



UNIVERSIDAD JUÁREZ AUTÓNOMA DE TABASCO

DIVISIÓN ACADÉMICA DE CIENCIAS ECONÓMICO ADMINISTRATIVAS

**ELEMENTOS QUE INCIDEN EN LA PARTICIPACIÓN DE LOS ALUMNOS EN
ACTIVIDADES ARTÍSTICAS DE DIFUSIÓN CULTURAL DE UNA UNIVERSIDAD
PÚBLICA.**

TESIS PARA OBTENER EL GRADO DE DOCTORA EN ADMINISTRACIÓN
EDUCATIVA

PRESENTA:

M.G.E. SIOMARIS FERNANDA CANABAL PERAZA

BAJO LA DIRECCIÓN DE:

DRA. DENEÉ ELÍ MAGAÑA MEDINA

EN CODIRECCIÓN:

DRA. MANUELA DEL SOCORRO CAMACHO GÓMEZ

VILLAHERMOSA, TABASCO A 27 DE ENERO DEL 2025

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

Declaración de Autoría y Originalidad

En la Ciudad de Villahermosa, Tabasco el día 21 del mes enero del año 2025, la que suscribe Siomaris Fernanda Canabal Peraza alumna del Programa de Doctorado en Administración Educativa con número de matrícula 212B42003 adscrita a la División Académica de Ciencias Económico Administrativas de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, como autora de la Tesis presentada para la obtención del Grado de Doctor en Administración Educativa y titulada "Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública", dirigida por la Dra. Deneb Elí Magaña Medina y codirigida por la Dra. Manuela del Socorro Camacho Gómez.

DECLARO QUE:

La Tesis es una obra original que no infringe los derechos de propiedad intelectual ni los derechos de propiedad industrial u otros, de acuerdo con el ordenamiento jurídico vigente, en particular, la LEY FEDERAL DEL DERECHO DE AUTOR (Decreto por el que se reforman y adicionan diversas disposiciones de la Ley Federal del Derecho de Autor del 01 de Julio de 2020 regularizando y aclarando y armonizando las disposiciones legales vigentes sobre la materia), en particular, las disposiciones referidas al derecho de cita.

Del mismo modo, asumo frente a la Universidad cualquier responsabilidad que pudiera derivarse de la autoría o falta de originalidad o contenido de la Tesis presentada de conformidad con el ordenamiento jurídico vigente.

Villahermosa, Tabasco a 21 de enero de 2025.

Nombre y firma



Mtra. Siomaris Fernanda Canabal Peraza

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

Carta de Cesión de Derechos

Villahermosa, Tabasco a 21 de enero de 2025.

Por medio de la presente manifestamos haber colaborado como AUTORA y en la producción, creación y realización de la obra denominada "Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública".

Con fundamento en el artículo 83 de la Ley Federal del Derecho de Autor y toda vez que, la creación y realización de la obra antes mencionada se realizó bajo la comisión de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco; entendemos y aceptamos el alcance del artículo en mención, de que tenemos el derecho al reconocimiento como autores de la obra, y la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco mantendrá en un 100% la titularidad de los derechos patrimoniales por un período de 20 años sobre la obra en la que colaboramos, por lo anterior, cedemos el derecho patrimonial exclusivo en favor de la Universidad.

COLABORADORES



Alumno
Mtra. Siomaris Fernanda
Canabal Peraza



Directora de la Tesis
Dra. Deneb Elí Magaña
Medina



Co-directora de la Tesis
Dra. Manuela del
Socorro Camacho
Gómez

Dedicatoria

Al mejor artista y a su creación más bella. Mi padre celestial y mi amado esposo David Valier, gracias por inspirarme y mantenerme de pie en todos los obstáculos. A mi padre Fernando Canabal, gracias por enseñarme con el ejemplo el amor al arte y a la cultura.

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.



División Académica
de Ciencias
Económico
Administrativas



DIRECCIÓN

Oficio: DACEA/DIRECCION/ 0109/2025
Villahermosa, Tabasco; a 17 de enero de 2025
Autorización de Impresión

**LIC. MARIBEL VALENCIA THOMPSON
JEFA DEL DEPARTAMENTO DE CERTIFICACIÓN
Y TITULACIÓN DE SERVICIOS ESCOLARES
P R E S E N T E**

De conformidad con lo establecido en el Art. 75 fracción V, Art. 76 fracción III, así como el Art. 77 fracciones I, II y III del Reglamento General de Estudios de Posgrado (vigente) de la UJAT, me permito comunicar que la **Dra. Deneb Eli Magaña Median (Directora)** y **Dra. Manuela del Socorro Camacho Gómez (Codirectora)**, dirigieron y supervisaron la tesis:

**"ELEMENTOS QUE INCIDEN EN LA PARTICIPACIÓN DE LOS ALUMNOS EN
ACTIVIDADES ARTÍSTICAS DE DIFUSIÓN CULTURAL DE UNA UNIVERSIDAD
PÚBLICA"**

Proyecto de investigación elaborado por la **C. Siomaris Fernanda Canabal Peraza** egresada del Doctorado en Administración Educativa. Los miembros del Jurado de Examen Profesional, integrado por los profesores: Dra. Silvia Patricia Aquino Zúñiga, Dra. Manuela del Socorro Camacho Gómez, Dra. Deneb Eli Magaña Medina, Dra. Gladys Hernández Romero, Dra. Norma Aguilar Morales, Dra. Lisbeth Jacinto Castillo y Dra. Edith Georgina Surdez Pérez; autorizaron el trabajo de tesis después de revisar y señalar las modificaciones pertinentes, misma que la interesada efectuó. Por lo tanto, **puede imprimirse.**

ATENTAMENTE

**MTRO. JOSÉ JUAN PAZ REYES
DIRECTOR**

UNIVERSIDAD JUÁREZ
AUTÓNOMA DE TABASCO



DIVISIÓN ACADÉMICA DE CIENCIAS
ECONÓMICO ADMINISTRATIVAS
DIRECCIÓN

c.c.p. Dr. Arturo Martínez de Escobar Fernández. -Coordinador de Investigación y Posgrado.
c.c.p. Archivo

Av. Universidad s/n. Zona de la Cultura. Col. Magisterial. Villahermosa, Centro, Tabasco, Mex. C.P. 86040.
Tel (993) 358 15 00 Ext. 6205 y 6206, e-Mail: posgrado.daceaa@ujat.mx

www.ujat.mx

Agradecimientos

Agradecimiento al Consejo Nacional de Humanidades, Ciencias y Tecnologías (CONAHCYT) por el apoyo brindado a través de la beca nacional para el cumplimiento del doctorado, la cual permitió desarrollar las diferentes actividades del programa incluyendo esta investigación.

Agradecimientos al equipo de trabajo del Centro de Desarrollo de las Artes y la División Académica de Educación y Artes de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco por su apoyo y orientación en todo momento. Especialmente al Mtro. Raúl Hernández Glory, la Mtra. Ana Ramón, la Dra. Elia Margarita Cornelio Marí, el Mtro. José Guadalupe Rodríguez Arguelles y el Dr. Pablo Gómez Jiménez.

Índice de contenido

Resumen	13
Capítulo 1: Introducción.....	15
Antecedentes	16
Planteamiento del problema.....	17
Preguntas de investigación.....	19
Pregunta general:.....	19
Preguntas específicas:	20
Objetivo General.....	20
Objetivos específicos	20
Justificación	21
Supuesto.....	25
Limitaciones y delimitaciones	25
Capítulo II: Marco teórico	26
Cultura	27
Arte	27
Sentido antropológico del arte.....	28
El Arte en la educación.....	29
Beneficios del arte.....	29
El arte en la formación integral.....	30
Difusión Cultural y Artística.....	31
Políticas de difusión cultural y artística	31
El arte para el Consejo Nacional de Humanidades Ciencias y Tecnologías (CONAHCYT) de México	33
Difusión cultural y artística en las mejores universidades del mundo	34
Difusión cultural y artística en universidades de Europa.....	38
Difusión cultural en las universidades de América Latina.....	40
Difusión cultural en las universidades de México	42
Comparación entre las universidades más importantes.....	48
Discusión de los modelos de difusión cultural y artística	52
Difusión Cultural y artística en la UJAT	53
Marco normativo de la difusión cultural y artística de la UJAT.....	53

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

Actividades de difusión cultural y artística de la UJAT.....	55
Economía Naranja.....	58
Mercadotecnia.....	58
Mercadotecnia para el arte	60
Difusión en redes sociales.....	63
Modelos para el desarrollo de actividades artísticas en estudiantes	63
Modelo de Enriquecimiento Escolar	64
Modelo de los tres anillos.....	65
Deseos y motivación.....	65
Teorías de Interés por cohesión social	66
El gusto y el capital cultural	66
El hecho social	68
Sentido de pertenencia	70
Teorías del interés	72
Teoría del interés cognitivo.....	72
Teoría Estética del interés	73
Interés afectivo	74
Capítulo III: Metodología.....	77
Diseño metodológico	78
Tipo de investigación	78
Descripción del objeto y sujetos de estudio.....	79
Selección de los participantes	81
Contexto general del estudio	81
Definición de las unidades de análisis	82
Recolección de datos en la técnica vagabundeo (antes del primer acercamiento formal)	82
Unidades de análisis	85
Primer acercamiento	87
Revisión documental de estatutos y políticas institucionales	87
Entrevista.....	87
Grupo de enfoque	89
Inmersión al campo.....	89

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

Entrevistas	90
Grupo de enfoque	90
Observación.....	91
Rol del investigador	91
Evolución del protocolo de recolección de datos	92
Validez de la investigación.	92
Revisiones externas de los instrumentos.....	93
Categorización.....	93
Uso de medios técnicos	94
Triangulación de los datos.....	95
Descripción de resultados de la primera inmersión en campo.....	95
Protocolos de recolección y transformación de datos.....	107
Estrategias de análisis de datos	107
Integridad metodológica	108
Capítulo IV: Resultados	110
Trabajo de campo.....	111
Análisis de la información	113
Administración	113
Oferta.....	124
Demanda.....	129
Capítulo V: Discusión y Conclusiones.....	143
Discusión	144
Conclusiones.....	147
Administración	148
Oferta.....	151
Demanda.....	151
Propuesta	152
Referencias	154
Apéndices	174

Índice de Tablas

- Tabla 1. Comparación de la difusión cultural y artística en universidades de Estados Unidos/ 48**
- Tabla 2. Comparación de la difusión cultural y artística en universidades de Europa/ 49**
- Tabla 3. Comparación de la difusión cultural y artística en universidades de Latinoamérica/ 50**
- Tabla 4. Comparación de la difusión cultural y artística en universidades de México/ 51**
- Tabla 5. Análisis de la técnica de vagabundeo/ 84**
- Tabla 6. Participantes del grupo de enfoque del primer acercamiento/ 89**
- Tabla 7. Entrevistas en campo/ 90**
- Tabla 8. Grupo de enfoque en campo/ 90**
- Tabla 9. Especificaciones de las fuentes de recolección/ 93**
- Tabla 10. Tabla de especificaciones/ 94**
- Tabla 11. Esquematización de la categoría Administración/ 98**
- Tabla 12. Esquematización de la categoría Oferta/ 101**
- Tabla 13. Esquematización de la categoría Demanda/ 105**
- Tabla 14. Comparación de la difusión de los eventos observados en redes sociales/ 118**
- Tabla 15. Tabla de correlaciones de la categoría administración/ 122**
- Tabla 16. Tabla de correlaciones de la categoría oferta/ 127**
- Tabla 17. Tabla de correlaciones de la categoría demanda/ 135**
- Tabla 18. Tabla de correlaciones general/ 140**

Índice de Figuras

- Figura 1. Pasos para la planificación de la estrategia de marketing cultural de Leal y Quero (2011) / 61**
- Figura 2. Modelo de marketing para las artes y la cultura/ 62**
- Figura 3. Pirámide de Maslow/ 71**
- Figura 4. Red semántica de las teorías/ 76**
- Figura 5. Fases del procedimiento para la recolección y análisis de datos/ 82**
- Figura 6. Página de cultura UJAT en Facebook/ 103**
- Figura 7. Página del CEDA UJAT en Facebook/ 104**
- Figura 8. Proceso de trabajo de campo/ 112**
- Figura 9. Red de administración de actividades artísticas/ 114**
- Figura 10. Diagrama de Sankey administración/ 123**
- Figura 11. Red de oferta de actividades artísticas/ 126**
- Figura 12. Diagrama de Sankey oferta/ 128**
- Figura 13. Red de demanda de las actividades artísticas/ 133**
- Figura 14. Diagrama de Sankey categoría demanda/ 136**
- Figura 15. Red completa/ 138**
- Figura 16. Diagrama de Sankey todas las categorías/ 141**

Índice de Apéndices

- Apéndice A. Evidencia de la reunión con entrevistada 1/ 174**
- Apéndice B. Cédula de observación de los eventos artísticos/ 175**
- Apéndice C. Aportación al instrumento de investigador 1/ 178**
- Apéndice D. Aportación al instrumento de investigador 2/ 183**
- Apéndice E. Aportación al instrumento de investigador 3/ 186**
- Apéndice F. Aportación al instrumento de investigador 4/ 193**
- Apéndice G. Aportación al instrumento de investigador 5/ 198**
- Apéndice H. Aportación al instrumento de investigador 6/ 204**
- Apéndice I. Audio entrevistado administrativo/209**
- Apéndice J. Audio de grupo de enfoque/210**
- Apéndice K. Ejemplo de nota de observación/211**
- Apéndice L. Guía de entrevista a administrativos de difusión cultural y consentimiento informado/ 212**
- Apéndice M. Guía de grupo de enfoque para estudiantes y consentimiento informado/ 215**
- Apéndice N. Consentimiento informado entrevista/ 216**
- Apéndice O. Consentimiento informado Grupo de enfoque/ 217**

Resumen

La práctica y consumo de actividades artísticas en estudiantes de educación superior en México trae consigo una serie de beneficios en su desarrollo académico y personal. El objetivo de esta investigación fue identificar y comprender los elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública del estado de Tabasco. Este trabajo fue un estudio fenomenológico desarrollado en un caso con la participación de 35 estudiantes de diferentes áreas de las ciencias a través de grupos de enfoque, 5 administrativos a través de entrevistas semiestructuradas, así como observación participante de 7 eventos artísticos realizados en la institución. Los principales resultados mostraron problemáticas en la ejecución, evaluación y seguimiento de las actividades artísticas y sus medios de difusión donde se incluye el manejo de redes sociales digitales. En este sentido, los elementos que inciden en la participación de los estudiantes en actividades artísticas son relacionados con la administración, además de la influencia del interés, las recompensas y los vínculos personales. Se concluye la necesidad de reflexión y reevaluación de la administración de las actividades artísticas y sus medios de difusión, conocimiento y actualización constante de los algoritmos en las redes sociales digitales, así como el aprovechamiento de los vínculos personales de los estudiantes para la difusión de las actividades.

Palabras Clave: Actividades artísticas, Universidad, Alumnos.

Abstract

The practice of artistic activities in university students in Mexico benefits them in their academic and personal development. The objective of this research was to identify and understand the elements that affect the participation of students in artistic activities of cultural dissemination at a public university in the state of Tabasco. This work was a phenomenological study developed in a case with the participation of 35 students from different areas of science through focus groups, 5 administrative students through semi structured interviews, as well as participant observation of 7 artistic events held at the institution. The main results showed problems in the execution, evaluation and monitoring of artistic activities and their means of dissemination, which includes the management of digital social networks. The elements that influence student participation in artistic activities are administration, the influence of interest, rewards, and personal ties. The need for reflection and reevaluation of the administration of artistic activities and their means of dissemination, knowledge and constant updating of algorithms in digital social networks, the use of personal ties of students for the dissemination of activities is concluded.

Keywords: Artistic Activities, University, Students.

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

Capítulo 1: Introducción

Antecedentes

El arte es definida como una “Manifestación de la actividad humana mediante la cual se interpreta lo real o se plasma lo imaginado con recursos plásticos, lingüísticos o sonoros” (Real Academia Española, 2022a, definición 2). Las disciplinas artísticas mejor conocidas como las bellas artes son: escultura, arquitectura, pintura, música, literatura, danza y cine. Tanto escuelas de educación básica como de educación superior alrededor del mundo toman en cuenta estas manifestaciones para incluirlas en sus planes y programas.

En las universidades, la difusión cultural (o también conocida como extensión cultural) conlleva a la concepción de la cultura como todo el conocimiento humano, la cultura como proceso de comunicación y la cultura como las artes (Ejea y Garduño, 2014). En México, fue a finales de los años setenta que el desarrollo del modelo extensionista de divulgación permitió que florecieran las áreas de difusión cultural. En este periodo se conformaron talleres artísticos y grupos para cumplir con la misión universitaria de llevar la cultura al pueblo, donde los líderes principales eran reconocidas figuras artísticas. En este sentido, las universidades fueron punta de lanza en la tarea de difusión cultural y artística a través de la promoción de la danza, compañías de teatro, ballets folclóricos, orquestas sinfónicas, así como escuelas de arte al interior de las universidades (Molina, 2016).

Así mismo, en 1978 la difusión cultural se incorporó al Plan Nacional de Educación Superior, y en 1986 La Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior [ANUIES] y los responsables de las áreas la definieron dentro de la función sustantiva que tiene como propósito compartir los beneficios de la educación y la cultura a toda la sociedad (Ejea y Garduño, 2014). Es a partir del 2012 que se marca en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos la difusión de la cultura como

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

deber, y las Instituciones de Educación Superior empezaron a tomar medidas al respecto (Molina, 2016), abriendo aún más la oferta cultural en todos los estados del país. De esta forma se concibe la tarea principal de las Direcciones de Cultura en las universidades, la vinculación universidad-sociedad, por medio de las expresiones artísticas y culturales, basadas en los valores de cada institución para el beneficio de la humanidad (García, 2019).

Planteamiento del problema

La organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO, 2022) reconoce la importancia de la sinergia del arte con la educación para la contribución del desarrollo integral, y como auxilio estratégico para la paz y el desarrollo sostenible de acuerdo a la agenda 2030, del número 4 meta 4.7. Así mismo, dicho organismo enlista beneficios de la educación en el arte, tales como mejor rendimiento académico, desarrollo de pensamiento creativo, habilidades interpersonales y sociales, adquisición de talentos y promoción de la diversidad cultural. En México las instituciones de educación superior a través de la difusión cultural realizan diversas actividades relacionadas con la producción, promoción y exhibición de actividades artísticas y de índole cultural (Molina, 2016). La vinculación de los alumnos con el arte es una tarea real de las universidades.

Investigaciones como la de Ortega et al. (2018) muestran que en las instituciones de educación superior aún no hay suficientes espacios de promoción de la cultura, falta administración y contextualización. Otros estudios como el de Pérez (2016), presentan una limitación a partir de la desvinculación y falta de demanda de la comunidad universitaria con las actividades de extensión donde entran las artísticas de difusión cultural. Lo que

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

conlleva a visualizar necesidad de trabajo y estudio en esta área, estudiada a través de la perspectiva de los administradores de difusión cultural y los estudiantes.

En la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco (UJAT), las instancias que administran las cuestiones artísticas son el Centro de Desarrollo de las Artes (CEDA), la Coordinación de Difusión Cultural General, y Coordinaciones de Difusión Cultural por cada una de las doce Divisiones Académicas. No obstante, aunque existe una inversión de recursos por parte de la universidad se visualiza una baja participación e involucramiento de los alumnos en las clases y actividades artísticas que se realizan, lo que conlleva pérdida de potencial educativo y desperdicio de recursos financieros, materiales y humanos por parte de la universidad. Tan solo del 2018 al 2019 el CEDA perdió el 10.7% de su matrícula (Canabal, 2021). No tomando en cuenta aún las pérdidas por pandemia de COVID19.

En la misma institución en cuestión, respecto a la asistencia y participación de las actividades culturales donde se sitúan las artísticas, se reconoce que durante los años del 2016 al 2019 hubo decremento tanto en cantidad de eventos como en participación de estos. Siendo el peor año el 2018 con una disminución del 41.8% en eventos y un decremento del 55% en participación comparativamente con el 2016 (UJAT, 2020). Por lo que se observa que el problema está situado incluso antes del cierre de las escuelas por pandemia COVID19. En este sentido, el problema de investigación se centra en la baja participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública, donde se designan recursos y trabajo administrativo de acuerdo a las políticas públicas externas e internas a favor de la inclusión del arte y la cultura. En términos de investigación se necesita aún más trabajo en la comprensión del fenómeno de la baja participación de los

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

alumnos de instituciones de educación superior y las problemáticas que influyen, ya que el fenómeno de la decadencia del consumo cultural y artístico afecta a todo el país, de acuerdo con los datos de Instituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI] (2022). Además de las implicaciones que el fenómeno tiene en el cumplimiento de objetivos de organizaciones internacionales como la UNESCO (2022) que marcan el camino de la educación y pretenden que las instituciones trabajen el vínculo del arte con la formación integral del estudiante. Así mismo, acuerdo con Pérez-Campaña et al. (2019) la dimensión cultural necesita de políticas, programas y proyectos para el desarrollo personal de los estudiantes, pero es necesario establecer bases de conocimiento del problema en los diferentes contextos.

Los sujetos involucrados en el fenómeno de estudio son los doce directores de División Académica, trece coordinadores de difusión cultural, el coordinador del centro de desarrollo de las artes, y los alumnos de la universidad. Por un lado, las direcciones de las Divisiones Académicas pertenecen directamente a rectoría, y conforman un consejo divisional, los directores evalúan y dictaminan “las actividades derivadas de las funciones sustantivas, adjetivas y normativas, con la finalidad de impulsar el desarrollo y consolidación de la División Académica” (UJAT, 2014, p.14). Por lo que sus decisiones orientan los trabajos específicos de difusión cultural y artística en sus Divisiones.

Preguntas de investigación

Pregunta general:

¿Cuáles son los elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de la UJAT?

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

Preguntas específicas:

¿Cuáles son los fundamentos teóricos de la difusión del arte y la cultura en el contexto internacional, nacional e institucional?

¿Cuáles son los problemas que se presentan en la administración de las actividades artísticas de difusión cultural de la UJAT que afectan la participación de los alumnos?

¿Cuáles son los problemas que se presentan en la oferta de actividades artísticas de difusión cultural de la UJAT que afectan la participación de los alumnos?

¿Cuál es la apreciación de los alumnos de la UJAT de las actividades artísticas de difusión cultural?

Objetivo General

Identificar y comprender los elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de la UJAT.

Objetivos específicos

Identificar los fundamentos teóricos de la difusión del arte y la cultura en el contexto internacional, nacional e institucional.

Identificar las problemáticas que se presentan en la administración de las actividades artísticas de difusión cultural de la UJAT que afectan la participación de los alumnos en las mismas.

Identificar las problemáticas que se presentan en la oferta de actividades artísticas de difusión cultural de la UJAT que afectan la participación de los alumnos en estas.

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

Comprender la apreciación de los alumnos de la UJAT sobre las actividades artísticas de difusión cultural.

Justificación

Los enfoques de la educación formal en el mundo han evolucionado con el paso de los años, siendo uno de ellos el educar para la vida, lo que implica la inclusión del pensamiento creativo y la educación artística para el disfrute, crítica, imaginación, expresión y convivencia (Giráldez, 2014). Algunos de los ejes teóricos que se pueden trabajar con la experimentación del arte son el cuerpo-espacio- tiempo, la comunidad práctica, el pensamiento complejo, y la inferencia lógica (Muñoz, 2014).

La experiencia de los estudiantes con las artes tiene implicaciones de diversos tipos, como formación de circuitos cerebrales y experiencias sensoriales, desarrollo de recursos de cognición y análisis (Palacios, 2006). Además, estudios como el de La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE, 2013) expusieron una implicación de diferentes formas de arte en el desarrollo del ser humano, como la música en destrezas fonológicas, artes visuales en lógica geométrica, la danza en la destreza espacial, y el teatro en habilidades verbales, aunque se reconoce la necesidad de un mayor trabajo de investigaciones de factores relacionados con la motivación y creatividad.

En México, el consumo cultural y artístico ha ido cambiando con el paso de los años, un estudio del INEGI (2022) resalta una decadencia del consumo cultural del 2016 al 2021 de 46.7 puntos porcentuales (de 64% a 17.3%), no obstante, en el 2022 se logró una recuperación de 23.9 puntos porcentuales (todavía 22.8 puntos porcentuales menos que en 2016). En este mismo estudio se reflejan entre otras cosas, mayor preferencia del cine sobre

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

otras actividades artísticas y menor preferencia de las obras de teatro; mayor porcentaje de personas que asistieron por primera vez a eventos artísticos y culturales que por segunda, tercer y cuarta vez (donde la cuarta vez es en menor porcentaje a excepción del cine); la mayor parte de la población con nada de interés en espectáculos de danza y exposiciones, poco interés en obras de teatro, y regular interés en conciertos y cine; motivaciones principales para considerar la asistencia entradas a bajo costo y cercanía de las viviendas; y asociación positiva con el nivel de escolaridad de la población, donde la población que más asiste a este tipo de eventos es la que cuenta con un grado académico de educación superior (INEGI, 2022). En este último punto, las instituciones de educación superior tienen una influencia importante sobre el tema.

De acuerdo con un estudio de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM, 2021) el consumo cultural y artístico en el país disminuyó durante el 2020 debido a la pandemia por COVID19, no obstante, si se hace una comparación de las estadísticas del consumo cultural un año antes de pandemia (plasmado en el mismo estudio) con la última encuesta nacional de consumo cultural del desaparecido Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONACULTA, 2012a) (entendiendo que los parámetros de los estudios son diferentes pero sirven de referencia) se visualiza entre otras cosas: la permanencia del cine como preferido en consumo cultural debido a la existencia de plataformas digitales como Netflix o Amazon Prime; disminución al consumo de presentaciones de danza (33% a comparación del 11.3%), disminución en asistencia a conciertos (54% a comparación del 32.2%), disminución de la asistencia al teatro (32% a comparación del 23%), disminución del uso de bibliotecas (55% a comparación del 15.7%) (CONACULTA, 2012b).

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

Existe un desinterés de la juventud en México por las cuestiones culturales y artísticas, algunas veces esto se relaciona con el predominio de las influencias extranjeras, sin embargo, se propone la necesidad de entender cuestiones como: ¿qué genera la predisposición y preferencias de las actividades artísticas? ¿cómo responden los individuos a la información cultural? ¿cómo se difunde y a través de qué medios? (UNAM, 2021). En este sentido, la apreciación de la comunidad universitaria sobre el desarrollo de las actividades artísticas de difusión cultural permite el análisis de estas preguntas.

La población universitaria que pertenece a la generación llamada Z, representa el 32% de la población mundial (UNAM, 2021). Es decir, su consumo artístico define por mucho el rumbo de la sociedad en general. Se dice que, debido a la globalización y el uso de tecnologías, en los jóvenes universitarios las actividades artísticas se llevan a cabo variando la frecuencia y algunas están dejando de hacerse (Villamil y Hurtado, 2019). Existen algunos estudios individuales de universidades en México que muestran las carencias de estas respecto a las actividades artísticas y de difusión cultural, dentro de ellas: la baja demanda, la falta de difusión, influencia del hogar en el bajo consumo cultural, y la necesidad de implementación de tecnología dentro de la oferta (Canabal, 2021; Flores et al., 2009; Hinojosa, 2012, Romero, 2020, & Terrazas et al., 2015). Por estas razones, aún se necesita profundizar sobre este fenómeno en los contextos para aportar a un análisis general de la situación en el país.

En Tabasco no existen estudios actualizados sobre el consumo cultural y artístico, no obstante, el estado cuenta con 550 espacios para la cultura y las artes y 528 bibliotecas donde se reconoce la ineficiencia por cuestiones de infraestructura y falta de modernización (Comité de Planeación Para el Desarrollo del Estado de Tabasco, 2019). No obstante, en el

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

análisis nacional de prácticas y consumo cultural del 2012, Tabasco ocupaba el último lugar en: lectura y asistencia a presentaciones tanto musicales, de teatro y de danza (CONACULTA, 2012b).

Ofrecer soluciones a raíz del análisis de resultados de esta investigación respecto a la demanda de actividades artísticas de difusión cultural, conlleva beneficios institucionales como el aprovechamiento de los recursos ya destinados a dicha área. Además de que servirá como referencia para otras instituciones dentro del contexto. Así mismo, la implementación de este trabajo se refuerza en la documentación de las políticas e instrucciones internacionales de la UNESCO (2022) donde se pretende colocar un vínculo entre el arte y la educación a favor de la formación integral.

Los principales beneficiados de esta investigación serán los coordinadores de las áreas de difusión cultural de la UJAT, y el coordinador del CEDA quienes podrán orientarse de los resultados para la toma de decisiones y mejora de sus áreas en vinculación con los alumnos. Sin embargo, la aportación de esta investigación también será de interés para todas las instituciones de educación superior de Tabasco y México, que tengan dentro de sus objetivos la difusión cultural y artística para sus alumnos. El estudio proporcionará información de carácter conceptual ya que se realizará una revisión del marco teórico de los aspectos de difusión cultural y artística. Además de cubrir un vacío de conocimiento pues no se han encontrado investigaciones previas, ni información histórica y conceptual sobre la percepción de las comunidades universitarias de las actividades artísticas en el estado de Tabasco. Este trabajo es factible ya que se tiene el acceso a la institución de educación superior del estado de Tabasco con mayor prestigio social, como muestra potencial. Así mismo se cuenta con poco más de un año para la elaboración del trabajo de campo.

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

Supuesto

Los elementos y problemáticas en la administración y oferta de las actividades artísticas de difusión cultural de la UJAT son los factores que más influyen tanto en la apreciación como en la baja participación de los alumnos en estas actividades.

Limitaciones y delimitaciones

La investigación se encuentra delimitada en la UJAT y sus Divisiones Académicas, tomando de ella muestras para el estudio. Este estudio tendrá un alcance institucional, con un enfoque cualitativo, su trascendencia regional requiere la consideración de los contextos, sin embargo, los hallazgos pueden servir como marco de referencia para futuras investigaciones.

Capítulo II: Marco teórico

Cultura

De acuerdo con la Real Academia Española (2022b) la cultura se define entre otras cosas como: “cultivo” (def.1) y “conjunto de conocimientos que permite a alguien desarrollar su juicio crítico” (def.2). Sin embargo, es un término extenso y variado debido a que se usa para referirse a diversas cosas. Laje (2022) agrupa las definiciones de cultura en tres tipos: la que se refiere al cultivo que surge de la etimología *colere* y tiene que ver con el esfuerzo del ser humano para desarrollar sus capacidades y cultivar el espíritu; la cultura referida a los elementos que son creación del hombre y que no son causa de una herencia biológica (sobre todo aterrizada dentro de la sociología), y cultura entendida como los productos estéticos de la expresividad humana, donde tiene cabida el arte. Esta última acepción es la que se retoma y se refiere en esta investigación para estudiar la difusión cultural y artística dentro de las universidades.

Arte

La palabra Arte deriva del latín *ars* y griego *techné* que se refiere a cualquier habilidad o capacidad humana para realizar una actividad con destreza (Freitag, 2015). En este sentido un primer significado de arte (antes del establecimiento de las bellas artes) estaba situado en contextos sociales, políticos, religiosos y prácticos.

El origen del arte se puede ubicar en la antigua Grecia con una evolución en el renacimiento, el concepto fue construido con base en la perspectiva occidental de la cultura (Freitag, 2015). Así mismo, el arte puede ser entendido como una categoría común en culturas diferentes, aunque debido a las grandes diferencias entre oriente y occidente algunas obras pudieran no parecer estéticas a los ojos del espectador. No obstante, los

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

sociólogos han mostrado cómo la universalidad del juicio estético es parte de la hegemonizarían de la libertad y el individualismo (Martínez, 2012).

Sentido antropológico del arte

El arte es un medio de acción social que se usa para afectar y provocar a una idea o acto, en las obras se encarnan las intenciones y expectativas que modifican el contexto social. En este sentido el arte es símbolos y representaciones que intervienen y modifican las relaciones sociales (Martínez, 2012). Por esta razón las obras provocan emociones, transmiten mensajes que dependiendo el receptor tiene una interpretación de acuerdo con su contexto. Una de las funciones más importantes del arte desde sus inicios fue la explicación de la vida y el uso en las religiones. Se dice que la religiosidad ha sido la primera motivación de la actividad artística, observable desde las manifestaciones rupestres del Paleolítico. Aunque pudiera pensarse que la estética se contrapone al sentido espiritual, es en realidad todo lo contrario, el arte sirve como medio idóneo de expresión para las cuestiones sagradas (Amador, 2006).

Así mismo, el arte con su evolución ha servido para la manifestación y expresión de grupos de poder, y grandes movimientos de protesta. Por ejemplo, en México con los murales nacionalistas y anti-imperialistas, que representaron transformaciones tanto políticas como artísticas y que fueron criticados por los mensajes e ideologías propagadas (Feria y Campillo, 2010). En este sentido, el arte no solo es considerado objeto de admiración y apreciación, sino como medio de expresión y señalamiento ante los escenarios sociales.

El Arte en la educación

Beneficios del arte

Diversos estudios han tratado de comprobar la relación que existe entre la práctica del arte y el desarrollo de habilidades académicas. La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE, 2013) recopiló la evidencia y los estudios que se tenían (sobre todo en Estados Unidos) y llegó a las siguientes conclusiones: se establece una relación entre participar en los cursos de artes y las mejores calificaciones, sin embargo, no se pueden ignorar otros aspectos como el socioeconómico, el tipo de arte, y el tipo de escuela; la educación musical fortalece el coeficiente intelectual, el rendimiento académico, las habilidades fonológicas y la capacidad de escuchar el habla en un entorno ruidoso; la educación teatral en el aula fortalece las habilidades verbales; las artes visuales favorecen el razonamiento geométrico; la danza mejora las habilidades espaciales (aunque aún faltan estudios más allá de papel y lápiz); los estudiantes en cursos de arte tienen una actitud más ambiciosa hacia el trabajo académico, pero se requiere mayor trabajo de investigación en los factores y condiciones bajo los cuales la educación en artes tiene efectos de creatividad, innovación, y motivación. Así mismo el arte moldea humanísticamente y otorga una visión más amplia de la realidad que propicia la dimensión estética y cognitiva (Serna, 2022). En este sentido, el arte podría aportar beneficios a los estudiantes en general.

Así mismo, existe una competencia cultural y artística que puede considerarse con la simple apreciación de la expresión creativa de ideas, experiencias y emociones, se utilizan códigos artísticos para un lenguaje; esto permite que los estudiantes desarrollen un pensamiento divergente, valoren la libertad de expresión, y desarrollen capacidades para un trabajo colaborativo (Hernández-Bravo et al., 2014). Aunque estas apreciaciones son muy

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

utilizadas para el trabajo artístico en la educación básica, cabe mencionar que es en la etapa universitaria que se requieren reafirmar mucho más estas capacidades. De acuerdo con Palacios (2006) el arte contribuye a la redención de un ser acelerado y deshumanizado.

Por otro lado, después de pandemia por COVID19 el mundo ha sufrido diversos cambios drásticos en la comunicación y las manifestaciones del hombre, de acuerdo con Yepes (2023) el arte otorga afecto y este a su vez cambia los discursos no siendo una cura, pero sí un medio para trabajar las cuestiones internas del ser humano y que el autor direcciona a una resistencia frente a posiciones políticas, pero aplica para la sensibilización en diversos sectores de la vida humana.

El arte en la formación integral

De acuerdo con Serna (2022) el arte juega un papel muy importante en la visualización de aquellas cosas escondidas en la vida cotidiana, establece dialogo y favorece no sólo al desarrollo de habilidades motrices sino también al afinamiento de la percepción y apreciación del mundo. En la educación superior, el arte aporta también en la formación integral que la universidad está llamada a ofertar. No solo se trata de egresar profesionistas con conocimientos sino profesionales con sentido humano desde su propia vocación (Fandiño, 2004). En las Universidades de Latinoamérica el arte es visualizada en la difusión cultural y esta a su vez en las áreas de extensión, de acuerdo con las necesidades sociales del entorno. No es posible realizar extensión sin difusión cultural. La responsabilidad social universitaria aumenta el campo de acción de la cultura y el desarrollo de proyectos con sensibilidad artística (García, 2019). A pesar de que la gestión cultural en la universidad mexicana tiene su razón de ser en la extensión universitaria, no existen políticas culturales universitarias que se relacionen con las estatales, y el trabajo

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

cultural se limita (Molina, 2016). En otras palabras, se necesita vincular de manera correcta lo que se hace en la institución hacia la sociedad, que es la función principal de la extensión universitaria.

En este sentido, la preservación del desarrollo cultural y artístico es una tarea importante de la extensión universitaria, y uno de los auxiliares es la animación sociocultural. Generar actividades con este enfoque aporta núcleos estratégicos para profesionistas y ciudadanos (Pérez- Campaña et al., 2019). La formación en la educación superior no solamente debe proveer herramientas para la ejecución de una carrera profesional, sino que le corresponde formar individuos de forma integral.

Difusión Cultural y Artística

Políticas de difusión cultural y artística

De acuerdo con el Plan Nacional de Desarrollo 2019-2024 (Gobierno de la República [México], 2019) se pretende una inclusión a las actividades culturales (de las cuales se mencionan también las artísticas), ya que ante la situación del país representan factores de paz, cohesión social, convivencia y espiritualidad. Por estas razones se plantea la promoción de la diversidad cultural del país, el rescate de los recintos de difusión del arte, y la vinculación de la cultura a los más necesitados garantizando la inclusión. Si bien hay una preocupación por la difusión cultural y artística, este plan nacional de desarrollo no asigna tareas a las universidades en este tema.

Por otro lado, en el Plan Estatal de Desarrollo de Tabasco (Gobierno del Estado de Tabasco, 2019), se remarca la importancia de la cultura y la actividad artística para la inclusión social, la comunicación, y las capacidades creativas de las personas. Se reconocen

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

insuficientes los recursos destinados a la promoción y disfrute de las artes (0.55% del presupuesto autorizado del Gobierno del Estado), y la necesidad de una sinergia entre ciudadanos e instituciones para ampliar la oferta de eventos culturales. Así mismo, se resalta la valoración de los 586 espacios culturales y artísticos del Estado que forman parte del patrimonio cultural del mismo, para el cumplimiento con la Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial de la UNESCO.

En vinculación con la educación, en este mismo plan se pretende garantizar los programas y el acercamiento al arte en las escuelas en todos los niveles educativos, con el fin de contribuir a la formación de la sensibilidad del estudiante. Dentro de los objetivos más relevantes en relación con la promoción de la cultura y las artes se encuentran: promover el valor de los bienes culturales y tangibles, la diversidad cultural y la conservación de sus inmuebles; y desarrollar artes y expresiones culturales que contribuyan a la formación integral (donde sobresalen estrategias de intercambios académicos nacionales e internacionales entre instituciones culturales y centros educativos).

En cuanto a la Ley General de Educación (Congreso General de los Estados Unidos Mexicanos, 2019) acorde a la orientación integral, el artículo 18 plantea la apreciación y creación artística por medio de conocimientos y habilidades creativas para su manifestación en distintas formas. Lo que implica que las instituciones de educación deben colocar en sus tareas, actividades y eventos artísticos. Así mismo, en el artículo 30 número 22, se marca la necesidad de inclusión a los contenidos de planes y programas de estudio “el conocimiento de las artes, la valoración, la apreciación, preservación y respeto musical, cultural y artístico, así como el desarrollo de la creatividad artística por medio de los procesos tecnológicos y tradicionales” (p.15). En el artículo 60 de esta misma ley, se marca la

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

obligación del Estado de apoyar y promover la creación y difusión artística con el fin de aportar la orientación integral del educando.

En este sentido se observa una alineación entre el Plan Nacional de Desarrollo, el Plan Estatal de Desarrollo, y la Ley General de Educación, en cuanto a la importancia de la difusión de las actividades culturales y artísticas en beneficio a la inclusión social y la formación integral de los ciudadanos y estudiantes. Aunque el protagonismo de las instituciones de educación superior no es tan resaltado en los documentos, y cuando se menciona no se marcan estrategias y metas medibles.

De acuerdo a la ANUIES (2019) la difusión cultural es un elemento importante para el desarrollo y formación integral de la comunidad estudiantil, esta asociación dice promover las actividades de difusión cultural mediante la planeación, organización y realización de programas y acciones institucionales. Para este organismo una de las áreas de actividad de la difusión cultural son la producción y difusión artística, lo que permite visualizar que por lo menos documentalmente sí existe un interés por las artes de parte de los organismos que rigen la educación superior en el país.

El arte para el Consejo Nacional de Humanidades Ciencias y Tecnologías

(CONAHCYT) de México

Para el CONAHCYT el arte juega un papel muy importante para el desarrollo de la sociedad, ya que desde el año 2020, cuenta con una red de espacios de acceso universal al conocimiento por medio del arte, la ciencia y el diálogo de saberes (Consejo Nacional de Humanidades Ciencias y Tecnologías, 2023). Además, este organismo junto con la Secretaría de Cultura ofrece durante los últimos años más apertura en una convocatoria

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

llamada “creación y conocimiento hacia el futuro” donde se ofrecen apoyos a profesionales de la cultura y el arte para llevar a cabo estudios de maestría o doctorado en esta área, con el fin de estimular y robustecer la educación y la investigación en materia artística y cultural, debido a la importancia que esto representa para el país y con la pretensión que los profesionales devuelvan a este lo invertido (Consejo Nacional de Humanidades Ciencias y Tecnologías, 2022).

Difusión cultural y artística en las mejores universidades del mundo

Para comprender mejor el fenómeno de la difusión cultural y artística es necesario contextualizar y visualizar ¿qué están haciendo las universidades en estas áreas? Por esta razón se tomaron las mejores universidades del mundo de acuerdo con la clasificación mundial de universidades Quacquerelli Symonds (2022) para su visualización. Este estudio es realizado año con año a más de 1300 universidades en el mundo de acuerdo a los indicadores de: estudiantes internacionales, profesores internacionales, proporción de estudiantes, citas por facultad, reputación académica y reputación del empleador. Según su puntuación las mejores universidades en el mundo son: Instituto Tecnológico de Massachusetts (Estados Unidos); Universidad de Oxford (Reino Unido); Universidad de Stanford (Estados Unidos); Universidad de Cambridge (Estados Unidos); y Universidad de Harvard (Estados Unidos).

