

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Nivel de consumo cultural de los familiares de los estudiantes de la Escuela Recrearte del
Municipio de Sopó - Cundinamarca

Mario Francisco Villada Garzón

Asesora:
Diana Luz López Ortega

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD
ECEDU

Agosto de 2016

Resumen Analítico Especializado RAE	
Título del trabajo de grado	Nivel de consumo cultural de los familiares de los estudiantes de la Escuela Recrearte del Municipio de Sopó - Cundinamarca.
Autor	Mario Francisco Villada Garzón.
Fecha de publicación	Julio 2016
Resumen	<p>En el presente trabajo se determinó si los familiares de los estudiantes de la escuela Recrearte asisten en forma recurrente o habitual a la oferta cultural disponible identificando sus gustos, intereses y la necesidad o no de apropiarse y usar los bienes, servicios y espacios culturales ofrecidos. Por un lado, si bien se tienen nociones acerca de las actividades culturales a las que asisten los familiares de los estudiantes de la escuela Recrearte, existe un desconocimiento general acerca de cuál es el sentido de pertenencia que se tiene por la academia y las producciones artísticas que de allí se desprenden. Los integrantes de las diferentes áreas de la escuela aseguran cierta cantidad de asistentes en los espectáculos, contribuyendo a la formación de público, sin embargo, la cantidad de eventos y el conocimiento acerca de lo que se desarrolla en cada área artística se encuentra limitado.</p> <p>En este sentido se torna importante esta investigación, ya que pretende dar cuenta de la actividad cultural ofrecida por parte de la escuela Recrearte y del consumo cultural por parte de los familiares de los estudiantes de la misma proporcionando conocimiento sobre su significado para los sopesos frente a las actividades desplegadas por la misma escuela. Por ello, un supuesto que guió el trabajo fue el analizar y describir los temas propuestos proporcionando información sobre el consumo cultural de los familiares de los estudiantes de la escuela desde su propia perspectiva, cuestión que se tornó interesante por ser uno de los actores principales dentro del movimiento cultural del municipio.</p> <p>Es evidente que conocer cómo se presentan los fenómenos relacionados con el impacto cultural en los estudiantes, que en el futuro van a tener la responsabilidad de conducir, desde la escuela, los procesos de formación de identidad y de la ciudadanía es altamente importante.</p> <p>Por otro lado, en la población de Sopó-Cundinamarca, se propende por cubrir las necesidades culturales a través de proyectos socioculturales dirigidos a la comunidad en general y a estudiantes con la determinación de priorizar la importancia formativa y generar políticas en concordancia a las carencias y fortalezas de la población, sin embargo, cobra especial relevancia la inasistencia de público hacia estos espectáculos, a los cuales se les podría sacar mayor provecho.</p> <p>Por citar un ejemplo específico, al llegar a la semana cultural se recibe con sorpresa la programación y se observa que desde un plano general este tipo de actividades aparecen tan ajenas como si fueran organizadas</p>

	<p>lejos del alcance de los habitantes. Es preciso insistir en realizar actividades para clasificar a los familiares de los usuarios de la escuela Recrearte respecto a sus preferencias y se diseñen procesos mediante los cuales se mejoren los contenidos teniendo en cuenta los intereses y tendencias culturales.</p>
Palabras clave	Formación artística, consumo cultural, cultura, tiempo libre, familia, intereses culturales.
Introducción	<p>Colombia es una nación que regularmente ve televisión, oye música no clásica (académica), más que consumir cultura prefiere el ocio pasivo, y casi no lee, va poco a cine, a bibliotecas y museos, y se entretiene en fiestas populares o viendo películas en la casa. Esas son algunas de las constataciones que descifran las encuestas realizadas por el DANE sobre consumo cultural; de aquí se plantea lo que se puede considerar como lo cultural en Colombia: como se identifican y entretienen los colombianos, como construyen cultura y que injerencia tiene en la vida cotidiana. El interés por lo expresado por el DANE en contextos poblacionales, concentra un conjunto de interrogantes vinculados a las nociones de consumo y cultura. Para el caso de la sociedad soproenseña, abordar esta problemática relativa al consumo cultural masivo expresado, es necesaria una reflexión que permita introducirse en las relaciones simbólicas que establecen los consumidores, con el fin de satisfacer necesidades y deseos. De allí que se destaque la necesidad de saber cuál es el nivel de consumo cultural que se manifiesta en los familiares de los estudiantes de la Escuela Recrearte del municipio de Sopó - Cundinamarca, sus preferencias y la causa del desinterés hacia ciertos espectáculos específicos. Por tal razón surge la siguiente pregunta: <i>¿Qué nivel de consumo cultural muestran los familiares de los estudiantes de la Escuela Recrearte del Municipio de Sopó, Cundinamarca?</i></p>
Metodología	<p>Para la realización del presente trabajo se utilizó la Investigación-Acción Participativa o IAP, la cual consiste en una propuesta metodológica técnica, de estudio y acción de tipo cualitativo, que se caracteriza por su enfoque de intervención e investigación social y cuya meta es mejorar la realidad en que viven, trabajan o actúan socialmente las personas que participan en la investigación.</p>
Discusión de resultados	<p>De los dos instrumentos aplicados: encuesta general y encuesta diagnóstica, se obtuvieron los siguientes resultados a nivel general. Del primero se logró inferir que: La encuesta permitió identificar que algunos de los espacios culturales de mayor consumo son los conciertos de agrupaciones musicales y espectáculos de danza dentro de las propuestas por la escuela. A nivel general los gustos de los encuestados señalan el uso de la televisión, el cine y el internet y los video-juegos como los más recurrentes.</p>

	<p>Después de analizar los resultados sobre los gustos generales de los encuestados y las actividades ofrecidas por la escuela no se encuentran coincidencias que permitan definir un punto de partida en común, sin embargo, surgen varias alternativas para realizar mejoras en el programa cultural de la escuela.</p> <p>Uno de los espacios de mayor consumo cultural son los conciertos de agrupaciones musicales, esto es debido en parte a que están cubiertos todos los géneros, es decir se tiene cubrimiento a partir de la orquesta sinfónica, banda sinfónica, coros, música folclórica y popular y todas las variedades que de allí se desprenden.</p> <p>Y del segundo instrumento se logró inferir que:</p> <p>Según los resultados obtenidos un porcentaje bastante alto (48%), Considera que la información brindada no es adecuada o/y oportuna acerca de las actividades artísticas realizadas por la escuela Recrearte, esto evidencia que se debe replantear la forma en que se desarrolla el plan de difusión, las estrategias y los momentos en que se da a conocer dicha información.</p> <p>En contraste con la oferta existente algunos argumentan que los canales mediáticos utilizados no son los mejores, bien porque el correo no se consulta con regularidad o bien porque las carteleras informativas están saturadas de información.</p> <p>En la pregunta número 10 se insinúa una propuesta sobre algunas actividades que no están dentro del movimiento cultural, sobresalen las opciones taller de carnavales, fotografía y conociendo a Colombia, a partir de este análisis se genera un complemento para las actividades culturales que oferta la escuela y propender por un máximo aprovechamiento de las mismas.</p> <p>Con respecto a las preguntas 11 y 12, el día más favorable y la franja horaria que mejor se acomoda para asistir a las actividades programadas por la escuela, se deduce que los días y los horarios propuestos actualmente por la escuela son los más adecuados para el desarrollo cultural ofertado, la evidencia sugiere que se realice de lunes a viernes entre las 3:00pm y las 7:00pm.</p> <p>Un gran porcentaje de los encuestados no respondió la pregunta número 13, esto es un (63%), que se refiere a sugerir nuevas actividades para desarrollar dentro de la oferta de la escuela, los participantes sugirieron: danza-ballet, taller de títeres y cine-tv en porcentajes mínimos, de donde se concluye que los familiares estarían satisfechos tanto con las actividades propuestas actualmente por la escuela como por las que se les insinuó en la pregunta 10, (taller de carnavales, fotografía y conociendo a Colombia).</p>
Lista de referencias	<p>➤ García Canclini N. (1995). Consumidores y ciudadanos, conflictos multiculturales de la globalización. México D Grijalbo. Recuperado el 16 de abril de 2016 de:</p>

<https://antroporecursos.files.wordpress.com/2009/03/garcia-canclini-1995-consumidores-y-ciudadanos.pdf>

- Goyeneche, R. (S.F). Concepto de Cultura. Blog Convivencia y Expresiones Culturales. Recuperado el 19 de septiembre del 2015 de: <http://expresionesculturales207014a224.blogspot.com.co/2015/09/ratar-de-hilar-un-concepto-sobre.html>
- Barbero J Martín y López de la Roche, F (1998). Cultura, Medios y Sociedad pp 13-24 en Viviendo a Toda. Jóvenes, Territorios Culturales y Nuevas Sensibilidades. Recuperado el 19 de septiembre del 2015 de: <http://www.bdigital.unal.edu.co/1272/2/01PREL01.pdf>
- Quevedo Luis Alberto. (2005) Consumos y prácticas culturales en América Latina Buenos Aires. Recuperado el 23 de octubre de 2015 de: <http://www.untref.edu.ar/documentos/indicadores2007/Consumos%20y%20practicass%20culturales%20en%20America%20Latina%20Luis%20Alberto%20Quevedo.pdf>
- -Altieri Megale Ángel (2001). ¿Qué es la cultura? La Lámpara de Diógenes, Puebla México D F. Recuperado el 20 de septiembre de 2015 de: www.redalyc.org/pdf/844/84420403.pdf
- UNESCO (2015). Cultura y desarrollo. Recuperado el 15 de septiembre de 2015 de: <http://www.unesco.org/new/es/culture/themes/culture-and-development/>
- Barbero J Martín. La investigación del consumo cultural en Colombia. El Tiempo, 23 de Abril de 2009, Lecturas fin de semana Recuperado el 19 de octubre de 2015 de: <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-5050511>
- Geertz Clifford. (1973). Teoría e Historia Antropológica. Recuperado el 20 de septiembre de 2015 de: <http://teoriaehistoriaantropologica.blogspot.com.co/2012/05/clifford-geertz-la-cultura-como-texto.html>
- Jerome Bruner (2009). Mente, Conocimiento y Cultura Medellín. Recuperado el 18 de septiembre de 2015 de: <http://tesis.udea.edu.co/dspace/bitstream/10495/438/1/JeromeBrunerMenteConocimientoCultura.PDF>
- Güell Pedro, Morales Rommy, Peters. (2010) Canasta Básica de Consumo Cultural para América Latina. Centro de Investigaciones Socioculturales, CISOC (2010). Santiago de Chile. Recuperado el 23 de octubre de 2015 de: <https://docs.google.com/viewerng/viewer?url=https://centrito.files.wordpress.com/2011/06/5-gueell.pdf>
- García Sandoval Yenny, Gamboa Maria Cristina. (2011) UNAD Lineamientos para los trabajos de grado de las especializaciones Ecedu. Bogotá. Recuperado el 23 de octubre de 2015 de: http://66.165.175.235/campus18_20152/file.php/69/Lineamientos_tra

	<p><u>bajos de grado especializaciones documento final .pdf</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Bejarano Jime. 2013, diciembre 27. Ova fase 1, video instructivo. Recuperado el 23 de octubre de 2015 de:https://www.youtube.com/watch?v=wGK-IH_yyW8&feature=youtu.be ➤ Bejarano Jime. 2013, diciembre 27. Ova fase 2, video instructivo. Recuperado el 23 de octubre de 2015 de:https://www.youtube.com/watch?v=hH694gfAuKg&feature=youtu.be ➤ Barbero J Martin. (2009). La investigación del consumo cultural en Colombia. Bogotá. Recuperado el 11 de octubre de 2015 de:http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-5050511 ➤ Stenstrom Monika. (2008). El consumo cultural en contextos urbanos. Valencia Venezuela. Recuperado el 11 de octubre de 2015 de:http://www2.scielo.org.ve/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S131659172008000100012&lng=es&nrm=i ➤ Hernandez Sampieri R, Fernandez Collado C, Baptista Lucio P. (2006). Metodología de la Investigación. México D F. Recuperado el 11 de octubre de 2015 de:https://competenciashg.files.wordpress.com/2012/10/sampieri-et-al-metodologia-de-la-investigacion-4ta-edicion-sampieri-2006_ocr.pdf ➤ Arnal J. (1992). Investigación Educativa. Fundamentos y metodología. Barcelona España. Recuperado el 14 de mayo de 2016 de: http://www/DialnetCaracteristicasMasRelevantesDelParadigmaSociocriti-3070760%20(4).pdf
Referencia del artículo	Villada, M. (2016). Nivel de consumo cultural de los familiares de los estudiantes de la Escuela Recrearte del Municipio de Sopó Cundinamarca. Trabajo de grado. UNAD. Zipaquirá-Colombia.

ÍNDICE

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	8
2. CONTEXTUALIZACIÓN DE LA PROBLEMÁTICA	9
3. JUSTIFICACIÓN	11
4. OBJETIVOS	13
4.1 OBJETIVO GENERAL	13
4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	13
5. MARCO TEÓRICO	14
5.1 <i>¿Qué se entiende por cultura?</i>	14
5.2 <i>¿Qué se entiende por consumo cultural?</i>	17
5.3 <i>¿Por qué es importante el consumo cultural?</i>	18
6. METODOLOGÍA DE TRABAJO	19
7. <i>Sistematización y análisis de Datos</i>	21
8. CONCLUSIONES	50
9. REFERENCIAS	55

INTRODUCCIÓN

Dentro de la cotidianidad en la Escuela de formación Artística Recrearte en el municipio de Sopó, se genera un gran interés por el contraste de dos fenómenos: de un lado el alto cubrimiento cultural de la Alcaldía a través de la formación en música, danza, teatro, artes manuales y el acercamiento a la primera infancia y la puesta en escena de estas expresiones artísticas; y de otro lado, la baja asistencia de los ciudadanos a los eventos resultado de esta inversión social. Es decir, el poco público que asiste, aprovecha y/o disfruta de las diversas manifestaciones artísticas.

Es preciso identificar los juicios que tienen los pobladores acerca del movimiento artístico, percibir su nivel de apropiación y las dificultades para acercarse a ellas¹. Precisamente se toma en cuenta lo mencionado por García, quién comenta que la investigación en las universidades sobre este tema, regularmente está orientada hacia el afán de conocer públicos, consumo y recepción de bienes culturales, incluidos los medios de comunicación; la intención es construir una teoría en torno al *consumo cultural*², cuya búsqueda permita el encuentro entre las ciencias sociales y se concrete una “teoría sociocultural del consumo” (García, p. 67-76, 1995).

En el caso de algunas industrias culturales sobresale la investigación diseñada como estudios de marketing y el uso de técnicas de investigación cuantitativas que estudian la audiencia o públicos para mejorar la comercialización de sus propias mercancías, sean culturales o de bienes y servicios. A través de este tipo de estudios se puede generar información que permite diseñar e implementar políticas públicas culturales, justificar planes ya existentes y proponer nuevas alternativas de desarrollo socio-cultural.

Varios investigadores académicos han participado y contribuido al estudio del consumo cultural en América Latina: Jesús Martín Barbero, Marcelino Bismal, Valerio

¹Se refiere a las actividades culturales.

²Consumo cultural: se refiere a la participación del público en general en las diferentes actividades artísticas en los espacio de ocio.

Fuenzalida, Néstor García Canclini, Mabel Piccini y Ana Rosas Mantecón, entre otros, cuyo trabajo metódico sobre el consumo cultural mantiene abierto el debate; lo han hecho desde el espacio de la academia y también con apoyo de las instituciones gubernamentales.

En este plano los aportes pueden ser concluyentes, la disquisición de los datos puede contribuir a mejorar políticas culturales, sistemas de producción y circulación de bienes simbólicos y el aprovechamiento del tiempo libre a partir de factores económicos y educativos.

Otro aporte, puede anidar en el reconocimiento de la necesidad de utilizar estrategias para ampliar la comprensión de la diversidad y complejidad de la vida cotidiana con relación al consumo cultural; en qué forma se enlazan los factores sociodemográficos con éste, qué probabilidad existe de que algunos de estos factores incidan en él y muchas otras preguntas se suceden sin duda, al abordar las condiciones socioeconómicas de la población, elemento importante para determinar las formas de acceso o niveles de este consumo.

2. CONTEXTUALIZACIÓN DE LA PROBLEMÁTICA

Reconociendo las diferentes posibilidades artísticas a las que pueden acceder algunas personas, en especial los más jóvenes, quienes eligen adherirse a una cultura en la que puedan expresar sus inclinaciones musicales, histriónicas, dancísticas y artísticas, entre otros, es notable el hecho de que la asistencia por parte de los familiares de los participantes de la Escuela Recrearte en el municipio de Sopó no es la suficiente si bien la cantidad de inscritos es bastante significativa.

Dado que el movimiento cultural y artístico en el norte de la Sabana ha venido creciendo de manera importante desde la última década, los entes administrativos han encontrado en los programas culturales, artísticos y deportivos momentos de encuentro, esparcimiento y aprovechamiento del tiempo libre. Estos se han convertido también en una

forma para mejorar las expectativas de vida, bienestar y oportunidades de algunos de los participantes que los eligen como proyecto de vida.

Uno de los principales objetivos de la cultura es promover la convivencia social, es decir, la capacidad para interrelacionarse, para aceptar la diferencia de todos y dar fin por vía pacífica a los conflictos. Es así como en el tejido formativo se encuentra que la cultura es un componente favorable para rescatar, mantener y promover valores en todos los miembros de una comunidad.

Colombia es una nación que regularmente ve televisión, oye música no clásica (académica), más que consumir cultura prefiere el ocio pasivo, y casi no lee, va poco a cine, a bibliotecas y museos, y se entretiene en fiestas populares o viendo películas en la casa. Esas son algunas de las constataciones que descifran las encuestas realizadas por el DANE³ sobre consumo cultural; de aquí se plantea lo que se puede considerar como lo cultural en Colombia: como se identifican y entretienen los colombianos, como construyen cultura y que injerencia tiene en la vida cotidiana.

