

LA CULTURA en México

JORGE A. GONZALEZ
con MA. GUADALUPE CHÁVEZ



Presentación

La cultura en México (I): cifras clave, inicia una serie de textos que pondrán en circulación una parte de los materiales del estudio nacional *La formación de las Ofertas Culturales y sus Públicos en México, siglo XX (genealogías, cartografías y prácticas culturales)*, en adelante FOCYP¹. Este estudio forma parte sustantiva del Sistema Nacional de Información Cultural que a iniciativa de Guillermo Bonfil y del Seminario de Estudios de la Cultura comenzó a operar desde 1990 dentro del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes. Debemos agradecer a la Dirección General de Culturas Populares del mismo Consejo el financiamiento del trabajo de campo y del inicio de estas publicaciones.

Frente a nuestra profunda y generalizada carencia de una cultura de la información este proyecto genera, precisamente, información sobre la cultura con un acento descriptivo, exploratorio y con un carácter público y abierto a la sociedad. Sin embargo, uno de los mayores obstáculos para esa deseada cultura de la información no sólo está en el derecho y el acceso a ella, sino que reside en la desigual distribución de las habilidades, los recursos y los conocimientos para poder generarla y aprovecharla cabalmente. De esta manera, uno de los más importantes retos de todo nuestro proyecto fue la formación de equipos permanentes de investigadores que asumieran el compromiso de iniciar la pesquisa con toda la enorme tarea que se vislumbraba². La compleja problemática de la formación de las ofertas culturales y sus públicos en México requería de un acercamiento igualmente complejo que fue trabajado en tres áreas. Para el conocimiento detallado y longitudinal del desarrollo de las ofertas y los

equipamientos culturales de las ciudades, usamos un protocolo para crear *cartografías culturales*³. La formación de los públicos a lo largo del siglo en relación con aquellos equipamientos fue abordada mediante *historias de vida e historias de familias*⁴. Finalmente, con una encuesta de vasto alcance sobre las prácticas y hábitos culturales de los mexicanos obtuvimos una visión cuantitativa, general y extensa, con validez nacional y regional, de varios aspectos de la relación actual entre los públicos y las ofertas culturales. Este último apartado es del que este primer tomo busca dar cuenta de manera sencilla y visual.

Esta encuesta fue aplicada por todo México entre noviembre y diciembre de 1993. Por este hecho, la información obtenida adquiere una especial característica, pues el proceso de preguntarle a los mexicanos cómo es su relación con la cultura se desarrolló justo un poco antes de los profundos cambios en la vida social, política y económica del país. Con la plena entrada en la grave crisis del siglo, la relación entre públicos y ofertas culturales se verá modificada y así nuestra información podrá servir como plataforma para comprender en el tiempo cómo crisis y cultura se entrelazan y se enmarañan, se acompañan y se acompañan.

Si los equipos creados en el país puedan seguir ocupados en la generación e interpretación de sus propios procesos culturales, nuestro objetivo de colaborar en la formación de una cultura de la información en estos tiempos de transición y refundación del México de fin de siglo, este sueño que deja soñar seguirá teniendo sentido. Un sentido definitivamente más abierto y participativo, justo a la medida y a la altura de los tiempos⁵.

Cómo leer Cifras Clave

Este texto contiene una selección de aspectos que nos parecieron de interés para tener una visión preliminar y al mismo tiempo más densa de la aportación de nuestra encuesta, que dividimos en seis partes. Los capítulos primero y segundo tienen como función ofrecernos algunas características de la población que sin lugar a dudas delimitan una estrecha relación con los hábitos y prácticas culturales de los mexicanos: la educación y la religión. Por otra parte, cada hogar mexicano tiene una relación diferencial con la cultura que está mediada entre otras cosas por la tecnología presente en cada casa, sus usos y el lugar que ocupa en el conjunto de otras prácticas igualmente culturales. Esta relación entre tecnología y prácticas es efecto del lugar en que cada familia puede ser ubicada en un espacio social mayor. El capítulo tercero nos coloca dentro del universo de los bienes culturales de entre los que destacamos especialmente los libros, en estrecha relación con los dos capítulos anteriores. En el capítulo cuarto, nos asomamos al vínculo existente entre los equipamientos culturales y el público, en especial los

¹ El planteamiento general puede consultarse en González, Jorge A. (1994) "La transformación de las ofertas culturales y sus públicos en México", en *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, Vol. VI, Núm. 18, pp. 9-25. Otros cuatro volúmenes (historias de familia, cartografías culturales, los públicos de la cultura y un texto teórico y metodológico sobre el estudio) están en actualmente en preparación.

² En la primera fase del proyecto FOCP se formaron equipos en las ciudades de Tijuana, Mexicali, Monterrey, Veracruz, México (centro y sur), Morelia, León, Guadalajara y Colima. En ellos participaron más de 140 personas trabajando desde octubre de 1993 hasta julio de 1994. El equipo de coordinadores para el trabajo de cartografías e historia oral estuvo formado por Ricardo Morales, Alfonso Cortés, Fernando Vizcarra, Gabriela Pedroza, Lourdes Avila, Elizabeth Bonilla, Busí Cortés, José Amozurrutia, Sergio Inestrosa, Héctor Gómez, Maru Suárez, Tere Quinto, Lupita Chávez, Angélica Bautista, José Miguel Romero, Jesús Galindo y Jorge A. González. En el diseño, prueba, aplicación y coordinación de la encuesta tuvieron especial colaboración Lupita Chávez, Heriberto López, Salvador Arana y Enrique Luengo. Todos forman parte de la red nacional del Programa Cultura en la que par-

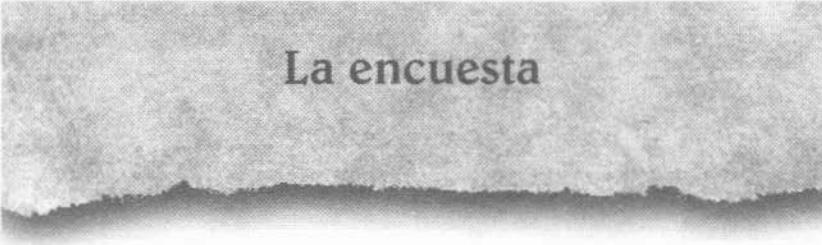
tos y la distancia social percibida que, real o simbólicamente, separa o acerca a la infraestructura que toda sociedad tiene en el terreno de la cultura. El capítulo quinto presenta un breve bosquejo de exposición a diferentes medios de difusión y preferencias culturales de la población. Finalmente, en el capítulo seis, volvemos a presentar la información de los capítulos anteriores pero desde la perspectiva comparativa de seis regiones de México. Con ello buscamos ofrecer una perspectiva configuracional de la cultura en el país. Elegimos una presentación visual clara mediante gráficas (señaladas por el icono en la esquina superior derecha) que se corresponden con una serie de cuadros (indicados por una flecha en la esquina inferior izquierda) que contienen la información detallada y desglosada. Cada capítulo lo constituyen una serie de gráficas y una breve nota introductoria. El objetivo de todo este trabajo no es dar respuestas, sino servir como un instrumento estimulador de mejores preguntas, tales que nos puedan dar una representación más compleja del estado y las tendencias de la cultura en México.

ticipan Producciones Romelía, las Universidades Iberoamericana (Tijuana y León), Autónoma de Baja California (Mexicali), Autónoma de Nuevo León (Monterrey), Veracruzana (Veracruz), Latina de América (Morelia), IPESO (Guadalajara) y la Universidad de Colima.

³ González, Jorge (1995) "Las coordenadas del imaginario", en *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, Época 2, Vol. I, Núm. 2, pp. 135-161

⁴ Cf. Galindo, Jesús (1994) "Historia de vida: guía técnica y reflexiva", en *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, Vol. VI, Núm. 18, pp. 203-230 y González, Jorge A. (1995) "Y todo queda en familia: estrategias, objeto y método para historias de familia" en *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, Época 2, Vol. I, Núm. 1, pp. 130-155.

⁵ Un agradecimiento especial a Marta Iello (SEC/DGCP/CNCA) por su inestimable labor de enlace y gestión administrativa. En la preparación del material de este texto trabajaron durante meses Salvador Arana, Genaro Zenteno y Lupita Chávez asistidos por Ivonne Pérez Wilson y Belén Díaz.



La encuesta

Los resultados que presentamos aquí, son solamente una pequeña parte de los datos que obtuvimos a través de nuestra encuesta nacional sobre prácticas y hábitos culturales. Con ella tratamos de describir y cuantificar diversas relaciones de la población urbana de México con su entorno cultural, a través de una muestra de 34 ciudades mayores de 100 mil habitantes. La selección de las ciudades se realizó controlando seis diferentes regiones culturales: Noroeste, Noreste, Occidente, Centro, Ciudad de México y Golfo/Sur. En esta muestra se incluyeron las 12 ciudades mayores de 500 mil habitantes (México, Guadalajara, Monterrey, Puebla, León, Tijuana, Ciudad Juárez, Chihuahua, Torreón, San Luis Potosí, Mérida y Acapulco). Otras 22 ciudades fueron seleccionadas entre las restantes 48 que tienen entre 100 mil y 500 mil habitantes (Durango, Tampico, Mazatlán, Morelia, Veracruz, Mexicali, Cuernavaca, Querétaro, Villahermosa, Chilpancingo, Pachuca, Reynosa, Ciudad Valles, Los Mochis, La Paz, Guaymas, Celaya, Colima, Orizaba, Minatitlán, Oaxaca y Tapachula).

Por el tamaño de la muestra y el tipo de muestreo adoptado, los resultados son representativos del total de la población nacional con un margen de error de $\pm 1.69\%$. Para cada región geográfica tratada los resultados tienen un margen de error entre $\pm 3\%$ y $\pm 6\%$. En todos los casos el nivel de confiabilidad es de 95%. La información fue obtenida mediante la aplicación de un cuestionario estructurado de aproximadamente una hora de duración que se realizó en 3,331 hogares. Las relaciones entre ofertas culturales y públicos se centraron en ocho áreas: religión, educación, arte y cultura, salud, medios de difusión, alimentación, hábitos de abasto

y diversión. Además de las relaciones específicamente culturales, se exploraron una serie de características sociales y económicas de los entrevistados.

En este libro presentamos las cifras de cinco aspectos que nos parecen claves en la relación que queremos estudiar. El *equipamiento tecnológico* mediante el cual los hogares se relacionan con un tipo complejo de ofertas de información y cultura. La relación con el mundo de los *libros* y la lectura; los usos del *equipamiento cultural público*; la exposición a los *medios de difusión*; y *aficiones* que delimitan los diferentes estilos de vida de los mexicanos. Sería erróneo creer que una práctica cultural puede ser cuantificada y descrita sólo por medio de un porcentaje, puesto que dicha práctica siempre se realiza dentro de una constelación de otras prácticas y actividades dentro de las cuales tiene sentido, se origina y se transforma en el tiempo. Sabemos que el acceso y el aprovechamiento de los bienes culturales tiene una estrecha relación con la educación. En el curso de tres generaciones podemos observar el salto cuantitativo que se ha dado en este sector. Al mismo tiempo la relación entre educación formal y cultura tiene cercana otra relación (la práctica religiosa) que nos proporciona a gran escala un marco descriptivo del tipo de cambios y resultados desiguales que se han venido sucediendo en el país y que repercuten indudablemente en las prácticas culturales de los mexicanos. A estas alturas, sólo tres de cada diez hogares mexicanos tiene un miembro universitario titulado.

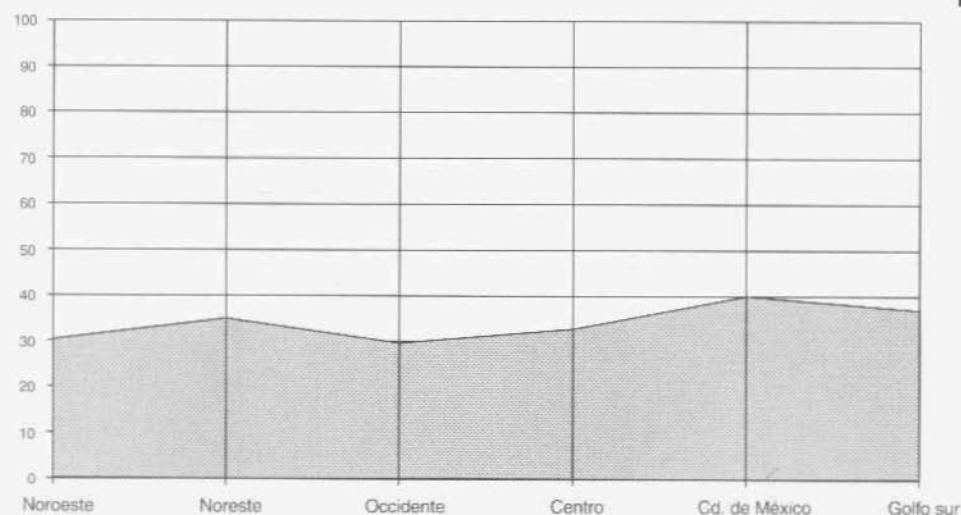
El panorama por regiones no es muy distinto, pues sólo la Ciudad de México está por encima (4 de 10).

Una mirada dentro de las clases nos revela una enorme brecha. También constatamos un proceso creciente de secularización en la sociedad mexicana. Hoy los mexicanos practican un poco menos la religión que sus padres y abuelos, pero están mucho más "educados" que ellos. Estas cifras desniveladas nos ofrecen apenas un aspecto singular que marca las relaciones del público con las ofertas culturales, incluso si la gente puede llegar a hacerse—o no—público de ellas, si puede aprovechar y gozar de algunas ofertas o está casi con-

denado a "optar" por otras.

En éste y en los siguientes apartados, nuestro interés estará centrado en proporcionar algunos elementos para poder plantearse de mejor manera un conjunto de preguntas relevantes sobre las políticas culturales: sus condicionamientos, sus retos, sus instrumentos, sus destinatarios, sus gestores, sus fines y sus medios.

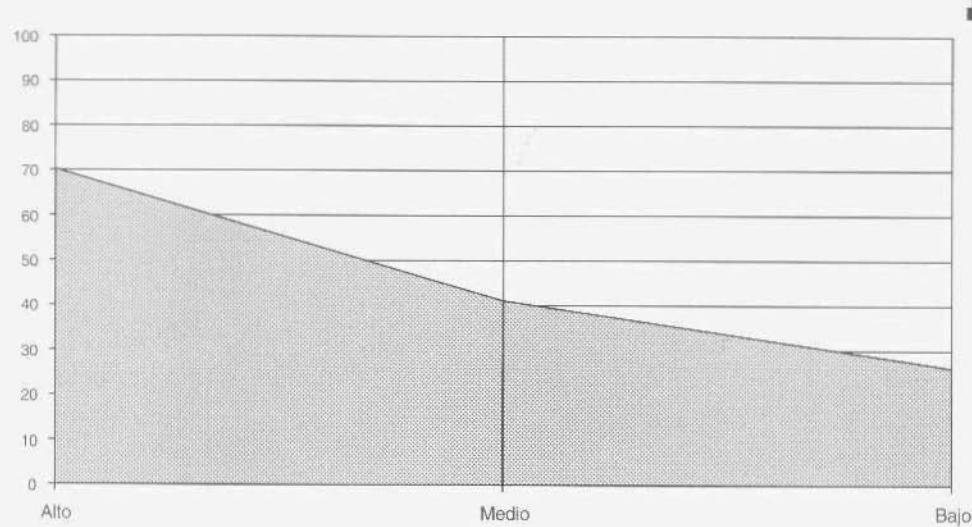
HOGARES CON AL MENOS UN MIEMBRO TITULADO (según región)



► 1

Total: 3,331 personas

HOGARES CON AL MENOS UN MIEMBRO TITULADO (según nivel socioeconómico)

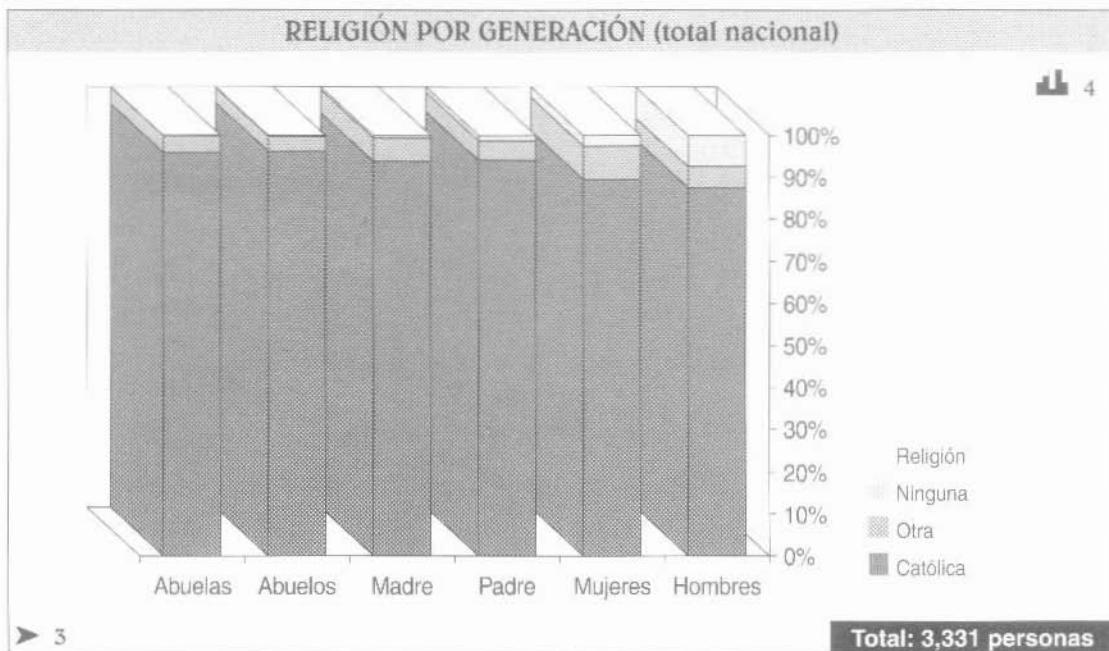
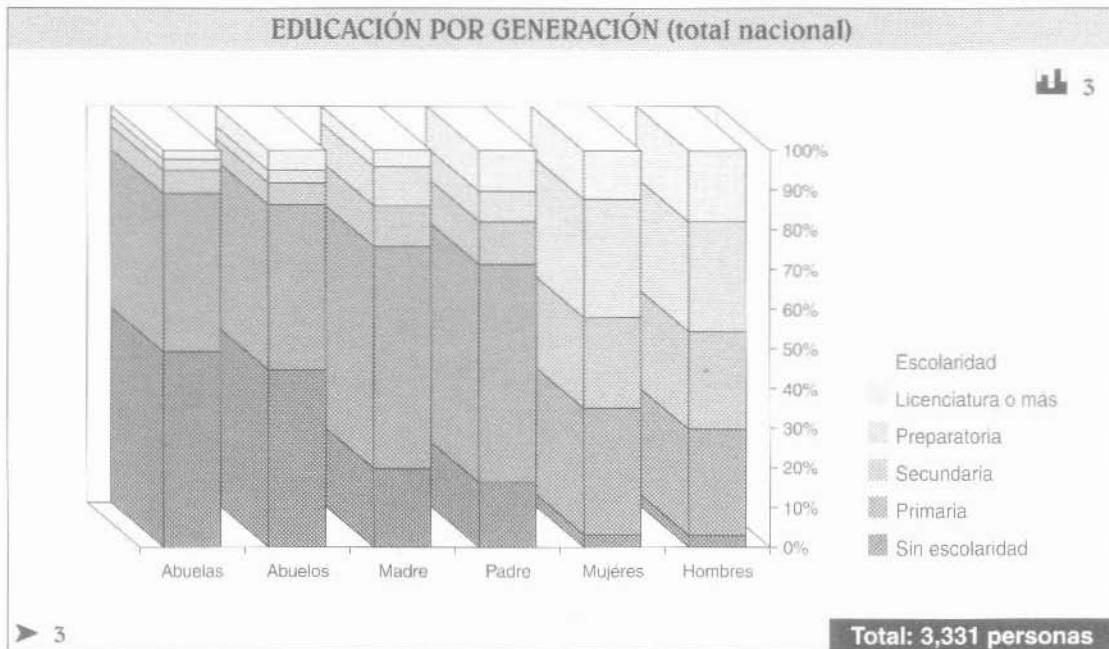


► 2

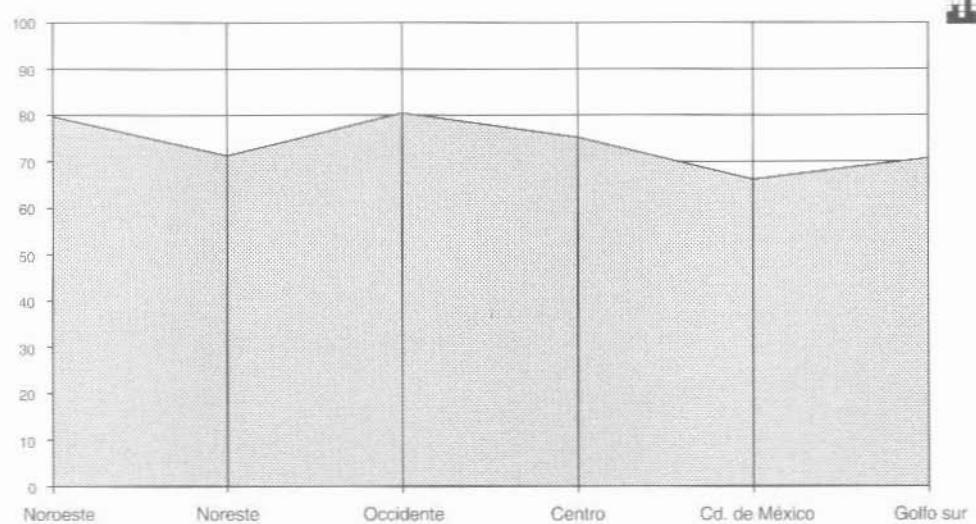
Total: 3,331 personas

► 2

► 15

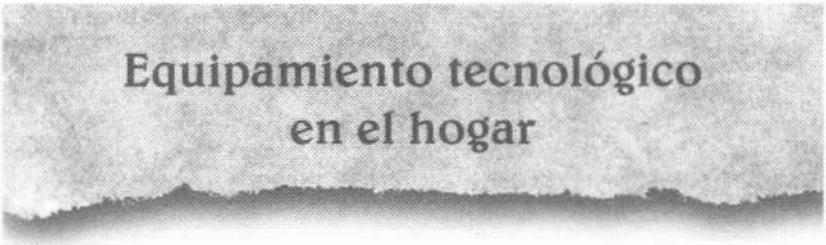


PERSONAS QUE PRACTICAN ALGUNA RELIGIÓN (según región)



► 4

Total: 3,331 personas



Equipamiento tecnológico en el hogar

La posesión del equipo adecuado y un saber específico sobre la tecnología que se puede adquirir en el hogar permite o impide el acceso a diferentes productos y creaciones culturales que vienen en imágenes y sonidos. En algunos casos, el aparato en cuestión despliega un rango de posibilidades más abierto a la producción o edición propia y en ese sentido, no sólo deja "leer" lo escrito por otros, sino que permite "escribir" sobre lo recibido. Otras tecnologías—cuando menos en su uso preescrito—cierran más ese espectro de posibles re-elaboraciones. Si bien se puede jugar a "adivinar" el comercial de la televisión, ese mismo aparato conectado con una videocasetera y con un saber mínimo, permite grabar y "editar" la recepción al gusto, por ejemplo, para registrar la telenovela, el fútbol o el concierto sin los cortes comerciales. El uso de una cámara fotográfica permite captar aspectos "al gusto" de un paseo o un evento, aunque también nos enfrentamos a imágenes estereotipadas y por así decirlo ideológicamente cristalizadas en el uso de la fotografía y "lo fotografiable". Ciertamente, el costo diferencial de los equipos impide

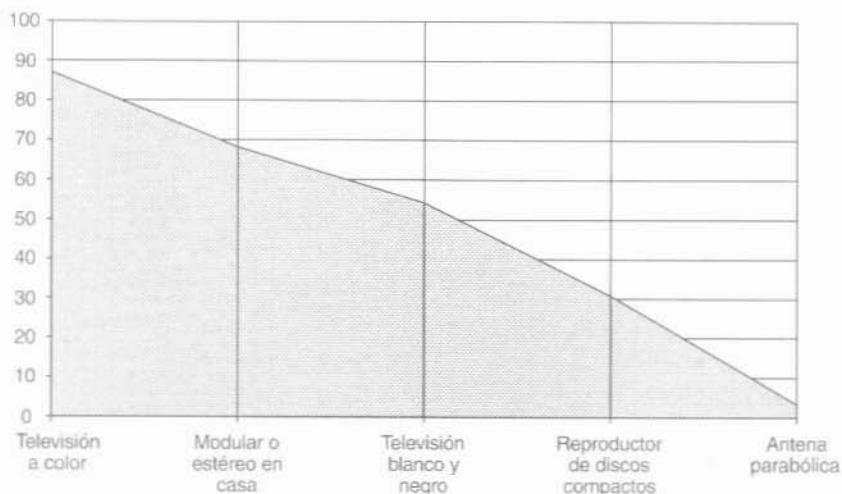
a los sectores más pobres el acceso a algunos dispositivos técnicos, pero también lo impide y de modo más dramático —aun teniendo el equipo— una escolaridad baja, que como vemos es un rasgo de la mayoría de los entrevistados. Sin lugar a dudas, los hogares mexicanos están casi perfectamente equipados para cierto tipo de productos y producciones de sonido e imágenes que llegan mediante señales abiertas por la radio y la televisión. El acceso al mercado de imagen y sonido grabados es menor, sin embargo éste es significativo y al parecer está en crecimiento permanente. Estas cifras deberían relacionarse con las preferencias y gustos mostrados más delante por la escucha de música a través de la radio, del disco, de la cinta y de la propia televisión, cuyos formatos de "entretenimiento" siguen altamente dependientes de la música, desde la añeja fórmula de *Siempre en Domingo* hasta los videoclips que durante todo el día MIV transmite por cable o satélite. La expansión de la oferta multimedia, todavía está bastante lejos de la capacidad tecnológica de la mayoría de los hogares.