Instituto Tecnológico de Massachusetts, Estados Unidos.

La universidad mejor puntuada de Estados Unidos y el mundo, reconoce que las artes están enraizadas en la experimentación, la aceptación de riesgos y la resolución imaginativa de problemas. Esta institución oferta diversas prácticas extracurriculares entre las que destacan las cuestiones artísticas como la música y la danza. Así mismo, presume

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

de poseer en su campus más de 3500 obras destacadas de arte contemporáneo, galerías, exposiciones, edificios emblemáticos, un centro de artes visuales (que funciona como laboratorio creativo para artistas), y un laboratorio de música y artes (especial para la creación de prototipos de música, fotografía, textiles, moda, y otras artes digitales). Por estas razones se calcula que el 73% de los estudiantes universitarios de primer año se inscriben en clases de artes. En la institución se puede estudiar artes con título de especialización o posgrado; unirse a comunidades artísticas (como grupos de rendimiento de danza, música, teatro, y formas interdisciplinarias); asistir a eventos artísticos periódicos y no periódicos; obtener becas por excelencia en la práctica del arte, y hacer arte a través de recursos de financiamiento y apoyo de la universidad. Así mismo, la Asociación de Estudiantes de Arte ofrece instrucción en clases de fotografía, cerámica, pintura al óleo y más (Massachusetts Institute Of Technology, 2022).

Universidad de Oxford, Reino Unido.

Esta universidad, cuenta con uno de los mejores cursos de arte en el mundo, estudio de las bellas artes para la preparación de artistas, así como líneas de investigación en artes. Además de manera extracurricular esta universidad cuenta con un club de arte denominada la primera sociedad de bellas artes de Oxford, en la cual se aceptan estudiantes y no estudiantes, donde se realizan presentaciones artísticas, charlas, visitas a museo y galerías, talleres con artistas invitados, y talleres para artistas aficionados y avanzados en los cuales se disfrutan equipos de arte y convivencia. Así mismo, esta institución cuenta con otras sociedades y clubes que enseñan y realizan eventos culturales y artísticos, tales como: club de Ballet; una banda de música de la universidad; un coro oficial (tanto para cantantes experimentados como primerizos); una sociedad de danza; una fundación de cine; una

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

sociedad de música; una sociedad música rock; cuatro orquestas; una sociedad de danza china; una sociedad escocesa de danza; y una sociedad de baile salsa (University of Oxford, 2022). Es importante recalcar, que las actividades artísticas y culturales en la Universidad de Oxford son impulsadas principalmente por los estudiantes.

Universidad de Stanford, Estados Unidos.

En cuanto a la Universidad de Stanford se puede apreciar una inclinación hacia las artes escénicas, ofreciendo una amplia gama de actuaciones y experiencias en vivo. Además, cuenta con un distrito de las artes que es un campus conformado por estudiantes, ex alumnos, padres, profesores, y personal, donde se vive y enseña el arte y su historia, la escritura creativa, el baile, el diseño, los medios digitales, el cine, la música, el teatro y la actuación. Este distrito cuenta con auditorios, galerías de arte, un anfiteatro, un centro de música, y un *Arts Gym* dedicado a la creación artística. Así mismo, la universidad cuenta con organizaciones afiliadas para el fomento de las artes, y se les otorga mucha importancia a los grupos estudiantiles como la sociedad teatral, el club de comedia, la compañía de Shakespeare, el ballet folklórico, el grupo de baile salsa, el grupo de tango, los grupos de armónicos y orquestas, el grupo de cantantes, el grupo de anime en las artes, el colectivo de cine, el club de guiones gráficos, el club de efectos visuales, entre otros (Stanford University, 2022).

Por otro lado, en esta universidad se goza de una amplia oferta cultural y artística en un centro de recursos visuales, una biblioteca de arte y arquitectura, un instituto para el arte e investigación, un instituto para la diversidad en las artes (donde se orientan las artes a favor de la justicia social y el empoderamiento a la diversidad cultural), y dos museos de

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

arte de clase mundial (centro cantor de artes visuales, y colección Anderson). Todo con el propósito de contribuir a la formación del estudiante (Stanford University, 2022).

Universidad de Cambridge, Reino Unido.

La universidad de Cambridge por su lado, cuenta con diversas actividades artísticas, tales como: teatro (donde pertenece el club dramático amateur); y música a través de sociedades estudiantiles de coro y orquesta. Las sociedades en general son una forma muy particular de las universidades de primer mundo de vincular a los estudiantes con temas de su interés, además de los ya mencionados la universidad de Cambridge ofrece: la Compañía de Cine y Teatro Pan; la Compañía de Teatro Brickhouse; la Sociedad de Música Alternativa de Cambridge; la Orquesta de Posgrado de Cambridge; la Asociación de Cine de la Universidad de Cambridge; la Sociedad de Música de Christ's College; la Banda de Jazz de Churchill; el Club Dramático Amateur de CU; la Sociedad de Literatura Antigua CU; la Sociedad de Poesía de los Mirlos de CU; entre otras. De este mismo modo la universidad oferta en cartelera diferentes eventos mensuales tanto culturales como artísticos, con el fin de crear comunidad (University of Cambridge, 2022).

Universidad de Harvard, Estados Unidos.

Esta institución es una de las mejor calificadas no solo en Estados Unidos sino en el mundo entero, y pronuncia una visión a favor de las artes como parte integral de la universidad en los planes de estudio de pregrado (licenciatura) y posgrado. La universidad además presume de tener más de 100 organizaciones artísticas de estudiantes universitarios, así como programas curriculares y cursos para el estudio de las artes. De igual forma se dice que el enfoque de las artes que manejan es el resultado de los intereses de los

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

estudiantes a largo plazo junto con una mezcla de gestión institucional, aunque se reconoce poca interacción con los estudiantes universitarios en algunas de las actividades artísticas (Harvard University, 2008).

De acuerdo con su página web oficial, en la Universidad de Harvard se realiza una serie de eventos curriculares y extracurriculares en relación con la práctica y apreciación de las artes. Su catálogo cultural y artístico contiene museos, arquitectura, danza, escritura, cine, música, teatro y artes visuales. Dentro de lo más destacado se encuentran los cursos en el programa de escritura creativa; diversos grupos de baile que tienen presentaciones cada semestre; departamento de música con variadas escenas musicales; producciones profesionales de teatro y cursos ofrecidos por el comité de drama; y variadas galerías de arte, así como práctica de artes gráficas, escultóricas, digitales, de video y medios mixtos. Del mismo modo, Harvard ofrece a sus estudiantes y a interesados un programa de un año “Artes en Educación”, que inserta las artes en los entornos educativos dentro y fuera de la escuela para estudiantes de todas las edades con el fin de desarrollar en ellos habilidades analíticas y prácticas reflexivas. El programa incluye pasantías y trabajo de campo y la conformación de comunidad (donde se ofrecen conciertos, proyecciones de películas, y exposiciones de galería de arte) (Harvard University, 2022).

Difusión cultural y artística en universidades de Europa

Las universidades en el continente europeo no quedan atrás en temas artísticos, estos países son reconocidos en el mundo por su vasto patrimonio histórico y cultural. En los ejemplos más importantes se encuentran: La Universidad de París 1 Pantheon-Sorbonne (Francia); La Universidad Técnica de Múnich (Alemania); y la Universidad de Roma Sapienza (Italia).

Universidad de París 1 Panthéon-Sorbonne, Francia.

Esta universidad histórica ha evolucionado desde el siglo XIII y mantiene su misión formativa en torno a tres áreas científicas: las ciencias humanas y las artes, el derecho y las ciencias políticas, y la economía y la gestión. Dicha institución cuenta con un centro de humanidades y artes en donde se reúnen los departamentos de historia, geografía, filosofía, historia del arte, arqueología, artes plásticas y ciencias del arte donde también se trabajan cuestiones como la estética y restauración de obras (Universidad de París 1 Panthéon-Sorbonne, 2022).

En la Universidad de París 1 Panthéon-Sorbonne se cuenta con una agenda de actividades y eventos culturales para la comunidad universitaria, como lo es el festival de cortometrajes organizado por los estudiantes. Además, esta universidad tiene talleres culturales y artísticos con o sin bonificación a las calificaciones. Los talleres con bonificación son: dos talleres de teatro en colaboración con otras instituciones especializadas, un taller de desarrollo del actor y un taller de descubrimiento del mundo árabe. Los talleres sin bonificación a las calificaciones son: taller de radio, taller de teatro con improvisación en inglés, taller de fotografía y taller de escritura. Dentro de los programas destacados para la promoción de la cultura y el arte se encuentra la suscripción de la tarjeta POP del centro Pompidou (gracias a la colaboración con asociaciones culturales), una gran oferta de experiencias artísticas a los estudiantes de esta universidad obtenida de manera gratuita para los recién llegados, y con un costo de 15 euros como pago anual después del primer año (Universidad de París 1 Panthéon-Sorbonne, 2022). De este modo, se visualiza que este tipo de universidades tiene un trabajo de gestión para las artes y una gran respuesta de sus estudiantes.

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

Universidad Técnica de Múnich, Alemania.

Esta universidad alemana ofrece diversas experiencias en cultura y arte, contando con un museo de arquitectura, un cine universitario (con ofertas nuevas cada semana), dieciséis orquestas, once coros, cinco bandas de música, un grupo teatro y un grupo de ópera. Dentro de estas ofertas se visualiza el modo de grupo artístico, taller y clubes, estos últimos no son tan amplios como en Estados Unidos, pero aun así ofrecen oportunidades artísticas promocionadas por los mismos estudiantes (grupo de teatro, grupo de danza, grupo de cine, club de lectura y banda de jazz). Así mismo, esta universidad se mueve dentro de la investigación en el arte y la cultura a través de las colecciones y exposiciones artísticas sobre todo en el museo de arquitectura (Universidad Técnica de Múnich, 2022).

Universidad de Roma Sapienza, Italia.

De acuerdo con su página web oficial esta universidad cuenta con importantes eventos culturales y artísticos, como lo son los conciertos de música clásica y jazz, puestas en escena de obras griegas y latinas, iniciativas teatrales y cinematográficas, y un canal de radio. Tanto los alumnos como los profesores pueden pertenecer a las tres orquestas y dos coros universitarios. Además, esta universidad tiene un centro de creación para la gestión y renovación del teatro Ateneo, y un teatro antiguo en las instalaciones de la universidad (Universidad de Roma Sapienza, 2022).

Difusión cultural en las universidades de América Latina

De acuerdo también con el ranking de clasificación mundial de universidades Quacquerelli Symonds (2022), las mejores universidades de América Latina (excluyendo

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

México para otro apartado) son: Universidad de Buenos Aires, Universidad de Sao Paulo, Pontificia Universidad Católica de Chile y Universidad de Chile.

Universidad de Buenos Aires (UBA).

Esta universidad está ubicada en Argentina y cuenta con una Dirección de Cultura perteneciente a la Secretaría de Extensión Universitaria de la Facultad de Ciencias sociales. Esta área busca el encuentro entre las distintas expresiones culturales y artísticas de la universidad y la sociedad (Universidad de Buenos Aires, 2022). Las aportaciones más importantes de la universidad en cuanto al arte, son la orquesta de música, la red de museos, los centros culturales, y un cine. En el centro cultural principal de esta universidad, llamado “Ricardo Rojas”, se imparten cursos en diferentes modalidades sobre cuestiones culturales y artísticas como escritura creativa y actuación; además de diversos eventos constantes para la comunidad universitaria. Por otro lado, la UBA maneja un programa llamado Recrear Cultura, que utiliza intervenciones interdisciplinarias y artísticas para vincularse con la sociedad más vulnerable.

Universidad de Sao Paulo.

La universidad Pública de Sao Paulo es una institución brasileña dedicada a la formación de profesores y docentes en diferentes áreas de las ciencias, ofreciendo también carreras en artes. Dicha universidad posee ciertos atractivos culturales y artísticos, como el museo de arqueología y etnología, donde se realiza investigación, docencia y difusión cultural (Universidad de Sao Paulo, 2022). En su página web no se localiza algún área o departamento específico de difusión cultural o talleres artísticos.

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

Pontificia Universidad Católica de Chile.

Considerada la mejor universidad en Chile de acuerdo al ranking de clasificación mundial de universidades Quacquarelli Symonds (2022), esta universidad cuenta con un área de extensión cultural que administra los eventos artísticos y culturales; así como las exhibiciones y colecciones que la institución posee. Además, la institución posee una dirección de artes y cultura a cargo de concursos, proyectos, festivales, premiaciones y un catálogo de proyectos y producción artística. Dicha dirección se ocupa del fomentar y difundir creaciones artísticas de todos los estamentos de la universidad (Pontificia Universidad Católica de Chile, 2022). Dentro de la programación cultural se encuentran eventos teatrales y musicales, ofertando estudios en estas áreas.

Universidad de Chile.

Esta universidad privada ubicada en Chile cuenta con un área de extensión y cultura que maneja las clases y eventos culturales y artísticos de la misma. Esta institución cuenta con un centro de extensión artística cultural y es sede de eventos nacionales e internacionales (Universidad de Chile, 2022). Dentro de la misma universidad existe un Departamento de Teatro en la facultad de artes, un organismo denominado Agrupación Sinfónica, el Ballet Nacional Chileno y museos que se vinculan con la universidad. En la página web se puede observar diversas actividades de radio, museos y teatros, orquesta, ballet, coro y editorial universitaria, como parte de la aportación cultural.

Difusión cultural en las universidades de México

Las universidades de México mejor calificadas, según el ranking Quacquarelli Symonds (2022) son: Universidad Nacional Autónoma de México, Instituto Tecnológico y

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

de Estudios Superiores de Monterrey; Universidad Panamericana; Universidad Anáhuac México; Universidad Iberoamericana; Instituto Politécnico Nacional, y el Instituto Tecnológico Autónomo de México, por lo que el desarrollo de la difusión cultural y artística en dichas universidades constituye una referencia importante en el país.

Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM).

La máxima casa de estudios del país maneja un departamento de difusión cultural denominado “Cultura UNAM” en donde se ubican actividades académicas, culturales y artísticas, en su página oficial se pueden encontrar convocatorias, programa de puntos de cultura, diagnósticos culturales, difusión de festivales y encuestas de consumo. Se define el propósito central de cultural UNAM como “incorporar el arte y la cultural en la vida cotidiana de los universitarios y de la sociedad en general, promover el espíritu crítico desde el arte, e impulsar la creación de puentes entre la cultura y la ciencia” (UNAM, 2022). El trabajo de difusión cultural de la UNAM remarca ser de la mano con instancias de investigación científica. De igual forma, se ofertan diversas disciplinas artísticas tanto a publico interno como externo, tales como Danza, Teatro, Música, Literatura, y demás.

Una de las implementaciones más importantes es la de puntos Cultura UNAM que son otorgados a los alumnos de la universidad como un sistema de recompensa al inicio de cada semestre para la asistencia a conciertos, museos, funciones, y compra de libros. En cuanto al diagnóstico cultural, la universidad cuenta con tres productos importantes: “Documento” que es elaborado con la participación de especialistas de diversos sectores con fin de aportar a la política cultural, “Estudio de opinión” que es un sondeo aplicado en el 2021 para conocer el impacto del COVID19 en el sector cultural, y “Foros” de reflexión y discusión en torno a la cultura y los escenarios presentes tras la pandemia.

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

Del mismo modo, en el 2020 la UNAM realizó la Encuesta Nacional Sobre Hábitos y Consumo Cultural (donde se mide también el consumo de las cuestiones artísticas), algunos resultados del efecto pandemia fueron: irrupción del internet en el consumo cultural donde el uso de redes sociales fue la actividad con más tiempo dedicado a pesar de las diversas propuestas culturales que se ofertaron en línea, preferencia de cine antes de cualquier actividad cultural a través de plataformas digitales, y uso mayor de WhatsApp y Facebook (UNAM, 2021).

Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey.

Conocido también como el Tecnológico de Monterrey. Esta institución de carácter privado, en su organigrama no cuenta con un área explícita de difusión cultural. Sin embargo, mantiene dentro de sus valores la vinculación social. Así mismo en su página web cuenta con área de arte y cultura donde mantiene a la comunidad informada de los eventos a realizar en esta área, así como oferta de su compañía de danza y teatro (Tecnológico de Monterrey, 2022).

Universidad Panamericana (UP).

Al igual que el Tecnológico de Monterrey, esta universidad privada no cuenta con un departamento de difusión cultural; no obstante, si tiene uno de arte y cultura. Este departamento tiene como objetivo “contribuir a la formación integral de la comunidad universitaria a través del diseño, planificación, e implementación de diferentes programas y actividades artísticas y culturales” (Universidad Panamericana, 2022). De tal forma que sus funciones se precisan en: conservar el patrimonio cultural; promocionar manifestaciones artísticas y culturales; y transmitir las actividades culturales.

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

Universidad Anáhuac México.

Otra escuela privada que en cuanto a la cultura afirma atender a alumnos de todas las licenciaturas a través del área de Arte y Cultura. Esta área se pronuncia a favor de “fomentar el desarrollo de los valores del bien, la belleza y la verdad, a través de talleres y eventos que permitan la convivencia, cultura general y sensibilidad artística” (Universidad Anáhuac México, 2022a). En cuanto a sus principios, se define a favor de la formación integral de los estudiantes, en donde se incluye la preparación profesional y cultural.

Universidad Iberoamericana.

Esta universidad privada cuenta con una coordinación de difusión cultural, que así misma se denomina como complemento de la formación curricular y oferta artística. Así mismo otorga espacios para la difusión del arte para los estudiantes y público general. En este sentido la Universidad Iberoamericana reconoce no estaría completa sin los espacios adecuados para la difusión de la cultura (Universidad Iberoamericana, 2022).

Instituto Politécnico Nacional (IPN).

El IPN es una institución de carácter público que prevé ordenamientos con el propósito de “difundir la cultura, fomentar la sensibilización, la creatividad y el desarrollo artístico de la comunidad estudiantil politécnica, así como de promover la formación educativa integral, la investigación y la interdisciplinar como método de trabajo para la creación artística” (Instituto Politécnico Nacional, 2022). Todo esto a través de la Dirección de Difusión Cultural quien oferta disciplinas artísticas como danza, literatura, música, y artes plásticas; además de la realización de diversos eventos culturales.

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

Instituto Tecnológico Autónomo de México (ITAM).

El ITAM es una institución privada donde no se visualiza un departamento de difusión cultural, pero sí ofrece talleres artísticos que contribuyen a la formación integral, tales como Coro, piano, guitarra, música clásica, dibujo y pintura, cello y violín. Además, desde el 2006 cuenta con un coro y ensamble de música clásica (ITAM, 2022).

Otras universidades de México que son distintivas por su papel en la difusión cultural y artística pero no se encuentran en los primeros lugares del ranking de clasificación mundial de universidades Quacquerelli Symonds (2022), son: La Universidad Anáhuac Mayab; La Universidad Veracruzana; y los Institutos Tecnológicos de México.

Universidad Anáhuac Mayab.

Esta universidad del sureste de México, se caracteriza por su empeño en la formación integral del estudiante a través de actividades, proyectos y eventos orientados a la práctica, promoción y difusión del arte. Así mismo, esta universidad cuenta con eventos artísticos cada semestre; grupos artísticos de alto rendimiento en canto, danza, teatro, interpretación musical y producción; talleres de arte y cultura como son: pintura, salsa, teatro, ballet y canto; y un consejo de arte que tiene como objetivo fomentar la gestión cultural hacia la sociedad. (Universidad Anáhuac, 2022). Además, esta institución cuenta con becas de tipo artístico-cultural para animar y orientar a los interesados en el arte.

Universidad Veracruzana.

Esta institución de educación superior ofrece una agenda cultural que va desde cursos de creación hasta conciertos y presentaciones musicales de distintos géneros. La

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

dirección general de difusión cultural permite la vinculación de los alumnos con las diferentes actividades artísticas y culturales ofrecidas por la universidad, donde los grupos más destacados son los ballets folklóricos, el coro UV, el mariachi universitario, la Orquesta Tradicional Moscovita, la Orquesta de Salsa, la organización teatral (ORTEUV), la Orquesta Universitaria de Música Popular y la Orquesta Sinfónica de Xalapa. Así mismo, la oferta de talleres libres en todos los campus de la universidad, donde los contenidos principales son: fotografía, pintura, dibujo artístico, música, escritura, arte popular, música, diseño, cine, historia del arte, introducción al teatro y lectura (Universidad Veracruzana, 2022).

Por otro lado, la Universidad Veracruzana cuenta con vínculos con otras instancias tanto culturales como de ayuda social, como lo son Cinema 21, Radio y Televisión de Veracruz, Cruz Roja Mexicana (Delegación Xalapa) y Majova Inn Hotel. Esta universidad tiene una vocación hacia los programas con beneficio social, a través del arte y la cultura, como lo hace a través del programa Música y Arte en movimiento, donde se encargan de apoyar y difundir propuestas comunitarias en materia cultural (Universidad Veracruzana, 2022).

Los Institutos Tecnológicos de México.

De manera general los Institutos Tecnológicos de México marcan como uno de sus objetivos de trabajo, el impulso de la formación integral a través de actividades culturales, artísticas, cívicas, deportivas y de recreación. En estas instituciones se cuentan con grupos artísticos como el grupo de danza folklórica, y se realizan actividades artísticas como el Festival Nacional Estudiantil de Arte y Cultura (Instituto Tecnológico Nacional de México, 2022).

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

Comparación entre las universidades más importantes

No existe la posibilidad de hacer comparaciones directas entre universidades de diferentes contextos, ya que se podría caer en el error de hacer generalizaciones con cuestiones que no son equiparables. Sin embargo, las aportaciones de otras universidades indistintamente de su tipo, generan marcos de referencia que aportan propuestas dignas de análisis. En la tabla 1 se puede observar las aportaciones que tienen universidades de Estados Unidos, que fueron descritas anteriormente en esta investigación, y la comparación entre ellas, cabe mencionar que de acuerdo al ranking Quacquaerelli Symonds (2022), este país el que cuenta con las mejores universidades del mundo.

Tabla 1

Comparación de la difusión cultural y artística en universidades de Estados Unidos

Universidades - posición en el ranking Quacquaerelli Symonds (2022).	Grupos Artísticos	Talleres/ Cursos de Arte	Grupos/ Clubes de arte gestionados por estudiantes	Investigación y vinculación social en arte	Eventos artísticos	Recintos de arte	Programas de recompensa para estudiantes interesados en arte
Instituto Tecnológico de Massachusetts: 1	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
Universidad de Stanford: 3	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
Universidad de Harvard: 5	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí

Nota. Elaboración propia con base en Harvard University (2008); Harvard University (2022); Massachusetts Institute of Technology. (2022); y Stanford University. (2022).

Así mismo, en la tabla 2 se establecen comparaciones con las universidades de Europa (descritas con anterioridad). En este sentido, Inglaterra cuenta con la segunda y tercera universidad mejor calificada de acuerdo al ranking Quacquaerelli Symonds (2022), y son grandes las diferencias entre las otras universidades de Europa consideradas en el estudio.

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

Tabla 2

Comparación de la difusión cultural y artística en universidades de Europa

Universidades- posición en el ranking Quacquaerelli Symonds (2022).	Grupos Artísticos	Talleres/ Cursos de Arte	Grupos/ Clubes de arte gestionados por estudiantes	Investigación y vinculación social en arte	Eventos artísticos	Recintos de arte	Programas de recompensa para estudiantes interesados en arte
Universidad de Oxford: 2	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
Universidad de Cambridge: 3	Sí	Sí	Sí	No especificado	Sí	Sí	No especificado
Universidad de París 1 Panthéon-Sorbonne: 72	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
Universidad Técnica de Múnich: 50	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	No especificado
Universidad de Roma Sapienza: 171	Sí	Sí	Sí	No especificado	Sí	Sí	No especificado

Nota. Elaboración propia con base en Universidad de París 1 Panthéon-Sorbonne. (2022); Universidad de Roma Sapienza. (2022); University of Cambridge. (2022); University of Oxford. (2022); y Universidad Técnica de Múnich. (2022).

Por otro lado, las universidades consideradas en Latinoamérica se muestran diversas en su posición en el ranking Quacquaerelli Symonds (2022), sin embargo, en muchas de ellas hay aportaciones significativas en cuestiones artísticas y culturales, como se puede observar en la tabla 3.

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

Tabla 3

Comparación de la difusión cultural y artística en universidades de Latinoamérica

Universidades- posición en el ranking Quacquaerelli Symonds (2022).	Grupos Artísticos	Talleres/ Cursos de Arte	Grupos/ Clubes de arte gestionados por estudiantes	Investigación y vinculación social en arte	Eventos artísticos	Recintos de arte	Programas de recompensa para estudiantes interesados en arte
Universidad de Buenos Aires: 69	Sí	Sí	No especificado	Sí	Sí	Sí	No especificado
Universidad de Sao Paulo: 121	No	No	No	Sí	Sí	Sí	No
Pontificia Universidad Católica de Chile: 135	Sí	Sí	No	Sí	Sí	Sí	No
Universidad de Chile: 183	Sí	Sí	No	No especificado	Sí	Sí	No especificado

Nota. Elaboración propia con base en Pontificia Universidad Católica de Chile (2022); Universidad de Buenos Aires (2022); Universidad de Chile (2022); y Universidad de Sao Paulo (2022).

Por último, las universidades en México mantienen apreciación a la cultura y las artes, no obstante, la presencia de las actividades impulsadas por los estudiantes es menos visible como se puede observar en la tabla 4.

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

Tabla 4

Comparación de la difusión cultural y artística en universidades de México

Universidades- posición en el ranking Quacquaerelli Symonds (2022).	Grupos Artísticos	Talleres/ Cursos de Arte	Grupos/ Clubes de arte gestionados por estudiantes	Investigación y vinculación social en arte	Eventos artísticos	Recintos de arte	Programas de recompens a para estudiantes interesados en arte
Universidad Nacional Autónoma de México: 105	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey: 161	Sí	Sí	No	Sí	Sí	No	Sí
Universidad Panamericana: 551	Sí	Sí	No	Sí	Sí	No	No especifica- do
Universidad Anáhuac México: 601	Sí	Sí	No	Sí	Sí	Sí	Sí
Universidad Iberoamericana: 701	Sí	Sí	No	No	Sí	Sí	No
Instituto Politécnico Nacional: 751	No especificado	Sí	No	Sí	Sí	No especifica- do	No
Instituto Tecnológico Autónomo de México: 751	Sí	Sí	No	No	Sí	Sí	No especifica- do
Universidad Anáhuac Mayab: NA	Sí	Sí	No	Sí	Sí	No	Sí
Universidad Veracruzana: NA	Sí	Sí	No	Sí	Sí	Sí	No especifica- do
Red de Institutos tecnológicos de México: NA	Sí	No especifica- do	No	No	Sí	No especifica- do	No
Universidad Juárez Autónoma de Tabasco: NA	Sí	Sí	No	No	Sí	Sí	No

Nota. Elaboración propia con base en Instituto Politécnico Nacional (2022); Instituto Tecnológico Autónomo de México [ITAM] (2022); Instituto Tecnológico Nacional de México (2022); Tecnológico de Monterrey (2022); Universidad Anáhuac Mayab (2022); Universidad Anáhuac México (2022a); Universidad Anáhuac México (2022b); Universidad

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

Iberoamericana (2022); Universidad Juárez Autónoma de Tabasco [UJAT]. (2022a); Universidad Juárez Autónoma de Tabasco [UJAT]. (2022b); Universidad Nacional Autónoma de México [UNAM]. (2022); Universidad Panamericana (2022); y Universidad Veracruzana. (2022).

Discusión de los modelos de difusión cultural y artística

En los modelos de difusión cultural y artística de cada universidad planteados con anterioridad, se observa un mayor trabajo en las universidades de Estados Unidos y Europa que las universidades de Latinoamérica, las principales diferencias radican en la presencia de grupos y clubes de arte que son gestionados por los estudiantes; programas de recompensas a alumnos; y grupos artísticos, talleres y eventos con mayor oferta (Harvard University, 2008; Harvard University, 2022; Instituto Politécnico Nacional, 2022; Pontificia Universidad Católica de Chile, 2022; Stanford University, 2022; Tecnológico de Monterrey, 2022; Universidad de Buenos Aires, 2022; Universidad de Chile, 2022; Universidad de París 1 Panthéon-Sorbonne, 2022; Universidad Iberoamericana (2022); Universidad Nacional Autónoma de México, 2022; University of Cambridge, 2022; University of Oxford, 2022).

Por otro lado, la mejor universidad de las revisadas en Latinoamérica para las cuestiones artísticas, es la Universidad Nacional Autónoma de México, seguida por la Pontificia Universidad Católica de Chile y la Universidad de Buenos Aires (Universidad de Buenos Aires, 2022; Universidad Nacional Autónoma de México, 2022; Pontificia Universidad Católica de Chile, 2022). Sin embargo, las diferencias entre los modelos de difusión cultural en cada universidad están marcadas principalmente por el contexto, por esta razón no se pueden hacer comparaciones severas, solamente se utilizan a manera de referencia y enriquecimiento documental.

Difusión Cultural y artística en la UJAT

Marco normativo de la difusión cultural y artística de la UJAT

De acuerdo con el manual de funciones de la UJAT (2014), la Dirección de Difusión Cultural tiene como objetivo “fomentar las manifestaciones del arte y la cultura universal, en la comunidad universitaria y la sociedad en general” (p.257). Esto mediante a la planeación, supervisión y evaluación de los programas de difusión cultural; promoción de intercambios culturales; planeación, organización y realización de eventos institucionales; dirección de acciones al fomento de la participación de la comunidad universitaria en eventos culturales; proposición de acciones a la Secretaría de Servicios Académicos en favor de la difusión y fomento de la cultura; planeación, coordinación y evaluación de materiales de difusión de expresiones artísticas y culturales; implementación de estrategias coordinación con el CEDA; participación en el Consejo Universitario, entre otras actividades administrativas. Además, esta dirección cuenta con departamentos de difusión cultural, editorial cultural, promoción editorial y librería universitaria.

Por otro lado, la Dirección del CEDA tiene como objetivo “dirigir los programas institucionales de enseñanza, fomento y difusión de las bellas artes, con la finalidad de inculcar en los alumnos y la sociedad las expresiones artísticas y culturales locales, nacionales e internacionales” (UJAT, 2014, p. 302). Esta instancia tiene funciones como la promoción y actualización del marco legal para la enseñanza, fomento y difusión de las artes; formulación de estrategias orientadas a las artes; provisión de asesoría artística y cultural a organizaciones que soliciten; promoción del desarrollo y práctica de expresiones artísticas y culturales; apoyo y asesoramiento a las Divisiones Académicas para realizar actividades artísticas y culturales; organización de talleres artísticos y culturales, entre otras

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

funciones administrativas. Esta dirección cuenta con departamentos como la coordinación académica, letras y artes escénicas, artes plásticas y visuales, música y servicios escolares.

En el plan de desarrollo institucional 2021-2024, específicamente del área cultural, se menciona un eje estratégico de cultura y valores universitarios. Dentro de este se establecieron objetivos estratégicos que incumben a la difusión cultural, como el siguiente:

Reforzar la oferta de eventos y actividades culturales y deportivas que fomenten el rescate, respeto, aprecio y promoción de las diversas expresiones artísticas, lúdicas y artesanales de la Universidad, del estado de Tabasco y la región, que aporte de manera significativa a la difusión de la riqueza e identidad cultural de la sociedad (UJAT, 2020, p.93).

En cuanto al objetivo del aumento de la oferta de actividades culturales dentro de las que se encuentran las artísticas, representó una dificultad debido a la pandemia por COVID19 en donde se frenaron todas las actividades de la universidad. De tal modo que las actividades presenciales se encuentran en reconstrucción. Otro objetivo importante, tiene que ver con la demanda que constituye la razón de ser de la oferta:

Incrementar el consumo de actividades de creación y aprecio por la cultura, de la comunidad universitaria y la población en general, con el impulso de medios innovadores y tecnológicos sobre procesos formativos, editoriales y de difusión, que permitan elevar el acceso a la nueva alfabetización que demanda la sociedad del conocimiento (UJAT, 2020, p.97).

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

Por lo que el trabajo de la oferta y la demanda de actividades de difusión cultural (específicamente artísticas) no sólo son parte fundamental de esta investigación sino de los objetivos marcados y esperados en el plan institucional.

Actividades de difusión cultural y artística de la UJAT

La actividad de difusión cultural y artística de la UJAT se puede visualizar de manera general y por Divisiones Académicas. Las Divisiones Académicas realizan sus eventos de acuerdo a su capacidad e intereses, tanto del director de división como el coordinador de difusión cultural a cargo, por lo que estas actividades no quedan registradas de manera pública y no es posible medir su éxito. La Dirección de Difusión Cultural provee a la comunidad universitaria de distintas actividades culturales y artísticas de forma anual, como lo son: Semana de Juárez; Encuentro de Literatura y Traducción José Carlos Becerra “Habla la palabra”; Muestra de Arte Contemporáneo y Culturas Emergentes Kélen- Bijí; y Feria Internacional del Libro UJAT (UJAT, 2022b).

Semana de Juárez.

Este festejo se visualiza como el más grande de toda la comunidad universitaria, en el cual se suman todas las áreas de la universidad para honrar la memoria de Benito Juárez García (quien inspiró el nombre de la institución). El evento se realiza durante varios días en el mes de marzo, en donde se llevan a cabo presentaciones de libros, conferencias, exposiciones, ciclos de cine, concursos, recitales, torneos, una carreta atlética y el famoso Gallo Universitario (UJAT, 2022b).

Encuentro de Literatura y Traducción José Carlos Becerra “Habla la palabra”.

Este se instituyó en el 2012 a manera de foro y rendición de homenaje al poeta tabasqueño José Carlos Becerra. A palabras de la institución “Busca promover el ejercicio de la traducción literaria porque el mundo de hoy se sostiene en una interculturalidad lingüística de la que no podemos sustraernos” (UJAT, 2022b). El evento se comprende de conferencias, mesas redondas, recitales, ediciones de libros, exposiciones plásticas, entre otros.

Muestra de Arte Contemporáneo y Culturas Emergentes Kélen- Bijí.

Este evento no cuenta con una descripción en la página oficial de la universidad, sin embargo, se visualizan carteles de años anteriores (siendo el último del 2019) en donde se llevaban a cabo conversatorios, exposiciones, recolección de obras, muestras y demás sobre el arte contemporáneo.

Feria Internacional del Libro UJAT.

Creada en el 2008 con el fin de ofrecer el acercamiento de la literatura y la cultura del libro, se considera “un espacio privilegiado que rinde homenaje a las obras realizadas por destacados escritores y artistas” (UJAT, 2022b). Aunque el nombre del evento ha cambiado con el tiempo, la última documentada data en el 2023 con el nombre “Feria Internacional del Libro UJAT”. Este evento ha reunido presencia de escritores internacionales, siendo en el 2023 Cuba país invitado. Mayormente con actividades en la sede en zona de la cultura, y otros espacios públicos de la ciudad. De la misma forma, difusión cultural por División Académica realiza eventos incluidos en el programa de la Feria y actividades artísticas dependiendo la visión y el interés de cada coordinador de área.

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

Cabe mencionar que no todas las actividades realizadas por la UJAT han sido documentadas y evaluadas para su visualización pública, por lo que no es posible hacer una medición de éxito, así mismo se desconoce los mecanismos que utiliza la universidad para motivar a los alumnos a asistir. Del mismo modo, dentro del área de difusión cultural se encuentra el programa de televisión de la UJAT “Trazos y Letras”, y el Fondo Editorial Universitario. Algunos productos culturales destacables se encuentran dentro del Catálogo de Publicaciones Culturales de la UJAT, donde se visualizan diversas obras y colecciones de diferentes disciplinas.

Por otro lado, el CEDA ofrece talleres artísticos y culturales a la comunidad estudiantil y el público externo. Este centro cuenta con un total de 36 profesores, que imparten los talleres de: Canto, Cómic, Bajo Eléctrico, Coro, Danza Moderna con Técnica de Danza Clásica, Danza Moderna Jazz, Danza Clásica, Danza y Bailes Populares, Dibujo y Pintura, Guitarra, Grabado Popular, Lengua Chontal, Literatura, Piano, Ritmos y Percusiones, Tamborileros, Teatro y Violín, así como las asignaturas complementarias de Solfeo e Historia del Arte. Todas las clases son ofrecidas de lunes a viernes en el centro y en algunas Divisiones Académicas, además de algunas ofertas en sábado y presencia de grupos artísticos consolidados. Así mismo, el CEDA realiza actividades artísticas en diferentes sedes de la universidad gracias a la participación de alumnos y maestros.

Una vez establecidas las bases teóricas y documentales de la difusión cultural, a continuación, se enmarcan las cuestiones administrativas que guían la investigación y forman parte del estudio.

Economía Naranja

La economía naranja es un término que se utiliza para nombrar al “grupo de actividades a través de las cuales las ideas se transforman en bienes y servicios culturales y creativos, cuyo valor está o podría estar protegido por derechos de propiedad intelectual” (Benavente & Grazzi, 2018, p.5). Esta construcción también conocida como economía creativa, implica la valoración de la cultura y las artes como parte de una sociedad en crecimiento. De acuerdo con Ernst & Young (2015) en América Latina y el Caribe, el 2.2% del PIB regional y 1.9 millones de empleos eran generados por industrias creativas.

Aunque si bien es cierto que este concepto está más relacionado con la economía, también fomenta el cambio en los paradigmas del sistema educativo hacia la apreciación del arte no solo como un recurso para el entretenimiento sino para resaltar el valor del ser humano incluso ante los diversos cambios sociales generados por los cambios tecnológicos (como la sustitución de humanos a maquinas) (González, 2020). En este sentido, la formación en cuestiones artísticas permite no solo la adquisición de conocimientos para un trabajo en el área cultural, sino que permite la preparación para cualquier tipo de trabajo ante todos los escenarios futuros donde el valor principal del ser humano será su esencia y su cultura. Por estas razones, las instituciones de educación superior deben tomar aún más en serio la oferta artística y cultural para sus estudiantes.

Mercadotecnia

La mercadotecnia por mucho tiempo fue entendida como el conjunto de estrategias que se usan para vender, sin embargo, “es un proceso social y directivo mediante el que los individuos y las organizaciones obtienen lo que necesitan y desean a través del intercambio de valor con los demás” (Kotler & Armstrong, 2013 p.5). La mercadotecnia tiene un proceso

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

que a grandes rasgos: inicia con la comprensión del mercado y de las necesidades del cliente; después diseña las estrategias orientadas a los clientes; prepara un programa y plan integrado, y construye la relación con los clientes para captar su valor. De esta forma, se dice que la mercadotecnia no puede ser considerada materialistamente como una herramienta para vender más, sino que tiene el objetivo principal de fomentar el intercambio voluntario repetitivo (dentro de la ética de negocios) entre el ofertante y el cliente a través de la lealtad y favor del último, y la venta solo es objetivo de quien la utiliza (Barroso, 2008).

De acuerdo con Kotler & Armstrong (2013), existen cinco conceptos básicos para el diseño y estrategias de mercadotecnia: producción, producto, ventas, marketing y marketing social. La producción se visualiza como la disponibilidad y el costo accesible; el producto, que tiene que ver con la calidad, desempeño, y características innovadoras de lo que se ofrece; las ventas, que se relaciona con el esfuerzo de la organización hacia la promoción a gran escala (no son bienes buscados); marketing, que constituye una filosofía hacia el logro de las metas organizacionales tomando en cuenta las necesidades y deseos de los mercados meta, y marketing social, que relaciona los deseos a corto plazo y el bienestar a largo plazo de sus clientes y al mismo tiempo de la sociedad.

Para establecer buenas estrategias de mercadotecnia (o marketing) se utilizan herramientas clasificadas en cuatro grupos, conocidos como las cuatro Ps del marketing: productos, precio, plaza y promoción. El producto se hace presente cuando la organización crea una oferta de mercado que satisface una necesidad y produce propuesta de valor; el precio se refiere a cuánto se debe cobrar por la oferta; la plaza es el cómo estará disponible la oferta para el consumidor, y la promoción tiene que ver con la comunicación y persuasión con los clientes meta para el consumo del producto (Kotler & Armstrong, 2013). En este

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

sentido, ya que existe una oferta, se fijó un precio y se ubicó la forma de disponibilidad, se debe aplicar la promoción, y para esto se usa la publicidad.

De acuerdo con Rusell (1993) la publicidad sirve para enviar un mensaje a través de un canal de comunicación formal, a una audiencia deseada. Así mismo, se dice que la palabra publicidad surge del latín “advertere” que significa enfocar la mente hacia cierto mensaje. Aguaded (1995) establece a la publicidad como uno de los pilares básicos del mecanismo que tienen las sociedades de consumo, pues cumple con la función de comunicar necesidades en los clientes potenciales para aumentar la adquisición de bienes y servicios. De esta forma, las necesidades no son creadas (porque ya existen), más bien se crean satisfactores para suplirlas, ya que el cliente no compra un producto porque se le ofrezca sino porque cree que lo necesita (Barroso, 2008).

Mercadotecnia para el arte

De acuerdo con Leal y Quero (2011), existe un tipo de marketing orientado hacia las cuestiones culturales, y se define como un proceso para facilitar el intercambio entre las organizaciones culturales y la sociedad, por medio de relaciones colaborativas que crean un valor bilateral utilizando recursos complementarios. Así mismo, el éxito en el mercado cultural se traduce en muchas opciones, puede ser alcanzar el público determinado; obtener ingresos; tener cierto nivel de impacto en los medios de comunicación, etc. Para realizar este tipo de marketing se recomienda: hacer un análisis estratégico y diagnóstico; marcar las tendencias; definir los aspectos estratégicos (objetivos, estrategia núcleo y programa de acciones); implementar el plan, y controlar (figura 1).

