cultural la sitúe correctamente entre sus objetivos—, que en nuestro caso acapara el 50% del total de nominaciones en el cómputo de multirrespuestas.

Sin embargo en el perfil proporcionado por el contenido secundario de la consulta —la cultura— aparece otro medio con protagonismo, la prensa escrita diaria tradicional (Gráficos 15 y 16), encabezando las respuestas en primera opción, o en primera mención mejor, y además ofreciendo en

su distribución por grupos de edad los rasgos propios de nuestro consenso cultural primario, cosa que no le sucede al medio televisivo ni en primera mención ni el total de multirrespuestas. Seguramente, es éste un rasgo característico del interés por la cultura, al menos en Andalucía, que emplaza a la prensa de siempre como recurso más estable de información sobre la materia. Además hay que anotar que es posible segregar dos grupos de recursos informativos a partir de la encuesta: uno integrado por *medios* propiamente dichos, y otro por recursos más o menos informales, consuetudinarios, en los que intervienen desde la publicidad a la dinámica de grupo, pasando por el mundo variado de *las revistas*²¹.

Gráfico 15

Medio o medios por los que se informa sobre la cultura (1)

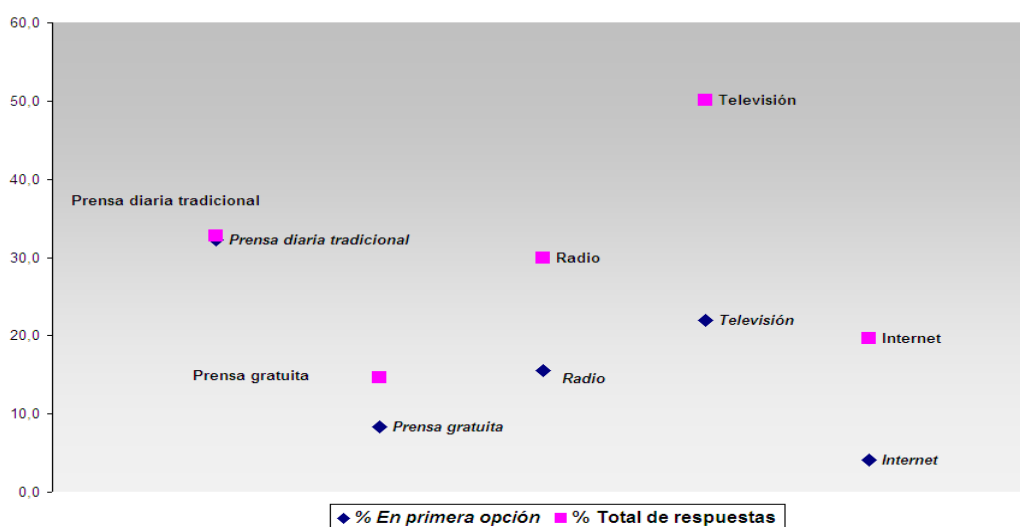


Gráfico 16

Otros recursos para informarse sobre la cultura (2)



Tomando primordialmente las respuestas en primera nominación es evidente que los dos principales vehículos informativos, prensa diaria y televisión, se contraponen en cuanto al perfil educativo y al hábitat en que residen los usuarios. Quienes se informan primordialmente a través de la televisión residen en los niveles de formación más bajos y residen en poblaciones pequeñas y medias, en tanto que los que recurren a la prensa tradicional aumentan conforme se eleva la educación cursada y residen mayoritariamente en núcleos de más de cien mil habitantes. Algo parecido, pero no tan regular, cabe decir respecto del nivel de ingresos mensuales —a menores ingresos, más televisión, y a mayores, más periódicos—, si bien entre los niveles de ingresos bajos la radio juega un papel competitivo con el televisor.

Pero es preciso señalar que en el panorama informativo que hace a la cultura hay, o parece haber, algún proceso de transformación en marcha y un factor de anclaje en hábitos sociales que complican el enfoque del asunto. La transformación parece más clara en el caso de internet que, como en el resto de efectos que cabe anotarle, asoma desde las cohortes más jóvenes alterando porcentajes y anunciando tendencias; pero casi con más brío aparece la prensa gratuita también entre los más jóvenes y estable en los grupos de vida activa. Por su parte, y en resultados de primera opción, la información obtenida en el círculo de amistades y/o familiar, arroja porcentajes modestos pero con perfil de consenso cultural secundario; esa última característica la pierde en el total de multirrespuestas, aunque a cambio eleva su porcentaje hasta casi el 39%, con repuntes entre jóvenes y mujeres, para convertirse en el segundo recurso de información cultural entre los andaluces.

Con este esquema de utilización de medios y recursos, los andaluces consideran que la información cultural que obtienen es suficiente (47,5% opinan así) aunque con apenas cinco puntos porcentuales de diferencia respecto a la opinión contraria. Por cierto que la distribución por grupos de edad de esa relativa satisfacción presenta una leve curva de consenso cultural secundario. Ni el nivel de estudios cursados, ni el de ingresos mensuales ni el tamaño del hábitat parecen inclinar decisivamente esa balanza entre la suficiencia o no de la información. En general la valoración de la contribución mediática a la cultura es positiva —un 53,8% valoran bien o muy bien esa contribución— y, como en el caso de la suficiencia, los grupos de edad vuelven a mostrar una leve curva de consenso secundario, en este caso algo más pronunciada en su extremo joven y más sostenida por los varones. En conjunto, entonces, dicha valoración refuerza otra vez el perfil de la paradoja de satisfacción.

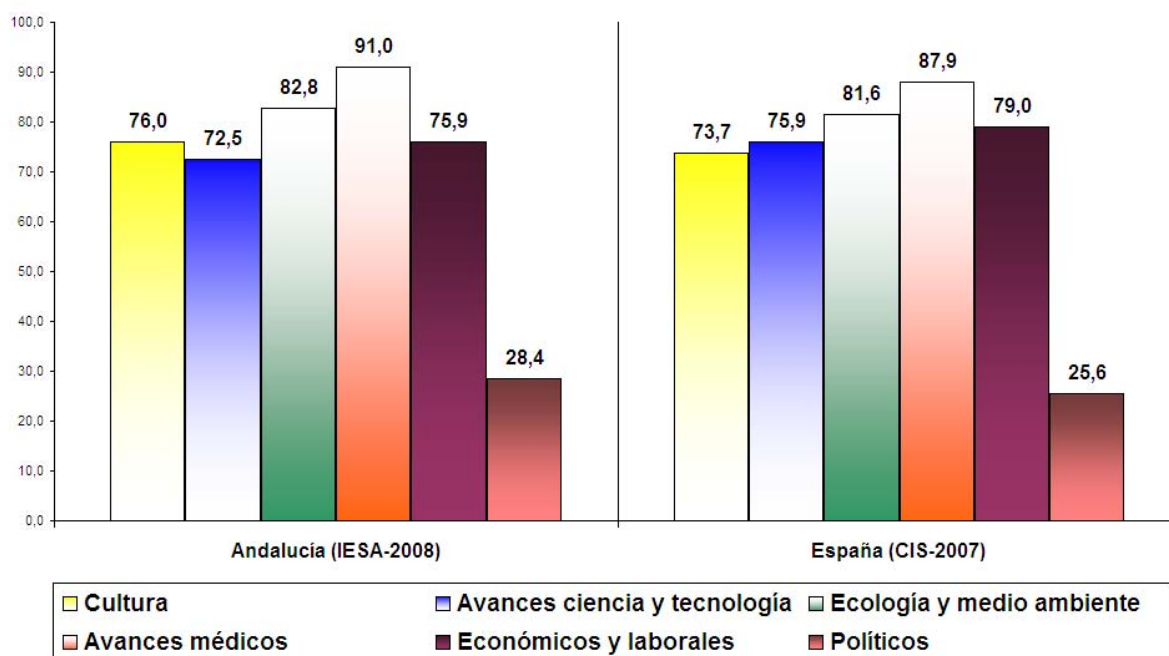
3.3. La cultura en los horizontes de interés

Por lo que acabamos de ver, no debe extrañar que la estructura del interés de los andaluces respecto a grandes parcelas responda a los principales rasgos de la sociedad actual. Los medios de información y otros recursos tradicionales o novedosos empleados por la sociedad andaluza componen, lógicamente, una base condicionante tan firme como en muchas otras latitudes

geográficas y socio-políticas de su contexto occidental. De hecho esa estructura básica de intereses apenas difiere de la que presentaba la sociedad española en 2007 según el CIS (Gráfico 17), salvo en un menor interés por los avances científicos y los asuntos económico-laborales, aunque en ambos casos con diferencias que no llegan a los tres puntos. A los andaluces, como a los españoles cuando menos, les suscita mayor interés cuanto tenga que ver con avances médicos y a continuación con la ecología y el medio ambiente: una *agenda* sin duda de nuestro tiempo en la que televisión y prensa escrita, como fuentes inspiradoras, tienen mucho que ver; tanto como en el bajo interés por la política, probablemente.

Gráfico 17

Andalucía (2008) y España (2007). Mucho + bastante interés por temas de...



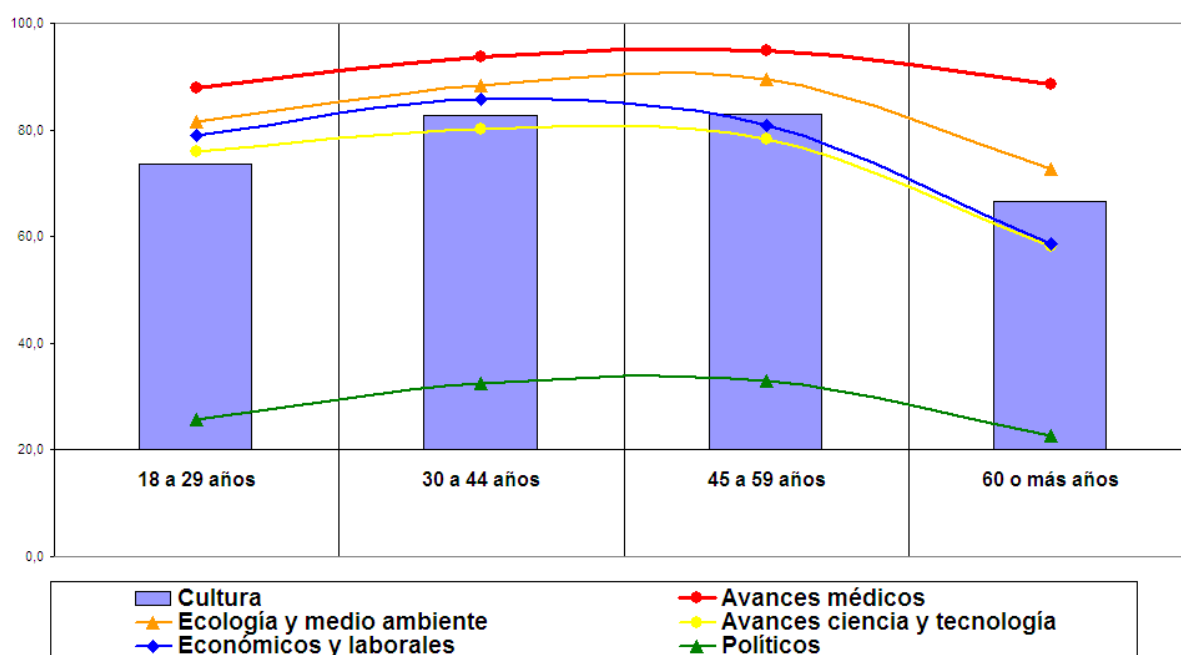
En general, pues, los andaluces muestran un esquema de atención a los grandes temas muy *actual* —otra vez—, con ligeros repuntes porcentuales al alza o a la baja —siempre por debajo de tres puntos— que quizá puedan achacarse a cierta “radicalidad” en la toma de posiciones en comparación con el conjunto nacional. Pero sólo quizá. También en general, el modo en que este esquema de intereses se reparte entre los grupos de edad responde al patrón del consenso cultural primario sin excepciones (Gráfico 18). En ese panorama, el interés por la cultura muestra dicho consenso en todo su esplendor, claro, apuntando un cierto cambio generacional que se confirma si se observa cómo los niveles de educación empujan las respuestas de “mucho interés” de forma constante y con carácter más decisivo que los ingresos mensuales o el tamaño de hábitat.

Parece lógico que los sucesivos relevos generacionales, acompañados de cambios económicos, educativos y de entorno informativo, desemboquen en un *natural* entusiasmo por la cultura que, al fin

y al cabo, es síntoma de las sociedades occidentales contemporáneas. Este rasgo puede sintetizarse en las diferencias entre los perfiles extremos —“mucho” y “nada” en cuanto a interés por la cultura— que, de alguna forma, vuelven a situarnos ante patrones frecuentes en análisis generales sobre usos y consumo culturales: mujer, de edad mediana, con nivel medio-alto de ingresos, residente en núcleo urbano medio-grande y estudios superiores suele ser el prototipo de principal consumidor cultural en España, desde hace una década aproximadamente.

Gráfico 18

Bastante + mucho interés por temas de...



