



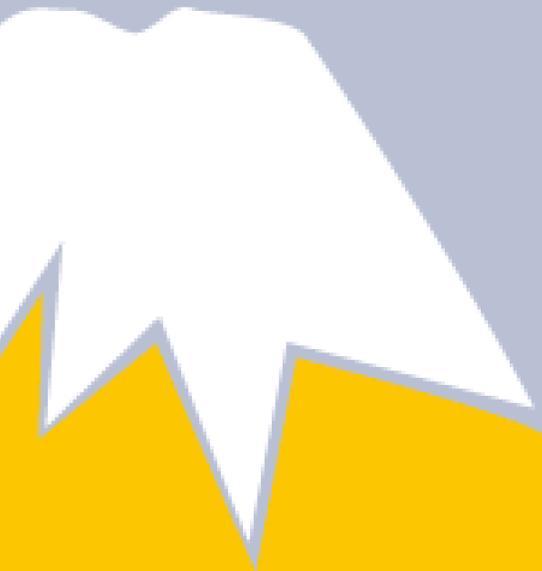
# Cultura

---

UN FUEGO QUE  
ALCANZA  
A MUY POCOS

# EL OLIMPO CULTURAL







**1**

Diferencias de **escolaridad** y **NSE** de las personas



**2**

Diferencias de la **oferta cultural** y recreativa de los **municipios**



Diferencias en la **participación** de la población en **actividades culturales** y recreativas



# ACTIVIDADES CULTURALES\*



- Actividad cultural fuera de casa
- Actividad recreativa fuera de casa
- Actividad recreativa dentro de casa



\*Estas son las actividades que preguntamos en nuestra encuesta 2014.



## NSE ALTO

Personas con nivel socioeconómico ABC+ participan más en casi todas las actividades culturales y recreativas



## ESTUDIOS UNIVERSITARIOS

Personas con estudios universitarios participan más en todas las actividades culturales y recreativas

vs.



## SIN TIEMPO LIBRE

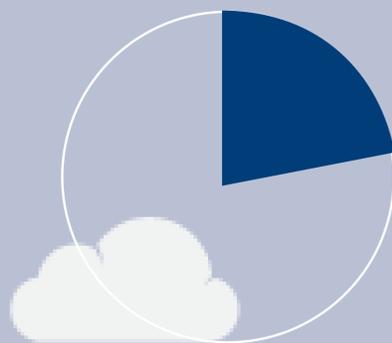
Personas sin tiempo libre participan **menos** en todas las actividades culturales y recreativas



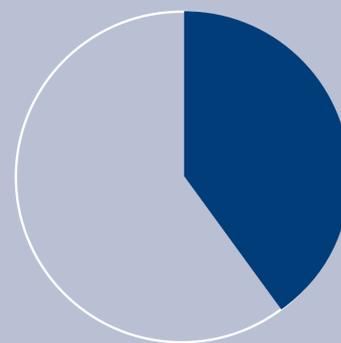
# IR AL CINE



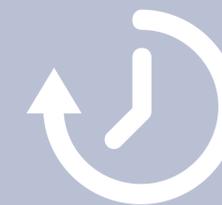
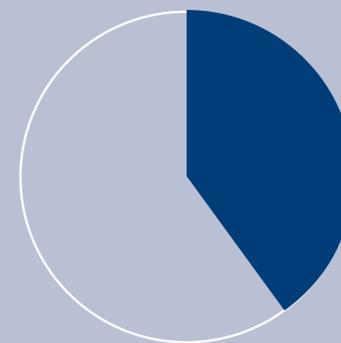
TOTAL  
ENCUESTADOS



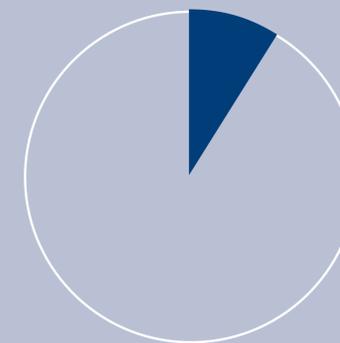
NSE  
ALTO



ESTUDIOS  
UNIVERSITARIOS



SIN TIEMPO  
LIBRE



- Actividad cultural fuera de casa
- Actividad recreativa fuera de casa
- Actividad recreativa dentro de casa



# IR AL PARQUE



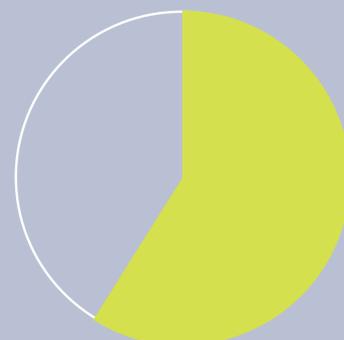
TOTAL  
ENCUESTADOS



46%



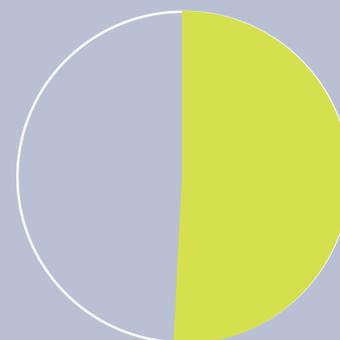
NSE  
ALTO



59%



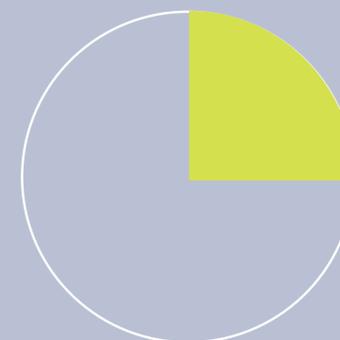
ESTUDIOS  
UNIVERSITARIOS



51%



SIN TIEMPO  
LIBRE



25%

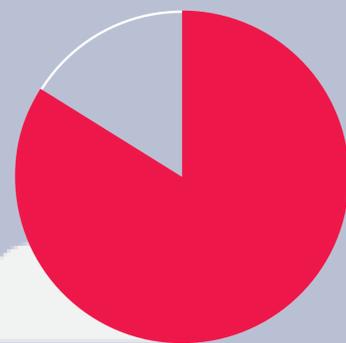
- Actividad cultural fuera de casa
- Actividad recreativa fuera de casa
- Actividad recreativa dentro de casa



# VER TV



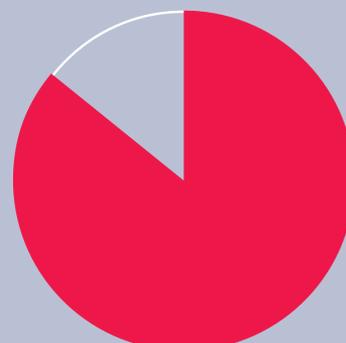
TOTAL  
ENCUESTADOS



84%



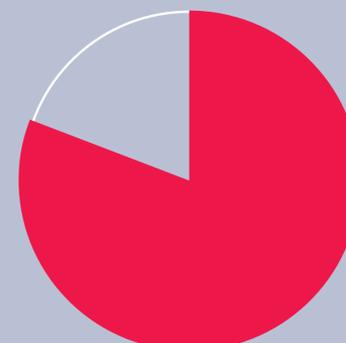
NSE  
ALTO



86%



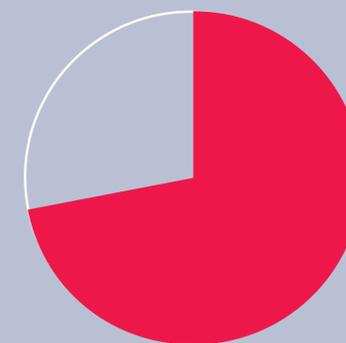
ESTUDIOS  
UNIVERSITARIOS



81%



SIN TIEMPO  
LIBRE



72%

- Actividad cultural fuera de casa
- Actividad recreativa fuera de casa
- Actividad recreativa dentro de casa

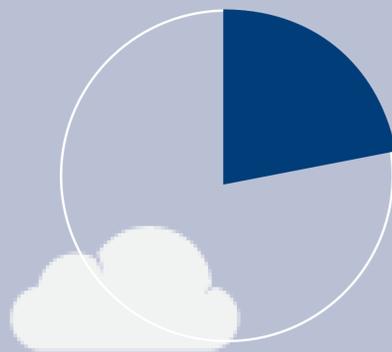


# ACTIVIDADES EN CASA, LAS MÁS POPULARES



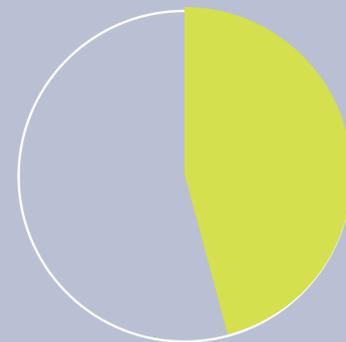
TOTAL  
ENCUESTADOS

## CINE



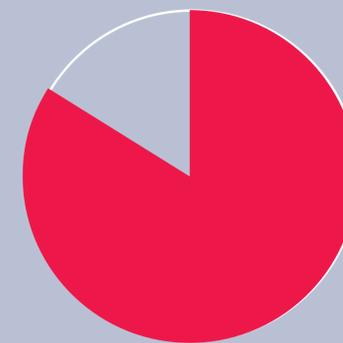
22%

## PARQUE



46%

## TV



84%

- Actividad cultural fuera de casa
- Actividad recreativa fuera de casa
- Actividad recreativa dentro de casa