Figura 1

Pasos para la planificación de la estrategia de marketing cultural de Leal y Quero (2011)



Nota. Adaptación de Leal y Quero (2011).

La mercadotecnia para la cultura y las artes ha tenido una evolución con el paso del tiempo. De acuerdo con Azuela et al. (2010), los primeros enfoques de la mercadotecnia hacia el arte colocaban a éste en primer lugar; posteriormente después de 1990 se empezó a visualizar la mercadotecnia hacia la orientación del producto; después de 1996 la mercadotecnia balanceada entre el arte y el mercado, y finalmente se queda orientado hacia el mercado colocando al consumidor como coproductor cultural. Durante esta evolución surgió un debate entre los autores que defendían el marketing tradicional y los que postulaban por la primacía del producto cultural sobre la orientación del mercado (crear el producto, consumirlo y luego presentarlo).

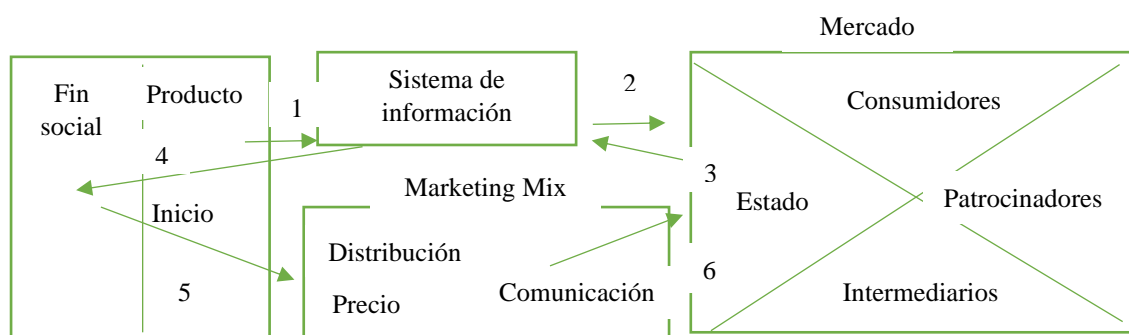
En el modelo de mercadotecnia o marketing para las artes de Colbert y Cuadrado, citado por Azuela et al. (2010), el proceso comienza en el producto en sí mismo; se

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

identifica el mercado (información) y se determina el marketing mix (precio, distribución y comunicación). Así mismo, este modelo no se enfoca en el trabajo artístico sino en atraer a los consumidores que se sientan atraídos por el producto.

Figura 2

Modelo de marketing para las artes y la cultura



Nota. Adaptación de Colbert y Cuadrado, citado por Azuela et al. (2010).

Dentro del proceso del marketing se encuentra la promoción, y dentro de ella la publicidad. En términos generales la presencia del arte y la cultura en la publicidad es muy común, los diseñadores gráficos en algunos casos son considerados artistas casi similares a los pintores. Sin embargo, la publicidad para la cultura y el arte es transformar la proposición de compra en una idea creativa. Para esto, Leal y Quero (2011) proponen utilizar preguntas a manera de ciclo: ¿qué se pretende decir?, ¿Cómo decirlo?, ¿A quién hay que decir? y ¿Dónde decirlo? Autores como Sobrino (2011) afirman que la publicidad en el arte puede servirse de opciones como el marketing digital que representa una nueva oportunidad para el sector cultural, y el uso de filosofías como el *lean startup* que representa una mínima inversión para evaluar las demandas específicas del consumidor y de este modo crear con él.

Difusión en redes sociales

Las redes sociales digitales representan comunidades que Castells (2001) menciona como sociedad en red, estos colectivos crean cimientos que reconstruyen el sentido de un mundo de flujos y redes, donde recombinan y reasignan significados. Para poder realizar una difusión (o publicidad) a través de estas redes, es necesario tener en consideración aspectos técnicos de forma, pero también de lo que implica el manejo de la red social.

Así mismo, Losada-Díaz y Capriotti (2015) mencionan que para el uso efectivo de las redes sociales se debe diseminar el contenido constantemente (constancia en las publicaciones) y además se requiere mantener interacción con la comunidad de esta red social, esto último implica conversación constante y comentarios entre los seguidores de las páginas. Esto porque el algoritmo de redes sociales como Facebook posiciona publicaciones con muchos comentarios y actualizados de manera constante.

Otros autores como Jenkins (2008) proponen para la publicidad (en este caso difusión) aspectos clave como las marcas de amor para el consumo, que tienen que ver con el involucramiento de las emociones en el consumidor para que adquiera (en este caso asista a los eventos artísticos). No obstante, para llegar a enganchar al público se debe generar acciones tales como usar al consumidor para recomendar a otros, es decir cuidar de los clientes existentes para que estos ayuden a difundir, esa es la importancia de mantenerlos motivados y generar su participación como recompensa emocional (Jenkins, 2008).

Modelos para el desarrollo de actividades artísticas en estudiantes

En esta investigación es vital visualizar que no sólo se trata de cuestiones aisladas de promoción de actividades artísticas, se trata de instituciones educativas que ofertan este

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

tipo de actividades para desarrollar en los estudiantes el aprendizaje, sensibilidad y formación integral que necesitan, para ello se retoman dos modelos de Renzulli para explicar la potencialización de los estudiantes frente a estas actividades.

Modelo de Enriquecimiento Escolar

Para Galicia (2007) un modelo que permite tener una visión más amplia de desarrollo de talentos es el modelo de enriquecimiento escolar y que es aplicable al desarrollo de habilidades artísticas. Por un lado, la focalización en el acto de aprendizaje (aunque las actividades artísticas no son siempre cursos o materias si representan una oportunidad de aprendizaje), en este punto se debe comprender el papel del profesor o quien imparte la actividad con sus conocimientos de la disciplina, las técnicas instruccionales y el denominado “romance” con la disciplina; en cuanto al currículo la estructura, el contenido y metodología, y la apelación a la imaginación; y por último el aprendiz que debe tener las capacidades intelectuales, el interés y maneja estilos de aprendizaje (Renzulli, 2008).

Los otros dos ingredientes clave en este modelo son el uso del tiempo y una evolución realista en el mejoramiento escolar. En primera instancia la institución debe tener una organización bien estructurada para la valoración del tiempo, mientras que también deben existir continuas estrategias evolutivas de cambio (Renzulli, 2008). El uso de estos ingredientes se resume en buenos instructores/oferta, buen sistema y organización, capacidad e interés de los estudiantes, y evaluación continua.

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

Modelo de los tres anillos

Otra aportación relevante de Renzulli (2000) es el modelo de los tres anillos que es utilizada para justificar el talento de los estudiantes, recayendo la responsabilidad en los actores del sistema educativo. En el marco de esta investigación sirve para conocer los elementos que influyen en el desarrollo de talentos artísticos en estudiantes, aquellos que no solo participan en actividades artísticas, sino que también se vuelven los principales actores y promotores mediante a las plataformas que las instituciones proporcionan. El concepto de los tres anillos se resume en el talento, la inteligencia, pero también la motivación para realizar la tarea (Renzulli, 2000). En este sentido, la universidad puede estar llena de futuros profesionales con talentos artísticos, sin embargo, el sistema tiene que tener conciencia de los factores de motivación para desarrollar los potenciales que se tienen.

Deseos y motivación

La complejidad del ser humano permite situarse en diferentes escenarios donde no solo se busca sobrevivir en un ambiente determinado, además de tener necesidades tiene deseos que van más allá de las funciones básicas del hombre. Para Thomson (1997), la palabra necesidad está relacionada con un requisito práctico, o algo indispensable para funcionar, habiendo necesidades instrumentales (se tiene que) y fundamentales (que faltan). En este sentido se tiene la idea de que las necesidades mueven al individuo, pero existen también los deseos que, aunque pueden no ser indispensables son importantes para el individuo. Los deseos son expresados en las acciones diarias, aunque no son necesidades, como establece Ramírez (2016) estos están presentes en la dinámica de la psique y el inconsciente donde se organiza, expresa, y le da lugar en el mundo social. Por eso se puede

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

visualizar como un motor que construye los sentidos y formas de ver el mundo. El deseo tiene que ver con las formas culturales de resolver una necesidad.

De acuerdo con la Real Academia Española (2022c), la motivación es el “conjunto de factores internos o externos que determinan, en parte, las acciones de una persona” (def.3). Las motivaciones pueden ser desencadenadas por diferentes cuestiones y está dentro de los últimos pasos de una cadena de consumo de actividad o servicio, es decir, si una persona tiene una razón (como el interés) se manifiesta en un deseo, como en este caso el deseo de participar en actividades artísticas de su universidad.

Teorías de Interés por cohesión social

La asistencia a eventos artísticos puede ser explicada a través de teorías de cohesión social, debido a que la participación en estas actividades puede ser fomentada por los vínculos sociales y al mismo tiempo ayuda a la fortaleza de comunidades, el bienestar individual y colectivo. En este apartado se presentan las diferentes posturas teóricas de Pierre Bourdieu, Durkheim y Maslow para establecer las bases de la participación por y para la cohesión social.

El gusto y el capital cultural

De acuerdo con Bourdieu (1998) los gustos son adquiridos por procesos de socialización donde se interiorizan las preferencias, lo que trae consigo una relación entre el círculo social de la persona y el gusto. Es decir, si las personas están rodeadas por otras que consumen arte, es muy probable que sean inclinadas a lo mismo.

Las decisiones de las personas sobre sus preferencias y gustos, así como las formas de socialización están influidos por su cultura a través de la educación y la imitación

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

(Robledo-Ramón y García, 2008). Esto quiere decir que la asistencia a los eventos artísticos tiene mucho que ver con las prácticas visualizadas en su entorno desde la infancia, de acuerdo con (Suárez y Vélez, 2018) los hijos son el reflejo del comportamiento y acciones de sus padres, en donde se suma la educación a través de la escuela. En este sentido, el patrimonio cultural debería extenderse de una generación a otra, apoyada en la escuela que tiene la tarea de transmitir la creatividad a través del lenguaje artístico (Hernández-Bravo et al., 2014). De acuerdo con Cortina (2020) la influencia de la familia en el desarrollo de actividades artísticas es tal que cuando no se hace desde la infancia los complejos pueden restringir la práctica de las mismas y de este modo apagar el interés. En este sentido, el estudio de CONACULTA (2012b) refleja desde hace una década un bajo consumo de actividades artísticas en el estado de Tabasco, siendo este el último en asistencia a presentaciones de música y danza, asistencia a teatros y centros culturales; además de ser el penúltimo estado en asistencia a eventos de artes plásticas y artes visuales. Lo que pudiera estar relacionado con el bajo consumo de actividades artísticas de hoy estudiantes universitarios.

Los gustos son manifestaciones de diferencias sociales, en donde las personas con un estatus económico mayor utilizan el consumo cultural y estético para distinguirse, estableciendo así que los gustos no son productos solamente de cuestiones individuales sino son determinados por la educación y la posición social. La disposición estética (donde se perciben las artes y el consumo de eventos artísticos) tiene influencia de condicionamientos sociales donde no hay necesidad económica (Bourdieu, 1998). En este sentido, las clases privilegiadas tienen una tendencia a preferir actividades con dimensiones estéticas y no necesariamente visualizadas como prácticas o necesarias, esto también porque son grupos

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

con accesos privilegiados a la educación y prácticas culturales. De tal forma que a lo largo de la historia la mayoría de asistentes que disfrutaban de un evento artístico eran de la denominada clase alta, sin embargo, con el mayor acceso a la educación es posible que este disfrute y gusto por el arte se vaya extendiendo en las otras clases sociales.

En efecto, la necesidad cultural es producto de la educación, de acuerdo con Bourdieu (2010) las prácticas culturales y las preferencias están estrechamente vinculados al nivel de instrucción (por ejemplo, años de estudios) y al origen social, esto también llamado capital cultural, donde se incluye los conocimientos habilidades y formas de comportamiento de las personas y se puede manifestar en el dominio del lenguaje artístico. De esta manera se puede observar que, aunque muchos de los estudiantes de una universidad pública no provengan de una clase “alta” que valore y aprecie la estética y las artes, la escuela tiene la necesidad de abrir panoramas artísticos y culturales.

Las obras artísticas tienen sentido y son interesantes para quienes poseen un código (en este caso la cultura) para decodificarlas, esto implica un sistema consciente e inconsciente de familiaridad con las obras artísticas, una persona sin estos sistemas establecidos podría percibir una presentación musical solamente como un caos de sonidos y colores (Bourdieu, 2010). Es decir, para que exista un disfrute de las actividades artísticas se tiene que educar y relacionar a las personas para poder decodificar estas prácticas.

El hecho social

Émile Durkheim es conocido como uno de los principales fundadores de la sociología moderna, sus estudios se acercaban a la comprensión de la sociedad mediante los fenómenos y representaciones simbólicas. Este sociólogo acuñó el término hecho social

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

para referirse a las conductas humanas que no dependían de constituciones biológicas sino de la sociedad misma, de este modo las influencias arrastran al individuo, incluso en relaciones con materia artística (Durkheim, 1997). Para este autor, las influencias sociales son comparadas con el aire, que pesa, aunque no se sienta el peso. Estas afirmaciones enriquecen la aseveración que la asistencia a eventos artísticos tiene principalmente una influencia del contexto social en el que el individuo se desarrolla, una sociedad inclinada a las artes es reforzada por la misma.

No obstante, a estas cuestiones se le suman las representaciones simbólicas que Durkheim (2019) utiliza para explicar principalmente las prácticas religiosas pero que también pueden estar presentes en las prácticas artísticas, donde los conceptos y elementos culturales se utilizan para representar ideas y creencias, permitiendo que las personas participen en el lenguaje simbólico que puede transmitirse dentro de la sociedad. Esto último refuerza los códigos (que también pueden ser visualizados como símbolos) propuestos por Bourdieu (2010), los cuales sólo pueden decodificarse a través de una cultura (ya establecida en la persona) y actuando esta como decodificador.

Por otro lado, Durkheim (1997) también establece a la educación como una implantación de formas de ver y sentir que no llegarían por espontaneidad, y aunque esta afirmación es dada en un sentido de crítica es posible cambiar la perspectiva a más allá de una imposición, más bien como un ofrecimiento de nuevas formas de ver y sentir. En este sentido, la universidad tiene una gran oportunidad de influencia hacia la apreciación artística a pesar de que los alumnos no posean la cultura de la apreciación artística por influencia de su contexto cultural, no con fines lucrativos o de manipulación sino en miradas de los beneficios que esta tiene en la educación integral de los estudiantes. Del

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

mismo modo, aunque en un principio los estudiantes no posean la cultura artística, de acuerdo con Durkheim (1997) algunos modos de actuar se adquieren con la repetición, dejando ver así que sólo se necesita un actor (como lo es la universidad) que motive a los estudiantes en un primer momento a asistir a los eventos artísticos, y posterior a esto podría establecerse como un modo de actuación que forme parte de ellos.

Sentido de pertenencia

Existen teorías como la de Maslow (1943) que colocan al hombre como ser vivo movido por sus necesidades biológicas y fisiológicas y que son éstas las que lo motivan a través de un deseo. Sin embargo, no porque el hombre desee algo significa que esto sea bueno, lo que conlleva a afirmar que los deseos solo tienen un valor trivial (Thomson, 1997). En este sentido los deseos son creados por las sociedades para satisfacer las necesidades, y estos crean motivaciones en los seres humanos. El deseo tiene que ver con las formas culturales de resolver una necesidad, en este caso se puede aplicar con la parte artística.

Una de las teorías más reconocidas en términos de motivación es la de Abraham Maslow (1943). Para este autor, existen cinco niveles de necesidad como se puede observar en la figura 3, en donde la más alta es la última en cumplirse: básicas o fisiológicas, que sirven para la supervivencia física (en la base de la pirámide); de seguridad para la vida (salud, trabajo, etc); las de amor o sociales, que tienen que ver con el sentido de pertenencia (relaciones interpersonales); las de estima, relacionadas con la confianza y la reputación, y las de autorrealización, cuando se busca el crecimiento personal y el desarrollo del potencial. Las necesidades funcionan como fuentes de motivación por esta razón para los

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

estudios de mercadotecnia buscan conocer la situación de las necesidades de los clientes, así como su materialización a través de sus deseos.

Figura 3

Pirámide de Maslow



Nota. Adaptación de Maslow (1943).

Las motivaciones entran en los últimos pasos de una cadena de consumo de actividad o servicio, es decir, si un joven tiene una necesidad (como de crear relaciones interpersonales/ pertenecer a algo) se puede manifestar en un deseo de participar en actividades artísticas de su universidad, y estará motivado para tomar acción en favor de su participación. Orozco (2018) expone una fórmula de la determinación de la conducta, donde se expone que las decisiones del ser humano están influenciadas por procesos cognitivos básicos (como la memoria y la percepción), las emociones y el satisfactor (que puede ser el sentido de pertenencia) que crea un compromiso con el proveedor de ese satisfactor, teniendo como resultado la toma de una decisión o la realización de una acción. Desde esta perspectiva, existe una oportunidad de llegar a los jóvenes estudiantes a través del sentido de pertenencia y las relaciones sociales que se pueden establecer a partir de una

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

participación en actividades artísticas, ya que las personas son motivadas por establecer relaciones interpersonales.

Teorías del interés

Los intereses pueden ser considerados como motivaciones intrínsecas que se consiguen estimular a través de experiencias académicas de acuerdo a las necesidades de los estudiantes (Cirino, 2003). Para que los estudiantes estén interesados además del trabajo administrativo para la oferta, se tiene que asegurar su pertinencia conforme a los intereses de quienes serán los demandantes (en este caso los estudiantes). En este apartado se describen los postulados teóricos principalmente de Hidi y Renninger, Dewey y Silvia para explicar la participación a eventos artísticos desde el interés.

Teoría del interés cognitivo

El interés en el aprendizaje es un concepto clave para la comprensión de las decisiones de los estudiantes para participar de las actividades artísticas que ofrezca su universidad. Quienes estén interesados en el tema artístico en cuestión y el aprendizaje de la disciplina serán los que asistan de forma regular no solo por cumplir un requisito académico. El interés en el aprendizaje puede considerarse de dos tipos, el situacional y el personal (González et al., 2013). De esta forma, Hidi y Renninger (2006) visualizan un modelo de cuatro fases del interés: situacional emergente (o desencadenado), consolidado (o mantenido), personal emergente y personal consolidado. El interés situacional emergente causa cambios a corto plazo en el estado afectivo, y puede ser provocado por el entorno, pasa a ser mantenido o consolidado cuando se le da significado a las tareas y participación, esto es casi siempre con ayuda externa. Estas dos primeras fases se establecen para lograr que el sujeto obtenga una conexión significativa con determinado contenido (González et

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

al., 2013). Por otro lado, el interés individual o personal se caracteriza por una predisposición duradera para buscar un nuevo compromiso, con sentimientos positivos, conocimiento y valor almacenado y crece con el apoyo de externos. Este tipo de interés llega a la última fase (consolidado) cuando el sujeto sostiene esfuerzos constructivos y creativos a largo plazo y obtiene un compromiso que hace que valore las oportunidades que tenga de participar en las actividades en las que siente el interés (Hidi & Renninger, 2006). Este último punto en el interés es el que se podría considerar en un participante constante de actividades artísticas que aporten a su crecimiento, ya que mantiene un compromiso constante de participar debido a su interés.

En este sentido, el ser no es solo una construcción social o un reflejo de valoraciones sociales, sino que el individuo tiene una gran influencia en su propio desarrollo (Krapp, 2007), lo que quiere decir que para propiciar que los estudiantes universitarios participen en actividades artísticas se debe considerar desencadenar un interés con estímulos externos, a la vez que se necesita que conecte internamente de tal forma que se convenza y se comprometa a desarrollarse en esas áreas.

Teoría Estética del interés

De acuerdo con Dewey (2008) las obras de arte (ya sea obras pictóricas como presentaciones artísticas) generalmente no son entendidas por el individuo, más bien son mal visualizadas como objetos independientes y no parte del mundo en el que se vive; para poder entender el arte es necesario comprender el proceso creativo, el contexto y la recepción del espectador. En ese sentido, los espectadores de eventos artísticos podrían tener interés en la obra de arte si son conscientes del trasfondo y contexto de la obra y no sólo es presentada como un objeto difícil de alcanzar, además de que la conexión personal

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

conlleva a una implicación emocional con la obra. Esta conexión personal puede encontrarse mediante la relación con las vivencias y valores del espectador. Es decir, toda obra de arte ofrecida en un contexto universitario debe estar al alcance las vivencias y valores de los universitarios para que estos manifiesten un interés.

Así mismo, se menciona que la experiencia estética implica una participación emocional y activa no sólo una contemplación pasiva, el espectador debe disponerse a involucrarse (Dewey, 2008). Desde tiempos pasados, el consumo del arte ha sido reducido y llevado a cabo por ciertos grupos sociales que visualizan en él un estatus social, pero que tal consumo no garantiza involucramiento y entendimiento. No es suficiente con que se oferte en el arte en las escuelas, también se necesita que los universitarios visualicen esta oferta como eventos/obras vinculadas a su realidad para generar en ellos una conexión emocional e interés.

De este modo, tal y como el lenguaje, una obra de arte es completa a partir de que exista un receptor que comprenda, dando lugar a lo decorativo (experiencias sensibles inmediatas) y lo expresivo (significados y relaciones). Lo que conlleva a analizar de nuevo la oferta de eventos artísticos que posean la capacidad de comunicarse con los jóvenes a través de sus emociones pero que tengan relación con lo que ellos ya conocen, colocando el interés artístico como algo que se puede provocar no sólo por la proclamación de la belleza que existe en el arte, sino también mediante la conciencia de estos significados y relaciones.

Interés afectivo

El interés puede ser visualizado de muchas maneras, Silvia (2008) percibe el interés como una emoción excéntrica, ya que cuenta con todos los componentes que esta implica

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

(cambios fisiológicos, expresiones, patrones de evaluación cognitiva, sentimiento y papel adaptativo). En este sentido, la función del interés como emoción es motivar el aprendizaje y la exploración. De acuerdo con Silvia (2006) las emociones positivas también en el compromiso con ciertas actividades (esto puede incluir las académicas y artísticas). En efecto, el tipo de emociones que generan las actividades artísticas ofertadas en la universidad puede estar estrechamente relacionado con el interés que estos tienen en asistir.

De igual forma, el interés como emoción proviene de la valoración de dos cuestiones importantes: evento-novedad- complejidad y evaluación de las características del evento comprensible, de tal manera que, si una persona encuentra un evento nuevo y que al mismo tiempo sea comprensible, entonces le resultará interesante (Silvia, 2008). Derivado de esto se visualiza la oferta sorpresiva o novedosa que además es entendida en su contexto como algo de interés. Lo anterior reafirma las cuestiones expuestas por Dewey (2008) sobre la vinculación del arte y su belleza con la realidad conocida para poder generar interés. Uno de los ejemplos generados por la autora tiene que ver con la apreciación de estudiantes respecto a pinturas en un museo, todo arte por muy bello que sea necesita ser entendido, ya que al no serlo se volvería una emoción de confusión en lugar de una emoción de interés, por lo que estos estudiantes deberán tener la información necesaria (historia o geográfica) para comprender las obras y considerarlas interesantes (Silvia, 2008). De tal forma que no es suficiente tener una oferta de arte para generar interés artístico, sino que se debe buscar un arte nuevo pero entendible en el contexto y una enseñanza para el interés sobre el arte que se ofrece.

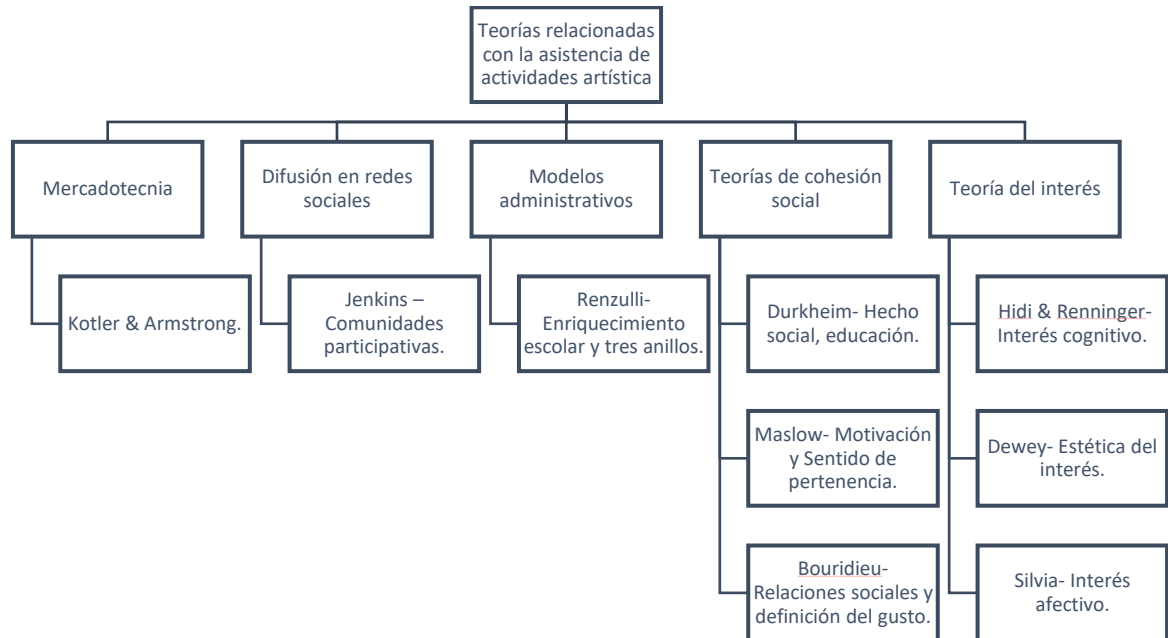
La vinculación de los modelos aplicables al desarrollo de actividades artísticas, teorías de interés, con los conceptos de mercadotecnia plasmados en este capítulo, han

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

servido para sentar las bases del estudio de la participación de los alumnos en las actividades artísticas de la UJAT. En la figura 4 se puede observar la relación que existe con las teorías y las bases de la investigación. A partir de esta visualización de la base teórica en el siguiente capítulo se ubican las construcciones metodológicas.

Figura 4

Red de las teorías



Nota. Elaboración propia con base en Bourdieu (1998, 2010); Dewey (2008); Durkheim (1997, 2019); Hidi y Renninger (2006); Jenkins (2008); Kotler y Armstrong (2013); Maslow (1943); Renzulli (2000, 2008), y Silvia (2006, 2008).

Capítulo III: Metodología

Diseño metodológico

En este capítulo se describen los elementos metodológicos de la investigación, que de acuerdo con Vasilachis et al. (2006) se refieren a lo relacionado con la recolección de datos, objeto de estudio, muestras, análisis, interpretación y aspectos éticos. Este estudio es de tipo fenomenológico, con un enfoque explicativo donde se busca explicar la realidad a través de la percepción de los sujetos. Los informantes en esta investigación son parte de la comunidad universitaria de la UJAT: administrativos de difusión cultural y estudiantes de la universidad; las técnicas de recolección de datos que se utilizaron fueron entrevistas semiestructuradas para los administrativos de difusión cultural y grupos de enfoque para los estudiantes, y para su análisis se utilizó el software ATLAS.ti Scientific Software Development GmbH (Versión 9).

Tipo de investigación

Para esta investigación se utiliza el paradigma cualitativo, donde se busca principalmente conocer y comprender los fenómenos desde su contexto. Tales fenómenos se plasman desde la observación de las personas, motivos, ideología y actitudes. De acuerdo con Taylor et al. (2016) la metodología cualitativa es tan vieja como la historia, ya que sus técnicas eran utilizadas por historiadores, viajeros y escritores griegos, y es gracias a los antropólogos que la investigación de campo se hizo realidad alrededor del cambio de siglo. Esto puede explicar el uso de esta metodología mayormente en esta ciencia. El uso de métodos cualitativos en Estados Unidos se hizo notorio por primera vez en las investigaciones de Chicago en la escuela de sociología, aproximadamente de 1910 a 1940 (Taylor et al., 2016).

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

Esta forma de hacer investigación hizo que se empezara a tomar en cuenta la necesidad de salir al campo; las bases en la acción social; la complejidad de los fenómenos; la creencia del papel activo de los actores para responder a situaciones problemáticas; la idea de la intención humana y su redefinición por interacción; la sensibilidad a la naturaleza evolutiva y el desarrollo permanente de los acontecimientos; y la constancia de la relación entre las condiciones, la acción, y las consecuencias (Strauss y Corbin, 2002).

La investigación maneja un marco interpretativo fenomenológico, en donde se interpretan los significados de las vivencias de los sujetos hacia la difusión cultural y se comprende la realidad desde sus experiencias (Hernández et al. 2014). La fenomenología de acuerdo con Creswell (2013) describe el significado común para varios individuos desde sus experiencias vividas con un concepto, el enfoque se centra en encontrar lo que todos los participantes tienen en común cuando experimentan el fenómeno, mientras que el desarrollo está compuesto por la esencia de las experiencias de todos los individuos.

Descripción del objeto y sujetos de estudio

El estudio se sitúa en la UJAT la universidad por excelencia y la principal referencia de las instituciones de educación superior del estado de Tabasco. La administración de la difusión cultural en esta universidad representa una tarea fundamental con ejes estratégicos a desarrollar de acuerdo con su plan de desarrollo institucional (UJAT, 2020). Esta área se encuentra distribuida en una dirección general y coordinaciones por División Académica. Las doce Divisiones Académicas ofrecen licenciaturas y posgrados de diferentes áreas de la ciencia, estas son: División Académica de Ciencias Agropecuarias; División Académica de Ciencias Básicas; División Académica de Ciencias Biológicas; División Académica de Ciencias Económico Administrativas; División Académica de Ciencias de la Salud;

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

División Académica de Ciencias Sociales y Humanidades; División Académica de Ciencias y Tecnologías de la Información; División Académica de Educación y Artes; División Académica de Ingeniería y Arquitectura; División Académica Multidisciplinaria de Comalcalco; División Académica Multidisciplinaria de Jalpa de Méndez; y División Académica Multidisciplinaria de los Ríos.

Para Creswell (2013) el investigador fenomenológico recopila los datos de personas que hayan experimentado el fenómeno directamente, en este sentido los sujetos de estudio son los Coordinadores de difusión cultural y el Coordinador del Centro de Desarrollo de las Artes que contribuye a las actividades artísticas de difusión cultural.

En cuanto a la Coordinación de Difusión Cultural de la UJAT, está a cargo de un coordinador y pertenece a la Secretaría de Servicios Académicos. Su quehacer consiste principalmente en la promoción de la realización de actividades en la esfera de la cultura y el arte, además de contar con producción editorial y preservación del patrimonio tabasqueño; a su vez que cada división cuenta con una Coordinación de Difusión Cultural enlazada con la general (UJAT, 2022b). Estas instancias son las más importantes en cuanto a las acciones a favor de la promoción del arte a los alumnos.

El CEDA también está a cargo de un Coordinador General, y pertenece a la Secretaría de Servicios Académicos. Este centro es importante para el estudio ya que en él se imparten diversos talleres artísticos y culturales dirigidos a la comunidad estudiantil universitaria, así como al público en general (UJAT, 2022a). Por último, los alumnos, que son el sujeto principal de la razón de las clases y actividades artísticas que realiza la universidad.

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

Así mismo, en el estudio se contemplan estudiantes a partir de segundo semestre de las diferentes Divisiones Académicas, ya que son los estudiantes que han tenido mayor contacto con la institución y las actividades artísticas.

Selección de los participantes

Para la investigación se decidió utilizar una muestra por conveniencia bajo los criterios de inclusión: a) Coordinadores de difusión cultural en el 2023; b) Coordinador del Centro de Desarrollo de las artes en el 2023, y c) estudiantes de licenciatura pertenecientes a las áreas del conocimiento 4 y 5 del Consejo Nacional de Humanidades Ciencias y Tecnologías en México, las cuales son humanidades y ciencias de la conducta, y ciencias sociales y económicas (Consejo de Ciencia y Tecnología del Estado de Tabasco [CCYTET], 2022). En estas áreas se incluyen las Divisiones Académicas de: Ciencias Económico Administrativas, Ciencias Sociales y Humanidades y de Educación y Artes.

Contexto general del estudio

La UJAT tiene su sede principal (zona de la cultura) en la ciudad de Villahermosa, Tabasco México, además de contar con sus Divisiones Académicas en los municipios del estado. Los datos de esta investigación fueron recolectados en varias partes. Las entrevistas del primer acercamiento se realizaron dentro de las instalaciones de la UJAT zona de la cultura, posteriormente utilizando los recursos institucionales como la plataforma Microsoft Teams, mientras que para el grupo de enfoque del primer acercamiento se utilizaron recursos fuera de la universidad en un local particular donde acudieron los estudiantes invitados. Así mismo, para la recolección final de campo se hicieron uso de las instalaciones de la universidad en las Divisiones Académicas estudiadas, donde a la investigadora se le otorgaron facilidades de permisos debido a su adscripción a un

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

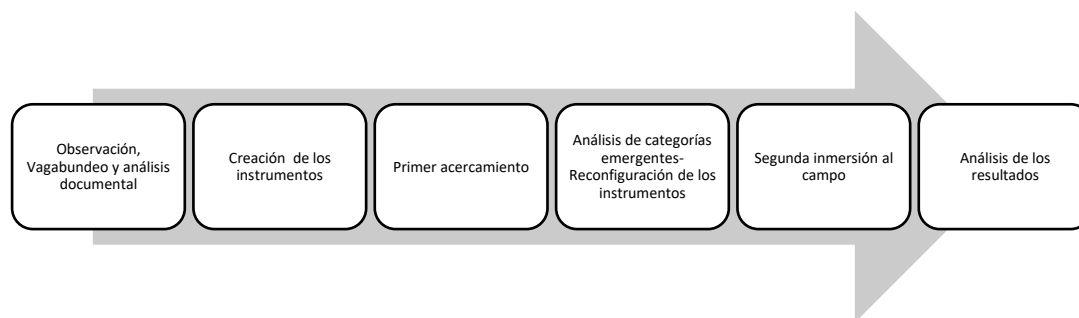
programa de estudios en la universidad donde se realiza la investigación. Por otro lado, se recolectaron y analizaron documentos institucionales que estaban al alcance.

Definición de las unidades de análisis

Para Strauss y Corbin (2002), los métodos de recolección y análisis de datos en la investigación cualitativa adoptan múltiples formas establecidas o no establecidas, pero se facilita la búsqueda del conocimiento con procesos sistematizados. Para esta investigación se establecieron tres principales unidades de análisis: administrativos de difusión cultural, estudiantes y actividades artísticas. En este estudio se realizó un camino sistemático desde la exploración hasta el análisis de los datos. En la figura 5 se muestra este proceso a través de fases.

Figura 5

Fases del procedimiento para la recolección y análisis de datos



Nota. Elaboración propia

Recolección de datos en la técnica vagabundeo (antes del primer acercamiento formal)

Para esta etapa se realizó una inmersión al campo en donde se realizó observación y conversaciones con los sujetos para plantear las problemáticas principales de las actividades artísticas de difusión cultural de la UJAT. A través del vagabundeo se realizó

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

una exploración de acercamiento al campo, para que de acuerdo con (Rodríguez, et al., 1996) se construyera la realidad y se recolectara información del objeto de estudio. En este vagabundeo se plantearon preguntas importantes: ¿Cuáles son las tareas del área de difusión cultural de la UJAT respecto a sus actividades artísticas?, ¿Qué problemáticas tiene el área de difusión cultural de la UJAT respecto a sus actividades artísticas? y ¿Cómo se puede mejorar el área de difusión cultural de la UJAT?

Para este ejercicio se seleccionó una estudiante de la División Académica de Ciencias Económico Administrativas, de la Licenciatura de Mercadotecnia de quinto semestre, así como el Coordinador General de Difusión Cultural de la UJAT. El acercamiento con la estudiante se realizó de manera virtual a través de la plataforma virtual WhatsApp en video llamada y tuvo una duración de 30 minutos aproximadamente. Por otro lado, el acercamiento con el Coordinador de Difusión Cultural se realizó de manera presencial en la oficina de Coordinación de Difusión Cultural de la UJAT y tuvo una duración aproximada de 60 minutos. Las notas de campo de este acercamiento se analizaron en la tabla 5 por categorías principales de esta investigación: administración, oferta y demanda, y permitieron agregar la subcategoría de mercadotecnia (dentro de la oferta), y la de motivación (dentro de la demanda) de las actividades artísticas de difusión cultural de la UJAT.

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

Tabla 5

Análisis de la técnica de vagabundeo

Cuestionamiento central	Categoría	Aportación	Subcategoría emergente
¿Cuáles son las tareas del área de difusión cultural de la UJAT respecto a sus actividades artísticas?,	Oferta	Se consideran las tareas principales de la coordinación de difusión cultural, la gestión y oferta de actividades culturales (dentro de las cuales entran las artísticas). S1: <i>“La coordinación debe proporcionar a los estudiantes de la universidad oportunidades para participar en la cultura”</i> . En la tarea de oferta entra la difusión y publicidad de dichas actividades. S2: <i>“Supongo que difusión cultural son los encargados de darnos a conocer los eventos culturales, pero desconozco que más hacen”</i> .	Mercadotecnia
¿Qué problemáticas tiene el área de difusión cultural de la UJAT respecto a sus actividades artísticas?	Oferta Demanda	Se considera relevante el problema de la participación de los estudiantes desde antes de la pandemia por COVID19. S1: <i>“la asistencia siempre ha sido un problema, pero los eventos siempre se han ofrecido incluso de manera virtual... la coordinación hace lo posible para generar asistencia incluso fuera de los estudiantes”</i> . Los estudiantes no están suficientemente motivados a participar. S2: <i>“No sé cuáles sean los problemas, pero yo no me asisto ya sea porque no me entero o porque no me gusta ni motiva la actividad” a veces me entero mucho después de las actividades que se ofertan</i> .	Motivación para participar. Mercadotecnia
¿Cómo se puede mejorar el área de difusión cultural de la UJAT?	Oferta Demanda	La coordinación considera que la mejora del área es una cuestión de presupuestos. S1: <i>“cada vez más, coordinaciones como la de cultura tiene menos presupuesto, y no solo a nivel universidad, es en México...”</i> . Sin embargo, la estudiante resalta que el problema está en el plan de mercadotecnia que utilizan para captar la atención y motivar a los estudiantes. S2: <i>“Considero que no tienen una buena planeación de publicidad, a nosotros los estudiantes no nos llega a tiempo la información ... tampoco nos motivan a participar ya que suben a redes sociales las mismas imágenes que a veces ni se entienden”</i> .	Mercadotecnia

Nota. Elaboración propia con base al proceso de vagabundeo.

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

Posteriormente al análisis del vagabundeo, se construyeron los primeros instrumentos (guía de entrevista y guía temática de grupo de enfoque) con base a los hallazgos emergentes y las teorías revisadas.

Unidades de análisis

De acuerdo con Rodríguez et al. (1996), las investigaciones cualitativas requieren de ideas construidas desde el panorama de los propios sujetos. Para este acercamiento se tomaron en cuenta los instrumentos contruidos a partir de los hallazgos del vagabundeo.

Técnicas de recolección.

La técnica de recolección seleccionada para la aplicación a coordinadores y administrativos de difusión cultural de la muestra seleccionada fue la entrevista semiestructurada. Este tipo de entrevistas permite comprender la vida social y cultural de los sujetos, así como sus interpretaciones (Díaz et al., 2013). De acuerdo con Fontana & Frey (1994) las entrevistas estructuradas tienen como objetivo capturar datos precisos de una naturaleza codificable para explicar el comportamiento dentro de categorías preestablecidas, y las abiertas sirven para comprender el comportamiento complejo de los miembros de la sociedad sin imposiciones; de esta forma, las entrevistas semiestructuradas permiten crear una guía con base a las categorías antes definidas sin limitar la información que se pueda adquirir en el momento de la entrevista.

La técnica de recolección seleccionada para los estudiantes fue el grupo de enfoque, que tiene la intención de analizar los significados generados por la interacción y la construcción grupal (Hernández et al., 2014). El grupo de enfoque es una técnica que constituye un espacio de opinión para captar el sentimiento y pensamiento del individuo y así obtener información colectiva (Hamui-Sutton y Varela Ruiz, 2013). En este tipo de

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

grupos el investigador juega un papel de director para explorar la realidad (Fontana & Frey, 1994). La muestra de los estudiantes se eligió por conveniencia, que de acuerdo con Martín-Crespo y Salamanca (2007) escoge a participantes voluntarios y facilita el estudio. Así mismo, en la muestra se definió como criterio de inclusión estudiantes de licenciatura a partir de segundo semestre, porque son los que han tenido un mayor contacto con el departamento de difusión cultural de la universidad. Se estableció la necesidad de realizar un grupo de enfoque constituido de mínimo cinco estudiantes, por cada División Académica incluida en el estudio. Debido a que en este tipo de grupos no se busca una representación estadística sino tipológica, no se recomienda una participación masiva de personas, más bien de personas clave (Valles, 1999).

Por otro lado, también se definió como técnica de recolección la observación no participante que de acuerdo a Campos y Lule (2012) representa una forma sistemática de registro verificable del fenómeno a conocer y sirve para captar de forma objetiva lo que ocurre en el entorno, para describirlo y analizarlo desde la perspectiva científica; además se presentó un análisis documental para la evidencia institucional.

Diseño de instrumentos

Los instrumentos considerados para esta investigación se derivan de las técnicas de recolección seleccionadas. La guía de entrevista como la guía temática para el grupo de enfoque son de diseño propio con base a las teorías revisadas y los hallazgos del primer acercamiento. La guía de entrevistas y la guía de los temas para el grupo de enfoque se realizaron de manera semiestructurada, donde el moderador tiene libertad de agregar nuevos puntos que resulten durante la realización de la entrevista o el grupo de enfoque, e incluso alterar el orden (Hernández et al., 2014). Por otro lado, en la revisión documental

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

fue necesario la selección de los registros pertinentes para este estudio, relacionados con actividades artísticas y difusión cultural en la institución.