EQUIPAMIENTO TECNOLÓGICO EN EL HOGAR (total nacional)

Uso pasivo

6

Porcentajes



► 5

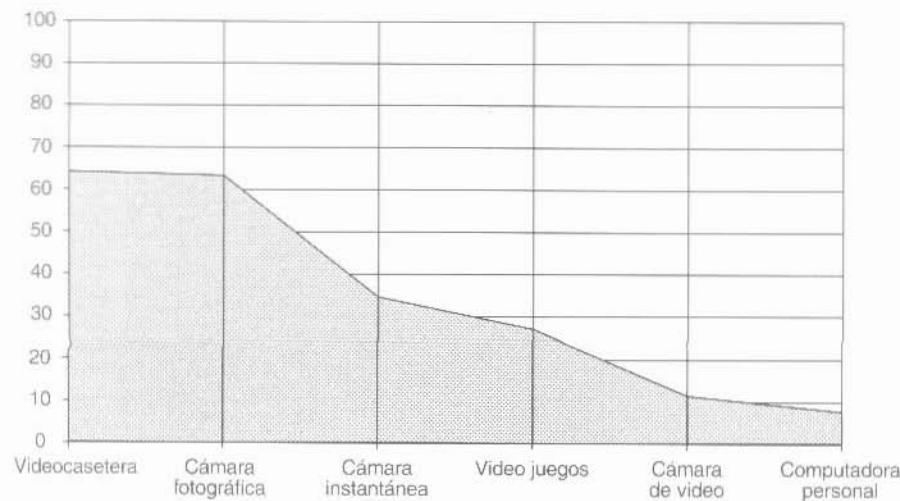
Total: 3,331 hogares

EQUIPAMIENTO TECNOLÓGICO EN EL HOGAR (total nacional)

Uso activo

7

Porcentajes



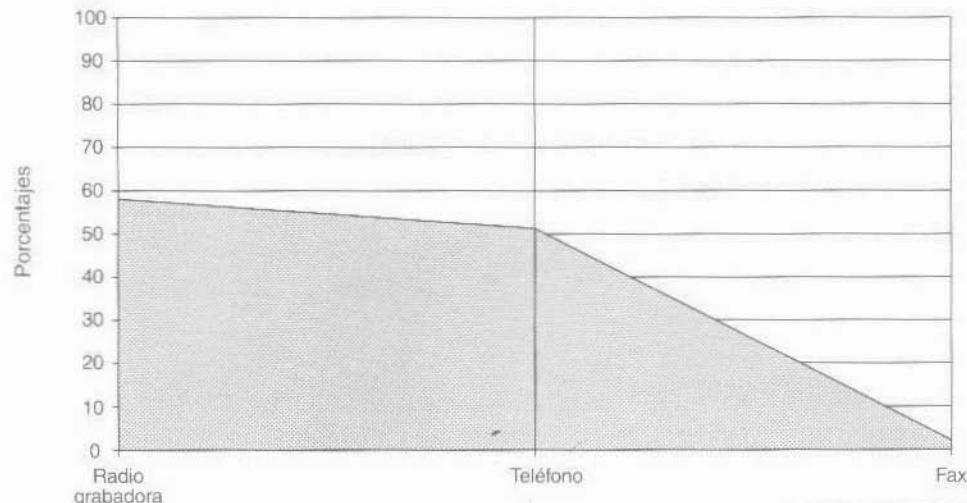
► 5

Total: 3,331 hogares

EQUIPAMIENTO TECNOLÓGICO EN EL HOGAR (total nacional)

8

Uso activo-pasivo



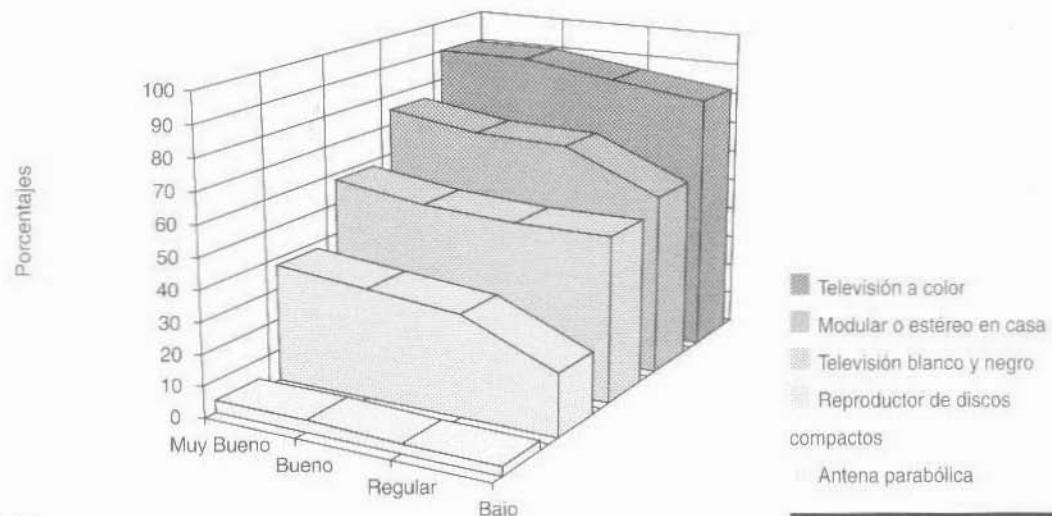
► 5

Total: 3,331 hogares

EQUIPAMIENTO TECNOLÓGICO EN EL HOGAR (según nivel de escolaridad)

9

Uso pasivo



► 5

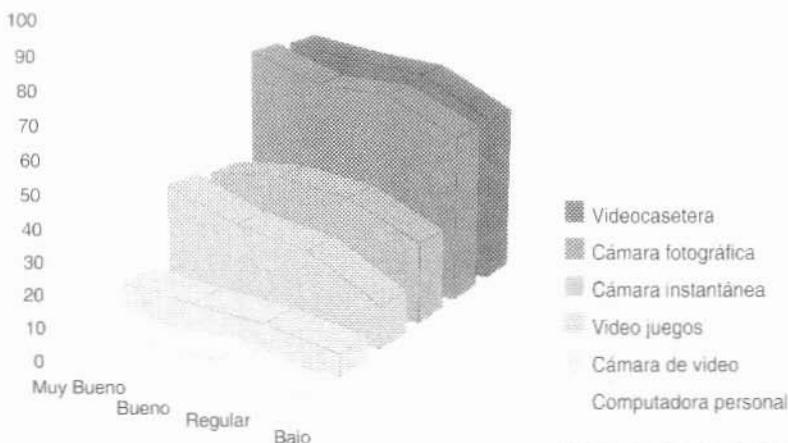
Total: 3,331 hogares

EQUIPAMIENTO TECNOLÓGICO EN EL HOGAR (según nivel de escolaridad)

Uso activo

► 10

Porcentajes



► 5

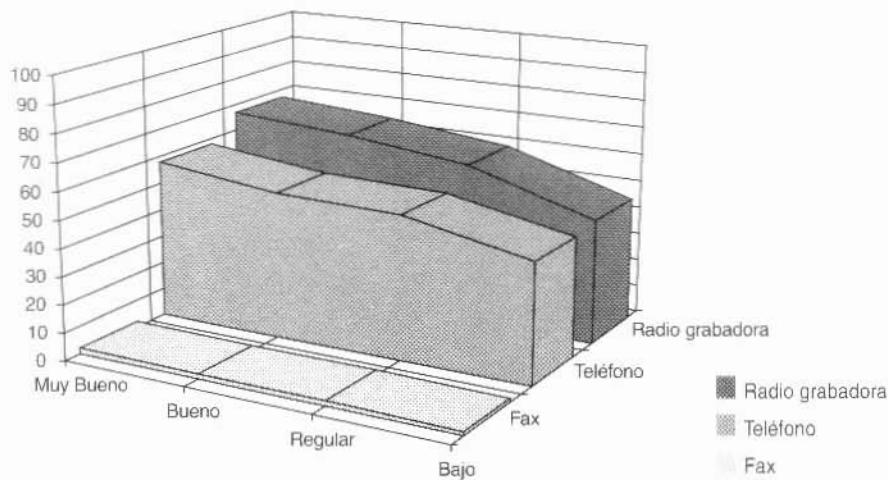
Total: 3,331 hogares

EQUIPAMIENTO TECNOLÓGICO EN EL HOGAR (según nivel de escolaridad)

Uso activo-pasivo

► 11

Porcentajes



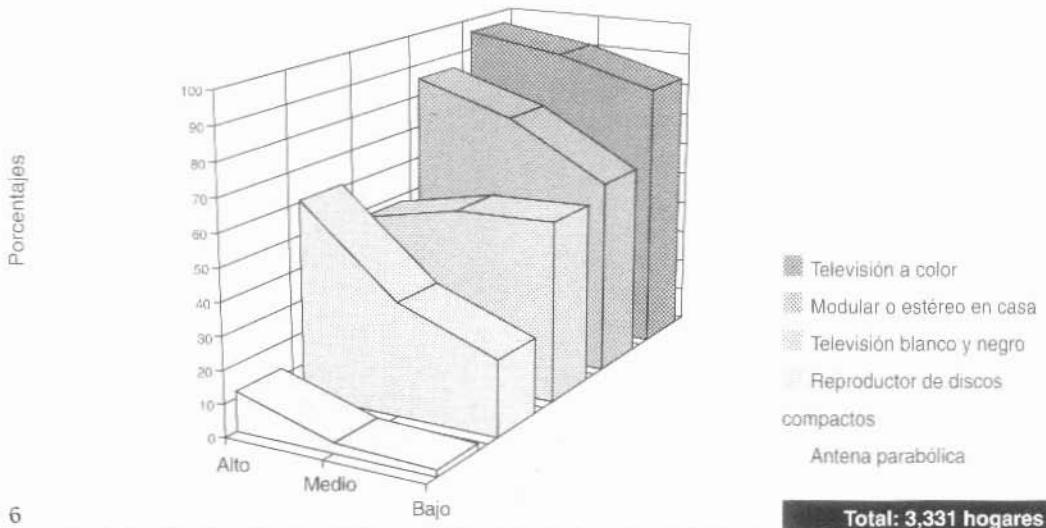
► 5

Total: 3,331 hogares

EQUIPAMIENTO TECNOLÓGICO EN EL HOGAR (según nivel socioeconómico)

Uso pasivo

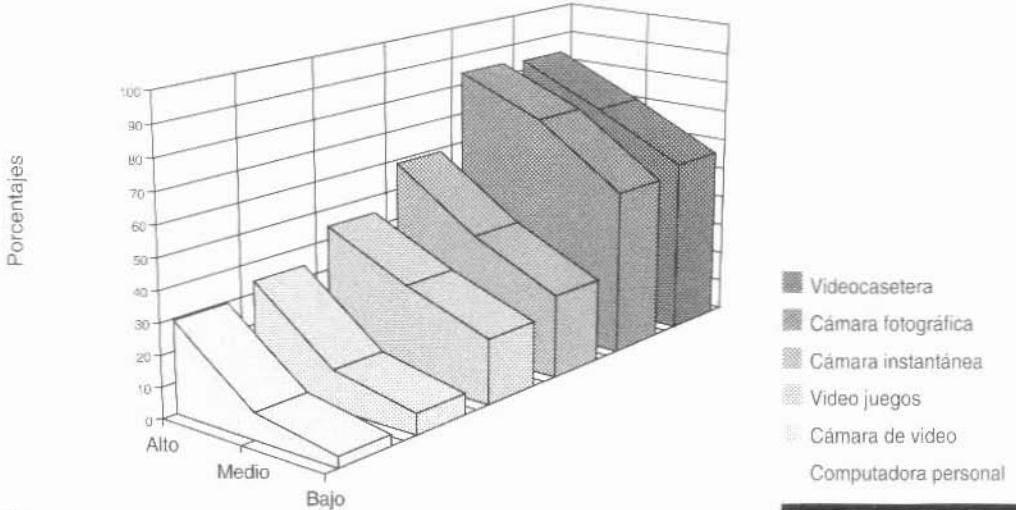
12



EQUIPAMIENTO TECNOLÓGICO EN EL HOGAR (según nivel socioeconómico)

Uso activo

13

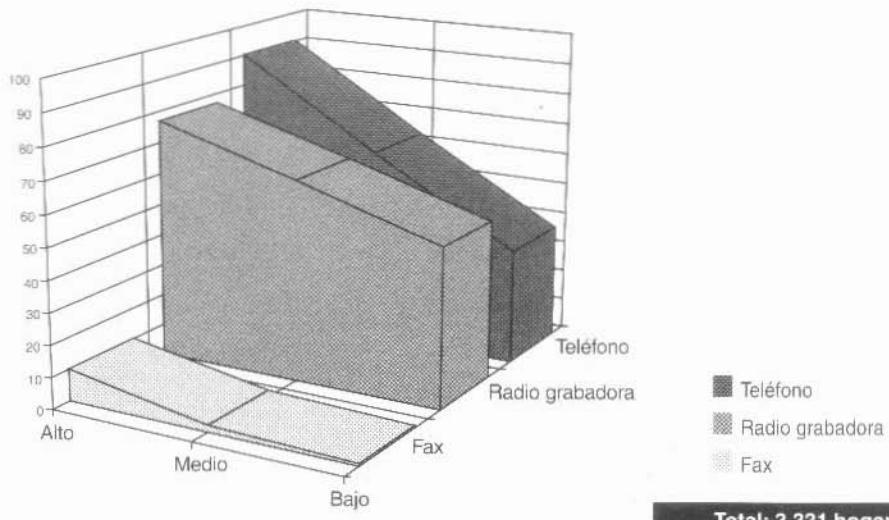


EQUIPAMIENTO TECNOLÓGICO EN EL HOGAR (según nivel socioeconómico)

Uso activo-pasivo

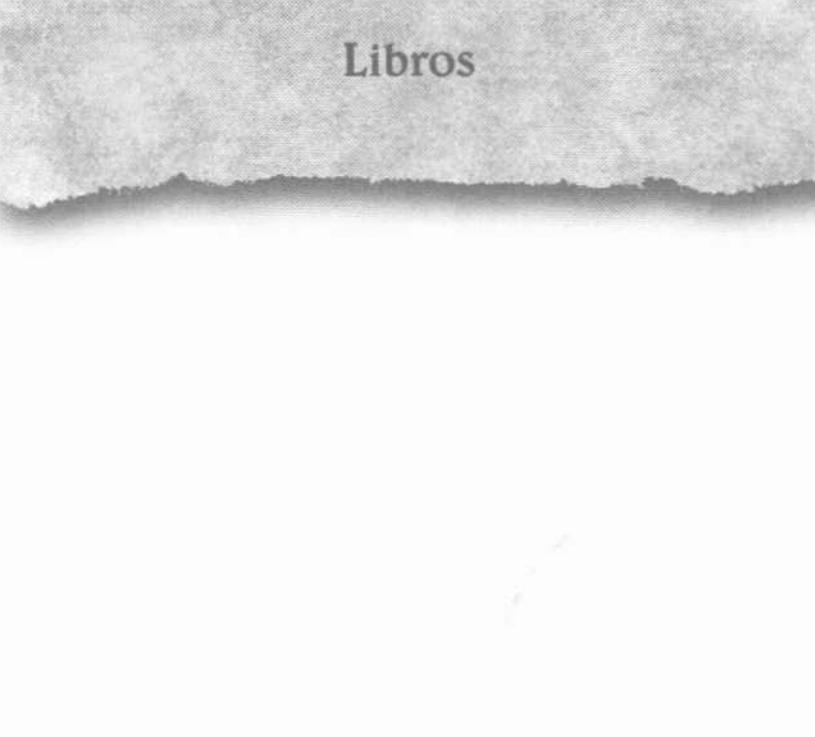
14

Porcentajes



► 6

► 27



Libros

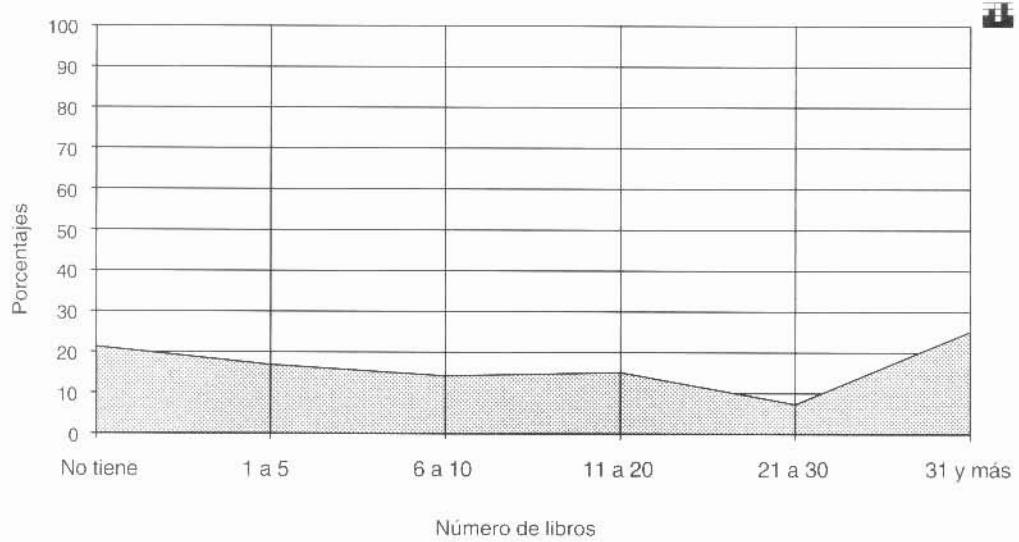
Ler es una actividad que nos sumerge en otros mundos posibles y con ello nos ayuda a dotar de sentido al mundo y la vida reales, a nombrar y a organizar nuestra experiencia vital. La lectura puede ser una práctica reflexiva que nos confronta con otras maneras de narrar y contar las experiencias que hemos vivido o que pudiéramos o quisieramos vivir.

La inmensa mayoría de los mexicanos son extranjeros indocumentados en la república de los libros. Para comenzar, poco más de la quinta parte de los mexicanos no tiene *ningún* libro. Dos quintas partes de las personas con primaria y la cuarta parte de los entrevistados con secundaria tampoco tienen ni un libro en casa. La mitad de los hogares mexicanos donde vive algún familiar con licenciatura (es decir, cuando menos 16 años "leyendo") tiene *menos de treinta libros* en su casa. El complemento viene cuando nos enteramos que de esos mismos hogares con al menos un profesionista en la familia, el 4% no tiene *ningún* libro. Hay entonces una relación directa entre la escolaridad y la posesión de libros en casa. De los hogares con libros, ocho de cada diez tiene diccionarios, Biblia y enciclopedias. Es decir, libros de

uso "práctico", que sirven para "algo". Las Bblias aparecen como de uso "práctico" no por su contenido, sino por su significado como objeto cultural dentro de un conjunto de otras prácticas. Ciertamente, se consultan mucho más diccionarios y enciclopedias que Bblias.

Al cambiar a los libros de usos "lúdicos", las cifras se nos comienzan a desplomar. Al parecer la relación que dentro de la escuela —prácticamente la única vía de acceso a la lectura— se forja, es más bien coactiva que gozosa, más bien utilitaria que imaginativa. Por lo que se refiere a literatura, documentamos un salto de cerca de cuarenta puntos entre las clases altas y las bajas. La compra de libros en el último año nos da una idea del mercado: 6 de cada 10 hogares mexicanos no compró *ningún* libro (ni "práctico" ni "lúdico") en los últimos doce meses. La mitad de los adolescentes no compró nada. El sexo no parece afectar mayormente este apartado, pero sí la escolaridad. Nuevamente vemos que a mayor educación formal, mayor probabilidad de comprar libros: 7 de cada 10 con estudios superiores compró al menos un libro en doce meses. Más adelante se verá la relación de este apartado con los usos de las bibliotecas y la distancia social que separa al lector de ellas.

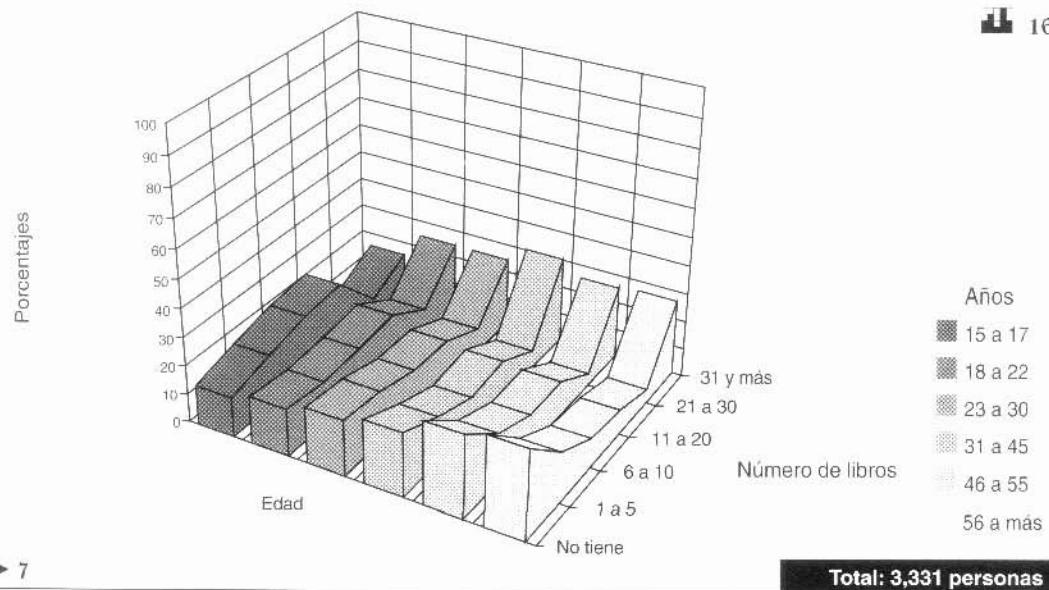
NÚMERO DE LIBROS POR PERSONA (total nacional)



► 7

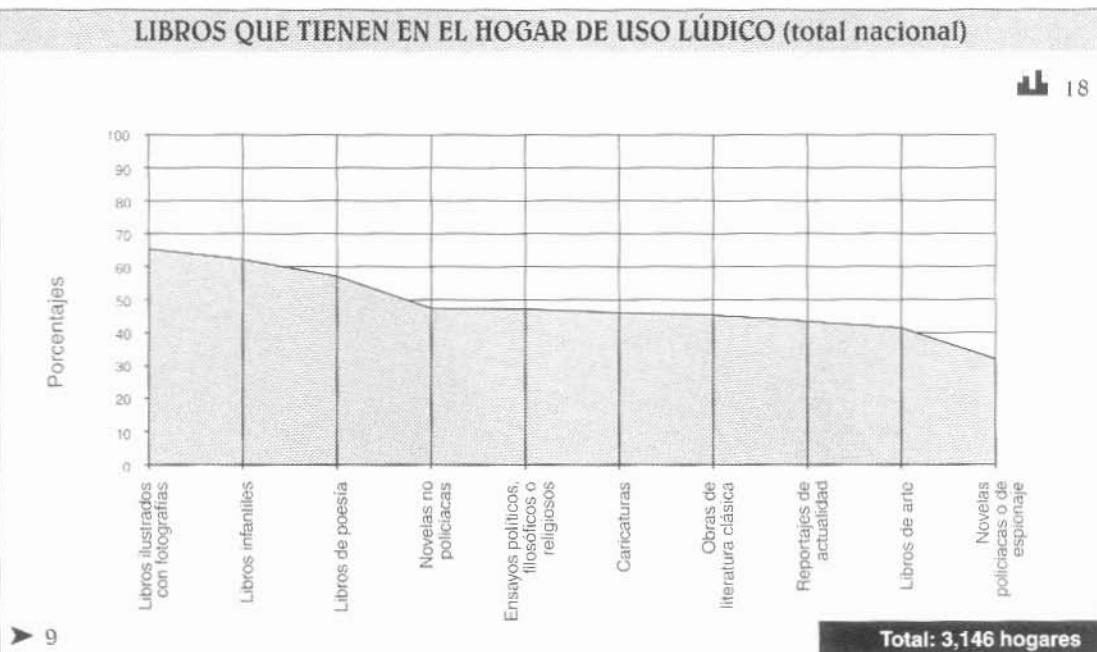
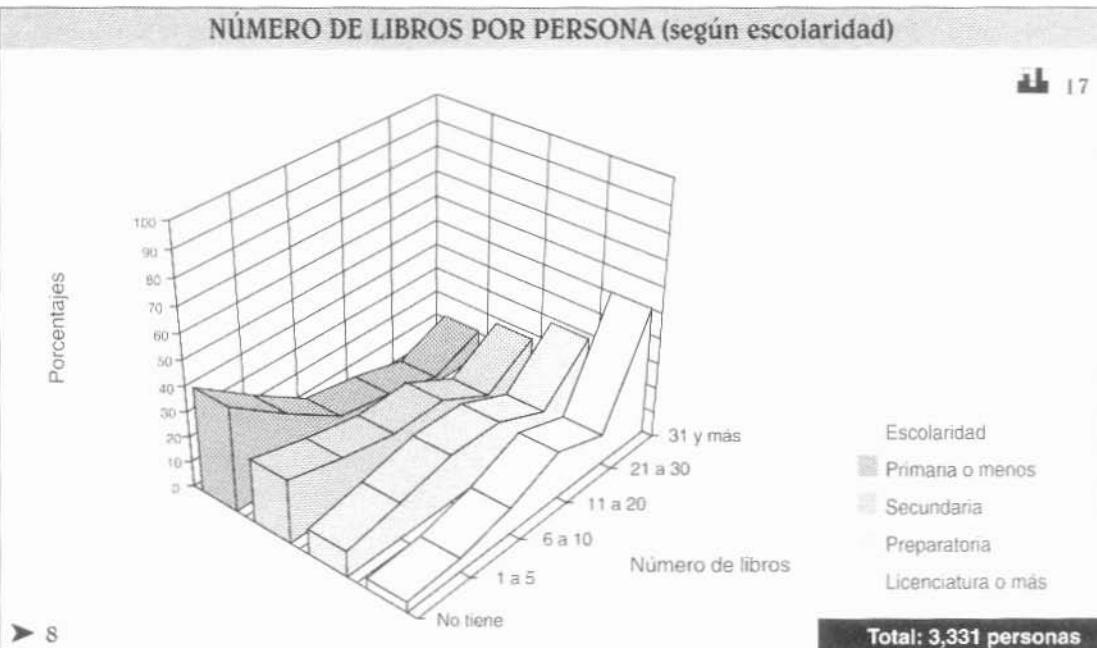
15

NÚMERO DE LIBROS POR PERSONA (según edad)