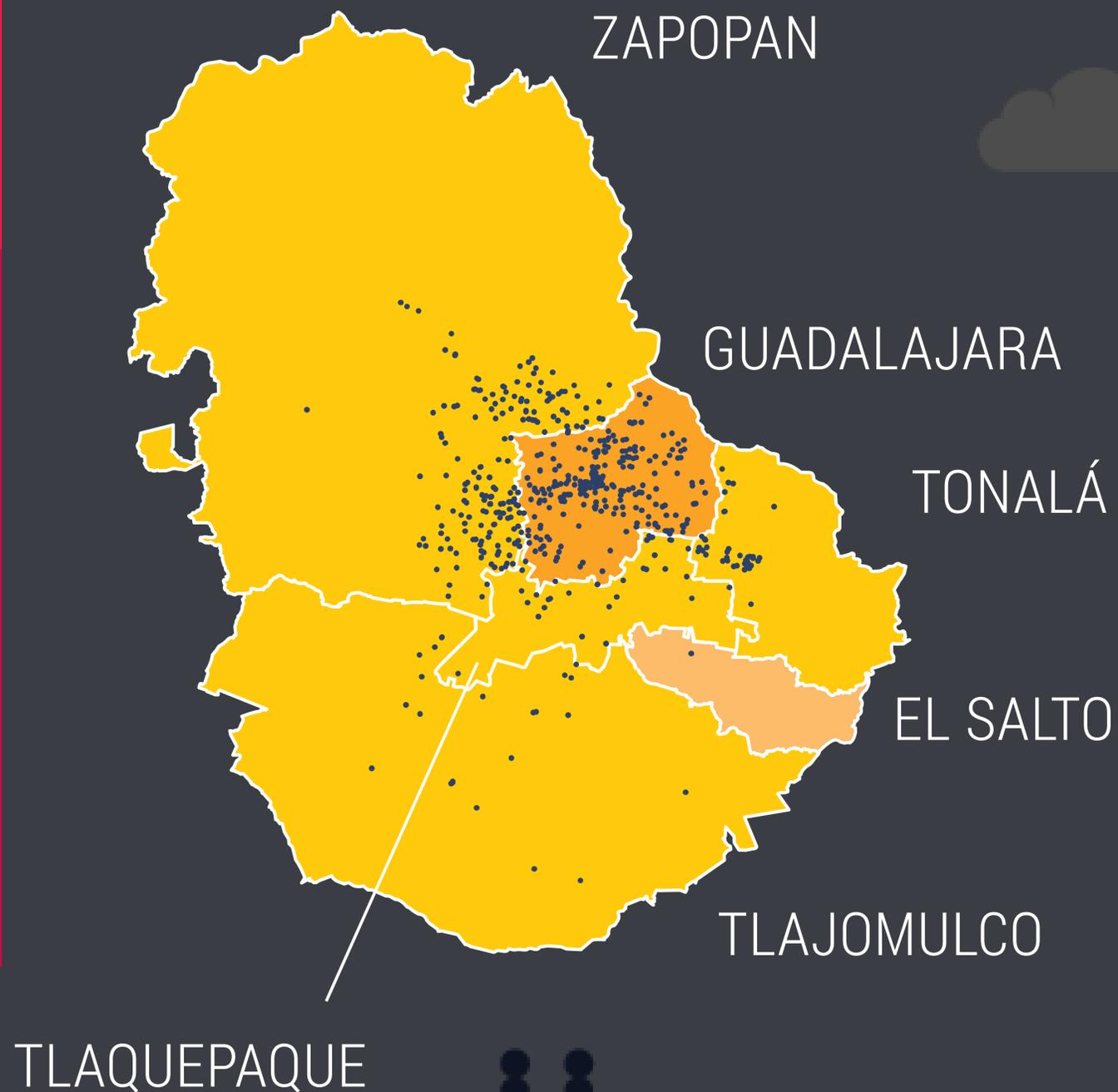




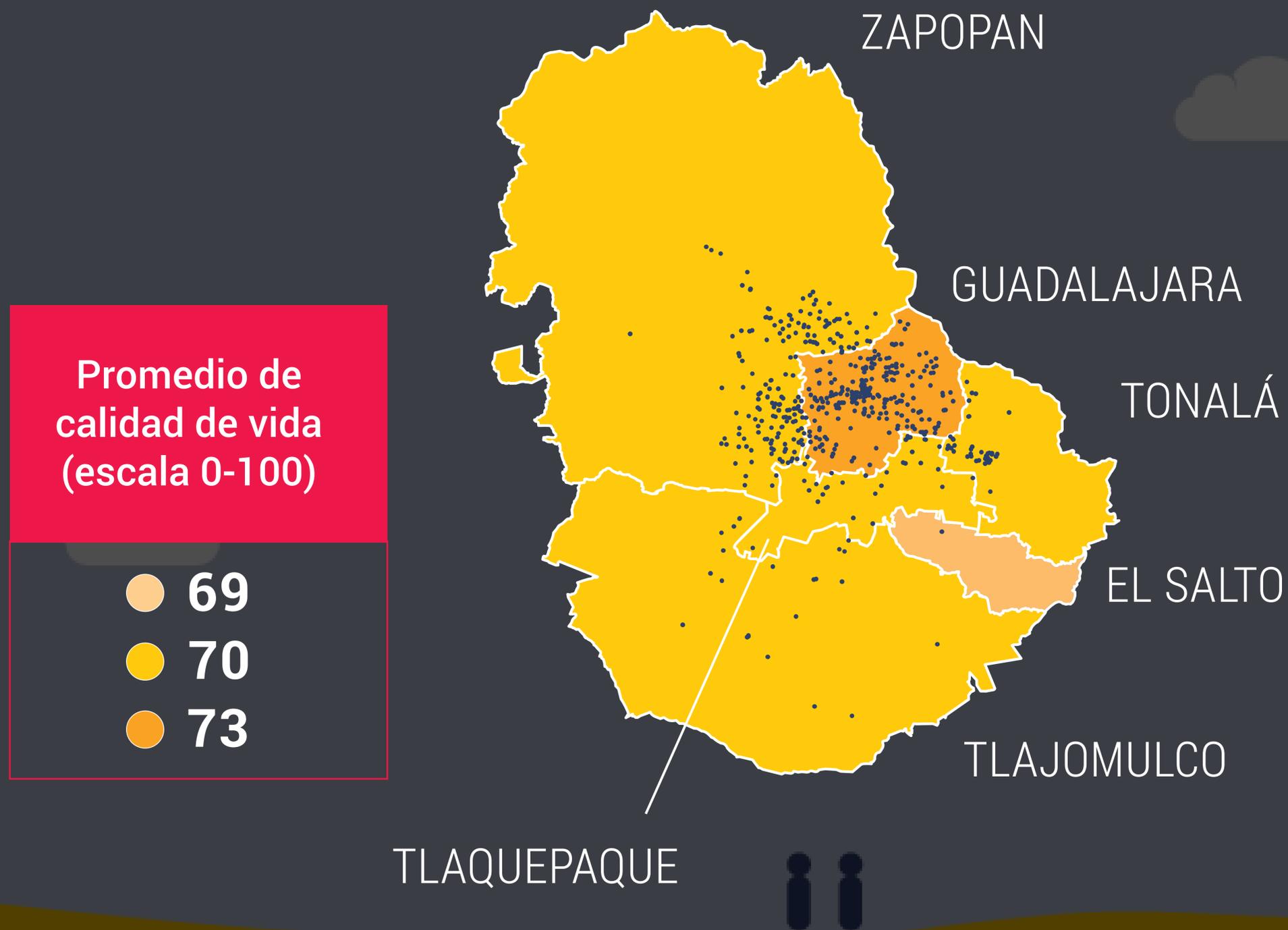
# OFERTA CULTURAL EN EL AMG

Algunas instalaciones reflejadas en el mapa:

Academias de danza  
Auditorios  
Bibliotecas  
Cines  
Casas de cultura  
Escuelas y talleres de pintura  
Foros  
Galerías  
Teatros  
Etc.,



# OFERTA CULTURAL EN EL AMG







**Hace falta  
muy poco  
dinero**

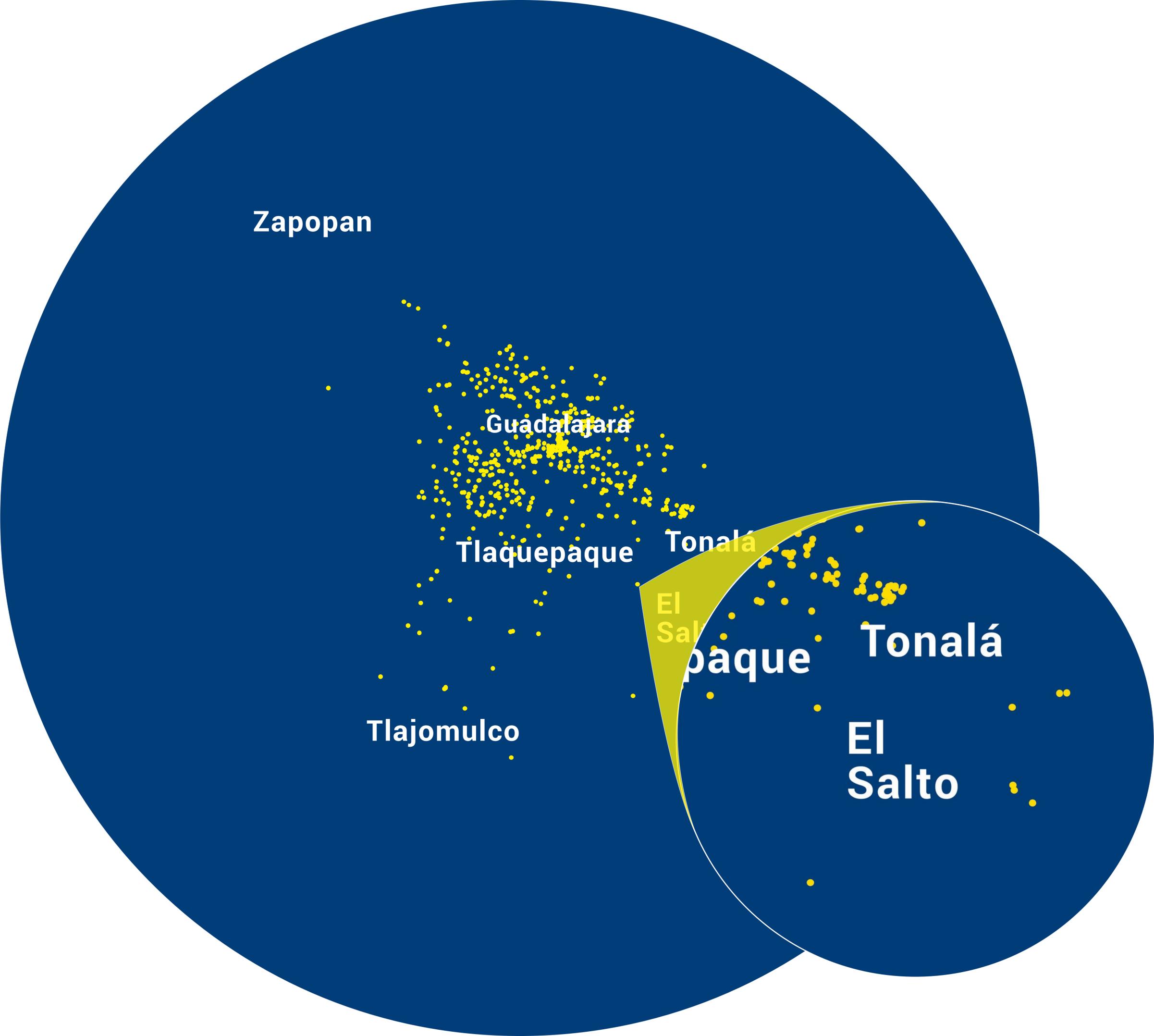
**para fomentar la lectura,  
la música y el cine en el AMG**

# Oportunidades de desarrollo cultural en las zonas menos atendidas del Área Metropolitana de Guadalajara (AMG)

*Elaborado con cifras de nuestra Encuesta de  
Percepción Ciudadana 2014*

**¿Dónde  
empezar?**

**¿Cuál es el municipio  
con menor oferta  
cultural y mayores  
carencias?**





# En **El Salto**

( con alrededor de 32 mil hogares censales)

---

La oferta cultural es, por lejos, la más  
escasa del AMG

-

La disponibilidad de bienes y servicios es menor

-

Sus habitantes participan menos en  
actividades culturales o de recreación  
dentro o fuera del hogar

# Carencias

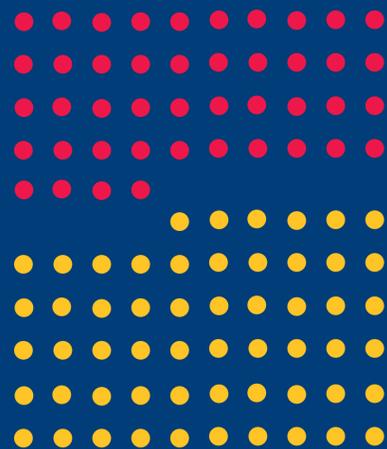
Porcentaje de encuestados que **no** tiene en su colonia

## ESPACIOS RECREATIVOS CERCA DE CASA



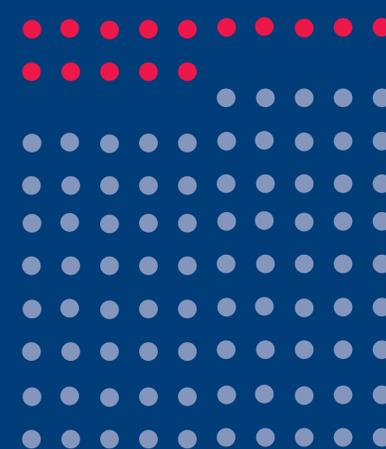
Unidad Deportiva

44  
%



**El Salto**

VS.