Primer acercamiento

Revisión documental de estatutos y políticas institucionales

Para esta investigación se realizó el análisis de dos documentos institucionales. Por un lado, el manual de organización vigente de la universidad, que establece las funciones y tareas de cada área, incluido el departamento de difusión cultural, las áreas de difusión cultural por División Académica y el CEDA. Esto con el fin de comprender y posteriormente comparar el cumplimiento de las funciones con las expresadas por los participantes del estudio. Mientras que el Plan de Desarrollo 2020-2024 sirvió para conocer el último diagnóstico y las acciones planificadas respecto a la difusión cultural (especialmente en la parte artística) de la universidad, para igualmente su comparación con la realidad expresada de los sujetos.

Entrevista

Se realizó la aplicación de dos entrevistas a administrativos. La primera se llevó a cabo con la participación de la Coordinadora de Difusión Cultural de la División Académica de Ciencias Económico Administrativas, por medio de la plataforma virtual de Microsoft Teams a sugerencia y adaptación de las necesidades de la entrevistada. Dicha aplicación tuvo una duración de 40 minutos, de los cuales se añade una evidencia en el apéndice A. La segunda entrevista se aplicó al encargado del área de Teatro del Centro de Desarrollo de las Artes, de manera presencial en el salón de teatro de dicho centro. Esta tuvo una duración de 26 minutos. En ambas entrevistas solo estuvo presente la

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

entrevistadora y los entrevistados, por lo que se considera que hubo libertad de respuesta y fluidez en las aplicaciones.

En este sentido, la guía de entrevista se estableció basada en las categorías de administración, oferta y demanda; y fundamentado en las teorías de mercadotecnia y motivación. El instrumento de recolección de la entrevista semiestructurada se estableció con preguntas fueron abiertas. En la subcategoría de mercadotecnia (donde se incluye oferta y administración): ¿cuáles son las actividades artísticas que coordina su área a cargo? ¿su coordinación tiene experiencia en la promoción de actividades artísticas? ¿cuál es el plan de publicidad de estas actividades? ¿cuáles indicadores utilizan para medir el impacto que tienen las estrategias de publicidad de sus actividades artísticas, en la participación de los alumnos? ¿cómo miden la eficacia de las actividades artísticas ofrecidas en su área? ¿qué problemáticas se han presentado en la oferta de actividades artísticas de su área a cargo? Y ¿qué problemáticas se han presentado en la demanda de las actividades artísticas en su área a cargo?; y en la subcategoría de motivación (donde se incluye demanda) las preguntas fueron: ¿qué motiva al área a su cargo para ofrecer actividades artísticas? Desde su área a cargo ¿de qué forma se motiva a la participación de los alumnos en las actividades artísticas? ¿qué es lo que más motiva a los alumnos a participar de las actividades artísticas ofrecidas por su área? ¿qué acciones podrían implementarse para aumentar la participación de los alumnos en las actividades artísticas del área a su cargo? ¿qué beneficios obtienen los alumnos por participar en las actividades artísticas de su área? Y comentarios generales.

Durante el primer acercamiento surgieron algunas confusiones respecto a la estructura de las preguntas, por lo que posterior a este ejercicio se consideró pertinente reorganizar el instrumento para su aplicación en campo.

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

Grupo de enfoque

Para el grupo de enfoque se seleccionaron cinco estudiantes de licenciatura de 3 diferentes Divisiones Académicas y una egresada, como se puede observar en la tabla 6. El grupo de enfoque tuvo una duración de 25 minutos, en un local particular en donde se citaron los participantes de manera externa a la institución. En esta actividad se solicitó el apoyo de un externo para grabar el audio del grupo de enfoque y permitir al investigador la concentración en el lenguaje no verbal y las notas de campo. Al igual que en las entrevistas a los administrativos, esta aplicación expuso mejoras necesarias al instrumento para su posterior aplicación en campo.

Tabla 6

Participantes del grupo de enfoque del primer acercamiento

Sujeto	Licenciatura	Semestre	División Académica
1	Cirujano dentista	Onceavo	Ciencias de la Salud
2	Enfermería	Un año de egresada	Ciencias de la Salud
3	Derecho	Noveno	Ciencias Sociales y Humanidades
4	Médico cirujano	Cuarto	Ciencias de la Salud
5	Psicología	Cuarto	Ciencias de la Salud
6	Químico Farmacéutico Biólogo	Quinto	Ciencias Básicas

Los tópicos seleccionados para el grupo de enfoque se segmentaron en tres partes: percepción de las actividades artísticas de la universidad, motivación para asistir a las actividades artísticas de la universidad y publicidad de las actividades artísticas.

Inmersión al campo

En la etapa de inmersión al campo, también se llevaron a cabo entrevistas y grupos de enfoque, además de la observación no participante que permitió ampliar la información y las perspectivas.

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

Entrevistas

Se realizaron tres entrevistas semiestructuradas a administrativos, dos a los coordinadores de difusión cultural de las Divisiones Académicas seleccionadas, y una al coordinador del CEDA (tabla 7), durante todas las entrevistas, sólo estuvo presente la investigadora y los entrevistados, facilitando las respuestas. Además, se contó con una entrevista no estructurada a un ex coordinador de difusión cultural de DAEA.

Tabla 7

Entrevistas en campo primer acercamiento

Sujeto	Cargo	Lugar de la Entrevista	Duración
1	Coordinador del CEDA	Oficina del Coordinador del CEDA	45 minutos.
2	Coordinador de Difusión Cultural DAEA	Oficina de coordinación de difusión cultural de DAEA	30 minutos.
3	Coordinador de Difusión Cultural DACSYH	Oficina de coordinación de difusión cultural de DACSYH	40 minutos.
4	Ex Coordinador de Difusión Cultural de DAEA	Aula de clases DAEA	15 minutos.

Grupo de enfoque

En cuanto al grupo de enfoque se seleccionaron alumnos a partir de tercer ciclo de las Divisiones Académicas preestablecidas, como se puede observar en la tabla 8. Además, se contó con la participación de alumnos de segundo semestre de DAEA en una primera parte de un grupo de enfoque sin embargo por cuestiones administrativas no se pudo continuar con los otros bloques del grupo.

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

Tabla 8

Grupos de enfoque en campo

Grupo de enfoque	División Académica	Licenciatura	Ciclo	Núm. de participantes	Lugar del grupo	Duración
1	DACEA	Mercadotecnia	Sexto	7	Cubículo-zona de la cultura.	25 minutos.
2	DAEA	Ciencias de la Educación	Tercero	16	Aula en DAEA	22 minutos.
3	DACSYH	Derecho	Décimo	5	Aula en DACSYH	20 minutos.
4	DAEA	Idiomas	Segundo	7	Aula en DAEA	10 minutos.

Nota. DACEA. División Académica de Ciencias Económico Administrativas, DAEA: División Académica de Educación y Artes, DACSYH: División Académicas de Ciencias Sociales y Humanidades.

Observación

Para la observación no participante, se asistió a 7 eventos artísticos en la universidad, donde para la recolección de la información se llevaron a cabo cédulas conforme a las categorías del estudio (como se puede observar en el apéndice b). En los diferentes eventos además del llenado de la cedulas, se levantaron notas de campo para su análisis.

Rol del investigador

En el proceso de una investigación cualitativa, el investigador se encuentra en la posición de comprender a los sujetos dentro del marco de referencia de ellos mismos (Quecedo & Castaño, 2002). En este sentido, la investigadora es egresada de dos talleres artísticos que ofrece la universidad y formó parte del departamento de difusión cultural de la misma como portadora de servicio social y práctica profesional durante su licenciatura, no obstante, en esta investigación se buscó principalmente obtener respuestas a través de la realidad de los sujetos sin mezclarla con la de la investigadora.

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

Durante el proceso tanto de recolección como de análisis de los resultados, la investigadora mantuvo distancia tanto de los sujetos participantes como de calificar o descalificar aspectos del fenómeno de estudio, para no aportar desde sus propias creencias y perspectivas, ya que esto podría ser perjudicial para la integridad del estudio. Además, utilizó su experiencia con difusión cultural y artística en la universidad donde se llevó a cabo el estudio solamente para mantener la flexibilidad y apertura a todas las aportaciones de los sujetos.

Evolución del protocolo de recolección de datos

A raíz del primer acercamiento se plantea la necesidad de cambios en los instrumentos de recolección de la información, primeramente, en una nueva agrupación de las preguntas en procedimental, introspectiva, reflexiva, de espacio y de tiempo. Posteriormente involucrando preguntas que indicaran la diferencia entre actividades artísticas de difusión cultural y los talleres del CEDA, preguntas que profundizaran el conocimiento de la existencia del departamento de difusión cultural en las Divisiones Académicas, aspectos sobre la dedición de horarios y sedes de las actividades artísticas, las diferencias entre la oferta en las Divisiones dentro de la zona de la cultura y Divisiones externas, y el conocimiento y manejo de las páginas de Facebook y redes sociales digitales de la institución que manejan la difusión de las actividades artísticas.

Validez de la investigación.

Una investigación cualitativa tiene un alto nivel de validez si al estudiar una realidad, se observa en sentido pleno, y no sólo un aspecto o parte de esta (Martínez, 2006). Para esta investigación se realizaron los procesos de revisiones externas de los

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

instrumentos, categorización, uso de medios técnicos para la recolección, y triangulación de los resultados para asegurar la validez de la investigación.

Revisiones externas de los instrumentos

Una vez construidas las guías de entrevista y grupo de enfoque se llevaron a cabo revisiones externas de 6 investigadores respecto a estos instrumentos de recolección de información, ya que este tipo de procesos proporcionan una evaluación y contribución al estudio (Creswell, 2013), las revisiones de los instrumentos, que se encuentran en los apéndices C, D, E, F, G y H.

Categorización

La validez de la investigación también puede lograrse utilizando categorías descriptivas de bajo nivel de inferencia, es decir, lo más concretas y precisas posible, como se utilizaron en el diseño de los instrumentos (Martínez, 2006). Las especificaciones de las fuentes de recolección se pueden observar en la tabla 9.

Tabla 9

Especificaciones de las fuentes de recolección

Fuente de recolección	Sujetos	Categorías	Validación
2 entrevistas	Administrativos de difusión cultural.	Administración Oferta Demanda	Uso de medios técnicos. Categorías descriptivas. Triangulación.
Grupo de enfoque	Estudiantes	Oferta Demanda	
Análisis documental	Institución	Administración Oferta Demanda	

Así mismo, para la inmersión al campo final, se realizó una tabla de especificaciones (tabla 10) incluyendo las categorías, subcategorías, indicadores, informantes clave y las estrategias para obtener la información.

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

Tabla 10

Tabla de categorías y subcategorías

Categoría	Subcategoría	Indicadores	Informantes clave	Estrategias para obtener información
Administración	Planeación	Programación de actividades artísticas. Gestión de procesos. Cumplimiento con el propósito del área. Coordinación con otros miembros de la comunidad universitaria.	Administrativos de difusión cultural.	Entrevistas semi estructuradas Análisis documental
	Evaluación	Procesos y tipos de evaluación de las actividades artísticas.	Administrativos de difusión cultural.	Entrevistas semi estructuradas Análisis documental
	Presupuesto	Pertinencia del presupuesto.	Administrativos de difusión cultural.	Entrevistas semi estructuradas
Oferta	Difusión	Tipos de difusión Proceso de difusión Pertinencia de la difusión Evaluación de la difusión	Administrativos de difusión cultural. Estudiantes.	Entrevistas semi estructuradas Grupo de enfoque Observación
	Interés	Asistencia a las actividades artísticas. Actividades de interés para los estudiantes.	Administrativos de difusión cultural. Estudiantes.	Entrevistas semi estructuradas Grupo de enfoque Observación
	Formación	Formación y experiencia de quién imparte las actividades artísticas y su pertinencia.	Administrativos de difusión cultural.	Entrevistas semi estructuradas Observación
	Inconstancia	Variabilidad en la oferta de actividades artísticas.	Administrativos de difusión cultural. Estudiantes	Entrevistas semi estructuradas Observación
	Escasez	Falta de oferta de actividades artísticas en las Divisiones Académicas.	Administrativos de difusión cultural. Estudiantes.	Entrevistas semi estructuradas Grupo de enfoque
	Horarios y sedes	Oferta en horarios escolares que impidan la asistencia de los estudiantes. Sedes lejanas a los estudiantes.	Administrativos de difusión cultural. Estudiantes.	Entrevistas semi estructuradas Grupo de enfoque Observación
	Demanda	Interés-motivación.	Motivación de los estudiantes para asistir a actividades artísticas. Cuestiones culturales y de formación. Recompensas. Requisito de egreso.	Administrativos de difusión cultural. Estudiantes. Estudiantes clave.
Difusión		Uso de medios atractivos de difusión.	Estudiantes	Grupo de enfoque

Uso de medios técnicos

Para esta investigación se hizo uso medios técnicos disponibles, como toma de fotografías y grabaciones de audio para conservar en vivo la realidad presenciada

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

(Martínez, 2006). Estas grabaciones sirvieron también para la transcripción de los resultados de manera fiel.

Triangulación de los datos

La triangulación de acuerdo con Okuda y Gómez-Restrepo (2005) es el uso de diferentes fuentes de datos para el estudio de un fenómeno, en esta se buscan los patrones de convergencia para desplegar o corroborar una interpretación. En esta investigación se analizaron los datos de tres fuentes principales: entrevistas a los administrativos, grupo de enfoque a los alumnos y análisis documental de los elementos institucionales. Este proceso permitió la oportunidad de corroborar los hallazgos, pero también de profundizar algunos aspectos en los que no existía concordancia de las fuentes. De acuerdo con Creswell (2013) en la investigación cualitativa se puede utilizar la triangulación para sustentar la validez del estudio, este proceso consiste en el uso de distintas fuentes y corroboración para arrojar los resultados sobre un tema.

Descripción de resultados de la primera inmersión en campo

Este acercamiento a campo permitió fundamentar la subcategorización de forma emergente los siguientes elementos, en administración: planeación, evaluación, y presupuesto; en oferta: difusión, interés, formación, inconstancia en la oferta, escasez en la oferta, horarios y sedes; y en Demanda: motivación, interés, difusión, horarios y sedes. Además, surgieron dimensiones a estudiar de cada subcategoría, como se muestra a continuación.

En cuanto a la categoría de administración, por un lado, la planeación por parte de la coordinación afirma ser estructurada “*como coordinación de difusión ya tenemos una*

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

agenda cultural donde ya prácticamente año con año ya tenemos estos eventos...” y a su vez espontanea *“a veces ya se van poniendo, van como quien dice, dependiendo de la situación”*. Las planeaciones junto con la evaluación están acorde a la función 3 de la dirección de difusión cultural donde se resalta *“Planear, organizar y realizar eventos institucionales para el fomento y la preservación de las tradiciones e identidad universitarias”* (UJAT, 2014, p. 257). Así mismo, estas actividades dependen de cada coordinador por lo que puede variar por División Académica, sin embargo, el objetivo para todos los coordinadores es el mismo *“Coordinar las actividades de difusión de la cultura y extensión de la División Académica para coadyuvar en la formación integral de los estudiantes y el desarrollo de la sociedad”* (UJAT, 2014, p.609). Por otro lado, el presupuesto se puede considerar un limitante para la realización de algunas actividades, no obstante, los administrativos expresan un compromiso extraoficial utilizando recursos propios *“...imprimen carteles que pago yo”*. Esta cuestión es parte de medidas de ahorro y austeridad la universidad, debido a crisis internas fuera del alcance de la investigación.

Como se puede observar en la tabla 11, la planeación representa una gran parte de la categoría de administración en donde se visualiza una dimensión no contemplada con anterioridad: la coordinación con los docentes frente a grupo. A experiencia de los administrativos entrevistados, los docentes juegan un papel clave en la participación de los estudiantes en actividades artísticas de difusión cultural, *“a algunos maestros no les gusta que se mande a sus grupos a eventos...”* Así mismo, existe una confusión de parte de los estudiantes respecto al propósito del departamento de difusión cultural de la universidad y su concepción se reduce a solo *“un área encargada de facilitar constancias y puntos para que los estudiantes cumplan con requisitos de egreso”*.

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

Otro aspecto importante a resaltar, es que se visualizan formas de evaluación que dependen de los estudiantes, como “*cuando comentan en las en las redes sociales, a través de los likes... pero no son pocos eventos entonces ya no sé si le gusta o no le gusta.*” Para fundamentar estos comentarios de la participación de los alumnos en Facebook, se ubicó la última publicación de una actividad artística correspondiente a un club de lectura realizado por el departamento de esta administrativa y se encontró que contaba con veinte reacciones y cero comentarios (División Académica de Ciencias Económico Administrativo, [DACEA] 2022), por lo que se plantea la necesidad de indagar más sobre la forma de evaluación sobre todo a través de redes sociales digitales. De igual forma se hizo mención de la participación de los docentes en la retroalimentación de las actividades “*de los gestores culturales, que son los que están, ya me dicen que falló*” pero al igual que la planeación esto puede variar en cada División Académica.

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

Tabla 11

Esquemmatización de la categoría Administración

Categoría	Subcategoría	Dimensión	
Administración	Planeación	Programación de actividades artísticas.	De forma general. Por División Académica. Actividades espontaneas.
		Gestión.	Procesos para la realización de actividades artísticas.
		Propósito del área.	Los estudiantes desconocen la función. Los administrativos lo visualizan como área gestora de actividades.
	Evaluación	Coordinación con docentes.	Docentes no quieren perder horas de clase. Pocos otorgan puntos a los estudiantes por participar en actividades artísticas. No todos hacen difusión de las actividades artísticas ofertadas por la UJAT.
		Encuestas.	Los estudiantes deciden si les gusta la actividad, pero no siempre participan en la evaluación.
		Facebook.	A través de <i>likes</i> .
Presupuesto	Retroalimentación.	Con profesores y parte del equipo organizador.	
	Limitante financiera.	Los recursos han sido limitados y recortados en la universidad de forma general.	

En cuanto a la categoría oferta, la difusión representa la subcategoría con mayor densidad, como se puede observar en la tabla 12. Como se menciona con anterioridad, se plantea una limitación de recursos o presupuesto institucional para la realización de actividades, sin embargo, esto es una cuestión global más allá de las coordinaciones de difusión cultural. En esta misma subcategoría se encuentra el uso de redes sociales digitales que es un problema de oferta que origina un problema de demanda. Los entrevistados afirman la necesidad del “*uso de redes sociales, pero ser más insistentes y hacer las publicaciones más llamativas...*” además de “*utilizar otro tipo de redes sociales como Instagram y hablar de las experiencias de los estudiantes...*” y sobre todo “*dar más publicidad...*”. El punto de difusión a través de Facebook se profundizará en la categoría de

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

demanda, en donde surgen algunas cuestiones inconsistentes que se llevaron a triangulación. Así mismo, se manifiesta una falta de antelación y un rezago de algunas Divisiones Académicas en la difusión donde se manifiestan algunas opiniones de los estudiantes como *“mi división se entera hasta lo último de las actividades artísticas...”*, *“mandan los comunicados cerca de la fecha”*, *“casi no me entero...me entero el día que ya están haciéndolas”*.

En lo que respecta a la evaluación, como se abordó en la categoría de administración, es necesario hacer un análisis más profundo con mayor participación para esclarecer los indicadores de las acciones de difusión y publicidad. Así mismo, los alumnos manifiestan *“no hay una sola página donde enterarse de las actividades artísticas sino la información se encuentra dispersa...”*. Sin embargo, al igual que la difusión en redes sociales, este asunto se profundizará en el análisis de la demanda.

Por otro lado, el interés de los estudiantes hacia las actividades artísticas de difusión cultural se considera bajo, ya que de manera general las consideran *“poco atractivas”*, debido a factores como la falta de motivación e incluso la formación de quienes ofertan e imparten las actividades ya que se manifestaron opiniones como *“que sean más competentes, porque a veces como que no se le pone el interés”* *“...tal vez los alumnos sí quieran aprender y simplemente por los que imparten no, a mí me tocó una ocasión”*.

De este mismo modo, existe una subcategoría que tiene ver con la temporalidad, y es inconsistencia en la oferta debido a que *“se están retomando las actividades a partir del COVID19”*. Sin embargo, algunos alumnos manifiestan que esta escasez tiene que ver con su División Académica, comentando cuestiones como *“no hay un área de artes en mi*

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

División Académica” y “*no hay actividades artísticas en mi División Académica*”. Dichas opiniones se contraponen a la propia organización de la universidad, en donde en cada División Académica hay un departamento de difusión cultural que organiza (o debería) actividades artísticas, lo que resalta la necesidad de hacer un análisis más profundo sobre porqué los alumnos no saben que existe dicho departamento y área en su División Académica.

Respecto a los horarios y sedes, es una situación en la oferta ya que los coordinadores de difusión cultural “*organizan eventos culturales para los estudiantes*” pero los horarios dependen de cada división y sus necesidades. Son los estudiantes quienes tienen una opinión de “*falta de disponibilidad de horario*” y “*lejanía de las sedes*” por lo que se hará una mayor profundidad de este tema en la demanda.

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

Tabla 12

Esquematzación de la categoría Oferta

Categoría	Subcategoría	Dimensión	
Oferta	Difusión	Recursos para la difusión.	Los interesados en ocasiones utilizan recursos propios para la difusión de las actividades.
		Uso de redes sociales digitales.	Poca frecuencia y constancia de publicidad en redes sociales digitales. Tipo de contenido no atractivo. Falta de contenido sobre las experiencias de los estudiantes ante las actividades artísticas. Falta de uso de redes sociales digitales como Instagram.
		Antelación de la difusión.	Alumnos se enteran de las actividades artísticas después o durante suceden. No existe o es tardía.
		Difusión en Divisiones Académicas fuera de la Zona de la Cultura.	
		Evaluación de la difusión.	Falta de indicadores de las acciones de publicidad y difusión de las actividades.
		Difusión general de todas las actividades.	No hay una sola página donde los estudiantes obtener la información en tiempo y forma, sino que la información está dispersa.
	Interés	De los estudiantes	A los estudiantes les parecen poco atractivas las actividades artísticas ofrecidas.
	Formación	Formación académica de quien organiza. Formación académica de quien imparte.	Equipo organizador no especializado en temas artísticos. Docentes o ponentes de actividades artísticas sin estudios en el tema.
	Inconstancia	Inconstancia en la oferta.	El departamento de difusión cultural se encuentra retomando las actividades artísticas de forma constante después del COVID 19.
	Escasez de oferta	Rezago en Divisiones Académicas.	No todas las Divisiones Académicas ofertan actividades artísticas. Los estudiantes no asisten porque no existen estas actividades en su División.
Horarios y sedes	Poca disponibilidad en horarios, lejanía en las sedes fuera de la Zona de la Cultura.	Los estudiantes de Divisiones Académicas fuera de la zona de la cultura tienen dificultades para asistir a las actividades artísticas ofrecidas en UJAT central por sus horarios de clase.	

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

En cuanto a la categoría de demanda, como se puede observar en la tabla 13, la densidad es mayor en la subcategoría de motivación, teniendo como dimensiones: recompensas, requisito de egreso y publicidad no motivadora. Lo que respecta a las recompensas los estudiantes no reconocen ningún tipo de recompensa al participar de actividades artísticas por parte de la universidad, cuando se les ha hecho la pregunta solo mencionan como motivación “*la constancia de requisito de egreso*” e igualmente a la percepción de los administrativos, “*la constancia de requisito de egreso o puntos extracurriculares*” son los que motivan a los alumnos a participar. Por otro lado, otros factores de motivación tienen que ver con un crecimiento personal como “*conocimiento sobre el arte y la cultura*”, “*actividades para que tengas algunas herramientas que en algún momento podrás utilizar*”; otras opiniones sobre el crecimiento profesional como que “*son actividades extracurriculares por una razón, complementan de alguna manera la carrera que lleves*”, “*son importantes para cuando salgas al mundo a ejercer una carrera*”; y otras más sobre formación de relaciones personales como “*son actividades donde podemos conocer amigos y formar parte*”.

En cuanto al interés de los estudiantes, no se manifiestan interesados en las actividades artísticas de difusión cultural por considerarlas “*no llamativas*” o por otros factores que implican otras subcategorías como coordinación con docentes, la difusión, horarios y sedes. Respecto a la coordinación con los docentes, sucede lo mismo que en la oferta, estos no se involucran en las actividades y su falta de participación y coordinación con el área de difusión cultural no permite un crecimiento de dichas actividades.

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

De la misma manera, la difusión, juega un papel importante en la demanda, por un lado, la difusión tradicional se manifiesta como “*inexistente*”, “*escasa*”, o “*colocada en lugares donde nadie la ve*”; mientras que por otro lado la difusión en redes sociales digitales se manifiesta “*poca*”, “*inconstante*”, y “*no atractiva ni llamativa*”, en algunas opiniones se menciona hasta “*inexistente*”, sin embargo la página de Facebook de difusión cultural de la UJAT, llamada “Cultura UJAT” cuenta con una comunidad de catorce mil seguidores (como se puede observar en la figura 6, dentro de la que se encuentran docentes y estudiantes. Esta página publica constantemente las diversas actividades culturales realizadas y por realizar de parte de la universidad. Del mes que en que se revisó la página se acumularon treinta y dos publicaciones, entre ellas imágenes de catorce eventos culturales y un taller. En este sentido, se puede observar actividad de la página en cuanto a difusión de eventos, sin embargo, la comunidad no interactúa lo suficiente con estas publicaciones, habiendo algunas con solo una reacción (tomando en cuenta que la comunidad es constituida por catorce mil personas).

Figura 6

Página de cultura UJAT en Facebook



Nota. Captura de página de Cultura UJAT (2022).

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

Por otro lado, la difusión de eventos artísticos en la página de Facebook del CEDA, maneja menos contenido que la de difusión cultural, acumulando en el último mes siete publicaciones, dentro de las cuales se encontró un evento artístico y publicaciones de procedimientos institucionales. Esta página cuenta igualmente con catorce mil seguidores (como se puede observar en la figura 7) pero su función principal es la difusión de los talleres artísticos de la universidad.

Figura 7

Página del CEDA UJAT en Facebook



Nota. Captura de página del CEDA UJAT (2022).

De esta forma se puede observar que existe una incongruencia entre lo manifestado por los participantes del grupo de enfoque y lo encontrado respecto a difusión por lo menos en Facebook. Por lo que se debe añadir a la investigación el analizar ¿por qué la comunidad universitaria no interactúa con las páginas de difusión de actividades artísticas? Y ¿cuáles son los factores que hacen que los estudiantes manifiesten que falta difusión en Facebook si ésta existe? Por otra parte, los estudiantes manifiestan una inconformidad en la antelación de la difusión, ya que como se analizó en la oferta los estudiantes “no se enteran de todas

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

las actividades que se realizan o se enteran tarde”. La dimensión de la difusión, (por lo menos de parte del CEDA en su oferta de actividades artísticas) ya había sido expuesta como carencia por Canabal (2021) exponiendo una necesidad de coordinación y de aprovechamiento de las herramientas de difusión que se poseen como las redes sociales digitales institucionales para que todos los alumnos sean conscientes y participen incluso en la difusión de las actividades.

En cuanto a la subcategoría de sedes y horarios, los alumnos presentan dificultades debido a que la UJAT al ser una institución tan grande se organiza por Divisiones Académicas con una distancia geográfica considerable, y al tener un horario flexible los alumnos pueden pasar más de 8 horas en las aulas de clase, imposibilitando su asistencia a eventos de todo tipo. Los alumnos manifiestan no querer ni tener tiempo de *“viajar para asistir a algún evento”*. Además, manifiestan visualizar *“la mayoría de las actividades artísticas en la zona de la cultura”*, y los estudiantes que se encuentran en Divisiones Académicas fuera de esa zona tienen que invertir mayor tiempo y dinero en asistir.

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

Tabla 13

Esquematización de la categoría Demanda

Categoría	Subcategoría	Dimensión	
	Motivación	Recompensas.	Los estudiantes no visualizan recompensas por parte de la universidad por participar en actividades artísticas más que la constancia (con fines de egreso). Crecimiento personal por asistencia actividades artísticas. Crecimiento profesional por asistencia a actividades artísticas. Formación de relaciones a través de la asistencia a actividades artísticas.
		Requisito de egreso.	Los estudiantes asisten a las actividades artísticas para cumplir con el requisito de egreso de un taller de arte o constancia de puntos extracurriculares.
		Publicidad no motivadora.	Los estudiantes no consideran suficiente la publicidad de los eventos con solo información de horario y lugar.
Demanda	Interés	De los estudiantes.	No se está considerando los intereses de los estudiantes.
	Coordinación	Con docentes.	Algunos docentes consideran la comisión de grupos como horas de clase perdidas.
	Difusión	Medios tradicionales	Los estudiantes ubican la difusión tradicional como escasa, y no la encuentran en sus Divisiones Académicas.
		Redes sociales	Tipo, frecuencia, y constancia
		Antelación	Difusión tardía.
		Atractivo de la difusión	Difusión poco atractiva
	Horarios y sedes	Poca disponibilidad de horarios y lejanía de sedes	Los estudiantes de Divisiones Académicas fuera de la zona de la cultura tienen dificultades para asistir a las actividades artísticas ofrecidas en UJAT central.

Protocolos de recolección y transformación de datos

Para el primer acercamiento se utilizó la grabación de audio de la recolección de los datos, como se puede observar en los apéndices I y J, además del uso de notas de observación (como se muestra en el apéndice K), y transcripción manual a documento de Microsoft Word de las entrevistas y grupo de enfoque para su análisis pertinente.

En el caso de la entrevista a administrativos, el protocolo de recolección de datos se encuentra en el apéndice L. Mientras que el protocolo del grupo de enfoque se encuentra en el apéndice M, donde se incluyó: bienvenida, consentimiento informado, explicación general de la dinámica del grupo de enfoque, lectura del objetivo de la investigación, recolecta de datos generales de los participantes y aplicación de preguntas detonadoras por segmentos.

Estrategias de análisis de datos

Reducir la información es importante para la investigación cualitativa, de acuerdo con Creswell (2013) se pueden crear códigos o categorías y catalogar el texto o las imágenes en estas. Para el análisis de los datos, se siguió este proceso de categorización, asignando clases significativas, que se van diseñando y rediseñando constantemente, integrando y reintegrando el todo y las partes, a medida que se revisa el material y va emergiendo el significado de cada hecho o datos (Martínez, 2006). La codificación de acuerdo con Vasilachis et al. (2006) consiste en colocar códigos a fragmentos analizados para diferenciar unidades de significados, para esto se utilizó la herramienta de software ATLAS.ti (Versión 9) donde se generaron 12 códigos, donde el código con mayor enraizamiento fue la falta de difusión. De esta misma forma se analizaron los datos por categorías y subcategorías utilizando los códigos de cita para organizar la información.

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

La investigadora a cargo de este trabajo tiene una formación profesional en educación y gestión educativa, además de la experiencia académica en las cuestiones artísticas y culturales de una universidad. Lo que permitió tener un conocimiento empírico previo de algunas categorías planteadas. Sin embargo, fue necesario mantener distancia y la objetividad en el análisis de los datos para no influir en los resultados. De acuerdo con Strauss y Corbin (2002) un investigador en la metodología cualitativa debe permanecer flexible y abierto para comprender la complejidad del fenómeno.

Integridad metodológica

Los hallazgos y las afirmaciones fueron hechas a partir de los análisis que surgieron de la triangulación de los datos, evidenciando incluso diferencias entre la realidad expresada por los sujetos administrativos, alumnos y la información institucional, limitando la relación con los sujetos participantes, analizando las aportaciones sin preferencia y manteniendo apertura hacia todas las vertientes que pudieron encontrarse. En este sentido, los datos recopilados y analizados captan diversidad, se enriquecen, y originan nuevos cuestionamientos a plantear, que ayuden a responder a la pregunta de investigación. La investigadora mantuvo una distancia en el análisis de los resultados, evitando inferencias antes de comparar todas las fuentes.

Así mismo, como se muestra a lo largo del capítulo, los hallazgos son reforzados por las teorías retomadas en el marco teórico, donde los problemas principales encontrados se derivan de la falta o mal manejo de las cuestiones de mercadotecnia (difusión) en la oferta y motivación para la demanda. Además, en la descripción de los datos del primer

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

acercamiento se proporciona contexto, y se retoman extractos y contribuciones importantes de las participaciones de los sujetos de estudio.

Las transcripciones manuales de las entrevistas y el grupo de enfoque en corto tiempo después de la aplicación de los instrumentos permitieron el análisis aún más puntual de los datos. Durante el proceso de análisis, la investigadora utilizó recursos como libreta y lapicero solventar alguna debilidad que pudiera surgir debido al poco conocimiento del software, no obstante, para todas las unidades de análisis se utilizó el mismo proceso. No obstante, se considera fundamental, que en las próximas aplicaciones se utilicen métodos de grabación de video para hacer énfasis en el lenguaje no verbal, y un mejor uso de las notas de campo a través de una metodología establecida.

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

Capítulo IV: Resultados

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

En este capítulo, se presentan los resultados obtenidos en el trabajo de campo, el cual consistió en entrevistas a administrativos de difusión cultural de la universidad participante del estudio, grupos de enfoque a los alumnos, y observación no participante en eventos artísticos. Primeramente, se presenta la fase de descripción del proceso de levantamiento de la información, y en una segunda parte los resultados obtenidos a través del análisis y las redes semánticas correspondientes.

Trabajo de campo

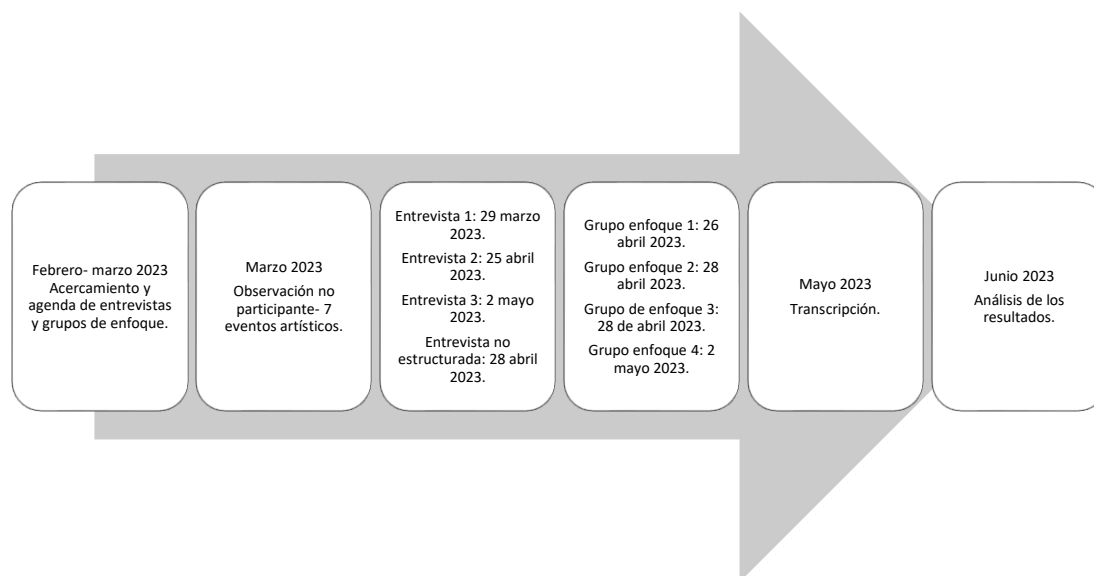
De acuerdo con lo establecido en la metodología (respecto a los sujetos de estudio y las técnicas a utilizar) se llevó a cabo el levantamiento de la información posterior al vagabundeo y el primer acercamiento. Para este proceso se seleccionaron administrativos, alumnos y eventos artísticos que fueran parte del fenómeno de estudio, en las Divisiones Académicas antes establecida: División Académica de Ciencias Económico Administrativo (DACEA), División Académica de Educación y Artes (DAEA), y División Académica de Ciencias Sociales y Humanidades (DACSyH), así como el Centro de Desarrollo de las Artes. Como se menciona en el capítulo de metodología, en total se realizaron 3 entrevistas semiestructuradas, cuatro grupos de enfoque (uno de ellos interrumpido por cuestiones administrativas), y una entrevista no estructurada.

El proceso como se puede observar en la figura 8, consistió en acercamiento con los sujetos de estudio para agenda de entrevistas y grupos de enfoque, observación no participante, realización de las entrevistas y grupos de enfoque, transcripción de la información, análisis y elaboración de redes semánticas (uso del software *ATLAS TI 9*).

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

Figura 8

Proceso de trabajo de campo



Nota. Elaboración propia.

En cuanto al acercamiento y la programación de las entrevistas y grupos de enfoque se realizó la solicitud directa a los administrativos a través de sus correos institucionales y números telefónicos de oficina. Para los grupos de enfoque se hizo uso de relaciones personales de la investigadora y solicitud de espacios dentro de la universidad para llevarlos a cabo. Así mismo, los eventos artísticos observados fueron realizados en el margen de la festividad universitaria “Feria Internacional del Libro UJAT 2023” que permitió el acceso libre como público general a la investigadora.

Las entrevistas a los administrativos, se realizaron en sus oficinas respectivas, utilizando grabación de voz y toma de notas en cada sesión. Mientras que los grupos de enfoque se llevaron a cabo dentro de las instalaciones de las Divisiones Académicas a las que correspondían los alumnos, en salones y uso de un cubículo; utilizando igualmente grabación de voz y toma de notas, además de evidencia fotográfica. En todos los casos, se

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

recolectaron las firmas de consentimiento informado (anexadas en el apéndice N para entrevista y apéndice O para grupo de enfoque) para el uso de la información con fines académicos y de investigación. En cuanto a la transcripción, se desarrolló de forma manual utilizando los audios obtenidos de las sesiones de recolección de la información, para posteriormente analizar los datos a través del uso de categorías y creación de subcategorías para elaborar las redes semánticas en el software *ATLAS TI 9*.

Análisis de la información

Para llevar a cabo el análisis de la información, fue necesario retomar los objetivos de esta investigación y posicionar las grandes categorías existentes: administración, oferta y demanda. Los resultados se sometieron a un análisis semántico donde se buscaron los nuevos conceptos que tuvieran relación con las categorías previas, para así identificar las citas con relación a las categorías y realización de la codificación abierta, donde se colocaron códigos a los fragmentos analizados para diferenciar unidades de significados (Vasilachis et al., 2006). A continuación, se muestran los resultados por las grandes categorías, donde surgieron nuevos conceptos a visualizar.

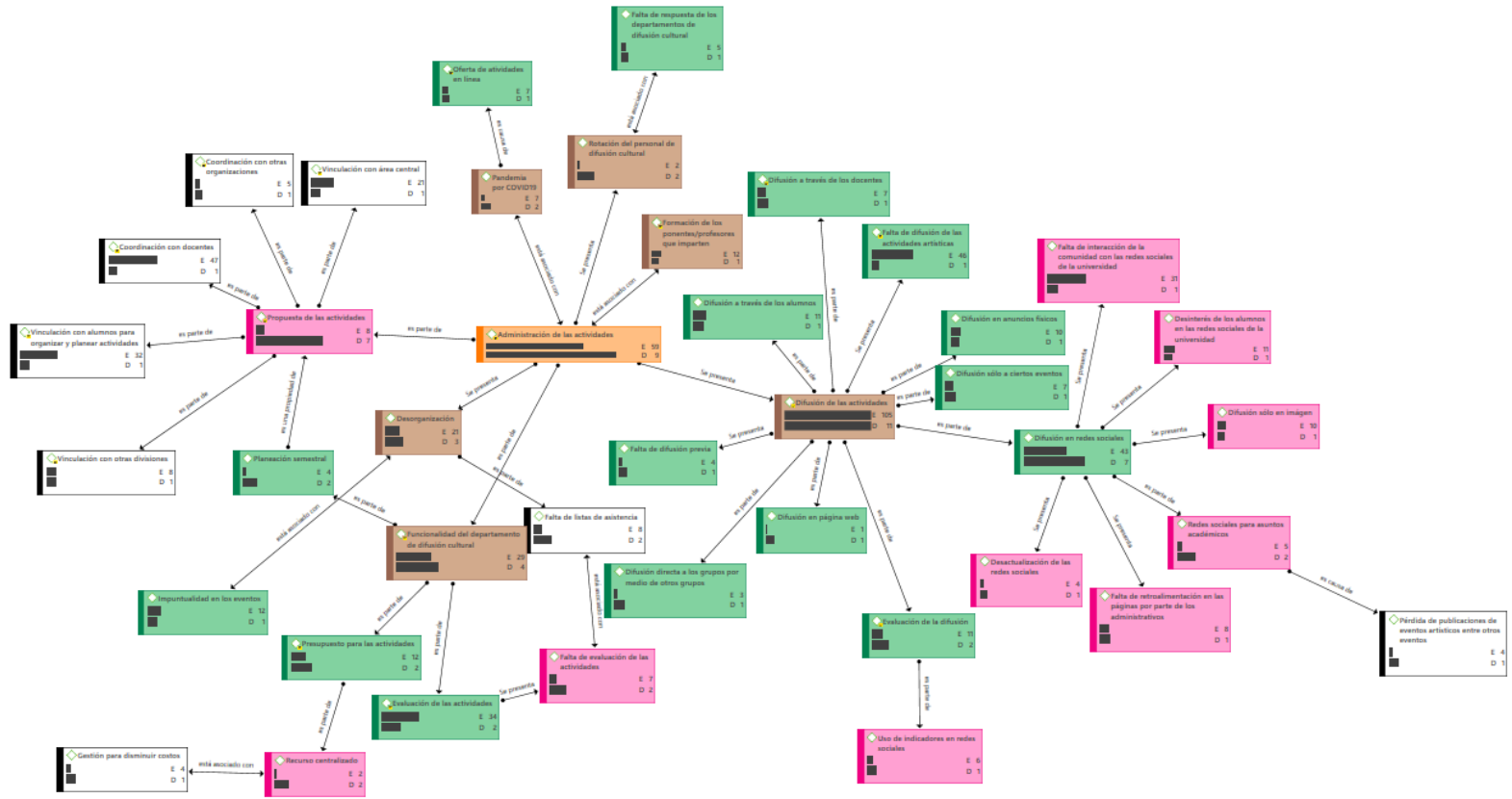
Administración

La categoría de administración representa una de las redes más densas, como se puede observar en la figura 9. Esta categoría de las actividades artísticas, cuenta con 59 citas vinculadas directamente, donde la difusión (como parte de la administración) cuenta con 105 citas. La administración por parte de los departamentos de difusión cultural está relacionada con las subcategorías de su funcionalidad (presupuesto, planeación y evaluación), difusión, formación de profesores, rotación del personal, cambios por pandemia de COVID19 y algunos problemas en la desorganización.

