

Los madrileños y la

NAVIDAD

MENOR AMBIENTE QUE OTROS AÑOS

Precios prohibitivos
de los clásicos productos
alimenticios de estas fiestas

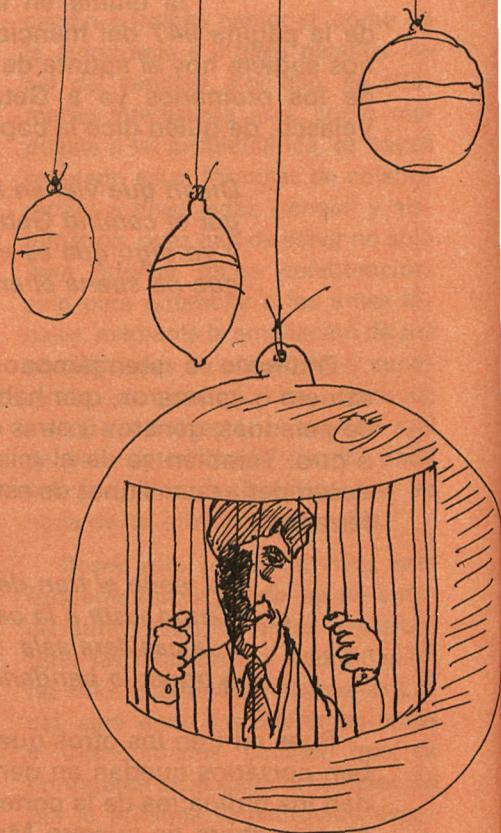
Pero los madrileños
se gastarán en juguetes
unos 15.000 millones de pesetas

La Navidad está a la vuelta de la esquina, como quien dice, aunque no lo parezca, por el escaso ambiente que a estas fechas se percibe en contra de lo habitual, que a últimos de noviembre se advertía no hace muchos años.

Pero, no quiero que estas primeras palabras sirvan para restar importancia a las fiestas más bellas que la Humanidad celebra. Sirvan más bien mis palabras como lamentación de la pérdida de una