**AMG\***

\*Total de encuestados en El Salto, Guadalajara, Tlajomuco, Tonalá Tlaquepaque y Zapopan

# Carencias

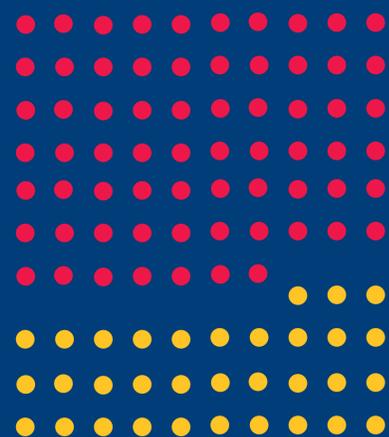
Porcentaje de encuestados que **no** tiene en su colonia

## ESPACIOS RECREATIVOS CERCA DE CASA



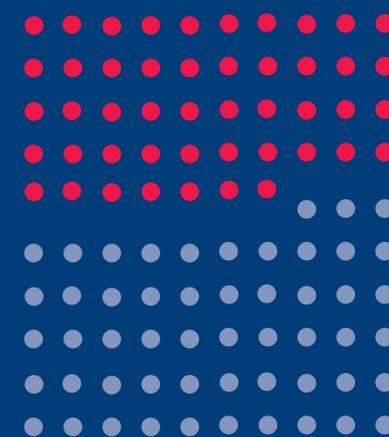
Cine o teatro

67  
%



**El Salto**

VS.



47  
%

**AMG\***

\*Total de encuestados en El Salto, Guadalajara, Tlajomuco, Tonalá Tlaquepaque y Zapopan

# Carencias

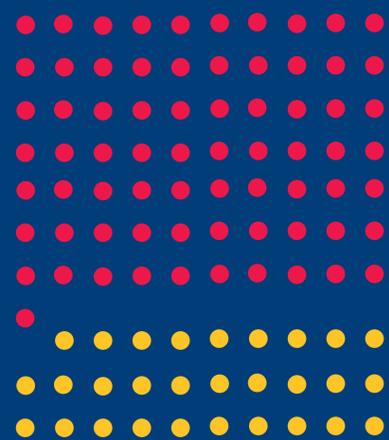
Porcentaje de encuestados que **no** tiene en su colonia

## ESPACIOS CULTURALES CERCA DE CASA



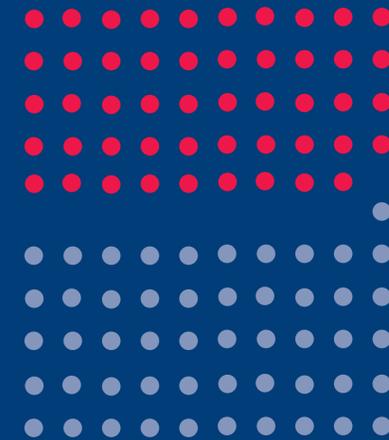
Bibliotecas

71  
%



**El Salto**

VS.



49  
%

**AMG\***

\*Total de encuestados en El Salto, Guadalajara, Tlajomuco, Tonalá Tlaquepaque y Zapopan

# Carencias

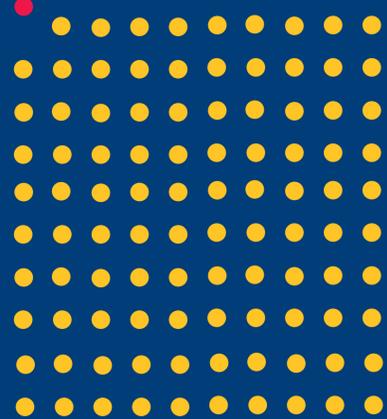
Porcentaje de encuestados que **no** tiene en su casa

## ENTRETENIMIENTO CASERO



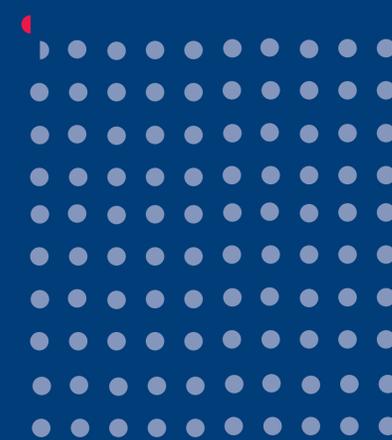
Televisor

1.2  
%



**El Salto**

VS.



0.5  
%

**AMG\***

\*Total de encuestados en El Salto, Guadalajara, Tlajomuco, Tonalá Tlaquepaque y Zapopan

# Carencias

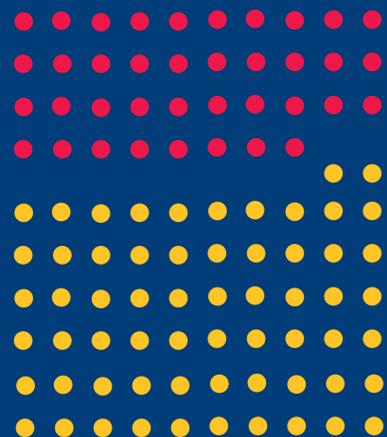
Porcentaje de encuestados que **no** tiene en su casa

## ENTRETENIMIENTO CASERO



Reproductor de DVD

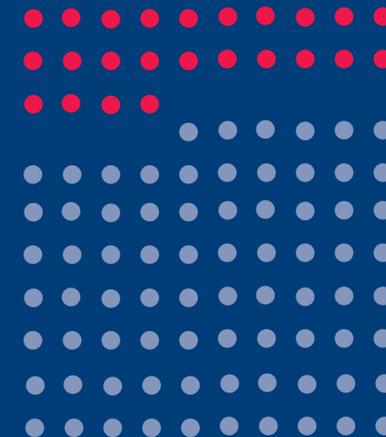
38  
%



**El Salto**

VS.

24  
%



**AMG\***

\*Total de encuestados en El Salto, Guadalajara, Tlajomuco, Tonalá Tlaquepaque y Zapopan

# Carencias

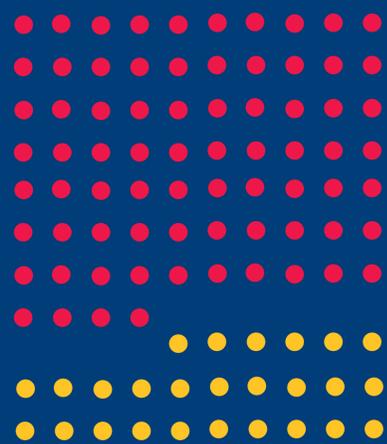
Porcentaje de encuestados que **no** tiene en su casa

## ENTRETENIMIENTO CASERO



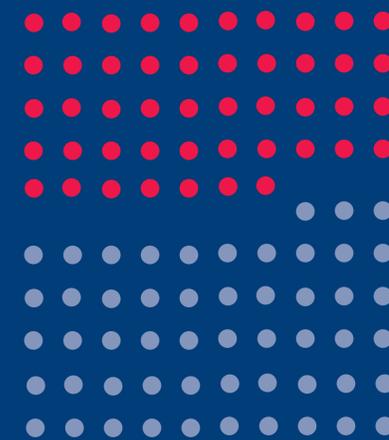
Internet

74  
%



**El Salto**

VS.



47  
%

**AMG\***

\*Total de encuestados en El Salto, Guadalajara, Tlajomuco, Tonalá Tlaquepaque y Zapopan

# Carencias

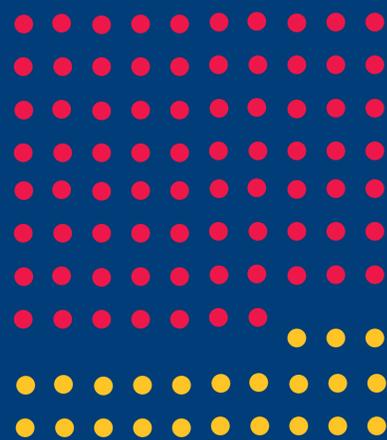
Porcentaje de encuestados que **no** tiene en su casa

## ENTRETENIMIENTO CASERO



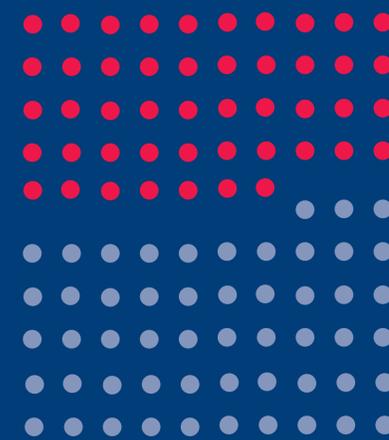
TV de paga

74  
%



**El Salto**

VS.



47  
%

**AMG\***

\*Total de encuestados en El Salto, Guadalajara, Tlajomuco, Tonalá Tlaquepaque y Zapopan

# Carencias

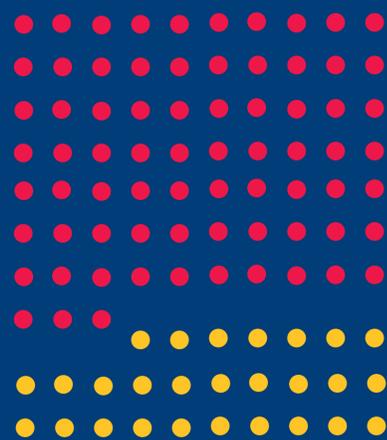
Porcentaje de encuestados que **no** tiene en su casa

## ENTRETENIMIENTO CASERO



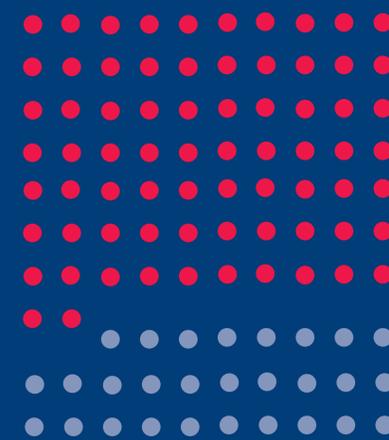
Consola de videojuegos

73  
%



**El Salto**

VS.