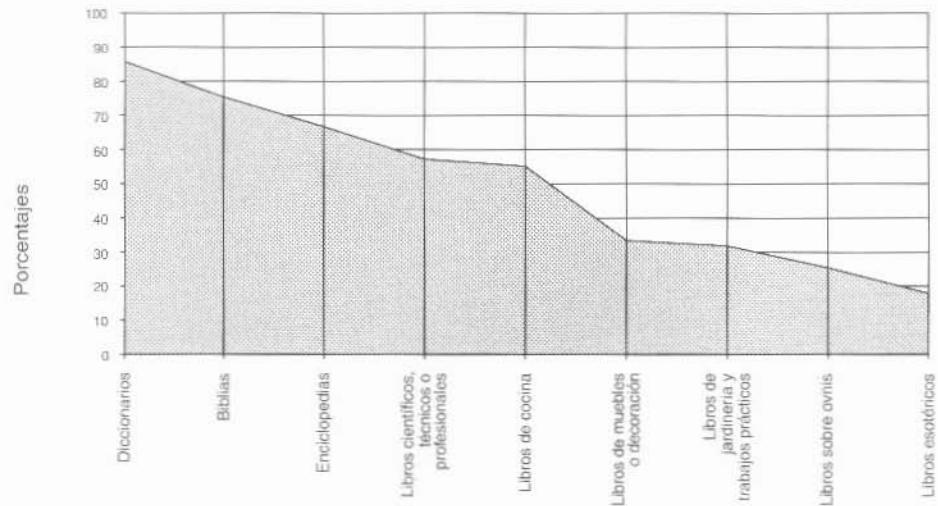
► 7

33



LIBROS QUE TIENEN EN EL HOGAR DE USO PRÁCTICO (total nacional)

 19

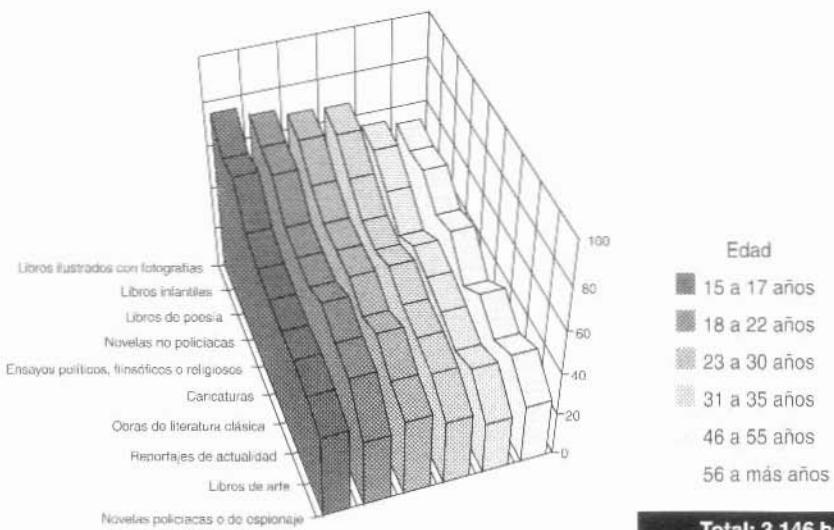


► 9

Total: 3,146 hogares

LIBROS QUE TIENEN EN EL HOGAR DE USO LÚDICO (según edad)

 20

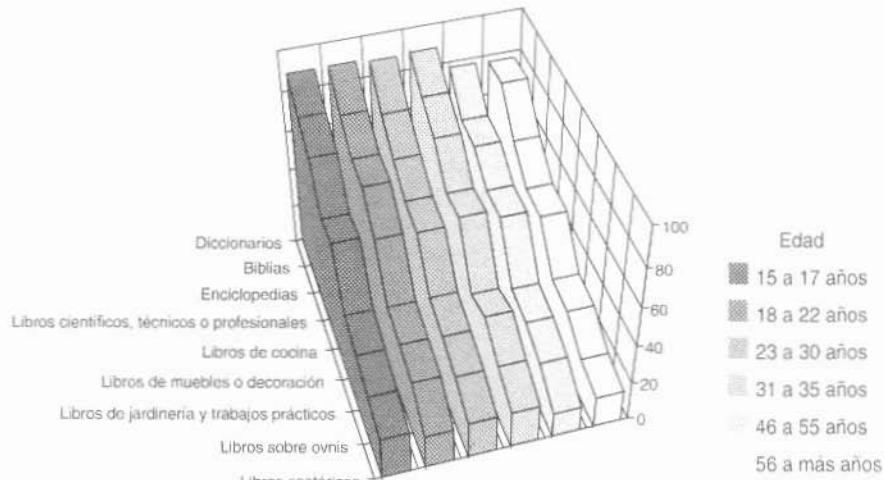


► 9

Total: 3,146 hogares

LIBROS QUE TIENEN EN EL HOGAR DE USO PRÁCTICO (según edad)

21

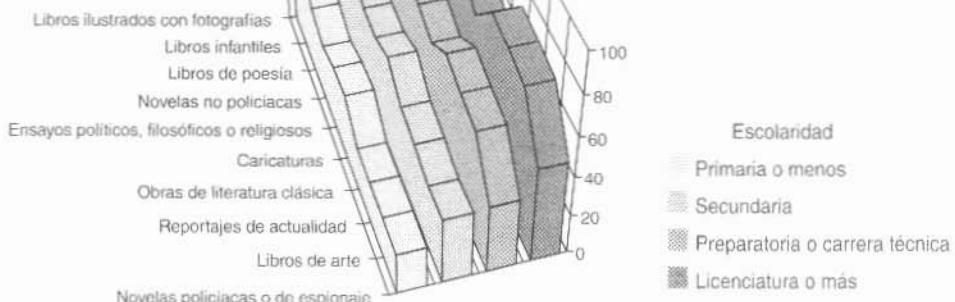


► 9

Total: 3,146 hogares

LIBROS QUE TIENEN EN EL HOGAR DE USO LÚDICO (según escolaridad)

22

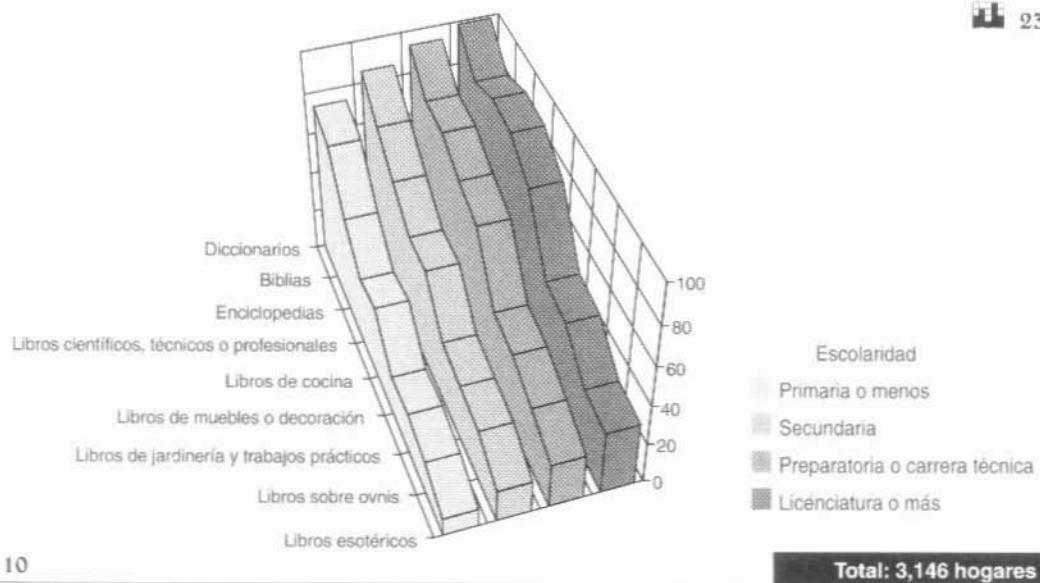


► 10

Total: 3,146 hogares

LIBROS QUE TIENEN EN EL HOGAR DE USO PRÁCTICO (según escolaridad)

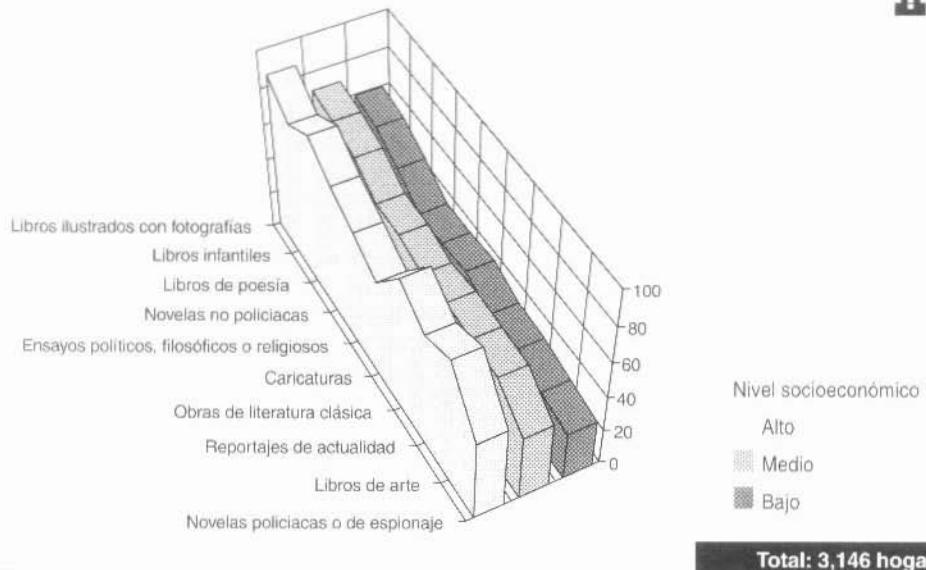
23



► 10

LIBROS QUE TIENEN EN EL HOGAR DE USO LÚDICO (según nivel socioeconómico)

24

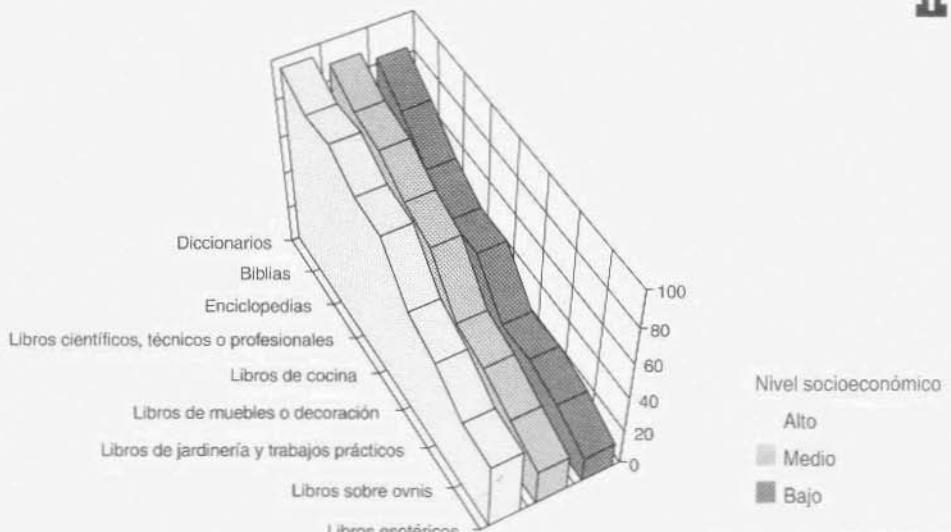


► 11

► 37

LIBROS QUE TIENEN EN EL HOGAR DE USO PRÁCTICO (según nivel socioeconómico)

► 25

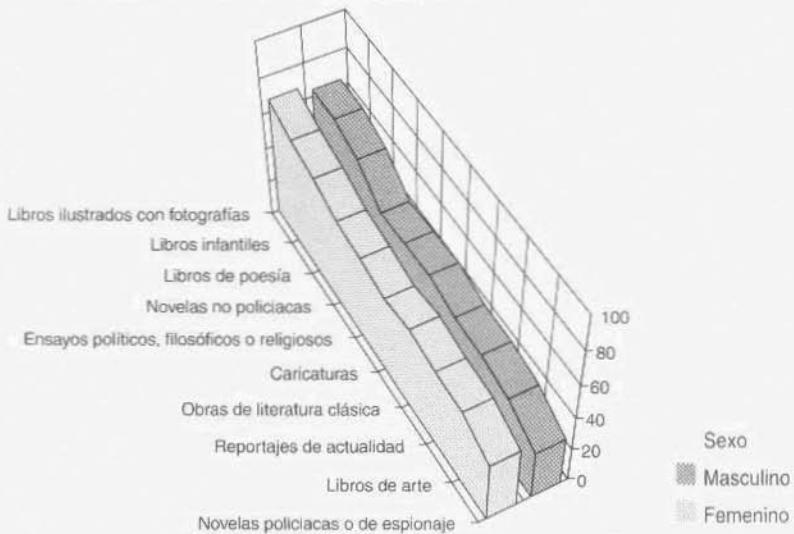


Total: 3,146 hogares

► 11

LIBROS QUE TIENEN EN EL HOGAR DE USO LÚDICO (según sexo)

► 26

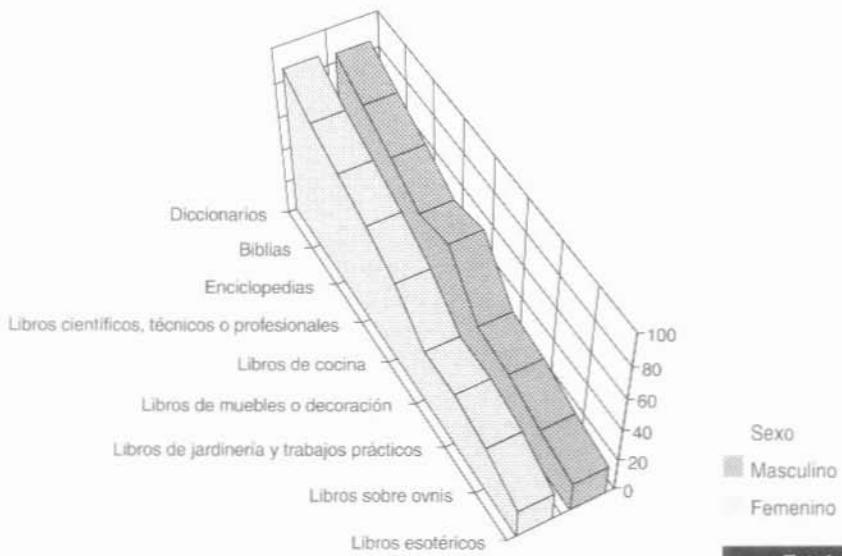


Total: 3,146 hogares

► 12

LIBROS QUE TIENEN EN EL HOGAR DE USO PRÁCTICO (según sexo)

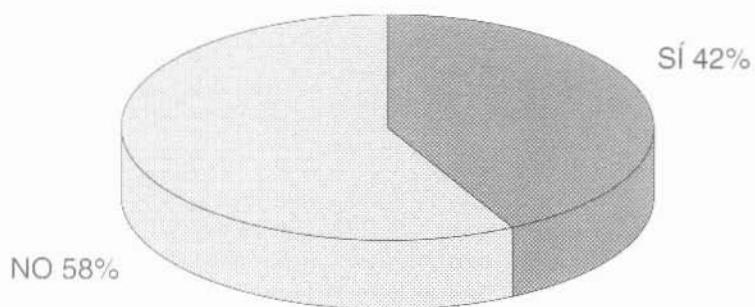
► 27



Total: 3,146 hogares

ADQUISICIÓN DE LIBROS EN LOS ÚLTIMOS DOCE MESES (total nacional)

► 28



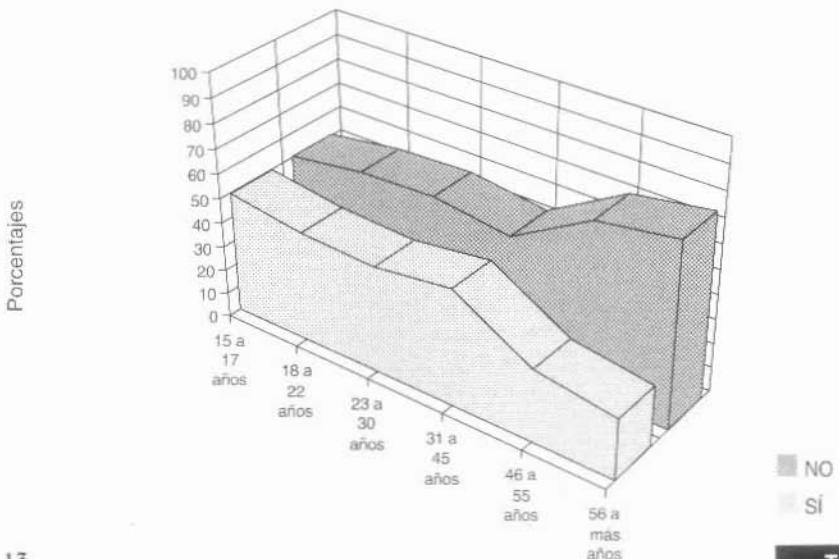
Total: 3,331 personas

► 13

► 39

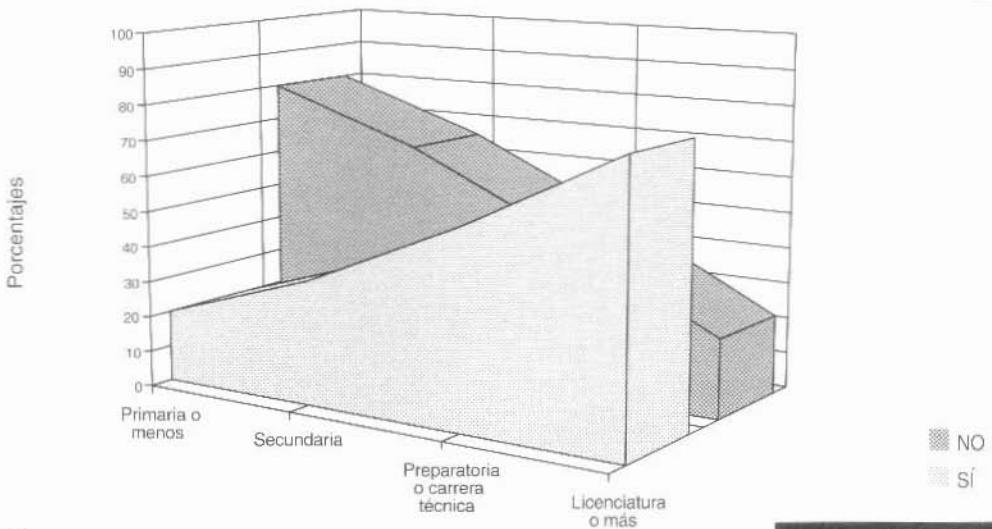
ADQUISICIÓN DE LIBROS EN LOS ÚLTIMOS DOCE MESES (según edad)

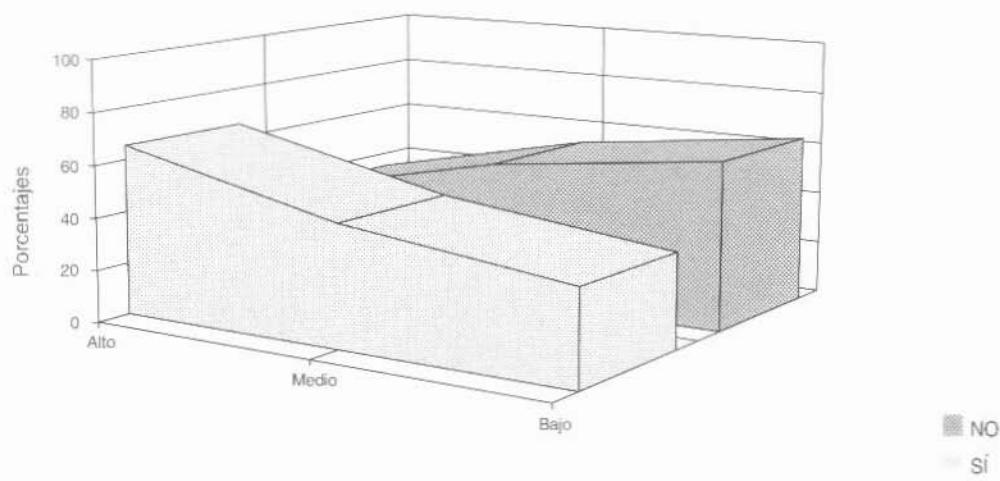
29



ADQUISICIÓN DE LIBROS EN LOS ÚLTIMOS DOCE MESES (según escolaridad)

30



ADQUISICIÓN DE LIBROS EN LOS ÚLTIMOS DOCE MESES (según nivel socioeconómico) 31

► 15

Total: 3,331 personas

► 41

Equipamiento cultural público

En este capítulo entramos de lleno a la infraestructura o entorno físico de la cultura en las ciudades. Es en relación con este equipamiento que la población tiene (o pudiera tener) otro tipo de contacto con los bienes y las expresiones culturales no sólo restringido a lo que circula en las ofertas de televisión y radio — como veremos, casi omnipresentes. De entre una gama variada de equipamientos, seleccionamos los museos, las bibliotecas, las casas de la cultura, los teatros, los auditorios, las salas de conciertos, las galerías de arte y los cines también llamados de arte. Es precisamente en ellos en donde las expresiones artísticas, el patrimonio nacional, los artistas y creadores así como sus obras, entran en contacto directo con el llamado *gran público*.

Sin embargo, el "gran" público en México tiene perfiles más bien restringidos: un poco más de la mitad de la población mayor de 15 años nunca ha estado en un museo, el 60% nunca ha visitado una biblioteca. Las casas de la cultura y los auditorios rondan el 30% del público y las salas de conciertos, las galerías y los cines de arte no son visitadas por, al menos, ocho de cada diez habitantes. Las figuras nos dan las representaciones de esta constatación cruzada por edades, sexo, escolaridad, clases sociales y por región. Si preguntamos de acuerdo a las regiones, los agregados nos dan una imagen similar, pero profundamente desbalanceada: el noreste (que en este estudio comprende desde Chihuahua hasta Tamaulipas) resulta ser el que menos contacto frecuente tiene en lo general con este entorno. Si comparamos con la asistencia a otro tipo muy común de equipamiento cultural —los cines— que también en

los últimos años han experimentado un acelerado proceso de "estacionamientización" (son convertidos de la noche a la mañana en estacionamientos públicos) la relación entre el uso de la infraestructura "abiertamente" cultural y los cines es interesante. La frecuencia de uso y asistencia de éstos es siempre mayor (casi el doble) de los primeros.

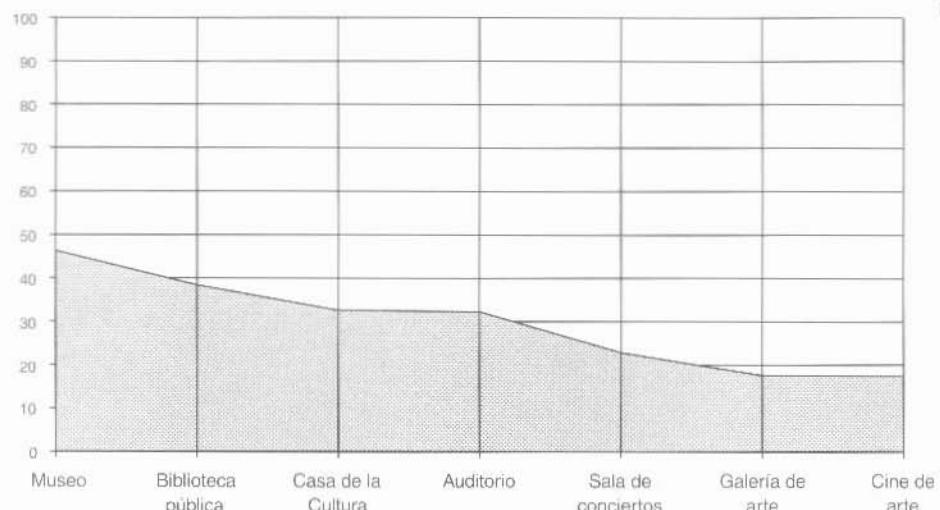
Si seguimos con estas comparaciones y agregamos otro tipo de prácticas de uso de equipamientos y ofertas culturales, vemos una interesante distribución del "mercado" potencial de las políticas culturales: en todos los casos la gente expresa que *le gustaría asistir* mucho más de lo que efectivamente puede hacerlo. Como ya sabemos, no sólo es cuestión de precio, sino también de "tener" las disposiciones incorporadas y adecuadas para poder distinguir, evaluar y degustar las prácticas y los productos culturales. Esas mismas disposiciones son las que hacen que se construya un público cuando se logra reducir la distancia social percibida que les separa de aquellos productos y prácticas. La gráfica 48 nos muestra que la mayoría de la gente percibe "cercaña" a su vida y experiencia urbana los templos (campo religioso), las escuelas (campo educativo) y las clínicas (campo de la salud). A medida que se avanza hacia recintos más cargados del sentido social construido para el arte, mayor es la distancia de la percepción. Todo el mundo sabe que en su ciudad "*por algún lado*" (es decir, sin ninguna referencia precisa y por lo mismo alejado en la percepción) hay cines, bibliotecas, museos, etcétera. La distancia social percibida hacia los equipamientos culturales parece

ser congruente con las cifras de las secciones anteriores. Mientras más se acerca al núcleo del equipamiento del campo artístico (salas de concierto, galerías y cines de arte) menor es la cantidad de personas que les percibe, ya no digamos, ni siquiera lejanas. Ello deja fuera por completo de la experien-

cia artística a una parte enorme de la población. Se puede vivir durante generaciones junto a una biblioteca o museo, pero experimentar una distancia social que jamás les permitirá no sólo entrar en ellos, sino siquiera percibirlos como parte de su experiencia urbana.