El interés por lo expresado por el DANE en contextos poblacionales, concentra un conjunto de interrogantes vinculados a las nociones de consumo y cultura. Para el caso de la sociedad sopesña, abordar esta problemática relativa al consumo cultural masivo expresado, es necesaria una reflexión que permita introducirse en las relaciones simbólicas que establecen los consumidores, con el fin de satisfacer necesidades y deseos.

De allí que se destaque la necesidad de saber cuál es el nivel de consumo cultural que se manifiesta en los familiares de los estudiantes de la Escuela Recrearte del municipio de Sopó - Cundinamarca, sus preferencias y la causa del desinterés hacia ciertos espectáculos específicos. Por tal razón surge la siguiente pregunta:

³Se refiere al consumo cultural entendido como un elemento de enriquecimiento personal intelectual y crítico.

Pregunta problemática

¿Qué nivel de consumo cultural muestran los familiares de los estudiantes de la Escuela Recrearte del Municipio de Sopó - Cundinamarca?

3. JUSTIFICACIÓN

A través del presente proyecto se desarrollaron habilidades para generar dinámicas pedagógicas y educativas en diferentes contextos reconociendo diferentes componentes sociales y construyendo conocimiento desde diferentes contextos y realidades propias de la población objeto de estudio.

Por un lado, si bien se tienen nociones acerca de las actividades culturales a las que asisten los familiares de los estudiantes de la escuela Recrearte, existe un desconocimiento general acerca de cuál es el sentido de pertenencia que se tiene por la academia y las producciones artísticas que de allí se desprenden. Los integrantes de las diferentes áreas de la escuela aseguran cierta cantidad de asistentes en los espectáculos, contribuyendo a la formación de público, sin embargo, la cantidad de eventos y el conocimiento acerca de lo que se desarrolla en cada área artística se encuentra limitado.

En este sentido se torna importante esta investigación, ya que pretende dar cuenta de la actividad cultural y proporcionar conocimiento sobre su significado para los sopesos frente a las actividades desplegadas por la escuela Recrearte. Por ello, un supuesto que guió el trabajo fue el analizar y describir los temas propuestos proporcionando información sobre el consumo cultural de los familiares de los estudiantes de la escuela desde su propia perspectiva, cuestión que se tornó interesante por ser uno de los actores principales dentro del movimiento cultural del municipio. Lo anterior partiendo del hecho que:

La cultura es todo lo que un grupo humano produce a la luz de los paradigmas inmediatos que le afectan y que está sujeto a las características cambiantes sociales,

humanas, filosóficas, éticas, morales, artísticas, políticas, religiosas, productivas, fruto de su propia construcción y su acervo como estructura social (Goyeneche, s.f. p. 5-11).

Es evidente que conocer cómo se presentan los fenómenos relacionados con el impacto cultural en los estudiantes, que en el futuro van a tener la responsabilidad de conducir, desde la escuela, los procesos de formación de identidad y de la ciudadanía es altamente importante. En un momento donde se piensa que la escuela está destinada a transformarse para evitar el “peligro de pérdida de centralidad, se necesita conocer qué ven, leen y escuchan los estudiantes, futuros actores sociales que tendrán entre sus deberes “participar en el proceso de recepción, producción e intercambio cotidiano de ideas y vivencias que generen un sentido crítico”. (Martín- Barbero, p. 13-24, 1998)

Por otro lado, en la población de Sopó - Cundinamarca, se propende por cubrir las necesidades culturales a través de proyectos socioculturales dirigidos a la comunidad en general y a estudiantes con la determinación de priorizar la importancia formativa y generar políticas en concordancia a las carencias y fortalezas de la población, sin embargo, cobra especial relevancia la inasistencia de público hacia estos espectáculos, a los cuales se les podría sacar mayor provecho.

Por citar un ejemplo específico, al llegar a la semana cultural se recibe con sorpresa la programación y se observa que desde un plano general este tipo de actividades aparecen tan ajenas como si fueran organizadas lejos del alcance de los habitantes.

Es preciso insistir en realizar actividades para clasificar a los familiares de los usuarios de la escuela Recrearte respecto a sus preferencias y se diseñen procesos mediante los cuales se mejoren los contenidos teniendo en cuenta los intereses y tendencias culturales.

4. OBJETIVOS

4.1 OBJETIVO GENERAL

- Identificar el nivel de consumo cultural mediante la realización de un diagnóstico en los familiares de los estudiantes de la escuela Recrearte en Sopó - Cundinamarca, y las diferentes variables presentes en el sector.

4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Elaborar estrategias que permitan aumentar la asistencia de la población sopoenseña a las actividades culturales y artísticas.
- Identificar el nivel de consumo cultural mediante la realización de un diagnóstico en los familiares de los estudiantes de la escuela Recrearte en Sopó - Cundinamarca, y las diferentes variables presentes en el sector.
- Determinar sí los familiares de los estudiantes de la escuela Recrearte en Sopó asisten en forma recurrente o habitual a la oferta cultural de la escuela Recrearte para identificar sus gustos e intereses y la necesidad o no de apropiarse y usar los bienes, servicios y espacios culturales ofrecidos.
- Establecer cuál o cuáles de las actividades culturales son las de mayor consumo, la asistencia registrada y denotarlas como espacio de alto consumo para mantenerlas como estrategia de difusión en las demás áreas.

5. MARCO TEÓRICO

Cuando se hace uso creativo del tiempo libre en espacios culturales, artísticos o deportivos, desarrollando diferentes contenidos y saberes, se favorece el equilibrio personal y se ennoblece la experiencia, se complementa el contenido social y colectivo que da al tiempo libre una dimensión de enriquecimiento personal. Por esto:

Es interesante que en este tipo de investigaciones de carácter cultural la voz de los protagonistas del consumo tenga más peso que en otros casos. Las entrevistas a los jóvenes suelen ser de tipo cualitativo, tienen la pretensión de incorporar su palabra en la investigación (lo que le otorga un valor especial), y suelen poner el acento en aspectos corporales del consumo cultural...Por ejemplo:...“en el pogo..., hay sensaciones que incluyen cambios fisiológicos por el baile y la exudación, el efecto del sonido y el contacto con el otro. Este consumo empieza en el cuerpo mismo y se irradia a todas las dimensiones de la personalidad, tanto individual como social”. Estas consideraciones intentan dar cuenta del espesor simbólico y material del consumo cultural. (Quevedo L A, p. 117, 2005).

Acorde a lo anterior, este capítulo conlleva las siguientes temáticas: *¿qué se entiende por cultura?* Esta se enlaza a su vez con la siguiente *¿qué se entiende por consumo cultural?*, en la cual se dan algunas de las razones por las cuales el consumo cultural es importante, lo que conlleva a *¿por qué es importante el consumo cultural?*

5.1 ¿Qué se entiende por cultura?

La cultura es el conjunto de todo aquello que caracteriza a los seres humanos; el hombre es un ser racional, posee la capacidad de pensar, conocer, aprender, cambiar y transformar. En ese ejercicio se ha desarrollado todo un mundo subjetivo mediado por el lenguaje y asimilado desde la imitación, donde crea hábitos, costumbres, creencias, valores y gustos; básicamente elementos constitutivos de la cultura, la cual es un marco de

referencia que da significado y sentido a la realidad y se reproduce a través de los procesos de socialización.

Es importante mencionar que la cultura se define desde varios puntos de vista, y es un término que ha cambiado de significados a través del tiempo, por lo tanto puede entenderse como una herencia social, como un cúmulo de símbolos, ideas y hábitos, o puede ligarse a su grado de desarrollo, primitiva, civilizada, ilustrada, popular, etc.

A través de la historia el término cultura ha ido variando los alcances de su significación, desde uno muy específico y simple a otro que contiene una idea más amplia y compleja; etimológicamente cultura viene del latín *Cultum*, que traduce Cultivo, pero más allá de un significado literal, son estos tiempos donde la palabra cultura abarca todo un concepto más profundo y elaborado, ya que se utiliza para definir muchos factores que afectan y tienen que ver con el desarrollo del ser humano y su entorno.

Para Goyeneche (s.f), todo lo que un grupo humano produce a la luz de los paradigmas inmediatos que le afectan y que está sujeto a las características cambiantes sociales, humanas, filosóficas, éticas, morales, artísticas, políticas, religiosas, productivas, fruto de su propia construcción y su acervo como estructura social, es cultura.

Altieri (2001), define la cultura en varios aspectos. Para él, *no es sólo el proceso de “la actividad humana” sino que es el resultado de esta actividad, donde se juntan la industria, el arte, la educación, la religión, la ciencia, la moral, el gobierno etc.* Así mismo, señala que la cultura es el desarrollo y perfeccionamiento de la intelectualidad y moral del ser humano, su propio mundo como reflejo al mundo natural; esto lo explica diciendo que el mundo natural seguiría existiendo aún sin el hombre. (Altieri, p. 25, 2001).

La cultura es un todo, es la vida misma de cada sujeto y su entorno, es un universo, una mirada profunda a los diversos comportamientos, actitudes y aptitudes que tiene cada uno de los seres humanos para actuar y enfrentar las diversas situaciones que la vida le

brinda, puesto que cada persona tiene su mapa mental, su guía de comportamiento, a lo que se le llama su propia cultura personal.

Dicho lo anterior, la cultura más que un significado etimológico, es el avance, el desarrollo y progreso en la vida afectiva, social, intelectual, espiritual y moral de la humanidad. Como lo dice la UNESCO (2015), desarrollo no significa crecimiento económico, el desarrollo no puede separarse de la cultura, es todo lo que un grupo humano produce a la luz de los paradigmas inmediatos que le afectan y que está sujeto a las características cambiantes sociales, humanas, filosóficas, éticas, morales, artísticas, políticas, religiosas, productivas, fruto de su propia construcción y su acervo como estructura social.

Jesús Martín Barbero (p. 3, 2009), se refiere a este tema en la encuesta realizada por el DANE acercándonos a la presencia de la historia cultural colombiana. Los estudios de consumo cultural realizados por esta institución se dividen en cuatro etapas. La primera que va desde 1950 a 1980, y se enfoca en el cine; la segunda etapa, que va desde mediados de los años '80 hasta el 2002, año en el cual los medios encuestados fueron ahora la radio y la televisión; la tercera etapa, va desde el año 2002 hasta el año 2006 y abre con la presencia de la nueva encuesta de cultura, y en la que por primera vez se determinó la cultura como clave estratégica de su desarrollo; en el año 2007 se marca el comienzo de una cuarta etapa en la que junto a la iniciación de la encuesta de consumo cultural, aparece la encuesta sobre cultura política y adicionalmente se inserta un módulo en la encuesta de hogares dedicado a las TIC.

El antropólogo norteamericano, Clifford Geerts, escribió que la cultura es una red de significados, que merece ser descifrada. En esa red viven los niños y esa red es diariamente construida por ellos. (Clifford, p. 9, 1973).

Jerome Bruner, por su parte, decía que la educación es un foro de creación y recreación cultural. Es por eso que cuando se habla de teatro y museos, de bibliotecas y

radio, también se está hablando de educación. La influencia de la cultura y todo lo que esto conlleva en el desarrollo del hombre como sociedad, es uno de los grandes aportes que se pueden medir con el consumo cultural en la historia de la humanidad (Bruner J, p. 57, 2009).

5.2 ¿Qué se entiende por consumo cultural?

Hablar de consumo cultural necesariamente conlleva a la tarea de indagar sobre las relaciones que las personas establecen con el universo en que se desenvuelven, los usos que hacen de los bienes de la cultura, los vínculos que generan entre la diversidad de productos culturales que disfrutan, los nuevos lenguajes y la forma de abordarlos. El consumo cultural deja ver en qué tipo de sociedad se desarrolla el hombre moderno, cuáles son sus atractivos y ámbitos predominantes y cómo se entrelazan ideales e identidades generacionales.

El consumo cultural es la apropiación por parte del consumidor de los bienes culturales que de por sí tienen características específicas, estos pueden ser o no bienes que satisfagan las necesidades culturales y que los asemejen a lo que en economía se conoce como bienes públicos. El estudio del consumo cultural tiene en cuenta aspectos como la diversión, la moda, la utilización y la disponibilidad del tiempo libre de los habitantes, en este caso, los sopesos y, por lo tanto, el fortalecimiento de la parte social y cultural de los estudiantes que emplean en gran medida su interés y empeño.

Para la economía de cualquier sociedad es importante considerar y examinar el consumo cultural en sus diversas extensiones por cuanto cada una de ellas puede llegar a alterar sus resultados. Para satisfacer el consumo cultural es necesario tener en cuenta los bienes y servicios que ofrece el mercado nacional.

Entre la ciudadanía sopesa y en especial entre los familiares de quienes hacen parte de la Escuela de Formación Artística Recrearte, se ha vuelto un hábito acompañar a los estudiantes a las diferentes representaciones artísticas específicas. Sin embargo, en

algunos casos no asisten a otros espectáculos culturales que brindan un entretenimiento de igual calidad y sin costo, razón por la cual se desvirtúa la importancia de este consumo para ciertas áreas artísticas.

5.3 ¿Por qué es importante el consumo cultural?

El consumo en general cumple un rol importante porque en él se establecen procesos complejos, donde se intercambian símbolos, imaginarios, creaciones y emociones que van más allá de la simple adquisición de bienes y servicios. En el consumo cultural se definen intercambios comunicativos que van reconfigurando las expectativas e identidades de los sujetos, así como el sentido y legitimación de las tramas que los vinculan. De ahí que el consumo cultural deba considerarse más allá de la simple compra y venta de los mismos, es indispensable para el desarrollo de las personas y los países, así como para el despliegue de sus libertades. Es, en términos simples, un derecho y una necesidad.

El consumo cultural se refiere a los distintos tipos de apropiación de aquellos bienes cuyo principal valor percibido es el simbólico, que son Centro de Investigaciones Socioculturales producidos y consumidos en circuitos relativamente diferenciados y que requieren de ciertos conocimientos especializados para su apropiación y uso (CISOC, 2010).

En otras palabras, se podría decir también que profundizar en el contexto social-educativo a través del consumo cultural, permite deducir que es un elemento constructivo, que contribuye en rescatar y mantener el sentido de pertenencia en cada uno de los miembros de una comunidad.

6. METODOLOGÍA DE TRABAJO

6.1 Paradigma de investigación

El paradigma socio-crítico de acuerdo con Arnal (9. 11, 1992), adopta la idea de que la teoría crítica es una ciencia social que no es puramente empírica ni solo interpretativa; sus contribuciones, se originan, “de los estudios comunitarios y de la investigación participante”. Tienen como objetivo promover las transformaciones sociales, dando respuesta a problemas específicos presentes en el seno de las comunidades, pero con la participación de sus miembros. De allí se adoptó por elegir dicho paradigma para la presente investigación, pues, el objetivo general se ajusta a lo propuesto por éste.

6.2 Enfoque

A propósito del enfoque Sampieri (P. 23, 2007), establece que se utiliza secundariamente la recolección de datos fundamentada en la medición, posteriormente se lleva a cabo el análisis de los datos y se contestan las preguntas de investigación confiando en la medición numérica, el conteo, y en el uso de la estadística para intentar establecer con exactitud patrones en una población.

6.3 Método

En el presente proyecto se empleó La Investigación-Acción Participativa o IAP, consiste en una propuesta metodológica técnica, de estudio y acción de tipo cualitativo, que se caracteriza por su enfoque de intervención e investigación social y cuya meta es mejorar la realidad en que viven, trabajan o actúan socialmente las personas que participan en la investigación.

La IAP es operativa por su capacidad de transformación y cambio de la realidad física, social o cultural; esta se articula en torno al conocimiento popular y la incorporación

de las “bases” como sujetos activos y pensantes en la producción y elaboración del conocimiento y en la acción hacia el cambio.

Se implementaron dos encuestas (instrumentos para conocer y entender el consumo cultural entre los familiares de los estudiantes de la escuela Recrearte), aplicados entre los padres de familia de todas las áreas artísticas de la escuela.

6.4 Herramientas

Para el análisis del consumo cultural entre los familiares de los estudiantes de la Escuela Recrearte se utilizaron dos encuestas como instrumentos de medición. El total de preguntas fueron 8 en la encuesta principal y 13 en la de diagnóstico.

En el diseño de las preguntas que se incluyen se tomaron referentes de encuestas realizadas acerca del consumo cultural elaboradas a nivel nacional, regional y local.

Primer instrumento, encuesta General: en las primeras cuatro preguntas se identifican las características de la persona y se extrae su enlace con la escuela; en las cuatro siguientes, el consumo cultural en general de ésta. (Ver anexo 1).

Segundo instrumento, prueba diagnóstica: las preguntas del numeral 1 hasta el 5, se refieren al conocimiento y apropiamiento de las actividades artísticas realizadas por la escuela Recrearte, de la 6 hasta la número 13, se califican las actividades culturales propuestas, los canales de información y se tienen en cuenta nuevas ideas que los familiares puedan plantear (ver anexo 2).

Población (muestra).

Si bien la escuela cuenta con un total de 3500 estudiantes, la sede principal ubicada en el centro del municipio atiende un estimado de 1000 estudiantes, razón por la cual, las

encuestas se realizaron a 100 personas. La muestra se tomó de forma aleatoria en familiares cuyas edades partieron desde los 16 años.

Para la realización de las encuestas se efectuó una selección de individuos a partir de las áreas que se desarrollan en la escuela (música, danza, teatro, artes manuales y acercamiento a la primera infancia), la información (ubicación y horario) se obtuvo a través del coordinador administrativo de la escuela.

7. Sistematización y análisis de Datos

7.1 Instrumento: encuesta general.

A continuación se socializa la sistematización y análisis del instrumento encuesta general, el cual fue aplicado a una población muestral de 100 familiares de los estudiantes de la Escuela Recrearte.

En esta encuesta se manejó un total de 8 preguntas que un campo desde la información demográfica hasta las preferencias culturales.

Pregunta No.1: género.