Pero conviene acompañar este componente con otros sobre interés temático referidos tanto a los avances médicos o a la política como, sobre todo, a cuestiones medioambientales y ecológicas, ya en esas tres temáticas se vienen marcando la pauta de moda —no sólo estadística— en la sociedad española. La medicina y su divulgación es hoy día una auténtica *moda* informativa, también del entretenimiento y por tanto en la cultura, que ha alcanzado cotas quizá compulsivas (un 90% de interés, así permite calificarlo). En Andalucía, conforme a esta situación, alcanza casi el 95% de “bastante + mucho” interés entre los 45 y 59 años, pero con una base del 88% ya entre los menores de 30. Sin duda su carácter de moda en la mentalidad moderna del bienestar explica estos datos, que ratifican una equilibrada distribución entre los distintos niveles de educación alcanzados por quienes responden y un leve repunte en el medio urbano. Los únicos márgenes identificables de desinterés se dan entre las mujeres y quienes declaran ingresos más bajos.

Otra moda en la que participamos los andaluces es la valoración temática de las cuestiones medioambientales, quizá con connotaciones de *última hora*, lógicas por otro lado. De entrada en el

medio rural el perfil de este interés es algo menor, pero en compensación esta *inquietud* tiende a aumentar con los niveles de ingresos; lo que parece deducible es que la sensibilización ecológica y medioambiental aparece con la escuela, despegando durante los años de educación obligatoria y se consolida e instala con la formación superior. Es un tema netamente *actualizador* de la sociedad andaluza que responde al esquema de consenso cultural primario —que supera a la cultura misma en casi siete puntos— y que, junto con los avances médicos, ayuda a entender que ese consenso primario que venimos manejando sea sustancialmente *moderno* por arrastre del bienestar y la implantación de una mentalidad reivindicativa propia de los sesenta y setenta del pasado siglo.

Porque otra pista en esta línea parece más sabida. A distancia porcentual de los otros temas propuestos, el consenso incluye un marcado desinterés por los temas políticos que hoy por hoy a nadie sorprende, superadas las emergencias de la transición democrática. Este corte del análisis, sin embargo, presenta algunos rasgos que, en términos culturales, debiera suscitar reflexión. El primero que pueden dibujarse “dos *Andalucías*”, una con cierta preocupación política que aflora en las provincias de Granada, Sevilla, Córdoba y Málaga, y otra de cierto desentendimiento por el tema compuesta por Huelva, Almería, Cádiz y Jaén. Estarían señalando un esquema de *núcleo y periferia* históricos en materia administrativa, pero también formativa e informativa que, como se comprueba con distintos cortes, podría extrapolarse a efectos de sector cultural.

Y segundo, en el interés/desinterés por las cuestiones políticas hay una línea de inflexión muy clara que algo apunta a la dificultad de identificar signos de cambio; podemos situarla en el final de la educación primaria, con un salto que aparece con la formación superior, dando por resultado un repunte claro del interés por los temas políticos. Es el mismo o muy parecido comportamiento que en el caso de la ecología y el medio ambiente en el que está más pronunciado el interés entre los jóvenes que entre los mayores de 60, dentro del esquema de consenso primario. Según eso, cualquier modificación modernizadora estaría condicionada a una eficacia persistente del sistema educativo.

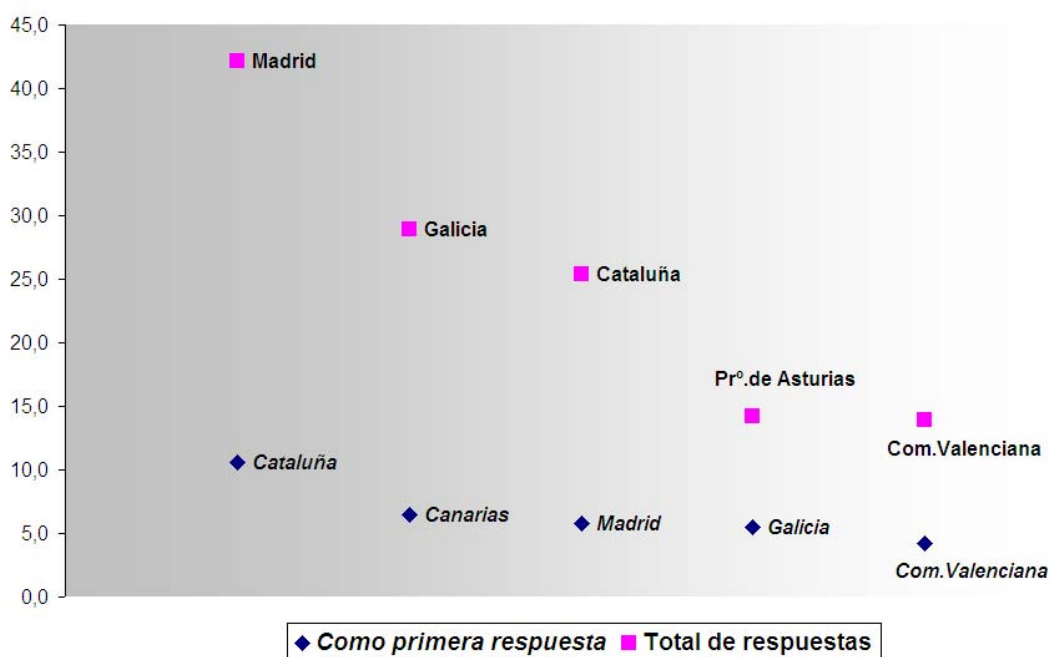
Si tal eficacia no se produjera, entonces los visos de cambio, de innovación en el panorama cultural generacional, tendríamos que localizarlos en las tendencias complementarias —el consenso secundario y, recuérdense, los rasgos imprecisos que proporcionan las valoraciones como cultura de internet, los toros y televisión/videojuegos— con mayor sustento entre los jóvenes, pero también asociadas a manifestaciones de la tradición. Meditado de otro modo, si la incorporación educativa —cuyos vacíos y desviaciones no sabemos cómo han de evolucionar— marca *tanto* el reequilibrio del horizonte de interés de los andaluces estaríamos, de aceptar su lógica, ante un “nudo” de la relación actual de los andaluces con la cultura, trenzado más por el encuentro o desencuentro de moda y costumbrismo, que por modernidad y tradición en su mayor calado.

3.4. España y Europa, contextos de interés cultural

Si el nudo aludido fuese tal, habrá de aflojarse en un contexto cultural que, a la fuerza, no tendrá nada de insospechado. Andalucía se desenvuelve y se proyecta en el contexto de *las culturas* española y europea, lo que implica que es en esos horizontes en los que primero busca o habrá de buscar referentes y encuadramientos a sus tendencias. La referencia más inmediata, en primera opción, de la cultura española fuera de Andalucía es para los andaluces la catalana, seguida de cerca por Canarias, Madrid, Galicia y la Comunidad Valenciana (Gráfico 19). Es del todo esperable que Cataluña ocupe el primer plano del interés cultural de los andaluces, ya que esa región ha heredado del siglo XX el distintivo de bastión de la cultura y el europeísmo en el conjunto español; pero es un dato significativo que en el conjunto de multirrespuesta los andaluces se decanten marcadamente por Madrid como foco de su interés cultural.

Gráfico 19

5 Comunidades Autónomas de mayor interés cultural para los andaluces



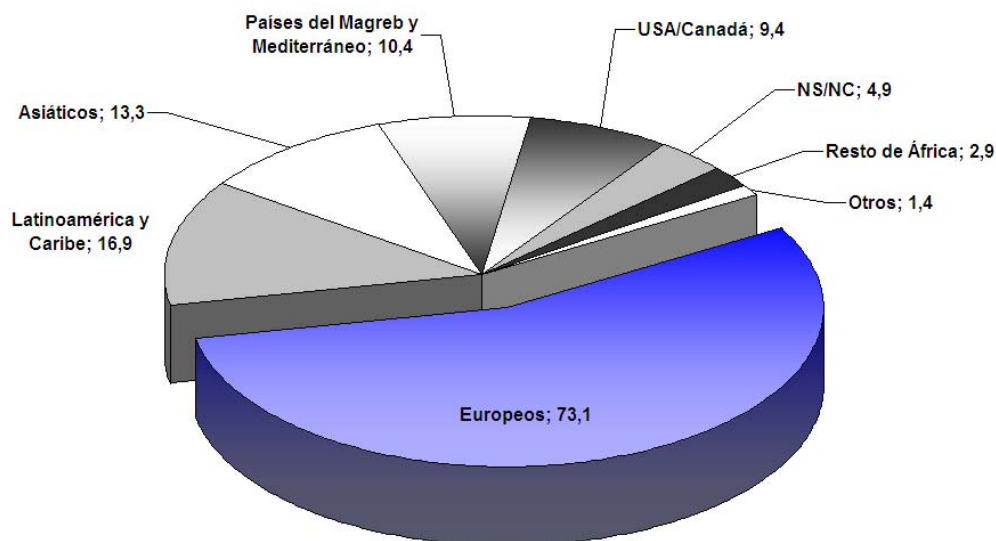
En conjunto, el interés por los temas culturales de otras comunidades autónomas es ajustado, pues un 44% de los entrevistados declaran no interesarse por tal cosa. Especialmente a partir de los 60 años ese desinterés se agudiza (63%), por lo que es el grupo de los 30 a 44 años el que de hecho empuja, con otro 63% de interés positivo, el resultado final hacia un balance en equilibrio. Además, es muy claro que crece el interés por la cultura del resto de España en las ciudades con más de cien mil habitantes, en los sectores más ilustrados y con las rentas más altas: un perfil que se repite cada vez que se trata de abrir horizontes.

Cabe deducir que en años recientes se haya producido algún cambio en este panorama, a la luz del *vuelco* que producen los resultados en multirrespuesta. Que Madrid focalice la atención cultural de los andaluces no es muy sorprendente, porque sigue la pauta de cambio en la mentalidad asociable a transición y post-transición y que probablemente aparecería en otras comunidades autónomas de efectuarse idéntica consulta. Es más llamativo que el segundo lugar lo ocupe Galicia o, también, que emerja Asturias en el cuarto puesto. Sólo entre los 45 y 59 años Cataluña figura a la par que Galicia en el segundo puesto del interés por sus culturas respectivas, y sólo entre los varones y en ciudades con más de cien mil habitantes lo ocupa en exclusiva, en el conjunto de multirrespuesta. Ello porque tanto Madrid como Cataluña son citadas más frecuentemente en el medio urbano y en grupos con formación alta, mientras que la cultura gallega bate sobradamente a la catalana en el interés de los andaluces que habitan poblaciones por debajo de los cien mil.

Especulando al respecto, podría pensarse que en el imaginario cultural andaluz hubiera dejado de pesar como antaño el vínculo migratorio, o la atracción de modernidad catalana, o se hubiera atemperado un rechazo al centralismo o todo a la vez; y que en su lugar aflorase cierta empatía con una identidad sin conflicto nacionalista o anti-españolista, como la propia andaluza: Galicia, Asturias, la misma Comunidad Valenciana podrían ser vistas con esos rasgos coincidentes. Menos especulativo es comprobar en Andalucía que efectivamente desde la transición Madrid ha emergido culturalmente hasta emparejarse o superar a Cataluña-Barcelona como referente, en un giro que caracteriza la posmodernidad española. Y también que parte del giro lo constituye la ampliación del horizonte en el que entran las otras regiones, al punto de que ninguna acumule un papel hegemónico que arroje 50% o más del interés manifestado.

Gráfico 20

% acumulado de interés por la cultura de países de otras áreas del Mundo (del 45% que expresan interés)

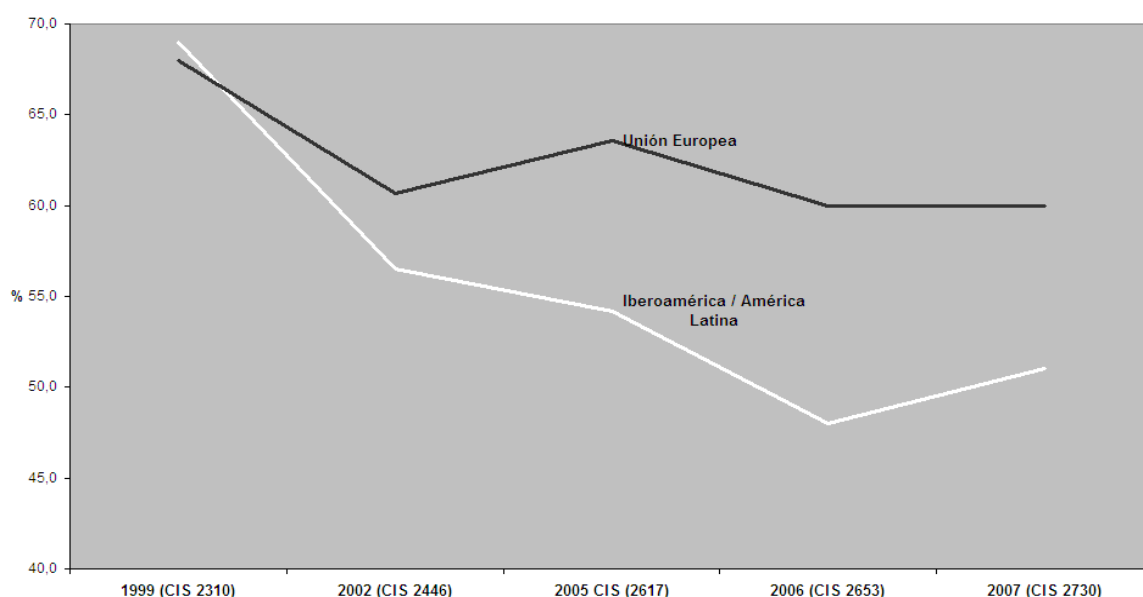


No es así, sin embargo, en la proyección de un horizonte cultural internacional. Lo que suceda culturalmente fuera de las fronteras españolas interesa a los andaluces algo menos, invirtiéndose la relación respecto a las comunidades autónomas: el 51% dice no sentir interés por la cultura exterior y el 46% que sí. De nuevo entre los 30 y 44 años ese interés es más alto (57,6%), y de nuevo también los mayores de 60 (72%) y las mujeres (53%) proporcionan el perfil básico del desinterés por temas culturales de otros países. Ahora bien, como apuntábamos, entre quienes expresan este tipo de interés, la cultura de los países europeos concentra una atención tal vez excesiva o simplemente consensuada: el 73% —del previo 46% que dice tener interés— (Gráfico 20). Esta hegemonía europea entre los intereses culturales andaluces es más contundente en el medio urbano, en la provincia de Sevilla, entre los mayores de sesenta años con estudios superiores e ingresos mensuales altos.