RECINTOS CULTURALES EN LOS QUE HA ESTADO (total nacional)

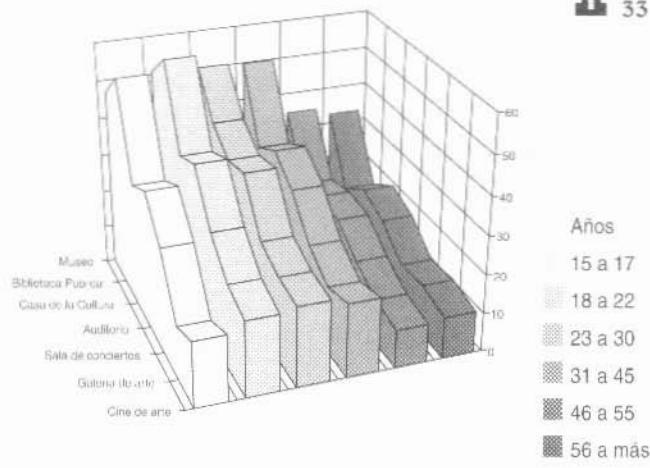


► 32

Total: 2,634 personas

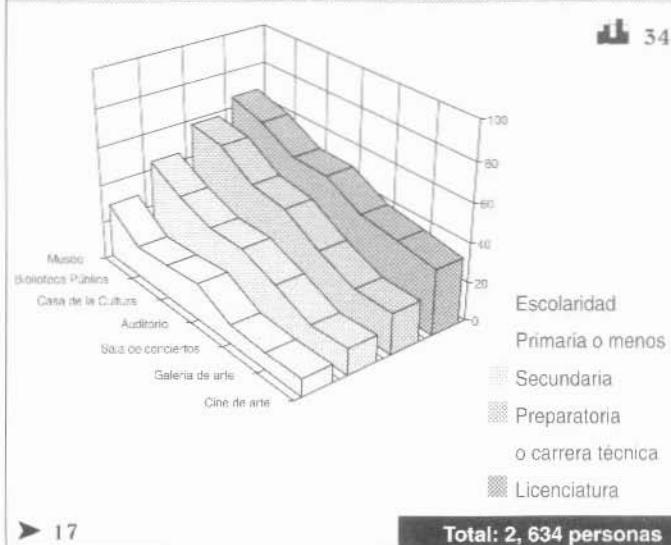
RECINTOS CULTURALES EN LOS QUE HA ESTADO

(según edad)



► 33

(según escolaridad)



► 34

► 16

Total: 2,634 personas

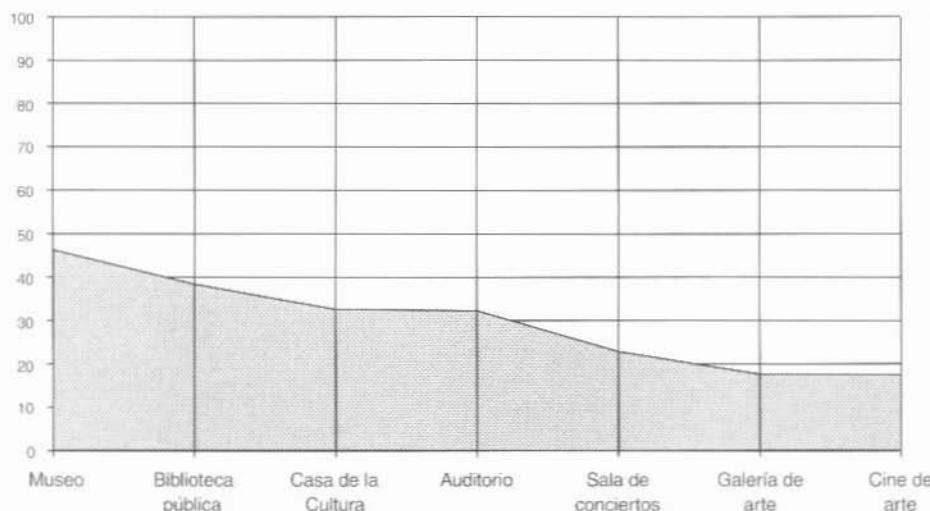
► 17

Total: 2,634 personas

► 47

RECINTOS CULTURALES EN LOS QUE HA ESTADO (total nacional)

32



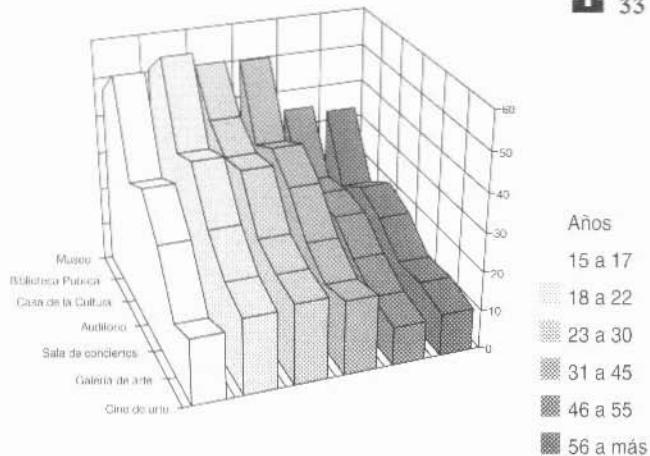
► 16

Total: 2,634 personas

RECINTOS CULTURALES EN LOS QUE HA ESTADO

(según edad)

33

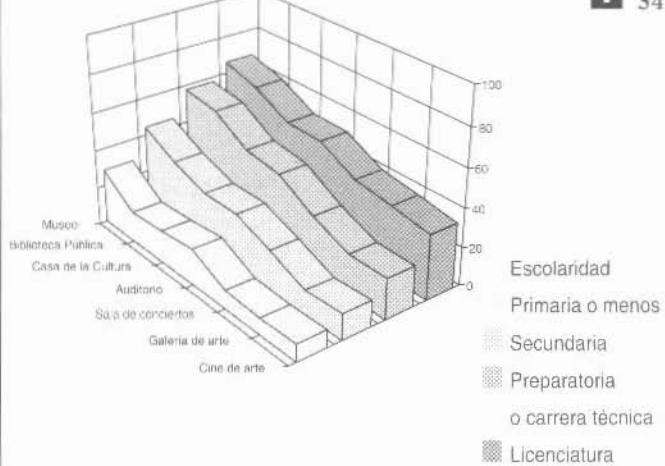


► 16

Total: 2,634 personas

(según escolaridad)

34



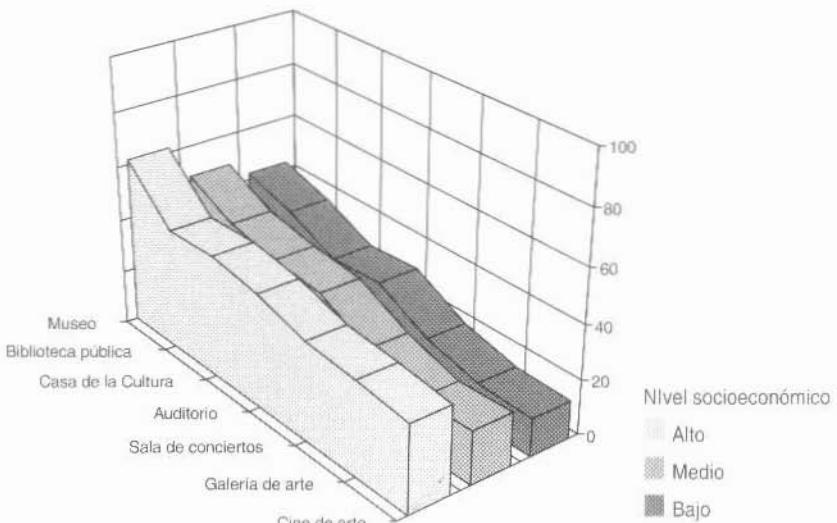
► 17

Total: 2,634 personas

► 47

RECINTOS CULTURALES EN LOS QUE HA ESTADO (según nivel socioeconómico)

35

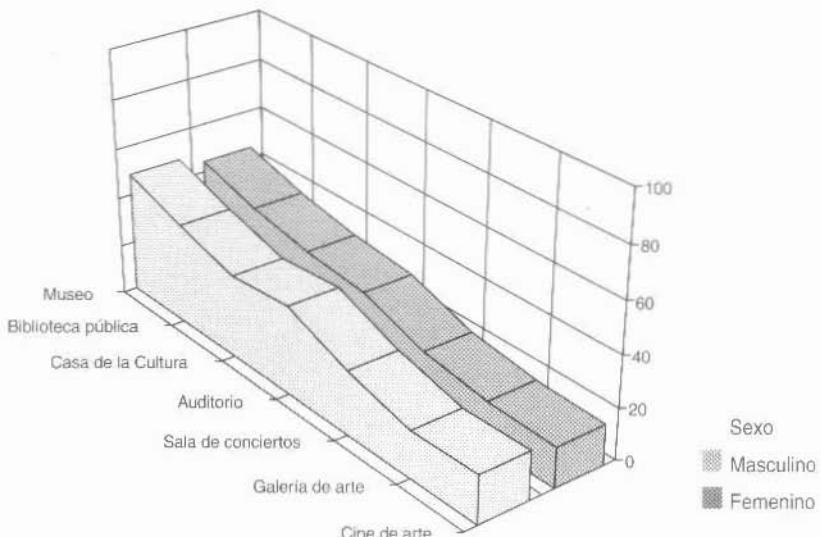


► 18

Total: 2,634 personas

RECINTOS CULTURALES EN LOS QUE HA ESTADO (según sexo)

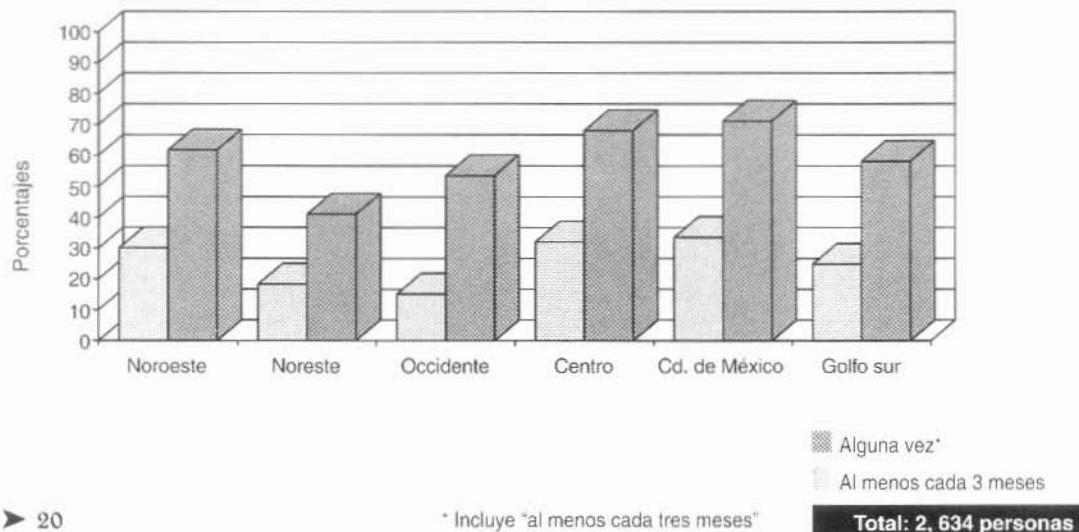
36



► 19

FRECUENCIA CON QUE ACOSTUMBRA IR A MUSEOS (según región)

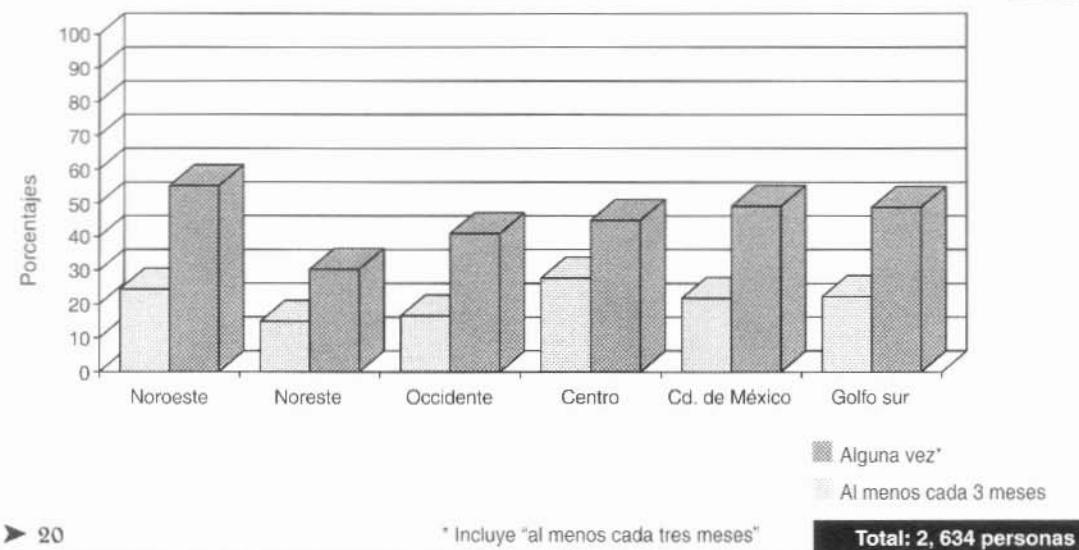
37



► 20

FRECUENCIA CON QUE ACOSTUMBRA IR A CASAS DE LA CULTURA (según región)

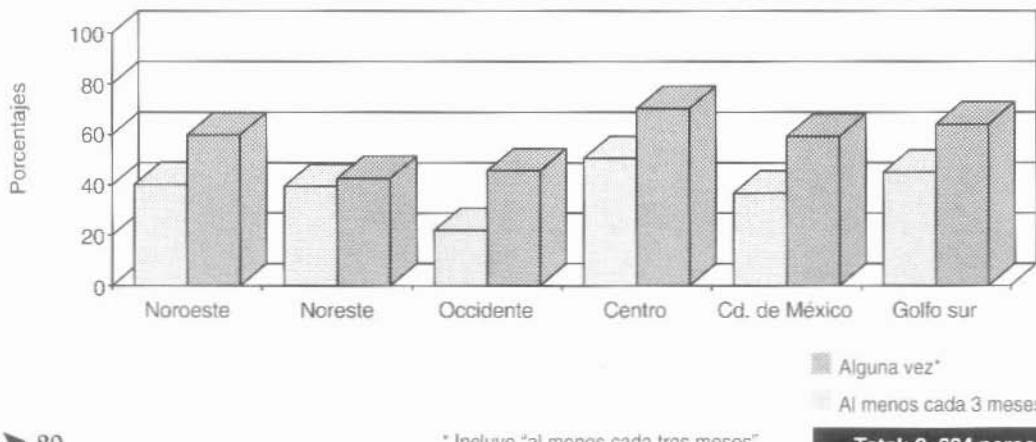
38



► 20

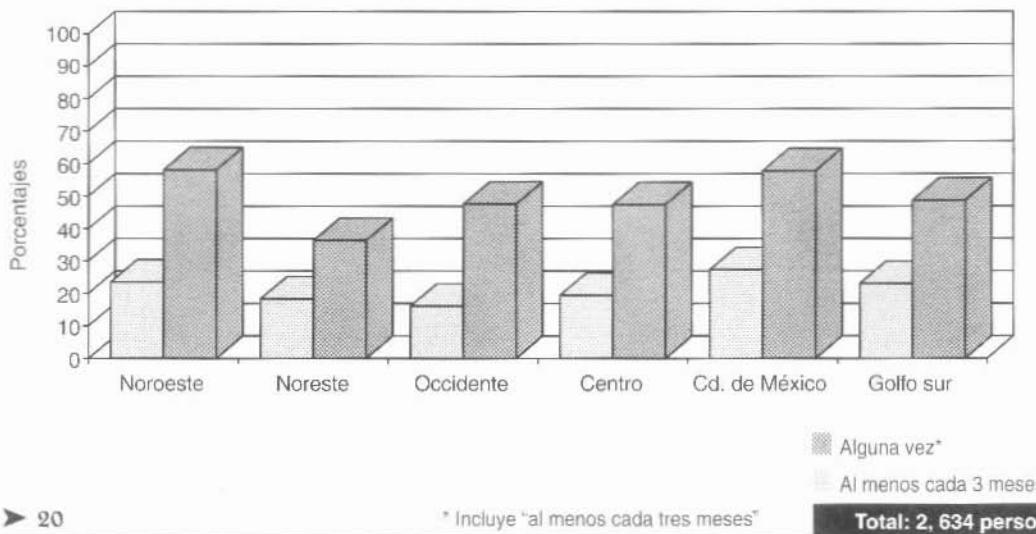
FRECUENCIA CON QUE ACOSTUMBRARA IR A BIBLIOTECAS PÚBLICAS (según región)

39



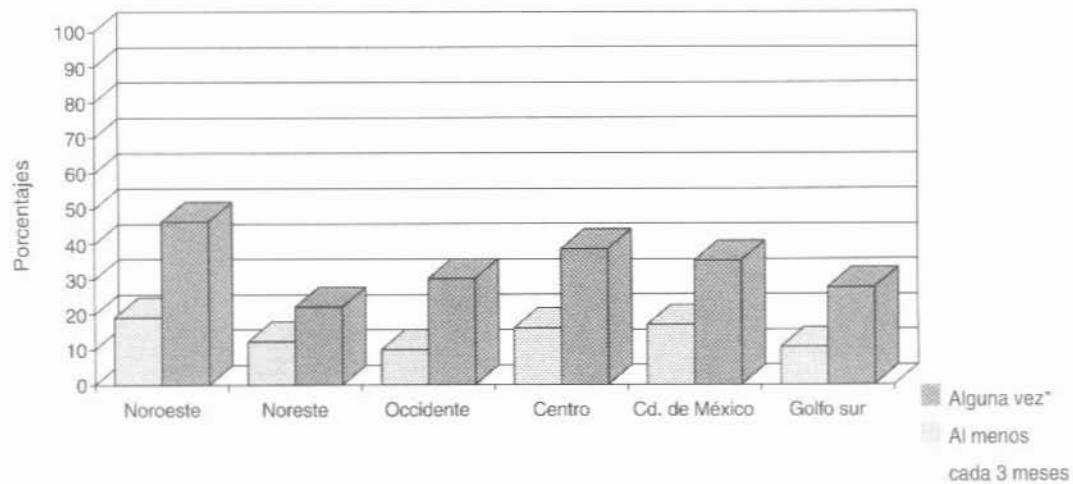
FRECUENCIA CON QUE ACOSTUMBRARA IR A TEATROS (según región)

40



FRECUENCIA CON QUE ACOSTUMBRA IR A SALAS DE CONCIERTOS (según región)

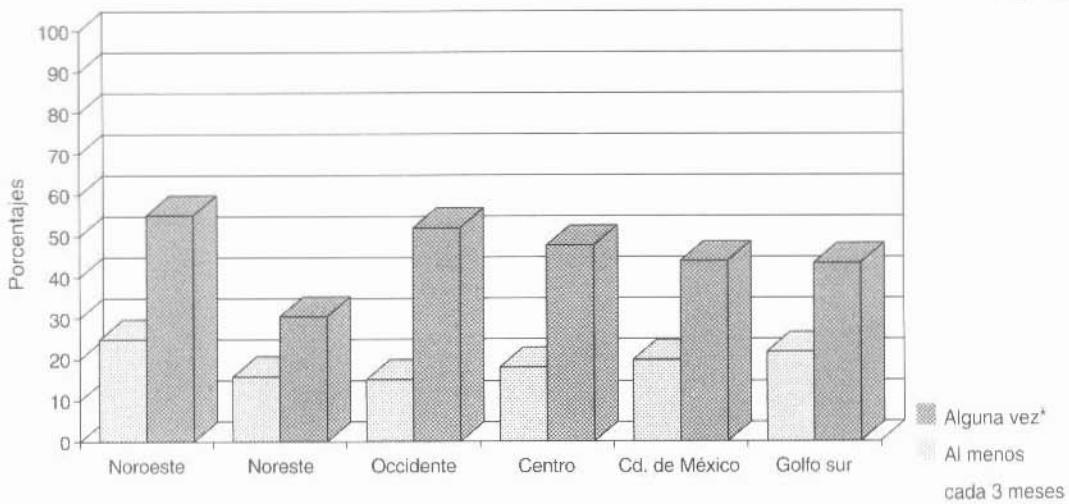
► 41



Total: 2,634 personas

FRECUENCIA CON QUE ACOSTUMBRA IR A AUDITORIOS (según región)

► 42



Total: 2,634 personas

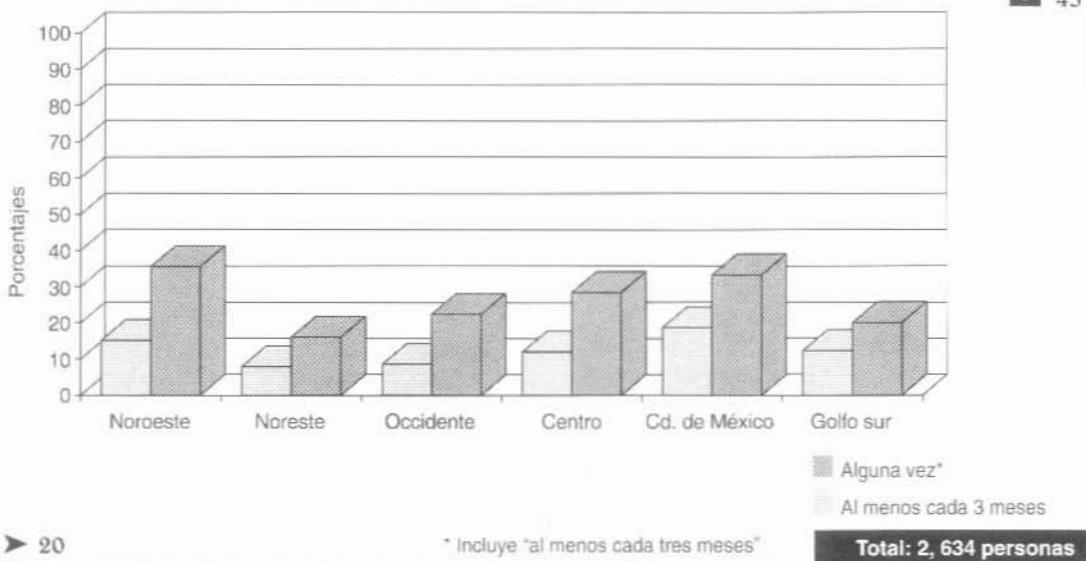
► 20

* Incluye "al menos cada tres meses"

► 51

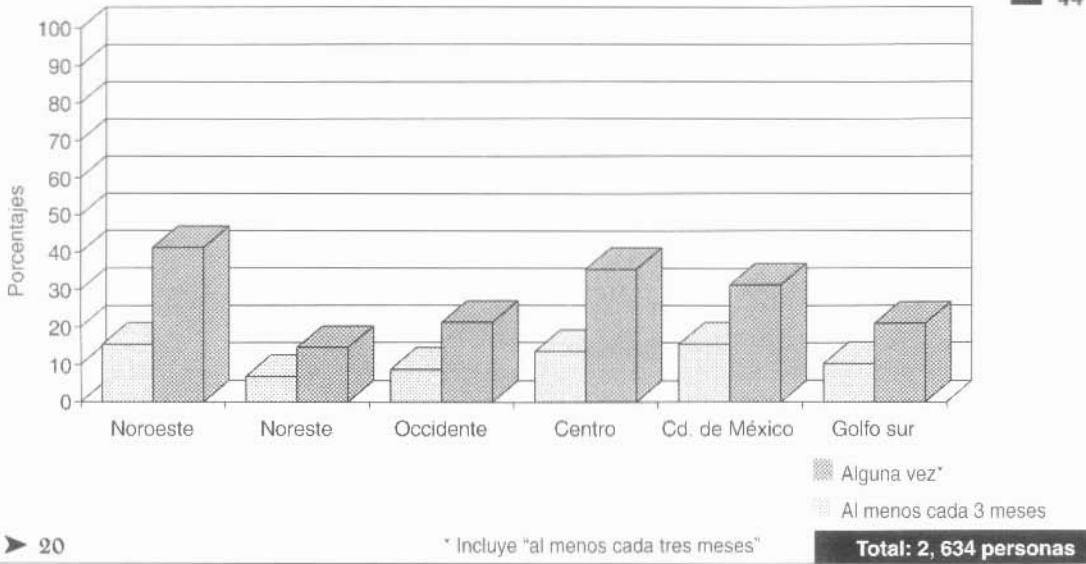
FRECUENCIA CON QUE ACOSTUMBRA IR A CINES DE ARTE (según región)

43

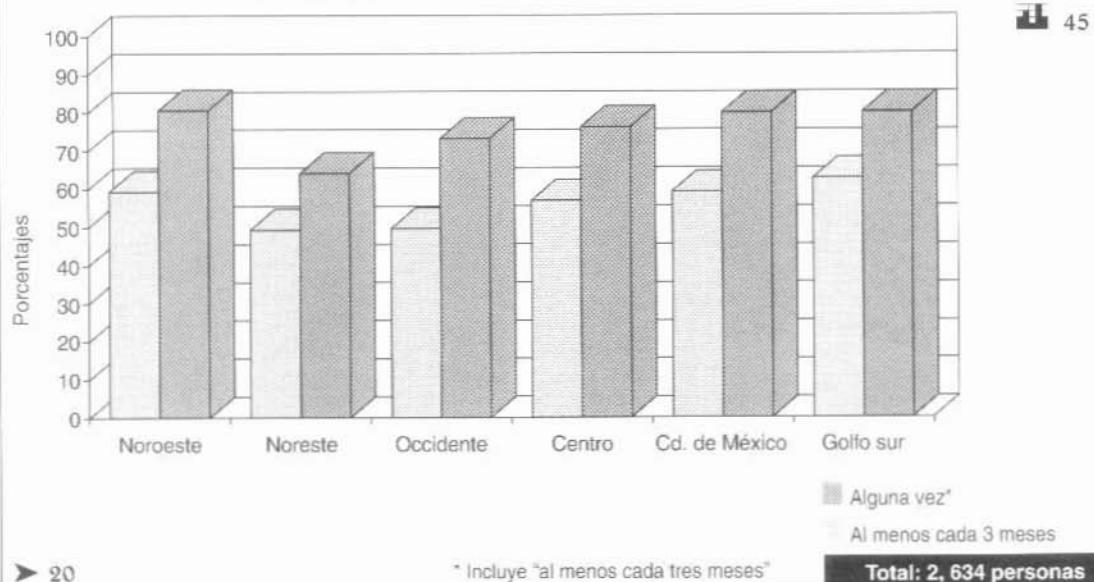


FRECUENCIA CON QUE ACOSTUMBRA IR A GALERÍAS DE ARTE (según región)

44



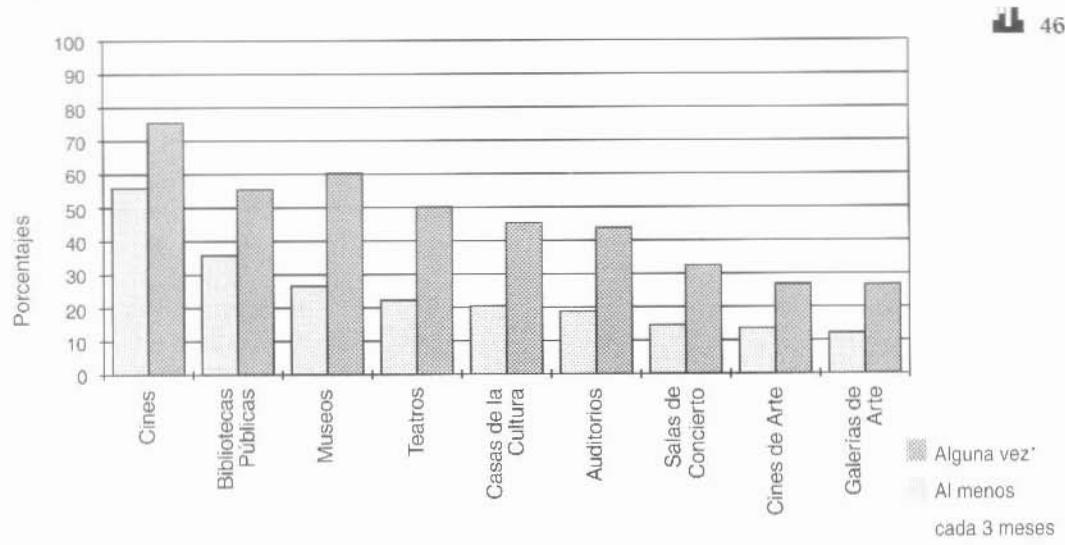
FRECUENCIA CON QUE ACOSTUMBRARA IR A CINES (según región)