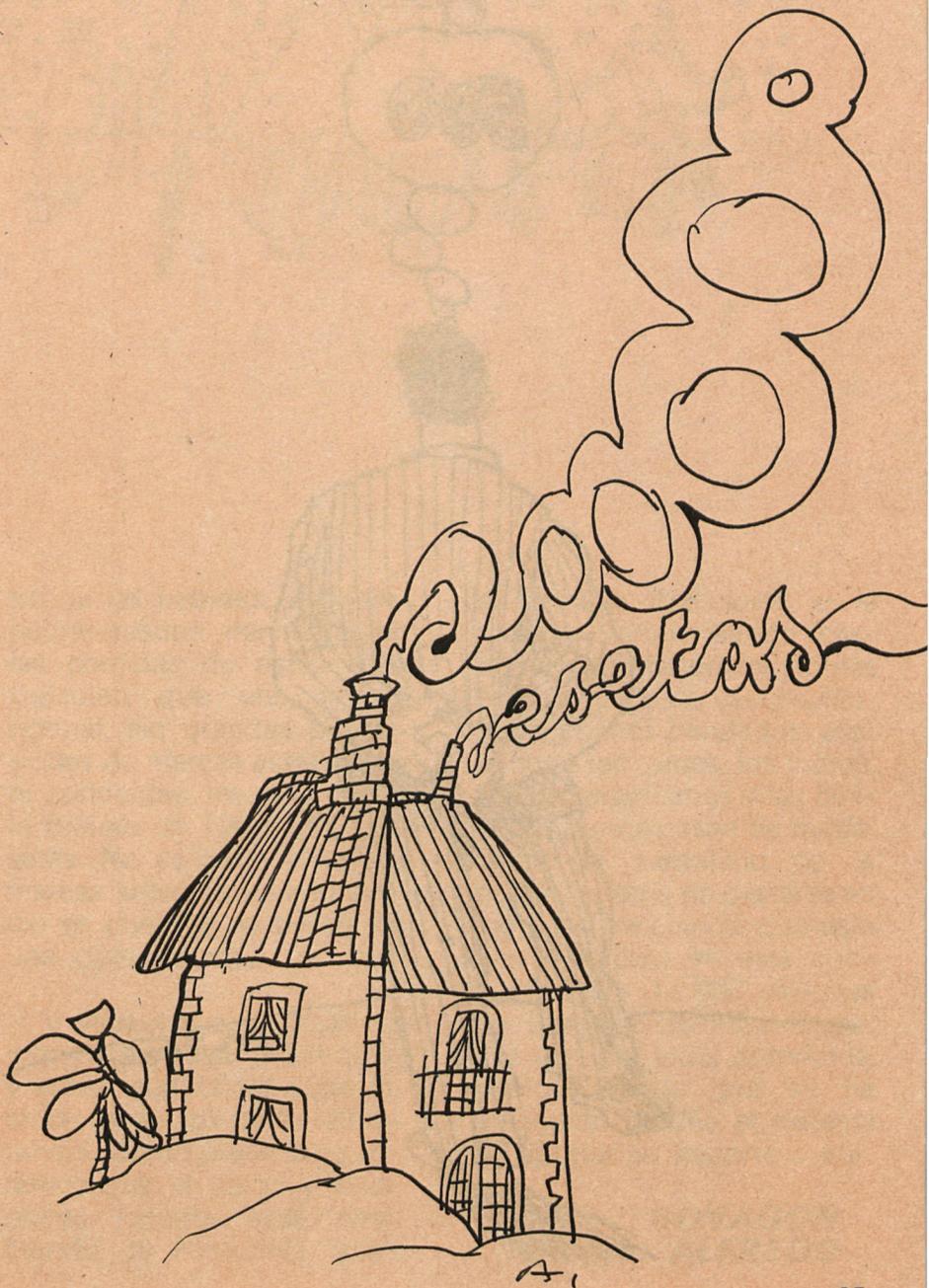
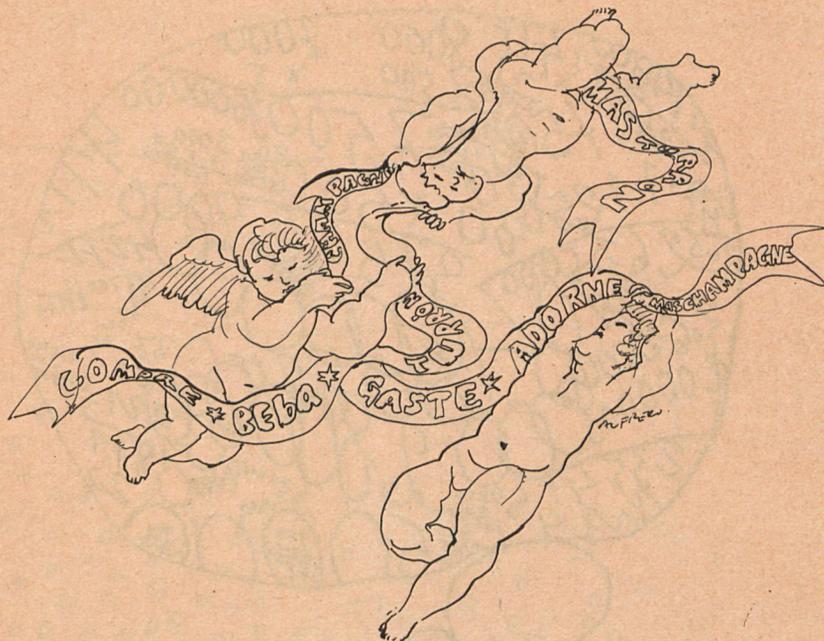
tradición a lo que contribuye, sin duda, los momentos económicos difíciles por los que atraviesa España, que quierase o no, influyen —y si no a las pruebas me remito— en la conmemoración del acontecimiento más grande que el mundo registró.