Tanto la primacía de lo europeo como el segundo lugar ocupado por los países latinoamericanos (con 17% de las nominaciones) responden a una pauta de la opinión pública española en los últimos diez o quince años, cuando ha sido consultada acerca del interés por las noticias de otros países. Conviene señalar sin embargo que cuando la pregunta tenía un carácter general, las diferencias no eran tan amplias, e incluso que en 1999 la actualidad latinoamericana superaba ligeramente al interés por la Unión Europea (Gráfico 21)²². Ya en aquellos estudios ha podido apreciarse un descenso notable de lo latinoamericano en el interés de los españoles en lo poco que llevamos de siglo, pero ahora en el caso andaluz y con el perfil cultural de por medio puede decirse que la brecha es más amplia de lo que cabía esperar²³. Puede decirse, sin temor a la exageración, que el *efecto 92* prácticamente está amortizado al menos en Andalucía.

Gráfico 21

Interés (mucho + bastante) por noticias de la U.E. y de América Latina en España



Estamos entonces ante una atención por la cultura exterior muy polarizada en torno a un paradigma “Europa” que en los años recientes ha venido a convertirse en el catalizador de lo internacional. En Andalucía es difícil prever que otras áreas del mundo estén emergiendo culturalmente en nuestro imaginario o se hallen en condiciones de hacerlo. Incluso el Norte de África, y singularmente el Magreb, aparecen con porcentajes poco significativos (el 10%) y ligeros repuntes entre quienes no han cumplido los 45 años. Ciertamente este cuadro de situación contrasta en la perspectiva cultural con el empuje mediático que tiene entre nosotros la cultura llamada de *fusión*, que además ha encontrado justamente en el flamenco un campo no sólo de experimentación sino de aparente popularidad.

Así pues, siendo desde luego una cosa coherente, el horizonte cultural andaluz está dominado por España y Europa sin que ello implique exclusión ni hermetismo respecto de otros acervos mundiales. Lo que quizá hay que contemplar y reflexionar es que cuando nos referimos a globalización, incluso a diversidad, tales paradigmas los tamizamos con esas dos lentes de aumento o alejamiento o deformación: el contexto español y la proyección europea. Hay notas que cabría relacionar con el conjunto español, como es la mayor atención que los más jóvenes prestan a lo estadounidense, o una aparición reciente en el panorama de interés por parte de los países asiáticos, que en consultas nacionales se concreta en China. Pero son notas de escaso peso porcentual y, sobre todo, que no apuntan todavía a tendencias emergentes salvo en el terreno de las hipótesis. Para una reflexión también, en este ámbito, es la levedad de África en el imaginario andaluz, como en el español, en tiempos en los que el discurso solidario, la épica de la cooperación y la ayuda humanitaria, la pulsión migratoria, parecen saltar a los medios y apelar a una renovación de esquemas ciudadanos y culturales. Aun en esa levedad (2,9% del interés manifestado) hay que anotar menor relieve de los más jóvenes y mayor de quienes disponen de menos ingresos. Diríase que África está fuera, incluso, de cualquier connotación de exotismo que cupiera rastrear entre los andaluces.

4. LOS ANDALUCES Y LA CULTURA. III: SOBRE LO CONCRETO

4.1. La cultura en la vida de los andaluces

Adquirir entradas para un espectáculo o reservar turno de visita a un monumento utilizando un servicio electrónico es, quizá, un emblema de las opciones de transformación de usos culturales que la conectividad pone a disposición de una sociedad actual. Entonces los andaluces constituyen a tales efectos, por supuesto, una sociedad actual, emplazada al sur de la Unión Europea.

Sólo el 29,4% de los andaluces que disponen de conexión a internet en su domicilio —que alcanzan el 48% en la región— adquirieron entradas por ese medio en el último año; porcentaje que sube al 37% entre los que tienen tal disponibilidad en su puesto de trabajo. En conjunto, *solamente* el 17% de los entrevistados habían sacado entradas a través de internet, y de ellos un 25,4% tenía menos de 29 años y otro 23,3% estaba entre los 30 y los 44. El empleo de este *novedoso* recurso crece en Andalucía conforme aumenta el tamaño de la localidad de residencia, hasta un máximo de casi el 22% de quienes viven en ciudades de más de cien mil habitantes y lo hicieron, por ejemplo, el 42,5% de quienes dicen ir con frecuencia a una sala de cine, o el 23,7% de los que frecuentan un centro comercial (a los que se están desplazando esas salas) en su tiempo libre.

La entrada electrónica, entonces, parece contar con una implantación todavía *joven y urbana* como la propia internet que, por ello mismo, no estaría resultando un medio facilitador de usos culturales ya que lo utilizan quienes tienen más movilidad, más recursos para diversificar su demanda —internet mismo— y viven más cerca de la oferta: quienes *menos* lo necesitarían. Pero es que se trata de un hábito con todas las señales de hallarse en vías de extensión; un hábito generacional. Y algo más. Quienes responden contar en su entorno y haber utilizado infraestructuras de teatro, museos o cine, presentan un regular uso de la entrada electrónica del 24,5%, 25% y 24,4% respectivamente. Es decir, la entrada electrónica y la disponibilidad de internet, sabemos que facilita y facilitará, pero también es posible que esté *fijando* al usuario de la cultura en Andalucía; que esté proporcionando una herramienta de tránsito desde la cultura fundamentada en la convocatoria a la cultura articulada domésticamente, si es que es tal cosa lo que viene sucediendo. El reto está en comprobar, con el paso del tiempo, si además efectivamente los nuevos recursos ampliarán el espacio social del sector de la cultura.

4.2. Cultura y tiempo libre

Mientras llega lo por venir tenemos la certeza, heredada y suficientemente cuantificada, de que la cultura forma parte de la vida de las sociedades contemporáneas y, por tanto, de la andaluza. Lo que se trata de saber, además, son los grados o las formas en que la cultura interviene en la cotidianidad, en el tiempo libre, en el ocio para el caso de sociedades avanzadas, y de qué manera lógicamente ha de compartir tal intervención con el amplio abanico de hábitos y actividades que componen *la vida* de personas y grupos.

Si los andaluces consideran mayoritariamente que la televisión tiene poca o muy poca relación con la cultura, como se ha visto anteriormente (Gráfico 6), hay que deducir que la vida de los andaluces tiene también poco contenido cultural, ya que durante los días laborables casi el 70% de ellos ven la televisión en su tiempo libre. Desde luego ese razonamiento resulta cada vez menos convincente en la medida en que el análisis cultural se va liberando del prejuicio moderno hacia la televisión como resultado cultural, y especialmente conforme dicho medio se abre y adapta a más modalidades de contenidos de información, entretenimiento, pero también divulgación científica y humanista, segmentos cinematográficos —en una variedad que las salas de cine jamás resistieron—, transmisión de espectáculos en directo y diferido, amén de la creciente capacidad de dotar al ámbito doméstico, escolar y profesional de una función memorialista reservada hasta hace poco a las infraestructuras culturales. La televisión como soporte cultural, en fin, desborda el enfoque de la televisión como medio de creación subsidiario.

La cuestión tiene más interés, ya que con los datos del estudio del CIS (nº 2681) en 2007 y los que aquí manejamos para Andalucía se perfila una tendencia de hábitos según la cual el *consumo* de cultura —televisión, música, radio, lectura, asistencia a espectáculos o exposiciones— es el único que decae los fines de semana y festivos con respecto a los días laborables. Este fenómeno, para el que no contamos todavía con series temporales, apunta a desmontar uno de los lugares comunes del enfoque de la cultura, cual es que ésta era uno, si no el principal, *contenido natural* del ocio, o del tiempo libre. En Andalucía la tendencia es algo más acusada, ya que durante la semana de trabajo estas prácticas están por encima de la media española y en los festivos cae por debajo de la media nacional —excepto la audición de la radio— (Gráficos 22, 23 y 24). En el conjunto regional andaluz, ese grupo de actividades decae del 93,2% al 69,6% los fines de semana y festivos.

Ahora bien, nuestro estudio para Andalucía aporta datos más pormenorizados que obligan a matizar lo que venimos planteando. Si desglosamos esos consumos de cultura conforme a paradigmas de mayor a menor “entidad” conforme a criterios modernos, veremos que escuchar música, leer, asistir a espectáculos y visitar alguna exposición (a lo que llamaremos *prácticas culturales primarias* para sintetizar), constituyen un conjunto que prácticamente no varía, no decae, de la semana laboral al tiempo libre: 18,8% y 18,7%, respectivamente. Ciertamente el reparto porcentual es distinto, pero

como *prácticas primarias* arrojan una constancia que invita a hablar de un núcleo de consumidores *cultos*, que estaría entre el 18% y el 19% de los andaluces.

Gráfico 22

Ocio y cultura en *día laborable*; Andalucía (2008) respecto de España (2007) en % de variación

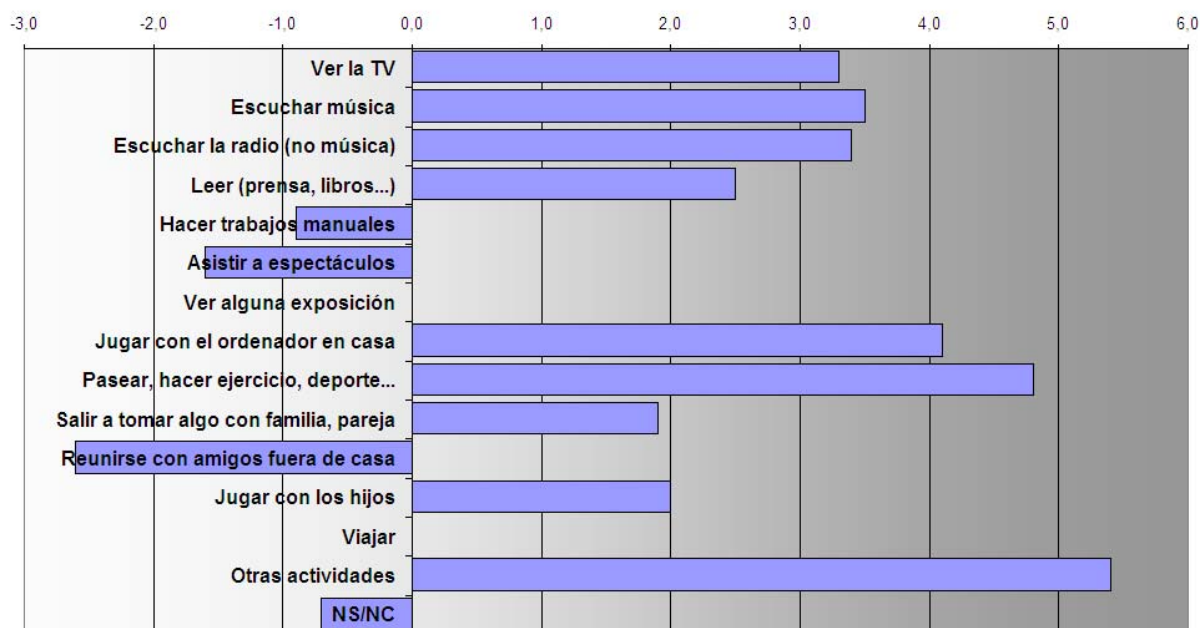
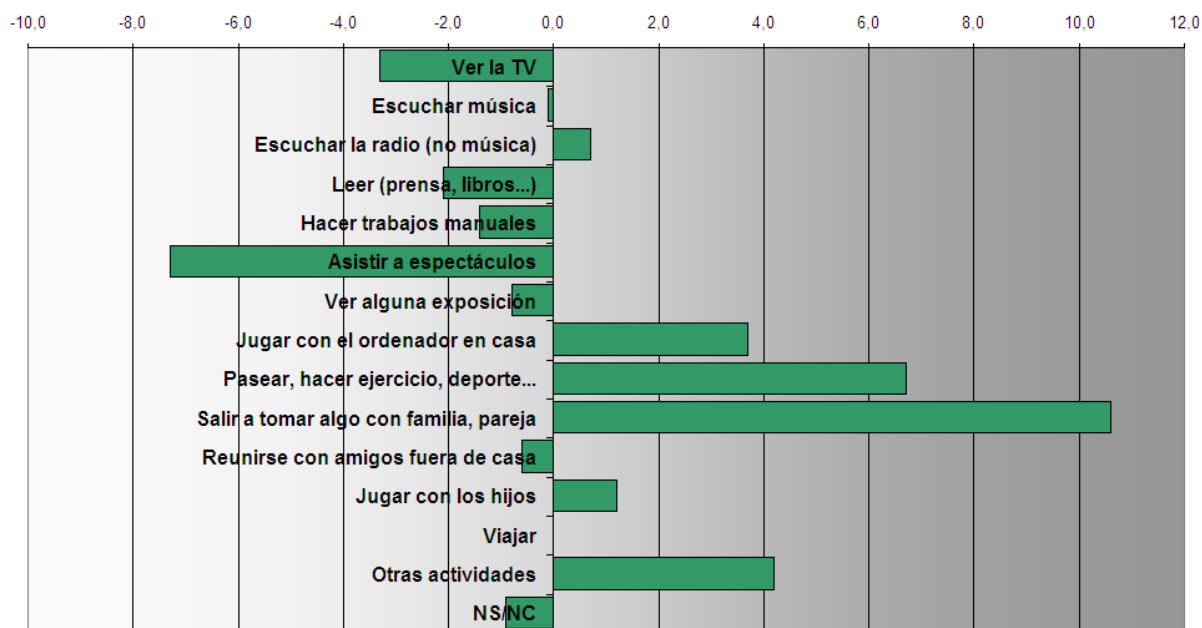