► 20

45

FRECUENCIA CON QUE ACOSTUMBRARA IR A CENTROS CULTURALES (total nacional)



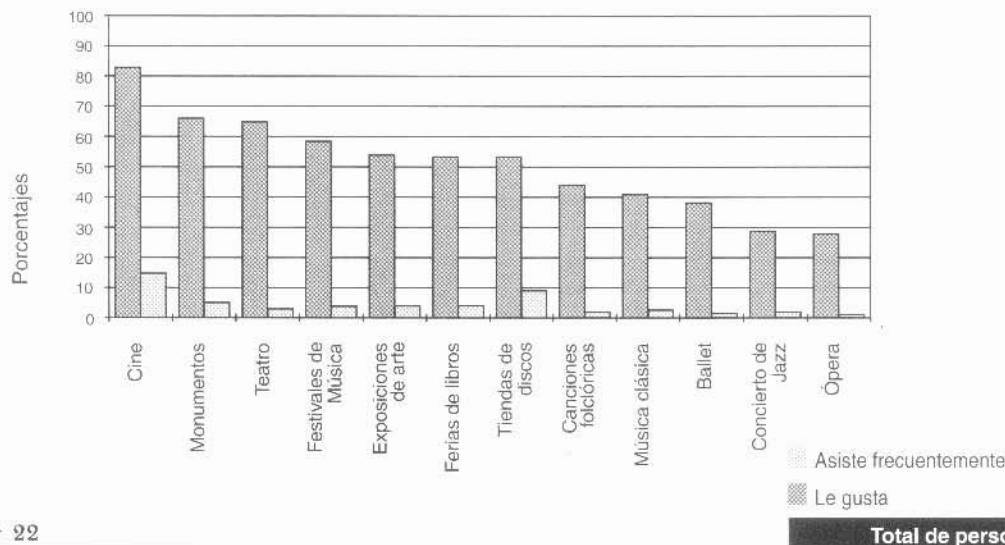
► 21

46

► 53

EQUIPAMIENTO CULTURAL PÚBLICO: ASISTENCIA POTENCIAL Y REAL (total nacional)

47



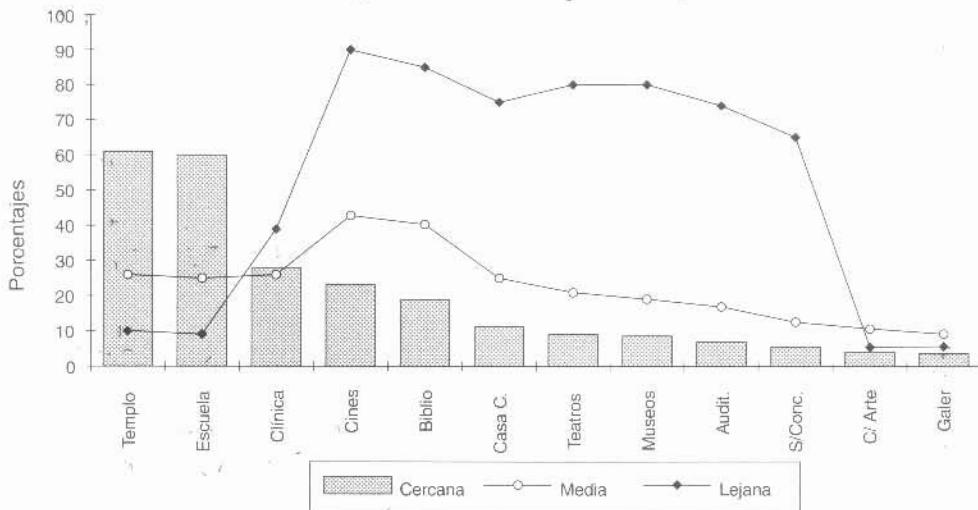
► 22

Total de personas

EQUIPAMIENTO CULTURAL PÚBLICO

(Distancia social percibida)

48

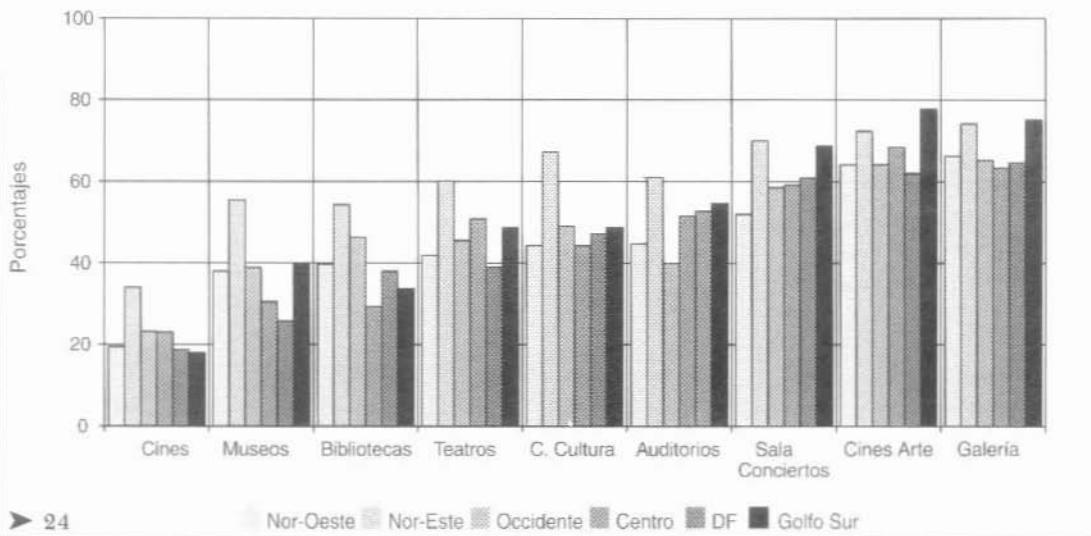


► 23

USO DEL EQUIPAMIENTO CULTURAL PÚBLICO

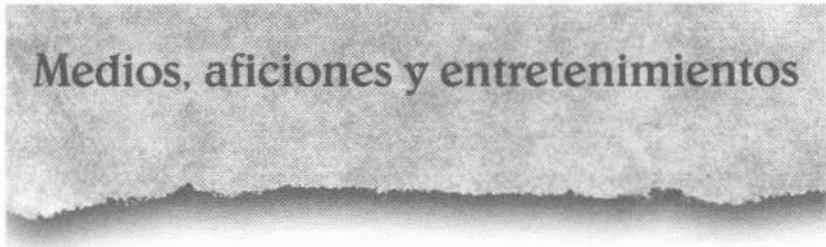
(Nunca ha estado)

49



► 24

Nor-Oeste ■ Nor-Este ■ Occidente ■ Centro ■ DF ■ Golfo Sur



Medios, aficiones y entretenimientos

Daremos un repaso muy rápido a la exposición de la población a cuatro diferentes medios, sin duda los más recurridos, a saber, los periódicos, la radio, la televisión y los videoclubes, cuya mayor oferta es la de películas que se pueden ver de manera privada en casa.

Casi 3 de cada 10 personas nunca lee el periódico. Otro tanto es el que lo lee diariamente y otra porción similar lo consulta más o menos cada semana. Con la radio ocurre algo distinto, pues su acceso es relativamente menos costoso y su exigencia de atención es mucho menor. La gente puede estar oyendo radio y haciendo otras cosas sin perder necesariamente el hilo de lo que escucha. Así, nueve de cada diez mexicanos escucha la radio y sólo un 8.5% no ve la televisión. En pocas palabras, nuestro estudio vuelve a confirmar la tendencia creciente que se ha documentado en otros estudios: la radio es un canal prácticamente omnipresente en la vida de los mexicanos y por cierto es un canal profundamente descuidado para efectos de las políticas culturales. La televisión abierta, tiene un estatuto similar y aunque también es un canal que ha sido cedido sin más desde sus inicios en los años cincuenta a intereses comerciales, sigue siendo un canal prácticamente dejado al libre juego del mercado y la sociedad no acaba de atinar en su uso con fines no exclusivamente mercantiles.

En ambos canales —radio y televisión abierta— contamos con una "capacidad instalada" mejor o igual que cualquier país desarrollado, pero sin duda su uso se ha estereotipado y rara vez estos medios se toman en cuenta para el diseño de políticas culturales menos

restringidas a la conducta orientada de consumidores de mercancías. Cuando se ha querido hacer uso "cultural" de ellos, se ignora por completo sus especificidades y se convierten en medios llenos de un aburridísimo didactismo, tan soporífero que mejor de plano se les considera como "escencialmente" abocados al "entretenimiento", como si éste no fuera una práctica cultural a todo título y ligada —como ya dijimos— con otra constelación de prácticas.

El caso de la creciente cultura del *video*, va de la mano con el acceso a la televisión de colores, la reproducción casi oncológica de los videoclubes por todo el país y al abaratamiento de los costos de renta de los videogramas. La mitad de los hogares tiene al menos un contacto con los negocios de renta de videogramas. Este rubro que muestra un incremento sostenido desde hace varios años, podría ser usado imaginativamente para el diseño de políticas culturales más cercanas a la población.

Aficiones y entretenimientos

Todas las tendencias anteriores, se vuelven a reproducir cuando se trata de conocer las preferencias y gustos de la población unas en relación con las otras. De entre las que mostramos, *ir al cine* destaca por encima de todas las demás. El ballet y la ópera sin excepción son las menos preferidas, no sólo por sus contenidos, sino porque están muy lejos de las disposiciones que la mayoría de la población posee.

Un espectro de prácticas y gustos se despliega

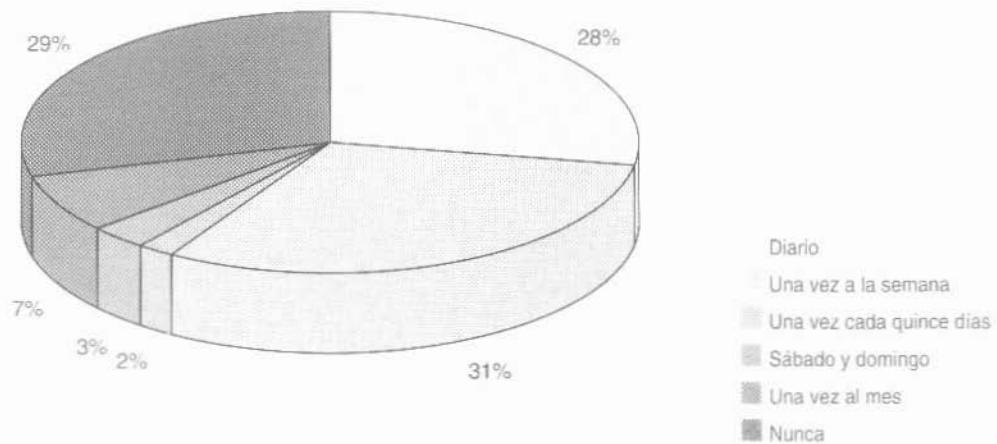
en las cifras sobre este particular. En este caso, agrupamos a las personas que *gustan* de esa actividad, pero *no pueden ir* o bien van *sólo algunas veces*.

En el caso de las actividades que la gente practica más, el escuchar música y ver la televisión se llevan la mayor parte del público. Leer cualquier cosa, ir al cine y rentar películas les siguen en orden descendente. El vínculo de las actividades preferidas con la estructura y equipamiento hogareño de medios de difusión aparece con nitidez.

Frente a esto sigue firme el cuestionamiento del enorme descuido de estos canales dentro de una política cultural. Hasta hace poco tiempo, las actividades de radio televisión y cinematografía las coordinaba la Secretaría de Gobernación y no el sector Cultura, como si estos canales no estuvieran estrechamente relacionados con el acceso y el goce de los bienes culturales.

FRECUENCIA DE LECTURA DE PERIÓDICOS (total nacional)

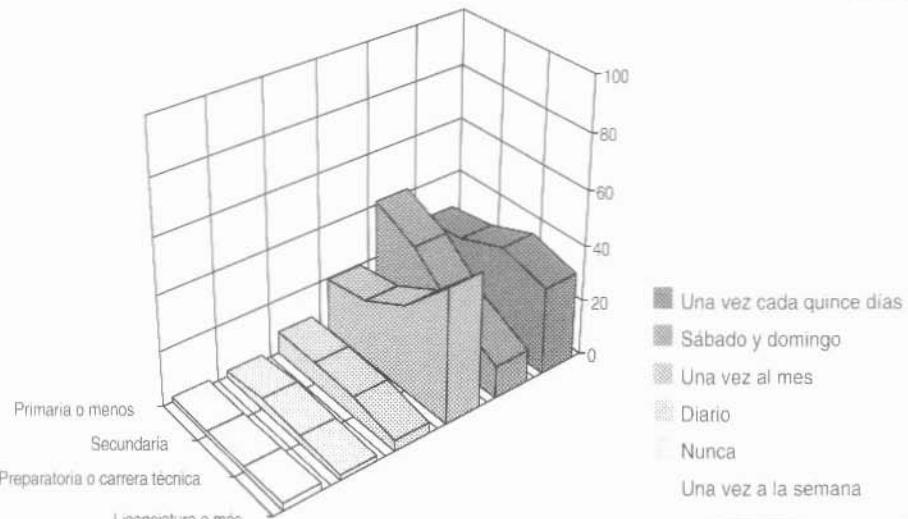
50



► 25

FRECUENCIA DE LECTURA DE PERIÓDICOS (según escolaridad)

51



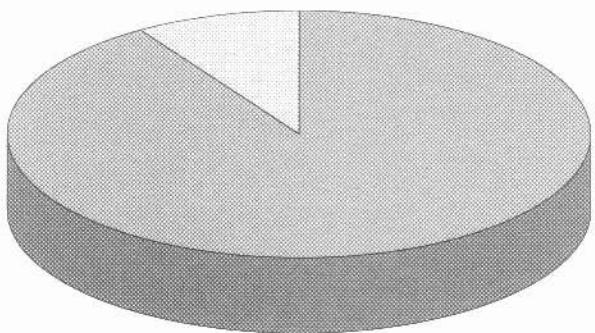
► 25

► 61

PERSONAS QUE ESCUCHAN RADIO (total nacional)

52

NO 9%



SI 91%

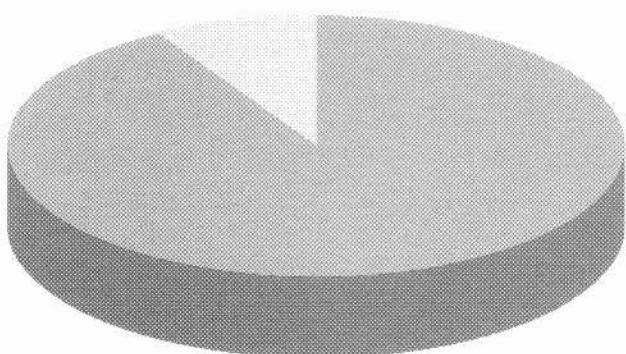
► 26

Total: 3,331 personas

PERSONAS QUE VEN TELEVISIÓN (total nacional)

53

NO 9%



SI 91%

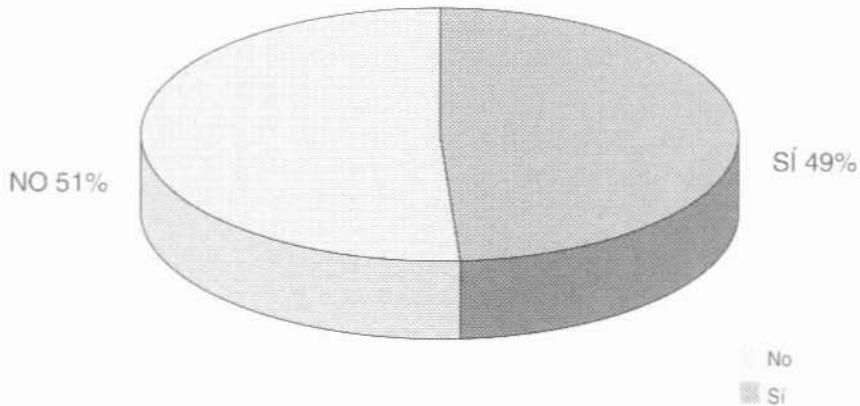
No
Sí

► 26

Total: 3,331 personas

HOGARES INSCRITOS EN ALGÚN VIDEO CLUB (total nacional)

► 54

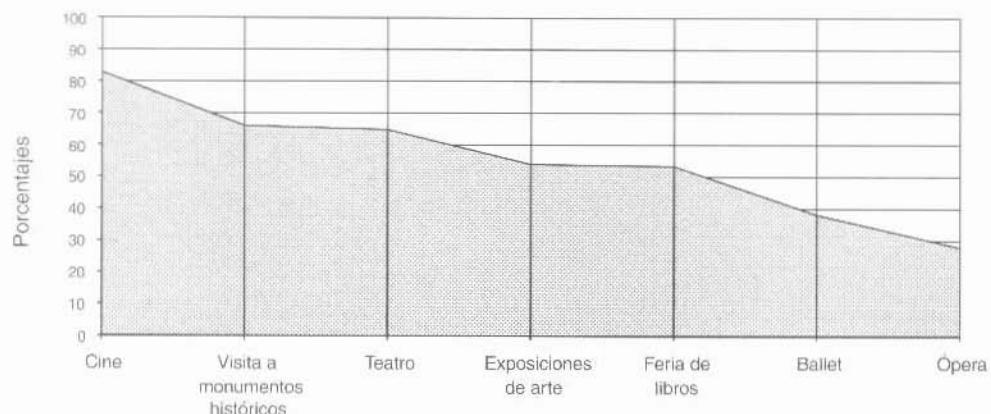


► 26

Total: 3,331 hogares

PREFERENCIA POR MANIFESTACIONES ARTÍSTICAS Y CULTURALES (total nacional)

► 55



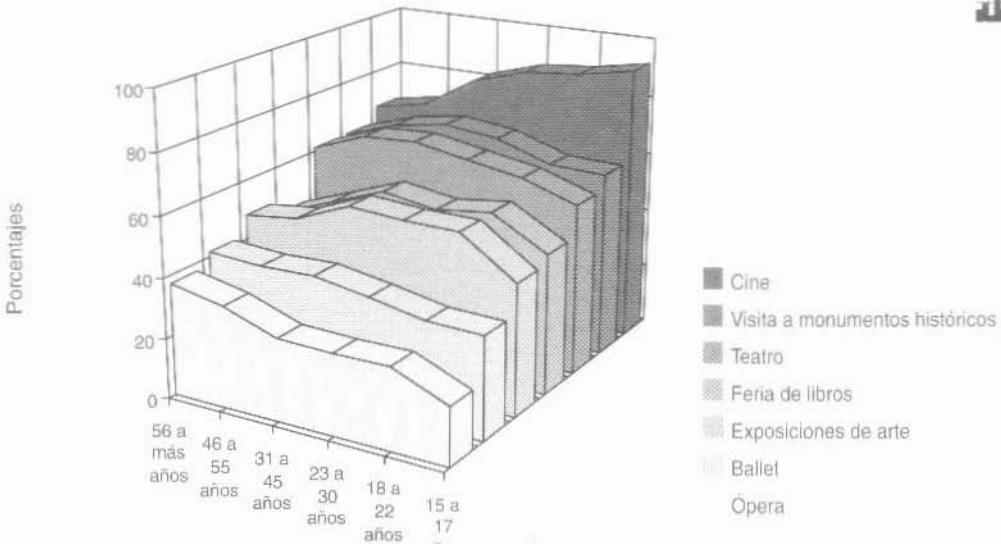
► 27

Total: 3,331 personas

► 63

PREFERENCIA POR MANIFESTACIONES ARTÍSTICAS Y CULTURALES (según edad)

56

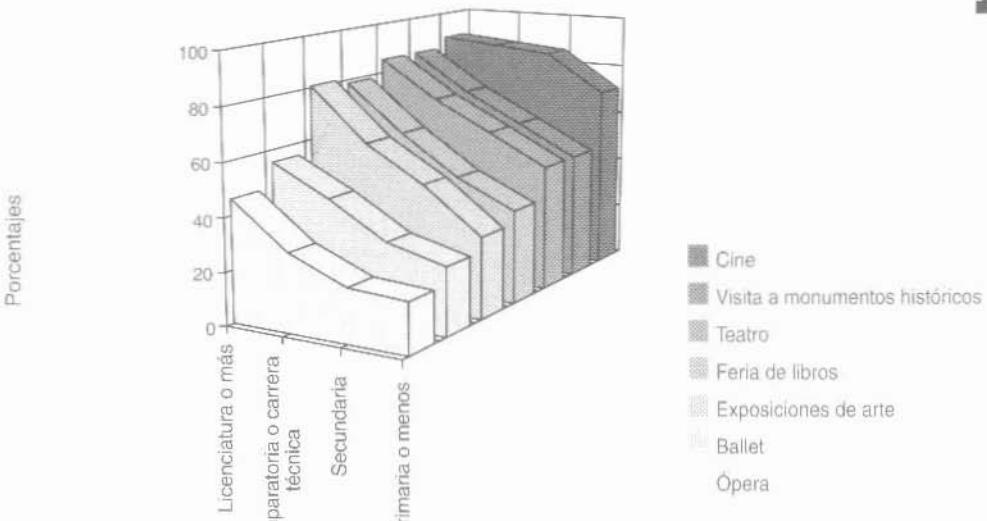


► 27

Total: 3,331 personas

PREFERENCIA POR MANIFESTACIONES ARTÍSTICAS Y CULTURALES (según escolaridad)

57



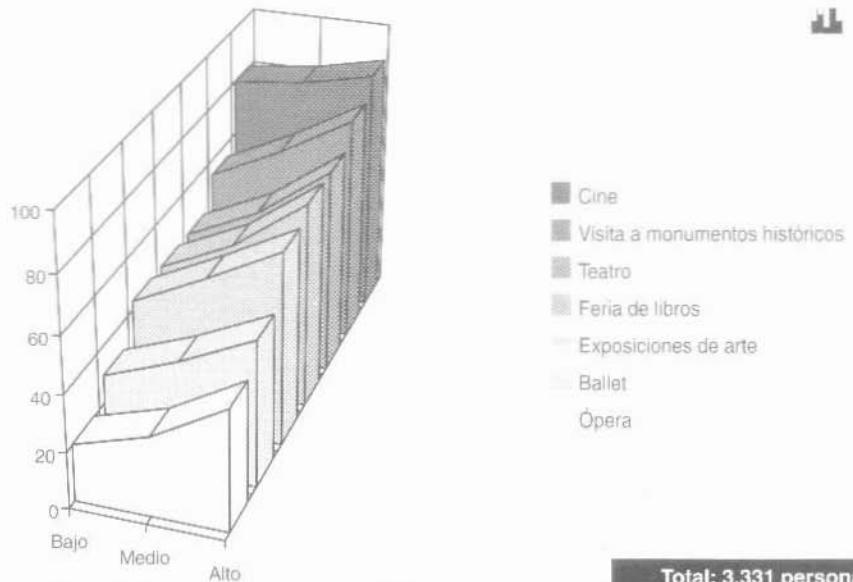
► 28

Total: 3,331 personas

PREFERENCIA POR MANIFESTACIONES ARTÍSTICAS Y CULTURALES (según nivel socioeconómico)

58

Porcentajes

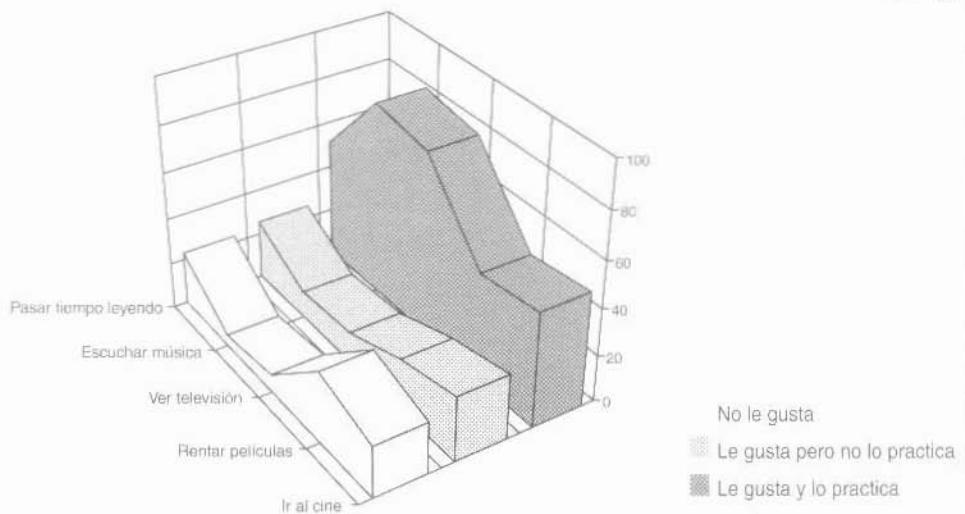


► 29

Total: 3,331 personas

ALGUNAS AFICIONES Y ENTRETENIMIENTOS QUE MÁS GUSTAN (total nacional)

59



► 30

Total: 3,331 personas

El país visto desde sus regiones

En esta última sección presentamos un repaso de la información que hemos proporcionado por secciones, pero dentro de una perspectiva regional. La delimitación de las regiones consideradas (Noroeste, Noroeste, Occidente, Centro, Ciudad de México y Golfo/Sur) parte la información de manera distinta y con ello nos ofrece una perspectiva configuracional diferente, a veces complementaria y a veces contradictoria, de las cifras expuestas en los apartados anteriores.

Su consulta puede hacerse antes, o bien después, de leer los agrupamientos a escala nacional. Todas las tendencias de alejamiento cultural se acentúan en el Noreste del país y algunas se concentran en el Centro y en la Ciudad de México. Como se podrá ver, hay ciertas características en las que se supondría que esta última ciudad-región saldría mejor librada, pero no es así en todos los casos.

Conclusión: preguntas para abrir la imaginación

Así, generando configuraciones antes no percibidas con claridad, con la perspectiva nacional y de las regiones del país, podemos tener una mejor manera de preguntarnos por el desarrollo cultural de México.