Tabla No. 1: género

<i>Opciones</i>	<i>Respuesta</i>	<i>Porcentajes</i>
Masculino	33	33,0%
Femenino	67	67,0%
Total	100	100,0%

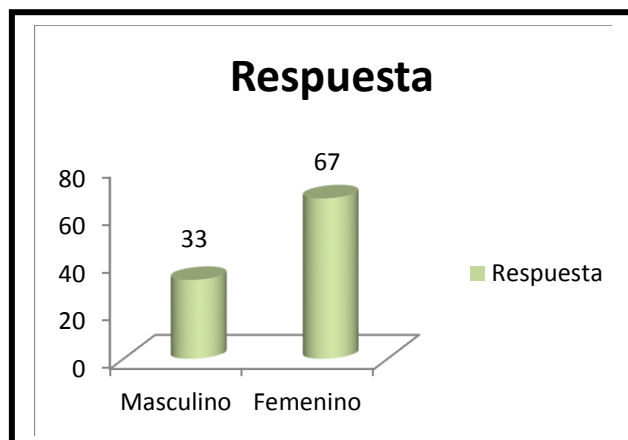


Gráfico No. 1: frecuencias de género

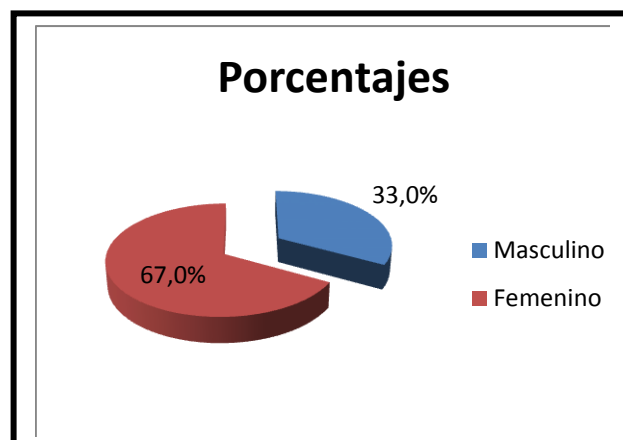


Gráfico No. 2: Porcentaje género

Análisis pregunta No.1:

Como se puede observar en la tabla No. 1, género, de los 100 encuestados, 67 corresponde al género femenino y 33 masculino (ver gráfico 1). Estas cifras en porcentaje equivalen 67% y 33% respectivamente (ver gráfico 2).

Pregunta No. 2: Escuela o programa al que pertenece su familiar

Tabla No. 2: Escuela o programa al que pertenece su familiar

<i>Opciones</i>	<i>Respuesta</i>	<i>Porcentajes</i>
Música	29	29,0%
Danza	24	24,0%
Teatro	24	24,0%
Artes Manuales	17	17,0%
Primera Infancia	6	6,0%
Total	100	100,0%

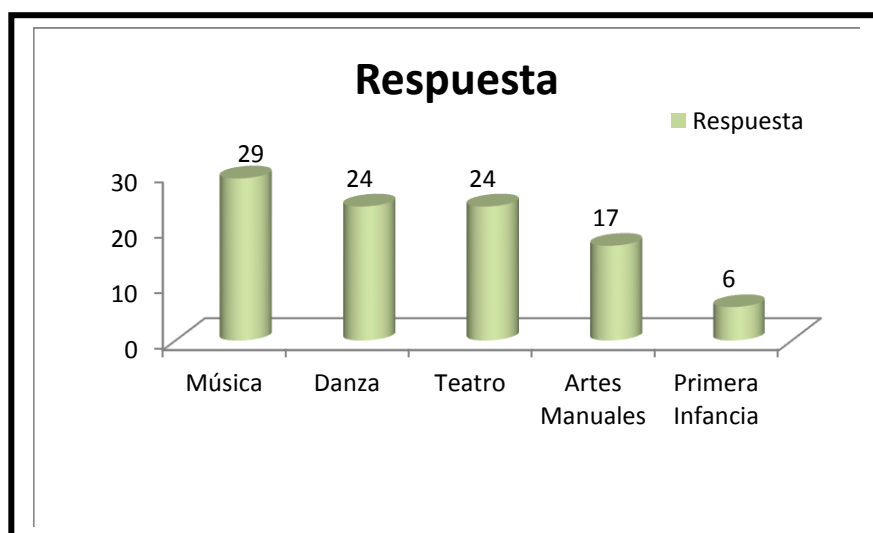


Gráfico No. 3: frecuencias escuela o programa al que pertenece su familiar

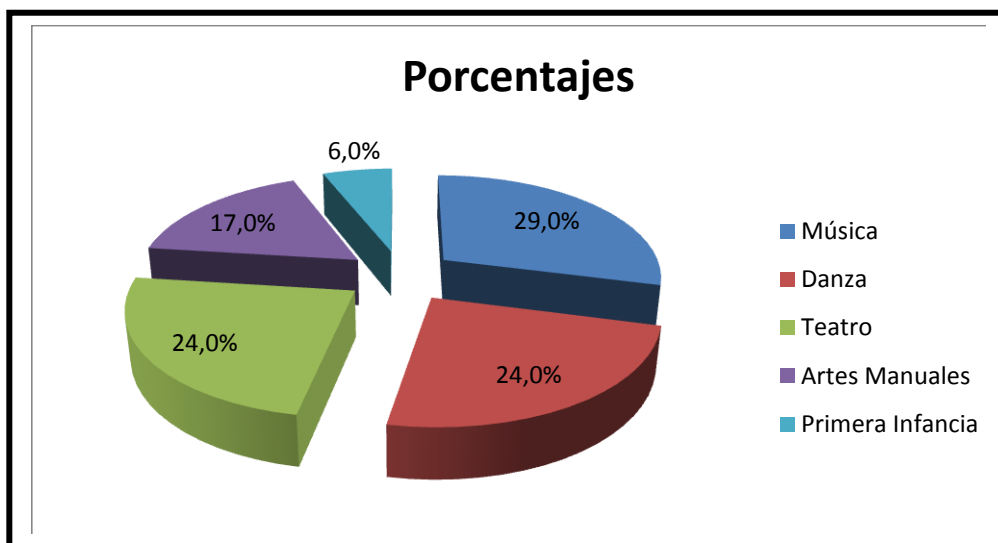


Gráfico No. 4: porcentajes escuela o programa al que pertenece su familiar

Análisis pregunta No.2:

En la tabla No. 2, se observa que para la escuela de danza y teatro, hay un número igual de población (24), que equivalen al 48% de la población total. La escuela donde se encuentra mayor población, es la de música, con una población de (29), equivalente al 29%. La escuela de artes manuales, tiene un porcentaje del 17%. Por último, se puede visualizar

que la escuela de primera infancia presenta una población menor de familiares, contando tan solo con un 6%. (Ver gráficos 3 y 4).

Pregunta No. 3: Edad del encuestado

Tabla No. 3: edad del encuestado

<i>Opciones</i>	<i>Respuesta</i>	<i>Porcentajes</i>
Entre 16 y 28 años	39	39,0%
Más de 28 años	61	61,0%
Total	100	100,0%

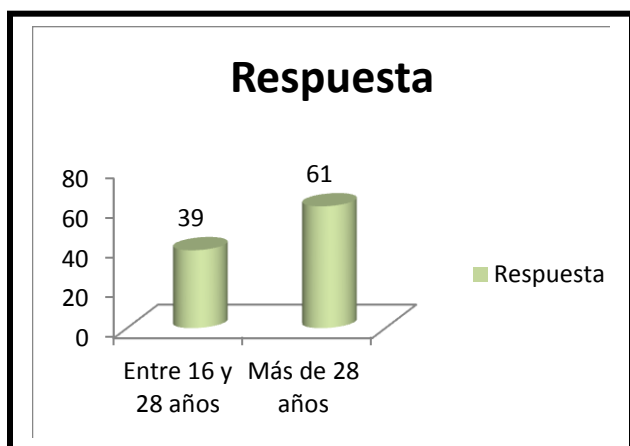


Gráfico No. 5: frecuencias edad del encuestado

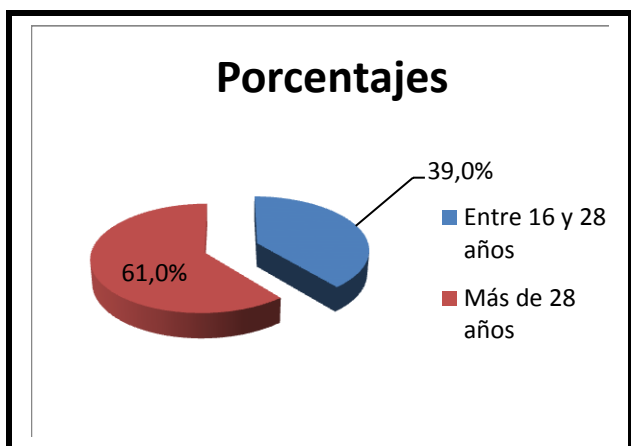


Gráfico No. 6: porcentaje edad del encuestado

Análisis pregunta No.3:

La mayoría de los encuestados, un 61%, están por encima de los 28 años, el 39% restante entre los 16 y los 28 años de edad.(Ver gráficos 5 y6).

Pregunta N. 4: Nivel de estudios

Tabla No. 4: nivel de estudios

<i>Opciones</i>	<i>Respuesta</i>	<i>Porcentajes</i>
Básica primaria	3	3,0%
Básica secundaria	41	41,0%
Técnico	22	22,0%
Tecnólogo	19	19,0%
Profesional	15	15,0%
Total	100	100,0%

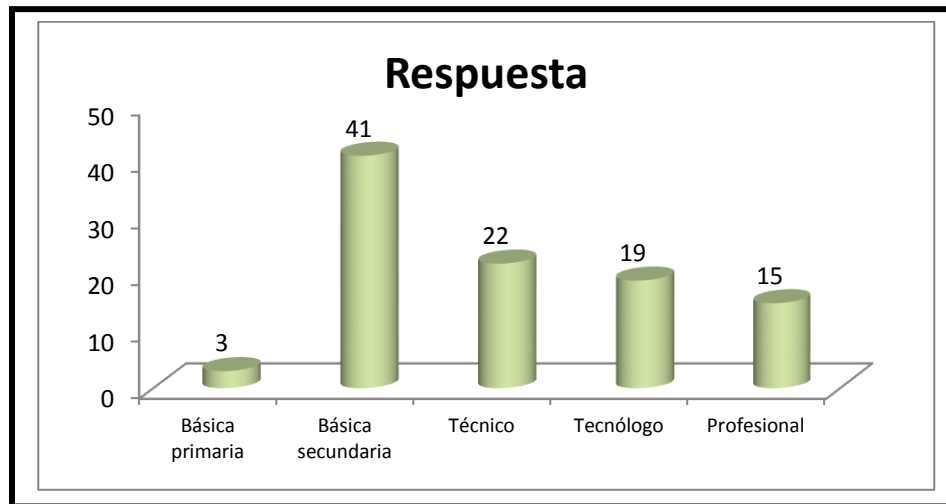


Gráfico No. 7: frecuencia nivel de estudios.

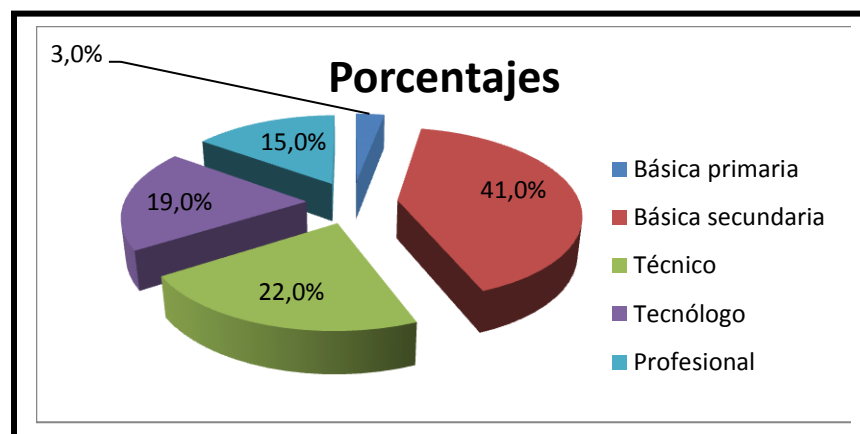


Gráfico No. 8: porcentajes nivel de estudios.

Análisis pregunta No.4:

Como se puede observar en la tabla No. 4, los mayores porcentajes corresponden a los ítems de básica secundaria y técnico, con un 41 y 22 % respectivamente. El más bajo es el

de básica primaria, con un 3% y en el intermedio aparecen tecnólogo y profesional respectivamente (15% y 19%). (Ver gráfico 8).

Pregunta N. 5: ¿De las siguientes actividades realizadas en el tiempo libre, cuales practica con mayor frecuencia?

Tabla No. 5: ¿De las siguientes actividades realizadas en el tiempo libre, cuales practica con mayor frecuencia?

<i>Opciones</i>	<i>Respuesta</i>	<i>Porcentajes</i>
Ver televisión (1)	85	85,0%
Ver cine (2)	50	50,0%
Navegar en internet (3)	57	57,0%
Leer (4)	27	27,0%
Video-juegos (5)	22	22,0%

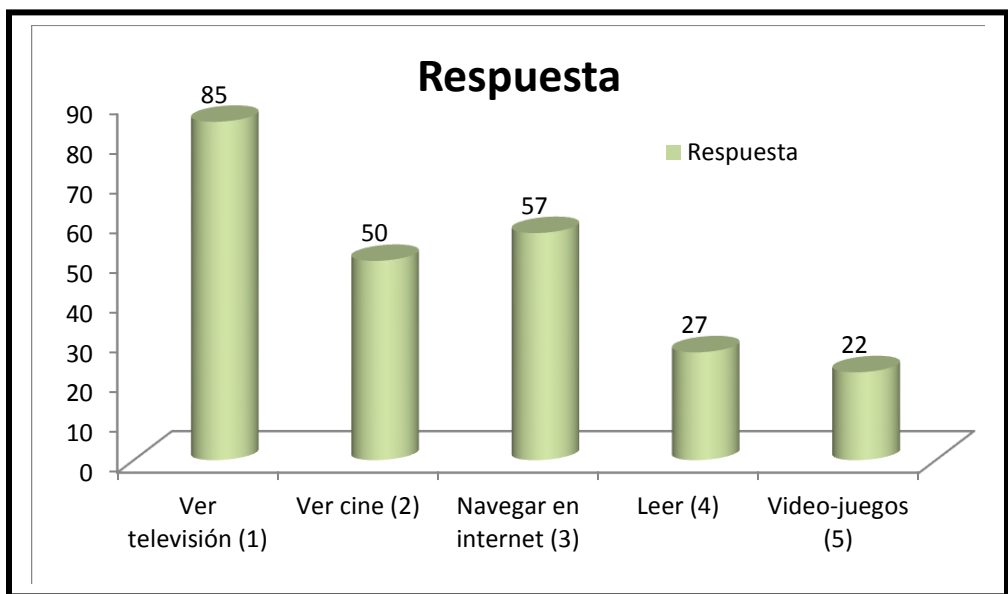


Gráfico No. 9: frecuencia actividades realizadas en el tiempo libre.

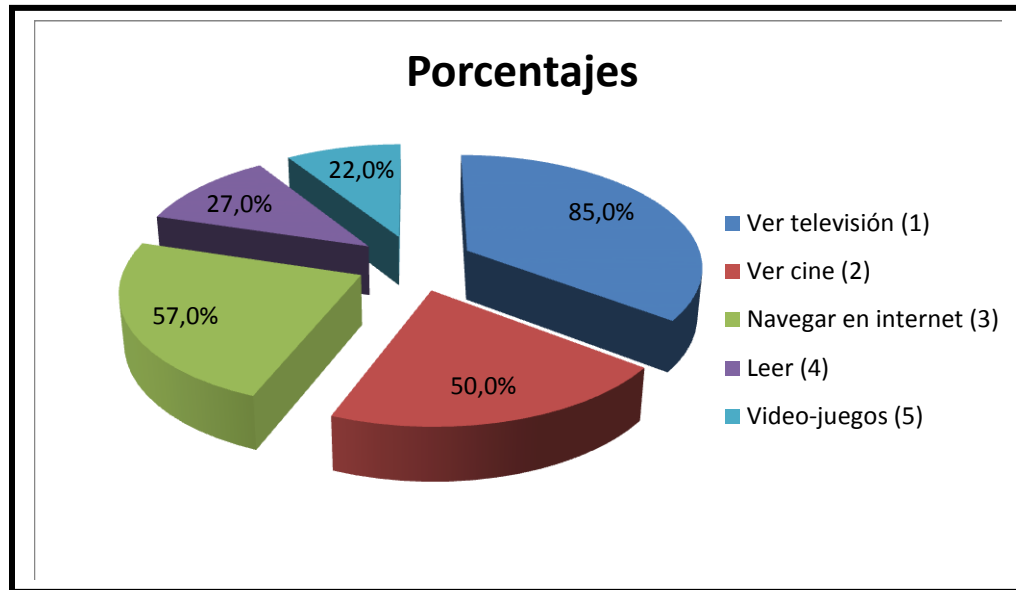


Gráfico No. 10: Porcentaje actividades realizadas en el tiempo libre.

Análisis pregunta No.5:

Los números entre paréntesis de la tabla 5 corresponden a los ítems más votados por los encuestados, se hace la aclaración teniendo en cuenta que varios de los participantes eligieron más de una opción. EL 85% corresponde a “ver televisión”, seguido de navegar en internet con un 57%, ver cine 50% leer un 27% y el menos votado para video-juegos con un 22%. (Ver gráficos 9 y 10).