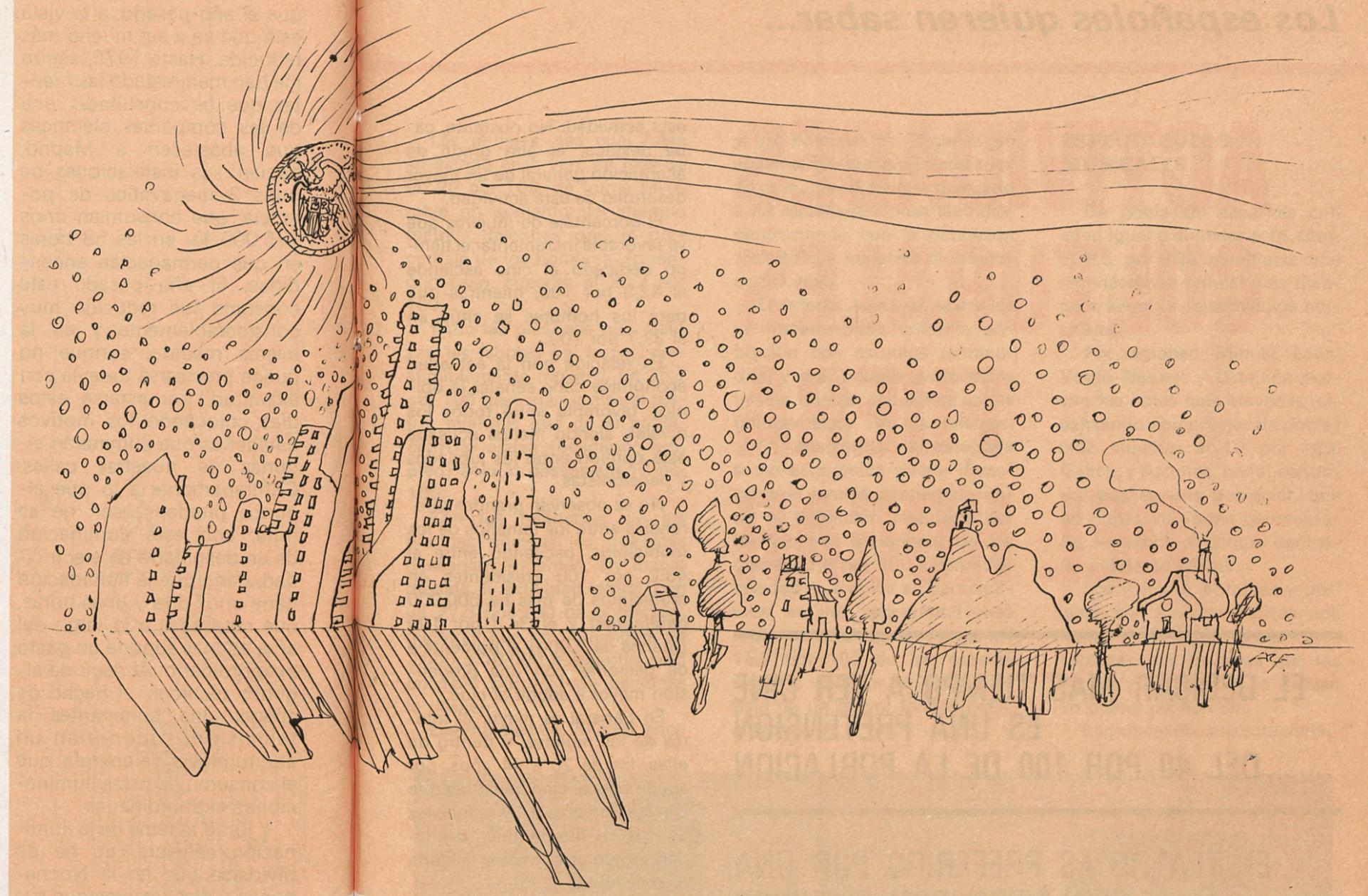
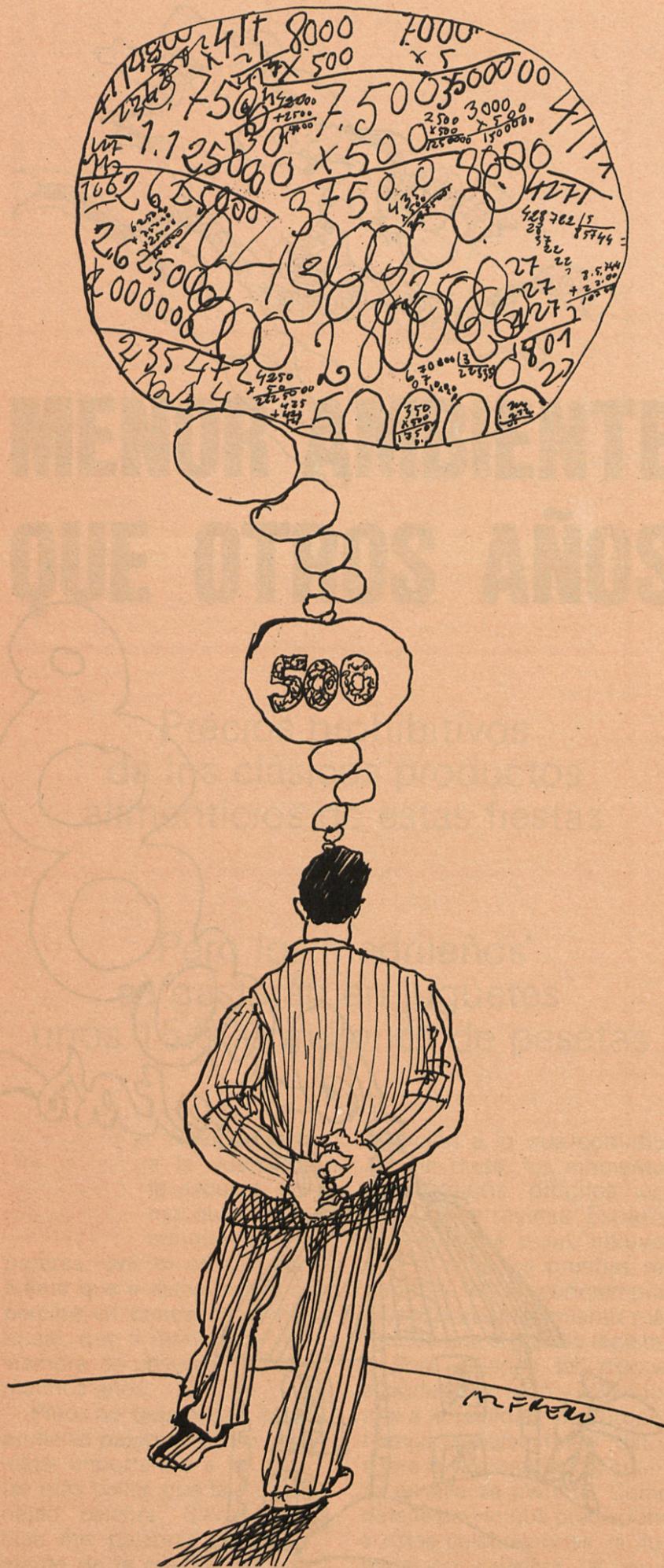
Pero dejando las disquisiciones a un lado y ciñéndonos a la realidad, nos proponemos señalar unos datos sobre la Nochebuena y cuanto en ella se invierte. Como detalle previo que predispone a estas celebraciones, la iluminación callejera, al igual