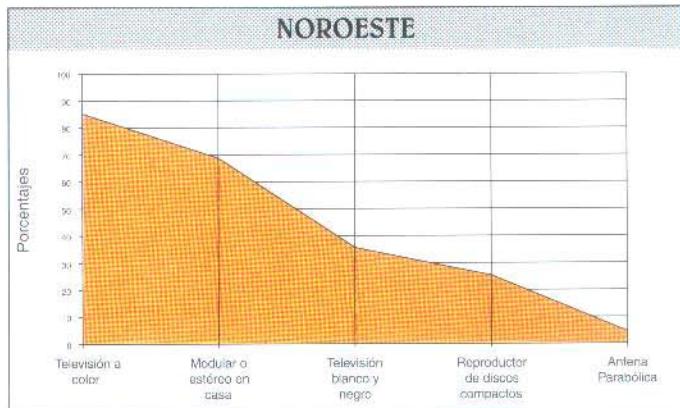
Este esfuerzo es apenas el principio. Tendrá sentido en la medida en que se pueda difundir lo más extensamente posible y que además pueda ser usado e interpretado en múltiples ámbitos de la vida social. Al repetir la encuesta cada dos o cuando mucho tres años, tendremos un instrumento poderoso para generar información longitudinal sobre los vertiginosos cambios culturales que nuestro país está experimentando, casi día con día.

No pretendemos que con esta primera entrega de información puedan cambiar las políticas culturales en cualquiera de sus niveles de decisión. Sin embargo, será menos aleatorio el proceso si asumimos desde

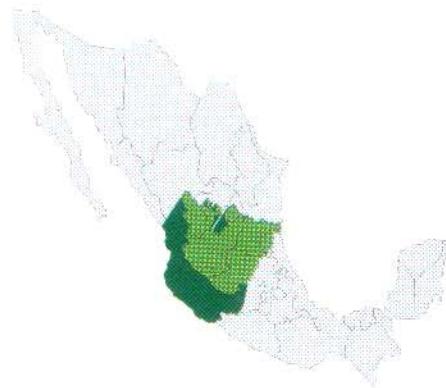
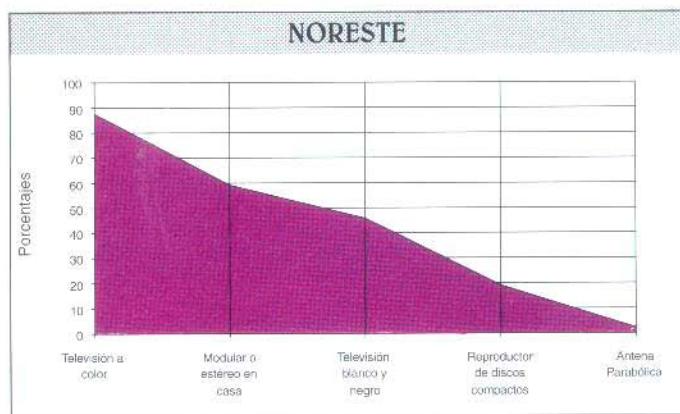
cada ciudad y desde cada región el reto de generar los equipos capaces de producir su propia información sobre los procesos culturales que les afectan, el reto de capacitarse para no sólo poder generar los datos, sino también proveerse de las herramientas y los cuestionamientos pertinentes para interpretarlos, para dotar las cifras de sentido. Con ello, tendremos al menos la posibilidad de que nuestra forzada entrada al mundo de la globalización económica y de la mundialización de las formas culturales, pueda ser más participativa y más expansiva. El panorama no es agradable ni bonito. Las cifras no están maquilladas ni para un lado ni para otro. Sin embargo, la única manera de enfrentar los retos con un cierto margen de éxito posible, reside en reconocer con claridad los contornos de nuestro polifacético y paradójico rostro.



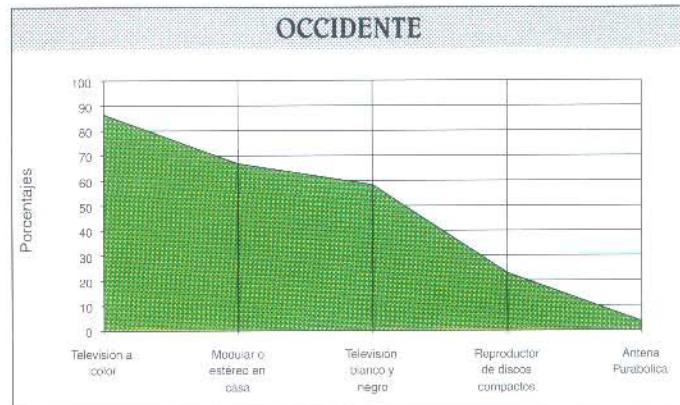
NOROESTE



NORESTE

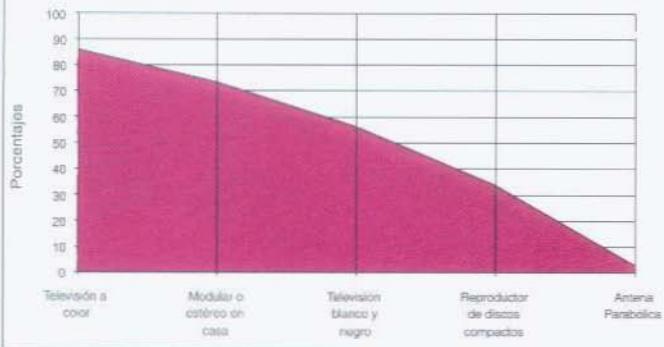


OCCIDENTE

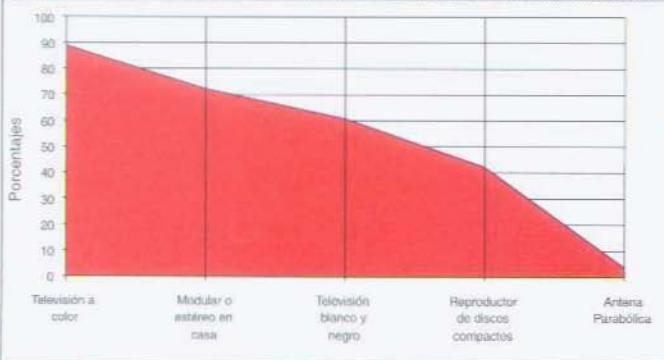


Uso pasivo

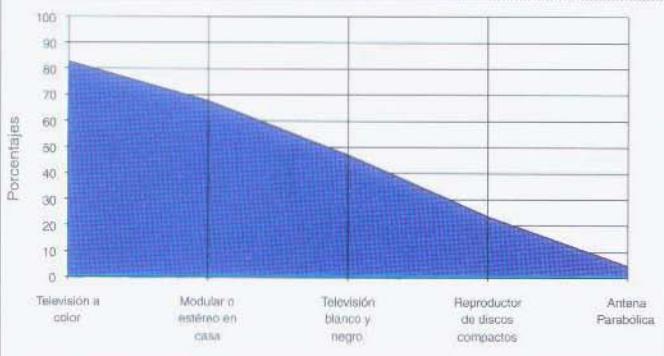
CENTRO

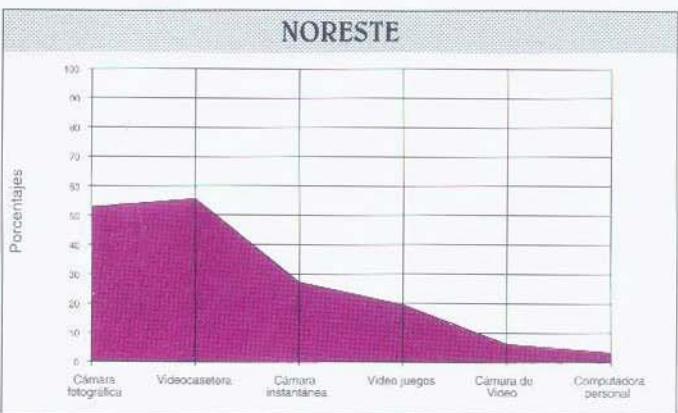
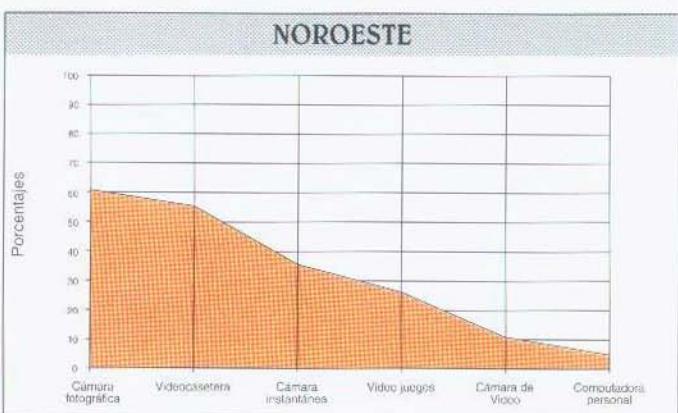


CIUDAD DE MÉXICO



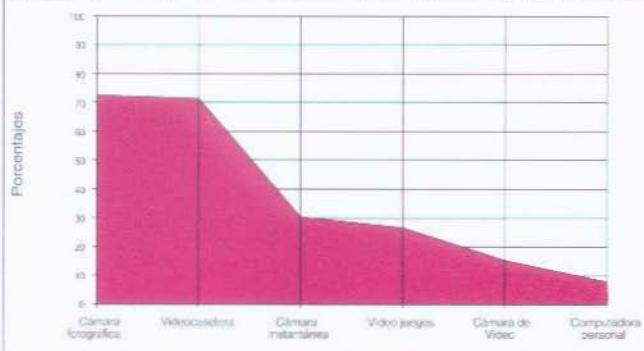
GOLFO SUR



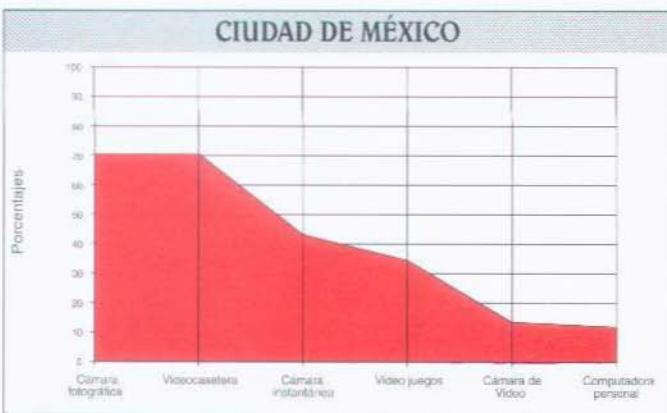


Uso activo

CENTRO

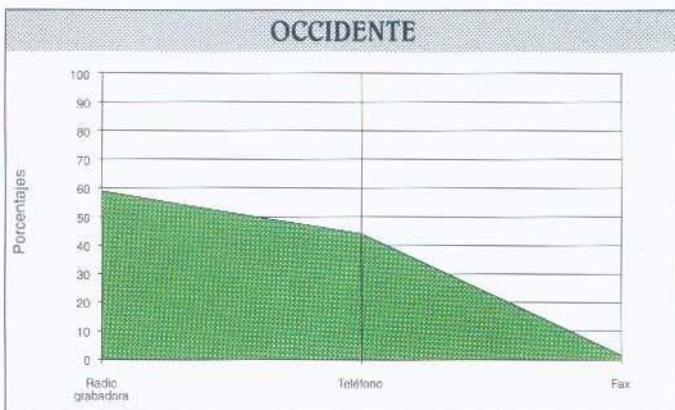
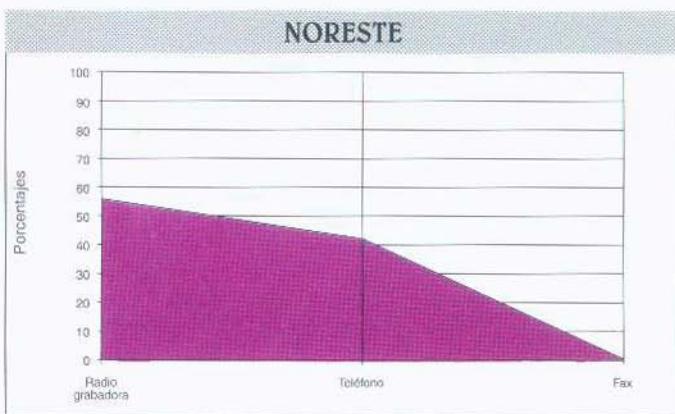
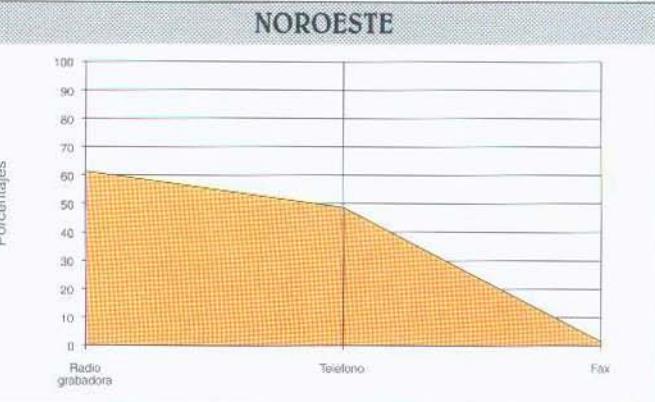


CIUDAD DE MÉXICO



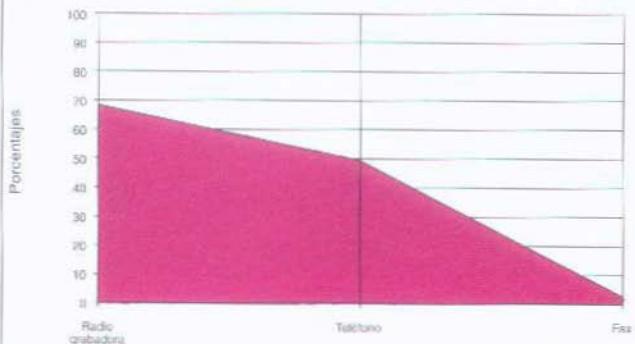
GOLFO SUR





Uso activo-pasivo

CENTRO

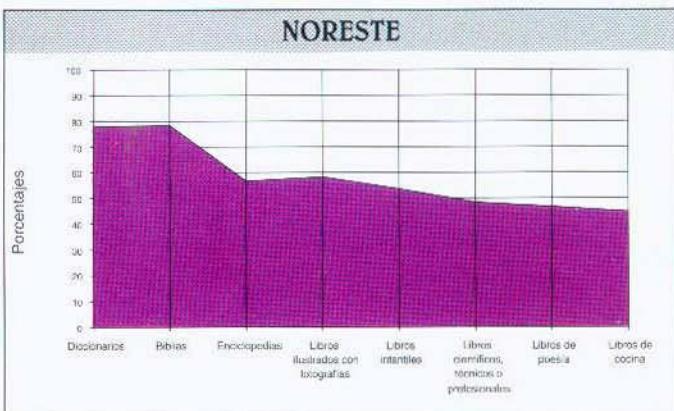
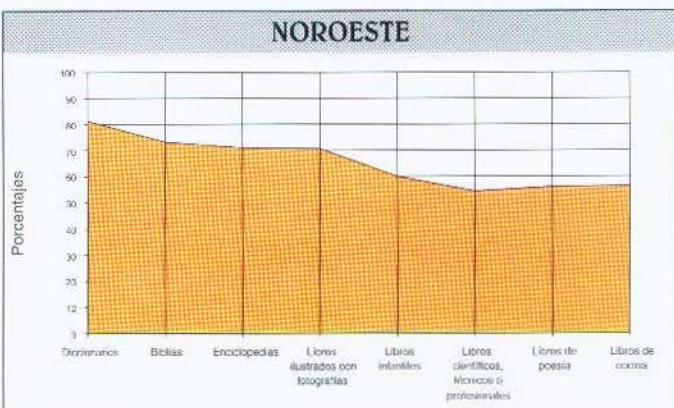


CIUDAD DE MÉXICO



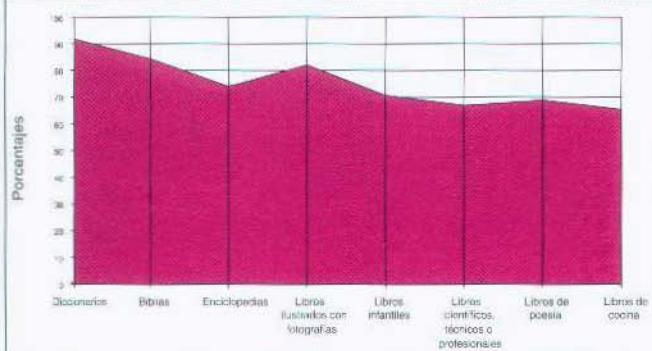
GOLFO SUR



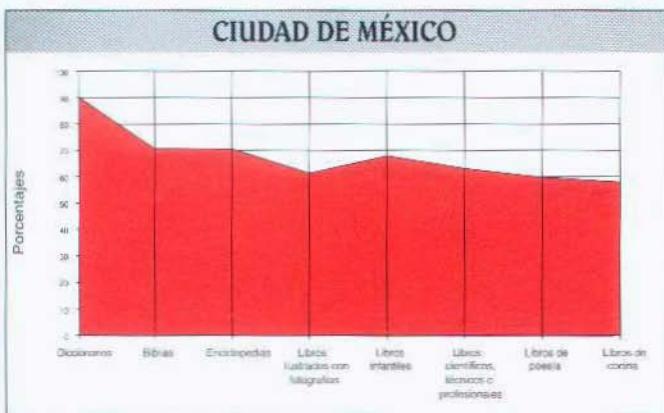


Uso práctico

CENTRO

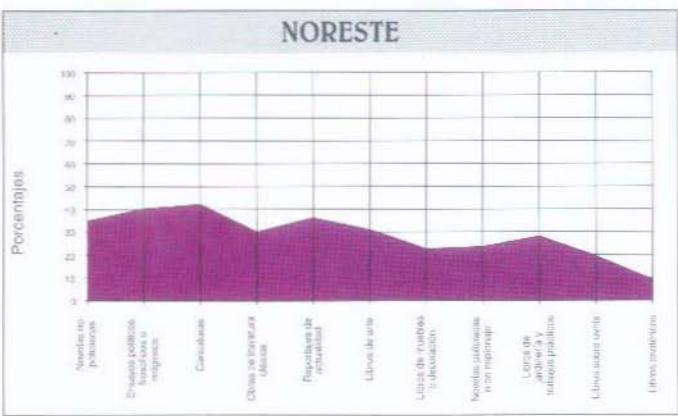
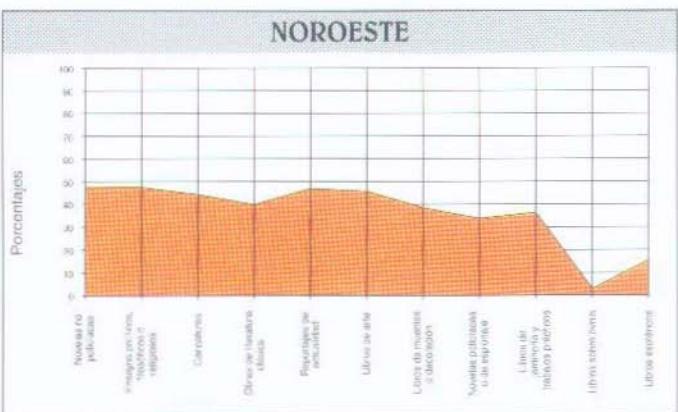


CIUDAD DE MÉXICO



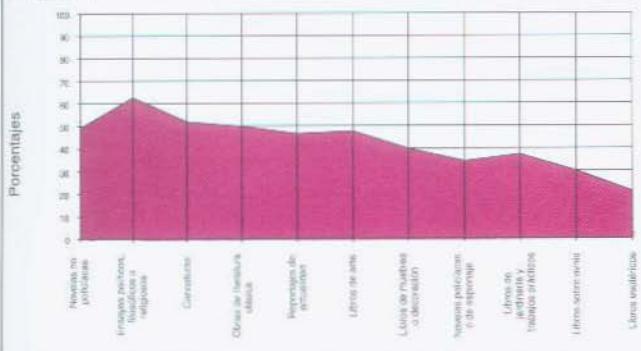
GOLFO SUR





Uso lúdico

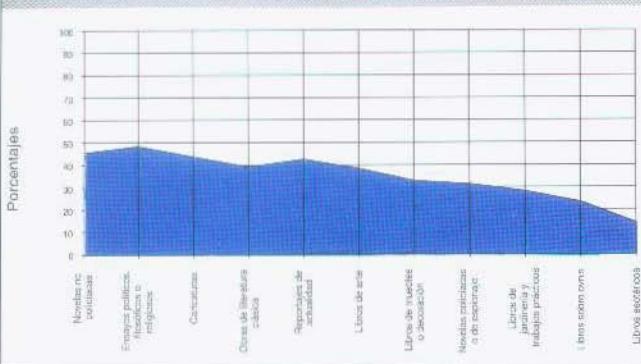
CENTRO



CIUDAD DE MÉXICO



GOLFO SUR



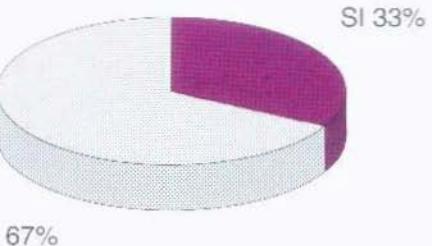
ADQUISICIÓN DE LIBROS EN LOS ÚLTIMOS DOCE MESES



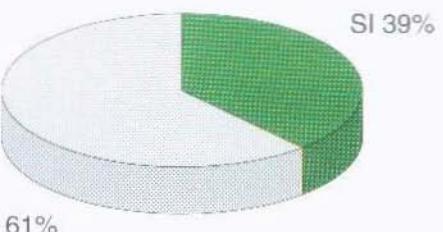
NOROESTE

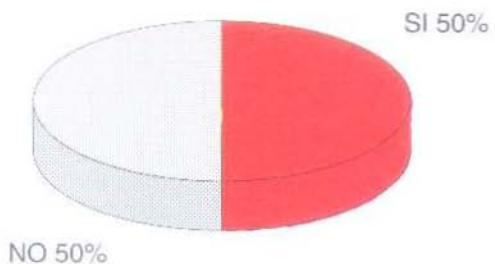
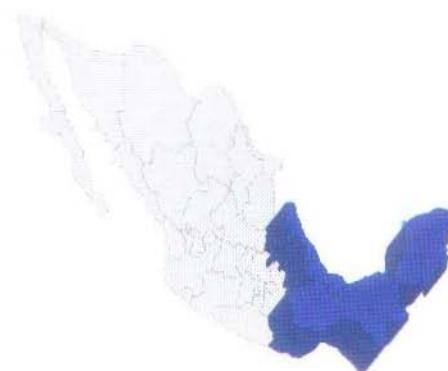
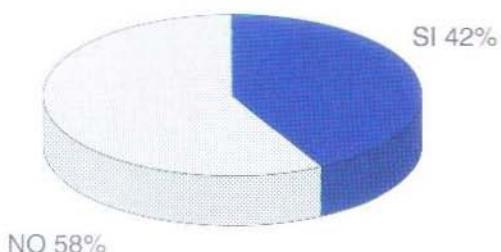


NORESTE

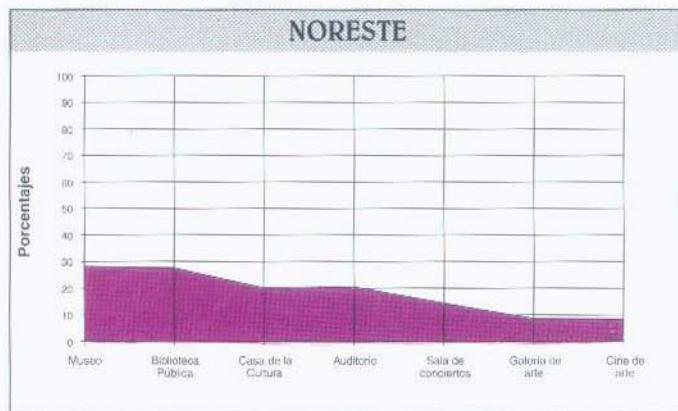
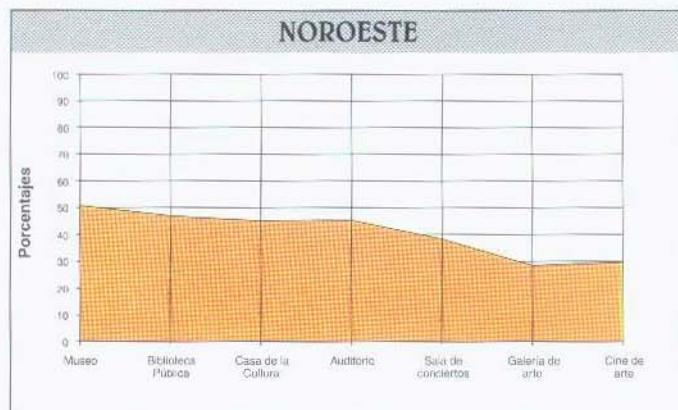


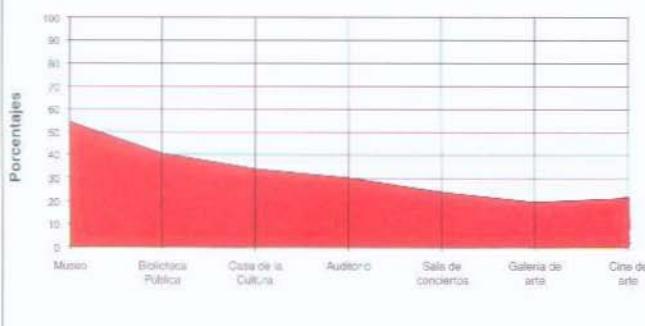
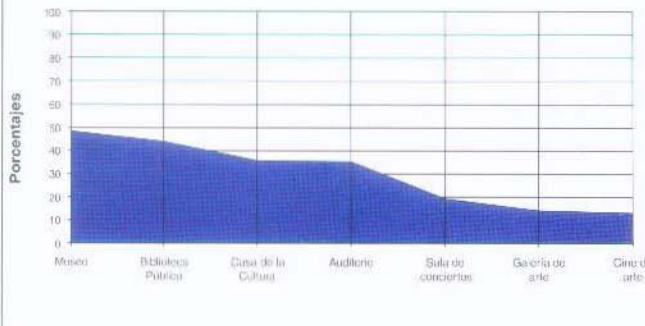
OCCIDENTE