72  
%

**AMG\***

\*Total de encuestados en El Salto, Guadalajara, Tlajomuco, Tonalá Tlaquepaque y Zapopan

“Puede haber alguien que sienta un gran amor por la ópera y que, a pesar de esta acusada preferencia básica, manifieste un preferencia débil por la ópera cuando se examina su comportamiento.

Quizá este amante de la ópera es pobre y no puede comprar la entrada (restricción de ingresos), o quizá esté excesivamente ocupado por su profesión (restricción de tiempo), o no puede encontrar quien le cuide los niños en su ausencia (restricciones sociales), o el teatro de ópera más cercano está demasiado lejos (restricciones físicas), o carece de formación musical (restricciones de capital humano)”.

**Bruno Frey**, economista suizo

*La economía del arte*, p. 38.

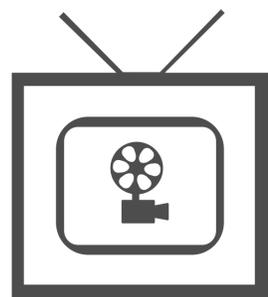
# 3 ideas

de políticas públicas de menos de  
**2 millones** de pesos cada una



---

**2. Formación  
de públicos  
en el hogar**



---

**1. Subsidio de  
actividades  
caseras**



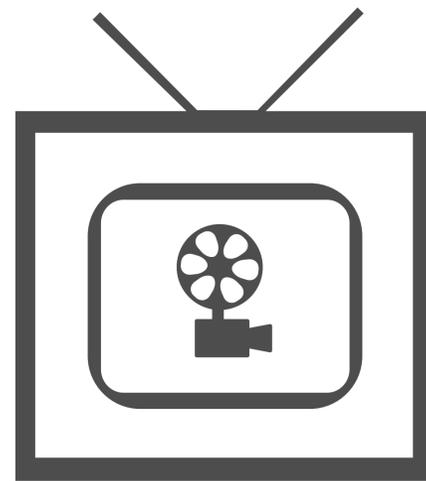
---

**3. Lectura  
donde sea**

“Si la dueña del tiempo recreativo de los tapatíos sigue siendo la televisión y la falta de tiempo limita realizar otro tipo de actividades y que aún existan espacios para la reunión familiar pueden ser indicadores para el diseño de políticas culturales de mayor impacto”.

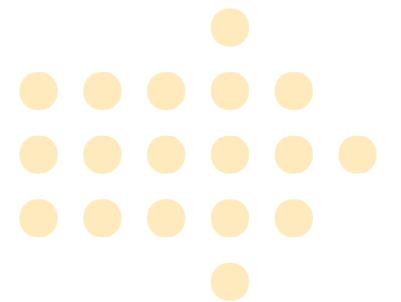
**Blanca Brambila**, profesora-investigadora de la UdeG

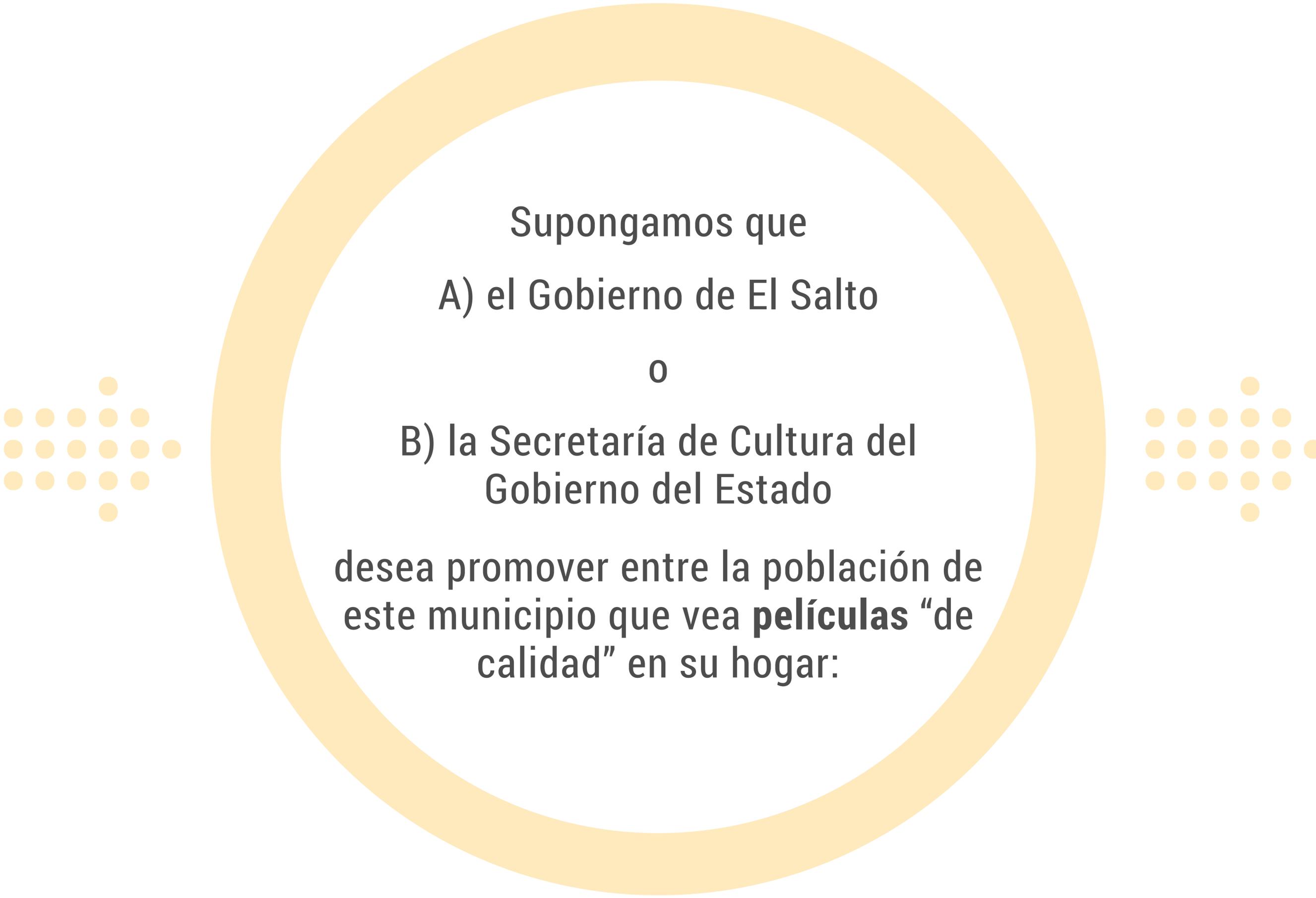
*Encuesta de Percepción Ciudadana 2014,  
Tomo 11, “Cultura y Recreación” p.7*



---

**1. Subsidio de  
actividades  
caseras**





Supongamos que  
A) el Gobierno de El Salto

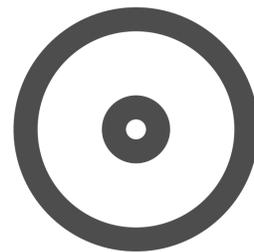
o

B) la Secretaría de Cultura del  
Gobierno del Estado

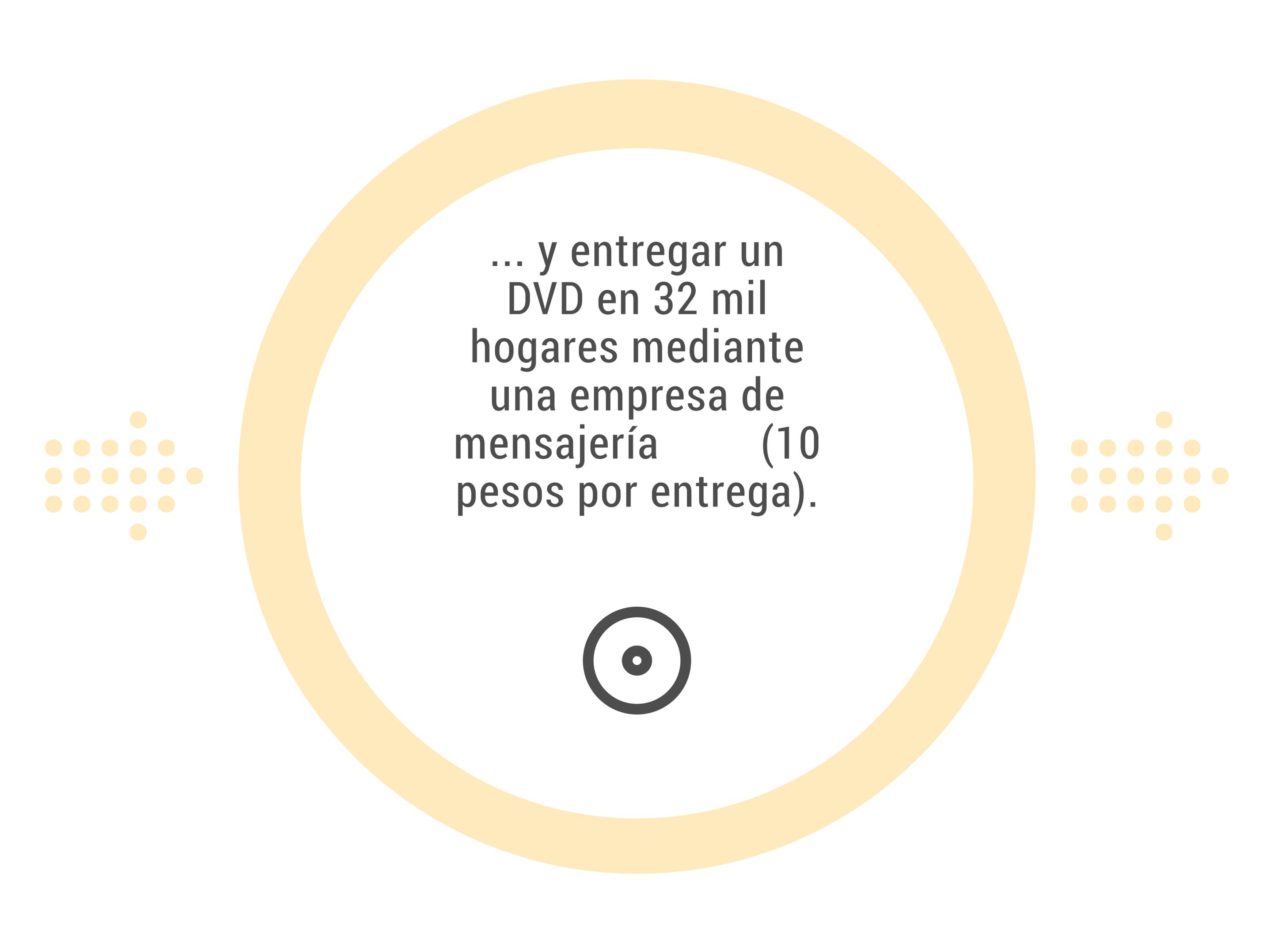
desea promover entre la población de  
este municipio que vea **películas** “de  
calidad” en su hogar:



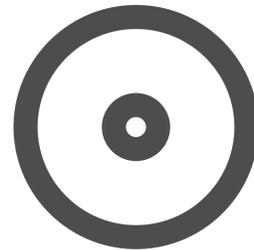
Podrían adquirir en  
Gandhi (u otra empresa)  
32, 000 DVDs



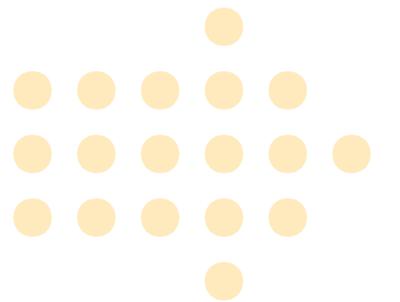
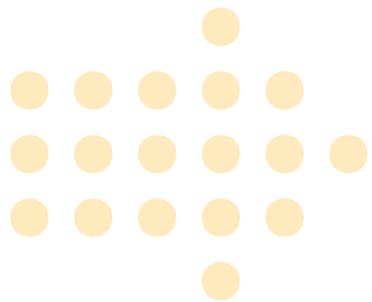
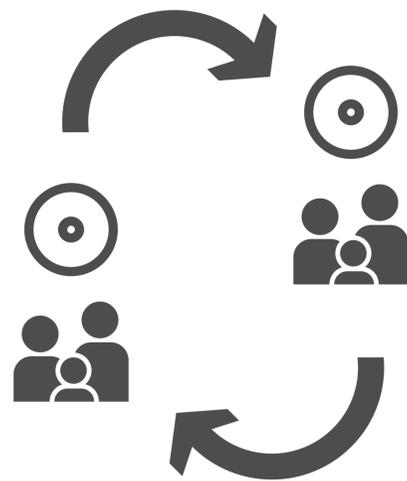
640 ejemplares de  
50 títulos a un precio  
unitario de 50 pesos...

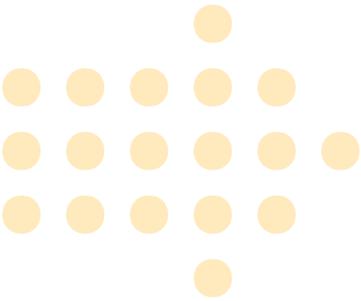


... y entregar un  
DVD en 32 mil  
hogares mediante  
una empresa de  
mensajería (10  
pesos por entrega).

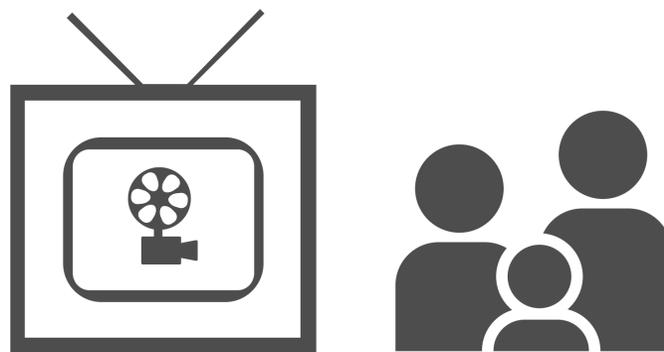


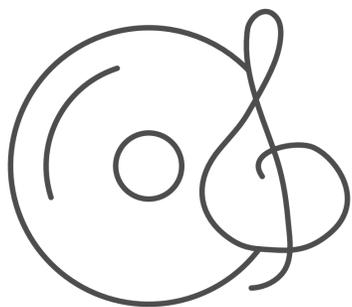
Además de promover  
que los residentes en  
estos hogares cada  
semana intercambien  
su película con los  
vecinos.





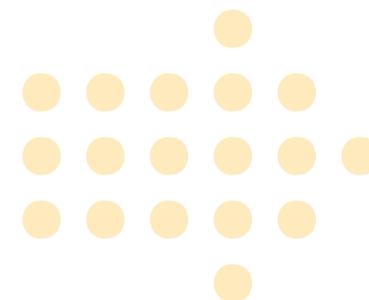
Así, cada familia  
podría llegar a ver  
**50 títulos**  
distintos por año.

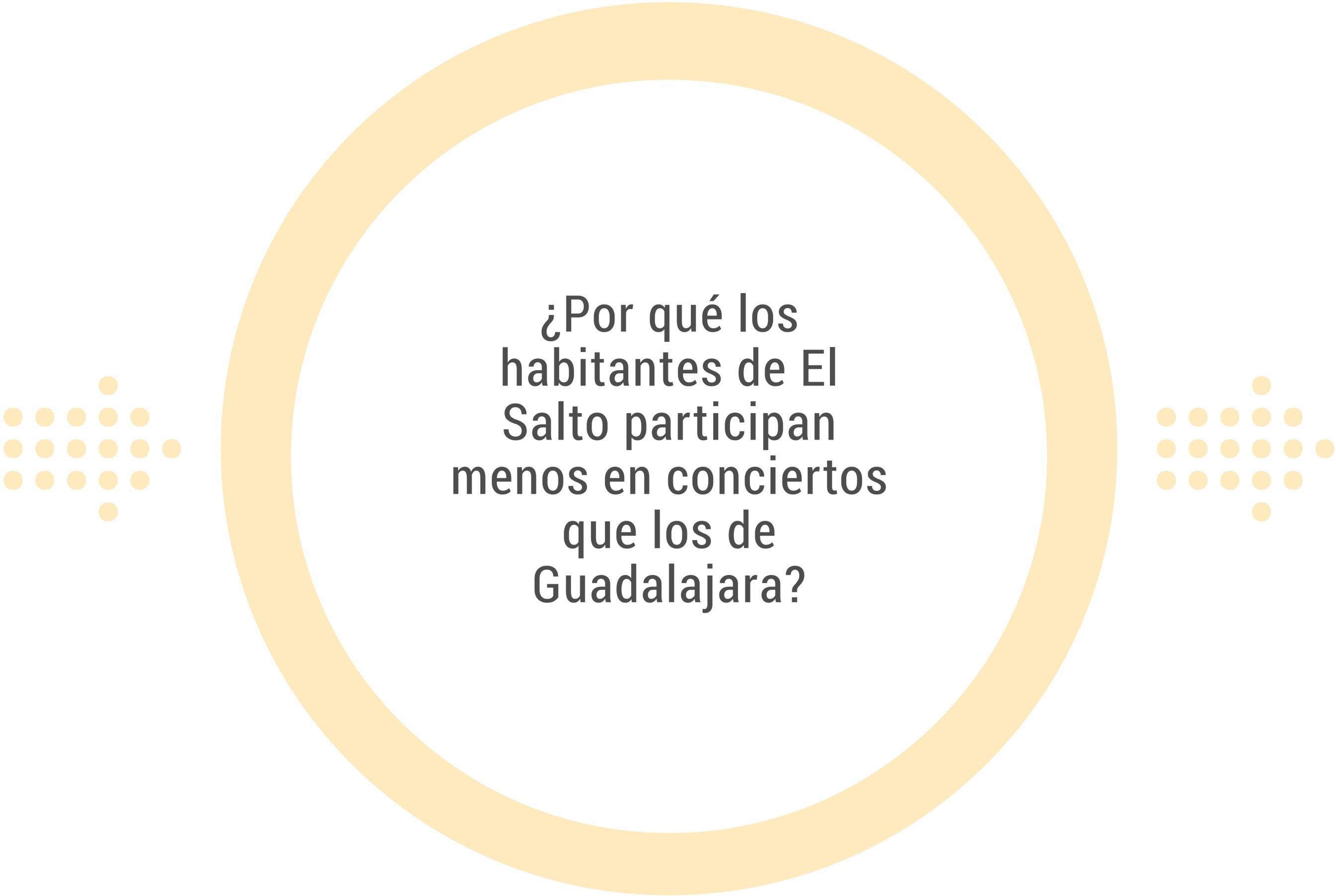




---

## 2. Formación de públicos en el hogar

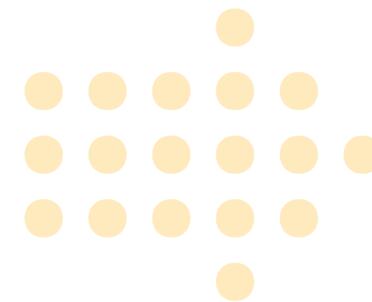
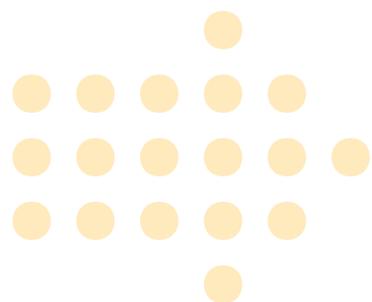