Gráfico 23

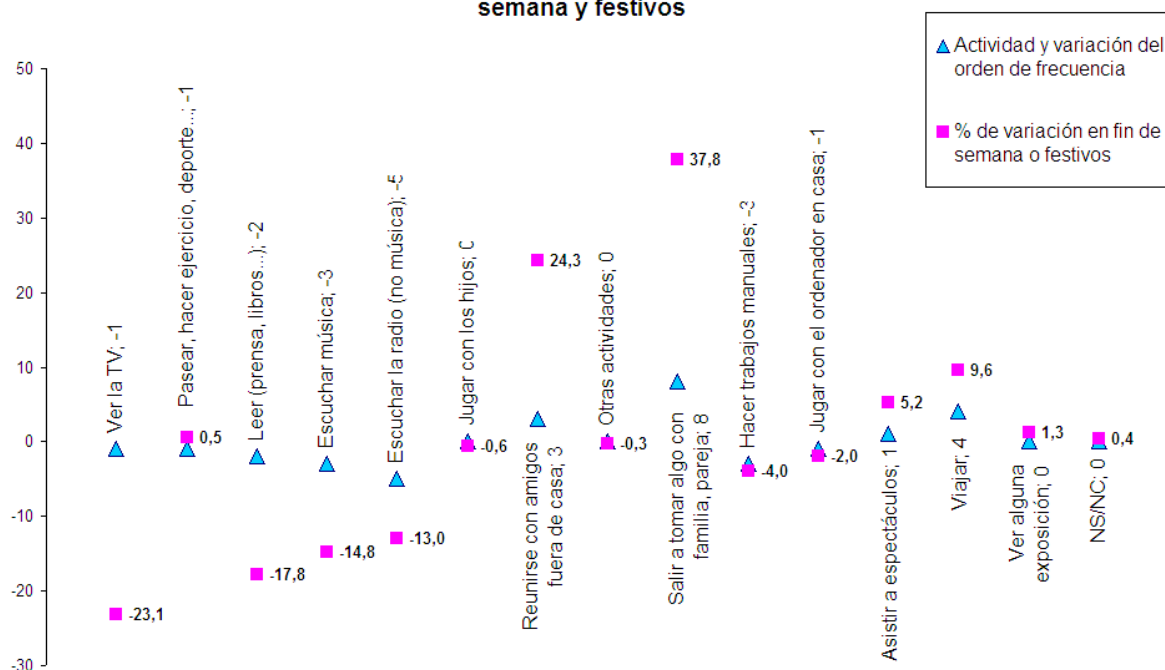
Ocio y cultura en *fin de semana y festivo*; Andalucía (2008) respecto de España (2007) en % de variación



La *caída* efectiva de la cultura durante el tiempo libre se produce en un segundo “círculo” de su consumo interpretado por *prácticas culturales mediáticas* —televisión y radio (no para escuchar música)— que pasan de sumar el 73,5% a un 48,2%, y en cuya variación pesa ante todo el abandono de la televisión (del 68% al 45%) en jornadas de asueto. El trasvase, por así decir, tiene lugar de este consumo cultural de *baja intensidad* al empleo del tiempo libre para actividades de expansión, sociales, familiares o deportivas, lo que permite intuir un extenso conjunto social cuya relación principal con productos culturales tiene que ver con el entretenimiento y que cabría evaluar, al menos, entre el 65% y el 70% de la población regional²⁴.

Gráfico 24

Ocio y cultura entre los andaluces: cambios entre días laborables y fines de semana y festivos



Durante la semana laboral los máximos de uso de la televisión aparecen en localidades menores de cinco mil habitantes tanto en laborable como en festivo, y entre los mayores de 60 años también cualquiera que sea el día. Es igualmente indiferente el tipo de día en lo que hace al nivel educativo y al de ingresos mensuales: esos niveles más bajos acumulan los máximos ante la pantalla y van descendiendo los porcentajes conforme los mismos niveles se elevan, prácticamente sin alteraciones en la progresión descendente. La lectura por su parte remonta siempre con el aumento del tamaño de población y obtiene sus índices más elevados —que están e torno al 9% para laborables y festivos— en el grupo de los 30 a 44 años. Comprensiblemente son los universitarios y graduados superiores los más lectores —con más constancia entre los doctores—, así como los que declaran ingresos medios-altos.

El consumo de música sin embargo necesitaría un análisis más complejo para dar por significativas las diferencias por ejemplo entre provincias o tamaños de población, ya que necesitaríamos tener una ponderación de un parque de soportes *ad hoc*, todo él de carácter privado y casi unipersonal, que hoy por hoy resulta difícil de calibrar y que es condicionante neto de los hábitos de audición, sea en días laborables o no. Obviado ese déficit, son especialmente melómanos los jóvenes de hasta 29 años de las poblaciones grandes, con niveles de formación medio y superior preferentemente, y aunque los ingresos medios-altos dan porcentajes levemente mayores no es esa una variable que marque decisivamente el hábito musical, sea durante la semana laboral o en festivos.

Hay, empero, un tercer círculo de usos culturales que pudieran parecer, aunque no lo sean, *periféricos* respecto de un criterio excluyente de la cultura; este tercer círculo o nivel lo integran en nuestra consulta el uso lúdico del ordenador en el ámbito doméstico y los viajes, dos actividades que sectorialmente la cultura considera prácticamente ajenas, pero que resultan ser algo más que tangenciales. Los porcentajes que presentan son tan bajos que redundan en una valoración marginal, pero especialmente el uso del ordenador aporta rasgos que conviene considerar.

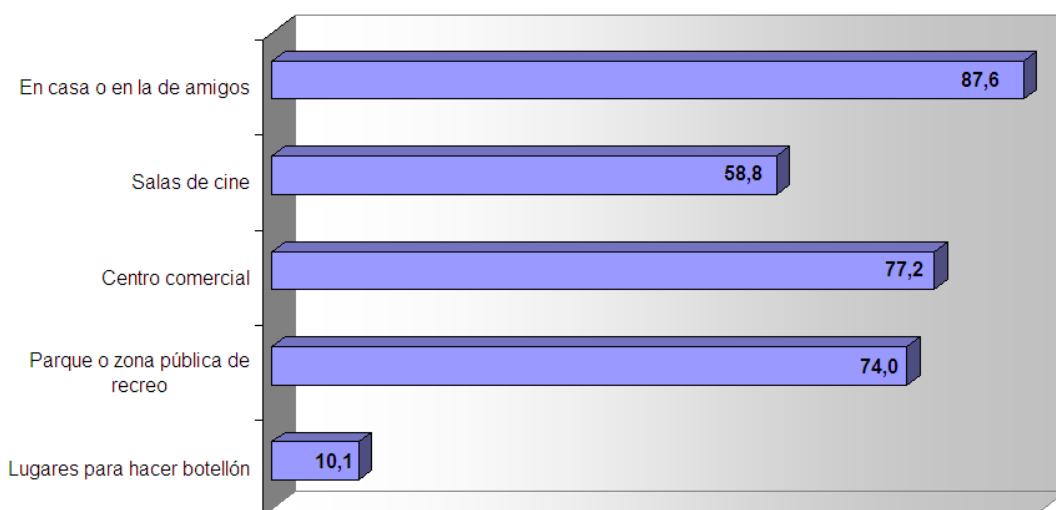
Por ejemplo, el juego con el ordenador es más frecuente en los festivos que a diario, con lo que estaría anunciando su incorporación a las actividades de expansión o entretenimiento alternativas a las culturales que hemos llamado *primarias*, singularmente porque está sucediendo en el grupo de edad más joven así como en el que le sigue, ya en tramo laboral activo. Está asociada esta emergencia a los niveles formativos que abarcan desde la primaria completa hasta los universitarios, tanto en día laborable como en festivo, y tiende a repuntar nítidamente en los niveles de ingresos medios. Es reseñable que los repuntes más significativos (en torno al 3% en todo caso) aparezcan en tiempo de asueto en poblaciones entre veinte y cien mil habitantes. Si todo ello se matiza con lo dicho anteriormente (disponibilidad de internet, adquisición de entradas electrónicas, cambio por los jóvenes de su valoración cultural, etc.), parece claro que estamos otra vez ante una tendencia llamada a definirse en el futuro.

Pero si hay un rasgo emergente, con pujanza, que encuadra la *actualidad* de la cultura de los andaluces ese es el desplazamiento como espacio para el tiempo libre hacia los centros comerciales. El fenómeno de la implantación y adecuación de los centros comerciales en las sociedades actuales, con sus diferentes escalas adaptadas a los tamaños de población, como espacio en el que tiene lugar el empleo o *disfrute* del tiempo libre y, a renglón seguido, en el que se articula un ocio por así decir *avanzado*, viene creciendo en los últimos diez o quince años pero más aceleradamente ya en el arranque del siglo presente. Puesto que hemos afirmado varias veces que Andalucía expresa una cultura *actual*, la vigencia de este fenómeno en su territorio tiene el vigor emergente que se corresponde con tal afirmación.

La suma de andaluces que dicen acudir en su tiempo libre a un centro comercial a veces o con frecuencia se acerca ya a la de quienes también dicen pasarlo en casa o en la de amigos (Gráfico 25). Supera por poco al uso de espacios públicos como parques o zonas de recreo y, con claridad, a la asistencia a salas de cine como referente cultural elegido para el ocio. Si se tiene en cuenta que precisamente las salas de cine se han *refugiado* en los centros comerciales, achicando su aforo — una vía de fragmentación de infraestructuras— y casi personalizando la percepción de opciones del usuario, no es difícil aceptar que la tendencia que comentamos muestra correspondencias netas con los rasgos tanto de posmodernidad cultural como de sociedad postindustrial²⁵.

Gráfico 25

¿Dónde suele pasar el tiempo libre? (% a veces + % con frecuencia)



La difusión y dispersión de este proceso de cambio en los hábitos no cabe achacarlas simplemente a una oferta masiva de nuevos espacios sino a los ritmos y permeabilidades en recepción social y cultural del fenómeno. Otra vez la pujanza entre los más jóvenes confirma el vigor de la tendencia²⁶ que, prácticamente, ya debemos considerar un cambio efectivo, no sabemos hasta qué punto irreversible. Sevilla y Cádiz son las provincias en que ya se manifiesta este hecho con más nitidez — no en vano son las que disponen de más centros comerciales en su provincia, 27 y 26 respectivamente—, en tanto que Jaén, Córdoba y Huelva parecen las más reticentes a ese vuelco en los hábitos de tiempo libre y, por lógica, los mayores de sesenta años y quienes disponen de menos ingresos.

Pero otro rasgo significativo es que la aceptación, o el protagonismo, de este cambio en las costumbres es más fluida conforme se asciende en la escala formativa, de manera que la mayor frecuencia aparece entre los estudios de bachillerato o formación profesional y los graduados

universitarios para sostenerse alta entre los doctorados y graduados superiores (entre el 25% y el 20% responde utilizarlo “con frecuencia” en esos grupos). Está sucediendo entre los andaluces, o eso nos parece, que en el concepto y uso de los espacios públicos para el tiempo libre tiene lugar una transición en la que, manteniéndose el papel importante de la casa familiar propia o del círculo cercano, se ha venido abriendo el abanico de opciones. Seguramente es el *ocio*, con sus dinámicas de consumo y disposición al gasto privado, lo que ha servido de catalizador a partir del crecimiento de renta, la liberalización de costumbres y fluidez del modelo familiar.