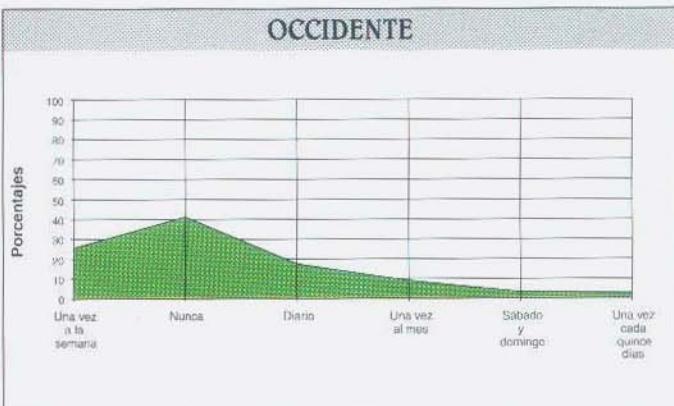
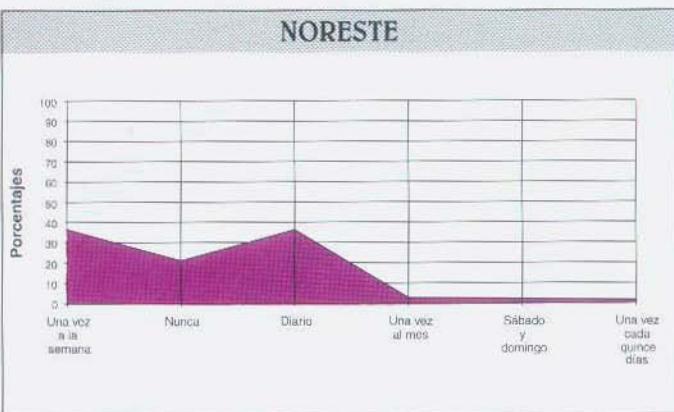
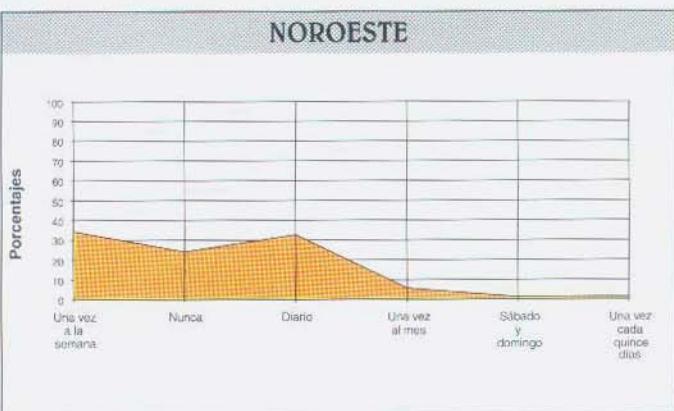
CENTRO**CIUDAD DE MÉXICO****GOLFO SUR**

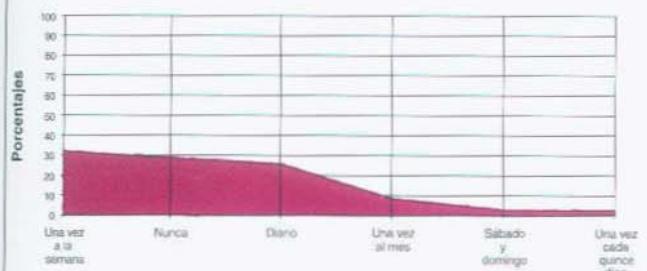
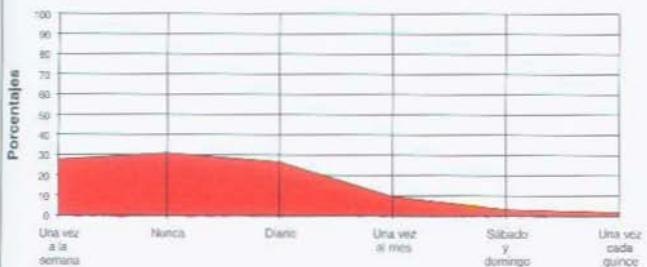
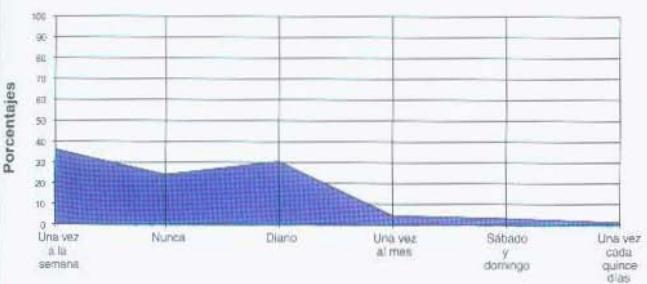
RECINTOS CULTURALES EN LOS QUE HA ESTADO



CENTRO**CIUDAD DE MÉXICO****GOLFO SUR**

FRECUENCIA DE LECTURA DE PERIÓDICOS

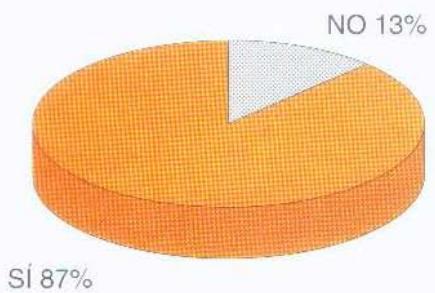


CENTRO**CIUDAD DE MÉXICO****GOLFO SUR**

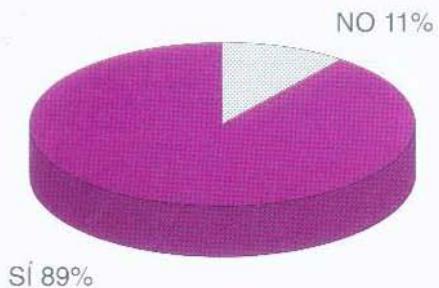
PERSONAS QUE ESCUCHAN RADIO



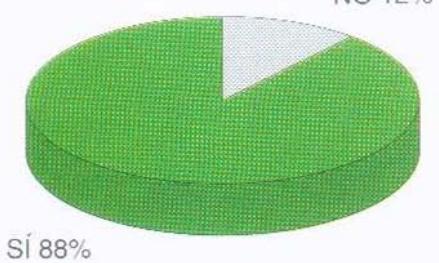
NOROESTE

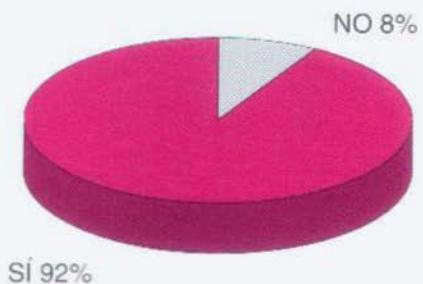
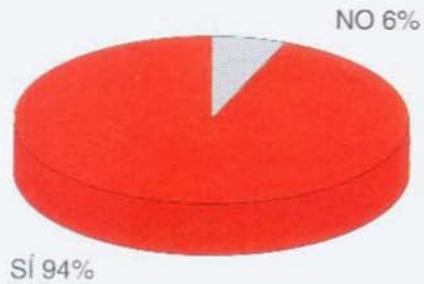
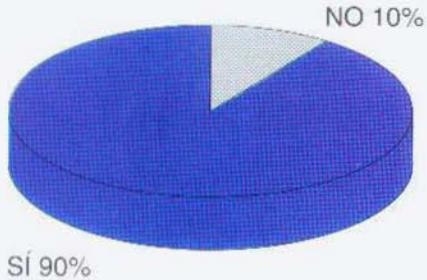


NORESTE



OCCIDENTE

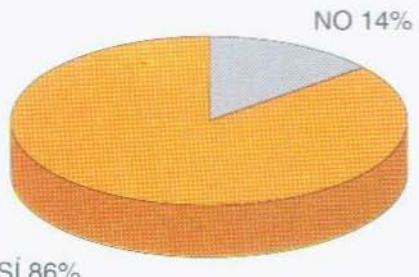


CENTRO**CIUDAD DE MÉXICO****GOLFO SUR**

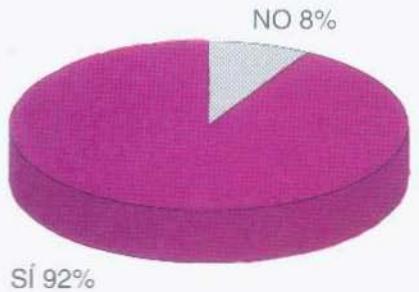
PERSONAS QUE VEN TELEVISIÓN



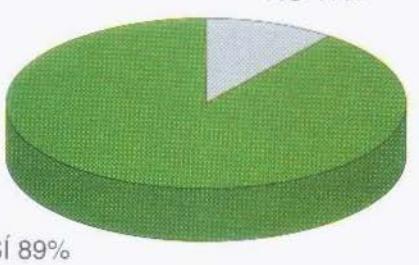
NOROESTE

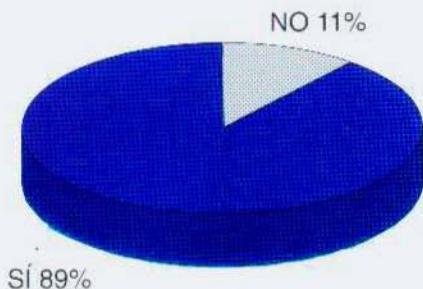


NORESTE



OCCIDENTE

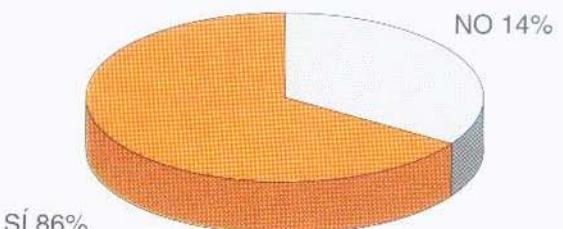


CENTRO**CIUDAD DE MÉXICO****GOLFO SUR**

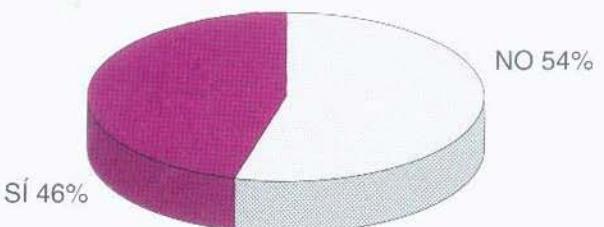
HOGARES INSCRITOS EN ALGÚN VIDEO CLUB



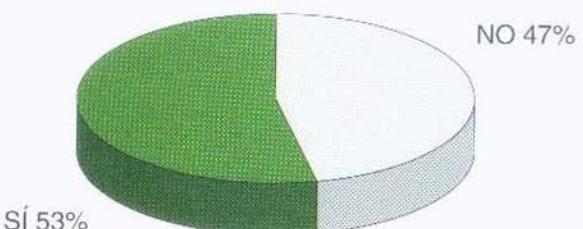
NOROESTE

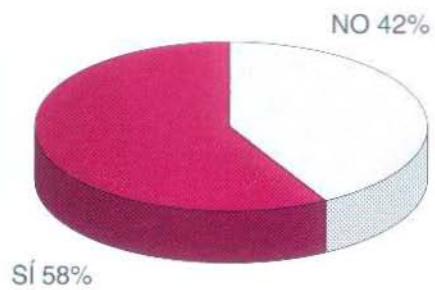
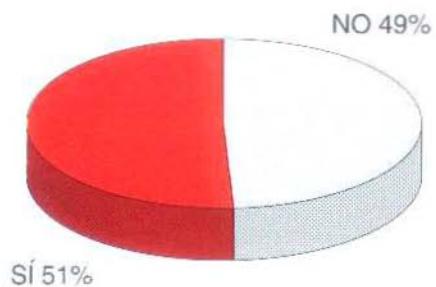
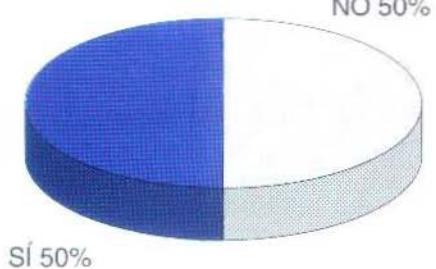


NORESTE

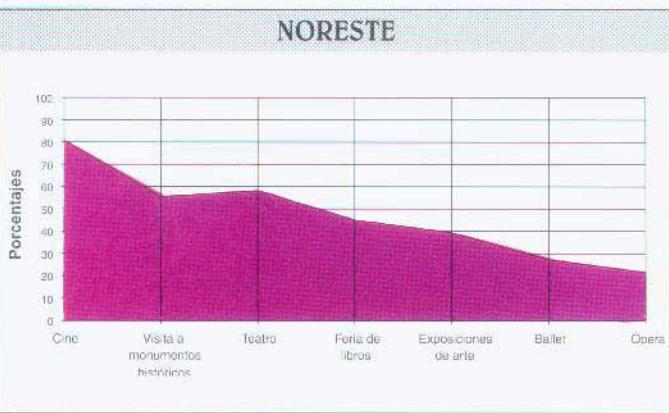
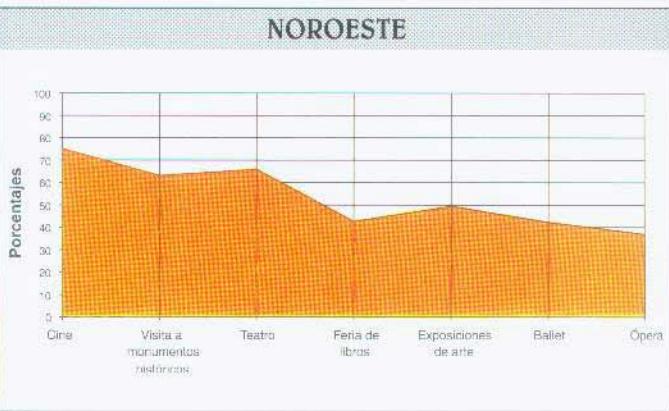


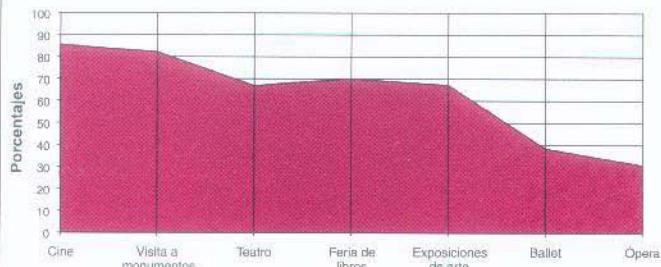
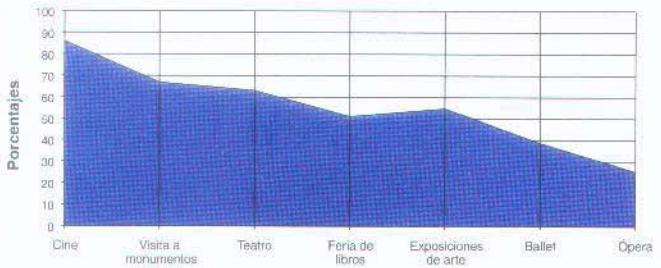
OCCIDENTE



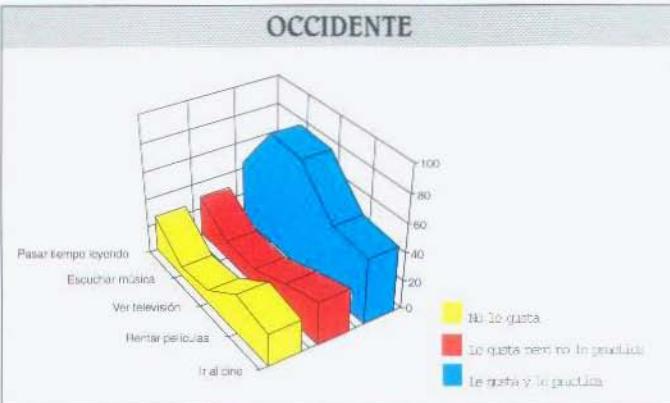
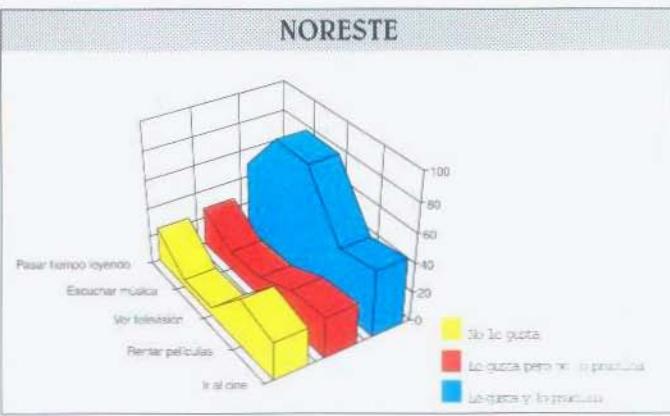
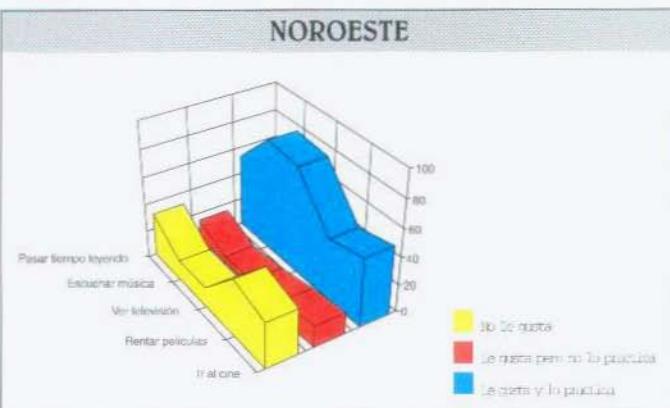
CENTRO**CIUDAD DE MÉXICO****GOLFO SUR**

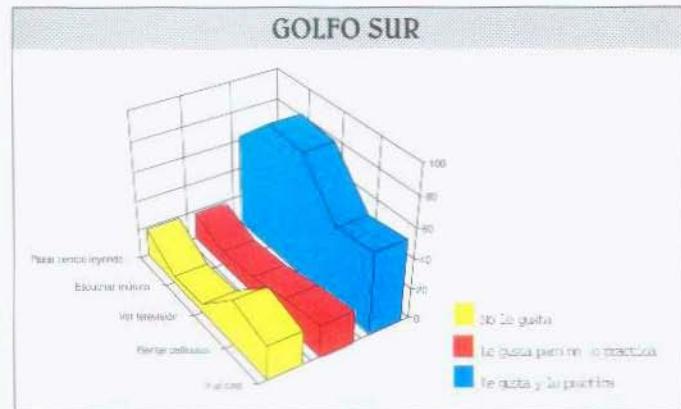
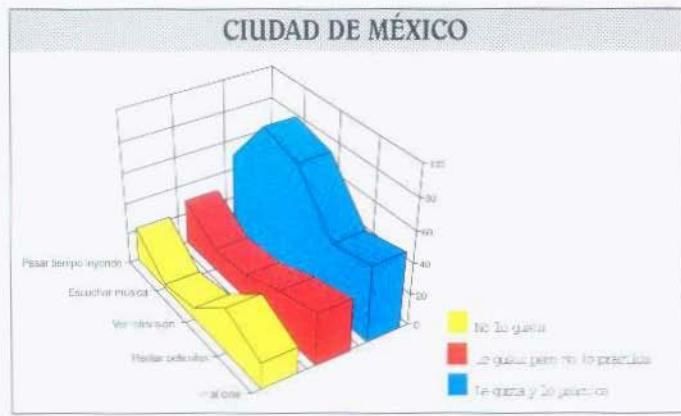
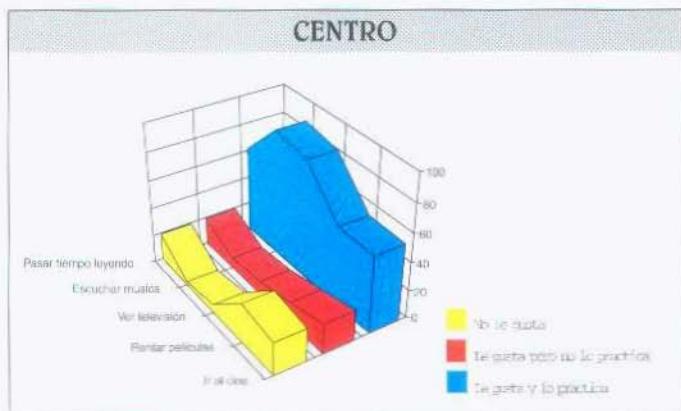
PREFERENCIA POR MANIFESTACIONES ARTÍSTICAS Y CULTURALES



CENTRO**CIUDAD DE MÉXICO****GOLFO SUR**

ALGUNAS AFICIONES Y ENTRETENIMIENTOS QUE MÁS GUSTAN





Cuadros

La encuesta

- 1 Hogares con al menos un miembro titulado (según región) 99
- 2 Hogares con al menos un miembro titulado (según nivel socioeconómico) 99
- 3 Educación y religión por generación 99
- 4 Personas que practican alguna religión (según región) 100

Equipamiento tecnológico en el hogar

- 5 Equipamiento tecnológico en el hogar (según nivel de escolaridad) 100
- 6 Equipamiento tecnológico en el hogar (según nivel socioeconómico) 101

Libros

- 7 Número de libros por persona (según edad) 102
- 8 Número de libros por persona (según escolaridad) 102
- 9 Tipo de libros que tienen en el hogar (según edad) 103
- 10 Tipo de libros que tienen en el hogar (según escolaridad) 104
- 11 Tipo de libros que tienen en el hogar (según nivel socioeconómico) 105
- 12 Tipo de libros que tienen en el hogar (según sexo) 106
- 13 Adquisición de libros en los últimos doce meses (según edad) 107
- 14 Adquisición de libros en los últimos doce meses (según escolaridad) 107
- 15 Adquisición de libros en los últimos doce meses (según nivel socioeconómico) 108

Equipamiento Cultural Público

- 16 Recintos culturales en los que ha estado (según edad) 108
- 17 Recintos culturales en los que ha estado (según escolaridad) 109
- 18 Recintos culturales en los que ha estado (según nivel socioeconómico) 109
- 19 Recintos culturales en los que ha estado (según sexo) 110
- 20 Frecuencia con que acostumbra ir a... (según región) 110
- 21 Frecuencia con que acostumbra ir a centros culturales (total nacional) 111
- 22 Equipamiento cultural público: asistencia potencial y real (total nacional) 111
- 23 Equipamiento cultural público: distancia social percibida (total nacional) 112
- 24 Uso del equipamiento cultural público (nunca ha estado según región) 112
- 25 Frecuencia de lectura de periódicos (según escolaridad) 113

Medios y aficiones

- 26 Exposición a los medios (total nacional) 113
- 27 Manifestaciones artísticas y culturales (preferencia según edad) 114
- 28 Manifestaciones artísticas y culturales (preferencia según escolaridad) 115
- 29 Manifestaciones artísticas y culturales (preferencia según nivel socioeconómico) 116
- 30 Algunas aficiones y entretenimientos que más gustan (total nacional) 116

CARACTERÍSTICAS DE LA POBLACIÓN**Cuadro 1**

Hogares con al menos un miembro titulado (según región)

Total	Noroeste	Noreste	Occidente	Centro	Cd. de México	Golfo sur
35.7%	30.3%	35.0%	29.6%	32.8%	40.1%	37.0%

Base: Total de personas

CARACTERÍSTICAS DE LA POBLACIÓN**Cuadro 2**

Hogares con al menos un miembro titulado (según nivel socioeconómico)

Total	Alto	Medio	Bajo
35.7%	70.2%	41.1%	26.2%

Base: Total de personas

EDUCACIÓN Y RELIGIÓN POR GENERACIÓN**Cuadro 3**

3/4

	Educación				Religión		
	Nula	Básica	Media	Superior	Católica	Otra	Ninguna
Abuelos	44.7%	47.1%	3.2%	5.1%	96.2%	3.6%	0.2%
Abuelas	49.2%	45.7%	2.7%	2.4%	95.6%	4.0%	0.1%
Padre	16.2%	65.8%	7.6%	10.4%	94.0%	4.7%	1.3%
Madre	19.7%	66.3%	9.8%	4.2%	93.8%	5.5%	0.7%
Hombres	2.9%	51.5%	27.6%	18.1%	87.5%	5.1%	7.4%
Mujeres	3.1%	54.8%	29.7%	12.4%	89.5%	8.0%	2.5%

Base: Total de personas

PERSONAS QUE PRACTICAN ALGUNA RELIGIÓN (según región)

Cuadro 4

5

Total	Noroeste	Noreste	Occidente	Centro	Cd. de México	Golfo sur
71.8%	79.7%	71.2%	80.5%	75.2%	66.1%	70.7%

Total: Base: Total de personas

EQUIPAMIENTO TECNOLÓGICO EN EL HOGAR

Cuadro 5

6/7/8/9/10/11

(Según nivel de escolaridad)

	Total	Bajo	Regular	Bueno	Muy Bueno
Televisión blanco y negro	54.3%	52.9%	52.6%	54.1%	58.0%
Televisión a color	87.1%	82.3%	86.2%	90.3%	90.2%
Videocasetera	64.2%	53.4%	65.7%	67.7%	71.1%
Video juegos	27.0%	13.3%	26.3%	30.4%	39.6%
Cámara de video	11.4%	6.8%	11.2%	12.8%	15.4%
Cámara instantánea	34.6%	25.7%	36.4%	39.7%	37.6%
Cámara fotográfica	63.3%	53.3%	63.9%	64.5%	72.6%
Antena parabólica	3.4%	3.0%	3.0%	3.9%	3.8%
Radio grabadora	58.1%	44.9%	58.6%	63.7%	66.9%
Modular o estéreo en casa	68.2%	57.5%	70.2%	70.9%	75.2%
Reproductor de discos compactos	30.8%	19.9%	32.4%	35.1%	37.8%
Computadora personal	7.7%	3.2%	8.7%	8.2%	11.3%
Fax	2.2%	1.3%	1.9%	1.8%	3.8%
Teléfono	51.3%	43.2%	52.0%	53.0%	58.0%

Total	3,331	831	831	831	835
Proyección	8,621	2,252	2,365	2,007	1,994

Base: Total de personas

EQUIPAMIENTO TECNOLÓGICO EN EL HOGAR

Cuadro 6

12/13/14

(Según nivel socioeconómico)