Pregunta N. 6: ¿Con que frecuencia practica la actividad relacionada en la pregunta anterior?:

Tabla No. 6: ¿Con que frecuencia practica la actividad relacionada en la pregunta anterior?:

<i>Opciones</i>	<i>Respuesta</i>	<i>Porcentajes</i>
Nunca	0	0,0%
Pocas veces	0	0,0%
Algunas veces (2)	5	5,0%
Con frecuencia (2) (4)	16	16,0%
Siempre (1) (3) (5)	79	79,0%
Total	100	100,0%

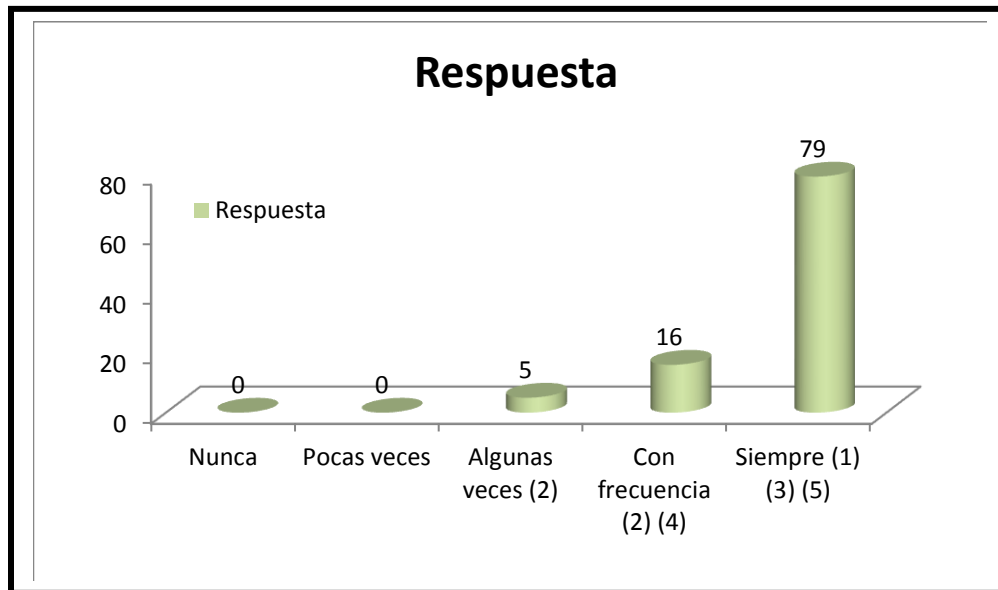


Gráfico No. 11: frecuencia con que practica la actividad relacionada en la pregunta anterior.

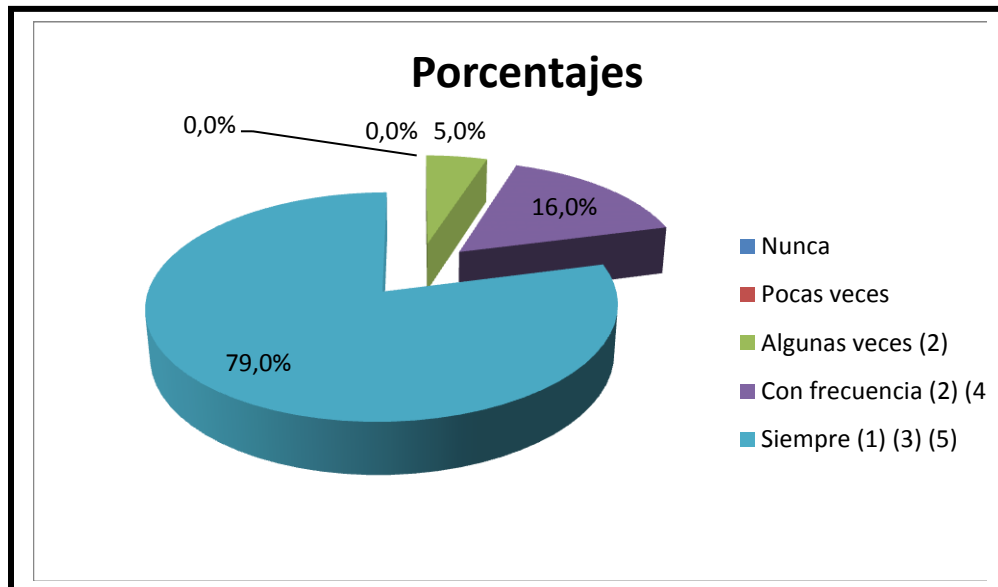


Gráfico No. 12: Porcentaje frecuencia con que practica la actividad relacionada en la pregunta anterior.

Análisis pregunta No.6:

Se observa una gran diferencia entre el porcentaje más alto que es el de la opción “siempre” para (ver televisión, navegar en internet y video-juegos) con un 79%, y el más bajo para las

opciones “nunca” y “pocas veces” de 0%, con frecuencia aparece para las opciones “ver cine” y “leer” con un 16% y algunas veces para “ver cine” con un 5%. (Ver gráficos 11y 12).

Pregunta N. 7

¿De las siguientes actividades realizadas en el tiempo libre a cuales asiste con mayor frecuencia?:

Tabla No.7: ¿De las siguientes actividades realizadas en el tiempo libre a cuales asiste con mayor frecuencia?

<i>Opciones</i>	<i>Respuesta</i>	<i>Porcentajes</i>
Prest musicales (1)	26	26,0%
Ferias y/o exposiciones (2)	15	15,0%
Teatro y danza (3)	8	8,0%
Carnavales/fiestas populares (4)	19	19,0%
Parques temáticos y/o diversiones(5)	32	32,0%
Total	100	100,0%

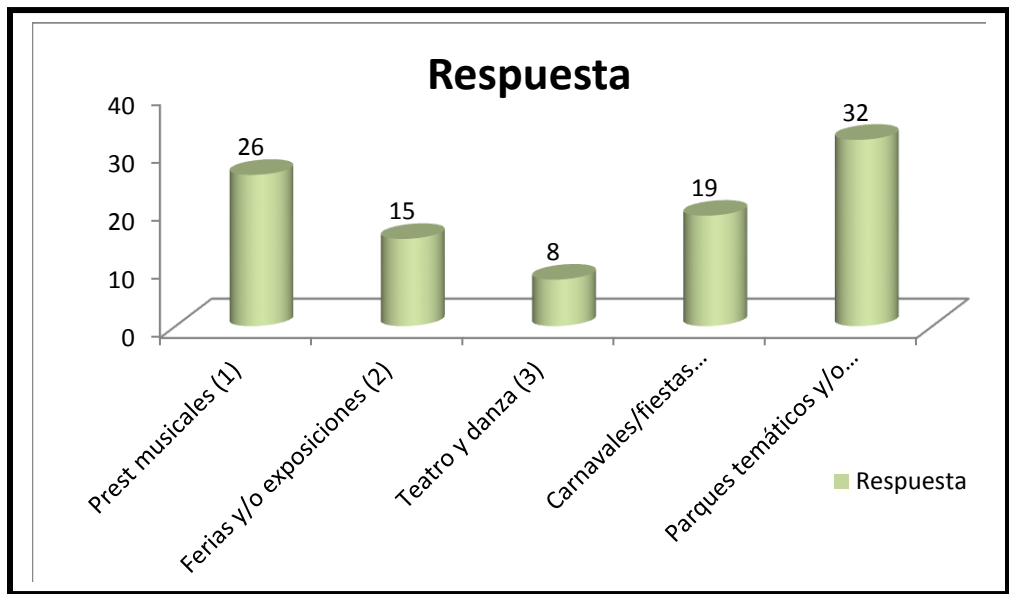


Gráfico No. 13: frecuencia actividades realizadas con mayor frecuencia.

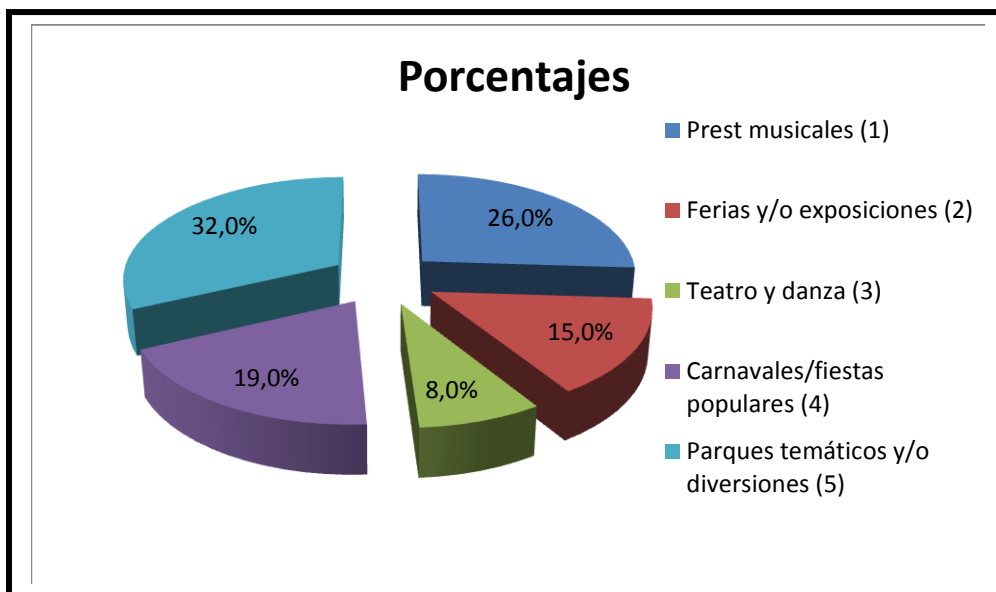


Gráfico No. 14: Porcentaje actividades realizadas con mayor frecuencia.

Análisis pregunta No.7:

Según los resultados el porcentaje más alto, 32% asiste con mayor frecuencia a parques temáticos y/o diversiones en el tiempo libre, el 26% a presentaciones musicales, el 19% a carnavales/fiestas populares, el 15% a ferias y/o exposiciones y el porcentaje más bajo con un 8% a teatro y danza. Los números entre paréntesis de la tabla 7 corresponden a los ítems más votados por los encuestados, se hace la aclaración teniendo en cuenta que varios de los participantes eligieron más de una opción. (Ver gráficos 13 y 14).

Pregunta N. 8: ¿Con que frecuencia asiste a la actividad relacionada en la pregunta anterior?:

Tabla No.8: ¿Con que frecuencia asiste a la actividad relacionada en la pregunta anterior?:

<i>Opciones</i>	<i>Respuesta</i>	<i>Porcentajes</i>
Nunca	0	0,0%
Pocas veces (2)	11	11,0%
Algunas veces (3)	23	23,0%
Con frecuencia (5)	31	31,0%
Siempre (4)	35	35,0%

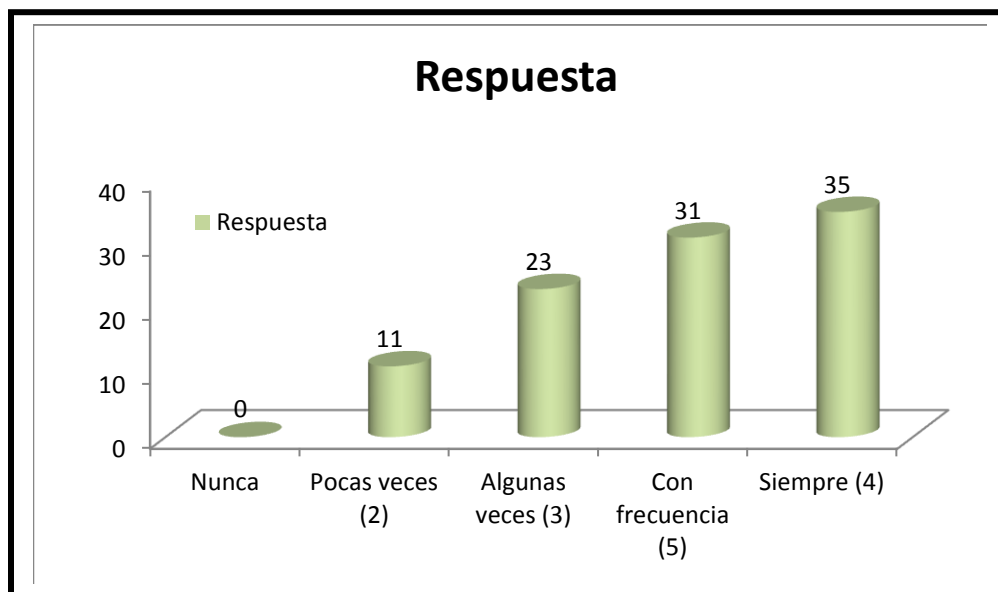


Gráfico No. 15: frecuencia con la que asiste a la actividad relacionada en la pregunta anterior.

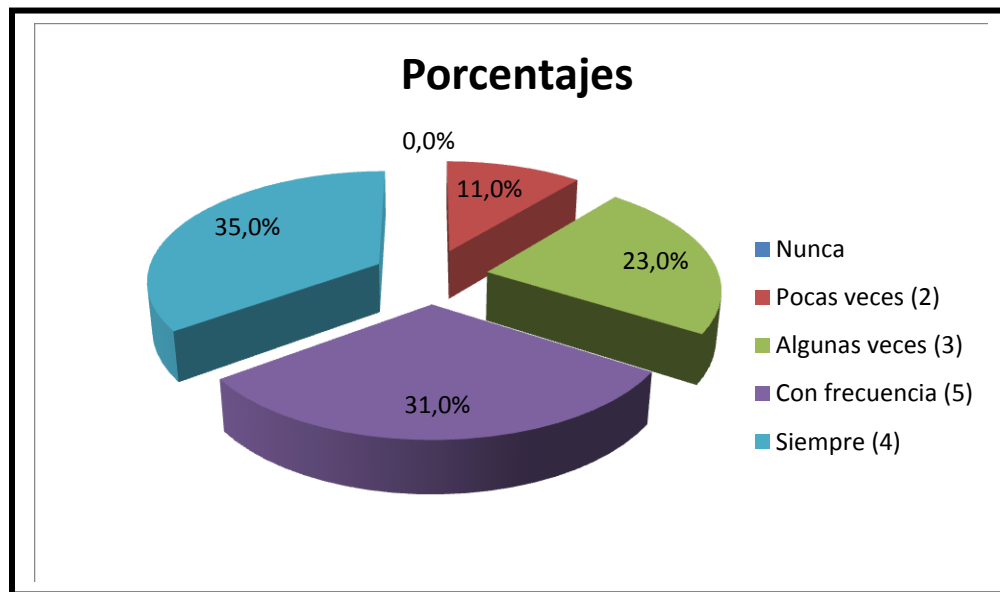


Gráfico No. 16: Porcentaje frecuencia con la que asiste a la actividad relacionada en la pregunta anterior.

Análisis pregunta No.8:

Como se observa en la tabla No. 8, de los 100 encuestados, el 35% corresponde a la opción siempre para (carnavales/fiestas populares), el 31% corresponde a la opción con frecuencia

para (parques temáticos y/o diversiones, el 23% a la opción algunas veces para teatro y danza y el 11% que corresponde a la opción pocas veces para ferias y/o exposiciones. La opción nunca aparece con 0%. (Ver gráfico 15 y 16).

7.2 Instrumento: encuesta diagnóstica.

A continuación se socializa la sistematización y análisis del instrumento encuesta diagnóstica, el cual fue aplicado a una población muestral de 100 familiares de los estudiantes de la Escuela Recrearte.

Esta encuesta contiene un total de 13 preguntas que abordan las preferencias y el conocimiento de la comunidad acerca de las actividades artísticas realizadas por la escuela Recrearte. Se propusieron algunas actividades culturales que no están dentro de las brindadas por la escuela y se tuvieron en cuenta las alternativas ofrecidas por los encuestados, (pregunta 13).

Pregunta No.1: ¿Conoce las actividades Artísticas realizadas por la escuela Recrearte?:

Tabla No.1: ¿Conoce las actividades Artísticas realizadas por la escuela Recrearte?:

<i>Opciones</i>	<i>Respuesta</i>	<i>Porcentajes</i>
Sí	97	97,0%
No	3	3,0%
Total	100	100,0%

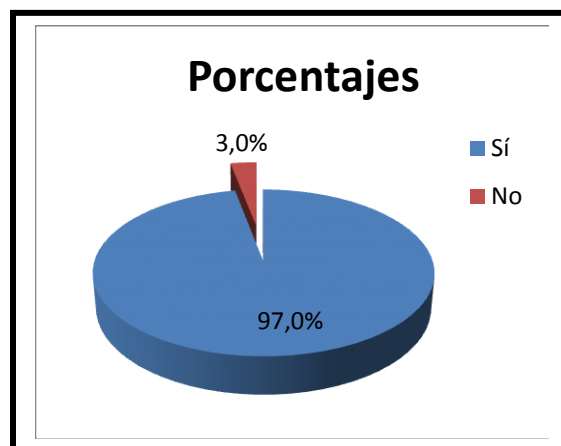
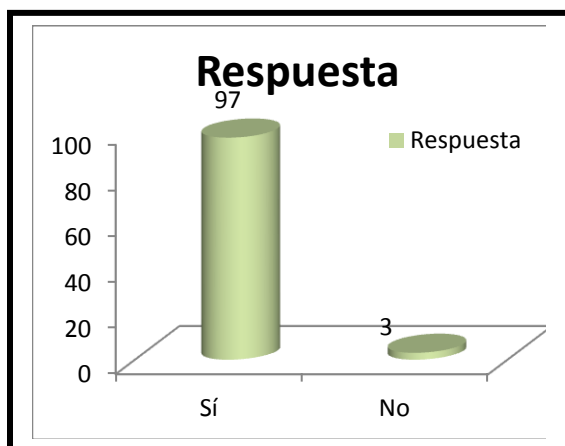


Gráfico No. 1: Frecuencia ¿conoce actividades realizadas por escuela Recrearte?

Gráfico No. 2: Porcentaje ¿conoce actividades realizadas por escuela Recrearte?

Análisis pregunta No.1:

El 97% de los encuestados conoce las actividades propuestas, de lo cual se puede deducir que la mayoría tiene conocimiento de los eventos artísticos ofrecido por la escuela. (Ver tabla 1).

Pregunta No.2: ¿De las actividades artísticas realizadas por la escuela Recrearte, cual o cuales tiene mayor información?

Tabla No.2: ¿De las actividades artísticas realizadas por la escuela Recrearte, cual o cuales tiene mayor información?