que el año pasado, a la vista está que va a ser mucho más reducida. Hasta 1975, según me han manifestado las fuentes que he consultado, una de las compañías eléctricas que abastecen a Madrid, hacían sus instalaciones de unos 3 megavatios de potencia, que consumían unos 175.000 Kv en las 58 horas en que permanecían encendidas. El año pasado este consumo fue reducido muy considerablemente y en la misma medida, aunque no puede precisarse todavía con exactitud, por estarse estos días colocando los motivos navideños que iluminarán algunas de nuestras calles. Contrariamente a lo que algunos puedan creer, no se trata, con esta iluminación de un despilfarro de electricidad, dado que la iluminación tiene unos días y unas horas, que repartidas a lo largo del año, apenas supone un gasto extraordinario. Al decir de algunos técnicos, el hecho de apagar una hora antes la televisión, supondrían un ahorro mayor de energía, que el consumo de estas iluminaciones extraordinarias.

Y junto al tema de la iluminación callejera, no ha de olvidarse que en la Nochebuena y días festivos que suceden, un capítulo importante lo constituye la alimentación. Indudablemente, cuando llegan estas fechas, los artículos típicos que se consumen experimentan un incremento que en algunos casos llegan al escándalo. Se calcula, según datos que he podido recoger, que pese a las normas e instrucciones que dicta la Comisión Provincial de Precios, dependiente del Gobierno Civil, y que en la actualidad se encuentran efectuando los correspondientes estudios, el aumento puede cifrarse entre un 30 y un 50 por 100, sobre todo en algunas viandas. A título de ejemplo, señalaremos que el año pasado el pavo fresco —ave típica y





tradicional de cena en la Nochebuena— se cotizó en el mercado a unas 400 pesetas el kilo y este año se espera que el incremento sea más elevado. El besugo fresco, otro de los platos típicos y tradicionales, llegó a pagarse el año pasado a más de 500 pesetas el kilo. ¿Y qué decir del marisco?... Son productos prohibitivos, sobre todo, no ya para una economía modesta, sino para una clase media, porque un kilo de gambas, si la Junta de Precios y Dios sobre todo no lo remedia, va a llegar a cotizarse a más de mil pesetas el kilo. De otro tipo de moluscos, mejor rerá no hablar.

Porque figúrense, si el kilo de merluza fresca el año pasado se pagó el día 23 de diciembre hasta novecientas pesetas el kilo, este año... Queda como solución el adquirir estos productos de mar, congelados, con lo que el precio es notablemente inferior, pero no vayan a creerse que tanto.

Bebidas, turrónes... Por lo pronto se anuncia la pastilla de turrón a 180 pesetas, de 165 en que se pagó el año pasado. Las bebidas están subiendo ya de día en día y es de esperar que a medida que nos acercamos a la Navidad, los precios no se parezcan a los actuales. Y den-

tro de las bebidas, el champagne resulta inevitable en las comidas de estos días. Calculen que una botella normal, sin grandes pretensiones de marcas acreditadas ni conocidas, les va a costar la friolera de 190 a 200 pesetas. No se meta usted en marcas selectas, que el precio es como si se tratara de una obra de arte.

Y vayamos al capítulo de juguetería, cuya producción y venta alcanza en estas fechas una volumen importancia. Como preámbulo, diremos que el típico y tradicional juguete está cambiando de fisonomía, y así

el camión tradicional o el mecano están siendo sustituidos por materiales y útiles bélicos (pistolas, cascos, tanques, coches blindados, etc., aunque los trenes, los indios, fuertes americanos y las bicicletas nunca pasan de moda. Como al madrileño no le duele a la hora de gastarse en juguetes, se calcula que este año invertirán en este concepto unos 15.000 millones de pesetas, cantidad superior a la de años anteriores, habida cuenta que se ha extendido mucho el sistema de abonar su importe a plazos.

BOVAGON
Dibuja: **ALFREDO**

ACTIVIDADES CULTURALES FUERA DEL HOGAR

**EL DEDICAR MAS TIEMPO A VER CINE
ES UNA PRETENSION
DEL 40 POR 100 DE LA POBLACION**

**EL TEATRO ES PREFERIDO POR UNA
POBLACION CON ESTUDIOS
DETERMINADOS**

DENTRO del plan de necesidades estadísticas, basado en llegar a determinar y conocer los aspectos y características que definen y enmarcan la toma de actitudes culturales, CISNEROS, en directa colaboración con la Secretaría General Técnica del Ministerio de Cultura continúa informando, y se ciñe en este segundo capítulo a las actividades realizadas por el pueblo español fuera del hogar.

ACUDIR AL CINE

El dedicar más tiempo a ver cine es una pretensión correspondida por el 40,4 por 100 de la población española.