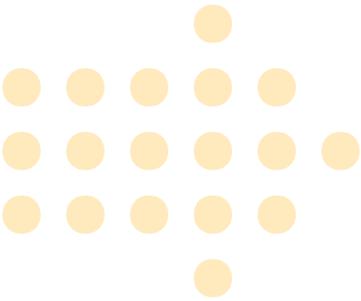
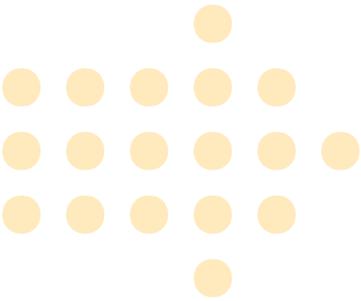
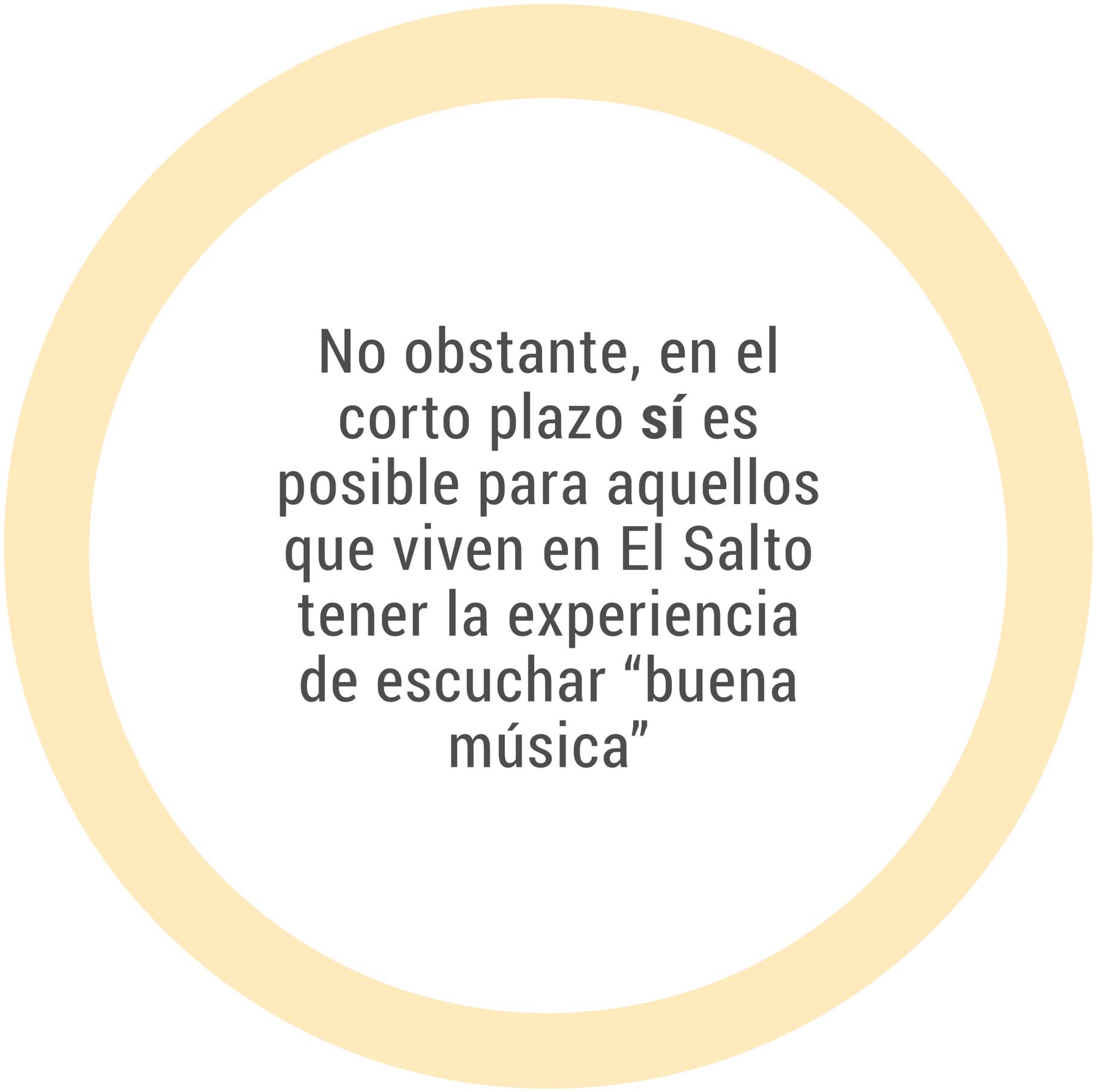


**¿Por qué los  
habitantes de El  
Salto participan  
menos en conciertos  
que los de  
Guadalajara?**



Diferencias de  
escolaridad y NSE  
explican la diferencia  
de participación y  
estas desigualdades  
no se pueden reducir  
en pocos años.





No obstante, en el  
corto plazo **sí** es  
posible para aquellos  
que viven en El Salto  
tener la experiencia  
de escuchar “buena  
música”



Si

A) el Gobierno de El Salto

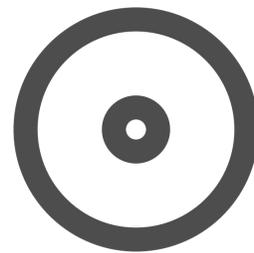
o

B) la Secretaría de Cultura del  
Gobierno del Estado

desea promover en la población  
de este municipio que se escuche  
música “cultura” en su hogar podría  
hacerse lo siguiente:



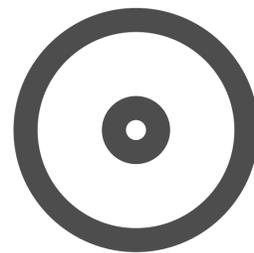
Adquirir en Naxos (u otra empresa) 32 mil discos de música clásica para principiantes.



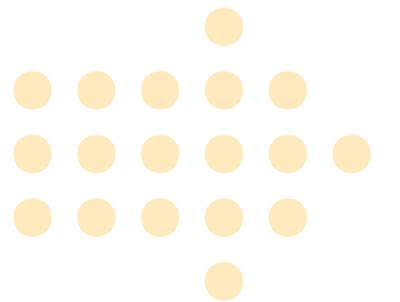
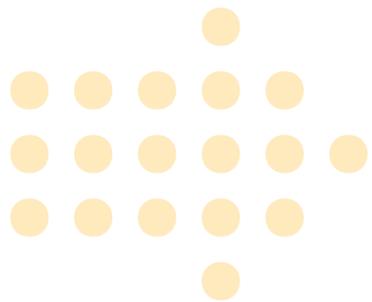
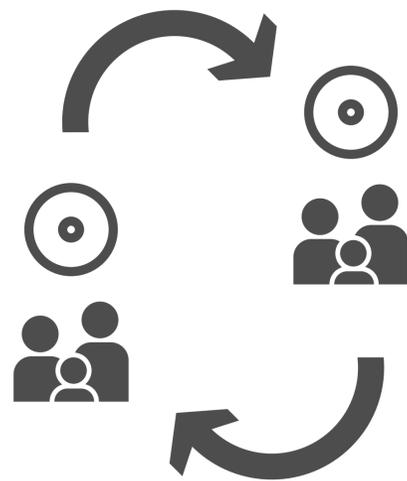
640 ejemplares de 50 títulos a un precio unitario de 50 pesos...



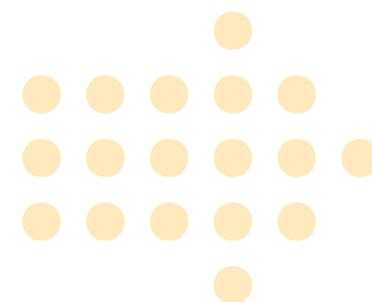
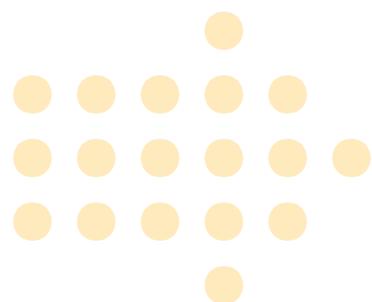
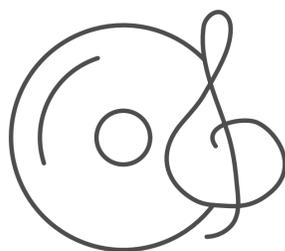
... y entregar un  
disco en 32 mil  
hogares mediante  
una empresa de  
mensajería (10  
pesos por entrega).



Además de promover  
que los residentes en  
estos hogares cada  
semana intercambien  
su disco con los  
vecinos.



Así, cada familia  
podría llegar a  
escuchar  
**50 títulos**  
distintos por año.

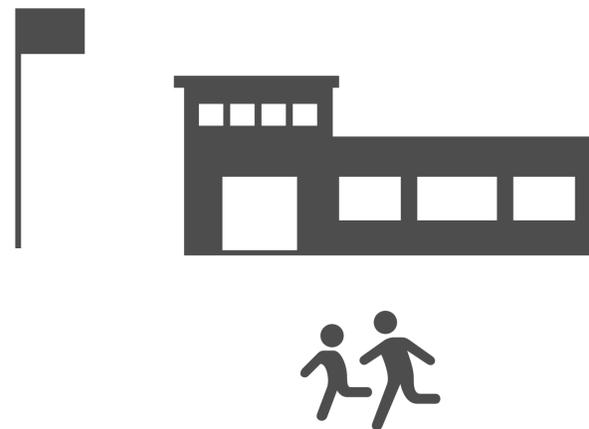


Y a las familias que  
devuelvan un disco en  
buenas condiciones



invitarlos (con todo y  
traslado) a un concierto  
de la Filarmónica en el  
Teatro Degollado

Los discos se donarían  
a las escuelas  
secundarias de El Salto



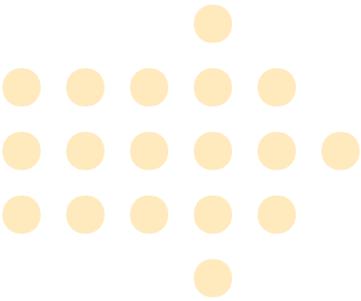
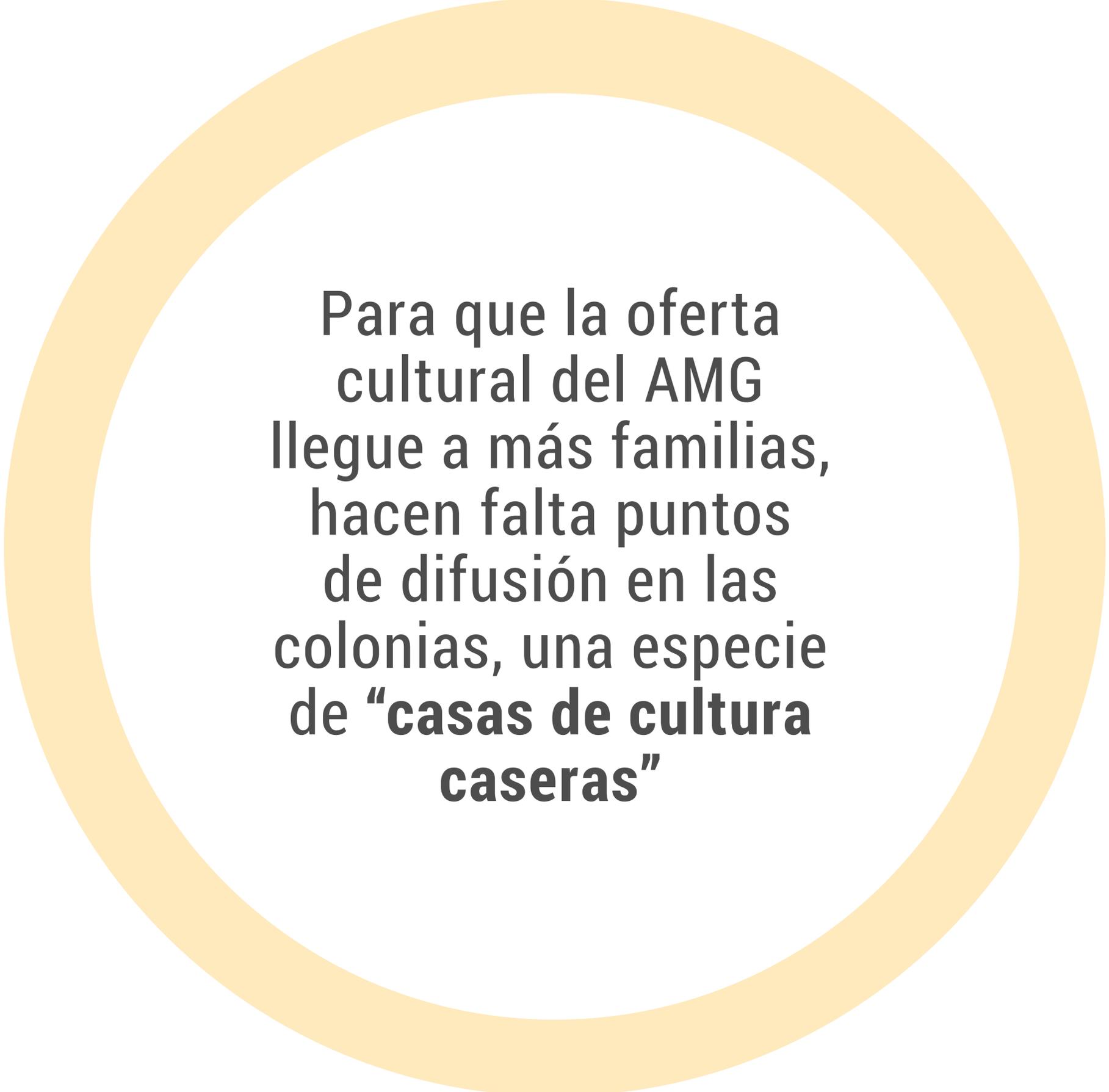
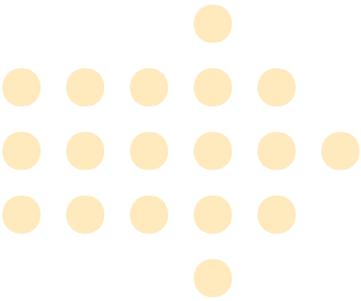