Si tal transición es cierta, la apreciamos en que sólo los jóvenes entre 18 y 29 años presentan porcentajes máximos para cada caso de uso del domicilio —propio o ajeno—, la sala de cine, el centro comercial, los parques y zonas de recreo y, claro, del *botellón* tomado como espacio para el tiempo libre. Es decir, hay unas generaciones recientes que decididamente han roto o están rompiendo esquemas en las costumbres asociadas al asueto, con arraigo tanto tradicional como *moderno*, y compatibilizando modelos y tendencias. La evolución en tiempo de crisis podrá, en todo caso, sostener o interrumpir un proceso como este

Para lo que hace a la cultura este apunte es bastante expresivo. Puesto que en el fondo se trata de generaciones con más opciones efectivas y menos ataduras prejuiciosas, la asistencia a salas de cine —en una tónica sobradamente anotada por la estadística cultural— acusa entre los andaluces todos los embates de la transición propuesta y del largo cambio operado en los últimos decenios. Sólo el 9% de los entrevistados dice ir con frecuencia al cine en su tiempo libre y un 40% dice no hacerlo nunca. El abandono de dicho hábito se ha producido en las edades maduras de 45 años en adelante, pero además también se acusa en las ciudades con más de cien mil habitantes en las que los asiduos no llegan al 12%, se sostienen merced a niveles más altos de formación y a partir del umbral de ingresos medios-altos.

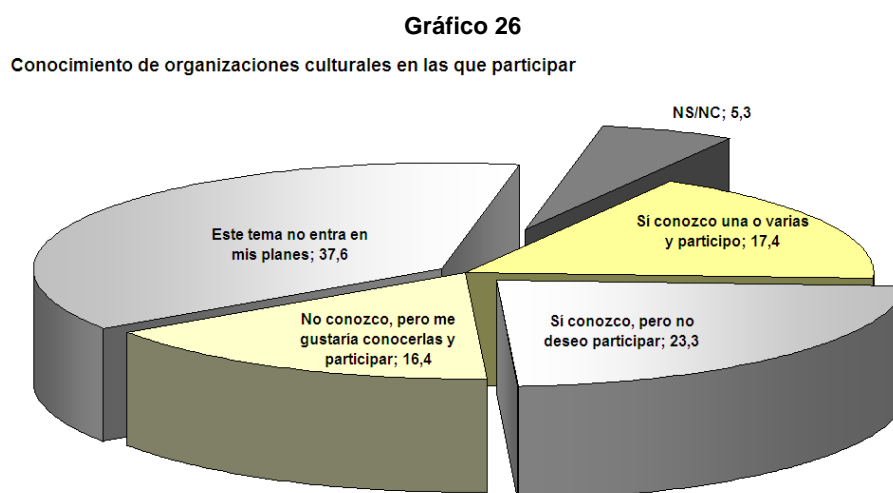
Como el reparto de las respuestas entre “nunca”, “a veces” y “con frecuencia” sólo se aproxima a un “25-50-25” en lo que hace a la opción “parque o zona pública de recreo”, y en ella máximos y mínimos aparecen repartidos en los diferentes grupos de edad²⁷. La transición de que hablamos no sería sólo de hábitos o uso, sino también de concepto o percepción del espacio para el ocio en el que *público* y *privado* tienden a confundirse o a intercambiarse, en línea con las reflexiones de Innerarity²⁸. El tiempo libre en Andalucía sigue teniendo lugar sobre todo en el domicilio o residencia particular y, como se ha visto antes, tiende a perder *contenido* cultural cuando aquel aumenta —en festivo o fin de semana—; tal contenido pierde también terreno en los *espacios públicos* que a efectos culturales son neutros —parques, etc.— o de expansión y consumo —centros comerciales—, pero también si son específicos del sector —las salas de cine— acusan un bajo nivel de preferencia. Entre la rutina y el ocio la diferencia la pone pues la vida social, la expansión en el círculo de amigos y parientes —con un perfil más acusado que en el conjunto español—, cada vez más la inmersión en el contexto del consumo como se ha visto, y también levemente la práctica de deportes o el paseo. Pero no desde

luego el acceso a la cultura o el refugio en ella, que se mantiene vigente sólo para aquel 18% o 19% que ciframos anteriormente.

4.3. Cultura y asociacionismo

En la estructura social andaluza de este arranque de siglo está comprobado un débil panorama asociacionista —aunque poco más que en el conjunto español— que pudiera afectar en mayor o menor grado al *capital social* de la región, y en el que destaca por su excepcionalidad la participación de los andaluces en hermandades y cofradías ligadas a la organización de desfiles procesionales y ciertas romerías o fiestas locales. El análisis cultural, en este sentido, no arroja sorpresa alguna. En primer término, el estudio demoscópico que nos ocupa señala que las actitudes positivas respecto al asociacionismo, sea por participación efectiva o por disposición favorable hacia él, están concentradas fundamentalmente en quienes se consideran persona “muy culta”; claro que tal grupo sólo alcanza al 1,7% de los entrevistados, y que la actitud positiva no llega en ningún caso (participar, o no participar pero desearlo) al 24% de esa minoría.

Por seguir con las actitudes positivas (Gráfico 26), digamos que llegan a sumar menos del 40% de las respuestas obtenidas, pero que quienes efectivamente pertenecen a alguna asociación de índole más o menos cultural sólo llegan al 17%. Son ligeramente más frecuentes en los grupos de edades intermedias —de vida laboral activa—, netamente en los niveles de formación más altos y también en los de ingresos medios-altos. Hay entonces en torno a un 60% de andaluces que se desentienden abierta o emboscadamente de cualquier participación en la cultura, entre los que casi un 38% se apunta a responder que “este tema no entra en sus planes”; y el perfil de estos últimos no es precisamente el contrario al de quienes se muestran mejor dispuestos. De entrada porque está repartido por todos los tramos de edad y, aunque predomina en niveles educativos y económicos bajos, no le faltan repuntes en los otros extremos de las escalas respectivas; y también porque está sobradamente presente entre quienes se consideran bastante o muy cultos.



Como avanzábamos, ninguna sorpresa. Sólo la participación en hermandades y cofradías de raigambre católica alcanzan casi el 17% de las respuestas positivas entre los entrevistados a la pregunta sobre su actividad asociativa. A continuación los andaluces declaran intervenir activamente en asociaciones de vecinos (12,2%), clubes socio-culturales (9,4%) y asociaciones culturales pertenecientes a alguna institución (7,3%), conformando un rango de asociacionismo en el que el componente cultural es secundario en el mejor de los casos.

La participación en organizaciones o grupos primordialmente culturales constituye un estrato inferior, casi anecdótico y desde luego minoritario. Las peñas —por medio de sus secciones o actividades genéricamente culturales— encabezan este grupo con un 5,1%, seguidas de agrupaciones musicales de diverso género, peñas específicamente flamencas y talleres de artesanía o similares que reúnen entre el 3,6% y el 3,1%, y cierran los grupos de teatro aficionado con el 1,7% de respuestas afirmativas. Son porcentajes que escasamente sustentan una función integradora, participativa o asociativa para la cultura, sea contemplada como recurso social o como sector de actividad.

Es preciso tener en cuenta que la participación en hermandades y cofradías en torno a la semana santa comporta desde sus orígenes contrarreformistas, y más expansivamente desde su *neo-popularización* a comienzos del siglo XX, una peculiar e intensa relación de sus miembros con el arte, las artesanías y ciertas destrezas ornamentales que, sin duda, obligan a considerar técnicamente esta vía de asociacionismo como articulación también cultural de la sociedad andaluza, más allá de su índole de *religiosidad popular* o estilo de idiosincrasia religiosa²⁹. Articulación cultural, claro está, ligada al manejo de la tradición en su componente ritual católico como en el de prácticas sociales y de ocio tan largamente enquistadas como adaptadas a sucesivas actualizaciones. Por ello merece la pena señalar que la participación cofrade es algo superior a la media andaluza en núcleos de cinco a veinte mil habitantes y en los mayores de cien mil, pero sobre todo entre los 18 y los 44 años, en las provincias Sevilla y Córdoba y entre la población letrada, desde quienes cursaron la primaria completa hasta los doctores. Con tratarse de porcentajes discretos, cabría hablar para este caso de dos patrones relativamente diferenciados.

Por lo demás la participación en torno a la música y al teatro —las dos propuestas más cerradas en torno a cultura en la encuesta— no permiten trazar perfil alguno, dada su escasa implantación. Quizá granadinos menores de 44 años y con estudios superiores pueden marcarse como los más involucrados en agrupaciones de música. Y quizá también granadinos de bachilleres en adelante los más dispuestos a emular a la Xirgu. La cultura, decididamente, no interviene de forma sustancial en la articulación de la sociedad andaluza; o al menos no en la medida que a veces se espera desde algunas instancias públicas o desde hipótesis entusiastas.

4.4. El *valor* de la cultura en Andalucía

Otro modo en el que la cultura afecta o interviene en la vida de los andaluces es más sutilmente grosero: su vida material, su economía. Es un modo sutil porque pertenecemos —como occidentales— a una civilización que mentalmente apuesta por una cultura espiritual, que muchas veces quiere decir además *barata*; pero es grosero porque cuanto incorporamos de esa misma cultura a nuestros estilos de vida modernizados tiene un coste, un precio, una materialidad a veces miserable pero que ha terminado por sintetizar su potencialidad de emblema para la movilidad social. La cultura es valiosa hoy día también porque tiene un *valor*.

4.4.1. La cultura y la economía, según los andaluces

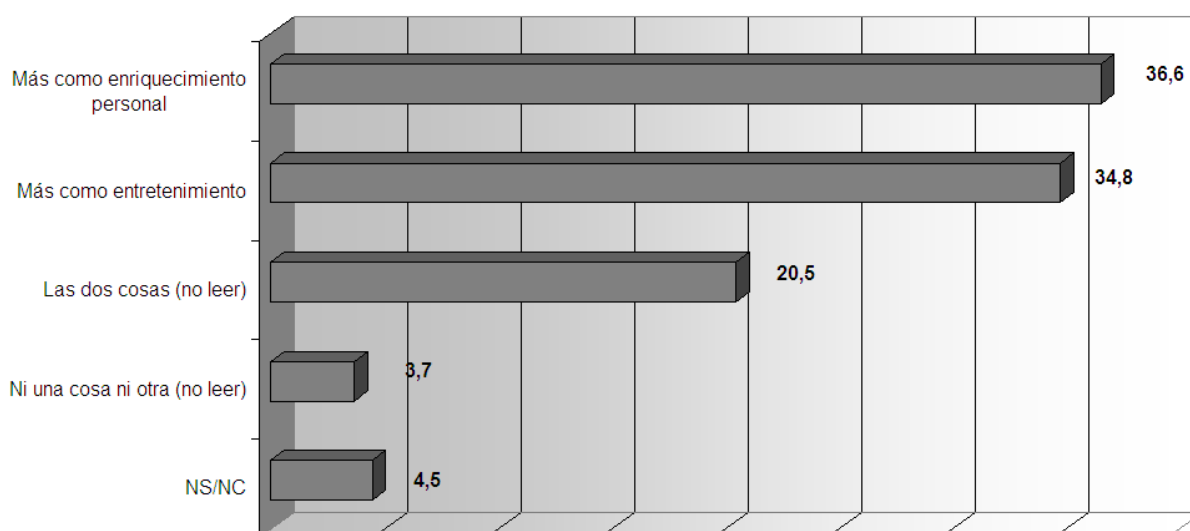
Los andaluces tienen una amplia convicción de que la cultura reporta beneficios económicos a su región, al punto de que el 67,5% responden que tales beneficios son bastantes cuando no muchos. Pero sobre todo la convicción se extiende al futuro, de modo que el 87% considera que esos beneficios probable o seguramente han de crecer el día de mañana. Esta visión tan positiva es más netamente urbana, de las ciudades con más de cien mil habitantes, más frecuente entre los 30 y 44 años, tiende a generalizarse conforme aumentan los ingresos mensuales y especialmente con el mayor grado de formación.

Ahora bien, como buenos occidentales llegando desde el desarrollo y el bienestar, los andaluces afirman mayoritariamente (62%) que las actividades culturales deberían ser gratuitas. Y lo afirman especialmente en ciudades de más de cien mil habitantes aunque, eso sí, marcadamente si su nivel de estudios es nulo o bajo, los ingresos también son bajos y con mayor frecuencia después de cumplir los 45 años. Los menores de 44 años destacan por tomar en mayor consideración que deberíamos pagar una parte de los costes de la cultura, una opción que aumenta ostensiblemente con la formación de los entrevistados y que también está más presente entre quienes se encuentran estudiando.

Pero hay más. Prácticamente el 80% de las respuestas coinciden en que la creación y promoción culturales deberían contar *siempre* con el apoyo estatal. En este estado de opinión cuentan menos los ingresos y el grado de formación, pero siguen destacando las grandes ciudades y —lo que es más significativo— los jóvenes entre 18 y 29 años. Si utilizamos una lógica relativamente elemental, todo esto quiere decir que los andaluces confían en el valor económico de la cultura pero que, lejos de contemplarla emplazada en el mercado y en términos competitivos, confían también en que la iniciativa pública sea la que inyecte recursos en el sector en tanto que ellos habrán de disfrutarla al menor coste personal posible. No creemos que, al menos en otras regiones españolas y bastantes europeas, la opinión mayoritaria fuera muy distinta.