Los residentes en Murcia (48,6 por 100), Extremadura (47,7 por 100), Andalucía (45,4 por 100) y Galicia (43,2 por 100) son los más interesados en acudir más a las salas de exhibición, mientras que León (33,2 por 100) y Castilla la Nueva (33 por 100) muestran una población menos interesada en

esta actividad. No obstante, cabe destacar el alto grado de aceptación general de un mayor desarrollo de esta actividad.

El porcentaje de mujeres que ve favorable incrementar el tiempo dedicado al cine asciende al 42,9 por 100, mientras que para los hombres se sitúa en el 37,7 por 100.

En relación con la actividad económica cabe señalar la opinión favorable entre todos los niveles, siendo menos acusada esta opinión entre los jubilados y pensionistas.

No se observan grandes diferencias entre los tamaños de los municipios, oscilando entre el 43,2 por 100 (residentes en municipios de más de 500.000 habitantes) y el 34,3 por 100 (menos de 2.000) el porcentaje de personas con una propensión mayor a acudir al cine.

En general es mayor el interés de las mujeres, y dentro de ellas, las de 20 a 44 años, por acudir más al cine, mientras que son los hombres de esas mismas edades los que también desearían fomentar en mayor medida esta actividad.

En resumen, puede afirmarse que la idea de incrementar el tiempo dedicado al cine es de general aceptación, sin oscilaciones mayores que las propias de las variables de clasificación utilizadas.

ACUDIR AL TEATRO

El 20,5 por 100 de la población, con edad igual o superior a 14 años, es partidaria de acudir más frecuentemente a representaciones teatrales.

Por regiones, destaca el 28,9 por 100 de castellanos (Castilla la Nueva) deseosos de ir más al teatro, en tanto que sólo el 12 por 100 de los gallegos sienten las mismas inclinaciones.

Las mujeres, sea cual fuere su estado civil, ven, en más de un 20 por 100, de forma favorable un aumento del «tiempo teatral», mientras que el porcentaje de los hombres, en ningún caso, superan al 20,2 por 100.

Entre las personas que realizan las labores del hogar, presumiblemente mujeres, un 25,7 por 100 desearían ir más al teatro, mientras que de la población no activa (buscando empleo) sólo lo desean un 13 por 100.

Son los habitantes de los grandes núcleos los que más desearían fomentar, en mayor medida, la actividad teatral, con un 27,3 por 100 de población, mientras que en municipios de 2.000 a 10.000 habitantes sólo un 16,6 por 100 de personas lo desean.

Las mujeres de 20 a 64 años

y los hombres de 25 años en adelante son los más interesados en aumentar el tiempo dedicado a las representaciones teatrales, contrastando con la población (hombres y mujeres) de menos de 19 años.

El interés hacia el teatro se ve incrementado entre la población con estudios terminados, y con aquella parte de la misma que se encuentra en las últimas fases de los mismos.

En relación a la categoría socio-económica puede destacarse el interés despertado entre la población integrada por los cuadros superiores, de los que el 31,9 por 100 están interesados en ampliar su participación en las representaciones teatrales. De igual forma, el 15,2 por 100 de los obreros agrarios señalan la cota más baja de un mayor interés hacia el teatro.

ESPECTACULOS MUSICALES

De población española con edad igual o superior a 14 años, el 8,5 por 100 manifiesta una inclinación a dedicar más tiempo a acudir a espectáculos musicales.

Por regiones, Murcia, León, Vasco-Navarra y Cataluña marcan las cotas más elevadas, alcanzando porcentajes de población superior al 10 por 100. Galicia y Asturias, por el contrario, poseen una población que no desea, de forma generalizada, aumentar el tiempo dedicado a esta actividad.

Los solteros, hombres y mujeres, son los que sienten una mayor inclinación hacia estos espectáculos, mientras que los viudos y los casados lo desean en menor proporción.

La población que actualmen-



Los españoles quieren saber...

te está buscando empleo y los escolares son los más interesados en incrementar el tiempo dedicado a esta actividad, mientras que el resto de las categorías lo están en menor proporción.

Atendiendo al tamaño de los municipios de residencia, no se observan grandes diferencias, oscilando el interés por estos espectáculos, desde el 9,7 por 100 de la población en municipios de hasta 2.000 habitantes, al 8,1 por 100 entre 2.000 y 10.000.