	Total	Alto	Medio	Bajo
Televisión blanco y negro	54.3%	47.9%	54.3%	55.4%
Televisión a color	87.1%	95.8%	91.1%	82.7%
Videocasetera	64.2%	83.4%	70.6%	56.4%
Video juegos	27.0%	44.4%	31.3%	21.0%
Cámara de video	11.4%	33.9%	12.7%	6.7%
Cámara instantánea	34.6%	58.8%	40.1%	26.7%
Cámara fotográfica	63.3%	84.0%	72.6%	53.2%
Antena parabólica	3.4%	12.1%	3.2%	2.1%
Radio grabadora	58.1%	77.0%	64.2%	50.6%
Modular o estéreo en casa	68.2%	85.5%	76.3%	59.5%
Reproductor de discos compactos	30.8%	60.6%	34.7%	23.1%
Computadora personal	7.7%	29.5%	8.5%	3.6%
Fax	2.2%	10.2%	2.2%	0.8%
Teléfono	51.3%	90.4%	62.6%	36.8%
Total	3,331	648	1,353	1,330
Proyección	8,621	765	3,269	4,587

Base: Total de personas

BIENES CULTURALES QUE TIENEN EN SU CASA

Cuadro 7

15/16

(Número de libros por persona según edad)

Cantidad	Total	15 a 17	18 a 22	23 a 30	31 a 45	46 a 55	56 a más
No tiene	21.3%	14.0%	16.8%	19.7%	22.4%	28.9%	31.2%
1 a 5	16.9%	18.1%	15.1%	18.4%	16.2%	17.2%	17.8%
6 a 10	14.2%	21.7%	16.1%	14.6%	11.5%	12.0%	10.5%
11 a 20	15.1%	23.3%	17.9%	14.5%	13.3%	12.4%	8.9%
21 a 30	7.3%	7.8%	9.7%	8.4%	6.3%	4.1%	5.0%
31 y más	25.2%	15.2%	24.4%	24.4%	30.3%	25.4%	26.5%

Base: Total de personas

BIENES CULTURALES QUE TIENEN EN SU CASA

Cuadro 8

17

(Número de libros por persona según escolaridad)

Cantidad	Total	Primaria o menos	Secundaria	Preparatoria o carrera técnica	Licenciatura o más
No tiene	21.3%	41.3%	24.9%	10.1%	4.1%
1 a 5	16.9%	25.6%	19.6%	14.2%	5.4%
6 a 10	14.2%	11.5%	15.7%	18.9%	10.2%
11 a 20	15.1%	8.1%	16.5%	18.8%	18.4%
21 a 30	7.3%	2.7%	5.7%	10.0%	11.7%
31 y más	25.2%	10.8%	17.6%	27.9%	50.2%

Base: Total de personas

BIENES CULTURALES QUE TIENEN EN SU CASA

Cuadro 9

18/19/20/21

(Tipo de libros que tienen en el hogar según edad)

	Total	15 a 17	18 a 22	23 a 30	31 a 45	46 a 55	56 a más
Obras de literatura clásica	45.4%	46.0%	54.7%	43.6%	44.6%	36.3%	40.5%
Novelas no policiacas	47.5%	53.3%	51.9%	49.7%	46.8%	35.4%	41.5%
Novelas policiacas o de espionaje	32.0%	39.4%	31.8%	36.2%	30.4%	24.3%	27.5%
Libros de poesía	57.1%	67.4%	64.5%	55.6%	54.9%	44.8%	51.3%
Reportajes de actualidad	43.5%	46.4%	49.6%	49.3%	42.4%	31.4%	31.9%
Libros infantiles	62.2%	64.7%	66.3%	65.6%	64.4%	53.5%	49.4%
Caricaturas	46.1%	47.2%	48.8%	49.3%	50.0%	40.1%	31.3%
Libros de arte	41.4%	43.9%	47.2%	40.9%	39.3%	36.8%	38.5%
Libros ilustrados con fotografías	65.4%	74.6%	70.2%	67.0%	66.4%	54.2%	51.7%
Ensayos políticos, filosóficos o religiosos	47.2%	49.0%	50.0%	49.1%	45.1%	42.7%	45.5%
Libros de cocina	55.1%	57.7%	55.2%	54.3%	57.8%	53.4%	49.3%
Libros de muebles o decoración	33.5%	35.5%	35.1%	35.2%	32.3%	30.2%	30.7%
Libros de jardinería y trabajos prácticos	31.9%	30.7%	31.5%	30.6%	36.3%	28.0%	29.3%
Libros científicos, técnicos o profesionales	57.2%	55.5%	67.5%	56.0%	55.8%	53.1%	49.8%
Diccionarios	85.8%	88.5%	88.7%	87.5%	88.3%	77.2%	76.6%
Enciclopedias	66.7%	72.4%	67.7%	63.5%	70.2%	62.1%	60.9%
Libros esotéricos	17.9%	21.6%	17.2%	18.7%	18.9%	12.7%	16.0%
Libros sobre ovnis	25.5%	26.1%	28.4%	26.1%	26.4%	22.7%	19.6%
Biblias	75.4%	79.3%	76.5%	73.3%	78.1%	62.7%	77.7%
Total	3,146	372	662	668	840	264	340
Proyección	26,456	3,053	5,447	5,609	6,947	2,318	3,081

Base: Total de personas

BIENES CULTURALES QUE TIENEN EN SU CASA

Cuadro 10

(Tipo de libros que tienen en el hogar según escolaridad)

	Total	Primaria o menos	Secundaria	Preparatoria o carrera técnica	Licenciatura o más
Obras de literatura clásica	45.4%	22.1%	38.9%	60.9%	76.0%
Novelas no policiacas	47.5%	28.1%	43.5%	57.6%	76.4%
Novelas policiacas o de espionaje	32.0%	21.2%	33.6%	34.5%	48.4%
Libros de poesía	57.1%	33.2%	52.0%	74.8%	82.8%
Reportajes de actualidad	43.5%	21.9%	36.5%	57.4%	74.5%
Libros infantiles	62.2%	47.5%	59.8%	73.5%	76.4%
Caricaturas	46.1%	33.4%	48.5%	51.1%	60.2%
Libros de arte	41.4%	21.6%	32.7%	55.1%	71.9%
Libros ilustrados con fotografías	65.4%	41.9%	66.1%	77.8%	90.9%
Ensayos políticos, filosóficos o religiosos	47.2%	32.3%	43.3%	55.5%	69.8%
Libros de cocina	55.1%	37.2%	50.3%	66.6%	79.1%
Libros de muebles o decoración	33.5%	20.0%	31.8%	41.0%	50.7%
Libros de jardinería y trabajos prácticos	31.9%	20.8%	28.7%	38.4%	48.2%
Libros científicos, técnicos o profesionales	57.2%	34.0%	50.0%	72.2%	89.8%
Diccionarios	85.8%	73.2%	85.6%	93.3%	98.8%
Enciclopedias	66.7%	47.7%	61.1%	79.9%	91.1%
Libros esotéricos	17.9%	9.0%	16.1%	22.3%	31.6%
Libros sobre ovnis	25.5%	16.9%	25.9%	30.7%	33.6%
Biblias	75.4%	68.4%	72.8%	80.4%	85.1%
Total	3,146	842	711	910	683
Proyección	26,456	8,066	6,321	7,844	4,226

Base: Total de personas

BIENES CULTURALES QUE TIENEN EN SU CASA

Cuadro 11

(Tipo de libros que tienen en el hogar según nivel socioeconómico)

24/25

	Total	Alto	Medio	Bajo
Obras de literatura clásica	45.4%	76.6%	52.9%	35.7%
Novelas no policiacas	47.5%	72.8%	54.2%	39.3%
Novelas policiacas o de espionaje	32.0%	45.9%	36.8%	26.8%
Libros de poesía	57.1%	83.9%	63.5%	48.8%
Reportajes de actualidad	43.5%	65.0%	52.0%	34.6%
Libros infantiles	62.2%	74.4%	67.9%	56.6%
Caricaturas	46.1%	55.4%	50.3%	41.9%
Libros de arte	41.4%	72.0%	50.9%	30.5%
Libros ilustrados con fotografías	65.4%	86.0%	69.8%	59.3%
Ensayos políticos, filosóficos o religiosos	47.2%	64.7%	54.2%	39.9%
Libros de cocina	55.1%	78.7%	61.5%	47.3%
Libros de muebles o decoración	33.5%	57.6%	39.0%	26.2%
Libros de jardinería y trabajos prácticos	31.9%	50.4%	34.7%	27.3%
Libros científicos, técnicos o profesionales	57.2%	80.0%	67.1%	47.1%
Diccionarios	85.8%	94.7%	88.3%	82.8%
Encyclopedias	66.7%	89.2%	76.6%	56.5%
Libros esotéricos	17.9%	37.5%	19.7%	13.9%
Libros sobre ovnis	25.5%	39.1%	26.8%	22.7%
Biblias	75.4%	86.9%	79.6%	70.9%
Total	3,146	637	1,299	1,210
Proyección	26,456	2,134	10,181	14,141

Base: Total de personas

BIENES CULTURALES QUE TIENEN EN SU CASA

Cuadro 12

26/27

(Tipo de libros que tienen en el hogar según sexo)

	Total	Masculino	Femenino
Obras de literatura clásica	45.4%	47.8%	43.0%
Novelas no policiacas	47.5%	50.3%	44.8%
Novelas policiacas o de espionaje	32.0%	35.4%	28.8%
Libros de poesía	57.1%	56.5%	57.7%
Reportajes de actualidad	43.5%	44.8%	42.3%
Libros infantiles	62.2%	60.8%	63.6%
Caricaturas	46.1%	44.8%	47.4%
Libros de arte	41.4%	44.1%	38.9%
Libros ilustrados con fotografías	65.4%	67.1%	63.7%
Ensayos políticos, filosóficos o religiosos	47.2%	48.2%	46.3%
Libros de cocina	55.1%	49.8%	60.1%
Libros de muebles o decoración	33.5%	32.8%	34.1%
Libros de jardinería y trabajos prácticos	31.9%	33.2%	30.6%
Libros científicos, técnicos o profesionales	57.2%	60.1%	54.5%
Diccionarios	85.8%	86.9%	84.8%
Encyclopedias	66.7%	68.1%	65.4%
Libros esotéricos	17.9%	17.6%	18.2%
Libros sobre ovnis	25.5%	28.1%	23.1%
Biblias	75.4%	75.9%	75.0%
Total	3,146	1,535	1,611
Proyección	26,456	12,966	13,490

Base: Total de personas

BIENES CULTURALES QUE TIENEN EN SU CASA

Cuadro 13

28/29

(Adquisición de libros en los últimos doce meses según edad)

	Total	15 a 17	18 a 22	23 a 30	31 a 45	46 a 55	56 a más
SI	42.3%	49.6%	45.2%	43.8%	48.0%	29.7%	24.8%
NO	57.7%	50.4%	54.8%	56.2%	52.0%	70.3%	75.2%
Total	3,331	387	689	705	878	291	381
Proyección	27,919	3,272	5,636	5,882	7,217	2,569	3,342

Base: Total de personas.

BIENES CULTURALES QUE TIENEN EN SU CASA

Cuadro 14

30

(Adquisición de libros en los últimos doce meses según escolaridad)

	Total	Primaria o menos	Secundaria	Preparatoria o carrera técnica	Licenciatura o más
SI	42.3%	20.1%	34.7%	54.8%	77.9%
NO	57.7%	79.9%	65.3%	45.2%	22.1%
Total	3,331	968	751	927	685
Proyección	27,919	9,055	6,640	7,996	4,228

Base: Total de personas.

BIENES CULTURALES QUE TIENEN EN SU CASA

Cuadro 15

(Adquisición de libros en los últimos doce meses según nivel socioeconómico)

	Total	Alto	Medio	Bajo
SI	42.3%	65.5%	46.4%	36.0%
NO	57.7%	34.5%	53.6%	64.0%
Total	3,331	648	1,353	1,330
Proyección	27,919	2,189	10,528	15,201

Base: Total de personas.

EQUIPAMIENTO CULTURAL

Cuadro 16

(Recintos culturales en los que ha estado según edad)

	Total	15 a 17	18 a 22	23 a 30	31 a 45	46 a 55	56 a más
Museo	46.3%	46.8%	50.7%	50.2%	49.8%	34.5%	32.5%
Casa de la Cultura	32.6%	32.2%	38.0%	35.1%	35.7%	21.4%	21.2%
Biblioteca pública	38.4%	54.9%	58.1%	39.9%	31.5%	19.5%	16.2%
Sala de conciertos	22.8%	27.5%	29.3%	24.8%	21.6%	15.2%	12.0%
Auditorio	32.3%	36.2%	41.1%	36.9%	30.5%	20.6%	18.3%
Cine de arte	17.5%	17.1%	19.7%	20.8%	19.1%	9.8%	10.7%
Galería de arte	17.6%	13.9%	22.2%	21.8%	16.9%	11.2%	12.7%
Total	2,634	337	604	568	687	203	235
Proyección (miles)	22,226	2,847	5,053	4,865	5,538	1,736	2,187

Base: Total de personas.

EQUIPAMIENTO CULTURAL

Cuadro 17

34

(Recintos culturales en los que ha estado según escolaridad)

	Total	Primaria o menos	Secundaria	Preparatoria o carrera técnica	Licenciatura o más
Museo	46.3%	28.4%	44.3%	57.6%	66.0%
Casa de la Cultura	32.6%	17.1%	28.6%	43.7%	50.8%
Biblioteca pública	38.4%	16.0%	35.1%	54.9%	60.6%
Sala de conciertos	22.8%	9.8%	21.0%	29.8%	40.3%
Auditorio	32.3%	19.1%	28.5%	40.9%	50.4%
Cine de arte	17.5%	9.2%	13.6%	21.3%	34.0%
Galería de arte	17.6%	8.6%	12.6%	21.6%	37.4%
Total	2,634	597	617	795	625
Proyección (miles)	22,226	5,815	5,524	6,990	3,897

Base: Total de personas.

EQUIPAMIENTO CULTURAL

Cuadro 18

35

(Recintos culturales en los que ha estado según nivel socioeconómico)

	Total	Alto	Medio	Bajo
Museo	46.3%	61.7%	48.4%	42.5%
Casa de la Cultura	32.6%	45.3%	36.0%	28.3%
Biblioteca pública	38.4%	44.6%	39.6%	36.8%
Sala de conciertos	22.8%	36.5%	24.7%	19.5%
Auditorio	32.3%	42.2%	34.1%	29.6%
Cine de arte	17.5%	32.2%	19.6%	13.9%
Galería de arte	17.6%	34.7%	18.6%	14.5%
Total	2,634	562	10,099	973
Proyección (miles)	22,226	1,919	8,582	11,725

Base: Total de personas

EQUIPAMIENTO CULTURAL

Cuadro 19

(Recintos culturales en los que ha estado según sexo)

36

	Total	Masculino	Femenino
Museo	46.3%	48.3%	44.3%
Casa de la Cultura	32.6%	33.0%	32.2%
Biblioteca pública	38.4%	40.0%	37.0%
Sala de conciertos	22.8%	25.1%	20.6%
Auditorio	32.3%	35.2%	29.5%
Cine de arte	17.5%	19.2%	15.9%
Galería de arte	17.6%	18.6%	16.8%
Total	2,634	1,311	1,323
Proyección (miles)	22,226	11,021	11,205

Base: Total de personas.

FRECUENCIA CON QUE ACOSTUMBRA IR A...

Cuadro 20

37/38/39/40/41/42/43/44/45

(según región)

	Total		Noroeste		Noreste		Occidente		Centro		Cd. de México		Golfo sur	
	A	B	A	B	A	B	A	B	A	B	A	B	A	B
Museo	26.6%	60.2%	30.1%	61.8%	18.4%	41.1%	15.2%	53.6%	32.1%	68.1%	33.6%	71.2%	24.9%	58.2%
Casa de la Cultura	20.5%	45.3%	24.5%	55.1%	14.9%	30.4%	16.6%	41.0%	27.8%	44.9%	21.8%	49.1%	22.3%	48.8%
Biblioteca pública	35.8%	55.5%	40.2%	59.9%	39.5%	42.6%	22.0%	45.7%	50.6%	70.3%	36.8%	59.3%	45.1%	64.1%
Teatro	22.2%	50.1%	23.5%	58.1%	18.3%	36.3%	16.1%	47.6%	19.4%	47.4%	27.3%	57.8%	23.0%	48.7%
Sala de conciertos	14.6%	32.5%	19.1%	46.3%	12.3%	22.1%	10.0%	30.1%	16.1%	38.5%	17.0%	35.2%	10.6%	27.6%
Auditorio	18.8%	43.8%	24.8%	55.1%	15.8%	30.4%	15.1%	52.0%	18.1%	47.8%	19.9%	43.9%	21.7%	43.3%
Cine de arte	13.6%	26.8%	15.2%	35.6%	7.9%	16.1%	8.6%	22.5%	12.0%	28.5%	18.8%	33.3%	12.4%	20.1%
Galería de arte	12.1%	26.2%	15.3%	41.3%	6.9%	14.5%	8.7%	21.3%	13.4%	35.5%	15.4%	31.3%	10.2%	21.0%
Cine	55.9%	75.5%	59.3%	80.6%	49.3%	64.1%	49.6%	73.1%	56.9%	76.1%	59.2%	79.9%	62.7%	80.0%
Total	2,634		205		489		813		256		360		511	
Proyección (miles)	22,226		1,994		3,671		3,228		2,092		2,099		2,141	

Base: Total de personas.

A= "Al menos cada tres meses" / B= "Alguna vez" (incluye la anterior)

FRECUENCIA CON QUE ACOSTUMBRA IR A CENTROS CULTURALES

Cuadro 21

(Total nacional)



46

	Cines	Bibliotecas públicas	Museos	Teatros	Casas de la cultura	Auditorios	Salas de conciertos	Cines de arte	Galerías de arte
Al menos cada 3 meses	55.9%	35.8%	26.6%	22.2%	20.5%	18.8%	14.6%	13.6%	12.1%
Alguna vez*	75.5%	55.5%	60.2%	50.1%	45.3%	43.8%	32.5%	26.8%	26.6%

Base: Total de personas.

* Incluye "al menos cada tres meses"

EQUIPAMIENTO CULTURAL PÚBLICO: ASISTENCIA POTENCIAL Y REAL

Cuadro 22

(Total nacional)



47

	Cine	Monumentos	Teatro	Festivales de música	Exposiciones de arte	Ferias de libros	Tiendas de discos	Canciones folclóricas	Música clásica	Ballet	Concierto de jazz	Ópera
Le gusta	82.8%	66.0%	64.8%	58.4%	53.9%	53.3%	53.3%	44.0%	40.9%	38.2%	28.8%	27.9%
Asiste frecuentemente	14.8%	5.1%	3.0%	3.9%	4.0%	4.1%	9.1%	1.9%	2.7%	1.6%	2.0%	1.1%

Base: Total de personas.

EQUIPAMIENTO CULTURAL PÚBLICO: DISTANCIA SOCIAL PERCIBIDA

Cuadro 23

48

(Total nacional)

Equipamiento	Cercana	Media	Lejana
Templo	61.0%	26.0%	10.0%
Escuela	60.0%	25.0%	9.0%
Clínica	28.0%	26.0%	39.0%
Cine	23.0%	43.0%	90.0%
Biblioteca	19.0%	40.0%	85.0%
Casa de la Cultura	11.0%	25.0%	75.0%
Teatro	9.0%	21.0%	80.0%
Museo	9.0%	19.0%	80.0%
Auditorio	7.0%	17.0%	74.0%
Sala de conciertos	5.0%	12.0%	65.0%
Cine de arte	4.0%	11.0%	5.0%
Galería de arte	4.0%	9.0%	6.0%

Base: Total de personas.

USO DEL EQUIPAMIENTO CULTURAL PÚBLICO

Cuadro 24

49

(Nunca ha estado según región)

Equipamiento	Total	Noroeste	Noreste	Occidente	Centro	Cd. de México	Golfo Sur
Cine	22.8%	19.4%	34.0%	23.2%	23.0%	18.7%	17.9%
Museo	36.4%	38.0%	55.5%	38.9%	30.5%	25.7%	39.8%
Biblioteca pública	41.5%	39.7%	54.4%	46.4%	29.3%	38.0%	33.8%
Teatro	46.5%	41.9%	60.2%	45.6%	50.9%	39.0%	48.7%
Casa de la Cultura	51.1%	44.3%	67.2%	49.1%	44.3%	47.3%	48.9%
Auditorio	51.9%	44.8%	61.1%	40.0%	51.7%	52.8%	54.7%
Sala de conciertos	62.1%	52.1%	70.0%	58.6%	59.2%	60.9%	68.7%
Cine de arte	66.6%	64.2%	72.4%	64.2%	68.4%	62.0%	77.7%
Galería de arte	67.6%	66.3%	74.2%	65.2%	63.3%	64.7%	75.1%
Total	3,331	249	740	1,006	320	414	602
Proyección	27,919	2,498	5,573	4,120	2,655	10,562	2,512

Base: Total de personas

EXPOSICIÓN A LOS MEDIOS

Cuadro 25

50/51

(Frecuencia de lectura de periódicos según escolaridad)

	Total	Primaria o menos	Secundaria	Preparatoria o carrera técnica	Licenciatura o más
Diario	27.9%	19.6%	22.2%	31.3%	48.4%
Una vez a la semana	30.8%	27.0%	29.4%	36.0%	31.3%
Una vez cada quince días	2.0%	1.8%	1.7%	2.0%	2.7%
Sábado y domingo	2.8%	2.2%	4.0%	2.9%	1.9%
Una vez al mes	7.2%	7.9%	8.0%	7.3%	3.9%
Nunca	29.1%	41.3%	34.0%	20.3%	11.6%
Total	3,331	968	751	927	685
Proyección	27,919	9,055	6,640	7,996	4,228

Base: Total de personas.

EXPOSICIÓN A LOS MEDIOS

Cuadro 26

52/53/54

(Total nacional)

	Sí	No	Total	Proyección
Escuchan radio*	91.0%	9.0%	3,331	27,919
Ven televisión*	91.5%	8.5%	3,331	27,919
Inscritos en video club**	49.1%	50.9%	3,331	8,621

* Total de personas

** Total de hogares

Cuadro 27

(Preferencia según edad)

	Total	15 a 17	18 a 22	23 a 30	31 a 45	46 a 55	56 a más
Cine *	82.8%	92.2%	88.7%	87.0%	81.5%	70.4%	66.9%
Teatro*	64.8%	57.1%	63.0%	66.0%	69.1%	68.0%	61.2%
Ballet*	38.2%	33.9%	34.5%	38.0%	41.0%	40.5%	41.7%
Ópera*	27.9%	19.1%	27.0%	26.8%	27.4%	33.7%	37.3%
Exposiciones de arte*	53.9%	43.7%	56.5%	56.7%	57.9%	50.5%	48.3%
Feria de libros*	53.0%	46.8%	57.0%	54.6%	57.3%	50.5%	43.8%
Visita a monumentos históricos*	66.0%	61.8%	62.4%	68.4%	70.4%	67.4%	61.4%
Cantantes y grupos musicales	66.5%	83.2%	82.7%	71.6%	62.0%	50.5%	33.6%
Conciertos de música clásica	40.9%	34.1%	41.4%	39.0%	42.7%	43.3%	44.9%
Conciertos de rock	39.6%	64.1%	58.5%	41.6%	30.0%	20.6%	13.6%
Conciertos de jazz	28.8%	27.6%	33.2%	30.1%	29.8%	23.7%	20.7%
Festival de música	58.4%	59.9%	67.8%	59.9%	59.5%	48.0%	42.3%
Toros y jaripeos	49.1%	41.6%	51.2%	51.6%	49.1%	46.4%	50.1%
Total	3,309	387	688	700	875	288	371

* Valores que aparecen en las gráficas.

Base: Personas que mencionaron que: "les gusta pero no pueden ir", "voy algunas veces" o "voy frecuentemente"

MANIFESTACIONES ARTÍSTICAS Y CULTURALES

Cuadro 28

57

(Preferencia según escolaridad)

	Total	Primaria o menos	Secundaria	Preparatoria o carrera técnica	Licenciatura o más
Cine*	82.8%	71.0%	85.6%	87.7%	89.6%
Teatro*	64.8%	48.2%	59.7%	71.0%	85.4%
Ópera*	27.9%	19.2%	20.5%	29.6%	46.1%
Ballet*	38.2%	25.7%	31.3%	44.3%	55.3%
Exposiciones de arte*	53.9%	35.8%	46.1%	60.9%	78.7%
Feria de libros*	53.3%	31.0%	47.8%	60.8%	80.7%
Visita a monumentos históricos*	66.0%	51.4%	61.9%	73.6%	80.9%
Cantantes y grupos musicales	66.5%	47.8%	70.8%	76.2%	75.2%
Conciertos de música clásica	40.9%	26.2%	34.2%	44.3%	64.5%
Conciertos de rock	39.6%	18.3%	42.3%	51.0%	51.2%
Conciertos de jazz	28.8%	12.5%	22.6%	34.4%	50.8%
Festival de música	58.4%	36.5%	57.1%	66.9%	79.4%
Toros y jaripeos	49.1%	47.2%	51.7%	47.6%	50.9%
Total	3,309	949	749	927	684

* Valores que aparecen en las gráficas.

Base: Personas que mencionaron que: "les gusta pero no pueden ir", "voy algunas veces" o "voy frecuentemente"

MANIFESTACIONES ARTÍSTICAS Y CULTURALES

Cuadro 29

58

(Preferencia según nivel socioeconómico)

	Total	Alto	Medio	Bajo
Cine*	82.8%	88.4%	82.8%	80.0%
Teatro*	64.8%	81.5%	66.9%	54.5%
Ópera*	27.9%	42.9%	28.2%	20.3%
Ballet*	38.2%	51.9%	39.8%	30.0%
Exposiciones de arte*	53.9%	73.6%	55.1%	43.2%
Feria de libros*	53.3%	69.1%	55.7%	43.2%
Visita a monumentos históricos *	66.0%	77.3%	68.7%	57.8%
Cantantes y grupos musicales	66.5%	69.6%	69.3%	62.3%
Conciertos de música clásica	40.9%	63.0%	40.1%	31.1%
Conciertos de rock	39.6%	45.8%	40.8%	35.3%
Conciertos de jazz	28.8%	43.2%	29.8%	20.7%
Festival de música	58.4%	72.2%	60.4%	49.7%
Toros y jaropeos	49.1%	47.7%	50.6%	48.2%
Total	3,309	645	1,343	1,321

* Valores que aparecen en las gráfica.

Base: Personas que mencionaron que: "les gusta pero no pueden ir", "voy algunas veces" o "voy frecuentemente"

ALGUNAS AFICIONES Y ENTRETENIMIENTOS QUE MÁS GUSTAN

Cuadro 30

59

(Total nacional)

	Pasar tiempo leyendo	Escuchar música	Ver televisión	Rentar películas	Ir al cine
No le gusta	23.0%	4.8%	7.8%	31.1%	22.4%
Le gusta pero no lo practica	25.5%	11.7%	13.1%	22.5%	28.2%
Le gusta y lo practica	51.2%	83.3%	78.9%	45.9%	49.2%

Base: Total de personas