<i>Opciones</i>	<i>Respuesta</i>	<i>Porcentajes</i>
Música	41	41,0%
Danza	19	19,0%
Teatro	15	15,0%
Artes Manuales	14	14,0%
Primera Infancia	11	11,0%
Total	100	100,0%

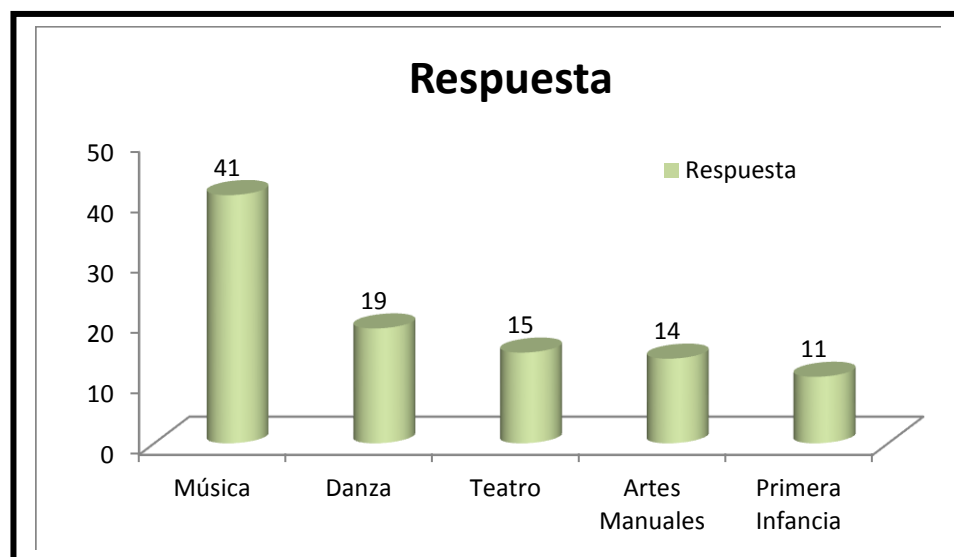


Gráfico No. 3: Frecuencia ¿De las actividades artísticas realizadas por la escuela Recrearte, cual o cuales tiene mayor información?

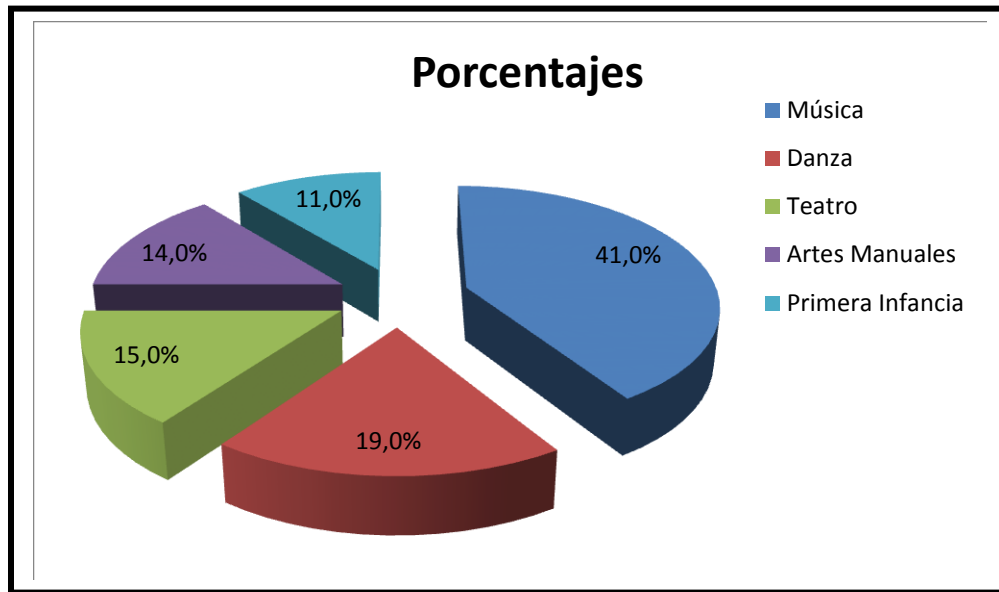


Gráfico No. 4: Porcentaje ¿De las actividades artísticas realizadas por la escuela Recrearte, cual o cuales tiene mayor información?

Análisis pregunta No.2:

El porcentaje más alto aparece en la opción música, con un 41%; los siguientes en su orden descendente son: danza 19%, teatro 15%, artes manuales 14% y primera infancia 11% respectivamente. (Ver gráfico 4).

Pregunta No.3: ¿De las actividades artísticas realizadas por la escuela Recrearte, a cuál o cuáles asiste con mayor frecuencia?

Tabla No.3: ¿De las actividades artísticas realizadas por la escuela Recrearte, a cuál o cuáles asiste con mayor frecuencia?

Opciones	Respuesta	Porcentajes
Música	63	63,0%
Danza	12	12,0%
Teatro	12	12,0%
Artes Manuales	8	8,0%
Primera Infancia	5	5,0%
Total	100	100,0%

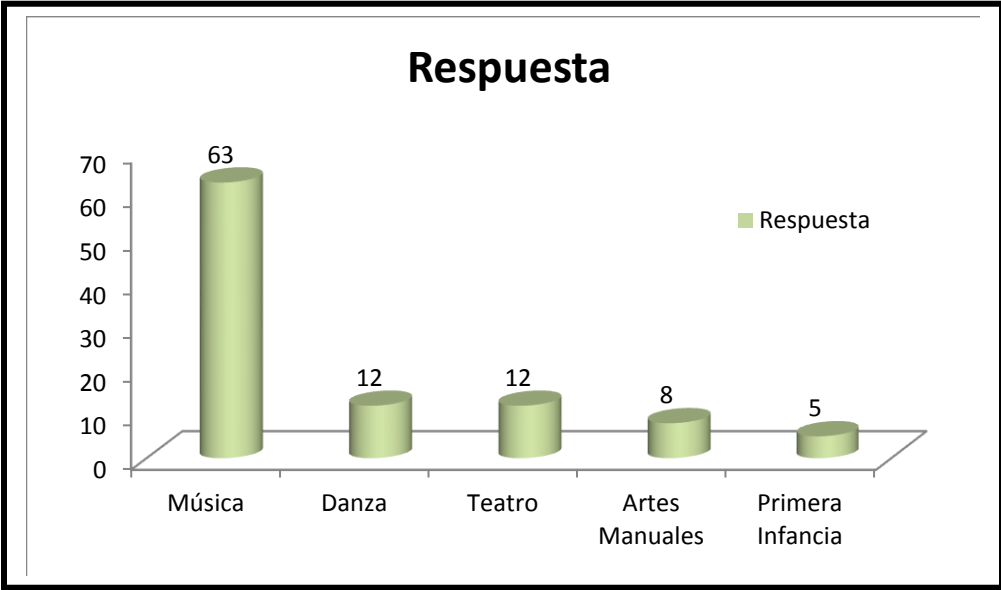


Gráfico No. 5: Frecuencia ¿De las actividades artísticas realizadas por la escuela Recrearte, a cuál o cuáles asiste con mayor frecuencia?

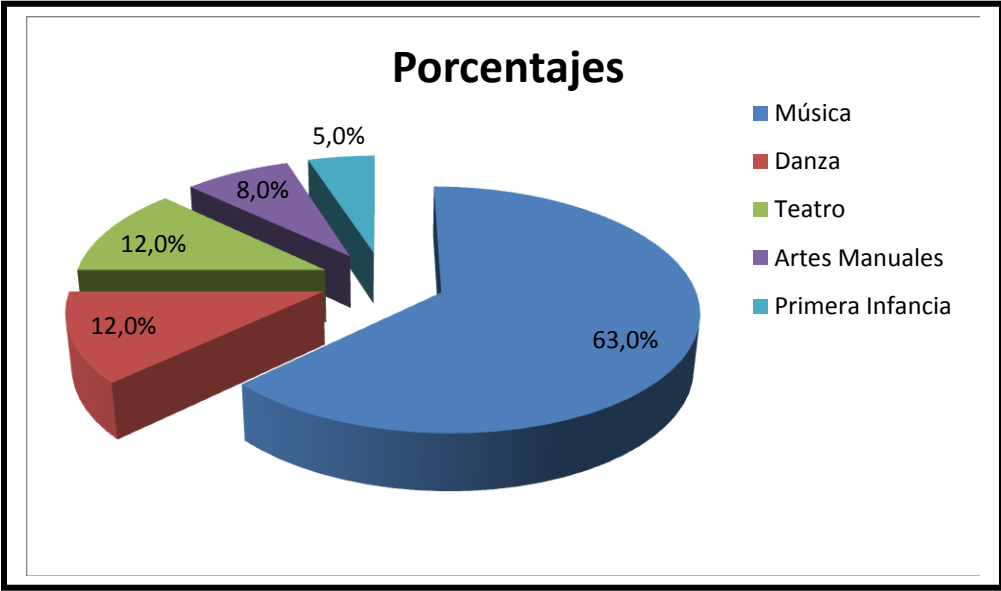


Gráfico No. 6: Porcentaje ¿De las actividades artísticas realizadas por la escuela Recrearte, a cuál o cuáles asiste con mayor frecuencia?

Análisis pregunta No.3:

La actividad con mayor asistencia de los familiares de los estudiantes de la escuela, es la correspondiente a música con un 63%; se encuentra que danza y teatro cuenta con una asistencia del 12% cada una. Y por último, artes manuales cuenta con un 8% de asistencia y primera infancia con un 5%. (Ver gráficos 5 y 6).

Pregunta No.4: ¿Con que frecuencia asiste a la/s actividad/des relacionadas en la pregunta anterior?

Tabla No.4: ¿Con que frecuencia asiste a la/s actividad/des relacionadas en la pregunta anterior?

<i>Opciones</i>	<i>Respuesta</i>	<i>Porcentajes</i>
Nunca	0	0,0%
Pocas veces	23	23,0%
Algunas veces	25	25,0%
Con frecuencia	30	30,0%
Siempre	22	22,0%
Total	100	100,0%

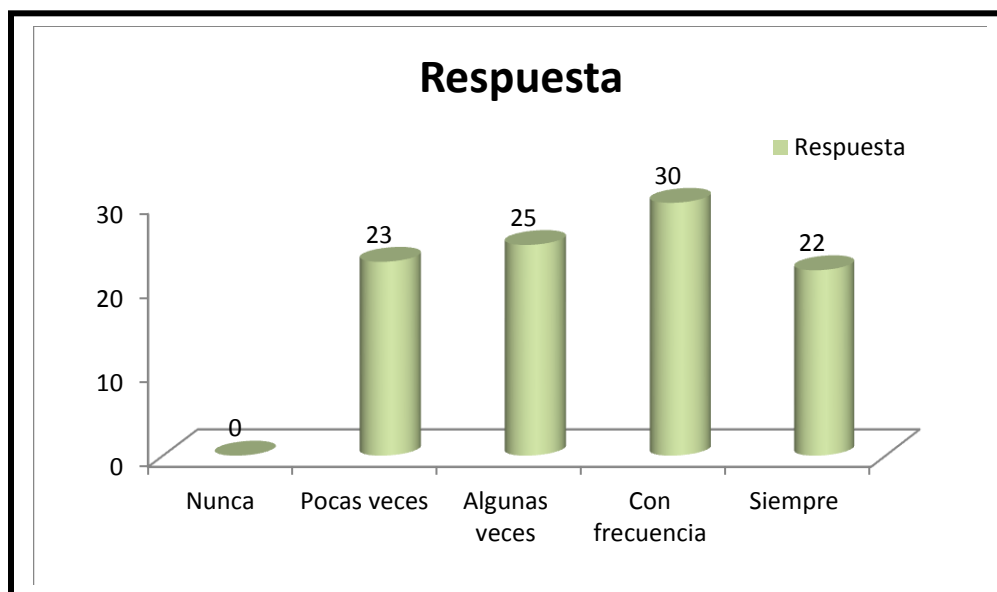


Gráfico No. 7: Frecuencia ¿Con que frecuencia asiste a la/s actividad/des relacionadas en la pregunta anterior?

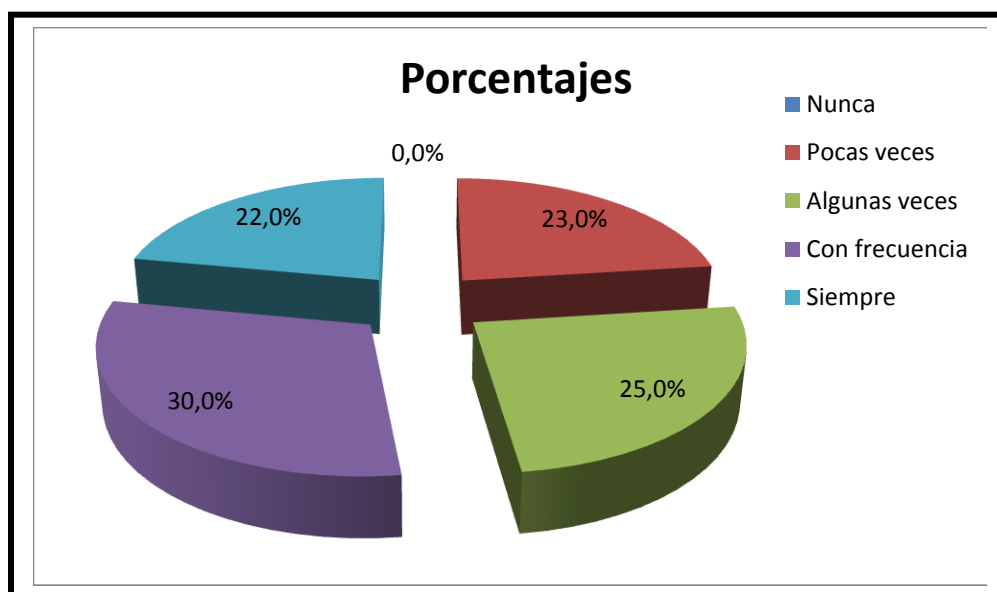


Gráfico No. 8: Porcentaje ¿Con que frecuencia asiste a la/s actividad/des relacionadas en la pregunta anterior?

Análisis pregunta No.4:

El porcentaje más alto se observa en la opción con frecuencia para (danza) con un 30%, en orden descendente sigue la opción algunas veces para (artes manuales) con un 25%, a continuación la opción pocas veces para (teatro) con un 23% y la opción siempre para (música y primera infancia) con un 22%, la opción nunca no fue elegida, 0%. (Ver gráficos 7 y 8).

Pregunta No.5: ¿Por qué deja de asistir a las actividades artísticas realizadas por la escuela Recrearte?:

Tabla No.5: ¿Por qué deja de asistir a las actividades artísticas realizadas por la escuela Recrearte?:

<i>Opciones</i>	<i>Respuesta</i>	<i>Porcentajes</i>
No sabía que existen	14	14,0%
Desinterés	11	11,0%
Falta de tiempo	29	29,0%
Cruce de horarios	36	36,0%
Instalaciones no adecuadas	10	10,0%
Total	100	100,0%

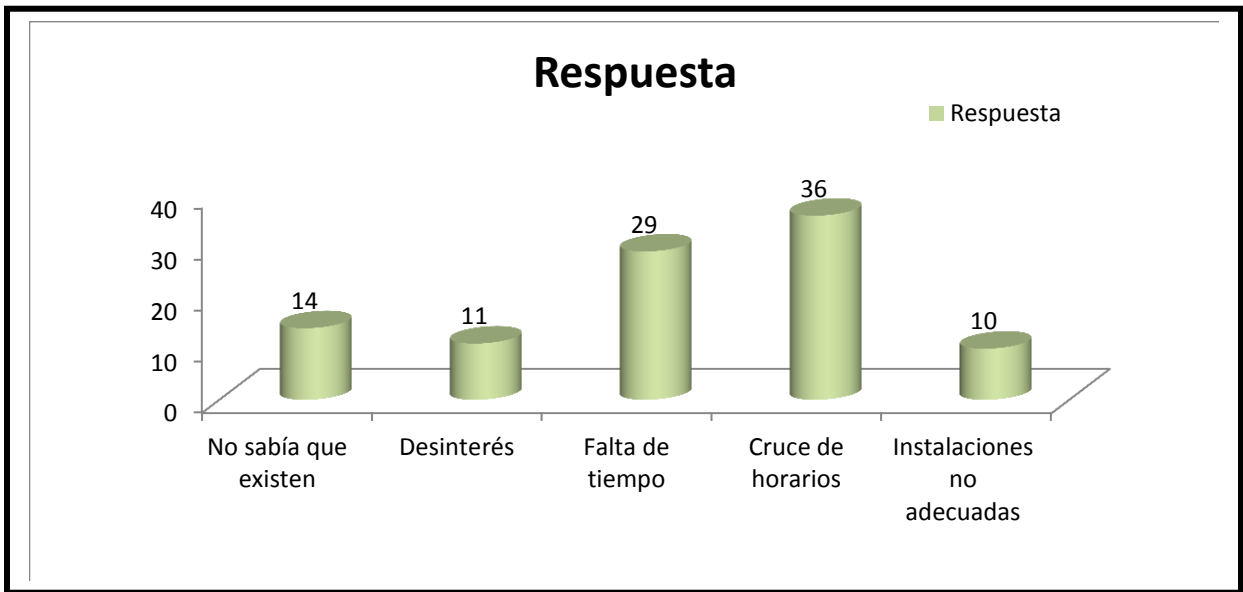


Gráfico No.9: Frecuencia ¿Por qué deja de asistir a las actividades artísticas realizadas por la escuela Recrearte?