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

Figura 9

Red de administración de actividades artísticas



Nota. Elaboración propia en el software Atlas TI 9.

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

En primer lugar, la funcionalidad del departamento de difusión cultural en cada División Académica está relacionada con la planeación de los eventos en coordinación con otros: docentes y profesores, donde se manifiestan expresiones como “profesores, estudiantes, y nosotros como área [difusión cultural] hemos ido generando una agenda que es bastante nutritiva en temas culturales y artísticos” (E48); vinculación con el área central, donde se manifiesta “siempre estamos alerta porque sabemos que van a convocar o pueden convocar” (E487); vinculación con alumnos y profesores de otras Divisiones donde se expresa “ [tener] participación cultural con algunos estudiantes de la universidad, algunos compañeros de otras Divisiones Académicas” (E209); y coordinación con organizaciones a través de “conexiones que se hicieron” (E203). Estas participaciones en conjunto, aportan al objetivo del departamento de difusión cultural, en cuanto al fomento del arte tanto en la comunidad universitaria (incluyendo docentes) y sociedad en general (UJAT, 2014).

En cuanto a los presupuestos, los recursos son centralizados, “entregados y se han utilizado conforme se van desarrollando las actividades” (E451), por lo que se recurre a “procesos de gestión” (E453). No obstante, una problemática se encuentra en la evaluación de las actividades, donde se expresa que “un instrumento como tal no tenemos para medir” (E453) y además “no tenemos una capacidad de evaluar como tal” (E522). En ese mismo sentido, se presenta una problemática en cuanto a la evaluación por asistencia, ya que en ninguno de los eventos observados hubo presencia de una lista de asistencia. En este sentido, la evaluación se convierte en un elemento clave de la administración que se encuentra faltante.

De este mismo modo, se pueden observar otras cuestiones con un menor peso como una rotación del personal de difusión cultural conforme a los cambios de directores que

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

puede repercutir en la respuesta que se espera de ellos “no nada más la presencia, sino que sus áreas estén bien” (E515); y cambios por pandemia COVID19 que introdujeron actividades en línea. Así mismo, se puede observar la exposición de una desorganización de los eventos, principalmente por la impuntualidad con la que comenzaron, ya que 6 de las 7 actividades registradas comenzaron después de la hora indicada, donde el máximo de retraso fue de 48 minutos.

En este sentido, la administración juega un papel muy importante dentro del desarrollo de actividades artísticas, llevar estos procesos de manera desordenada puede afectar en la calidad de los mismos. No obstante, la mayor densidad en la categoría de administración se encontró en la subcategoría de difusión de las actividades, esta difusión se presenta a través de los alumnos, docentes, anuncios físicos, página web y redes sociales. Este último tipo de difusión presenta 43 citas vinculadas, y tiene algunas problemáticas como: desinterés de los alumnos en las redes sociales de la universidad manifestado en expresiones como “no tenemos el interés por seguir la página (G617); desactualización de las redes sociales como *Twitter* donde se observó inactividad en las páginas de las Divisiones Académicas (donde la más desactualizada no genera contenido desde el 2021); falta de interacción de la comunidad con las redes sociales universitarias, donde se observaron publicaciones sin comentarios ni compartidas en *Facebook*; falta de retroalimentación en las páginas por parte de los administrativos, donde se observó publicaciones con dudas sin responder sobre un evento; difusión sólo en imagen en todos los eventos observados; y pérdida de las publicaciones de eventos artísticos por el uso de redes sociales de la universidad para diversos asuntos académicos manifestado en comentarios como “siempre se pierden esas publicaciones” (G636), así como la

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

observación de las páginas de *Facebook* saturada de imágenes y transmisiones en vivo de eventos pasados.

Respecto a la difusión en redes sociales, de acuerdo con Jenkins (2008) la publicidad (difusión en este caso) debe impresionar al consumidor o receptor para generar una respuesta en él, además de que los consumidores creen una relación emocional con lo que se pretende difundir. Esto puede explicar la relación que existe entre una difusión atractiva o de impacto y el consumo (que se entiende en esta investigación como asistencia). Por estas razones se debe conocer lo que para el público causa impresión y lo que es olvidado o ignorado como en este caso. La sociedad en red (conectada a través de recursos como las redes sociales digitales) reasigna los significados y crean nuevos lenguajes (Castells, 2001) los cuales son importantes de conocer para conectarse con las generaciones que pertenecen a esta sociedad.

Además, en el análisis también se visualizaron problemáticas como la falta de difusión en general y difusión previa, con comentarios como “a veces me entero cuando ya estoy en mi casa (G321) “yo me entero ya que pasó” (G364) “en el caso de la universidad no veo que se de esa difusión” (G95); difusión sólo a ciertos eventos donde se manifiesta que “la universidad no lo difunde [los eventos artísticos], a veces sí y a veces no, solamente cuando son eventos grandes” (G611); y evaluación de la difusión sólo a través de los indicadores proporcionados por las redes sociales “a través de los elementos que nos proporciona la misma aplicación” (E34). Esta evaluación establece una problemática debido a la falta de interacción de la comunidad universitaria antes mencionada.

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

En seguimiento con la difusión, se presenta en la tabla 14 la comparación de la difusión en las redes sociales *Facebook* y *Twitter* de los eventos artísticos observados, ya que fueron las únicas redes sociales donde se presentó difusión de los eventos.

Tabla 14

Comparación de la difusión de los eventos observados en redes sociales

Eventos difundidos en redes sociales	Reacción	Compartidos	Comentarios
Facebook			
<i>Master Class</i> y concierto de música creativa (dos eventos una sola imagen): Día del evento. Página de la UJAT. https://www.facebook.com/photo.php?fbid=605050034998941&set=pb.100064818483316.-2207520000.&type=3	16	7	0
<i>Master Class</i> y concierto de música creativa (dos eventos una sola imagen): Dos días antes del evento. Página de la UJAT. https://www.facebook.com/photo.php?fbid=603887841781827&set=pb.100064818483316.-2207520000.&type=3	33	8	1
<i>Master Class</i> y concierto de música creativa (dos eventos una sola imagen): Día del evento, página DAEA https://www.facebook.com/photo/?fbid=588064700034814&set=a.468852795289339	10	6	0
<i>Master Class</i> y concierto de música creativa (dos eventos una sola imagen): 4 días antes del evento, página DAEA. https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=590195269821757&id=100064938663818	7	3	0
<i>Master Class</i> y concierto de música creativa (dos eventos una sola imagen): Día del evento. Página de DACEA. https://www.facebook.com/dacea.mx/posts/595535922610440	4	0	0
Conferencia y exposición de pintura: Movimiento de color-homenaje a la UJAT. Día antes del evento. Página de la UJAT. https://www.facebook.com/photo.php?fbid=604660535037891&set=pb.100064818483316.-2207520000.&type=3	15	6	1
Conferencia y exposición de pintura: Movimiento de color-homenaje a la UJAT. Día antes del evento. Página de Cultura UJAT. https://www.facebook.com/CulturaUjatPagina/posts/663192332276126	5	3	0
Encuentro de Ballets- Gala artística. Día antes del evento. Página de la UJAT. https://www.facebook.com/photo.php?fbid=605311668306111&set=pb.100064818483316.-2207520000.&type=3	53	38	4
Encuentro de Ballets- Gala artística. Día del evento. Página de Cultura UJAT. https://www.facebook.com/photo.php?fbid=664300722165287&set=pb.100057560946474.-2207520000.&type=3	5	1	0
Encuentro de Ballets- Gala artística. Día del evento. Página del CEDA UJAT. https://www.facebook.com/ceda.ujat.mx/posts/735797884646490	5	1	0
Encuentro de Ballets- Gala artística. Día antes del evento. Página del CEDA UJAT. https://www.facebook.com/photo.php?fbid=735275614698717&set=pb.100046488565130.-2207520000.&type=3	22	12	0

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

Tabla 14

Comparación de la difusión de los eventos observados en redes sociales (continuación)

Eventos difundidos en redes sociales	Reacción	Compartidos	Comentarios
Gala artística: primer encuentro primavera coral. Día antes del evento. Página de la UJAT. https://www.facebook.com/photo.php?fbid=605801958257082&set=pb.100064818483316.-2207520000.&type=3	17	19	2
Gala artística: primer encuentro primavera coral. Día del evento. Página de Cultura UJAT. https://www.facebook.com/photo.php?fbid=664815792113780&set=pb.100057560946474.-2207520000.&type=3	2	0	0
Gala artística: primer encuentro primavera coral. Día antes del evento. Página del CEDA UJAT. https://www.facebook.com/photo.php?fbid=735737314652547&set=pb.100046488565130.-2207520000.&type=3	4	13	0
Concierto Rafael Mendoza. Un día antes del evento. Página de la UJAT. https://www.facebook.com/photo.php?fbid=605822121588399&set=pb.100064818483316.-2207520000.&type=3	9	3	0
Concierto Rafael Mendoza. Día del evento. Página de Cultura UJAT. https://www.facebook.com/photo.php?fbid=664856015443091&set=pb.100057560946474.-2207520000.&type=3	2	1	1
Twitter			
Master Class y concierto de música creativa (dos eventos una sola imagen): Día del evento. https://twitter.com/UJAT/status/1638178663995965440?cxt=HHwWgIDUoZi0_bstAAAA	2	2 (362 alcance)	0
Master Class y concierto de música creativa (dos eventos una sola imagen): Dos días antes del evento. https://twitter.com/UJAT/status/1637468979257131010/photo/1	4	1 (407 alcance)	0
Master Class y concierto de música creativa (dos eventos una sola imagen): Cuatro días antes del evento. Página de DAEA https://twitter.com/daea_ujat/status/1636773605496483840/photo/1	1	1 (211 alcance)	0
Conferencia y exposición de pintura: Movimiento de color-homenaje a la UJAT. Día antes del evento. Página de la UJAT. https://twitter.com/UJAT/status/1637932549480775681/photo/1	0	0 (399 alcance)	0
Encuentro de Ballets- Gala artística. Día antes del evento. https://twitter.com/UJAT/status/1638338637246128128/photo/1	2	2 (306 alcance)	0
Encuentro de Ballets- Gala artística. Día antes del evento. https://twitter.com/UJAT/status/1638631634697170944/photo/1	1	1 (323 alcance)	0
Concierto Rafael Mendoza. Un día antes del evento. https://twitter.com/UJAT/status/1638646741103673345/photo/1	0	0 (275 alcance)	0

Como se puede observar en la tabla 14, es en *Facebook* donde se da un mayor peso de la difusión, principalmente en el general de la universidad donde se cuenta con 207 mil seguidores. El evento con más reacciones, comentarios y mayor número de veces compartido fue una gala artística (ballet folclórico) desde el *Facebook* general de la universidad un día antes del evento. No obstante, en esta misma red social DAEA difundió

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

un evento dos veces, DACEA un evento una vez, siendo la DACSYH la única que no difundió estos eventos artísticos observados. Es importante también observar, que en la mayoría de las publicaciones en *Facebook* se cuenta con 0 comentarios de la comunidad por parte de la comunidad universitaria y público general. De acuerdo con Losada-Díaz y Capriotti (2015) para que el contenido en redes sociales sea efectivo y llegue a más personas, es necesario la conversación y comentarios de los seguidores de la página, ya que el algoritmo posiciona publicaciones con más comentarios. En este sentido, la difusión podría existir, pero perderse (como se expuso anteriormente que sucede) en las páginas de la universidad.

Por otro lado, en Twitter se visualiza poca difusión de los eventos (sólo 4 de los 7 observados) con un máximo de 4 reacciones, 2 compartidos y cero comentarios en las publicaciones. Esto considerando los 42.9 mil seguidores que tiene la página es insignificante, y al igual que en *Facebook* no genera un impacto en la comunidad.

Así mismo, en el análisis de esta categoría se presenta la tabla 15 con la convergencia de las principales subcategorías de la categoría administración. Se puede observar el conteo de las citas asociadas y el coeficiente de convergencia de cada una de las celdas. Además, se vincula con la figura 10 el diagrama de Sankey de la categoría administración, el cual presenta el nivel de enraizamiento de las subcategorías de mayor frecuencia. Se visualiza la presencia de la difusión enraizada en la difusión en redes sociales digitales (37 citas vinculadas entre sí) además de la falta de difusión (27). Del mismo modo, se presentó una fuerte convergencia entre la administración y la desorganización de las actividades artísticas (15), así como también la impuntualidad de los eventos (12). Otras convergencias con importante densidad se encontraron en la relación

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

con la difusión y la coordinación con docentes (10), difusión en anuncios físicos (10), y a través de los alumnos (7). La relación que existe entre la difusión y la difusión en redes sociales digitales es un fenómeno nacional en las cuestiones artísticas, de acuerdo con el INEGI (2022) son las redes sociales digitales el medio de difusión más popular, donde el 62% se entera de proyecciones de películas y cine, 59.3% de exposiciones culturales, 59.3% de espectáculos de danza, 56.4% de conciertos y 54.5% de obras de teatro; estas cifras sólo son seguidas por el medio difusión televisión con porcentajes menores (la mitad de lo que representan las redes sociales digitales en la mayoría de los casos).

Así mismo, la desorganización de los eventos en cuanto a la impuntualidad, afecta la participación en los eventos, ya que para un modelo de enriquecimiento escolar están relacionados la oferta, el sistema, la organización, la capacidad e interés de los estudiantes, y la evaluación continua (Renzulli, 2008)

Por otro lado, de acuerdo con Durkheim (1997) la educación puede actuar como una implantación de formas de ver y sentir que no llegarían por espontaneidad, de tal manera que la relación de difusión con docentes y otros alumnos tiene sentido con el papel que juegan los actores educativos en el interés. En este sentido, la universidad tiene la tarea de ofrecer los elementos necesarios para la comprensión de las obras de arte, y así poder generar en los alumnos el interés estético, además de que una obra de arte es completa a partir de que exista un receptor que comprenda (Dewey, 2008).

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.**Tabla 15***Tabla de correlaciones de la categoría administración*

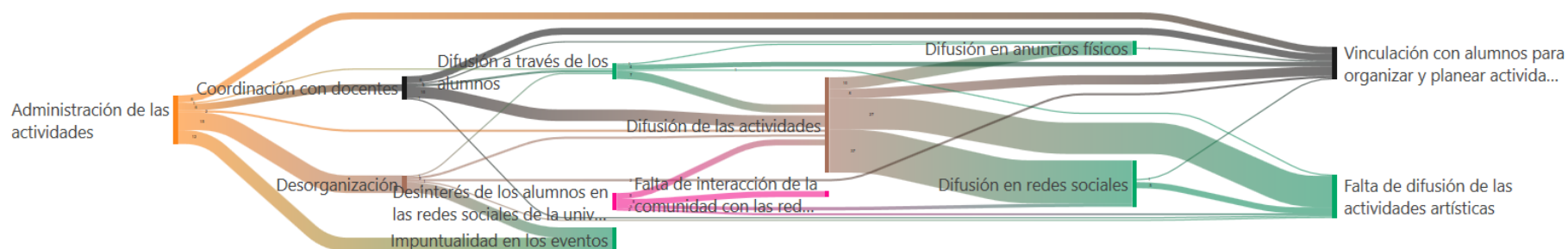
	● AA	● CD	● DARU	● DES	● DAA	● DA	● DAF	● DRS	● FDA	● FICR	● IE	● VA
● Administración de las actividades (AA) Gr=59	0	6	0	15	1	2	0	0	0	0	12	6
● Coordinación con docentes (CD) Gr=47	6	0	0	0	2	10	1	0	1	0	0	6
● Desinterés de los alumnos en las redes sociales de la universidad (DARU) Gr=11	0	0	0	0	0	5	0	3	2	5	0	0
● Desorganización (DES) Gr=21	15	0	0	0	1	2	0	0	1	0	9	2
● Difusión a través de los alumnos (DAA) Gr=11	1	2	0	1	0	7	1	0	1	0	0	4
● Difusión de las actividades (DA) Gr=105	2	10	5	2	7	0	10	37	27	0	0	8
● Difusión en anuncios físicos (DAF) Gr=10	0	1	0	0	1	10	0	0	0	0	0	1
● Difusión en redes sociales (DFR) Gr=43	0	0	3	0	0	37	0	0	5	0	0	1
● Falta de difusión de las actividades artísticas (FDA) Gr=46	0	1	2	1	1	27	0	5	0	0	0	0
● Falta de interacción de la comunidad con las redes sociales de la universidad (FICR) Gr=31	0	0	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0
● Impuntualidad en los eventos (IE) Gr=12	12	0	0	9	0	0	0	0	0	0	0	0
● Vinculación con alumnos para organizar y planear actividades (VA) Gr=32	6	6	0	2	4	8	1	1	0	0	0	0

Nota. Elaboración propia con los datos obtenidos en el trabajo de campo procesados en ATLAS TI 9.

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

Figura 10

Diagrama de Sankey administración



Elaboración propia con los datos obtenidos en el trabajo de campo procesados en ATLAS TI 9.

En este sentido, el diagrama de Sankey respecto a la administración refuerza la interpretación de las relaciones fuertes entre las categorías: difusión de las actividades- difusión en redes sociales, difusión de las actividades- falta de difusión, administración de las actividades- desorganización, administración de las actividades- impuntualidad, coordinación con los docentes- difusión de las actividades, y administración de las actividades- desinterés de los alumnos en las redes sociales de la universidad. Además de la presencia de otras relaciones menores como administración de las actividades- coordinación con docentes y desinterés de los alumnos en las redes sociales de la universidad- falta de interacción de la comunidad.

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

Oferta

La oferta en esta investigación es representada por la red más pequeña, como se puede observar en la figura 11. En esta categoría se puede resaltar el propósito de las actividades en relación a las licenciaturas y para la formación integral, en donde se buscan cuestiones como y “el desenvolvimiento y crecimiento de los estudiantes” (E528) y que “tengan un empate también en la parte académica” (E448). Además, se encontraron problemáticas como “la falta de oferta de actividades artísticas por parte de la división” (G567), donde “hay poco fomento al arte” (G284) y los administradores se manifiestan estar “conscientes de que debemos fomentar más las actividades artísticas” (E563), que a su vez está relacionada con otro tipo de actividades con mayor oferta; falta de actualización de la oferta donde “las actividades son muy limitadas” (G640) y “tradicionales” (G644); horarios no adecuados para los alumnos y la presencia de muchos alumnos denominados “foráneos” (que se profundizarán en la categoría de la demanda) que viven lejos de la universidad y no pueden regresar en horarios después de clases, esto expresado en comentarios como “lamentablemente igual no asisto por la misma situación de que ya me es complicado viajar” (G427).

Esta baja oferta de actividades artísticas también es influida por el contexto local, donde se reconoce que no se destinan los recursos suficientes para la promoción de las artes. (Gobierno del Estado de Tabasco, 2019). No obstante, en la UJAT el objetivo de los departamentos de difusión cultural es coordinar ciertas actividades a favor de la formación integral del estudiante (UJAT, 2014), donde de acuerdo con la UNESCO (2022) el arte es una herramienta importante. Este tipo de actividades favorecen tanto al desarrollo de

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

habilidades motrices como al afinamiento de la percepción y apreciación del mundo (Serna 2022).

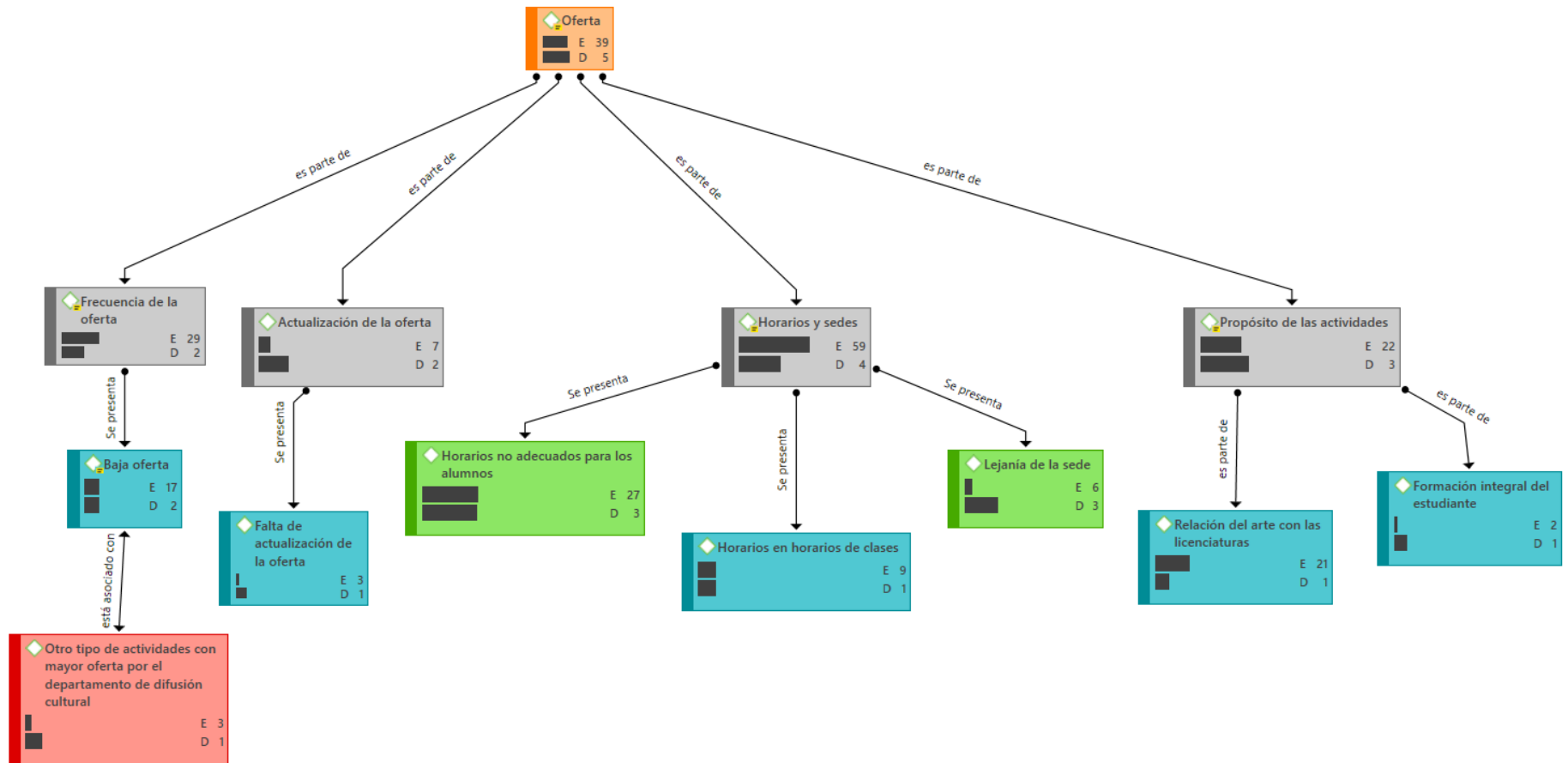
Por otro lado, en cuanto a la actualización de la oferta se debe tomar en cuenta los intereses de los alumnos ya que estos pueden ser considerados como motivaciones intrínsecas que se consiguen estimular a través de experiencias en este caso a los alumnos (Cirino, 2003). En este sentido, la oferta debe considerar los gustos y las demandas de los jóvenes manteniendo una actualización constante para causar interés en los alumnos y motivarlos a asistir.

De tal modo que, la oferta debe estar en vinculación con lo que se comprende y lo que es novedoso, ya que, si los alumnos encuentran algo “nuevo” y que de la misma forma sea comprensible de acuerdo a su contexto, entonces le resultará interesante, caso contrario a lo nuevo e incomprensible (que quedará en confusión) o lo tradicional y comprensible (que puede parecer aburrido) (Silvia, 2008).

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

Figura 11

Red de oferta de actividades artísticas



Nota. Elaboración propia en el software *Atlas TI*.

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

Del mismo modo que en la categoría de administración, se analizaron las convergencias de las subcategorías, a través de la tabla de correlación (tabla 16) y apoyo visual con el diagrama de Sankey (figura 12). Los resultados, arrojaron una convergencia entre la frecuencia de la oferta y la baja oferta de actividades artísticas (13); una relación entre los horarios ofertados y horarios de clases (9); y otras convergencias con menor densidad como la de la oferta y la relación con las artes en las licenciaturas (3). La situación de la baja oferta es un fenómeno arrastrado de años anteriores, donde del 2016 al 2018 se registraron 41.8% de eventos menos y 55% menos de participación (UJAT, 2020). No obstante, la frecuencia de la oferta no es suficiente, de acuerdo con Dewey (2008) también es necesario que los universitarios visualicen la oferta vinculada a su realidad para generar en ellos una conexión emocional e interés.

Tabla 16

Tabla de correlaciones de la categoría oferta

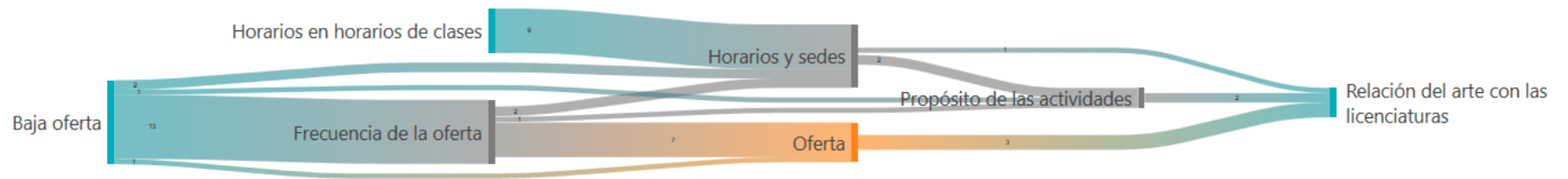
	● BO	● FO	● HHC	● HS	● O	● PA	● RAL
● Baja oferta (BO) Gr=17	0	13	0	2	1	1	0
● Frecuencia de la oferta (FO) Gr=29	13	0	0	2	7	1	0
● Horarios en horarios de clases (HHC) Gr=9	0	0	0	9	0	0	0
● Horarios y sedes (HS) Gr=59	2	2	9	0	0	2	1
● Oferta (O) Gr=39	1	7	0	0	0	0	3
● Propósito de las actividades (PA) Gr=22	1	1	0	2	0	0	2
● Relación del arte con las licenciaturas (RAL) Gr=21	0	0	0	1	3	2	0

Nota. Elaboración propia con los datos obtenidos en el trabajo de campo procesados en ATLAS TI 9.

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

Figura 12

Diagrama de Sankey oferta



Nota. Elaboración propia con los datos obtenidos en el trabajo de campo procesados en ATLAS TI 9.

Respecto a la oferta, el diagrama de Sankey refuerza las relaciones más importantes entre frecuencia de la oferta- baja oferta, horarios y sedes- horarios en horarios de clases, oferta- relación con las licenciaturas, propósito de las actividades- relación con las licenciaturas y propósito de las actividades- horarios y sedes.

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

Demanda

Por otro lado, en el tema de la demanda se puede observar (figura 13) que existen diferentes tipos de motivación para asistir a las actividades artísticas (personales y otras relacionadas con la institución), vista desde la definición de la Real Academia Española (2022c) como los elementos que determinan las acciones de una persona. A su vez que se presentan motivos para la baja y la no asistencia. En las motivaciones para asistir relacionadas con la individualidad del alumno se encuentran el fortalecimiento de vínculos de amistad donde los alumnos dicen buscar “una interacción con los compañeros” (G659); interés en la actividad donde se expresa que las actividades “son muy interesantes” (G435); desestrés y entretenimiento donde los alumnos expresan opiniones como que las actividades “ayudan a desestresarnos” (G573); aprendizaje y adquisición de habilidades, como “un aprendizaje de manera cultural” (G538) e “incluso mejorar habilidades que no teníamos y podemos descubrir” (G588); interés después de un primer contacto donde lo que los atrae es “lo que ven de los grupos artísticos (E508) y los alumnos describen como “una pequeña muestra, una prueba de cómo sería una experiencia y créeme que con eso a muchos les encantaría estar” (G628); valoración de las actividades después del COVID19 que los administrativos manifiestan opiniones como “la pandemia nos enseñó a valorar lo que teníamos...” (E539); y motivación a través de vínculos personales, donde se hace manifiesto una motivación inspirada por una relación con los administradores y compañeros hacia la participación artística, expresado en comentarios como “vas a ver principalmente lo que realizan nuestros compañeros de esta institución y cómo se desenvuelven, eso te motiva” (G602), y donde los administrativos manifiestan comentarios como “estar ahí de forma cercana y casi familiar nos ayuda a motivarlos” (E509).

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

Para Orozco (2018), la conducta o las decisiones de las personas están influenciadas por procesos cognitivos básicos, las emociones y el satisfactor, que genera compromisos con lo que da ese satisfactor. De acuerdo con Bourdieu (1998) existe una relación estrecha con el círculo social de la persona y el gusto, las motivaciones más importantes están relacionadas con el vínculo de amistad o cercanía con personas que los incitan a participar de estas actividades, compañero, docentes y los mismos administrativos. La educación (de casa y de la universidad) y la imitación son factores que permiten un interés del alumno hacia las actividades artísticas. Además de la presencia también del sentido de pertenencia como una necesidad humana (Maslow, 1943). Así mismo, el interés del aprendizaje o interés cognitivo permiten de forma situacional o hasta consolidada que los alumnos quieran participar en estas actividades, en búsqueda de lo nuevo (Hidi & Renninger 2006).

Del mismo modo, la motivación relacionada con la institución tiene que ver con la entrega de “algún tipo de constancia que sea válida para titulación” (G720); “grupos comisionados” (E44); si el evento “forma parte de una actividad de asignatura” (E64); y “cumplir con un requisito de constancias” para el egreso (G668). De esta manera, la universidad tiene la oportunidad de motivar a los alumnos en un primer momento a asistir a los eventos artísticos y posterior podría establecerse como un modo de actuación que forme parte de ellos, ya que de acuerdo con Durkheim (1997) existen modos de actuación que pueden adquirirse con la repetición.

Por otro lado, las causas de la baja y la no asistencia se plantean como: falta de vinculación con alumnos, expresado en comentarios como “nos gustaría mucho que ellos [departamentos de difusión cultural] proyectaran más a sus chicos , a sus talentos, a sus grupos porque ayudaría mucho a incrementar la vida cultural y artística de sus propias

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

Divisiones” (E513); influencia del contexto expresada en comentarios como “no estamos en una sociedad que sea muy afecta al crecimiento artístico” (E504), “igual por la difusión [de eventos artísticos] ya no hablando de la UJAT ni de la división sino del Estado, [se debe] darle esa relevancia a lo que es” (G696); docentes que no respetan las comisiones, donde se expresan situaciones como “algunos profesores, aunque ya estés comisionado no respetan y te ponen una falta...” (G688); docentes desinteresados en las artes expresado en comentarios como “un maestro que nosotros como grupo queríamos estar en una actividad y el profesor realmente no se interesó y nos dijo que teníamos que entrar a la clase... es importante que el maestro nos transmita esa motivación que nos debe transmitir a todos” (G:627). En este sentido, el vínculo del alumno con el docente y con su contexto es muy importante ya que las influencias sociales se comparan con el aire, que pesa, aunque no se sienta el peso (Durkheim, 1997), es decir están presentes y hacen efecto, aunque no se visualicen de forma simple. De este modo, los gustos artísticos están influenciados por la cultura a través de la educación y la imitación (Robledo-Ramón y García, 2008).

En las problemáticas también se puede observar: horarios no adecuados expresado en comentarios como “chocan con mis horarios [de clase]” (G600), “se cruzan con nuestras materias...” (G596), “por nuestro horario de trabajo no me es posible, los agendan [los eventos en la tarde] (G701), “nadie va a estar ahí a esa hora, yo no te voy a ir a ver en el sol” (G650) y lejanía de la sede para los alumnos que viven en municipios y sólo asisten en horarios de clase; desinterés por la actividad, expresado en comentarios como “de las que han hecho [actividades artísticas] que sean de la división ni siquiera las he visto, y las que hacen en general no me llaman la atención, como que son cosas más tradicionales...” (G6553); carga académica expresado en comentarios como “aquí se estudia mucho...”

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

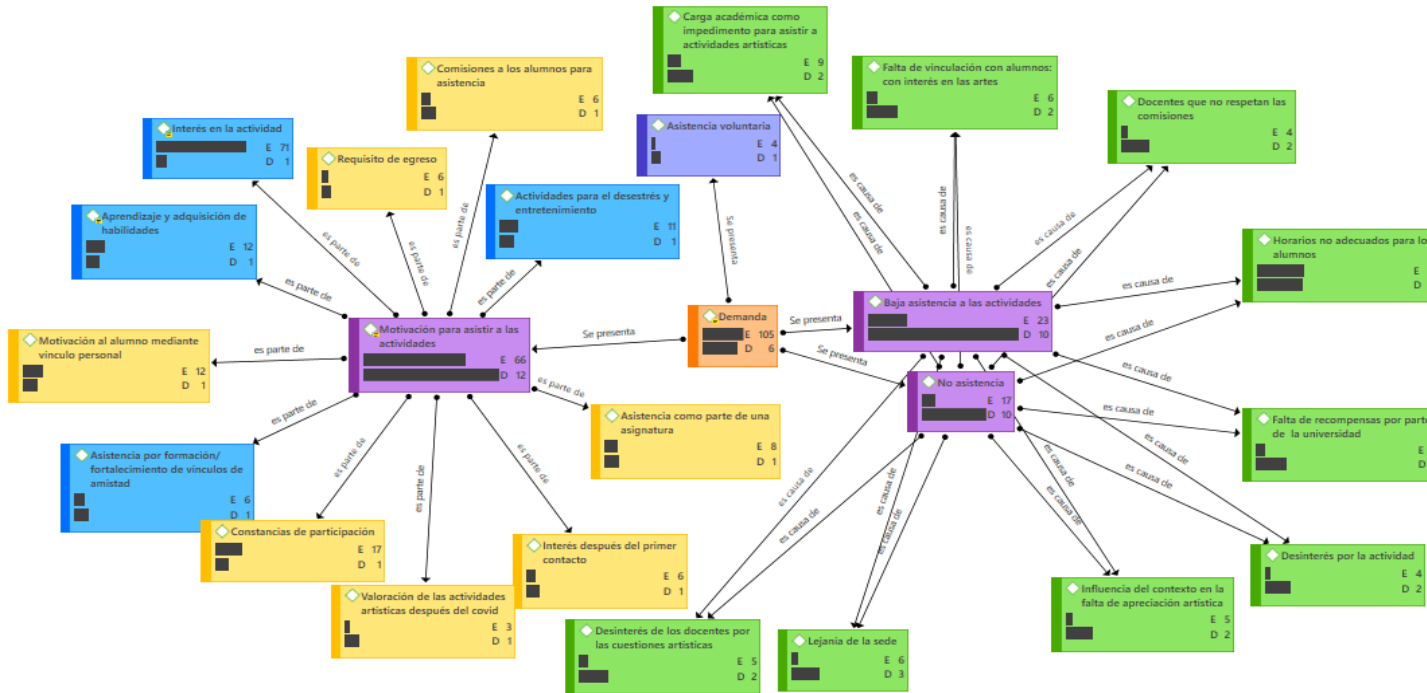
infero que no ha sido la mentalidad de los chicos algún tipo de participación pero n una prioridad en cuanto una actividad artística” (E549), “en lo personal no asisto [a las actividades artísticas] porque la ocupación académica, la situación vaya, no da tiempo”

(G584); y falta de recompensas, donde los alumnos manifiestan “no hay incentivos y no hay recompensas” (G633), “para motivarte a ir solito no hay nada” (G664). En efecto, las actividades artísticas no deben plantearse como una carga sino más bien como un apoyo a la formación integral, y aunque las formaciones académicas en cada división estudiada son diferentes, la universidad busca cumplir los mismos objetivos estratégicos en todos los departamentos de difusión cultural, tales como realizar la oferta e incrementar el consumo (UJAT, 2020). En este caso, los alumnos no presentan interés ante falta de conexión emocional (Silvia, 2006), falta de cohesión social (Durkheim, 1997), desinterés en el aprendizaje que pudieran adquirir (Hidi & Renninger, 2006) y son dirigidos sólo por cumplir con un requisito, que, aunque es una motivación (Maslow, 1943) no es suficiente para permanecer asistiendo.

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

Figura 13

Red de demanda de las actividades artísticas



Nota. Elaboración propia en el software *Atlas TI 9*.

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

En cuanto al análisis de correlaciones se presenta en la tabla 17 y el diagrama de Sankey como apoyo visual (figura 14). Los resultados arrojaron una mayor convergencia entre demanda y el interés en la actividad (38); motivación para asistir a las actividades y constancias de participación (16); demanda y no asistencia (14); demanda y horarios no adecuados para los alumnos (10); interés y horarios no adecuados para los alumnos; demanda y motivación (10); no asistencia e interés en la actividad; y motivación con adquisición de aprendizaje y habilidades (7). En este sentido el interés tiene mucha importancia para la demanda de las actividades artísticas, ya que la función del interés como emoción es motivar el aprendizaje y la exploración (Silvia, 2006). No obstante, la motivación por las constancias de participación refleja un comportamiento movido por “necesidades” (Maslow, 1943) aunque no son básicas ni fundamentales representan un requisito de egreso de su carrera profesional.

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.**Tabla 17***Tabla de correlaciones de la categoría demanda*

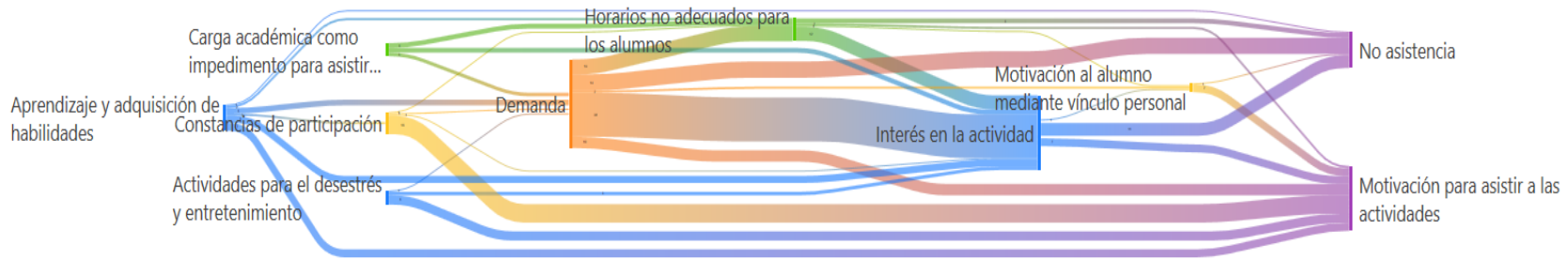
	● ADE	● AAH	● CAIA	● CP	● D	● HNA	● IA	● MAV	● MAA	● NA
● Actividades para el desestrés y entretenimiento (ADE) Gr=11	0	0	0	0	1	0	3	0	8	0
● Aprendizaje y adquisición de habilidades (AAH) Gr=12	0	0	0	2	5	2	6	0	7	1
● Carga académica como impedimento para asistir a actividades artísticas (CAIA) Gr=9	0	0	0	0	3	4	4	0	0	0
● Constancias de participación (CP) Gr=17	0	2	0	0	1	1	1	0	16	0
● Demanda (D) Gr=105	1	5	3	1	0	13	38	2	10	14
● Horarios no adecuados para los alumnos (HNA) Gr=27	0	2	4	1	13	0	12	1	2	4
● Interés en la actividad (IA) Gr=71	3	6	4	1	38	12	0	1	7	11
● Motivación al alumno mediante vínculo personal (MAV) Gr=12	0	0	0	0	2	1	1	0	7	1
● Motivación para asistir a las actividades (MAA) Gr=66	8	7	0	16	10	2	7	7	0	0
● No asistencia (NA) Gr=17	0	1	0	0	14	4	11	1	0	0

Nota. Elaboración propia con los datos obtenidos en el trabajo de campo procesados en ATLAS TI 9.

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

Figura 14

Diagrama de Sankey categoría demanda



Nota. Elaboración propia con los datos obtenidos en el trabajo de campo procesados en ATLAS TI 9.

En el diagrama de Sankey de la demanda de las actividades artísticas quedan reafirmadas categorías con mayor relación: Interés en la actividad- constancias de participación, motivación para asistir a las actividades- constancias de participación, demanda- no asistencia, demanda- horarios no adecuados para los alumnos, horarios no adecuados para los alumnos- carga académica, interés por la actividad- horarios no adecuados, motivación para asistir- actividades para el desestrés y entretenimiento y motivación para asistir- mediante el vínculo personal.

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

Para efectos de un análisis general de las tres categorías, se realizó una sola red con las frecuencias más altas de cada una (figura 15), dando como resultado un mayor peso de la difusión en la administración de las actividades artísticas sobre todo en las redes sociales digitales, donde se resalta la falta de interacción de la comunidad universitaria con las publicaciones; la necesidad de vinculación con otros actores dentro de la universidad para la organización de las actividades; y desorganización en las actividades (esto sobre todo por temas de impuntualidad). A su vez, la administración está relacionada con la oferta, donde los problemas están en la frecuencia de la oferta, horarios y sedes que del mismo modo se conecta con la baja asistencia; y la demanda que se motiva principalmente por las constancias (como requisito de egreso) y el aprendizaje y adquisición de habilidades.