Había que preguntarse entonces por dos variables complementarias: el valor subjetivo, personal, de la cultura para la población andaluza por un lado, y la percepción del gasto, también personal, en cultura en cuanto consumidores de contenidos. Hay un equilibrio general a la hora de considerar la cultura como enriquecimiento personal o sencillamente como fuente de entretenimiento (Gráfico 27), completado por un 20% de andaluces que la perciben como ambas cosas a la vez. Pero ese equilibrio encierra rasgos de interés que ayudan a contextualizar en Andalucía la relación de sus ciudadanos con la materialidad del sector cultural. El enriquecimiento personal, por ejemplo, es más valorado (hasta 10 y 12 puntos porcentuales) por las generaciones activas entre los 30 y los 59 años siguiendo la pauta de consenso cultural *primario* que se comentó, en tanto que el entretenimiento denota la pauta alternativa del consenso *secundario* con jóvenes y mayores aportando porcentajes claramente más altos (también 10 o 12 puntos por arriba).

Gráfico 27
La cultura personalmente le beneficia...

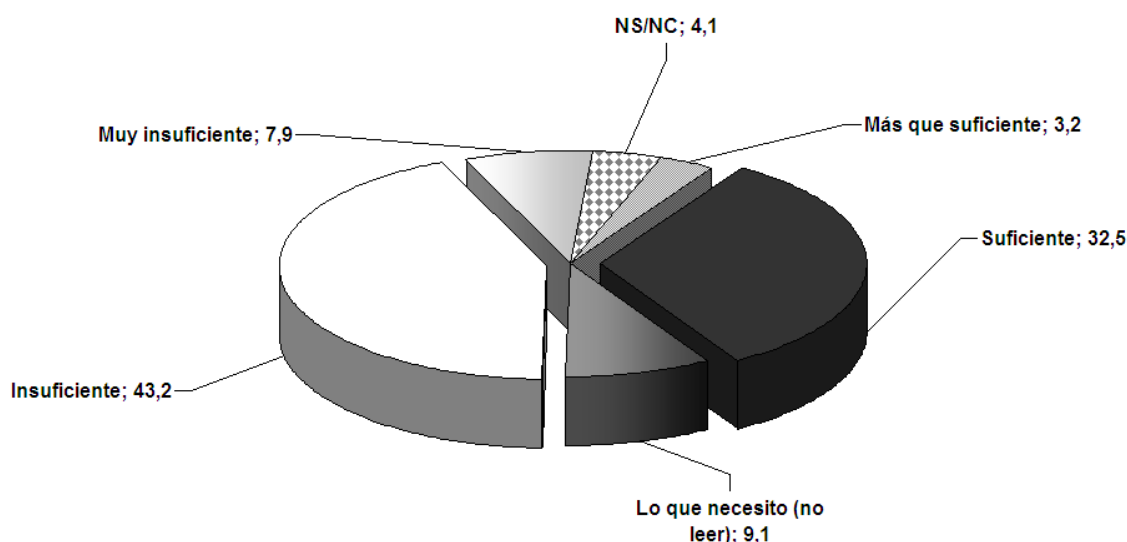


Es importante esa diferencia, dentro del equilibrio, ya que en gran medida cabe asignar connotaciones modernas de fines del XX a la primacía del enriquecimiento personal como beneficio de la cultura, así como connotaciones más *posmodernas* a la valoración del entretenimiento y, más seguramente, a la combinación de ambas. Desde luego lo que puede tomarse por cierto es que la tendencia a valorar el entretenimiento como resultado o beneficio cultural relevante —que en el caso andaluz supondría el 55,2% de las respuestas, sumadas “como entretenimiento” y “las dos cosas”— pone en relación con lo que llamamos una cultura *actual* que incorpora procesos de fines del siglo XX, queramos asignarle o no la etiqueta posmoderna³⁰.

A nuestros efectos, tanto la primacía del enriquecimiento personal como la del entretenimiento conviene encuadrarlas en posiciones actualizadas, contemporáneas, de una sociedad concreta como la andaluza frente a la oferta de contenidos cada vez más industrializada. Sólo que interesa llamar la atención sobre el hecho de que, por ejemplo, los varones opten un 6% más por valorar la cultura como entretenimiento —quizá como síntoma de distanciamiento fragmentario, posmoderno, ante *lo cultural*—, y que las mujeres opten otro 6% más por el enriquecimiento personal —tal vez síntoma de mayor personalización de los contenidos—. Las estrategias editoriales, también por ejemplo, que conocemos hace una década no irían muy desencaminadas conforme a este rasgo, de momento *andaluz*.

Gráfico 28

Gasto personal en productos y actividades culturales



Entonces la ponderación del gasto personal en cultura podría añadir luz acerca de la conformidad o satisfacción de los andaluces con el papel del sector en su vida material. Pero no arroja luz. La percepción del gasto en cultura (Gráfico 28) no se aparta de otra sobre la capacidad de gasto o consumo en general, pues la pauta la marcan los niveles de ingresos mensuales y formación de manera neta, concisa, para desembocar en un 51,2% de andaluces que lo consideran insuficiente o muy insuficiente. Los varones, ciertamente, parecen algo más conformes que las mujeres. Pueden marcarse algún grado de mayor insatisfacción tanto con ingresos muy bajos como en los medios-altos, o cierto tono de conformidad en los tramos medios. También pueden anotarse diferencias relativamente acentuadas entre las provincias de Huelva (menos quejosa) y Cádiz o Málaga, o comprobar que se declara a la vez más gasto suficiente e insuficiente en los núcleos mayores de cien mil habitantes. Pero la cultura no parece, a la postre, un referente de nuestra capacidad de gasto personal, como ratifica la uniformidad de opinión al respecto entre los distintos grupos de edad.

4.4.2. Reconocimiento de un sector

Naturalmente es difícil obtener conclusiones rotundas si, de momento, no podemos asociar valor y satisfacción material proporcionados por la cultura a expresiones concretas de ésta: conciertos o libros, o espectáculos o sesiones de cine. No cabe pronunciarse por limitación demoscópica, pero tampoco porque como ya se ha adelantado es diferente la percepción de cultura como idea de la cultura como sector de actividad —cosa que demoscópicamente sí se comprueba—, y ello debido a la débil identificación de la segunda perspectiva. El acercamiento que tenemos a esta débil identificación se centra en la consulta sobre el conocimiento de algún taller, grupo, institución o artista cuya actividad sea innovadora, es decir, si el entrevistado identifica en su entorno alguna parcela concreta del sector cultural; el resultado de conjunto es que el 83% de los andaluces no conoce, o no identifica, actividades de ese tipo.

La mayor identificación de actividad cultural tiene lugar en poblaciones entre cinco y veinte mil habitantes (el 21%), especialmente en los niveles de formación más altos —del 24% al 38% entre los universitarios medios y superiores—, así como en los grupos de edad de la vida activa. Los ingresos mensuales, aunque intervienen elevando ese conocimiento conforme crecen, arrojan una influencia menos regular. Como quiera que sea, las actividades que concitan más claramente la identificación son las artes plásticas y la música (25,6% y 24,3% respectivamente de las respuestas positivas, que representan el 4,1% y 3,9% de la muestra) y las que menos el audiovisual, la arquitectura, las relacionadas con fiestas y tradiciones y la literatura. Nos parece, cualquiera que sea la crítica a estos datos, que componen un neto indicador de debilidad en el reconocimiento del sector cultural³¹.

Dado que el nivel de error de la muestra utilizada es de $\pm 1,73\%$, en la identificación de actividades por segmentos culturales sólo cabe tomar por válida las que se refieren a artes plásticas (4,1%), música y danza (3,9%), artesanías (2,8%) y artes escénicas (2,1%), y aún así con todas las reservas. Sobre esa base, el segmento de artes plásticas es algo más conocido en poblaciones de veinte a cien mil habitantes y en la provincia de Córdoba, por quienes están entre los 45 y 59 años; es significativo que sea identificado de forma pareja en toda la escala de niveles de formación, cosa que no sucede con ningún otro segmento cultural.

Las compañías o grupos de música y danza por su parte las localizan mejor los más jóvenes con niveles medios y técnicos de formación, especialmente en ciudades de más de cien mil habitantes, aunque es en las provincias de Huelva y Cádiz donde alcanza mayor frecuencia. Los talleres o empresas de artesanía son mejor conocidos en Jaén y preferentemente por niveles educativos bajos o medios. Y las iniciativas de artes escénicas las identifican más entre los 45 y 59 años, algo más en Huelva y en núcleos de población pequeños. Todo ello conforme a porcentajes, hay que insistir, característicamente bajos.

Si en algún ensayo, estudio u opinión se ha considerado que el conocimiento del sector cultural entre los ciudadanos viene determinado por los eventos o espectáculos puntuales, a partir de su trascendencia mediática o publicitaria, y en función de su relevancia local, este estudio de Andalucía viene también a sembrar serias dudas al respecto. Prácticamente el 75% de los encuestados no recuerda ningún acontecimiento cultural —con participación internacional, se especificaba— en su localidad o provincia que hubiera tenido lugar en el último año.

Entre el 20,3% de quienes sí dijeron recordar, el mayor número de referencias fue para acontecimientos no relacionados con la cultura (13,3%); a continuación los más citados son el festival de música y danza en la Alhambra (4,5%), un concierto de los Rolling Stones —que, por cierto, no llegó a celebrarse— (3,4%), los festivales de cine en Málaga (3,5%) y Huelva (2%), la feria de Sevilla (3,4%), el festival de la guitarra cordobés (2,3%) y la pugna de la Alhambra por ser maravilla mundial (1,6%). El resto de eventos aludidos, absolutamente disperso, suma un 42% del total de 658 respuestas válidas. Lo que quiere decir que nos movemos con porcentajes entre el 0,7 y el 0,9 del total de la muestra para los eventos más citados, del 2,7% para los no relacionados con cultura y del 8,5% para el conjunto de casuística local.

Como para otras cuestiones y variables anteriormente tratadas, es muy probable que los resultados de una consulta así no fueran muy distintos en otras latitudes y conjuntos sociales. El sector cultural cuenta con un precario *reconocimiento* socio-económico sea por la relación material entre sus productos y las personas, por la valoración dineraria y laboral de las actividades que comporta o por la impronta dejada por sus acontecimientos que consideramos más o menos excepcionales. Las respuestas de los andaluces en 2008 dejan esta reflexión descarnada en todos sus extremos. E invitan a otra: cuanto creemos saber de hábitos, consumo y disfrute en torno a lo que produce el sector cultural se refiere a una parcela muy limitada de las economías y sociedades contemporáneas, cuyos avances o retrocesos seguramente han de ser volátiles durante mucho tiempo todavía. Y volátiles no sólo en función del *gusto* o la *moda* sino estructuralmente de su debilidad y dependencia económicas.

5. LOS ANDALUCES Y LA CULTURA. IV: RASGOS TERRITORIALES

Si se está tentado de “localizar” variaciones o desviaciones en la opinión andaluza sobre la cultura que pudieran tratarse como focos de diferenciación territorial, lo que se encuentra son sencillamente tímidas graduaciones hacia una u otra percepción de la cultura. Las variaciones entre unas y otras provincias, apreciables en todo caso, pueden coincidir con diferencias de desarrollo socio-económico y/o con distintas velocidades históricas, pero en ningún caso permiten pensar en *islas*, fronteras o *sub-regiones* de la cultura en Andalucía. Esa es la razón por la que en las páginas que anteceden han sido escasas las alusiones a rasgos provinciales en el análisis, ya que ante una inquietud de ese porte el conjunto muestra más claramente su carácter tal vez *posmoderno*, con síntomas de sociedad *actual*, por encima de una posible “comarcalización” interna. Es más, por todo lo visto hasta aquí, la encuesta muestra a la opinión andaluza más imbricada en un contexto cultural español que integrada por una hipotética suma de localismos.

Dicho lo anterior, no sobra un repaso a los datos provinciales, como complemento e incluso remate del estudio. Por ejemplo, en el conjunto regional los “picos” del que hemos llamado consenso cultural primario aparecen en las provincias de Sevilla y Jaén³². En la segunda, por cierto, cabe observar de manera general que son más frecuentes los apoyos más *entusiastas* a cuantas propuestas contenía la consulta. Es preciso destacar en cualquier caso que la valoración de los diferentes paradigmas propuestos como integrantes de la cultura no presenta diferencias reseñables en cuanto a respaldo o implantación provincial. Sólo cabría, comparados los ocho *rankings* resultantes, observar matices de escasa significación a mi juicio, como que Córdoba y Jaén parecen ser las más taurinas, que en Almería se concede más crédito cultural a internet, o que Jaén y Sevilla valoran algo más los viajes y deportes como componentes de la cultura. En cualquier caso es importante apostillar que tales matices se detectan en los paradigmas con menor respaldo, ya que en los integrantes del consenso primario la tónica es el equilibrio inter-provincial.