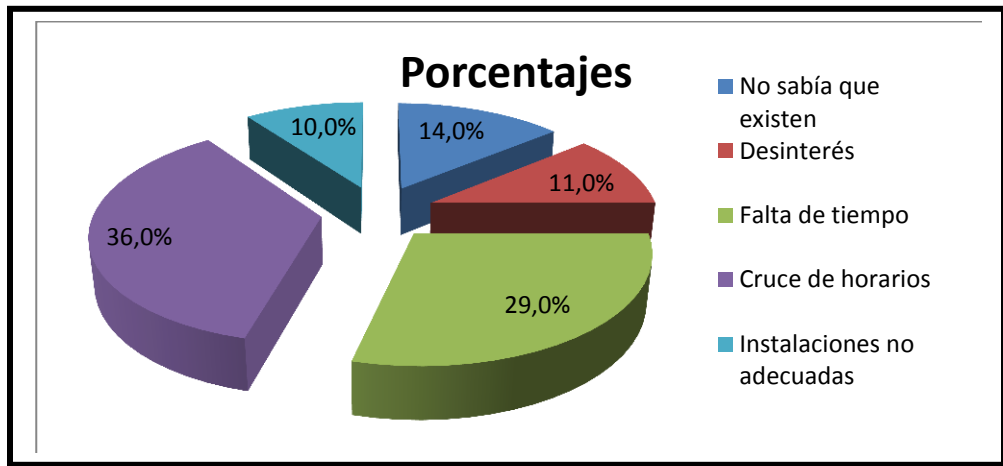


Gráfico No. 10: Porcentaje ¿Por qué deja de asistir a las actividades artísticas realizadas por la escuela Recrearte?

Análisis pregunta No.5:

La opción “cruce de horarios con otras actividades” es la mayor razón por la que los encuestados dejan de asistir a las actividades programadas, se evidencia con un 36%, se observa un 29% para la opción “falta de tiempo”, un 14% para la opción “no sabía que existen y 11% para la opción “desinterés”, la opción menos elegida fue “instalaciones no

adecuadas” con un 10%. Corresponde a las actividades artísticas realizadas en las veredas, por fuera del perímetro urbano. (Ver tabla5 y grafico 10).

Pregunta No.6: ¿A través de qué medio se enteró de las actividades artísticas realizadas por la escuela Recrearte?:

Tabla No.6: ¿A través de qué medio se enteró de las actividades artísticas realizadas por la escuela Recrearte?

<i>Opciones</i>	<i>Respuesta</i>	<i>Porcentajes</i>
Carteleras-posters	35	35,0%
Correo electrónico	4	4,0%
Perifoneo	8	8,0%
Redes sociales	13	13,0%
Su familiar le informó	40	40,0%
Total	100	100,0%

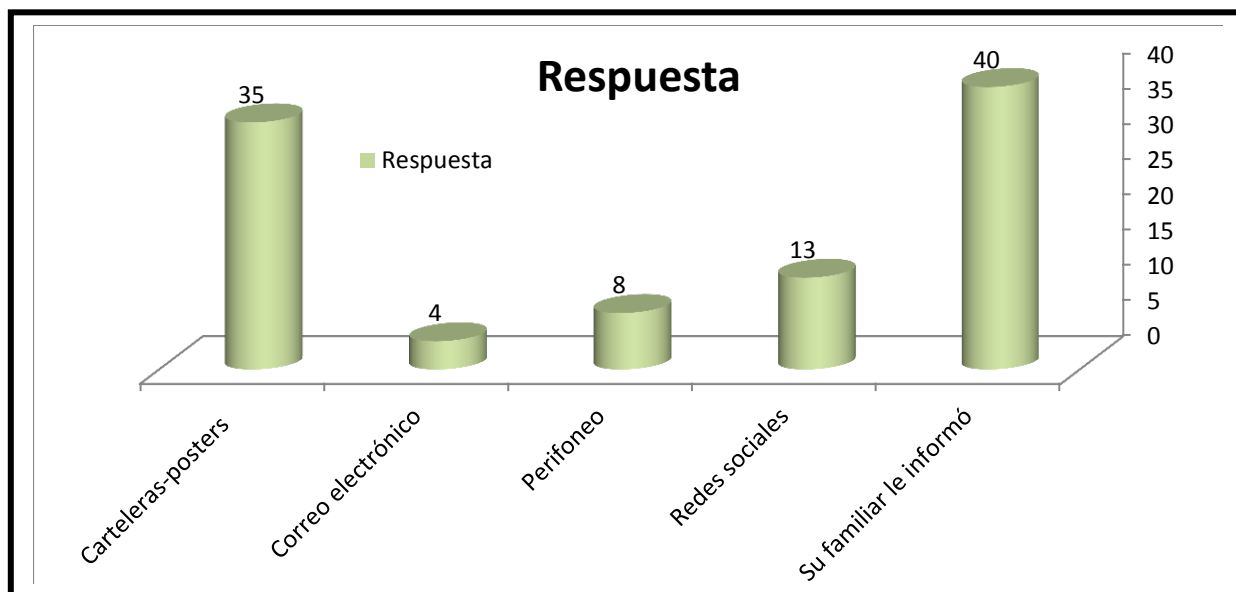


Gráfico No.11: Frecuencia ¿A través de qué medio se enteró de las actividades artísticas realizadas por la escuela Recrearte?

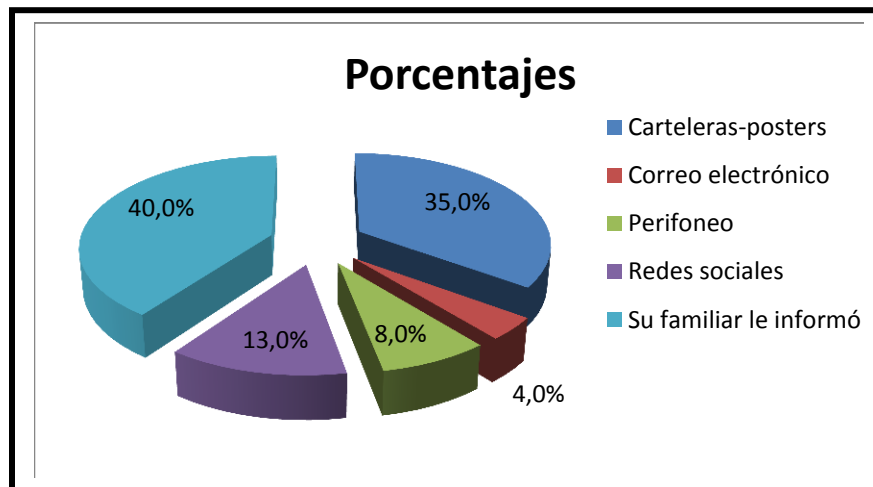


Gráfico No.12: Porcentaje ¿A través de qué medio se enteró de las actividades artísticas realizadas por la escuela Recrearte?

Análisis pregunta No.6:

El valor más alto aparece en la opción “su familiar le informó”, con un 40%, los siguientes en su orden descendente son: cartelaras-posters 35%, redes sociales 13%, perifoneo 8% y correo electrónico 4%. (Ver gráfico 12).

Pregunta No.7:¿Con que frecuencia recibe información acerca de las actividades artísticas realizadas por la escuela Recrearte?:

Tabla No.7: ¿Con que frecuencia recibe información acerca de las actividades artísticas realizadas por la escuela Recrearte?

<i>Opciones</i>	<i>Respuesta</i>	<i>Porcentajes</i>
Nunca	2	2,0%
Pocas veces	6	6,0%
Algunas veces	21	21,0%
Con frecuencia	39	39,0%
Siempre	32	32,0%
Total	100	100,0%

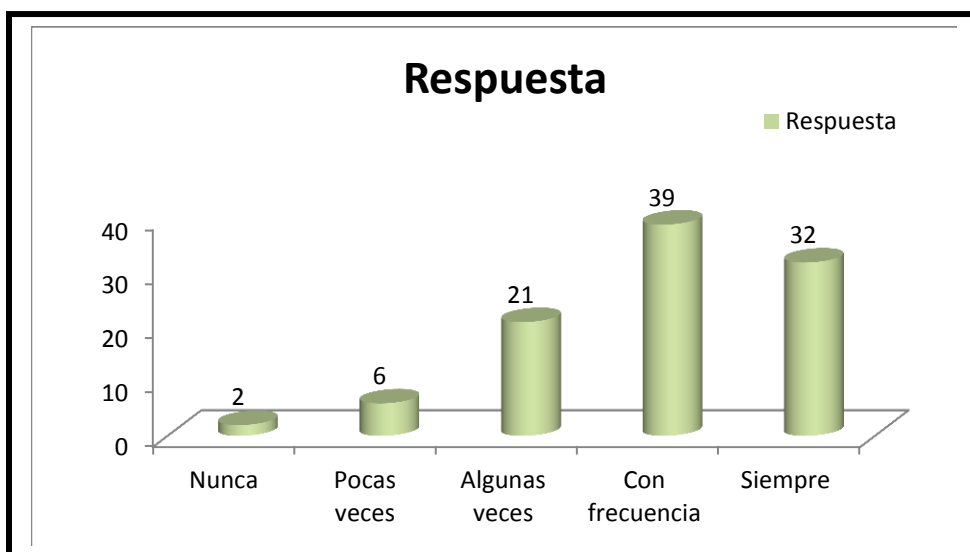


Gráfico No.13: Frecuencia ¿Con que frecuencia recibe información acerca de las actividades artísticas realizadas por la escuela Recrearte?

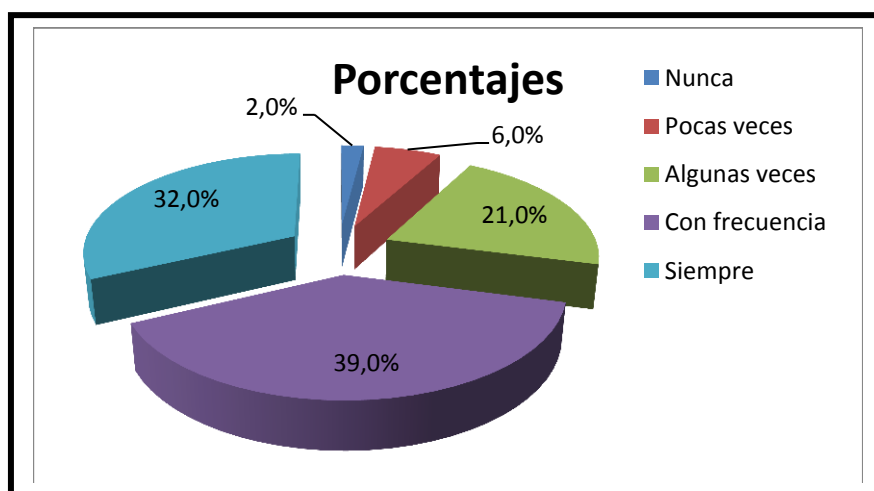


Gráfico No.14: Porcentaje ¿Con que frecuencia recibe información acerca de las actividades artísticas realizadas por la escuela Recrearte?

Análisis pregunta No.7:

Según la muestra el 39% de los encuestados recibe información con frecuencia acerca de las actividades programadas por la escuela, el 32% siempre recibe información acerca de las actividades, el 21% algunas veces, el 6% pocas veces y el 2% nunca. (Ver gráfico 14).

Pregunta No.8: ¿Considera que la información brindada es adecuada y oportuna acerca de las actividades artísticas realizadas por la escuela Recrearte?:

Tabla No.8: ¿Considera que la información brindada es adecuada y oportuna acerca de las actividades artísticas realizadas por la escuela Recrearte?

<i>Opciones</i>	<i>Respuesta</i>	<i>Porcentajes</i>
Sí	52	52,0%
No	48	48,0%
Total	100	100,0%

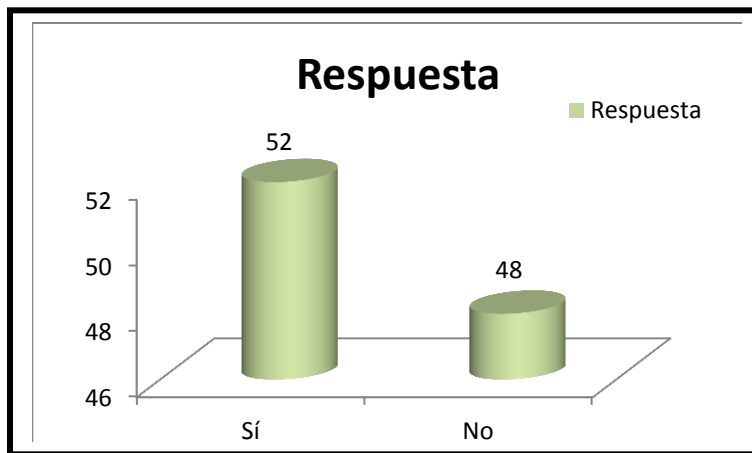


Gráfico No.15: Frecuencia ¿Considera que la información brindada es adecuada y oportuna acerca de las actividades artísticas realizadas por la escuela Recrearte?

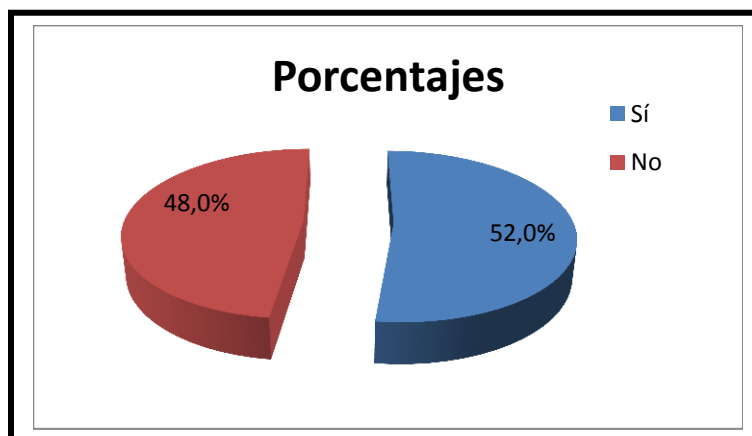


Gráfico No.16: Porcentaje ¿Considera que la información brindada es adecuada y oportuna acerca de las actividades artísticas realizadas por la escuela Recrearte?

Análisis pregunta No.8:

El 57% de los encuestados considera oportuna la información brindada, sin embargo, un 48%, porcentaje bastante significativo considera que no. En este sentido se recomienda replantear los canales de información utilizados, la forma en que son utilizados, la información que se está generando y los momentos en que se difunde dicha información con el objetivo de hacerla más oportuna y efectiva. (Ver gráfico 16).

Pregunta No.9: ¿Con qué nivel calificaría las actividades artísticas propuestas por la escuela Recrearte?:

Tabla No.9: ¿Con qué nivel calificaría las actividades artísticas propuestas por la escuela Recrearte?:

<i>Opciones</i>	<i>Respuesta</i>	<i>Porcentajes</i>
Muy interesante	61	61,0%
Interesante	37	37,0%
Poco interesante	2	2,0%
Total	100	100,0%

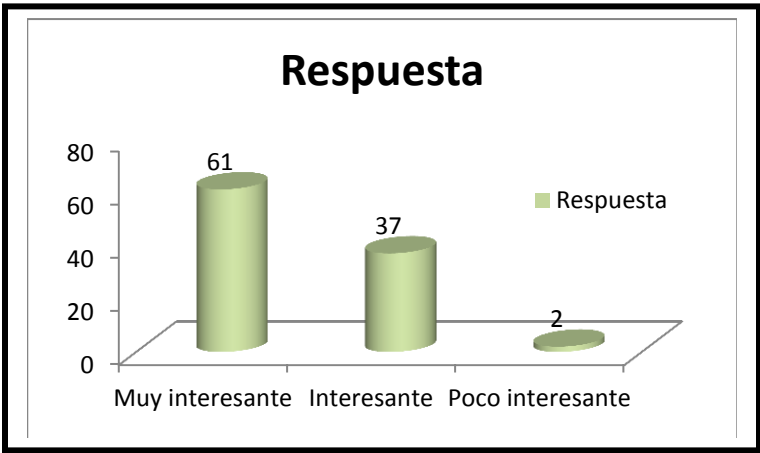


Gráfico No.17: Frecuencia ¿Con qué nivel calificaría las actividades artísticas propuestas por la escuela Recrearte?:

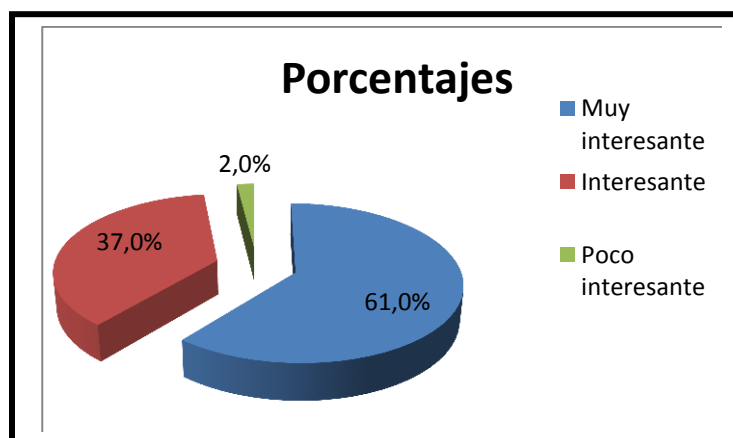


Gráfico No.18: Porcentaje ¿Con qué nivel calificaría las actividades artísticas propuestas por la escuela Recrearte?:

Análisis pregunta No.9:

En total un 98% de los encuestados consideran entre interesante y muy interesante las actividades propuestas por la escuela, solamente el 2% difiere respecto a lo interesante de éstas (actividades). (Ver gráfico 18).