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

Del mismo modo que con el resto de las categorías, se realizó un análisis a través de una tabla general de correlaciones (tabla 18) con las categorías generales y las subcategorías con más enraizamiento, también acompañada del apoyo visual del diagrama de Sankey (figura 16). Los resultados arrojaron convergencias antes mencionadas, y otras entre categorías y subcategorías diferentes como: administración de las actividades y demanda (13); difusión de las actividades y la demanda (8); coordinación con docentes y motivación para asistir (8); difusión de las actividades y motivación para asistir (8); demanda y coordinación con docentes (7); desorganización en las actividades y demanda (6); falta de difusión y la demanda (6); frecuencia de la oferta y demanda (4); falta de difusión e interés en la actividad (4); y coordinación con docentes y relación del arte con las licenciaturas (4).

Los resultados generales, reafirman la consistencia de los resultados por categorías sobre la influencia del entorno (trabajo de los docentes y la difusión) para el interés de los alumnos en participar en actividades artísticas (Bourdieu, 1998, Durkheim, 1997 y Silvia 2006), donde la universidad tiene una gran oportunidad de incidencia. Así mismo, la presencia de problemáticas en la difusión, donde las formas de administración de la difusión no provocan interés en los estudiantes ya que no se contemplan las comunidades en línea que participen y ayuden a posicionar los eventos que se ofertan (Jenkins, 2008).

Tabla 18

Tabla de correlaciones general

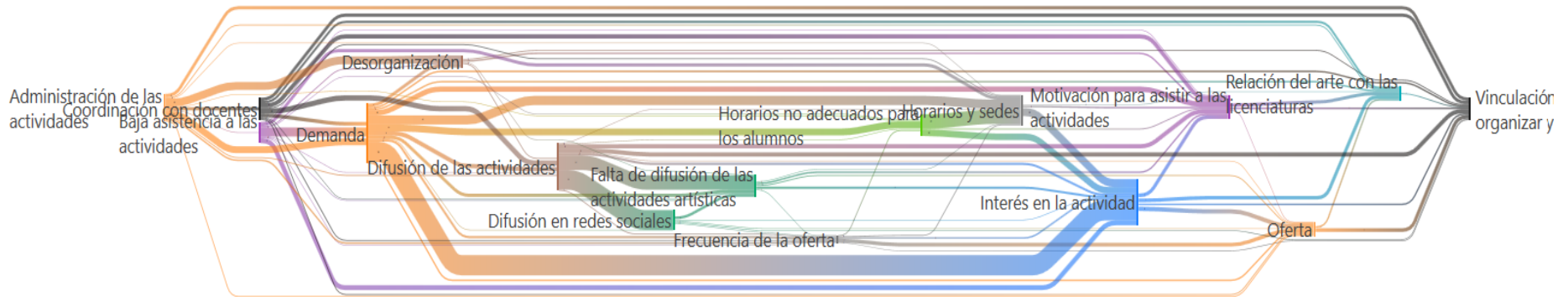
	● AA	● BAA	● CD	● D	● DES	● DA	● DRS	● FDA	● FICR	● FF	● HNA	● IA	● MAA	● O	● RAL
● Administración de las actividades (AA) Gr=59	0	1	6	13	15	2	0	0	0	3	1	0	0	2	2
● Baja asistencia a las actividades (BAA) Gr=23	1	0	0	17	2	1	0	1	0	1	1	9	1	0	0
● Coordinación con docentes (CD) Gr=47	6	0	0	7	0	10	0	1	0	2	0	0	8	2	4
● Demanda (D) Gr=105	13	17	7	0	6	8	1	6	0	4	13	38	10	3	3
● Desorganización (DES) Gr=21	15	2	0	6	0	2	0	1	0	0	0	0	3	0	0
● Difusión de las actividades (DA) Gr=105	2	1	10	8	2	0	37	27	0	2	1	4	8	1	0
● Difusión en redes sociales (DRS) Gr=43	0	0	0	1	0	37	0	5	0	1	0	1	0	1	0
● Falta de difusión de las actividades artísticas (FDA) Gr=46	0	1	1	6	1	27	5	0	0	1	0	4	3	2	0
● Falta de interacción de la comunidad con las redes sociales de la universidad (FICR) Gr=31	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
● Frecuencia de la oferta (FF) Gr=29	3	1	2	4	0	2	1	1	0	0	2	3	0	7	0
● Horarios no adecuados para los alumnos (HNA) Gr=27	1	1	0	13	0	1	0	0	0	2	0	12	2	0	0
● Interés en la actividad (IA) Gr=71	0	9	0	38	0	4	1	4	0	3	12	0	7	8	7
● Motivación para asistir a las actividades (MAA) Gr=66	0	1	8	10	3	8	0	3	0	0	2	7	0	1	6
● Oferta (O) Gr=39	2	0	2	3	0	1	1	2	0	7	0	8	1	0	3
● Relación del arte con las licenciaturas Gr=21	2	0	4	3	0	0	0	0	0	0	0	7	6	3	0

Nota. Elaboración propia con los datos obtenidos en el trabajo de campo procesados en ATLAS TI 9.

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

Figura 16

Diagrama de Sankey todas las categorías



Nota. Elaboración propia con los datos obtenidos en el trabajo de campo procesados en *ATLAS TI*.

De esta forma, en el diagrama de Sankey se refuerzan las conexiones establecidas anteriormente principalmente entre la difusión de las actividades- difusión en redes sociales, demanda- interés por la actividad, difusión de las actividades- falta de difusión, demanda- baja asistencia a las actividades, administración de las actividades- desorganización, y demanda- administración de las actividades.

Los resultados encontrados por categoría, relacionados con las preguntas de investigación respecto a las problemáticas en la administración y la oferta, se puede resumir en las siguientes afirmaciones: en la administración existen problemáticas que afectan la participación de los alumnos en las actividades artísticas tales como la desorganización (como la impuntualidad) y falta de evaluación de las actividades, además de los cambios de personal constante y falta de seguimiento de los planes, así como falta de difusión, falta de interés e interacción de la comunidad en redes sociales (donde se hace mayormente la difusión) y falta de evaluación de la difusión, generando ineficacia en los esfuerzos administrativos por convocar a los alumnos a los eventos. Por otro lado, aunque la oferta está pensada para contribuir en la formación de los alumnos, no se presenta de forma frecuente y actualizada, además de que los horarios y las sedes no son adecuados para los alumnos.

Por último, respecto a la apreciación de las actividades artísticas por parte de los estudiantes, la motivación de los alumnos para participar está principalmente relacionada con el interés, seguida de las constancias de participación, vínculos personales y adquisición de aprendizaje; habiendo otros factores menos frecuentes como el desestrés, actividades como parte de una asignatura, requisito de egreso y comisiones. Mientras que las razones de la baja y no asistencia/participación están relacionadas principalmente con los horarios en que se realizan las actividades, la carga académica, lejanía de la sede, falta de vinculación de la administración con los alumnos interesados en el arte, falta de recompensas, influencia del contexto, desinterés por la actividad y docentes que no respetan las comisiones que la administración entrega a los grupos.

Capítulo V: Discusión y Conclusiones

Este capítulo, se analizaron a detalle los resultados obtenidos en la investigación, confrontándolos con las preguntas de investigación y la revisión de literatura. La discusión permite evaluar la significancia de los hallazgos e identificar posibles limitaciones del estudio. Mientras que las conclusiones derivadas del análisis, resume las principales contribuciones del trabajo y su impacto. En esta parte del trabajo se integran los resultados en un contexto específico para reflexionar sobre su significado y sus implicaciones en la investigación.

Discusión

Los principales hallazgos de esta investigación están centrados en dos ejes principales, el poco interés de los estudiantes y el desatinado manejo de difusión de las actividades. Por un lado, se considera el interés un elemento significativo para la asistencia de los estudiantes, ya que, aunque la institución oferta diferentes eventos artísticos de manera constante, si los alumnos no tienen interés en participar, las imposiciones administrativas no surten efecto. Las universidades deben tener en cuenta que para fomentar las actividades artísticas existen varios tipos de interés y que depende de las intenciones de los estudiantes, ya sea relacionarse con otros (Durkeheim, 1997), ser parte de algo (Maslow, 1943), aprender cosas (Hidi & Renninger, 2006), disfrutar de un gusto nacido de su círculo social (Bourdieu, 1998) o valoración estética del arte (Dewey, 2008). El ser consciente de estas manifestaciones permitiría a las organizaciones motivar a sus estudiantes a la asistencia de las actividades.

Por otro lado, la difusión de las actividades artísticas es casi en su totalidad en redes sociales, no obstante autores como Losada-Díaz y Capriotii (2015) y Jenkins (2008) establecen que para crear una comunidad en línea es necesaria la interacción, cuestión poco

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

frecuente en las redes sociales de la institución. Así mismo, en términos de mercadotecnia orientada a las cuestiones culturales, de acuerdo con Leal y Quero (2011) para publicitar o difundir actividades culturales es necesario realizar un diagnóstico o análisis estratégico, desarrollar las acciones y controlarlas mediante la supervisión y diseño de otras acciones. En ese sentido, el ciclo de planificación, ejecución y evaluación no se encuentra presente en la difusión de las actividades artísticas.

Reforzando estos resultados, algunas investigaciones en instituciones de educación superior marcan problemáticas en las actividades culturales, como baja participación, falta de difusión, influencia de la familia en el bajo consumo artístico, y la tecnología como área de oportunidad dentro de la oferta (Canabal, 2021; Flores et al., 2009; Hinojosa, 2012, Romero, 2020, & Terrazas et al., 2015).

No obstante, las actividades artísticas como parte de la formación de los estudiantes no sólo implican cuestiones de apreciación estética, también se pueden vincular con la economía naranja que tiene que ver con el crecimiento económico con la valoración de la cultura y las artes, creando oportunidades alternativas de desarrollo en las diversas profesiones relacionándolas con la creatividad (Benavente & Grazi, 2018).

De igual forma, acorde a los hallazgos encontrados en este trabajo, algunos estudios refieren que aunque las actividades culturales más apreciadas por los estudiantes en la extensión universitaria son las relacionadas con las artes y deportes (González-Pérez y Ávila-Rodríguez, 2016; y Ulloa y Almuñías, 2018), las actividades de extensión en sí mismas presentan baja divulgación, difusión, y participación de las actividades; ausencia de planeación, proyección, dirección y seguimiento; y falta de contextualización y abordaje a

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

las necesidades contemporáneas (Bohórquez, 2020; García, 2019; Mena et al. 2021; Molina, 2016; Mondéjar et al. 2018; Montero y Montero, 2017; Mosquera y Carvajal, 2021; Ortega et al. 2018; y Veitia et al. 2020). De manera general, se ha encontrado que las acciones estratégicas en las instituciones están poco relacionadas con la teoría, con objetivos originados en el entorno externo y no de una planificación interna (Palombino, et al., 2014).

En este sentido, se pueden retomar las aportaciones de Renzulli (2008) que abonan al enriquecimiento escolar a través de la combinación de una buena estructura administrativa y estrategias evolutivas hacia el cambio. Considerando también que la motivación (además de la inteligencia y el talento) impulsan a los estudiantes a participar de las actividades (Renzulli, 2000) dentro de las que se incluyen las artísticas. Esta motivación recae principalmente en el interés como es mencionado anteriormente.

Este esta investigación no pretende generalizar sino profundizar hacia la comprensión del fenómeno en un contexto determinado. Autores como Stake (1999) establecen que la investigación cualitativa representa la posibilidad de hacer generalizaciones menores que pueden abonar a las generalizaciones mayores, así como persuadir e identificar la versatilidad de las percepciones, pretendiendo la particularización.

Por lo que, aunque el conocimiento de las problemáticas en la administración, oferta y demanda de actividades artísticas en otras universidades, esta investigación pretende aportar a la comprensión del fenómeno en un caso particular. De igual forma, los hallazgos encontrados están expuestos a la influencia del contexto, regulaciones y legislaciones particulares que pueden encontrar similitudes en otros entornos.

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

Algunas preguntas que se abren a partir de esta investigación fueron ¿Cuáles son los indicadores que se deben utilizar para evaluar individualmente la eficacia y eficiencia de las actividades artísticas de acuerdo a su tipología? ¿Qué tan efectivo es difundir las actividades artísticas de una universidad primordialmente por medios digitales? ¿Qué clase de colaboraciones debe haber entre docentes, estudiantes y administrativos para generar una comunidad digital en una red social que aporte a la difusión de las actividades artísticas? Así mismo, la consideración del cuestionamiento principal de esta investigación en otros contextos ¿Cuáles son los elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas? Estas preguntas son la oportunidad de líneas de investigación futuras con respecto a la difusión cultural y artística en las instituciones.

Conclusiones

Las actividades artísticas en las universidades del mundo se llevan a cabo gracias al trabajo de los administrativos ya sea de departamentos de difusión cultural o áreas de arte asignadas a la difusión artística. Esta labor se refuerza en políticas institucionales, nacionales e internacionales como las de la UNESCO (2022) donde se promociona el vínculo entre la educación y el arte para contribuir a la formación integral de los estudiantes. Es por eso que, en la revisión literaria de este trabajo, se encuentra la respuesta a la pregunta específica de investigación ¿cuáles son los fundamentos teóricos de la difusión del arte y la cultura en el contexto internacional, nacional e institucional. Resaltando los estatutos que establecen la importancia de la cultura y las artes en procesos formativos.

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

Administración

La administración de las actividades artísticas debe tener igual importancia que el trabajo en otras áreas de la organización, ya que se requiere de conocimiento administrativo y contextual sobre lo que se pretende ofrecer. De este modo y respondiendo a la pregunta general de esta investigación ¿Cuáles son los elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de la UJAT? este trabajo ofrece bases para el conocimiento de las ausencias tanto en la administración, oferta y demanda de actividades artísticas en una universidad.

En lo que corresponde a la administración y la pregunta específica ¿Cuáles son los problemas que se presentan en la administración de las actividades artísticas de difusión cultural de la UJAT que afectan la participación de los alumnos?, deben resaltarse primeramente dos aspectos importantes: planeación y evaluación. De manera general, existen problemas en la gestión y seguimiento de las actividades en las áreas de extensión universitaria de las instituciones de educación superior (donde es participe la difusión cultural y artística) (Veitia et al., 2020). La visualización de las ausencias representa áreas de oportunidad para el desarrollo institucional y la mejora continua.

Por un lado, en la planeación de las actividades artísticas existe una modalidad general y otra por división académica. Las actividades generales son gestionadas y planeadas desde el área central, no obstante, los coordinadores de las divisiones académicas tienen la responsabilidad de participar y enviar a sus estudiantes. Estas actividades presentan problemas enraizadas a su planeación, como la impuntualidad y la poca participación de los docentes. El uso de estrategias permitiría establecer acciones a realizar en el presente para cumplir con los objetivos planteados, y tácticas para constituir las

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

formas y procedimientos para llevar a cabo las acciones (Arroyo, 2023), de tal manera que la universidad necesita aplicar estos elementos administrativos a la oferta si se quiere cumplir con los objetivos del departamento de difusión cultural y extensión.

Así mismo, existen actividades artísticas por división académica, a cargo de los coordinadores de difusión cultural en sus áreas respectivas donde gestionan y fomentan las actividades de manera autónoma. En la planeación de estos eventos se visualizó una importante responsabilidad de los docentes siendo orientados principalmente por las asignaturas que imparten, y consideración del gusto de los estudiantes, pero sin tener un sistema de recopilación de estos datos.

En este sentido, se concluye falta de claridad la planificación de las actividades, por lo que se debe considerar la gestión estratégica para diagnosticar y marcar el rumbo de los departamentos de difusión cultural de manera objetiva, tanto de manera general como por división académica. Para Washington (2021) la gestión y planeación estratégica permite tomar en cuenta las fuerzas influyentes del entorno, construyendo capacidades en un ambiente cambiante, y teniendo en consideración la innovación, excelencia y anticipación. Por lo que la aplicación de la planeación estratégica en los departamentos de difusión cultural debería ser: formular las acciones a través de un diagnóstico, implementar y evaluar estrategias (Aguilar, 2020).

Con respecto a la evaluación estratégica, para González et al. (2019) es la medición del desempeño considerando los objetivos de las actividades, el sistema para alcanzar estos objetivos, el rendimiento de acuerdo a los resultados deseados y logrados de manera cuantificable, y las decisiones a través de un método sistemático de información recopilada,

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

verificada y comparada. En este sentido, los administrativos declaran la evaluación de las actividades artísticas por la realización en sí misma (sólo por cumplir el objetivo de hacerla) y a través de la asistencia sin tener instrumentos que la midan (como encuestas, listas de asistencia o contadores) y con poca asistencia. Por lo que se existen ausencias del trabajo administrativo para el éxito de las actividades artísticas.

Por otro lado, en la administración también se concluye ausencias en el trabajo de difusión de las actividades artísticas, ya que se realiza mayormente a través de redes sociales como *Facebook* y *X* donde se visualizan problemáticas que impactan directamente a la asistencia de los alumnos. Los usuarios institucionales de *X* se encuentran desactualizados, y las páginas de *Facebook* no cuentan con la interacción para posicionar las publicaciones (Losada-Díaz y Capriotii, 2015), lo que hace que las publicaciones de la institución se pierdan entre los miles de *posts* que se generan diariamente en la red social y la información tenga poco alcance. De acuerdo con (Jenkins, 2008) las páginas de organizaciones en línea tienen que ser una comunidad no sólo tableros de anuncios, por lo que se debe fomentar la participación de la comunidad universitaria para posicionar la oferta.

Así mismo, el trabajo de difundir las actividades artísticas a través de las redes sociales se piensa cumplido mientras exista un mensaje enviado, sin embargo, no está presente la retroalimentación necesaria en la comunicación humana y sus medios (Watzlawick et al., 1985) como las redes sociales. Por lo que se debe crear marcas emocionales de consumo (Jenkins, 2008) donde la comunidad universitaria se identifique y se sienta parte, ayudando a difundir y participando como recompensa emocional.

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

En cuanto a la evaluación de la difusión se concluye insuficiente, ya que los administrativos no tienen indicadores claros más que la interacción de las redes sociales, generando contradicción en la falta de interacción presentada. Por lo que es necesario comprender el funcionamiento y estructura de las redes sociales, así como la creación de conversación y comunidad (Jenkins, 2008; Losada-Díaz y Capriotti, 2015) además de establecer indicadores que tomen en cuenta la asistencia de los alumnos a las actividades.

Oferta

En contraste con la administración y respondiendo a la pregunta específica ¿Cuáles son los problemas que se presentan en la oferta de actividades artísticas de difusión cultural de la UJAT que afectan la participación de los alumnos? No se encontraron problemas tan densos y variados más que la necesidad de actualizar la oferta constantemente para generar emociones positivas e interés en los estudiantes (Silvia, 2006), así como incrementar las actividades y eventos ofertados. Para el 2024 en México el presupuesto en las áreas de cultura donde se incluyen las artes, ha sido recortado un 3.8% en comparación de los últimos 6 años (Ureste, 2023, Tochi, 2023) por lo que puede existir una relación con el desarrollo de estas actividades en la institución. De este modo, son los elementos de la planeación estratégica que permitirán a los administrativos establecer sistemas para medir la cantidad y los tipos de actividades artísticas a ofertar de acuerdo a los presupuestos establecidos. La falta de modelos para establecer estrategias y tácticas es muy común en los centros educativos (Arroyo, 2023).

Demanda

Por último, respecto a la demanda y respondiendo a la pregunta de investigación ¿Cuál es la apreciación de los alumnos de la UJAT de las actividades artísticas de difusión

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

cultural?, se concluye que los estudiantes se muestran abiertos a las actividades, pero no participan de manera constante, existiendo baja participación de los alumnos de manera voluntaria debido principalmente al manejo de la difusión como se ha explicado con anterioridad. Así mismo, otras áreas de oportunidad de acuerdo con la apreciación de los alumnos son el sentido de pertenencia (Maslow, 1943), el interés por el aprendizaje de nuevos conocimientos (Hidi & Renninger, 2006) relacionado también con la actualización constante de la oferta, y la relación de lo ofertado con lo comprensible, que sean actividades relacionadas con el entorno y el contexto de los estudiantes (Silvia 2006).

De igual forma, los docentes son la clave en la conexión de los estudiantes y su participación en eventos artísticos, ya que los estudiantes consideran a los docentes como el ejemplo y motor para asistir a estas actividades. La difusión por medio de las personas con mayor peso en su vida académica puede ocasionar mayor interés, debido a que los seres humanos son influenciados por el entorno cercano (Bourdieu, 1998, Durkheim, 1997 y Silvia 2006). De esta manera, el vínculo estrecho entre administrativos y docentes para promover la participación de los alumnos abona considerablemente a la tarea de los departamentos de difusión cultural de las universidades.

Propuesta

Acorde a las conclusiones de este trabajo de investigación, se presentan dos propuestas concretas para desarrollar en la administración de actividades artísticas. Por un lado, utilizar la planificación y gestión estratégica para organizar las áreas de difusión cultural, considerando el diagnóstico FODA (fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas), el establecimiento de misión, visión y objetivos, implementando y evaluando constantemente las estrategias a utilizar (Aguilar, 2020). Esta práctica se debe realizar por

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

departamento y mantenerse como un ciclo constante para la mejora continua. Del mismo modo, para la difusión de las actividades se propone tomar en cuenta las recomendaciones de Leal y Quero (2011) respecto a la mercadotecnia cultural, realizando un análisis estratégico, definiendo las tendencias, estableciendo aspectos estratégicos como los programas de acción, ejecutando y controlando sistemática y cuantificablemente.

En las universidades o instituciones de educación superior la planeación estratégica tiene que ver con adaptación y análisis del entorno interno y externo, perspectivas micro y macro y proyecciones de acciones, lo que es importante para todos los individuos que conforman una región ya que estas organizaciones son eje y soporte de desarrollo social, cultural y económico de la sociedad (Chiquito, et al., 2022).

De acuerdo con Urcid-Puga y Rojas (2020) la planificación estratégica en las instituciones de educación superior, debe contener la sinergia también con la flexibilidad curricular, valor compartido y el entorno sociocultural. Estos aspectos permitirán a los administrativos tener en cuenta todos los elementos del entorno (Washington, 2021) incluyendo la percepción de los estudiantes. En este sentido, las estrategias armonizan los análisis internos y externos con los objetivos y valores de la organización (Triana, 2014). Por lo que la planificación estratégica parece ser el camino a seguir para mejorar la eficacia y eficiencia de los departamentos de difusión cultural y a su vez reducir los elementos negativos que influyen en la participación de los alumnos en las actividades que ofertan.

Referencias

- Aguaded, J. (1995) Publicidad ¿cómo la vemos? *Comunicar*, 1(5).
<https://www.revistacomunicar.com/pdf/comunicar5.pdf>
- Aguilar, M. (2020). Gestión estratégica en los centros de investigación de la Universidad Nacional de Asunción. *Población y Desarrollo*, 26 (51), 20 – 25.
<https://doi.org/10.18004/pdfce/2076-054x/2020.026.51.020>
- Bohórquez, G. (2020). La extensión universitaria en una universidad pública. *Cultura, Educación y Sociedad*, 11(1), 221-236.
<http://dx.doi.org/10.17981/cultedusoc.11.2.2020.14>
- Amador, J. (2006). La condición del arte. Entre lo sagrado y lo profano Apuntes de sociología y antropología del arte. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, 48(196), 27-53. <https://www.redalyc.org/pdf/421/42119603.pdf>
- Arroyo, J. (2023). El diseño de estrategias y tácticas en la planificación estratégica de la educación. *Revista Educación*, 47(1). <https://doi.org/10.15517/revedu.v47i1.51984>
- Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior [ANUIES]. (2019). *Difusión Cultural y Divulgación Científica*.
<http://www.anuies.mx/programas-y-proyectos/proyectos-academicos/difusion-cultural-y-divulgacion-cientifica>
- ATLAS.ti. (2021). Scientific Software Development GmbH (Versión 9). [Software]. Windows. https://atlasti.cleverbridge.com/74/purl-order?_ga=2.134218929.1384601191.1670622634-1855264850.1670622634

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

- Azuela, J., Sanzo, M., & Fernández, V. (2010). El marketing de la cultura y las artes: una evolución. *Revista Nacional de Administración*, 1(1), 23-36.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3698479>
- Barroso, F. (2008). ¿Cuál es el objetivo principal de la mercadotecnia? *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, 14(2), 413-418. <https://www.redalyc.org/pdf/280/28011672015.pdf>
- Benavente, J. & Grazzi, M. (2018). *Impulsando la economía naranja en América Latina y el Caribe*. Organización de las Naciones Unidas para la Educación la Ciencia y la Cultura. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000368782>
- Bourdieu, P. (1998). *La distinción Criterio y bases sociales del gusto* [La Distinction. Critique sociale du jugement]. (M. Ruíz, Trad.; 1era ed.). Taurus. (Obra original publicada en 1979).
- Bourdieu, P. (2010). *El sentido social del gusto. Elementos para una sociología de la cultura*. (A. Gutiérrez, Trad.; 1era ed.). Siglo veintiuno.
- Campos, G., y Lule, N. (2012). La observación, un método para el estudio de la realidad. *Revista Xihmai*, 7(13), 45-60.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3979972>
- Canabal, S. (2021). *Difusión de talleres artísticos y culturales a través de Facebook*. [Tesis de maestría]. Universidad Juárez Autónoma de Tabasco.
- Castells, M. (2001). *La era de la información: Economía, sociedad, y cultura*. Siglo Veintiuno Editores.

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

CEDA UJAT (2022). *Home*. [Página de Facebook]. Facebook. Recuperado el 20 de noviembre del 2022, de

<https://www.facebook.com/profile.php?id=100046488565130>

Chiquito, G. Plua, N., y González, N. (2022). Planeación estratégica para la mejora de la gestión administrativa en instituciones universitarias de Ecuador. *Avances*, 24(1),

135-148. <https://www.redalyc.org/journal/6378/637869301011/html/>

Cirino, G. (2003). Los intereses como motivación intrínseca en la sala de clases.

Perspectivas psicológicas, 3-4(1), 80-84. <http://pepsic.bvsalud.org/pdf/pp/v3-4/v3-4a08.pdf>

Comité de Planeación Para el Desarrollo del Estado de Tabasco (2019). *Programa*

Sectorial de Desarrollo Cultural 2019-2024.

https://tabasco.gob.mx/sites/default/files/users/sctabasco/Programa_Sectorial_Developmental_Cultural_2019-2024.pdf

Congreso General de los Estados Unidos Mexicanos. (2019). *Ley General de Educación*.

<https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LGE.pdf>

Consejo Nacional de Humanidades Ciencias y Tecnologías (2022, 11 de julio). *La*

Secretaría de Cultura y el Conacyt abren convocatoria de apoyos de posgrado en el extranjero a profesionales de la cultura y el arte. [https://conahcyt.mx/la-secretaria-](https://conahcyt.mx/la-secretaria-de-cultura-y-el-conacyt-abren-convocatoria-de-apoyos-de-posgrado-en-el-extranjero-a-profesionales-de-la-cultura-y-el-arte/)

[de-cultura-y-el-conacyt-abren-convocatoria-de-apoyos-de-posgrado-en-el-extranjero-a-profesionales-de-la-cultura-y-el-arte/](https://conahcyt.mx/la-secretaria-de-cultura-y-el-conacyt-abren-convocatoria-de-apoyos-de-posgrado-en-el-extranjero-a-profesionales-de-la-cultura-y-el-arte/)

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

Consejo Nacional de Humanidades Ciencias y Tecnologías (2023, 23 de enero). *Acceso universal al conocimiento*. <https://conacyt.mx/acceso-universal-al-conocimiento/>

Consejo de Ciencia y Tecnología del Estado de Tabasco (2022, 28 de noviembre).

Investigadores activos por área del conocimiento CONACyT.

<https://www.ccytet.gob.mx/Web/ccytet01/PADCCONACYT.aspx>

Consejo Nacional para la Cultura y las Artes [CONACULTA]. (2012a). *Encuesta Nacional de hábitos, prácticas y consumo culturales.*

https://www.cultura.gob.mx/recursos/banners/ENCUESTA_NACIONAL.pdf

Consejo Nacional para la Cultura y las Artes [CONACULTA]. (2012b). *Encuesta Nacional de hábitos, prácticas y consumo culturales. Comparativo estatal de resultados básicos.*

https://www.cultura.gob.mx/recursos/encuesta_nacional/2010/Comparativo_Estados_2010.pdf

Cortina, S. (2020). *Estudiantes con intereses artísticos inscritos en la UAM Xochimilco.*

[Tesis de licenciatura]. Universidad Autónoma Metropolitana.

<https://repositorio.xoc.uam.mx/jspui/bitstream/123456789/24676/1/50542.pdf>

Creswell, J. (2013). *Qualitative Inquiry Research Desing. Choosing Among Five Approaches*. Sage.h

Cultura UJAT. (2022). *Home*. [Página de Facebook]. Facebook. Recuperado el 20 de noviembre del 2022, de <https://www.facebook.com/CulturaUjatPagina>

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

Dewey, J. (2008). *El arte como experiencia [Art as experience]*. (J. Claramonte.; 1era ed.).

Páidos. (Obra original publicada en 1934).

Díaz, L., Torruco, U., Martínez, M., y Varela, M. (2013). La entrevista, recurso flexible y dinámico. *Investigación en Educación Médica*, 2(7), 162-167.

<https://www.redalyc.org/pdf/3497/349733228009.pdf>

División Académica de Ciencias Económico Administrativo. (2022). *Home* [Página de Facebook]. Facebook (30 de noviembre del 2022). <https://cutt.ly/X0xh4sT>

Durkheim, E. (1997) *Las reglas del método sociológico* [Les regles de la méthode sociologique]. (E. Champourcín.; 2da ed.). Fondo de Cultura Económica. (Obra original publicada en 1895).

Durkheim, E. (2019). *Formas elementales de la vida religiosa* [Les formes élémentaires de la vie religieuse]. (R. Ramos.; 1.ª ed.). Universidad Autónoma Metropolitana. (Obra original publicada en 1912).

Ejea, T. y Garduño, B. (2014). *La extensión de la cultura universitaria en México: un ensayo sobre su historia, conceptualización y relevancia*. En H., Méndez, y F., Cuamea (eds.) *Universidad, ciencia y cultura: evocaciones para un saber colectivo*. Universidad Autónoma de Baja California. Mexicali. <https://cutt.ly/70xjreK>

Ernst & Young (2015). *Cultural Times: The First Global Map of Cultural and Creative Industries*.

<https://en.unesco.org/creativity/files/culturaltimesthefirstglobalmapofculturalandcreativeindustriespdf>

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

Fandiño, J. (2004). El arte y la educación superior. *Educación y Educadores*, 7(1), 229-235.

<https://educacionyeducadores.unisabana.edu.co/index.php/eye/article/view/559/651>

Feria, M. & Campiño, R. (2010). Arte y grupos de poder: el muralismo y la ruptura.

Estudios políticos, 1(21), 83-100. <http://www.scielo.org.mx/pdf/ep/n21/n21a5.pdf>

Flores, M., Cárdenas, L., Hernández, M., Román, M, Stadthagen, H., & González, A.

(2009). El consumo cultural de los estudiantes de la UAEMEX. Una aproximación.

Tiempo de Educar, 10(20), 417-443.

<https://www.redalyc.org/pdf/311/31112987006.pdf>

Freitag, V. (2015). La invención del arte. Una historia cultural. *Alteridades*, 25(49), 129-

133. <https://www.redalyc.org/pdf/747/74743763012.pdf>

Fontana, A., & Frey, J. (1994). Interviewing. The Art of Science. In N. Denzin, & Y.

Lincoln (Eds.), *The Handbook of Qualitative Research* (1st ed., pp. 361- 376),

Thousand Oaks, CA: Sage Publication, Inc.

Galicia, I. (2007). Aspectos implicados en el talento y en la práctica de un instrumento

musical. *Revista Intercontinental de Psicología y Educación*, 9(2), 49-68.

<https://www.redalyc.org/pdf/802/80290204.pdf>

García, S. (2019). La gerencia de las Direcciones de Cultura y la Responsabilidad Social

Universitaria desde una Cosmovisión Integrativa. *Scientific*, 4(11), 239-259.

<https://doi.org/10.29394/Scientific.issn.2542-2987.2019.4.11.12.239-259>

Giráldez, A. (2014). Artes para educar Desafíos y perspectivas de la educación artística en

Iberoamérica. En Dirección de Desarrollo Económico (Ed.), *La aportación del*

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

Centro Nacional de las Artes a la Educación Básica (1ra ed., pp. 29-39) Centro Nacional de las Artes.

Gobierno de la República [México]. (2019). *Plan Nacional de Desarrollo 2019-2024*.

https://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5565599&fecha=12/07/2019#gs_c.tab=0

Gobierno del Estado de Tabasco. (2019). *Plan Estatal de Desarrollo 2019-2024*.

https://tabasco.gob.mx/sites/default/files/users/planeacion_spf/PLED%202019-2024.pdf

González, A. (2020). Economía del siglo XXI: Economía naranja. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, 26(4), 450-463.

<https://www.redalyc.org/journal/280/28065077033/html/>

González, A., Paoloni, P., Rinaudo, M. & Donolo, D. (2013). Interés situacional en clase de Lengua Española en secundaria: relaciones estructurales con el compromiso, el desapego y el rendimiento. *Universitas Psychologica*, 12(3), 753-765.

<https://doi.org/10.11144/Javeriana.upsy12-3.iscl>

González, J., Salazar, F., Ortiz, R., & Verdugo, D. (2019). Gerencia estratégica: herramienta para la toma de decisiones en las organizaciones. *Telos*, 21(1), 242-256.

<https://www.redalyc.org/journal/993/99357718032/99357718032.pdf>

González-Pérez, M., y Ávila-Rodríguez, M. (2016). Concepción pedagógica de la actividad extensionista en el Centro Universitario Tlacaélel. *Educare*, 20(3), 1-15.

<http://dx.doi.org/10.15359/ree.20-3.17>

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

Hamui-Sutton, A., & Varela-Ruiz, M. (2013). La técnica de grupos focales. *Investigación en Educación Médica*, 2(5), 55-60.

<https://www.redalyc.org/pdf/3497/349733230009.pdf>

Harvard University (2008). *Report of the Task Force on the Arts*.

https://provost.harvard.edu/files/provost/files/artstaskforce-report_12-10-08.pdf

Harvard University (2022, 11 de junio). *Harvard Arts*. <https://arts.harvard.edu/>

Hernández-Bravo, J., Hernández-Bravo, J.R., de Moya-Martínez, M., Cózar-Gutiérrez, R.

(2014). La educación musical competencia en España: ¿Necesidad o deseo? *Revista Electrónica Educare*, 18(3), 237-259.

<https://www.redalyc.org/pdf/1941/194131745014.pdf>

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología*. McGraw Hill España.

Hidi, S. & Renninger K. (2006). The Four-Phase Model of Interest Development.

Educational Psychologist, 41(2), 111-127.

https://doi.org/10.1207/s15326985ep4102_4

Hinojosa, L. (2012). Educación y consumo cultural: una aproximación a los públicos universitarios. *Ciencia, Docencia y Tecnología*, 23(44), 171-196.

<https://www.redalyc.org/pdf/145/14523080006.pdf>

Instituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI] (2022, 20 de julio). *Módulo sobre eventos culturales seleccionados (MODECULT) 2022* [Comunicado de prensa].

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2022/modecult/modecult2022_07.pdf

Instituto Politécnico Nacional (2022, 11 de junio). *Cultura*. <https://www.ipn.mx/cultura/>

Instituto Tecnológico Autónomo de México [ITAM] (2022, 11 de junio). *ITAM Música*.
<http://musica.itam.mx/es/71/paginas/talleres>

Instituto Tecnológico Nacional de México (2022, 11 de junio). *Arte y cultura*.

<http://www.dgest.gob.mx/cultural-y-deportiva/festival-nacional-de-arte-y-cultura-de-los-institutos-tecnologicos>

Jenkins, H. (2008). *La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Paidós.

Krapp, A. (2007). An educational-psychological conceptualisation of interest. *International Journal for Educational and Vocational Guidance*, 7(1), 5-21.

<https://doi.org/10.1007/s10775-007-9113-9>

Kotler, P. & Armstrong, G. (2013). *Fundamentos de Marketing*. Pearson Educación.

Laje, A. (2022). *La batalla cultural*. HarperCollins México.

Leal, A. & Quero, M. (2011). *Manual de marketing y comunicación cultural*. Dirección General de Universidades de la Consejería de Economía, Innovación y Ciencia de la Junta de Andalucía Servicio de Publicaciones de la Universidad de Cádiz.

https://www.bizkaia.eus/home2/archivos/DPTO4/Temas/producto44manual-de-marketing-y-comunicacion-cultural_web.pdf?hash=4724e69d4dad795da4c191425d8a232c

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

- Losada-Díaz, J., y Capriotti, P. (2015). La comunicación de los museos de arte en Facebook: comparación entre las principales instituciones internacionales y españolas. *Palabras clave Revista de comunicación*, 18(1), 633-960.
<https://palabraclave.unisabana.edu.co/index.php/palabraclave/article/view/5092>
- Maslow, A. (1943). A theory of human motivation. *Psychological Review*, 50(4), 370–396.
<https://doi.org/10.1037/h0054346>
- Massachusetts Institute of Technology. (2022, 12 de junio). *ARTS AT MIT*.
<https://arts.mit.edu/>
- Martín-Crespo, C., & Salamanca, A. (2007). El muestreo de la investigación cualitativa. *Nure Investigación*, 1(27).
<https://www.nureinvestigacion.es/OJS/index.php/nure/article/view/340>
- Martínez, M. (2006). Validez y confiabilidad en la metodología cualitativa. *Paradigma*, 27(2), 7-33. http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1011-22512006000200002
- Martínez, S. (2012). La antropología, el arte y la vida de las cosas. Una aproximación desde Art Agency de Alfred Gell AIBR. *Revista de antropología Iberoamericana*, 7(2), 172-195. <https://www.redalyc.org/pdf/623/62323322003.pdf>
- Mena, P., Monge, C., y Chavarría, R. (2021). Aproximaciones conceptuales de categorías de la realidad social vinculadas a la extensión universitaria. *Abra*, 41(62), 1-25.
<https://doi.org/10.15359/abra.41-62.1>

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

Molina, A. (2016). La Gestión Cultural Universitaria en México hoy, entre la atención a estudiantes y el mercado cultural. *Periférica Internacional*, 1(17), 189-198.

<http://dx.doi.org/10.25267/Periferica.2016.i17.13>

Mondéjar, S., Jiménez, B., y Gómez, O. (2018). Procedimientos de organización del trabajo en el proceso de extensión universitaria. *Atenas*, 1(41), 98-108.

<https://www.redalyc.org/journal/4780/478055151007/>

Montero, A., y Montero, L. (2017). Un espejo entre la universidad y la sociedad: la extensión universitaria. *Universidad de La Habana*, 1(238), 114-125.

http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0253-92762017000100008

Mosquera, H., y Carvajal-Ordoñez, V. (2021). Interacción universidad sociedad a través de la función de extensión. *Entramado*, 17(1), 186-203. [https://doi.org/10.18041/1900-](https://doi.org/10.18041/1900-3803/entramado.1.7230)

[3803/entramado.1.7230](https://doi.org/10.18041/1900-3803/entramado.1.7230)

Muñoz, N. (2014). Laboratorios de experiencias artísticas. En Dirección de Desarrollo Económico (Ed.), *La aportación del Centro Nacional de las Artes a la Educación Básica* (1ra ed., pp. 63-76) Centro Nacional de las Artes.

Okuda, M., & Gómez-Restrepo, C. (2005). Métodos en investigación cualitativa: triangulación. *Revista Colombiana de Psiquiatría*, 34(1), 118-124.

<https://www.redalyc.org/pdf/806/80628403009.pdf>

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura

[UNESCO]. (2022). *Propuestas para la educación artística. Orientaciones de política pública*. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000380505>

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos [OCDE]. (2013). *Art for*

Art's Sake?

https://www.oecd.org/education/ceri/ART%20FOR%20ART%E2%80%99S%20SAKE%20OVERVIEW_EN_R3.pdf

Orozco, A. (2018). El sentido de pertenencia y la identidad como determinante de la

conducta, una perspectiva desde el pensamiento complejo. *IE Revista de*

Investigación Educativa de la REDIECH, 9(16), 83-97.

<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=521654339005>

Ortega, D., Lara, G., y López, M. (2018). La promoción cultural desde la Extensión

Universitaria en la formación del profesional de la salud. *Panorama Cuba y Salud*,

13(1), 463-467. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7322828>

Palacios, L. (2006). El valor del arte en el proceso educativo. *Reencuentro*, 1(46), 1-21.

<https://www.redalyc.org/pdf/340/34004607.pdf>

Palombino, P., De Camargo, E., De Miranda, E. (2014). Gestão estratégica de pessoas para

pesquisadores em administração nas universidades privadas. *Porto Alegre*, 78(2),

371-396. <http://dx.doi.org/10.1590/1413-2311063201238442>

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

Pérez-Campaña, M., Ortiz-Pérez, A., Ramírez-Guerra, D., & Ortiz- Fernández, D. (2019).

La gestión de la animación sociocultural desde el proceso de extensión universitaria.

Santiago 1(1), 323-337. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7692402>

Pérez, T. (2016). Actualización de la Extensión Universitaria desde una perspectiva

compleja. *Extensión en Red*, 1(7), 1-16.

<https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/extensionenred/article/view/3542>

Pontificia Universidad Católica de Chile (2022, 12 de junio). Dirección de *Artes y Cultura*.

<https://artesycultura.uc.cl/es/>

Quacquarelli Symonds (2022). *World University Ranking 2022*.

<https://www.topuniversities.com/university-rankings/world-university-rankings/2022>

Quecedo, R., & Castaño, C. (2002). Introducción a la metodología cualitativa. *Revista de*

psicodidáctica, 1(14), 5-39. <https://www.redalyc.org/pdf/175/17501402.pdf>

Ramírez, B. (2016). Deseo y formación en la creación social. *Revista Interamericana de*

Educación de Adultos, 38(1), 70-84.