Por apuntar otro rasgo puede señalarse que, a propuestas cerradas, Málaga resulta ser la provincia menos *típica* al conformar una idea de cultura, por cuanto baja su grado de relación entre cultura y formación (52%) y porque destaca en la identificación de la “ciudadanía” como cultura (el 11,6% frente al 4,5% de media en primera respuesta). O que Cádiz, por su lado, presenta resultados en la media andaluza en esos planos conceptuales, pero que en conjunto presenta el perfil más *escéptico* y aun crítico del conjunto regional en cuanto se trata de valorar situaciones y concreciones de la cultura, su oferta o aprecio. Ambos casos provinciales pudieran servir para tomar en consideración una lógica existencia de matices diferenciadores, pero también para advertir pequeñas contradicciones con relativo alcance en un conjunto territorial sin brechas llamativas.

A la vez es posible comprobar sin embargo, que espontáneamente definida por los entrevistados, la cultura tiene menos de “formación” en Cádiz, Córdoba y Huelva con respecto a la media regional; y pudiera igualmente tomarse como síntoma que en Cádiz y Huelva las respuestas “no sabe” a esa misma invitación espontánea reúnan porcentajes especialmente altos. En Almería, Córdoba y Málaga, por su parte, aparecen más asociaciones a valores y actitudes sociales. Y sólo en las provincias de Córdoba y especialmente en Almería se aprecia una distribución relativamente más equilibrada entre grupos de conceptos espontáneamente aplicados a la idea de cultura, con porcentajes que superan siempre en cada caso el 10%.

En esas respuestas espontáneas aparece ya, en general, la baja relación de la cultura con el ocio, con el consumo de cultura, que en primera opción sólo alcanza un 4,8% y el 8,8% en el total. Sobre ese referente, caben señalarse los leves repuntes en Córdoba y Almería otra vez y, más leve aún, en poblaciones de menos de 5.000 habitantes. Por su lado, la asociación de cultura con tradición, costumbres, creencias, de nuevo presenta a Almería y Córdoba dando porcentajes ligeramente más altos; en tanto que es desviadamente baja tal asociación en la provincia de Cádiz (el 4,8% acumulado en multirrespuesta).

Como se dijo en su momento, tres de cada cuatro andaluces aseguran que su nivel cultural es mayor o mucho mayor que el que tienen o tuvieron sus padres. Pues bien, al respecto esa percepción tiende a repuntar en Córdoba y Jaén y se atempera en Almería. En cuanto a la mejora general del nivel cultural de Andalucía en los últimos quince o veinte años las variaciones provinciales son más apreciables y habría que relacionarlas con una diversidad de ritmos territoriales en los que economía, institucionalización o transformación social apuntalan en mayor o menor medida una visión satisfecha o no de la evolución cultural. Almería —que daba al respecto una diferencia generacional más moderada— encabeza con Sevilla la valoración positiva de la evolución cultural andaluza en los años recientes (en torno al 65% de bastante o mucha mejora), seguidas por Córdoba y Huelva (en torno al 60%), con Málaga en un terreno intermedio (55%) y previo a las provincias en que esa opinión tiende a decaer: Jaén (46%), Granada (44%) y singularmente Cádiz (42%). Los veinte puntos de diferencia entre los extremos invitan a considerar que algo más que hipotéticos componentes psico-sociales, o idiosincrásicos, intervienen en las diferencias.

Pero hay que insistir en que las variaciones no se presentan armónicamente en los distintos cortes temáticos ya que, por ejemplo, Jaén, Córdoba y Sevilla son las provincias que mayor reconocimiento hacen de una cultura andaluza, así como Málaga y Granada las que menos. O que el más significado rechazo de fiestas y flamenco como definidores andaluces se produce en Cádiz, seguida de Córdoba, las mismas provincias en las que aparece un sentido de universalidad cultural de la región ligeramente más pronunciado. Estos perfiles, obviamente, disuaden de cualquier compartimentación sistemática que quiera buscarse al conjunto regional.

A la hora de poner “nombres” a la cultura andaluza dejamos sin apuntar que según la variable de análisis que se emplee oscila la aparición de tres o cuatro personajes vivos en los listados de los más citados. Esto en el *ranking* general, ya que si se discrimina por provincias además de variar el conjunto, los vivos oscilan entre cuatro (en Cádiz, Córdoba, Jaén y Sevilla), cinco (en Granada Huelva y Málaga) y aun los seis de Almería. Como sea, se trata de un rasgo que invita a ratificar el carácter *actual* de la cultura andaluza que se ha indicado en varias ocasiones. Ese análisis provincial proporciona, además, las pautas locales comprensibles: Rafael Alberti es el preferido en Cádiz, Juan Ramón Jiménez en Huelva, Picasso cosecha su mayor número de nominaciones en Málaga y Antonio Gala se sitúa en el segundo puesto, tras Lorca, en Córdoba.

En realidad sucede que cada provincia aúpa un nombre hacia esa clasificación de 15 primeros que presentamos en su momento, a partir de sendas listas de los mencionados en primera respuesta³³. Almería, por ejemplo, empuja la presencia final de David Bisbal, pero en su propia lista de quince incluye también a Manolo Escobar y Nicolás Salmerón. En Cádiz aparecen Paco de Lucía y Pemán en los puestos 8º y 9º respectivamente. Córdoba, junto al ya citado Gala, hace escalar posiciones a Julio Romero de Torres y a Séneca. Granada hace lo propio con Carlos Cano, y Sevilla hace que aparezcan Curro Romero y Bartolomé Esteban Murillo y eso que es, junto con Jaén, la de resultados más inter-provincialmente *abiertos*. Por cierto que, en las sumas de estos resultados provinciales de primeras respuestas, Paco de Lucía le *roba* el 15º lugar a Bisbal; y también aparece Felipe González en Granada (15º) y en Málaga (13º).

En la percepción del cambio de la cultura en Andalucía en los últimos años, la actitud positiva más neta se aprecia en provincias como Sevilla, Almería, Jaén y Córdoba, por ese orden, en tanto que la posición más crítica la ostenta con diferencia la provincia de Granada con un 25% de percepción negativa. Pero en lo que hace a la comparación cultural con España los resultados menos alentadores los proporciona la provincia de Málaga, que cede el lugar a la de Sevilla si se trata de compararse con la Unión Europea. Con todo, en Jaén, Almería y Córdoba quienes estiman más o mucho más alto el nivel cultural de Andalucía respecto de la U.E. llegan a sumar cuatro y cinco puntos por encima de la media; y en Cádiz suman cinco puntos más los que creen eso mismo con respecto del conjunto español.

Si se pregunta por la valoración desde fuera, a escala nacional, son los cordobeses los que perciben mejor recepción de la cultura andaluza y los malagueños quienes peor creen que se la valora (un 26% opina que negativa o muy negativamente). Y si se trata de la opinión en el extranjero, los sevillanos expresan el mayor grado de entusiasmo (casi 83%) y otra vez en Málaga aportan el peor porcentaje de opiniones negativas, aunque no llegue al 13%.

Con respecto a los recursos de información, Granada es la provincia en que más frecuentemente se recurre a la prensa diaria para saber qué pasa en la cultura, en tanto que Jaén y Sevilla muestran

más apego por el tubo catódico —en vías de extinción, por cierto—. Aparte, el único rasgo que merece la pena destacar es que las provincias con mayores porcentajes de satisfacción al respecto, Jaén (61,3%) y Almería (59,2%), son las que menos declaran recurrir a la prensa diaria (25,9% y 28,6% respectivamente) así como las que también menos, muy levemente, emplean internet. El rasgo viene a coincidir con los datos aportados por B.Díaz Nosty en los que Jaén y Almería presentaban los índices de difusión provincial más bajos entre 1991 y 2000³⁴, y a presentar otra faceta más de la *paradoja de la satisfacción* a tener en cuenta en el análisis cultural de Andalucía. Otra vez Jaén y Almería, pero ahora acompañadas por Málaga, forman el grupo de cabeza a la hora de valorar bien o muy bien la contribución de los medios de comunicación a la cultura; un aspecto en el que las opiniones críticas o simplemente templadas hay que asociarlas, aquí sí claramente, a la vida en ciudades grandes y, sobre todo, a los niveles más altos de formación.

En cuanto a percepciones genéricas, vaya por delante que las provincias de Granada y Sevilla destacan en entusiasmo por la cultura (“mucho interés” por ella) con seis y cinco puntos por encima de la media, y que en el otro extremo aparece Huelva con diez puntos por debajo. Por su lado, la percepción de la cultura como generadora de beneficios económicos, dentro del marco general de optimismo, parece tener su epicentro demoscópico en la provincia de Sevilla y proyectar sus efectos hacia Jaén y Córdoba, hasta decaer a la moderación en Cádiz. También Sevilla y Córdoba presentan los porcentajes más altos de identificación de actividad cultural, con algo más del 23% de respuestas positivas en cada caso. Pero eso desde una óptica genérica, ya que en el uso concreto de recursos culturales existen las variaciones provinciales, y más si distinguimos entre el uso durante la semana y los días de asueto y entre los diferentes recursos a la hora de consumir contenidos en el tiempo libre.

Durante la semana laboral las provincias con mayor consumo de televisión son Jaén, Sevilla y Almería, en tanto Granada es la de índice más bajo. En los festivos donde menos decae es en Sevilla, Cádiz y Huelva y donde más en Granada Málaga y Almería. En cuanto a la práctica de la lectura Málaga y Granada en días laborables y Córdoba y Granada en los feriados presentan ciertos repuntes —en todo caso poco significativos (2 o 3 puntos por encima de la media)—, siendo Sevilla en los laborables y Málaga y Cádiz en días de fiesta las provincias con porcentajes más bajos, también con diferencias leves. Dado que estamos hablando de medias regionales del 7,6% y 7%, pese a lo escaso de las diferencias no está de más tenerlas en cuenta.

En cuanto a la música, aparte de la dificultad de conocer el parque de soportes de disposición doméstica o personal, los onubenses parecen los más melómanos entre semana y, cuando ésta acaba o es festivo, comparten esa condición con cordobeses y sevillanos aunque con bajadas significativas de hasta siete puntos. Y en otro orden de usos, Granada, Málaga y Cádiz son, con diferencias desde luego mínimas, las provincias que mantienen índices más altos de juego con el ordenador cualquiera que sea el tipo de día considerado.

Aunque hasta ahora se ha observado la emergencia de los centros comerciales como fenómeno propio de las conurbaciones, en Andalucía muestra síntomas de avanzar hacia núcleos de tamaño medio así como de estar implantándose —el hábito, que no el modelo en su conjunto— entre residentes de localidades por debajo de los cinco mil habitantes. En todo caso, no puede decirse que la irrupción del centro comercial como espacio para el tiempo libre tenga en Andalucía correspondencias entre disponibilidad de oferta e implantación del hábito.

Si tomamos las respuestas “a veces” y “con frecuencia” obtenemos un *ranking* provincial muy distinto del que resulta de la *ratio* de centros comerciales (grandes superficies) por cien mil habitantes. El primero de esos *rankings* muestra una diferencia clara entre provincias “costeras” con Almería y Cádiz a la cabeza —en que las sumas de porcentajes de uso más o menos frecuente van del 75% al 86%—, e “interiores” como Jaén, Granada y Córdoba donde bajan del 68% al 60%. Sin embargo el segundo *ranking* de disponibilidad de grandes superficies presenta dos grupos escalonados: Cádiz, Córdoba, Sevilla y Málaga (con *ratios* altas de 2.15, 1.89, 1.46 y 1.45 respectivamente) a la cabeza, y otro de Huelva y Almería, Granada y Jaén con menor oferta (1.0, 0.77, 0.67 y 0.6)³⁵. La *ratio* de disponibilidad de estos centros comerciales, entonces, no parece estar siendo *decisiva* para la aparición de nuevos hábitos culturales sino, simplemente, la condición imprescindible en un proceso de cambio más amplio al que el sector cultural se adapta paulatinamente.

Por último, y como se ha analizado antes, la encuesta que nos ocupa viene a ratificar el bajo nivel participativo de la sociedad andaluza. De hecho más del 66% de los andaluces se reconoce poco o nada activo en materia de temas culturales. La minoría que se considera “muy activa” (que no llega al 6%) parece concentrarse especialmente en la provincia de Córdoba, en poblaciones de cinco a veinte mil habitantes o con más de cien mil, entre quienes están por debajo de 44 años y preferentemente con estudios universitarios superiores. Hay cierta relación, pero sólo cierta, con la auto-evaluación que se hace del nivel cultural, pues cabe añadir que las poblaciones mayores de cien mil habitantes de las provincias de Granada, Córdoba, Sevilla y Málaga son en las que menudea la consideración de ser bastante o muy culto, y siempre con perfiles muy similares a los marcados para el grado de actividad ya indicados.