Pregunta No.10: ¿De las siguientes actividades Culturales, cuál o cuáles le gustaría que implementara la escuela Recrearte?:

Tabla No.10: ¿De las siguientes actividades Culturales, cuál o cuáles le gustaría que implementara la escuela Recrearte?:

<i>Opciones</i>	<i>Respuesta</i>	<i>Porcentajes</i>
Cine Foro	18	18,0%
Fotografía	19	19,0%
Tertulias Literarias	17	17,0%
Taller de Carnavales	27	27,0%
Conociendo a Colombia	19	19,0%
Total	100	100,0%

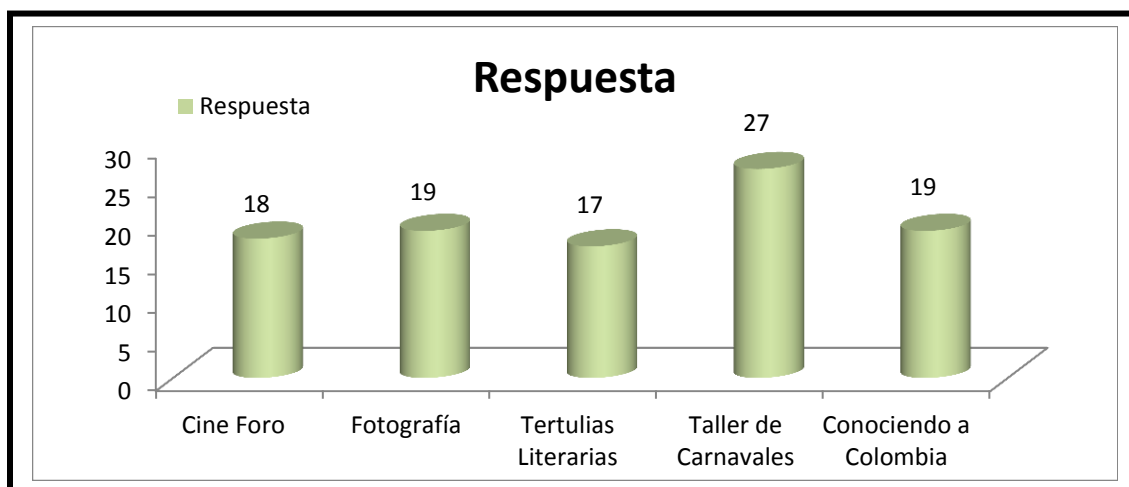


Gráfico No.19: Frecuencia ¿De las siguientes actividades Culturales, cuál o cuáles le gustaría que implementara la escuela Recrearte?:

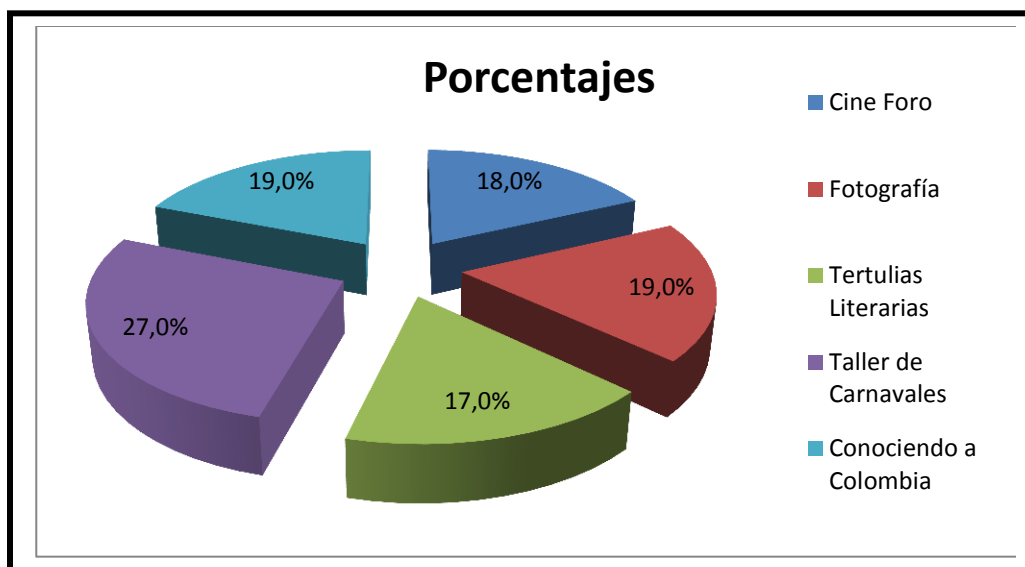


Gráfico No.20: Porcentaje ¿De las siguientes actividades Culturales, cuál o cuáles le gustaría que implementara la escuela Recrearte?:

Análisis pregunta No.10:

En esta pregunta sobresalen las opciones “taller de carnavales” con un 27%, “fotografía” y “conociendo a Colombia” con un 19% y en menor medida las opciones “cine foro” con 18% y “tertulias literarias” con un 17%, (Ver gráfico 20).

Pregunta No.11: ¿Qué día de la semana le gustaría que se desarrollaran las actividades artísticas propuestas por la escuela Recrearte?:

Tabla No.11: ¿Qué día de la semana le gustaría que se desarrollaran las actividades artísticas propuestas por la escuela Recrearte?:

Opciones	Respuesta	Porcentajes
Lunes	18	18,0%
Martes	16	16,0%
Miércoles	16	16,0%
Jueves	19	19,0%
Viernes	14	14,0%
Sábado	10	10,0%
Domingo	7	7,0%
Total	100	100,0%

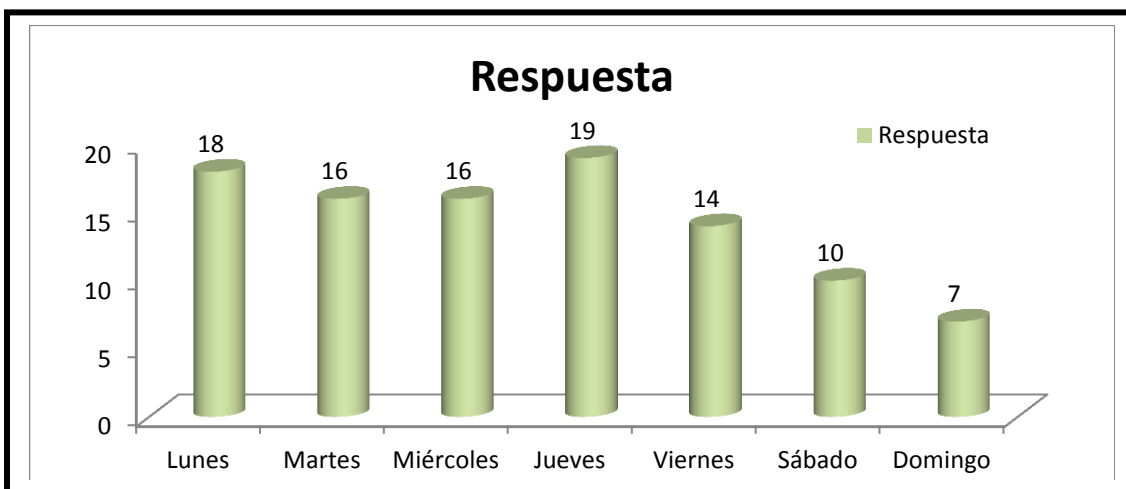


Gráfico No.21: Frecuencia ¿Qué día de la semana le gustaría que se desarrollaran las actividades artísticas propuestas por la escuela Recrearte?:

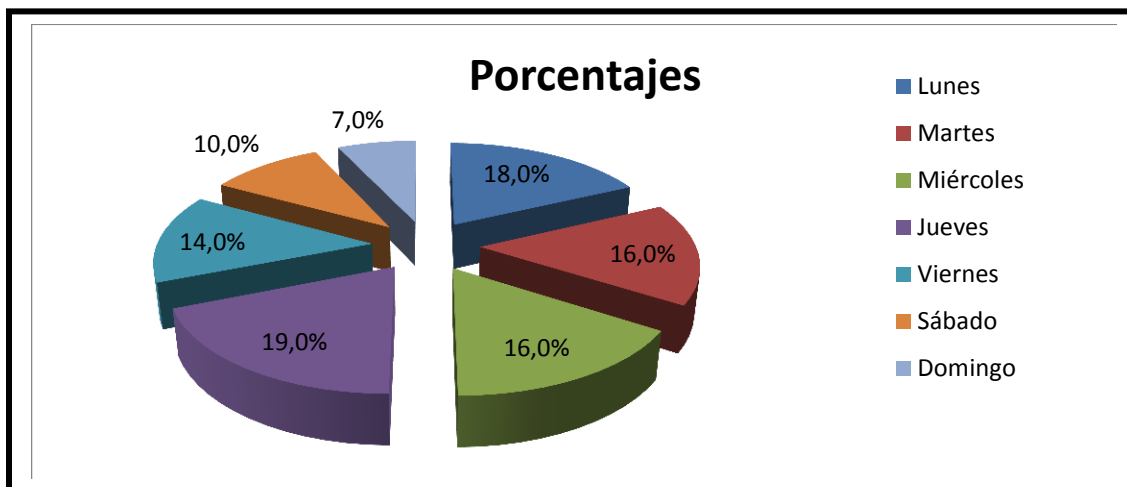


Gráfico No.22: Porcentaje ¿Qué día de la semana le gustaría que se desarrollaran las actividades artísticas propuestas por la escuela Recrearte?:

Análisis pregunta No.11:

Se destaca la opción “domingo” como la menos votada con un 7% para asistir a las actividades programadas por la escuela, en orden ascendente aparecen la opción “sábado” con un 10%, “viernes” con un 14%, “martes y miércoles” con un 16%, “lunes con 18% y las más votada opción “jueves” con 19%, (Ver gráfico 22).

Pregunta No.12: ¿En qué franja horaria le gustaría que se desarrollaran las actividades artísticas propuestas por la escuela Recrearte?:

Tabla No.12: ¿En qué franja horaria le gustaría que se desarrollaran las actividades artísticas propuestas por la escuela Recrearte?:

<i>Opciones</i>	<i>Respuesta</i>	<i>Porcentajes</i>
9:00-11:00am	0	0,0%
10:00-12:00pm	2	2,0%
1:00-3:00pm	2	2,0%
2:00-4:00pm	15	15,0%
3:00-5:00pm	21	21,0%
5:00-7:00pm	23	23,0%
4:00-6:00pm	26	26,0%
6:00-8:00pm	11	11,0%
Total	100	100,0%

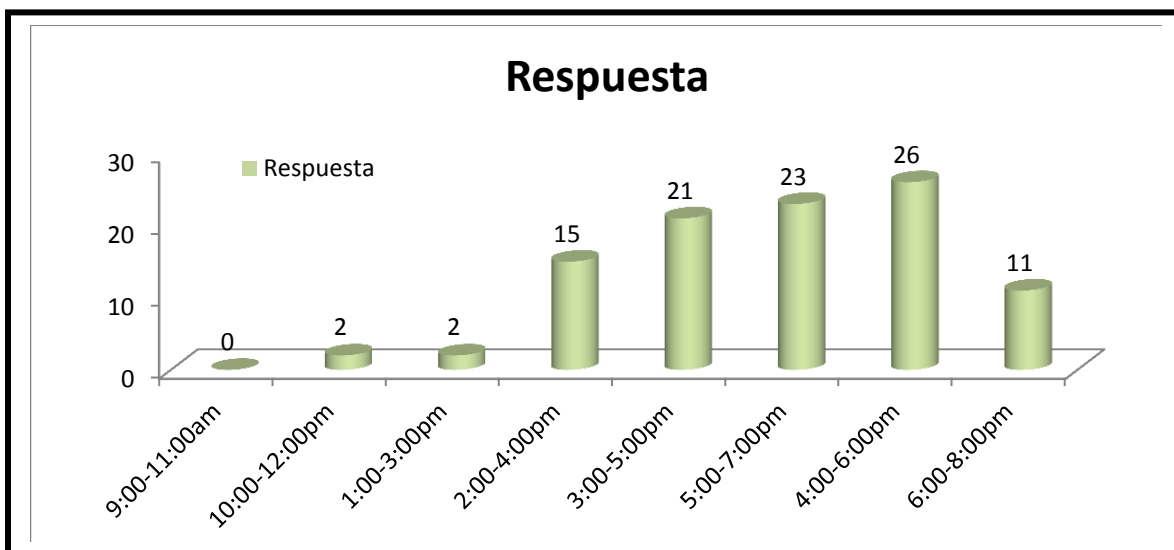


Gráfico No.23: Frecuencia ¿En qué franja horaria le gustaría que se desarrollaran las actividades artísticas propuestas por la escuela Recrearte?:

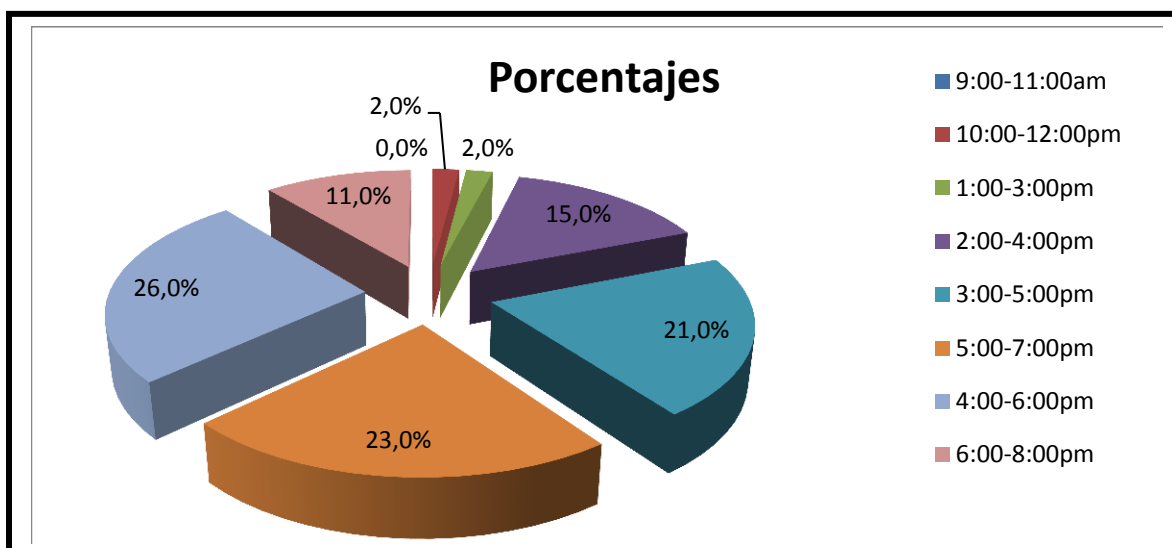


Gráfico No.24: Porcentaje ¿En qué franja horaria le gustaría que se desarrollaran las actividades artísticas propuestas por la escuela Recrearte?:

Análisis pregunta No.12:

Para la franja horaria situada entre las opciones 9:00am y la 1:00pm la selección fue casi nula, de 0% a 2%, entre las 2:00pm y las 4:00pm un 15%, la gran mayoría eligió entre las opciones “4:00pm-6:00pm” con un 26% y las “5:00pm-7:00pm” con 23%, 3:00pm-5:00pm con un 21% y un 11% entre las 6:00pm y las 8:00pm. (Ver gráfico 24).

Pregunta No.13: ¿Qué actividades culturales adicionales le gustaría que ofreciera la escuela Recrearte?

Tabla No.13: ¿Qué actividades culturales adicionales le gustaría que ofreciera la escuela Recrearte?

<i>Opciones</i>	<i>Respuesta</i>	<i>Porcentajes</i>
Danza-Ballet	17	17,0%
Taller de Títeres	11	11,0%
Cine-Tv	9	9,0%
Ninguna respuesta	63	63,0%
Total	100	100,0%

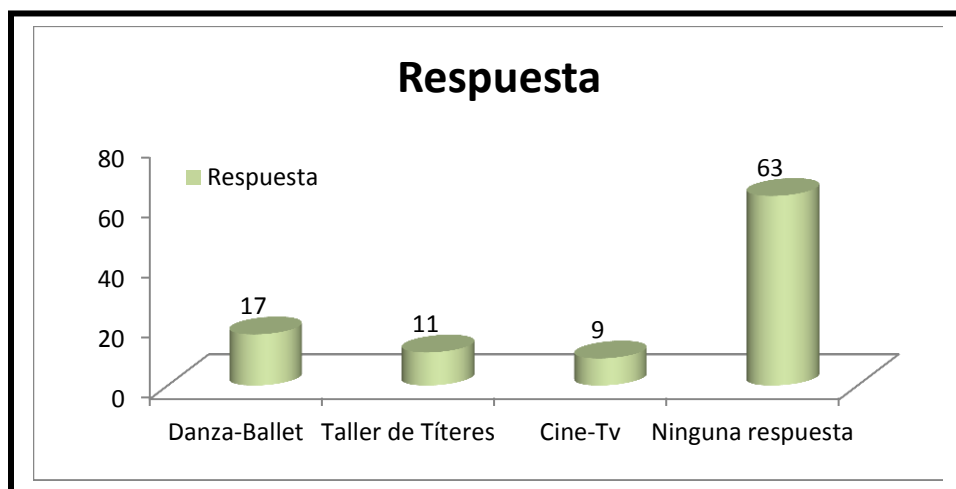


Gráfico No.25: Frecuencia ¿Qué actividades culturales adicionales le gustaría que ofreciera la escuela Recrearte?

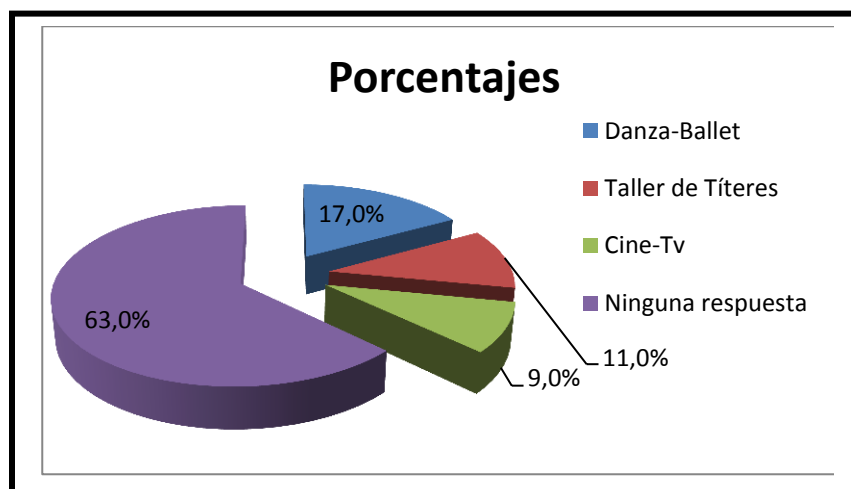


Gráfico No.26: Porcentaje ¿Qué actividades culturales adicionales le gustaría que ofreciera la escuela Recrearte?