<https://www.redalyc.org/pdf/4575/457545337005.pdf>

Real Academia Española. (2022a). *Arte*. Diccionario de la lengua española (22^a. ed.).

<https://dle.rae.es/instituci%C3%B3n>

Real Academia Española. (2022b). *Cultura*. Diccionario de la lengua española (22^a. ed.).

<https://www.rae.es/drae2001/cultura>

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

Real Academia Española. (2022c). *Motivación*. Diccionario de la lengua española (22ª ed.). <https://dle.rae.es/motivaci%C3%B3n>

Renzulli, J. (2008). La educación del sobredotado y el desarrollo del talento para todos *Revista de Psicología*, 26(1), 23-44.
<https://www.redalyc.org/pdf/3378/337829505003.pdf>

Renzulli, J. (2000). El concepto de los tres anillos de la superdotación: un modelo de desarrollo para una productividad creativa. En Y. Benito (Coord). *Intervención e investigación psicoeducativas en alumnos superdotados* (pp.41-78). Amarú Ediciones.

Robledo-Ramón, P., y García, J. (2008). El contexto familiar y su papel en el desarrollo socio- emocional de los niños: revisión de estudios empíricos. *International Journal of Developmental and Educational Psychology*, 4(1), 75-82).
<https://www.redalyc.org/pdf/3498/349832319007.pdf>

Rusell, T. (1993). *Publicidad*. Prentice Hall Inc.

Rodríguez, G., Gil, J., y García, E. (1996). *Metodología de la investigación cualitativa*. Aljibe.

Romero, J. (2020). Aproximación al consumo cultural de estudiantes Universitarios de Economía en Puebla, México. *Última década*, 1(53), 210-234.
<https://www.scielo.cl/pdf/udecada/v28n53/0718-2236-udecada-28-53-210.pdf>

Serna, R. (2022). Educación y formación integral, de Pedro Agudelo Rendón. *Estudios de literatura colombiana*, 1(50), 197-200. <https://doi.org/10.17533/udea.elc.n50a11>

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

Silvia, P. (2006). *Exploring the psychology of interest*. Oxford University Press.

Silvia, P. (2008). Interest- The Curious Emotion. *Current Directions in Psychological Science* 17(51). <https://doi.org/10.1111/j.1467-8721.2008.005>

Stake, R. (1999). *Investigación con estudios de caso* [The art of case study research]. Ediciones Morata (obra original publicada en 1995).

Stanford University. (2022, 12 de junio). *Stanford Arts*. <https://arts.stanford.edu/>

Strauss, A., y Corbin, J. (2002). *Bases de la investigación cualitativa. Técnicas y procedimientos para desarrollar la teoría fundamentada*. Universidad de Antioquia. <https://diversidadlocal.files.wordpress.com/2012/09/bases-investigacion-cualitativa.pdf>

Sobrino, C. (2011). El Marketing asociada con las Artes Escénicas y la Música. Una mirada desde la Neurociencia. *Itamar. Revista de investigación musical: territorios para el arte*, 1(4), 241-258. <https://ojs.uv.es/index.php/ITAMAR/article/view/12873>

Suárez, P. y Vélez, M. (2018). El papel de la familia en el desarrollo social del niño: una mirada desde la afectividad, la comunicación familiar y estilos de educación parental. *Psicoespacios*, 12(20). <https://doi.org/10.25057/21452776.1046>

Taylor, S., Bogdan, R., & DeVault, M. (2016). *Introduction to Qualitative Research Methods. A guidebook and resource*. Wiley.

Tecnológico de Monterrey (2022, 12 de junio). *Conecta el sitio de noticias del Tecnológico de Monterrey*. <https://conecta.tec.mx/es/noticias/arte-y-cultura>

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

Terrazas, F., Lorenzo, O. & González, P. (2015). Consumo y educación musical informal de los estudiantes mexicanos a través de TIC. *Revista Electrónica de Investigación Educativa*, 17(2), 76-88. <https://www.scielo.org.mx/pdf/redie/v17n2/v17n2a6.pdf>

Thomson, G. (1997). Deseos y necesidades. *Ideas y valores*, 1(107), 43-55.

<https://repositorio.unal.edu.co/bitstream/handle/unal/34605/21886-75025-1-PB.pdf?sequence=1>

Tochi, N. (2023, 1 de noviembre). Sindicatos de Cultura proponen reajustes al presupuesto del sector. *El economista*.

<https://www.economista.com.mx/arteseideas/Sindicatos-de-Cultura-proponen-reajustes-al-presupuesto-del-sector-20231101-0021.html>

Triana, F. (2014). La gestión estratégica de la empresa: una reflexión para la gerencia de hoy. *Vía Innova*, 1(1). <https://doi.org/10.23850/2422068X.359>

Ulloa, F. (2018). La extensión universitaria orientada a la promoción de la cultura artística: un reto de las instituciones de educación superior de América Latina. *Revista Cubana de Educación Superior*, 1(1), 19-36.

http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0257-43142018000100002

Urcid-Puga, R. & Rojas, Juan. Modelo sinérgico entre planeación estratégica, valor compartido y flexibilidad curricular. *Revista Electrónica Educare*, 24(3), 387-403.

<http://dx.doi.org/10.15359/ree.24-3.19>

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

Ureste, M. (2023, 11 de septiembre). Recortes en Cultura no paran: presupuesto en 2024 está por debajo de lo que recibía hace 6 años. *Animal Político*.

<https://animalpolitico.com/politica/cultura-recortes-presupuesto-2024>

Universidad Anáhuac Mayab (2022, 13 de junio). *Arte y Cultura*.

<https://merida.anahuac.mx/vida/cultura>

Universidad Anáhuac México (2022a, 13 de junio) *Arte y Cultura*.

<https://www.anahuac.mx/arte-y-cultura>

Universidad Anáhuac México (2022b, 13 de junio) *Misión de la Universidad*.

<https://www.anahuac.mx/mision>

Universidad de Buenos Aires (2022, 13 de junio). *Cultura*.

<http://cultura.sociales.uba.ar/programa-recrear-cultura/>

Universidad de Chile (2022, 13 de junio). *Extensión cultural*. [https://uchile.cl/extension-y-](https://uchile.cl/extension-y-cultura/teatros-y-salas)

[cultura/teatros-y-salas](https://uchile.cl/extension-y-cultura/teatros-y-salas)

Universidad de París 1 Panthéon-Sorbonne (2022, 13 de junio). *Universidad*.

<https://www.pantheonsorbonne.fr/universite>

Universidad de Roma Sapienza (2022, 13 de junio). *Artes, Música, Teatro, Deportes,*

Museos, Radio, Espiritualidad, Merchandising.

<https://www.uniroma1.it/it/pagina/arti-musica-teatro-sport-musei-radio-spiritualita-merchandising>

Universidad de Sao Paulo (2022, 13 de junio). *Universidad de San Paulo inicio*.

http://www.admisiones.org/universidad/3/universidad_de_sao_paulo_usp

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

Universidad Iberoamericana (2022, 13 de junio). *Difusión cultural*. <https://ibero.mx/acerca-de-difusion-cultural>

Universidad Juárez Autónoma de Tabasco [UJAT]. (2014). *Manual General de organización de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco*, (no.34).
<http://gacetajuchiman.ujat.mx/wp-content/uploads/2021/10/MANUAL-GENERAL-DE-ORGANIZACION-VIGENTE-2014.pdf>

Universidad Juárez Autónoma de Tabasco [UJAT]. (2020). *Plan de Desarrollo Institucional*, (1a ed). <https://archivos.ujat.mx/2020/planeacion/PDI%202020-2024-1.pdf>

Universidad Juárez Autónoma de Tabasco [UJAT]. (2022a, 13 de junio). *Centro de Desarrollo de las Artes*. <http://www.ujat.mx/ceda/22965>

Universidad Juárez Autónoma de Tabasco [UJAT]. (2022b, 13 de junio). *Dirección de difusión cultural*. <https://www.ujat.mx/ddc/27551>

Universidad Nacional Autónoma de México [UNAM]. (2021). *Encuesta Nacional Sobre Hábitos y Consumo Cultural*. <https://cultura.unam.mx/EncuestaConsumoCultural>

Universidad Nacional Autónoma de México [UNAM]. (2022, 13 de junio). *Cultura UNAM*. <https://cultura.unam.mx/>

University of Cambridge. (2022, 13 de junio). *Cambridge SU*.
<https://www.cambridgesu.co.uk/yourunion/services/>

University of Oxford. (2022, 13 de junio). *STUDENT CLUBS*.
<https://www.ox.ac.uk/students/life/clubs/list>

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

Universidad Panamericana (2022, 13 de junio). *Cultura*.

<https://www.up.edu.mx/en/vida/mex/arts-and-culture>

Universidad Técnica de Múnich. (2022, 13 de junio). *Universidad*. <https://www.tum.de/die-tum/die-universitaet>

Universidad Veracruzana. (2022). *Difusión Cultural*. <https://www.uv.mx/difusioncultural/>

Valles, M. (1999). *Técnicas cualitativas de investigación social. Reflexión metodológica y práctica profesional*. Síntesis S.A.

Vasilachis, I., Ameigeiras, A., Chernobilsky, L., Giménez, V., Mallimaci, F., Mendizábal, N., Neiman, G., Quaranta, G., & Soneira, A. (2006). *Estrategias de Investigación Cualitativa*. Gedisa Editorial.

Veitia, A., Rojas, A., Rojas, A., Rovira, Y., y Acosta, T. (2020). El proceso de formación de líderes estudiantiles desde la extensión universitaria en la carrera cultura física. *Podium*, 12(3), 534-539.

http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1996-24522020000300534

Villamil, C., y Hurtado, L. (2019). Consumo de prácticas culturales en jóvenes universitarios de algunos países latinoamericanos. *Signo y Pensamiento*, 38(75).

<https://doi.org/10.11144/Javeriana.syp38-75.cpcj>

Washington, M. (2021). Gestión estratégica, factor clave para el éxito organizacional.

SUMMA Revista disciplinaria en ciencias económicas y sociales, 3(2), 1-24.

www.doi.org/10.47666/summa.3.2.40

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

Watzlawick, P., Beavin, J. Jackson, D. (1985). *Teoría de La Comunicación Humana*.

Editorial Herder

Yepes, V. (2023). Pandemia, arte y sentido(s) de vida. Reflexiones desde Colombia. *El*

Ornitorrinco Tachado. Revista de Artes

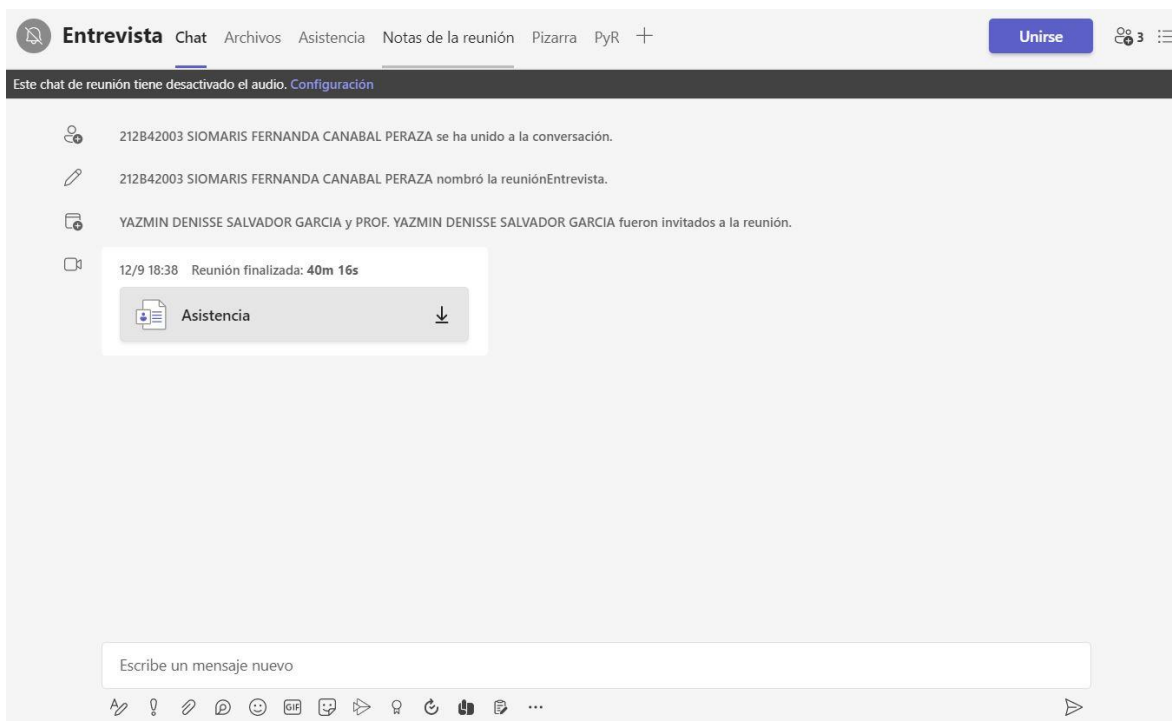
Visuales,1(17). <https://doi.org/10.36677/eot.v0i17.18802>

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

Apéndices

Apéndice A

Reunión con entrevistada administrativa 1



The screenshot shows a Zoom meeting interface. At the top, the meeting title is "Entrevista". Navigation tabs include "Chat", "Archivos", "Asistencia", "Notas de la reunión", "Pizarra", and "PyR". A "Unirse" button is visible on the right. A notification bar states: "Este chat de reunión tiene desactivado el audio. Configuración". The chat history shows three messages: 1) "212B42003 SIOMARIS FERNANDA CANABAL PERAZA se ha unido a la conversación." 2) "212B42003 SIOMARIS FERNANDA CANABAL PERAZA nombró la reuniónEntrevista." 3) "YAZMIN DENISSE SALVADOR GARCIA y PROF. YAZMIN DENISSE SALVADOR GARCIA fueron invitados a la reunión." A summary card for the meeting is displayed, showing the date and time "12/9 18:38" and the duration "Reunión finalizada: 40m 16s". Below the summary card is a button labeled "Asistencia" with a download icon. At the bottom, there is a text input field with the placeholder "Escribe un mensaje nuevo" and a toolbar with various icons for chat actions.

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

Apéndice B

Cédula de observación de los eventos artísticos de difusión cultural

Cédula de observación para la oferta de actividades artísticas.

Unidad de estudio: Feria del Libro Internacional.

Evento: Lugar:

Fecha (s) de la observación: hora de inicio: hora de término:

Objetivo: Conocer los elementos de oferta presentes en un evento artístico de difusión cultural de la UJAT y su demanda ante la comunidad universitaria.

Elemento observado	Cumple		Aspectos a comentar
	Si	No	
Antes del evento			
Existen elementos que indiquen que existe y existió una difusión del evento (como carteles físicos, publicación en redes sociales, etc).			
Comprobación de distancias y conveniencias de los estudiantes de las divisiones académicas respecto a horarios y sedes.			
Durante el evento			
Presencia de una lista de asistencia o similar			
Presencia de un equipo organizador o similar			
Asistencia de personas al evento acorde al espacio utilizado (número de sillas colocadas, amplitud del recinto, etc).			
Tipo de asistentes (estudiantes con mochilas, gente adulta, etc).			
Lenguaje no verbal de los asistentes (distracción, impaciencia, etc)			
Toma de fotos y videos por parte de los asistentes (si el tipo de evento lo permite).			
Lenguaje verbal y no verbal del presentador o encargado de la actividad.			
Puntualidad de los asistentes.			
Presencia de grupos comisionados por docentes.			
Formación profesional y experiencia del encargado de la actividad acorde a la misma.			
Inconvenientes surgidos en el evento.			
Preguntas y opiniones externadas por el público (si se encuentra en el programa del evento).			
Después del evento			
Comentarios en el aire sobre el evento por parte de los estudiantes.			
Rapidez con la que se retiran los asistentes.			

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

Apéndice B

Cédula de observación de los eventos artísticos de difusión cultural (continuación)

Cédula de observación para la difusión en la red social Facebook de las actividades artísticas.

Unidad de estudio: Eventos y Feria Internacional del Libro.

Evento:

Fecha (s) de la observación: hora de inicio: hora de término:

Objetivo: Conocer los elementos de difusión en Facebook presentes en un evento artístico de difusión cultural de la UJAT.

Elemento observado	Cumple		Aspectos a comentar
	Si	No	
Facebook general de la universidad			
Existe difusión del evento días antes de que se lleve a cabo.			
Se utilizaron formatos diferentes de difusión (imágenes, videos, en vivo, etc).			
Los formatos de publicación contienen la información suficiente para lograr la asistencia (día, hora, lugar, etc).			
Existe interacción en reacciones positivas en las publicaciones (me gusta, me importa, me encanta).			
Existe interacción en reacciones: me enoja, me divierte.			
Existe interacción en comentarios sobre las publicaciones.			
Existe retroalimentación en los comentarios generados por parte de los administradores de la página.			
Existe rapidez en cuanto al tiempo que se generan los comentarios del público en relación al tiempo en que se contestan.			
Las publicaciones fueron compartidas por el público.			
Facebook de la división académica: DACEA			
La división maneja una página activa de facebook donde se comparte información de las actividades artísticas.			
Existe difusión del evento días antes de que se lleve a cabo.			
Se utilizaron formatos diferentes de difusión (imágenes, videos, en vivo, etc).			
Los formatos de publicación contienen la información suficiente para lograr la asistencia (día, hora, lugar, etc).			
Existe interacción en reacciones positivas en las publicaciones (me gusta, me importa, me encanta).			
Existe interacción en reacciones: me enoja, me divierte.			
Existe interacción en comentarios sobre las publicaciones.			
Existe retroalimentación en los comentarios generados por parte de los administradores de la página.			
Existe rapidez en cuanto al tiempo que se generan los comentarios del público en relación al tiempo en que se contestan.			
Las publicaciones fueron compartidas por el público.			
Facebook de la división académica: DAEA			
La división maneja una página activa de facebook donde se comparte información de las actividades artísticas.			

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

Apéndice B

Cédula de observación de los eventos artísticos de difusión cultural (continuación)

Existe difusión del evento días antes de que se lleve a cabo.			
Se utilizaron formatos diferentes de difusión (imágenes, videos, en vivo, etc).			
Los formatos de publicación contienen la información suficiente para lograr la asistencia (día, hora, lugar, etc).			
Existe interacción en reacciones positivas en las publicaciones (me gusta, me importa, me encanta).			
Existe interacción en reacciones: me enoja, me divierte.			
Existe interacción en comentarios sobre las publicaciones.			
Existe retroalimentación en los comentarios generados por parte de los administradores de la página.			
Existe rapidez en cuanto al tiempo que se generan los comentarios del público en relación al tiempo en que se contestan.			
Las publicaciones fueron compartidas por el público.			
Facebook de la división académica: DACSYH			
La división maneja una página activa de facebook donde se comparte información de las actividades artísticas.			
Existe difusión del evento días antes de que se lleve a cabo.			
Se utilizaron formatos diferentes de difusión (imágenes, videos, en vivo, etc).			
Los formatos de publicación contienen la información suficiente para lograr la asistencia (día, hora, lugar, etc).			
Existe interacción en reacciones positivas en las publicaciones (me gusta, me importa, me encanta).			
Existe interacción en reacciones: me enoja, me divierte.			
Existe interacción en comentarios sobre las publicaciones.			
Existe retroalimentación en los comentarios generados por parte de los administradores de la página.			
Existe rapidez en cuanto al tiempo que se generan los comentarios del público en relación al tiempo en que se contestan.			
Las publicaciones fueron compartidas por el público.			

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

Apéndice C

Aportación al instrumento de investigador 1

Nombre del experto:

Elia Margarita Cornelio Marí

Formación académica:

Licenciatura en comunicación

Maestría en Estudios de los Medios de Comunicación

Doctorado en comunicación, tecnologías y sociedad

Áreas de experiencia profesional:

Periodismo, edición de revistas científicas, docencia relacionada con los medios de comunicación, el diseño gráfico y la metodología de la investigación.

Institución:

Universidad Juárez Autónoma de Tabasco

Cargo actual:

Profesor investigador

Objetivo del juicio de experto: Conocer su opinión sobre los ítems que integran los instrumentos de guía de entrevista y guía de grupo de enfoque de esta investigación.

Guía de entrevista para Coordinadores Administrativos

Ítem	Observación
Mercadotecnia:	
1. ¿Cuáles son las actividades artísticas que realiza su área?	Los administrativos no realizan las actividades, sino que las coordinan o gestionan.

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

Apéndice C

Aportación al instrumento de investigador 1 (continuación)



UNIVERSIDAD JUÁREZ
AUTÓNOMA DE TABASCO
"ESTUDIO EN LA DUDA. ACCIÓN EN LA FE"



DACEA
División Académica
de Ciencias Sociales
y Administrativas

2. ¿Cuál es el plan de publicidad de estas actividades?	Siendo una entrevista semi-estructurada, podría iniciarse por preguntar si la coordinación tiene experiencia en la promoción de estas actividades y a partir de ello preguntar cual es la estrategia actual.
3. ¿Cuáles indicadores utilizan para medir el impacto que tienen las estrategias de publicidad de sus actividades artísticas, en la participación de los alumnos?	Una formulación menos técnica podría decir: "¿de qué manera evalúan el impacto de estas estrategias de publicidad en la participación de los alumnos?"
4. ¿Cómo miden la eficacia de las actividades artísticas ofrecidas en su área?	No comprendo a qué se refiere con "eficacia de las actividades artísticas". ¿Se refiere tal vez a la eficacia en el reclutamiento por cada taller? ¿O a qué tantos conocimientos adquieren los alumnos? Recomiendo revisar la pertinencia de ese cuestionamiento.
5. ¿Qué problemáticas se han presentado en la oferta de las actividades artísticas en su área?	Nuevamente, aquí no se entiende, ¿problemas al abrir los grupos de cada actividad artística, o al seleccionar cuáles ofrecer? Recomiendo valorar la manera de redactar la pregunta. Tal vez hacerla más coloquial.
6. ¿Qué problemáticas se han presentado en la demanda de las actividades artísticas en su área?	Pensar en otra manera más sencilla de plantear la pregunta. Por ejemplo, "¿me podrían comentar respecto a la demanda que existe para las actividades que se ofrecen?" Puede tener una pregunta de seguimiento del tipo: "¿se ha presentado alguna dificultad o reto en este aspecto?"
Motivación	
1. ¿Qué motiva a su área para ofrecer actividades artísticas?	Me parece que esto queda respondido con un análisis de la misión y visión de la universidad. Tal vez convendría aprovechar la entrevista para profundizar; por ejemplo, indagar cuál es el proceso que siguen para seleccionar qué actividades o talleres ofrecer en cada ciclo.
2. ¿Qué motivadores utiliza su área para promover la participación de los alumnos en las actividades artísticas?	Creo que la redacción actual se presta a confusión. Podría convenir más: ¿Desde su área, de qué manera se motiva la participación ...?"

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

Apéndice C

Aportación al instrumento de investigador 1 (continuación)



UNIVERSIDAD JUÁREZ
AUTÓNOMA DE TABASCO
"ESTUDIO EN LA DUDA. ACCIÓN EN LA FE"



DACEA
Derechos Académicos
Al Centro Universitario
Autónomo de Tabasco

3. Desde su experiencia ¿qué es lo que más motiva a los alumnos para participar de las actividades artísticas ofrecidas por su área?	Me parece correcta.
4. ¿Qué acciones perciben se pueden implementar para que los alumnos participen de las actividades artísticas?	Es un poco rebuscada la redacción. Optar por: "Desde su punto de vista, ¿qué acciones...?"
5. ¿Qué recompensas obtienen los alumnos por participar en las actividades artísticas de su área?	Tal vez, en lugar de hablar de "recompensas" se pueda usar un sinónimo como "beneficios". Una opción podría ser: "¿cómo se benefician los alumnos al participar...?"
Comentarios generales:	Se recomienda confirmar que las preguntas planteadas se alinean con los objetivos de investigación. Además, se pueden poner preguntas de seguimiento, tomando en consideración que se trata de una entrevista semi estructurada.

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

Apéndice C

Aportación al instrumento de investigador 1 (continuación)



Guía de grupo de enfoque a alumnos

Ítem	Observación
A) Percepción de las actividades artísticas de la universidad:	
1. ¿Cuáles son las características de las actividades artísticas que más te atraerían para participar en ellas?	En los grupos de enfoque no deben plantearse preguntas en sí, sino una serie de detonadores que van del más general al más específico. Los detonadores deben ser pocos y pueden comenzar de esta manera: "Ahora vamos a hablar de las características que tienen las actividades artísticas que más les atraen y en las que más les gustaría participar".
2. ¿Cuáles de esas características se cumplen?	Esto no se comprende. Si es una pregunta de seguimiento, debe estar ligada con la anterior. Recuerda que este será un grupo de discusión. Es difícil imaginarse cómo esta pregunta aplicaría si todos los participantes dicen cosas distintas.
3. ¿Qué tan atractivas se te hacen las actividades artísticas de la universidad?	En la dinámica planteada antes, este detonador podría ser: "Ahora vamos a hablar de qué tan atractivas se les hacen las actividades artísticas que ofrece la universidad?"
B) Motivación para asistir a las actividades artísticas de la universidad:	
4. ¿Cuáles son las barreras que te impiden participar en actividades artísticas? ¿Y a tus compañeros?	"Ahora vamos a hablar de las barreras o dificultades que les impiden participar en las actividades artísticas que ofrece la universidad"
5. ¿Otorga la universidad recompensas por asistir actividades artísticas? En caso afirmativo ¿Cuáles?	No me parece tan pertinente porque un análisis de los planes de estudio puede responder esa pregunta. ¿O acaso se quiere saber la opinión respecto a los incentivos existentes? Esa sería una pregunta distinta.
6. ¿Qué beneficios crees que obtendrías por participar en las actividades artísticas de la universidad?	"Ahora vamos a hablar de los beneficios que ..."
7. ¿Qué tipo de actividades artísticas son de tu preferencia?	Esto repite lo que se va a discutir en el primer detonador.

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

Apéndice C

Aportación al instrumento de investigador 1 (continuación)



UNIVERSIDAD JUÁREZ
AUTÓNOMA DE TABASCO

"ESTUDIO EN LA DUDA. ACCIÓN EN LA FE"



DACEA

División Académica
de Ciencias Exactas
e Ingenierías

C) Publicidad de las actividades:	
8. ¿Cómo te enteras de la publicidad de las actividades artísticas de la universidad?	"Ahora vamos a hablar sobre la manera en la que la universidad promociona sus actividades artísticas"
9. ¿Qué tanto te motiva dicha publicidad para participar en esas actividades?	"Ahora vamos a hablar sobre la efectividad de la publicidad que realiza la universidad sobre estas actividades".
10. ¿Alguna vez te has enterado tarde de alguna actividad artística a la que hubieras querido asistir?	Esto muy probablemente lo responda en el detonador 8.
11. ¿Cuáles son los medios publicitarios más efectivos para lograr participación de los alumnos en las actividades artísticas de la universidad?	"Ahora vamos a hablar sobre los medios publicitarios que resultarían más efectivos para"
Comentarios generales:	Recomiendo profundizar en la metodología del grupo de enfoque. En México, el grupo de discusión lo ha estudiado María Guadalupe Chávez de la Universidad de Colima, quien ha publicado al respecto. Convendría leer más al respecto para llegar con mayor confianza al trabajo de campo.

Firma del experto:


Elia Margarita Cornelio Marí
12 de septiembre de 2022

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

Apéndice D

Aportación al instrumento de investigador 2

Nombre del experto: Pablo Gómez Jiménez

Formación académica: Lic. En Ciencias de al Educación, Maestría en Educación y Doctorado en Educación.

Áreas de experiencia profesional: Docencia, Gestión e, investigación educativa en “Educación y cultura”

Institución: Universidad Juárez Autónoma de Tabasco.

Cargo actual: Profesor Investigador

Objetivo del juicio de experto: Conocer su opinión sobre los ítems que integran los instrumentos de guía de entrevista y guía de grupo de enfoque de esta investigación.

Guía de entrevista para Coordinadores Administrativos

Ítem	Observación
Mercadotecnia:	
1. ¿Cuáles son las actividades artísticas que realiza su área?	Ok
2. ¿Cuál es el plan de publicidad de estas actividades?	Ok
3. ¿Cuáles indicadores utilizan para medir el impacto que tienen las estrategias de publicidad de sus actividades artísticas, en la participación de los alumnos?	Ok

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

Apéndice D

Aportación al instrumento de investigador 2 (continuación)



UNIVERSIDAD JUÁREZ
AUTÓNOMA DE TABASCO
"ESTUDIO EN LA DUDA. ACCIÓN EN LA FE"



4. ¿Cómo miden la eficacia de las actividades artísticas ofrecidas en su área?	Ok
5. ¿Qué problemáticas se han presentado en la oferta de las actividades artísticas en su área?	Ok
6. ¿Qué problemáticas se han presentado en la demanda de las actividades artísticas en su área?	Ok
Motivación	
1. ¿Qué motiva a su área para ofrecer actividades artísticas?	Ok
2. ¿Qué motivadores utiliza su área para promover la participación de los alumnos en las actividades artísticas?	Ok
3. Desde su experiencia ¿qué es lo que más motiva a los alumnos para participar de las actividades artísticas ofrecidas por su área?	Ok
4. ¿Qué acciones perciben se pueden implementar para que los alumnos participen de las actividades artísticas?	Ok
5. ¿Qué recompensas obtienen los alumnos por participar en las actividades artísticas de su área?	Ok
Comentarios generales:	Conforme a lo planteado en el objetivo y también conforme a lo que proyecta el nombre del tema, el cuestionario guía de entrevistas se encuentra articulado adecuadamente. La efectividad para

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

Apéndice D

Aportación al instrumento de investigador 2 (continuación)



	razones de la investigación dependerá de la puntualidad que cubran las categorías de estudio y análisis.
--	--

Guía de grupo de enfoque a alumnos

Ítem	Observación
A) Percepción de las actividades artísticas de la universidad:	
1. ¿Cuáles son las características de las actividades artísticas que más te atraerían para participar en ellas?	Ok
2. ¿Cuáles de esas características se cumplen?	Ok

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

Apéndice D

Aportación al instrumento de investigador 2 (continuación)



UNIVERSIDAD JUÁREZ
AUTÓNOMA DE TABASCO
"ESTUDIO EN LA DUDA. ACCIÓN EN LA FE"



3. ¿Qué tan atractivas se te hacen las actividades artísticas de la universidad?	Ok
B) Motivación para asistir a las actividades artísticas de la universidad:	
4. ¿Cuáles son las barreras que te impiden participar en actividades artísticas? ¿Y a tus compañeros?	Ok
5. ¿Otorga la universidad recompensas por asistir actividades artísticas? En caso afirmativo ¿Cuáles?	Ok
6. ¿Qué beneficios crees que obtendrías por participar en las actividades artísticas de la universidad?	Ok
7. ¿Qué tipo de actividades artísticas son de tu preferencia?	Ok
C) Publicidad de las actividades:	
8. ¿Cómo te enteras de la publicidad de las actividades artísticas de la universidad?	Ok
9. ¿Qué tanto te motiva dicha publicidad para participar en esas actividades?	Ok
¿Alguna vez te has enterado tarde de alguna actividad artística a la que hubieras querido asistir?	Ok

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

Apéndice D

Aportación al instrumento de investigador 2 (continuación)



UNIVERSIDAD JUÁREZ
AUTÓNOMA DE TABASCO
"ESTUDIO EN LA DUDA. ACCIÓN EN LA FE"



10. ¿Cuáles son los medios publicitarios más efectivos para lograr participación de los alumnos en las actividades artísticas de la universidad?	Ok
Comentarios generales:	De igual manera puedo opinar que, conforme a lo planteado en el objetivo y a lo que proyecta el nombre del tema, el cuestionario guía de entrevistas se encuentra articulado adecuadamente. La efectividad para razones de la investigación dependerá de la puntualidad que cubran las categorías de estudio y análisis. Así como la lectura objetiva del estado de la cuestión que fundamente al proyecto.

Firma del experto:

Pablo Gómez Jiménez

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

Apéndice E

Aportación al instrumento de investigador 3

Nombre del experto: Dr. José Concepción Aquino Arias

Formación académica: Doctorado en Ciencias de la Educación

Áreas de experiencia profesional: Gestión Educativa, Evaluación del Aprendizaje,

Vinculación y Educación Continua

Institución: DAEA-UJAT

Cargo actual: Docente y Coordinador de Docencia

Objetivo del juicio de experto: Conocer su opinión sobre los ítems que integran los instrumentos de guía de entrevista y guía de grupo de enfoque de esta investigación.

Guía de entrevista para Coordinadores Administrativos

Ítem	Observación
Mercadotecnia:	
1. ¿Cuáles son las actividades artísticas que realiza su área?	¿Cuáles son las actividades artísticas que se organizan e implementan en su área?

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

Apéndice E

Aportación al instrumento de investigador 3 (continuación)



UNIVERSIDAD JUÁREZ
AUTÓNOMA DE TABASCO
"ESTUDIO EN LA DUDA. ACCIÓN EN LA FE"



DACEA
DIRECCIÓN DE ADMINISTRACIÓN
CIENTÍFICA Y TECNOLÓGICA

2. ¿Cuál es el plan de publicidad de estas actividades?	¿Cuáles son las estrategias de publicidad que utiliza para difusión de las actividades artísticas de su área?
3. ¿Cuáles indicadores utilizan para medir el impacto que tienen las estrategias de publicidad de sus actividades artísticas, en la participación de los alumnos?	¿Cuáles son los indicadores que evalúan el impacto de las estrategias de publicidad para lograr la participación de los alumnos en las actividades artísticas que organizadas por su área?
4. ¿Cómo miden la eficacia de las actividades artísticas ofrecidas en su área?	¿Qué tipo de estrategias utilizan para evaluar la eficacia de las actividades artísticas que se promueven en su área?
5. ¿Qué problemáticas se han presentado en la oferta de las actividades artísticas en su área?	¿Cuáles han sido las limitantes identificadas en la oferta de actividades artísticas implementadas por su área?
6. ¿Qué problemáticas se han presentado en la demanda de las actividades artísticas en su área?	¿Qué tipo de necesidades se han presentando en la demanda de las actividades artísticas por parte de la comunidad estudiantil?
Motivación	
1. ¿Qué motiva a su área para ofrecer actividades artísticas?	Ok
2. ¿Qué motivadores utiliza su área para promover la participación de los alumnos en las actividades artísticas?	¿Qué tipo de incentivos o estrategias motivacionales utiliza para promover la participación de los alumnos en las actividades artísticas?
3. Desde su experiencia ¿qué es lo que más motiva a los alumnos para participar de las actividades artísticas ofrecidas por su área?	Desde su experiencia ¿qué motiva a los alumnos para participar de las actividades artísticas ofertadas por su área?

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

Apéndice E

Aportación al instrumento de investigador 3 (continuación)



UNIVERSIDAD JUÁREZ
AUTÓNOMA DE TABASCO

"ESTUDIO EN LA DUDA. ACCIÓN EN LA FE"



DACEA
División Académica
de Estudios de Posgrado

4. ¿Qué acciones perciben se pueden implementar para que los alumnos participen de las actividades artísticas?	¿Qué estrategias se pueden implementar para que los alumnos participen en actividades artísticas?
5. ¿Qué recompensas obtienen los alumnos por participar en las actividades artísticas de su área?	¿Cuáles son los beneficios que obtienen los alumnos de su participación en las actividades artísticas?
Comentarios generales:	Considero importante agregar una pregunta que incluya el término apreciación y agregar que son actividades artísticas de difusión cultural.

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

Apéndice E

Aportación al instrumento de investigador 3 (continuación)



Guía de grupo de enfoque a alumnos

Ítem	Observación
A) Percepción de las actividades artísticas de la universidad:	
1. ¿Cuáles son las características de las actividades artísticas que más te atraerían para participar en ellas?	¿Qué tipo de actividades artísticas serían de tu interés que se promuevan u organicen en la Universidad?
2. ¿Cuáles de esas características se cumplen?	No aplica
3. ¿Qué tan atractivas se te hacen las actividades artísticas de la universidad?	¿Cuáles son las actividades artísticas universitarias que te han resultado interesantes o que te han motivado a participar?
B) Motivación para asistir a las actividades artísticas de la universidad:	
4. ¿Cuáles son las barreras que te impiden participar en actividades artísticas? ¿Y a tus compañeros?	¿Cuáles son las barreras que te impiden participar en actividades artísticas organizadas en la Universidad?
5. ¿Otorga la universidad recompensas por asistir actividades artísticas? En caso afirmativo ¿Cuáles?	¿Qué tipo de incentivos otorga la universidad por la participación del estudiante en actividades artísticas?
6. ¿Qué beneficios crees que obtendrías por participar en las actividades artísticas de la universidad?	¿Cuáles son las ventajas de participar en las actividades artísticas que realiza la universidad?
7. ¿Qué tipo de actividades artísticas son de tu preferencia?	No aplica
C) Publicidad de las actividades:	

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

Apéndice E

Aportación al instrumento de investigador 3 (continuación)



UNIVERSIDAD JUÁREZ
AUTÓNOMA DE TABASCO

"ESTUDIO EN LA DUDA. ACCIÓN EN LA FE"



DACEA

División Académica
de Ciencias Exactas e
Ingeniería

8. ¿Cómo te enteras de la publicidad de las actividades artísticas de la universidad?	¿Cuáles son las estrategias de publicidad implementadas por la Universidad para difundir sus actividades artísticas?
9. ¿Qué tanto te motiva dicha publicidad para participar en esas actividades?	No Aplica
¿Alguna vez te has enterado tarde de alguna actividad artística a la que hubieras querido asistir?	No Aplica
10. ¿Cuáles son los medios publicitarios más efectivos para lograr participación de los alumnos en las actividades artísticas de la universidad?	Ok
Comentarios generales:	

Firma del experto:

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

Apéndice F

Aportación al instrumento de investigador 4

Nombre del experto: Grisдания Sánchez Gómez

Formación académica: Maestra en Gestión Educativa

Áreas de experiencia profesional: Docencia en artes, letras y ciencias sociales en nivel básico

Institución: Colegio Irlandés

Cargo actual: Docente

Objetivo del juicio de experto: Conocer su opinión sobre los ítems que integran los instrumentos de guía de entrevista y guía de grupo de enfoque de esta investigación.

Guía de entrevista para Coordinadores Administrativos

Ítem	Observación
Mercadotecnia:	

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

Apéndice F

Aportación al instrumento de investigador 4 (continuación)



UNIVERSIDAD JUÁREZ
AUTÓNOMA DE TABASCO

"ESTUDIO EN LA DUDA. ACCIÓN EN LA FE"



DACEA
Escuela Académica
de Ciencias Exactas y
Administrativas

1. ¿Cuáles son las actividades artísticas que realiza su área?	Considero que se podría reformular de la siguiente manera: ¿Cuáles son las actividades artísticas que realiza el área a su cargo?
2. ¿Cuál es el plan de publicidad de estas actividades?	Considero la pregunta pertinente
3. ¿Cuáles indicadores utilizan para medir el impacto que tienen las estrategias de publicidad de sus actividades artísticas, en la participación de los alumnos?	Solo recomiendo cambiar la estructura gramatical del inicio de la pregunta; se podría escribir de dos maneras: ¿Qué indicadores.....? o ¿Cuáles son los indicadores?
4. ¿Cómo miden la eficacia de las actividades artísticas ofrecidas en su área?	Considero la pregunta pertinente
5. ¿Qué problemáticas se han presentado en la oferta de las actividades artísticas en su área?	Considero que se podría reformular de la siguiente manera: ¿Qué problemáticas se han presentado en el área a su cargo, relacionadas a la oferta de las actividades artísticas?
6. ¿Qué problemáticas se han presentado en la demanda de las actividades artísticas en su área?	Considero que se podría reformular de la siguiente manera: ¿Qué problemáticas se han presentado en el área a su cargo, relacionadas a la demanda de las actividades artísticas?
Motivación	

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

Apéndice F

Aportación al instrumento de investigador 4 (continuación)



UNIVERSIDAD JUÁREZ
AUTÓNOMA DE TABASCO
"ESTUDIO EN LA DUDA. ACCIÓN EN LA FE"



DACEA
Dirección Académica
de Ciencias Exactas
y Administrativas

1. ¿Qué motiva a su área para ofrecer actividades artísticas?	Considero la pregunta pertinente, solo la cambiaría en que en lugar de preguntar "su área", podría ser el "área a su cargo".
2. ¿Qué motivadores utiliza su área para promover la participación de los alumnos en las actividades artísticas?	Considero la pregunta pertinente, solo la cambiaría en que en lugar de preguntar "su área", podría ser "el área a su cargo".
3. Desde su experiencia ¿qué es lo que más motiva a los alumnos para participar de las actividades artísticas ofrecidas por su área?	Considero la pregunta pertinente, solo la cambiaría en que en lugar de preguntar "su área", podría ser "el área a su cargo".
4. ¿Qué acciones perciben se pueden implementar para que los alumnos participen de las actividades artísticas?	Considero que se podría reformular de la siguiente manera: ¿Qué acciones considera que podrían implementarse para aumentar la participación de los alumnos en actividades artísticas?
5. ¿Qué recompensas obtienen los alumnos por participar en las actividades artísticas de su área?	Considero la pregunta pertinente
Comentarios generales:	Las preguntas me parecen dirigidas al objetivo del estudio, solo hice observaciones de forma en la estructura gramatical para brindarle mayor formalismo y coherencia. En general, buen diseño de ítems.