---

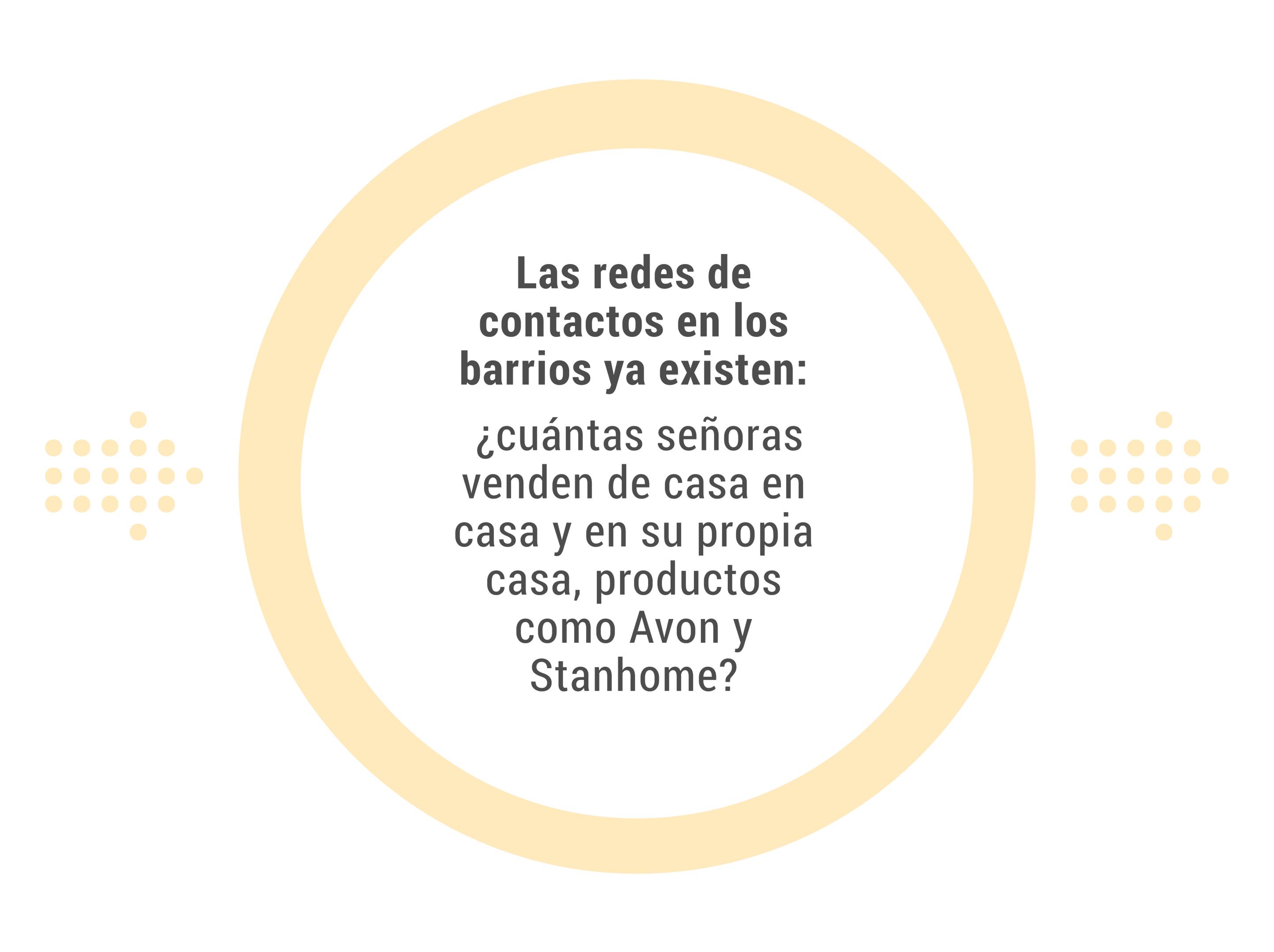
# Bibliotecas de barrio

Idea tomada de *Dinero para la cultura* (2013) – Parte 2, capítulo 15  
“Bibliotecas sin libros” – de Gabriel Zaid



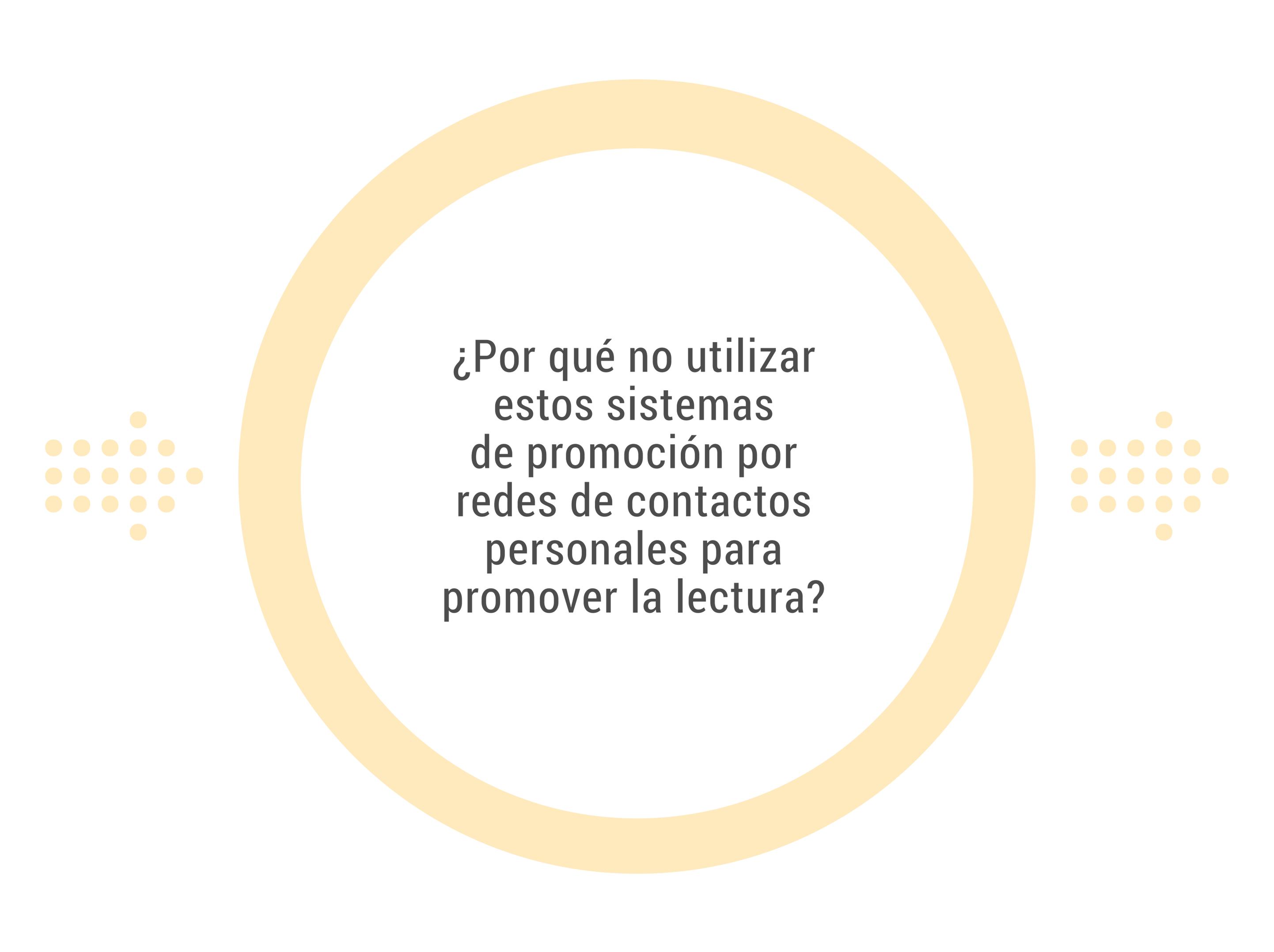


Para que la oferta  
cultural del AMG  
llegue a más familias,  
hacen falta puntos  
de difusión en las  
colonias, una especie  
de **“casas de cultura  
caseras”**