Con todo lo apuntado es preciso volver al principio: no puede hablarse de territorios diferenciados en el conjunto andaluz, con respecto a la cultura y sobre la base de la opinión consultada. Si se observa atentamente, hay que concluir además en que las leves diferencias provinciales son, o se presentan, contradictorias. No es razonable apuntar que alguna o algunas provincias sean más escépticas respecto a la cultura ni que otras desputen por un entusiasmo entregado. En todo caso el análisis territorial puede poner sobre aviso de un fenómeno lógico: cuanta mayor y más cercana es la oferta de cultura, los ciudadanos estamos en condiciones de desarrollar mayor sentido crítico respecto a ella, y viceversa. Este *fenómeno* se aprecia o se vislumbra en la opinión provincialmente observada, en el análisis por tamaños de población y en el cruce de datos entre satisfacción, cercanía y uso de

las infraestructuras disponibles. Cabe meditar que tal efecto se produce en cualquier contexto sectorial básicamente adscrito a la función y el espacio públicos —educativo, sanitario, asistencial—, y especialmente en la medida en que no sean objeto de singular atención mediática.

Notas en el texto

¹ Salvador Giner, "Civilización" en *Claves de razón práctica*, nº 180 (2008), p.36. Se refiere al modelo que equipara civilización y "país civilizado", al que se llega a través de un proceso evolutivo histórico; el país —la sociedad— se percibe culto, tolerante, avanzado, respetuoso con leyes democráticas y en el que, sobre todo, predomina el civismo. Es modelo "anterior", señala Giner, al *estructural* que trasciende en sistemas institucionales complejos y al *moderno* de difusos y, con frecuencia, pesimistas horizontes.

² Daniel Innerarity, «La otra desaceleración», *El País*, 16-9-08.

³ Es la conclusión a que llega Eduardo Bericat al final de su ensayo "Valores tradicionales modernos y posmodernos en la sociedad andaluza", en *La sociedad andaluza (2000)*, coord. por E.Moyano y M.Pérez Yruela (¿Córdoba?, 2000. IESA).

⁴ Los Gráficos 82 y 83 representan los perfiles de mayor y menor respaldo a la propuesta "Artes escénicas" (que incluía, especificándolo, teatro, danza, cine y música); son característicos o representativos de lo que señalamos en el texto respecto al conjunto de paradigmas incluidos en el consenso primario.

⁵ A.Rodríguez Morató, "Cambios culturales en la modernidad avanzada: de la cultura de masas a la sociedad de la cultura" en *Escritos sociológicos. En homenaje a Salvador Giner* (Madrid, 2007; CIS), pág. 219.

⁶ Esto es fácil de apoyar con el análisis referido al tiempo libre; véanse los Gráficos 130, 132 y 133.

⁷ Véase la nota 4.

⁸ Estudio 2681 del CIS, de marzo de 2007.

⁹ Las respuestas referidas a formación o educación suponen idéntico porcentaje en el total de multirrespuesta que al hacer la consulta con pregunta cerrada (el 58%), pero como primer significado de cultura se queda en un 49,7%, y como segundo y tercero ya no ocupa el primer lugar.

¹⁰ El empleo que venimos haciendo de "modernidad" y "posmodernidad" es fundamentalmente referencial y alejado de cualquier sutileza o debate. Entendemos que la "modernidad" remite al proceso cultural que habría culminado entre la década de los cincuenta y fines de los ochenta del pasado siglo —tras evolucionar desde fines del XVIII— y cuyo "cierre", efectivamente, para España hay que situarlo siquiera a mediados o fines de los sesenta; el eje de referencia de ese período final creemos que fue la llamada "generación del 68". La "posmodernidad" por su parte la entendemos genéricamente como la crisis intelectual y cultural de la modernidad misma, nacida en torno a la caída del Muro de Berlín, que según qué opiniones probablemente esté dejando de alcanzarnos, y centrada en la agudización de las perspectivas individualistas y la fragmentación de los grandes paradigmas, con la cultura a la cabeza. Conocida la extensión de los debates al respecto, sólo pretendemos, como se decía, tomar ambos conceptos como referentes de los procesos socio-culturales que llegan hasta nuestros días. Como introducción a estos conceptos, véase el *Diccionario de Sociología* editado por S.Giner, E.Lamo de Espinosa y C.Torres (Madrid, 2006. 2ª ed.; Alianza Editorial). Para el debate cultural, en P.A.Vives, *Glosario crítico de gestión cultural* (Granada, 2007; Ed.Comares).

¹¹ Ronald Inglehart, en su intervención en el Foro 2004, ponía en seria duda que nos encaminemos hacia una "aldeja global" debido justamente a la persistencia de la cultura en las sociedades actuales (véase R.Inglehart, *Modernización y posmodernización*, Madrid, 1999, CIS; y www.barcelona2004.org/esp). En el caso de la cultura andaluza, hay un breve tratamiento de estas características del cambio por E.Moyano y F.E.Garrido, "La sociedad rural en Andalucía", en *La sociedad andaluza (2000)*, op.cit., págs. 306-307.

¹² Manuel Pérez Yruela, "Para una nueva teoría de Andalucía" en *La sociedad andaluza (2000)*, op.cit., págs. 31 y ss.

¹³ Para España, P.A.Vives, "Cultura por ahora" en *Texturas*, 3 (2007), pág.42 y 43. También es común que se conceda más valor a la cultura en la Unión Europea, por ejemplo, que a la que tiene lugar en España.

¹⁴ Más adelante se verá que este corte o gap en torno a los 40 años puede responder a un síntoma de cambio en la percepción cultural asentado en la transformación de la memoria.

¹⁵ María Zambrano, por ejemplo, aparece en el lugar 41º en la lista de respuestas de las mujeres y en el 137º en la masculina; semejantes son los casos de Sara Baras (29º y 78º), o Concha Piquer (38º y 169º); lo mismo sucede, claro, con las más nombradas Rocío Jurado (9º y 14º), Lola Flores (11º y 22º) e Isabel Pantoja (14º y 114º). Una sola excepción: la cantaora Carmen Linares figura en el lugar 168º de las nominaciones por mujeres y escala al 102º entre los varones.

¹⁶ Me refiero a la pregunta número 3 del cuestionario, en la que se consultaba el grado de relación (ninguno, poco, bastante o mucho) con la cultura de distintas "cosas" como internet, las procesiones, los viajes, la ciencia, etc., así como otros paradigmas agrupados: "literatura, pintura, escultura", o "música, teatro, cine, danza" bajo el epígrafe genérico de "artes escénicas". La razón de aislar o agrupar paradigmas, junto con la de no hacer demasiado extensa la pregunta, era proporcionar mayor espacio de atención a aquellos hipotéticamente menos "culturales" y a manifestaciones habitualmente desplazadas de criterios de "alta cultura", con el fin de proponer un abanico suficientemente diverso a cada entrevistado.

¹⁷ Ver las series de gráficos 42 a 52 para observar el escalonamiento de porcentajes de los diferentes paradigmas a nivel provincial, así como los gráficos 54 a 57 para constatar la regularidad de relevancia del flamenco en los distintos tamaños de hábitat.

¹⁸ La síntesis de ese debate estaba ya en Arcadio de Larrea, "La canción andaluza y el flamenco", *Los andaluces* (Madrid, 1980; Ed.Istmo), págs. 441 y 442 especialmente.

¹⁹ La misma tendencia se observa con respecto a los toros, la televisión y los videojuegos, pero con porcentajes rotundamente más bajos, por lo que no parece razonable incluirlos como elementos de consenso.

²⁰ El concepto de *desarrollo cultural* no cuenta con una acotación precisa. Por nuestra parte hemos propuesto definirlo así: «Toda acción organizada para generar un cambio en la estructura de conocimiento de un grupo o sociedad concretos; el cambio sólo será verificable si se produce coetáneamente a la obtención de un grado mayor de libertad para acceder y utilizar el conocimiento; esa libertad sólo puede sustentarse en recursos materiales y en normas de convivencia que hayan eliminado barreras entre las personas y las ideas. Si no se puede verificar un avance en las libertades materiales y cívicas, podremos hablar de *crecimiento cultural* (de las infraestructuras, de la oferta, de las actuaciones, etc.), pero no de *desarrollo*». P.A.Vives, (2008), *Bajo el signo de Narciso. Conocimiento, cultura y entusiasmo*. Valencia; Diputación de Valencia.

²¹ Respecto a las revistas, la encuesta no distinguía —porque hubiera sido complicar la consulta— entre generalistas y culturales, por lo que aquí no podemos sino suponer que las culturales están de algún modo incluidas en la percepción de algunos entrevistados. Sólo cabe decir que, a la vista de los resultados, suponen el peor, o más débil, recurso de información cultural, según los andaluces.

²² Las series proceden del CIS, estudios 2.310, 2.446, 2.617, 2653 y 2.730.

²³ Habíamos advertido y comentado la tendencia en P.A.Vives (2007), "América Latina en la mentalidad española", *Nombres Propios. Fundación Carolina 2006*. Madrid. F.Carolina.

²⁴ Según esto, los hábitos culturales cotidianos de lectura y audición musical principalmente, entendidos como *refugio* frente a las rutinas diarias tendrían menor vigencia en Andalucía de lo que el análisis de los estudios del CIS (2280 de marzo de 1998, 2478 de febrero de 2003 y el ya citado 2681 de marzo de 2007) nos había parecido a escala nacional en P.A.Vives, "Cultura por ahora", op.cit., págs.37 y 38.

²⁵ A este proceso se refería ya Joaquín Susino Argucias en "La sociedad urbana en Andalucía" en *La sociedad andaluza (2000)*, op.cit., especialmente págs. 377 a 382.

²⁶ Casi el 50% de los comprendidos entre 18 y 44 años declaran utilizar un centro comercial en su tiempo libre; el mayor contingente, un 27,8%, están entre los 18 y los 29 años.

²⁷ El máximo de "nunca" lo aportan los mayores de 60 años (42%), el de "a veces" los más jóvenes (56%), el de "con frecuencia" los comprendidos entre 30 y 44 años (32,7%); los totales, por cierto, son respectivamente del 25,6%, 50,3% y 23,7%.

²⁸ Daniel Innerarity, *El nuevo espacio público* (2006). Madrid; Espasa-Calpe. Especialmente por lo expuesto en los capítulos "Las transformaciones de lo privado y lo público", y "Los espacios de la ciudad".

²⁹ Salvador Rodríguez Becerra, *Religión y fiesta. Antropología de las creencias y rituales en Andalucía* (2000). Sevilla. ED.Signatura Demos. Del mismo autor, "La religión de los andaluces", en *La sociedad andaluza (2000)*, op.cit., págs. 165 a 190.

³⁰ A lo señalado en notas anteriores sobre modernidad y posmodernidad, conviene ahora añadir un recordatorio acerca de lo más destacado del concepto de "entretenimiento" en el debate teórico. Prácticamente la aceptación de su valor cultural a fines del XX lo trataba *in extenso* T.Eagleton (2000) en *La idea de la cultura. Una mirada política sobre los conflictos culturales* (Barcelona, 2001), aunque la crítica a dicha aceptación prácticamente la había previsto ya R.Scruton (1998) en *Cultura para personas inteligentes* (Barcelona, 2001). Ambas visiones, complementarias y coetáneas, situaron como núcleo del "conflicto" posmoderno los fenómenos de personalización y fragmentación de la idea de cultura en las sociedades actuales, precisamente asociados a la diversidad de formatos, presentaciones y apropiaciones de contenidos culturales facilitada por la comunicación y las tecnologías; ambos autores presentan la dificultad de consenso respecto a la cultura, estrechamente ligada al tránsito desde un *paradigma enriquecedor* secularmente definido por las élites a un *complejo de paradigmas* sostenido por mayorías "individualizadas" involucradas a través, justamente, del entretenimiento como fenómeno decididamente moderno, actual. Prácticamente a la vez, G.Yúdice manejaba ese *hecho* con absoluta naturalidad en *El recurso de la cultura. Usos de la cultura en la era global* (Barcelona, 2002); de manera que, por ejemplo, en los incipientes estudios económicos del sector empieza a cobrar mayor relevancia el entretenimiento frente a una concepción más clásica de la cultura como fuente de tesorización en economías estratificadas y aun localizadas.

³¹ Tal vez la introducción en la pregunta de la expresión "innovador" afecta al sentido final de las respuestas obtenidas, si es que todos o parte de los entrevistados tomaron dicha expresión como limitación. Pero el hecho de que entre los tipos de actividades menos citadas figuren el audiovisual y la literatura misma permiten trabajar con el supuesto de que la "innovación" no ha constreñido el sentido de las respuestas, al menos de las positivas.

³² Véase en los Gráficos 42 a 45 la regularidad, ligeramente decreciente, del consenso primario en las distintas provincias.

³³ Hay que tener en cuenta que los datos de Huelva son menos significativos dado el menor número de respuestas; para Jaén hay que señalar que las respuestas fueron muy numerosas pero también muy dispersas, con muchos nombres citados sólo una vez; y Sevilla y, en parte, Málaga, son las provincias que presentan concentración más neta de nombres en el "núcleo duro" general.

³⁴ Bernardo Díaz Nosty, "Los medios de comunicación en Andalucía" en *La sociedad andaluza (2000)*, op.cit., pág.198.

³⁵ Fuentes: *Anuario Económico de España 2008* de La Caixa para centros comerciales; Instituto Nacional de Estadística e Instituto de Estadística de Andalucía, 2008, para datos de población provincial; IESA E-0803 y elaboración propia.