

# ■ ■ INTRODUCCIÓN METODOLÓGICA

Los estudios sobre prácticas y consumo culturales constituyen una herramienta de gran utilidad para formular y evaluar las políticas culturales.

Este libro sintetiza los principales resultados de la Encuesta Nacional de Prácticas y Consumo Culturales que el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes encargó a la Unidad de Estudios sobre la Opinión, del Instituto de Investigaciones Sociales, de la Universidad Nacional Autónoma de México.

La encuesta fue elaborada con el propósito de contar con información confiable y actualizada sobre temas como la asistencia a recintos culturales, la lectura, la exposición a medios audiovisuales, el equipamiento cultural, el uso del tiempo libre y el conocimiento y opinión sobre el CONACULTA.

Fue diseñada para obtener estimaciones con validez estadística a nivel nacional, en cinco regiones del país, las tres zonas metropolitanas más densamente habitadas y en cinco estratos de población en los que se distribuyeron los municipios.<sup>1</sup> Fue aplicada en viviendas a cuatro mil 50 personas de 15 años o más, en 27 estados del país, en diciembre de 2003.<sup>2</sup>

En todos los casos, los resultados se presentan tanto a nivel nacional como desagregados por las características sociodemográficas de la población —sexo, edad, escolaridad, ingreso y ocupación—, así como por región, municipio por tamaño de población y para el Distrito Federal, Monterrey y Guadalajara.

Los resultados señalan que el consumo y las prácticas culturales de los mexicanos están altamente relacionados con los niveles de escolaridad y de ingreso. Se detectan también patrones distintos en función de la edad, con mayores niveles, en general, entre la población más joven, así como diferencias territoriales, sobre todo a favor de quienes habitan en los municipios de mayor concentración poblacional, lo que indica que el consumo y las prácticas culturales están asociados con la disponibilidad de infraestructura dedicada a estos fines.

La encuesta indica también que medios como la televisión y la radio tienen en México una cobertura casi universal, tanto entre los grupos sociodemográficos como entre regiones, municipios y ciudades; la prensa escrita tiene una menor cobertura, en tanto que tecnologías más recientes, como el uso de la computadora y el internet, tienen una penetración más restringida y un consumo más diferenciado entre grupos de edad, escolaridad e ingresos.

La publicación de estos resultados forma parte de los esfuerzos que lleva a cabo el CONACULTA durante la presente administración en materia de información, investigación y análisis, con el propósito de promover un proceso de reflexión con bases cada vez más sólidas y con la participación de los distintos sectores sociales.

<sup>1</sup> Ver *Atlas de infraestructura cultural de México*, CONACULTA, México, 2003, pp. 197 y ss.

<sup>2</sup> Una explicación detallada de la metodología de la investigación y del diseño muestral de la encuesta se incluye como anexos 1 y 2 de esta publicación.