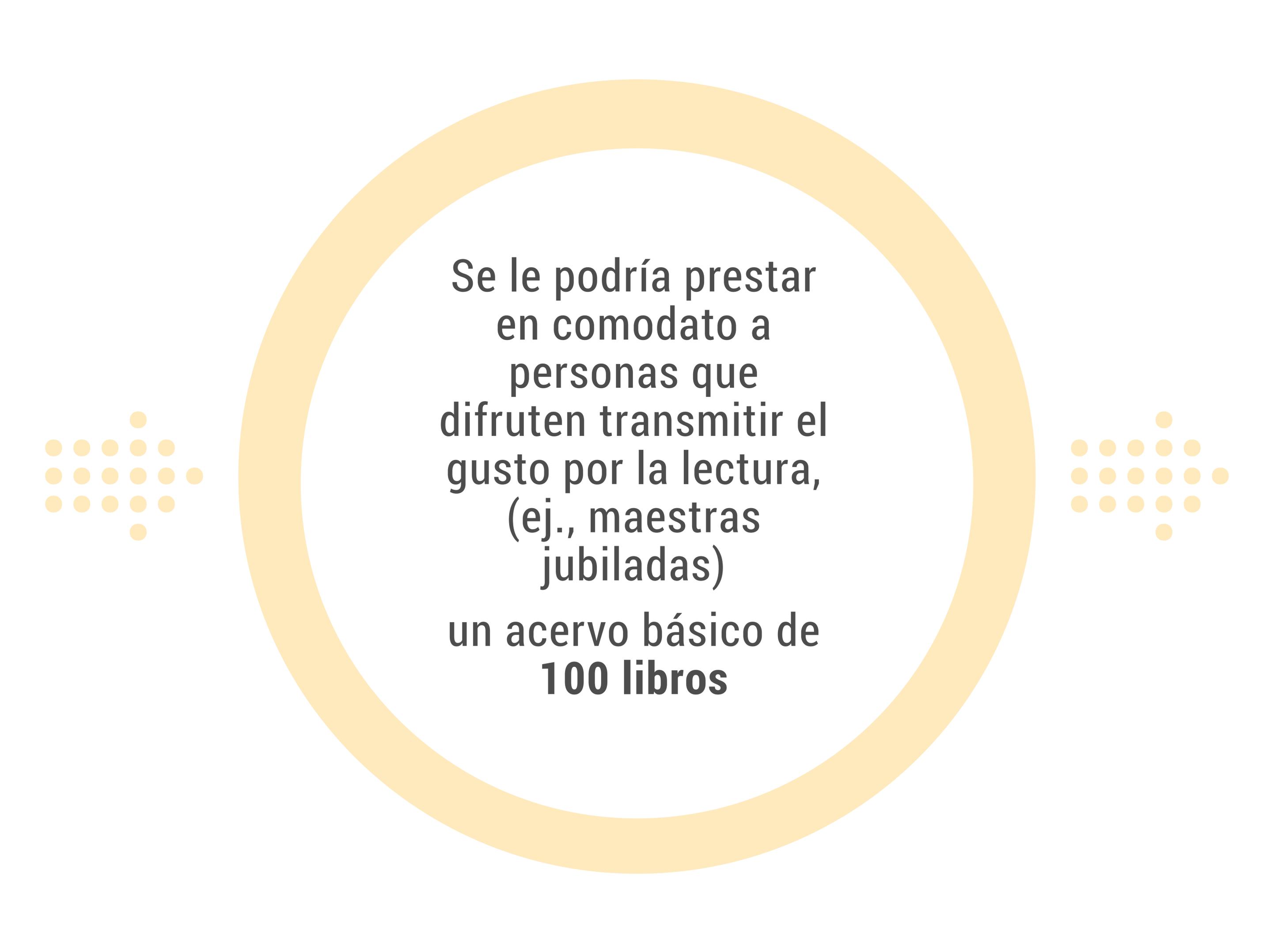


**Las redes de  
contactos en los  
barrios ya existen:**

¿cuántas señoras  
venden de casa en  
casa y en su propia  
casa, productos  
como Avon y  
Stanhome?



¿Por qué no utilizar  
estos sistemas  
de promoción por  
redes de contactos  
personales para  
promover la lectura?

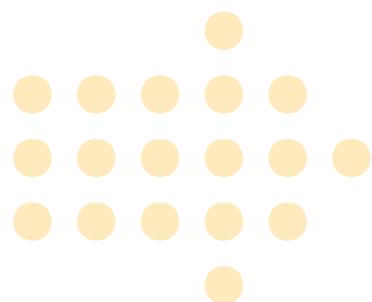


Se le podría prestar  
en comodato a  
personas que  
disfruten transmitir el  
gusto por la lectura,  
(ej., maestras  
jubiladas)

un acervo básico de  
**100 libros**

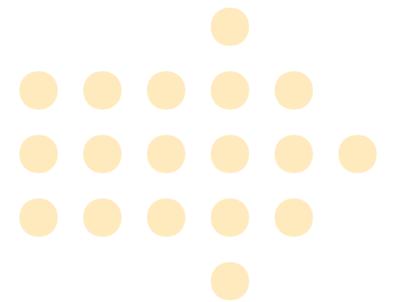
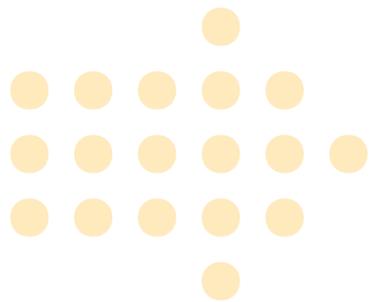


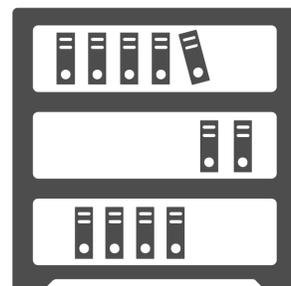
Esta persona no recibiría un sueldo, sino el derecho de prestar (haciéndose responsable) y cobrar el arrendamiento de los libros (quedándose con todo, sin expedir recibos ni pagar impuestos).



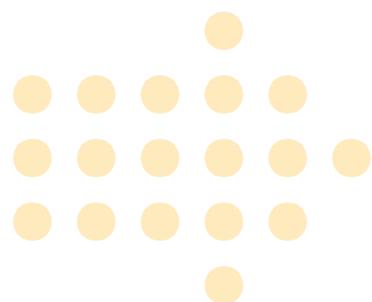


También podría venderlos (cubriendo el costo de los mismos a la autoridad), cosa que también harían en caso de extravío.



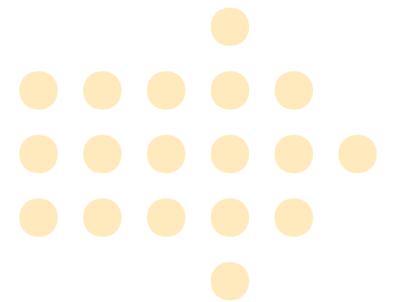
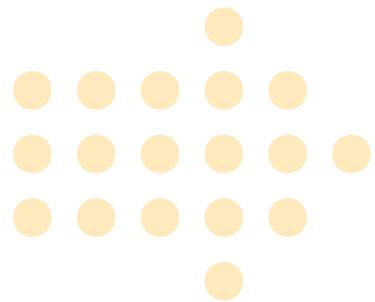


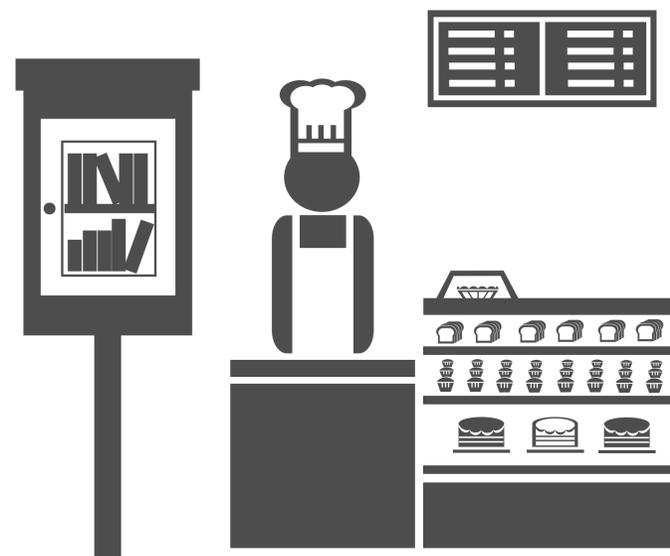
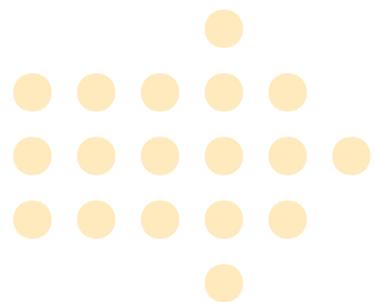
Cada acervo tendría colecciones de literatura universal, nacional, así como directorios telefónicos, diccionarios, atlas y libros prácticos de cocina, salud, etc.,





Cada año recibirían una dotación de volantes (con su nombre y datos de contacto) para distribuirlos en las casas cercanas.

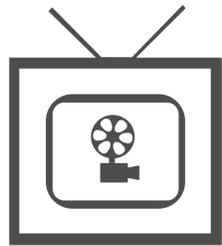




La idea puede aplicarse también en panaderías, salones de belleza, carnicerías, etc.

# Costo

aproximado de estas  
propuestas de política pública:



---

1. Subsidio de  
actividades  
caseras



---

2. Formación  
de públicos  
en el hogar



---

3. Lectura  
donde sea

## 2 millones

de pesos cada una

¿Es mucho  
pedir **6 millones**  
de pesos para  
invertir en  
programas  
como éstos?

**No**



La Orquesta Filarmónica de Jalisco (OFJ) recibe alrededor de **30 millones** de pesos anuales en subsidios.



Ofrece **50 conciertos** al año y tiene aproximadamente **25 mil** asistentes en total (500 por concierto).



Y sólo genera en ingresos  
**3 millones 500 mil pesos.**



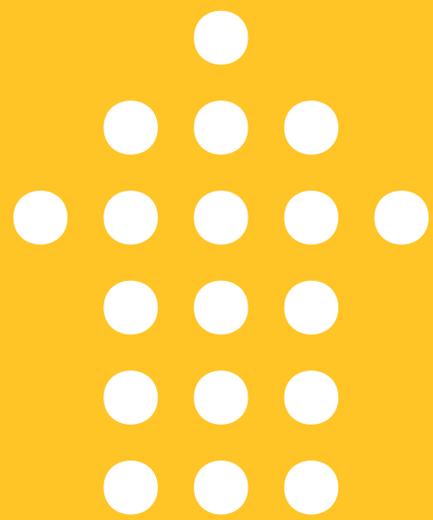
Cada asistente a  
conciertos de la OFJ  
le cuesta al gobierno  
alrededor de **1,200**  
**pesos.**



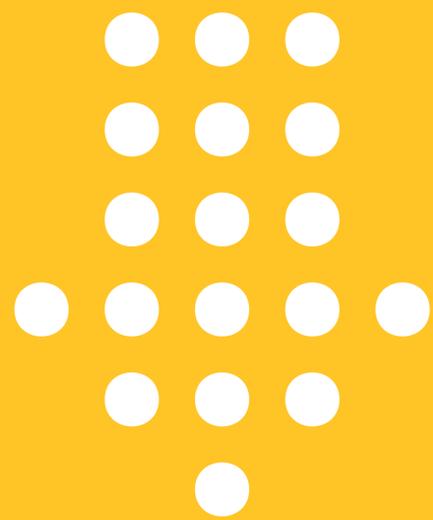
En cualquiera de las tres propuestas expuestas cada consumidor costaría al gobierno alrededor de **63 pesos.**

Para reducir la desigualdad de oportunidades, los gobiernos deben emprender **acciones compensatorias.**

**¿Dónde  
conviene  
actuar?**



En el corto plazo es más fácil **aumentar la oferta cultural** y recreativa pertinente **que**



esperar a **reducir los factores económicos** y educativos que inhiben la participación en las actividades culturales y recreativas.





**La cultura de la  
libertad creadora  
debe ser un proyecto  
abierto para todos.**

**Gabriel Zaid**

*Dinero para la cultura*

(2013, p.32)