Las mujeres de 14 a 19 años (11,9 por 100) y los hombres de 14 a 19 (11,2 por 100, y de 200 a 24 (11 por 100) son los más interesados en incrementar el tiempo dedicado a los espectáculos musicales.

En relación al nivel de estudios, se observa un mayor grado de aceptación de esta actividad entre los de niveles superiores, y esto tanto para los de estudios terminados como para los que se encuentran actualmente cursándolos.

El análisis de esta actividad en relación a la categoría socioeconómica evidencia un nivel de preferencia similar, alcanzando el 10,2 por 100 para los empresarios con asalariados y el 6,5 por 100 para empresarios agrarios sin asalariados.

ACUDIR A DISCOTECAS

Sólo el 8,3 por 100 de la población de 14 y más años desearía aumentar su tiempo dedicado a acudir a discotecas.

El 12 por 100 de los extremeños y el 11,6 por 100 de los gallegos representan los porcentajes de población que enseñan un interés más significativo, siendo los aragoneses (5,8 por 100) y los catellanos (Castilla la Nueva, 6,8 por 100) los menos propensos a incre-

mentar el tiempo a dedicar a esta actividad.

Las mujeres y los hombres solteros (20 y 21,6 por 100, respectivamente), son sin duda los más partidarios de frecuentar más a menudo las discotecas, en tanto que los grupos de casados y viudos (hombres y mujeres) no son excesivamente partidarios.

Los que se encuentran actualmente buscando empleo y los escolares son, en relación a la actividad económica, los más partidarios del fomento de esta actividad.

Los núcleos menos poblados (hasta 50.000 habitantes) ofrecen los mayores porcentajes de población interesados en esta actividad, mientras que en ciudades de más de 500.000 habitantes sólo el 4,6 por 100 lo desean.

Como parece lógico, más de un 23 por 100 de hombres y mujeres de edades comprendidas entre los 14 y 24 años son partidarios de acudir más a las discotecas, en tanto que no llega al 1 por 100 el interés manifestado por la población de más de 45 años.

Entre la población con estudios terminados de bachiller elemental se encuentra un 15,1 por 100 de la misma con deseo de ir más a discotecas, mientras que entre la población que estudia la distribución es algo superior y más homogénea.

Destaca el interés despertado por esta actividad entre los obreros agrarios, extracto en el que el 13,3 por 100 desea dedicar una mayor atención. Por el contrario, sólo el 2,7 por 100 de los cuadros superiores participan de esta opinión.

ACUDIR A BIBLIOTECAS

El porcentaje de españoles 14 y más años que desearía

dedicar más tiempo a acudir a bibliotecas sólo alcanza al 3,4 por 100.

La distribución por regiones de residencia es sensiblemente homogénea, destacando por encima de la media León, con un 3,8 por 100, mientras que Extremadura sólo alcanza el 2,3 por 100.

Entre el conjunto de población, clasificado por estado civil y sexo, no se aprecian grandes divergencias, siendo algo superior al 3 por 100 el número de personas con interés por acudir más a bibliotecas.

Los escolares, con un 6,6 por 100, y las personas dedicadas a las labores del hogar, etcétera, con el 2,3 por 100, representan los porcentajes de aceptación máximo y mínimo, respectivamente, de esta actividad.

En relación al resto de las variables de clasificación no se observa una inclinación muy generalizada por acudir más a bibliotecas, no alcanzándose en ningún caso el 10 por 100 de la población.

Sin duda, la actividad ahora analizada es la de menor predicamento entre la población, no consiguiendo en ninguna de sus clasificaciones un interés, en porcentaje de población que suponga una aceptación de esta actividad dentro de algún grupo o categoría.

ACUDIR A MUSEOS

Un 12,5 por 100 de la población desearía dedicar más tiempo a la visita de museos.

Cataluña (13,9 por 100) y Aragón (13,8 por 100) son las regiones con un porcentaje de población más interesado en esta actividad, mientras que tan sólo un 7 por 100 de extremeños y un 7,4 por 100 de