Análisis pregunta No.13:

El mayor porcentaje de los encuestados no respondió esta pregunta, esto es un 63%, en su orden descendente sigue danza-ballet 17%, taller de títeres 11% y cine-tv 9% respectivamente (Ver gráfico 26). Teniendo en cuenta el mayor porcentaje, se puede inferir que los familiares estarían satisfechos tanto con las actividades propuestas actualmente por la escuela como por las que se les insinuó (talleres de carnavales, fotografía y conociendo a Colombia).

8. CONCLUSIONES

Respecto a los resultados del primer instrumento *encuesta general*, se puede decir que:

- ✓ La encuesta permitió identificar que algunos de los espacios culturales de mayor consumo son los conciertos de agrupaciones musicales y espectáculos de danza dentro de las propuestas por la escuela.
- ✓ A nivel general los gustos de los encuestados señalan el uso de la televisión, el cine y el internet y los video-juegos como los más recurrentes.
- ✓ Después de analizar los resultados sobre los gustos generales de los encuestados y las actividades ofrecidas por la escuela no se encuentran coincidencias que permitan definir un punto de partida en común, sin embargo, surgen varias alternativas para realizar mejoras en el programa cultural de la escuela.
- ✓ Uno de los espacios de mayor consumo cultural son los conciertos de agrupaciones musicales, esto es debido en parte a que están cubiertos todos los géneros, es decir se tiene cubrimiento a partir de la orquesta sinfónica, banda sinfónica, coros, música folclórica y popular y todas las variedades que de allí se desprenden.
- ✓ La mayoría de los encuestados son de género femenino y está por encima de los 28 años, se deduce que esta mayoría pueden ser las madres de familia que desempeñan como amas de hogar, por lo tanto podrían contar con una mayor disponibilidad para las actividades culturales.
- ✓ El programa con menor incidencia en el instrumento uno (encuesta general) es el de “primera infancia”, un mínimo de 6% dentro de las opciones generales.

Respecto a los resultados del segundo instrumento *encuesta diagnóstica*, se puede decir que:

- ✓ Según los resultados obtenidos un porcentaje bastante alto (48%), Considera que la información brindada no es adecuada o/y oportuna acerca de las actividades artísticas realizadas por la escuela Recrearte, esto evidencia que se debe replantear la forma en que se desarrolla el plan de difusión, las estrategias y los momentos en que se da a conocer dicha información.
- ✓ En contraste con la oferta existente algunos argumentan que los canales mediáticos utilizados no son los mejores, bien porque el correo no se consulta con regularidad o bien porque las carteleras informativas están saturadas de información.
- ✓ En la pregunta número 10 se insinúa una propuesta sobre algunas actividades que no están dentro del movimiento cultural, sobresalen las opciones taller de carnavales, fotografía y conociendo a Colombia, a partir de este análisis se genera un complemento para las actividades culturales que oferta la escuela y propender por un máximo aprovechamiento de las mismas.
- ✓ Con respecto a las preguntas 11 y 12, el día más favorable y la franja horaria que mejor se acomoda para asistir a las actividades programadas por la escuela, se deduce que los días y los horarios propuestos actualmente por la escuela son los más adecuados para el desarrollo cultural ofertado, la evidencia sugiere que se realice de lunes a viernes entre las 3:00pm y las 7:00pm.
- ✓ Un gran porcentaje de los encuestados no respondió la pregunta número 13, esto es un (63%), que se refiere a sugerir nuevas actividades para desarrollar dentro de la oferta de la escuela, los participantes sugirieron: danza-ballet, taller de títeres y cine-tv en porcentajes mínimos, de donde se concluye que los familiares estarían satisfechos tanto

con las actividades propuestas actualmente por la escuela como por las que se les insinuó en la pregunta 10, (taller de carnavales, fotografía y conociendo a Colombia).

- ✓ Dentro del análisis realizado se concluye que los principales argumentos dados por los encuestados para manifestar su inasistencia a las actividades culturales son los siguientes: poca disponibilidad de tiempo, cruce de horarios, limitada divulgación de las actividades y por lo tanto escaso conocimiento de las mismas.
- ✓ Es necesario reconocer que en su mayoría los sopesos no ponen especial empeño en informarse acerca de las propuestas disponibles. Muchas veces los correos con oferta cultural son desechados sin leer y aunque se utilicen todos los medios de comunicación que existen resultan fáciles de ignorar.
- ✓ Se destaca también la sugerencia de aumentar el uso del perifoneo como parte de las estrategias para promover las actividades culturales. Por lo anterior, se considera importante mejorar la comunicación, pero no únicamente en las fechas y horarios de los eventos, sino que también se haga énfasis en la pedagogía de las actividades.
- ✓ Es importante que los nuevos estudiantes y sus familiares sean informados con respecto a la cartelera y oferta cultural y las diferentes escuelas. Adicionalmente es preciso insistir en que se diseñen procesos mediante los cuales se clasifiquen a los estudiantes y sus familiares teniendo en cuenta sus intereses y tendencias culturales.
- ✓ Más del 80% de los encuestados recibe la información necesaria acerca de las actividades de la escuela con una frecuencia estable, este es un punto de partida que se debe aprovechar para mejorar la oferta y receptividad de la información.
- ✓ El espacio generado para la primera infancia resulta ser el menos acogido por parte de los encuestados, es bastante notorio con respecto a los demás programas, se debe replantear la conveniencia del mismo y/o su forma de aprovechamiento.

Deducciones generales

- ✓ Los resultados arrojados por la investigación son concluyentes al demostrar el desinterés de los habitantes del municipio de Sopó - Cundinamarca hacia las actividades culturales.
- ✓ Los resultados arrojados por este estudio reflejan una insuficiente disposición a participar en las actividades organizadas por la escuela Recrearte, en efecto, existe un esfuerzo mayor por parte de los directivos y entes encargados, gerente de la secretaria de Cultura y patrimonio, director administrativo de la escuela, coordinador artístico de la escuela, secretaria de prensa y publicidad de la Alcaldía de Sopó para difundir e informar a los estudiantes y a los habitantes en general sobre la oferta cultural.
- ✓ Se considera necesario el diseño de una propuesta más atractiva, la implementación de incentivos para participar y la descentralización de las actividades más llamativas dentro de la escuela Recrearte, los espectáculos de Música, Danza y Teatro son los más llamativos, en este orden de ideas pueden funcionar como punta de lanza para afianzar todo el programa cultural en lugares apartados de la sede principal. Como parte de la estrategia también se puede considerar generar una relación entre las actividades ofrecidas por la escuela Recrearte y las secretarías del ente dirigente, (secretaría de gobierno, secretaria de medio ambiente, etc.) así se aprovechan las sinergias que puedan existir en los diferentes contextos.
- ✓ La sincronización con la oficina de servicios públicos es fundamental, utilizar el respaldo de los recibos para ayudar a la difusión de la información complementará los canales informativos y el despliegue del movimiento cultural.
- ✓ Se diseñó una encuesta basada en algunas de las preguntas realizadas por el Departamento Administrativo Nacional de Estadística -DANE y otros entes territoriales en la “Encuesta de Consumo Cultural”, esta se ajustó y modificó de acuerdo a las

necesidades del proyecto investigativo. La realización de una prueba guía permitió precisar las preguntas, así como determinar la información necesaria para identificar la muestra objeto de estudio.

- ✓ Resulta significativo tener en cuenta las sugerencias propuestas por los encuestados siendo algunas mejorar los canales de comunicación, además del correo y las redes sociales las carteleras y las pantallas estáticas.
- ✓ En síntesis, se considera necesario continuar con los estudios sobre el consumo cultural para profundizar en el tema, complementar los resultados existentes y mediante su aplicación y análisis diseñar nuevas estrategias.
- ✓ Es importante continuar con el proceso de investigación teniendo en cuenta la información suministrada en las dos encuestas realizadas, tomar otros puntos de partida que incluyan presupuesto, diferencias por edades y otros programas ofertados por el estado.
- ✓ En contraste con algunos de los estudios realizados por investigadores académicos que han participado y contribuido al estudio del consumo cultural en América Latina como Jesús Martín Barbero, Marcelino Bismal, Valerio Fuenzalida, Néstor García Canclini, Mabel Piccini, Ana Rosas Mantecón, entre otros y que lo han hecho desde el espacio de la academia se evidencia la necesidad de seguir desarrollando nuevos estudios al respecto que contribuyan a la clasificación de diferentes tipos de consumo cultural, la formación de público y la construcción de nuevas relaciones interculturales.

9. REFERENCIAS

- ✓ Arnal J. (1992). Investigación Educativa. Fundamentos y metodología. Barcelona España. Recuperado el 14 de mayo de 2016 de:
[http://www/DialnetCaracteristicasMasRelevantesDelParadigmaSociocriti3070760%20\(1\).pdf](http://www.DialnetCaracteristicasMasRelevantesDelParadigmaSociocriti3070760%20(1).pdf)
- ✓ AltieriMegale Ángel (2001). ¿Qué es la cultura? La Lámpara de Diógenes, Puebla México D F. Recuperado el 20 de septiembre de 2015 de: www.redalyc.org/pdf/844/84420403.pdf
- ✓ Barbero J Martín y López de la Roche, F (1998). Cultura, Medios y Sociedad pp 13-24 en Viviendo a Toda. Jóvenes, Territorios Culturales y Nuevas Sensibilidades. Recuperado el 19 de septiembre del 2015 de:<http://www.bdigital.unal.edu.co/1272/2/01PREL01.pdf>
- ✓ Barbero J Martín. La investigación del consumo cultural en Colombia. El Tiempo, 23 de Abril de 2009, Lecturas fin de semana Recuperado el 19 de octubre de 2015 de: <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-5050511>
- ✓ Bejarano Jime 2013, diciembre 27. Ova fase 1, video instructivo. Recuperado el 23 de octubre de 2015 de: https://www.youtube.com/watch?v=wGK-IH_yyW8&feature=youtu.be
- ✓ Bejarano Jime 2013, diciembre 27. Ova fase 2, video instructivo. Recuperado el 23 de octubre de 2015 de: <https://www.youtube.com/watch?v=hH694gfAuKg&feature=youtu.be>
- ✓ García Canclini N. (1995). Consumidores y ciudadanos, conflictos multiculturales de la globalización. México D F. Grijalbo. Recuperado el 16 de abril de 2016 de: <https://antroporecursos.files.wordpress.com/2009/03/garcia-canclini-n-1995-consumidores-y-ciudadanos.pdf>
- ✓ García Sandoval Yenny, Gamboa Maria Cristina. (2011) UNAD Lineamientos para los trabajos de grado de las especializaciones ECEDU. Bogotá. Recuperado el 23 de octubre de 2015 de: http://66.165.175.235/campus18_20152/file.php/69/Lineamientos_trabajos_de_grado_e_specializaciones_documento_final_.pdf
- ✓ GeertsClifford. (1973). Teoría e Historia Antropológica. Recuperado el 20 de septiembre de 2015 de: <http://teoriaehistoriaantropologica.blogspot.com.co/2012/05/clifford-geertz-la-cultura-como-texto.html>

- ✓ Goyeneche, R. (S.F). Concepto de Cultura. Blog Convivencia y Expresiones Culturales. Recuperado el 19 de septiembre del 2015 de:
<http://expresionesculturales207014a224.blogspot.com.co/2015/09/tratar-de-hilar-un-concepto-sobre.html>
- ✓ Güell Pedro, Morales Rommy, Peters. (2010) Canasta Básica de Consumo Cultural para América Latina. Centro de Investigaciones Socioculturales, CISOC (2010). Santiago de Chile. Recuperado el 23 de octubre de 2015 de:
<https://docs.google.com/viewerng/viewer?url=https://centrito.files.wordpress.com/2011/06/5-gueell.pdf>
- ✓ Hernández Sampieri R, Fernández Collado C, Baptista Lucio P. (2006). Metodología de la Investigación. México D F. Recuperado el 11 de octubre de 2015 de:
https://competenciashg.files.wordpress.com/2012/10/sampieri-et-al-metodologia-de-la-investigacion-4ta-edicion-sampieri-2006_ocr.pdf
- ✓ Jerome Bruner (2009). Mente, Conocimiento y Cultura Medellín. Recuperado el 18 de septiembre de 2015 de:
<http://tesis.udea.edu.co/dspace/bitstream/10495/438/1/JeromeBrunerMenteConocimientoCultura.PDF>
- ✓ Quevedo Luis Alberto. (2005) Consumos y prácticas culturales en América Latina Buenos Aires. Recuperado el 23 de octubre de 2015 de:
<http://www.untref.edu.ar/documentos/indicadores2007/Consumos%20y%20practicas%20culturales%20en%20America%20Latina%20Luis%20Alberto%20Quevedo.pdf>
- ✓ Stenstrom Monika. (2008). El consumo cultural en contextos urbanos. Valencia Venezuela. Recuperado el 11 de octubre de 2015 de:
http://www2.scielo.org.ve/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S131659172008000100012&lng=es&nrm=i
- ✓ UNESCO (2015). Cultura y desarrollo. Recuperado el 15 de septiembre de 2015 de:
<http://www.unesco.org/new/es/culture/themes/culture-and-development/>

UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA, UNAD
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN (ECEDU)
ESPECIALIZACIÓN EN EDUCACIÓN, POLÍTICA Y CULTURA

Encuesta datos generales (junio/2016)

Proyecto de investigación:

Consumo cultural entre los familiares de los estudiantes de la escuela Recrearte.

El presente cuestionario tiene como finalidad recolectar datos importantes para realizar el proyecto de investigación de la Especialización en educación, política y cultura de la Institución antes descrita.

En virtud a lo anterior, se le agradece de forma muy especial su colaboración para responder las preguntas que encontrará a continuación. No está demás enfatizar que los datos que usted exponga, serán tratados con profesionalismo, discreción y responsabilidad.

Muchas gracias.

INSTRUCCIONES: Responda a las preguntas presentadas a continuación sólo marcando una de las opciones entre las presentadas para cada apartado. ¡Gracias por su colaboración!

1. Género:

M	F
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

2. Escuela o programa al que pertenece su familiar:

Música	Danzas	Teatro	Artes manuales	Primera infancia
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

3. Edad del encuestado:

Entre 16 y 28	Más de 28
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

4. Nivel de estudios:

Básica primaria	Básica secundaria	Técnico	Tecnólogo	Profesional

5. ¿De las siguientes actividades realizadas en el tiempo libre, cuales practica con mayor frecuencia?:

Ver televisión	Ver cine	Navegar en internet	Leer	Video-juegos

6. ¿Con que frecuencia practica la actividad relacionada en la pregunta anterior?:

Nunca	Pocas veces	Algunas veces	Con frecuencia	Siempre

7. ¿De las siguientes actividades realizadas en el tiempo libre a cuales asiste con mayor frecuencia?:

Presentaciones musicales	Ferias y/o exposiciones	Teatro y danza	Carnavales/fiestas populares	Parques temáticos y/o diversiones

8. ¿Con que frecuencia asiste a la actividad relacionada en la pregunta anterior?:

Nunca	Pocas veces	Algunas veces	Con frecuencia	Siempre

UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA, UNAD
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN (ECEDU)
ESPECIALIZACIÓN EN EDUCACIÓN, POLÍTICA Y CULTURA

Encuesta Diagnóstico (junio/2016)

Proyecto de investigación:

Consumo cultural entre los familiares de los estudiantes de la escuela Recrearte.

El presente cuestionario tiene como finalidad recolectar datos importantes para realizar el proyecto de investigación de la Especialización en educación, política y cultura de la Institución antes descrita.

En virtud a lo anterior, se le agradece de forma muy especial su colaboración para responder las preguntas que encontrará a continuación. No está demás enfatizar que los datos que usted exponga, serán tratados con profesionalismo, discreción y responsabilidad.

Muchas gracias.

INSTRUCCIONES: Responda a las preguntas presentadas a continuación marcando una o más (según sea el caso) las opciones entre las presentadas para cada apartado. ¡Gracias por su colaboración!

1. ¿Conoce las actividades Artísticas realizadas por la escuela Recrearte?

Si	No

2. ¿De las actividades artísticas realizadas por la escuela Recrearte, cual o cuales tiene mayor información?

Música	Danzas	Teatro	Artes manuales	Primera infancia

3. ¿De las actividades artísticas realizadas por la escuela Recrearte, a cuál o cuáles asiste con mayor frecuencia?

Música	Danzas	Teatro	Artes manuales	Primera infancia

4. ¿Con que frecuencia asiste a la/s actividad/des relacionadas en la pregunta anterior?

Nunca	Pocas veces	Algunas veces	Con frecuencia	Siempre

5. ¿Por qué deja de asistir a las actividades artísticas realizadas por la escuela Recrearte?:

No sabía que existen	Desinterés	Falta de tiempo	Cruce de horarios	Instalaciones no adecuadas

6. ¿A través de qué medio se enteró de las actividades artísticas realizadas por la escuela Recrearte?:

Cartelera-posters	Correo electrónico	Perifoneo	Redes sociales	Su familiar le informó

7. ¿Con que frecuencia recibe información acerca de las actividades artísticas realizadas por la escuela Recrearte?:

Nunca	Pocas veces	Algunas veces	Con frecuencia	Siempre

8. ¿Considera que la información brindada es adecuada y oportuna acerca de las actividades artísticas realizadas por la escuela Recrearte?:

Si	No

9. ¿Con qué nivel calificaría las actividades artísticas propuestas por la escuela Recrearte?:

Muy interesante	Interesante	Poco interesante

10. ¿De las siguientes actividades Culturales, cuál o cuáles le gustaría que implementara la escuela Recrearte?:

Cine Foro	Fotografía	Tertulias Literarias	Taller de Carnavales	Conociendo a Colombia

11. ¿Qué día de la semana le gustaría que se desarrollaran las actividades artísticas propuestas por la escuela Recrearte?:

Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo

12. ¿En qué franja horaria le gustaría que se desarrollaran las actividades artísticas propuestas por la escuela Recrearte?:

9:00-11:00am	10:00-12:00pm	1:00-3:00pm	2:00-4:00pm	3:00-5:00pm	5:00-7:00pm	4:00-6:00pm	6:00-8:00pm

13. ¿Qué actividades culturales adicionales le gustaría que ofreciera la escuela Recrearte?
