

Nota de prensa de la IV ESMA (2023)

El Centro de Investigación Social Aplicada (CISA) de la Universidad de Málaga, ha presentado esta mañana en el rectorado de la Universidad de Málaga, la cuarta oleada de la Encuesta Social Malagueña (ESMA 2023). Esta encuesta se realiza a 1.253 personas censadas en Málaga y/o en alguno de los 7 municipios de su área metropolitana. La encuesta tiene como objetivo la recogida de información solicitada (a través de cuestionarios por teléfono) y no solicitada (ecosistemas digitales), de los principales aspectos sociales de la ciudad. En su diseño y elaboración participan los estudiantes del Master en Sociología Aplicada (MSA) y alumnos de la UMA con prácticas curriculares.

Este año los resultados señalan como la vivienda (el precio o su falta) se convierte en el principal problema que los malagueños consideran que existe en la ciudad (33%), seguido de la limpieza (29%) y la falta de aparcamiento o el tráfico (14%). Los indicadores de ciudad muestran una alta satisfacción con el transporte público interno, la peatonalización, así como con la presencia de turistas, aunque con diferencias significativas de ambos indicadores entre Málaga ciudad y su área metropolitana (el transporte se valora peor en el área metropolitana y la presencia de turistas en la capital). La Feria y la Universidad aparecen entre las instituciones más conocidas, mientras que el Castillo de Gibralfaro y el Museo Picasso entre las más valoradas. Empresas como *Restaurante el Tintero* o *Casa Aranda* (86% de conocimiento) son también muy populares en el imaginario colectivo malagueño.

Entre los temas de actualidad este año se preguntó por los grandes proyectos de infraestructuras que se llevan a cabo en la ciudad, siendo las torres de Martiricos o la finalización del tejado de la Catedral de Málaga los más conocidos (70% y 68% respectivamente), y éste último (69% positivo o muy positivo) y el Plan Málaga Litoral los mejor valorados (76%). Igualmente, los malagueños valoran de forma positiva la restricción al tráfico del centro de la ciudad por la zona de bajas emisiones (55%), y un 57% se muestra a favor de potenciar el uso de la bicicleta. Este año se quiso hacer un guiño a la cultura popular malagueña y se preguntó por primera vez por gastronomía y expresiones típicas. Dos de cada tres encuestados afirmaron que el “espeto” era el plato que mejor representaba nuestra gastronomía, aunque los que más se cocinan en casa son el gazpachuelo (34%) y la porra antequerana (29%). Entre la forma peculiar de pedir un café, “un mitad” y “una nube” son los que más se demandan. Expresiones malagueñas como “estar esmallao” o “no ni ná” (93% y 90%), son las más conocidas, mientras que “qué pelúa hace” son las que menos (80%).

Como bloque específico de estudio para esta cuarta oleada se seleccionó el análisis de la percepción de los malagueños/as sobre el turismo, en general para un 80% de los encuestados, el impacto del turismo en la ciudad es positivo o muy positivo; sobre todo por la creación de puestos de trabajo, la mejora de infraestructuras y en la oferta cultural y de ocio. Sin embargo, los malagueños/as son conscientes del impacto negativo que esto supone para la vivienda, la conservación del medio ambiente y la calidad de vida en la ciudad. Un 85% se muestra a favor de los cruceros y se valoran positivamente a los turistas. Existe un importante disenso en relación a la tasa turística municipal (52% a favor y 45% en contra). Un 35% de la población

se relaciona con el turismo de forma directa o indirecta. La encuesta también incluye información muy interesante sobre la realidad política y los hábitos sociales en la ciudad y su área metropolitana.

El CISA está dirigido por el catedrático de Sociología de la UMA Félix Requena, mientras que su subdirector es el también catedrático de esta área Luis Ayuso. El análisis de Ecosistemas Digitales corresponde al catedrático de Lenguajes y Ciencias de la Computación José Ignacio Peláez. Cabe destacar el carácter pionero de este centro de investigación de la UMA especializado en el análisis de la información solicitada y no solicitada. Con esta cuarta oleada la ESMA se institucionaliza como el mejor instrumento para medir la opinión pública a nivel local, siendo un proyecto único y de referencia en nuestro país.