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

Apéndice F

Aportación al instrumento de investigador 4 (continuación)



UNIVERSIDAD JUÁREZ
AUTÓNOMA DE TABASCO
"ESTUDIO EN LA DUDA. ACCIÓN EN LA FE"



DAGEA
División Académica
de Gestión Educativa
y Administrativa

--	--

Guía de grupo de enfoque a alumnos

Ítem	Observación
A) Percepción de las actividades artísticas de la universidad:	
1. ¿Cuáles son las características de las actividades artísticas que más te atraerían para participar en ellas?	Considero la pregunta pertinente
2. ¿Cuáles de esas características se cumplen?	Considero la pregunta pertinente
3. ¿Qué tan tractivas se te hacen las actividades artísticas de la universidad?	Considero que se podría reformular de la siguiente manera: ¿Qué tan atractivas te parecen las actividades artísticas que imparte la universidad?
B) Motivación para asistir a las actividades artísticas de la universidad:	
4. ¿Cuáles son las barreras que te impiden participar en actividades artísticas? ¿Y a tus compañeros?	Considero la pregunta pertinente
5. ¿Otorga la universidad recompensas por asistir actividades artísticas? En caso afirmativo ¿Cuáles?	Considero la pregunta pertinente
6. ¿Qué beneficios crees que obtendrías por participar en las	Considero la pregunta pertinente

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

Apéndice F

Aportación al instrumento de investigador 4 (continuación)



UNIVERSIDAD JUÁREZ
AUTÓNOMA DE TABASCO

"ESTUDIO EN LA DUDA. ACCIÓN EN LA FE"



DACEA
DIRECCIÓN GENERAL
DE CALIDAD EDUCATIVA
Y ADMINISTRATIVA

actividades artísticas de la universidad?	
7. ¿Qué tipo de actividades artísticas son de tu preferencia?	Considero la pregunta pertinente
C) Publicidad de las actividades:	
8. ¿Cómo te enteras de la publicidad de las actividades artísticas de la universidad?	Considero la pregunta pertinente
9. ¿Qué tanto te motiva dicha publicidad para participar en esas actividades?	Considero la pregunta pertinente, sólo agregaría que explicarían porqué.
¿Alguna vez te has enterado tarde de alguna actividad artística a la que hubieras querido asistir?	La pregunta es dicotómica, solo lleva a una respuesta de SI o NO, valdría la pena, agregarle seguidamente algo cómo: Comparte tu experiencia al respecto. De esa forma se puede obtener mayor información.
10. ¿Cuáles son los medios publicitarios más efectivos para lograr participación de los alumnos en las actividades artísticas de la universidad?	Considero la pregunta pertinente
Comentarios generales:	Los ítems se acercan bastante bien a las experiencias de los estudiantes, buen uso del lenguaje.

Firma del experto:

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

Apéndice G

Aportación al instrumento de investigador 5

Nombre del experto: Jose Guadalupe Rodriguez Arguelles

Formación académica:

Lic. en Educación Media y Superior.

Especialidad en Ciencias Sociales

Maestrante en Administración Organizacional y Desarrollo Educativo.

Áreas de experiencia profesional:

Oficial Administrativo del Centro de Desarrollo de las Artes.

Coordinador de Difusión Cultural y Extensión de la DAEA

Coordinador de Seguridad e Higiene y Medio Ambiente Laboral

Institución:

Universidad Juárez Autónoma de Tabasco

Cargo actual:

Prof. Investigador Medio Tiempo “B” de la DAEA

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

Apéndice G

Aportación al instrumento de investigador 5 (continuación)



UNIVERSIDAD JUÁREZ
AUTÓNOMA DE TABASCO
"ESTUDIO EN LA DUDA. ACCIÓN EN LA FE"



Objetivo del juicio de experto: Conocer su opinión sobre los ítems que integran los instrumentos de guía de entrevista y guía de grupo de enfoque de esta investigación.

Guía de entrevista para Coordinadores Administrativos

Ítem	Observación
Mercadotecnia:	
1. ¿Cuáles son las actividades artísticas que realiza su área?	MB
2. ¿Cuál es el plan de publicidad de estas actividades?	MB
3. ¿Cuáles indicadores utilizan para medir el impacto que tienen las estrategias de publicidad de sus actividades artísticas, en la participación de los alumnos?	MB
4. ¿Cómo miden la eficacia de las actividades artísticas ofrecidas en su área?	MB
5. ¿Qué problemáticas se han presentado en la oferta de las actividades artísticas en su área?	MB
6. ¿Qué problemáticas se han presentado en la demanda de las actividades artísticas en su área?	MB
Motivación	
1. ¿Qué motiva a su área para ofrecer actividades artísticas?	MB

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

Apéndice G

Aportación al instrumento de investigador 5 (continuación)



UNIVERSIDAD JUÁREZ
AUTÓNOMA DE TABASCO
"ESTUDIO EN LA DUDA. ACCIÓN EN LA FE"



DACEA
División Académica
de Estudios de Posgrado
Administrativos

2. ¿Qué motivadores utiliza su área para promover la participación de los alumnos en las actividades artísticas?	MB
3. Desde su experiencia ¿qué es lo que más motiva a los alumnos para participar de las actividades artísticas ofrecidas por su área?	MB
4. ¿Qué acciones perciben se pueden implementar para que los alumnos participen de las actividades artísticas?	MB
5. ¿Qué recompensas obtienen los alumnos por participar en las actividades artísticas de su área?	MB
Comentarios generales:	MB

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

Apéndice G

Aportación al instrumento de investigador 5 (continuación)



Guía de grupo de enfoque a alumnos

Ítem	Observación
A) Percepción de las actividades artísticas de la universidad:	
1. ¿Cuáles son las características de las actividades artísticas que más te atraerían para participar en ellas?	MB
2. ¿Cuáles de esas características se cumplen?	MB
3. ¿Qué tan atractivas se te hacen las actividades artísticas de la universidad?	MB
B) Motivación para asistir a las actividades artísticas de la universidad:	
4. ¿Cuáles son las barreras que te impiden participar en actividades artísticas? ¿Y a tus compañeros?	MB

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

Apéndice G

Aportación al instrumento de investigador 5 (continuación)



UNIVERSIDAD JUÁREZ
AUTÓNOMA DE TABASCO

"ESTUDIO EN LA DUDA. ACCIÓN EN LA FE"



DACEA

División Académica
de Ciencias Exactas
y Administrativas

5. ¿Otorga la universidad recompensas por asistir actividades artísticas? En caso afirmativo ¿Cuáles?	MB
6. ¿Qué beneficios crees que obtendrías por participar en las actividades artísticas de la universidad?	MB
7. ¿Qué tipo de actividades artísticas son de tu preferencia?	MB
C) Publicidad de las actividades:	
8. ¿Cómo te enteras de la publicidad de las actividades artísticas de la universidad?	MB
9. ¿Qué tanto te motiva dicha publicidad para participar en esas actividades?	MB
¿Alguna vez te has enterado tarde de alguna actividad artística a la que hubieras querido asistir?	MB
10. ¿Cuáles son los medios publicitarios más efectivos para lograr participación de los alumnos en las actividades artísticas de la universidad?	MB
Comentarios generales:	Error: Coordinadores de Administrativos Lo correcto es

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

Apéndice G

Aportación al instrumento de investigador 5 (continuación)



UNIVERSIDAD JUÁREZ
AUTÓNOMA DE TABASCO
"ESTUDIO EN LA DUDA. ACCIÓN EN LA FE"



DACEA
DIRECCIÓN GENERAL
DE ASesoría TÉCNICA
ADMINISTRATIVA

	Coordinadores de Difusión Cultural y Extensión Universitaria
--	---

Firma del experto:

Prof. Jose Guadalupe Rodriguez Arguelles.

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

Apéndice H

Aportación al instrumento de investigador 6

Nombre del experto: Guadalupe Palmeros y Avila

Formación académica: Licenciatura en Pedagogía, Maestría en Gestión Educativa y

Doctorado en Calidad y Procesos de Innovación Educativa

Áreas de experiencia profesional: Investigación educativa,

Institución: Universidad Juárez Autónoma de Tabasco

Cargo actual: Profesora investigadora

Objetivo del juicio de experto: Conocer su opinión sobre los ítems que integran los instrumentos de guía de entrevista y guía de grupo de enfoque de esta investigación.

Guía de entrevista para Coordinadores Administrativos

Ítem	Observación
Mercadotecnia:	
1. ¿Cuáles son las actividades artísticas que realiza su área?	

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

Apéndice H

Aportación al instrumento de investigador 6 (continuación)



UNIVERSIDAD JUÁREZ
AUTÓNOMA DE TABASCO
"ESTUDIO EN LA DUDA. ACCIÓN EN LA FE"



DACEA
División Académica
de Ciencias Exactas
y Administrativas

2. ¿Cuál es el plan de publicidad de estas actividades?	
3. ¿Cuáles indicadores utilizan para medir el impacto que tienen las estrategias de publicidad de sus actividades artísticas, en la participación de los alumnos?	Esta pregunta la veo más como de evaluación de la publicidad, pero no veo que en tus categorías (publicidad y planes de publicidad). Si quieres realizar esta pregunta creo que sería importante que menciones mercadotecnia para la oferta que incluye impacto de la publicidad
4. ¿Cómo miden la eficacia de las actividades artísticas ofrecidas en su área?	Igual que la anterior, estás evaluando
5. ¿Qué problemáticas se han presentado en la oferta de las actividades artísticas en su área?	
6. ¿Qué problemáticas se han presentado en la demanda de las actividades artísticas en su área?	
Motivación Mercadotecnia para la demanda que tiene que ver con motivación y recompensas	
1. ¿Qué motiva a su área para ofrecer actividades artísticas?	
2. ¿Qué motivadores utiliza su área para promover la participación de los alumnos en las actividades artísticas?	
3. Desde su experiencia ¿qué es lo que más motiva a los alumnos para participar de las actividades artísticas ofrecidas por su área?	
4. ¿Qué acciones perciben se pueden implementar para que los alumnos	

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

Apéndice H

Aportación al instrumento de investigador 6 (continuación)



UNIVERSIDAD JUÁREZ
AUTÓNOMA DE TABASCO
"ESTUDIO EN LA DUDA. ACCIÓN EN LA FE"



DACEA
División Académica
de Gestión y
Administración

participen de las actividades artísticas?	
5. ¿Qué recompensas obtienen los alumnos por participar en las actividades artísticas de su área?	
Comentarios generales:	

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

Apéndice H

Aportación al instrumento de investigador 6 (continuación)



UNIVERSIDAD JUÁREZ
AUTÓNOMA DE TABASCO
"ESTUDIO EN LA DUDA. ACCIÓN EN LA FE"



DACEA
División Académica
de Gestión Educativa
Administrativa

Item	Observación
A) Percepción de las actividades artísticas de la universidad:	
1. ¿Cuáles son las características de las actividades artísticas que más te atraerían para participar en ellas?	
2. ¿Cuáles de esas características se cumplen?	
3. ¿Qué tan atractivas se te hacen las actividades artísticas de la universidad?	
B) Motivación para asistir a las actividades artísticas de la universidad:	
4. ¿Cuáles son las barreras que te impiden participar en actividades artísticas? ¿Y a tus compañeros?	Esta pregunta creo que no es de motivación,
5. ¿Otorga la universidad recompensas por asistir actividades artísticas? En caso afirmativo ¿Cuáles?	Si la respuesta es no, no te serviría esta pregunta, tal vez tendrías que redactarla de otra manera
6. ¿Qué beneficios crees que obtendrías por participar en las actividades artísticas de la universidad?	Esta pregunta no la veo en la categoría de motivación
7. ¿Qué tipo de actividades artísticas son de tu preferencia?	
C) Publicidad de las actividades:	

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

Apéndice H

Aportación al instrumento de investigador 6 (continuación)



UNIVERSIDAD JUÁREZ
AUTÓNOMA DE TABASCO
"ESTUDIO EN LA DUDA. ACCIÓN EN LA FE"



DAGEA
DIRECCIÓN GENERAL DE
ASISTENCIA TÉCNICA Y
ACADEMICA

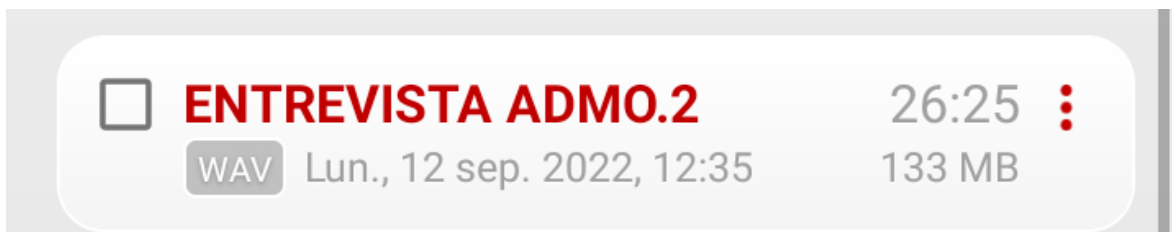
8. ¿Cómo te enteras de la publicidad de las actividades artísticas de la universidad?	
9. ¿Qué tanto te motiva dicha publicidad para participar en esas actividades?	Esta pregunta si es de motivación, debe de ir en el apartado anterior
¿Alguna vez te has enterado tarde de alguna actividad artística a la que hubieras querido asistir?	Esta pregunta te da respuesta de si o no, no te sirve para obtener información relevante para el estudio
10. ¿Cuáles son los medios publicitarios más efectivos para lograr participación de los alumnos en las actividades artísticas de la universidad?	
Comentarios generales:	

Firma del experto:  Dra. Guadalupe Palmeros y Avila

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

Apéndice I

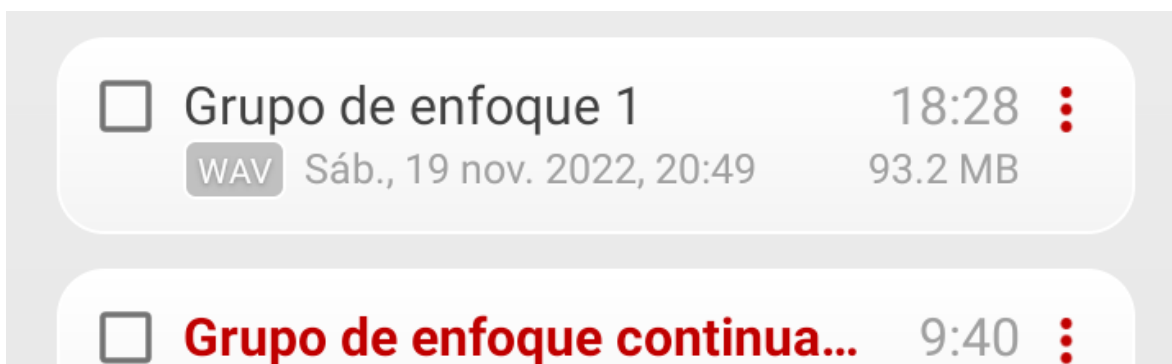
Audio entrevistado administrativo 2



Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

Apéndice J

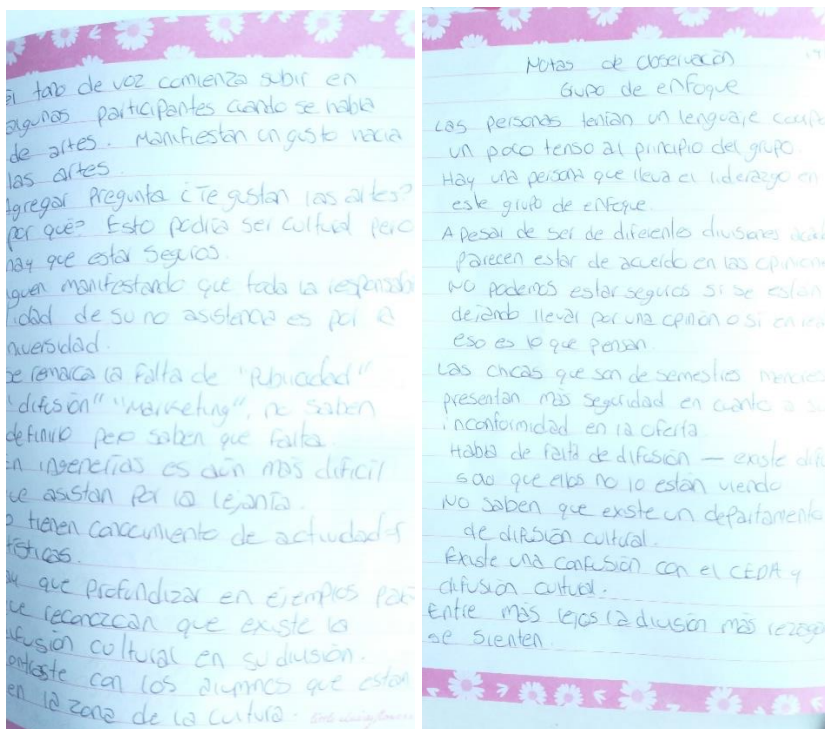
Audio grupo de enfoque



Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

Apéndice K

Ejemplo de nota de observación



Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

Apéndice L

Guía de entrevista a administrativos de difusión cultural

Guía de entrevista: Administrativos de Difusión Cultural

Primera parte:

Presentación del entrevistador.

Lectura del objetivo de investigación: Comprender la apreciación de administrativos y estudiantes de la UJAT de las actividades artísticas de difusión cultural.

Agradecimiento por la participación, lectura y firma del consentimiento informado.

Segunda parte:

Toma de datos generales:

Nombre completo

Área y cargo desempeñado

Años en el puesto

Día y hora de la entrevista

Tercera parte: Entrevista por bloques.

Administración

1. ¿Cuáles son las actividades artísticas que coordina el área a su cargo?
2. ¿En qué consiste la programación y la gestión de los eventos artísticos?
3. ¿Con qué otras áreas existe coordinación para la planeación de eventos artísticos?
4. ¿Cómo se evalúan las actividades artísticas realizadas?
5. ¿Qué tan pertinente es el presupuesto asignado para la realización de actividades artísticas en su área?
6. ¿Cómo miden la eficacia de las actividades artísticas ofrecidas en su área?

Oferta

6. ¿Cómo se maneja la difusión y publicidad de las actividades artísticas de su área?

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

Apéndice L

Guía de entrevista a administrativos de difusión cultural (continuación)

7. ¿Cuáles indicadores utilizan para medir el impacto que tienen las estrategias de publicidad de sus actividades artísticas, en la participación de los alumnos?

8. ¿Qué tan acorde es la formación y experiencia de quienes imparten las actividades artísticas con las mismas?

9. ¿Qué tan frecuentemente su área oferta actividades artísticas?

10. ¿Qué disponibilidad muestran los estudiantes en los horarios y las sedes donde se realizan las actividades artísticas?

11. ¿Qué problemáticas se han presentado en la oferta de actividades artísticas de su área a cargo?

Demanda

12. ¿Cuáles son las actividades artísticas que más le interesan a los estudiantes?

13. Desde su experiencia ¿qué es lo que más motiva a los alumnos para participar de las actividades artísticas ofrecidas por su área?

14. Desde su área a cargo ¿De qué forma se motiva a la participación de los alumnos en las actividades artísticas?

15. Desde su punto de vista ¿Qué acciones podrían implementarse para aumentar la participación de los alumnos en las actividades artísticas del área a su cargo?

Comentarios generales:

Despedida y agradecimiento final.

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

Apéndice L

Guía de entrevista a administrativos de difusión cultural y consentimiento informado (continuación)

Consentimiento informado entrevista a coordinador de difusión cultural de división
académica:

A través de la presente, yo: _____; hago constar que la C. Siomaris Fernanda Canabal Peraza, estudiante del doctorado en Administración Educativa, realizó una entrevista relacionada con la apreciación de actividades artísticas de difusión cultural en la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, en la división académica de _____, en mi carácter de Coordinador(a) de difusión cultural, dicha información será usada únicamente para fines académicos y científicos, procurando en todo momento que los datos personales y los relacionados a la confidencialidad de la institución serán protegidos por parte del investigador; por tal razón autorizo el uso de la información proporcionada atendiendo el objetivo por el cual se proporcionó y para fines de su publicación total o parcial.

La información que se proporciona en esta entrevista, se respalda mediante fotografías y grabación en audio.

Firma

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

Apéndice M

Guía de grupo de enfoque para estudiantes y consentimiento informado

Guía de tópicos grupo de enfoque

1	Bienvenida y agradecimientos a los participantes	
2	Explicación de la dinámica del grupo de enfoque. Consentimiento informado del uso de datos para la investigación.	
3	Explicación del objetivo de la investigación: Comprender la apreciación de administrativos y estudiantes de la UJAT de las actividades artísticas de difusión cultural.	
4	Presentación de los participantes: Licenciatura, ciclo y división académica.	
	Detonadores:	
5	Bloque 1: Apreciación de la oferta de actividades artísticas de la universidad. (Administración)	1. ¿Cómo consideras las actividades artísticas de la universidad en general? y ¿con qué frecuencia asistes?
		2. ¿Qué tan accesible es para ti los horarios y las sedes en donde se realizan estas actividades?
		3. ¿Cómo consideras las actividades artísticas que oferta tu división académica? y ¿con qué frecuencia asistes?
		4. ¿Cómo consideras el trabajo del departamento de difusión cultural en tu división académica respecto a la oferta de actividades artísticas?
	Bloque 2: Interés para asistir a las actividades artísticas de la universidad. (Demanda)	5. ¿Cuáles son las actividades artísticas de la universidad que te causan mayor interés? y ¿a tus compañeros?
		6. ¿Cuál es la principal motivación para asistir a los eventos artísticos de la universidad?
		7. ¿Otorga la universidad recompensas/incentivos por asistir a actividades artísticas? En caso afirmativo ¿Cuáles?
7	Bloque 3: Difusión de las actividades. (Oferta)	8. ¿Qué beneficios crees que obtendrás por participar en las actividades artísticas de la universidad?
		9. ¿Cómo te enteras de las actividades artísticas de la universidad? y ¿qué tan efectiva es para ti esta difusión?
		10. ¿Qué tan efectiva es para ti esta difusión?
		11. ¿Cuáles son los medios publicitarios más efectivos para lograr la participación de los alumnos en las actividades artísticas de la universidad?
	Bloque 4: Cierre	12. ¿Cómo crees que podría mejorar la asistencia de las actividades artísticas de la universidad?
8	Comentarios generales:	
9	Despedida y agradecimientos finales.	

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

Apéndice N

Consentimiento informado entrevista

Consentimiento informado entrevista a coordinador de difusión cultural de división académica:

A través de la presente, yo: _____; hago constar que la C. Siomaris Fernanda Canabal Peraza, estudiante del doctorado en Administración Educativa, realizó una entrevista relacionada con la apreciación de actividades artísticas de difusión cultural en la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, en la división académica de _____, en mi carácter de Coordinador(a) de difusión cultural, dicha información será usada únicamente para fines académicos y científicos, procurando en todo momento que los datos personales y los relacionados a la confidencialidad de la institución serán protegidos por parte del investigador; por tal razón autorizo el uso de la información proporcionada atendiendo el objetivo por el cual se proporcionó y para fines de su publicación total o parcial.

La información que se proporciona en esta entrevista, se respalda mediante fotografías y grabación en audio.

Firma

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

Apéndice O

Consentimiento informado grupo de enfoque

Consentimiento informado de estudiantes en grupo de enfoque:

A través de la presente, yo: _____; hago constar que la C. Siomaris Fernanda Canabal Peraza, estudiante del doctorado en Administración Educativa, realizó un grupo de enfoque con mi participación, relacionado con la apreciación de actividades artísticas de difusión cultural en la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco en mi carácter de estudiante, dicha información será usada únicamente para fines académicos y científicos, procurando en todo momento que los datos personales y los relacionados a la confidencialidad de la institución serán protegidos por parte del investigador; por tal razón autorizo el uso de la información proporcionada atendiendo el objetivo por el cual se proporcionó y para fines de su publicación total o parcial.

La información que se proporciona en este grupo de enfoque, se respalda mediante fotografías y grabación en audio.

Firma

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

ANEXO

Alojamiento de la Tesis en el Repositorio Institucional	
Título de la tesis.	Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.
Autora de la tesis.	Mtra. Siomaris Fernanda Canabal Peraza.
ORCID	https://orcid.org/0000-0002-9946-7764
Resumen de la tesis.	La práctica y consumo de actividades artísticas en estudiantes de educación superior en México trae consigo una serie de beneficios en su desarrollo académico y personal. El objetivo de esta investigación fue identificar y comprender los elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública del estado de Tabasco. Este trabajo fue un estudio fenomenológico desarrollado en un caso con la participación de 35 estudiantes de diferentes áreas de las ciencias a través de grupos de enfoque, 5 administrativos a través de entrevistas semiestructuradas, así como observación participante de 7 eventos artísticos realizados en la institución. Los principales resultados mostraron problemáticas en la ejecución, evaluación y seguimiento de las actividades artísticas y sus medios de difusión donde se incluye el manejo de redes sociales digitales. En este sentido, los elementos que inciden en la participación de los estudiantes en actividades artísticas son relacionados con la administración, además de la influencia del interés, las recompensas y los vínculos personales. Se concluye la necesidad de reflexión y reevaluación de la administración de las actividades artísticas y sus medios de difusión, conocimiento y actualización constante de los algoritmos en las redes sociales digitales, así como el aprovechamiento de los vínculos personales de los estudiantes para la difusión de las actividades.
Palabras clave de la tesis.	Actividades Artísticas, Universidad, Alumnos.
Referencias citadas.	Aguaded, J. (1995) Publicidad ¿cómo la vemos? <i>Comunicar</i> , 1(5). https://www.revistacomunicar.com/pdf/comunicar5.pdf Aguilar, M. (2020). Gestión estratégica en los centros de investigación de la Universidad Nacional de Asunción. <i>Población y Desarrollo</i> , 26 (51), 20 – 25. https://doi.org/10.18004/pdfce/2076-054x/2020.026.51.020

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

Bohórquez, G. (2020). La extensión universitaria en una universidad pública.

Cultura, Educación y Sociedad, 11(1), 221-236.

<http://dx.doi.org/10.17981/cultedusoc.11.2.2020.14>

Amador, J. (2006). La condición del arte. Entre lo sagrado y lo profano

Apuntes de sociología y antropología del arte. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, 48(196), 27-53.

<https://www.redalyc.org/pdf/421/42119603.pdf>

Arroyo, J. (2023). El diseño de estrategias y tácticas en la planificación estratégica de la educación. *Revista Educación*, 47(1).

<https://doi.org/10.15517/revedu.v47i1.51984>

Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior

[ANUIES]. (2019). *Difusión Cultural y Divulgación Científica*.

[http://www.anuies.mx/programas-y-proyectos/proyectos-](http://www.anuies.mx/programas-y-proyectos/proyectos-academicos/difusion-cultural-y-divulgacion-cientifica)

[academicos/difusion-cultural-y-divulgacion-cientifica](http://www.anuies.mx/programas-y-proyectos/proyectos-academicos/difusion-cultural-y-divulgacion-cientifica)

ATLAS.ti. (2021). Scientific Software Development GmbH (Versión 9).

[Software]. Windows. [https://atlasti.cleverbridge.com/74/purl-](https://atlasti.cleverbridge.com/74/purl-order?_ga=2.134218929.1384601191.1670622634-1855264850.1670622634)

[order?_ga=2.134218929.1384601191.1670622634-](https://atlasti.cleverbridge.com/74/purl-order?_ga=2.134218929.1384601191.1670622634-1855264850.1670622634)

[1855264850.1670622634](https://atlasti.cleverbridge.com/74/purl-order?_ga=2.134218929.1384601191.1670622634-1855264850.1670622634)

Azuela, J., Sanzo, M., & Fernández, V. (2010). El marketing de la cultura y las

artes: una evolución. *Revista Nacional de Administración*, 1(1), 23-36.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3698479>

- Barroso, F. (2008). ¿Cuál es el objetivo principal de la mercadotecnia? *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, 14(2), 413-418.
<https://www.redalyc.org/pdf/280/28011672015.pdf>
- Benavente, J. & Grazzi, M. (2018). *Impulsando la economía naranja en América Latina y el Caribe*. Organización de las Naciones Unidas para la Educación la Ciencia y la Cultura.
<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000368782>
- Bourdieu, P. (1998). *La distinción Criterio y bases sociales del gusto* [La Distinction. Critique sociale du jugement]. (M. Ruíz, Trad.; 1era ed.). Taurus. (Obra original publicada en 1979).
- Bourdieu, P. (2010). *El sentido social del gusto. Elementos para una sociología de la cultura*. (A. Gutiérrez, Trad.; 1era ed.). Siglo veintiuno.
- Campos, G., y Lule, N. (2012). La observación, un método para el estudio de la realidad. *Revista Xihmai*, 7(13), 45-60.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3979972>
- Canabal, S. (2021). *Difusión de talleres artísticos y culturales a través de Facebook*. [Tesis de maestría]. Universidad Juárez Autónoma de Tabasco.
- Castells, M. (2001). *La era de la información: Economía, sociedad, y cultura*. Siglo Veintiuno Editores.

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

CEDA UJAT (2022). Home. [Página de Facebook]. Facebook. Recuperado el 20 de noviembre del 2022, de

<https://www.facebook.com/profile.php?id=100046488565130>

Chiquito, G. Plua, N., y González, N. (2022). Planeación estratégica para la mejora de la gestión administrativa en instituciones universitarias de Ecuador. *Avances*, 24(1), 135-148.

<https://www.redalyc.org/journal/6378/637869301011/html/>

Cirino, G. (2003). Los intereses como motivación intrínseca en la sala de clases. *Perspectivas psicológicas*, 3-4(1), 80-84.

<http://pepsic.bvsalud.org/pdf/pp/v3-4/v3-4a08.pdf>

Comité de Planeación Para el Desarrollo del Estado de Tabasco (2019).

Programa Sectorial de Desarrollo Cultural 2019-2024.

https://tabasco.gob.mx/sites/default/files/users/sctabasco/Programa_Sectorial_Desarrollo_Cultural_2019-2024.pdf

Congreso General de los Estados Unidos Mexicanos. (2019). *Ley General de Educación*. <https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LGE.pdf>

Consejo Nacional de Humanidades Ciencias y Tecnologías (2022, 11 de julio).

La Secretaría de Cultura y el Conacyt abren convocatoria de apoyos de posgrado en el extranjero a profesionales de la cultura y el arte.

<https://conahcyt.mx/la-secretaria-de-cultura-y-el-conacyt-abren-convocatoria-de-apoyos-de-posgrado-en-el-extranjero-a-profesionales-de-la-cultura-y-el-arte/>

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

Consejo Nacional de Humanidades Ciencias y Tecnologías (2023, 23 de enero). *Acceso universal al conocimiento*. <https://conacyt.mx/acceso-universal-al-conocimiento/>

Consejo de Ciencia y Tecnología del Estado de Tabasco (2022, 28 de noviembre). *Investigadores activos por área del conocimiento CONACyT*.
<https://www.ccytet.gob.mx/Web/ccytet01/PADCCONACYT.aspx>

Consejo Nacional para la Cultura y las Artes [CONACULTA]. (2012a). *Encuesta Nacional de hábitos, prácticas y consumo culturales*.
https://www.cultura.gob.mx/recursos/banners/ENCUESTA_NACIONAL.pdf

Consejo Nacional para la Cultura y las Artes [CONACULTA]. (2012b). *Encuesta Nacional de hábitos, prácticas y consumo culturales. Comparativo estatal de resultados básicos*.
https://www.cultura.gob.mx/recursos/encuesta_nacional/2010/Comparativo_Estados_2010.pdf

Cortina, S. (2020). Estudiantes con intereses artísticos inscritos en la UAM Xochimilco. [Tesis de licenciatura]. Universidad Autónoma Metropolitana.
<https://repositorio.xoc.uam.mx/jspui/bitstream/123456789/24676/1/50542.pdf>

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

Creswell, J. (2013). Qualitative Inquiry Research Desing. Choosing Among Five Approaches. Sage.h

Cultura UJAT. (2022). Home. [Página de Facebook]. Facebook. Recuperado el 20 de noviembre del 2022, de

<https://www.facebook.com/CulturaUjatPagina>

Dewey, J. (2008). *El arte como experiencia [Art as experience]*. (J. Claramonte.; 1era ed.). Páidos. (Obra original publicada en 1934).

Díaz, L., Torruco, U., Martínez, M., y Varela, M. (2013). La entrevista, recurso flexible y dinámico. Investigación en Educación Médica, 2(7), 162-167. <https://www.redalyc.org/pdf/3497/349733228009.pdf>

División Académica de Ciencias Económico Administrativo. (2022). *Home* [Página de Facebook]. Facebook (30 de noviembre del 2022).

<https://cutt.ly/X0xh4sT>

Durkheim, E. (1997) *Las reglas del método sociológico* [Les règles de la méthode sociologique]. (E. Champourcín.; 2da ed.). Fondo de Cultura Económica. (Obra original publicada en 1895).

Durkheim, E. (2019). *Formas elementales de la vida religiosa* [Les formes élémentaires de la vie religieuse]. (R. Ramos.; 1.ª ed.). Universidad Autónoma Metropolitana. (Obra original publicada en 1912).

Ejea, T. y Garduño, B. (2014). *La extensión de la cultura universitaria en México: un ensayo sobre su historia, conceptualización y relevancia.*

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

En H., Méndez, y F., Cuamea (eds.) Universidad, ciencia y cultura: evocaciones para un saber colectivo. Universidad Autónoma de Baja California. Mexicali. <https://cutt.ly/70xjreK>

Ernst & Young (2015). Cultural Times: The First Global Map of Cultural and Creative Industries.

<https://en.unesco.org/creativity/files/culturaltimesthefirstglobalmapofculturalandcreativeindustriespdf>

Fandiño, J. (2004). El arte y la educación superior. *Educación y Educadores*, 7(1), 229-235.

<https://educacionyeducadores.unisabana.edu.co/index.php/eye/article/view/559/651>

Feria, M. & Campiño, R. (2010). Arte y grupos de poder: el muralismo y la ruptura. *Estudios políticos*, 1(21), 83-100.

<http://www.scielo.org.mx/pdf/ep/n21/n21a5.pdf>

Flores, M., Cárdenas, L., Hernández, M., Román, M, Stadthagen, H., & González, A. (2009). El consumo cultural de los estudiantes de la UAEMEX. Una aproximación. *Tiempo de Educar*, 10(20), 417-443.

<https://www.redalyc.org/pdf/311/31112987006.pdf>

Freitag, V. (2015). La invención del arte. Una historia cultural. *Alteridades*, 25(49), 129-133. <https://www.redalyc.org/pdf/747/74743763012.pdf>

Fontana, A., & Frey, J. (1994). Interviewing. The Art of Science. In N. Denzin, & Y. Lincoln (Eds.), *The Handbook of Qualitative Research* (1st ed., pp. 361- 376), Thousand Oaks, CA: Sage Publication, Inc.

- Galicia, I. (2007). Aspectos implicados en el talento y en la práctica de un instrumento musical. *Revista Intercontinental de Psicología y Educación*, 9(2), 49-68. <https://www.redalyc.org/pdf/802/80290204.pdf>
- García, S. (2019). La gerencia de las Direcciones de Cultura y la Responsabilidad Social Universitaria desde una Cosmovisión Integrativa. *Scientific*, 4(11), 239-259. <https://doi.org/10.29394/Scientific.issn.2542-2987.2019.4.11.12.239-259>
- Giráldez, A. (2014). Artes para educar Desafíos y perspectivas de la educación artística en Iberoamérica. En Dirección de Desarrollo Económico (Ed.), *La aportación del Centro Nacional de las Artes a la Educación Básica* (1ra ed., pp. 29-39) Centro Nacional de las Artes.
- Gobierno de la República [México]. (2019). *Plan Nacional de Desarrollo 2019-2024*. https://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5565599&fecha=12/07/2019#gsc.tab=0
- Gobierno del Estado de Tabasco. (2019). *Plan Estatal de Desarrollo 2019-2024*. https://tabasco.gob.mx/sites/default/files/users/planeacion_spf/PLED%202019-2024.pdf
- González, A. (2020). Economía del siglo XXI: Economía naranja. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, 26(4), 450-463. <https://www.redalyc.org/journal/280/28065077033/html/>

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

- González, A., Paoloni, P., Rinaudo, M. & Donolo, D. (2013). Interés situacional en clase de Lengua Española en secundaria: relaciones estructurales con el compromiso, el desapego y el rendimiento. *Universitas Psychologica*, 12(3), 753-765.
<https://doi.org/10.11144/Javeriana.upsy12-3.iscl>
- González, J., Salazar, F., Ortiz, R., & Verdugo, D. (2019). Gerencia estratégica: herramienta para la toma de decisiones en las organizaciones. *Telos*, 21(1), 242-256.
<https://www.redalyc.org/journal/993/99357718032/99357718032.pdf>
- González-Pérez, M., y Ávila-Rodríguez, M. (2016). Concepción pedagógica de la actividad extensionista en el Centro Universitario Tlacaélel. *Educare*, 20(3), 1-15. <http://dx.doi.org/10.15359/ree.20-3.17>
- Hamui-Sutton, A., & Varela-Ruiz, M. (2013). La técnica de grupos focales. *Investigación en Educación Médica*, 2(5), 55-60.
<https://www.redalyc.org/pdf/3497/349733230009.pdf>
- Harvard University (2008). *Report of the Task Force on the Arts*.
https://provost.harvard.edu/files/provost/files/artstaskforce-report_12-10-08.pdf
- Harvard University (2022, 11 de junio). *Harvard Arts*. <https://arts.harvard.edu/>
- Hernández-Bravo, J., Hernández-Bravo, J.R., de Moya-Martínez, M., Cózar-Gutiérrez, R. (2014). La educación musical competencia en España: ¿Necesidad o deseo? *Revista Electrónica Educare*, 18(3), 237-259.
<https://www.redalyc.org/pdf/1941/194131745014.pdf>

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología*. McGraw Hill España.
- Hidi, S. & Renninger K. (2006). The Four-Phase Model of Interest Development. *Educational Psychologist*, 41(2), 111-127.
https://doi.org/10.1207/s15326985ep4102_4
- Hinojosa, L. (2012). Educación y consumo cultural: una aproximación a los públicos universitarios. *Ciencia, Docencia y Tecnología*, 23(44), 171-196. <https://www.redalyc.org/pdf/145/14523080006.pdf>
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI] (2022, 20 de julio). *Módulo sobre eventos culturales seleccionados (MODECULT) 2022* [Comunicado de prensa].
https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2022/modocult/modocult2022_07.pdf
- Instituto Politécnico Nacional (2022, 11 de junio). *Cultura*.
<https://www.ipn.mx/cultura/>
- Instituto Tecnológico Autónomo de México [ITAM] (2022, 11 de junio). *ITAM Música*. <http://musica.itam.mx/es/71/paginas/talleres>
- Instituto Tecnológico Nacional de México (2022, 11 de junio). *Arte y cultura*.
<http://www.dgest.gob.mx/cultural-y-deportiva/festival-nacional-de-arte-y-cultura-de-los-institutos-tecnologicos>
- Jenkins, H. (2008). *La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Paidós.

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

Krapp, A. (2007). An educational-psychological conceptualisation of interest.

International Journal for Educational and Vocational Guidance, 7(1),

5-21. <https://doi.org/10.1007/s10775-007-9113-9>

Kotler, P. & Armstrong, G. (2013). *Fundamentos de Marketing*. Pearson

Educación.

Laje, A. (2022). *La batalla cultural*. HarperCollins México.

Leal, A. & Quero, M. (2011). *Manual de marketing y comunicación cultural*.

Dirección General de Universidades de la Consejería de Economía,

Innovación y Ciencia de la Junta de Andalucía Servicio de

Publicaciones de la Universidad de Cádiz.

[https://www.bizkaia.eus/home2/archivos/DPTO4/Temas/producto44ma](https://www.bizkaia.eus/home2/archivos/DPTO4/Temas/producto44manual-de-marketing-y-comunicacion-cultural_web.pdf?hash=4724e69d4dad795da4c191425d8a232c)

[nual-de-marketing-y-comunicacion-](https://www.bizkaia.eus/home2/archivos/DPTO4/Temas/producto44manual-de-marketing-y-comunicacion-cultural_web.pdf?hash=4724e69d4dad795da4c191425d8a232c)

[cultural_web.pdf?hash=4724e69d4dad795da4c191425d8a232c](https://www.bizkaia.eus/home2/archivos/DPTO4/Temas/producto44manual-de-marketing-y-comunicacion-cultural_web.pdf?hash=4724e69d4dad795da4c191425d8a232c)

Losada-Díaz, J., y Capriotti, P. (2015). La comunicación de los museos de arte

en Facebook: comparación entre las principales instituciones

internacionales y españolas. *Palabras clave Revista de comunicación*,

18(1), 633-960.

[https://palabraclave.unisabana.edu.co/index.php/palabraclave/article/vi](https://palabraclave.unisabana.edu.co/index.php/palabraclave/article/view/5092)

[ew/5092](https://palabraclave.unisabana.edu.co/index.php/palabraclave/article/view/5092)

Maslow, A. (1943). A theory of human motivation. *Psychological Review*,

50(4), 370–396. <https://doi.org/10.1037/h0054346>

Massachusetts Institute of Technology. (2022, 12 de junio). *ARTS AT MIT*.

<https://arts.mit.edu/>

- Martín-Crespo, C., & Salamanca, A. (2007). El muestreo de la investigación cualitativa. *Nure Investigación*, 1(27).
<https://www.nureinvestigacion.es/OJS/index.php/nure/article/view/340>
- Martínez, M. (2006). Validez y confiabilidad en la metodología cualitativa. *Paradigma*, 27(2), 7-33.
http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1011-22512006000200002
- Martínez, S. (2012). La antropología, el arte y la vida de las cosas. Una aproximación desde Art Agency de Alfred Gell AIBR. *Revista de antropología Iberoamericana*, 7(2), 172-195.
<https://www.redalyc.org/pdf/623/62323322003.pdf>
- Mena, P., Monge, C., y Chavarría, R. (2021). Aproximaciones conceptuales de categorías de la realidad social vinculadas a la extensión universitaria. *Abra*, 41(62), 1-25. <https://doi.org/10.15359/abra.41-62.1>
- Molina, A. (2016). La Gestión Cultural Universitaria en México hoy, entre la atención a estudiantes y el mercado cultural. *Periférica Internacional*, 1(17), 189-198. <http://dx.doi.org/10.25267/Periferica.2016.i17.13>
- Mondéjar, S., Jiménez, B., y Gómez, O. (2018). Procedimientos de organización del trabajo en el proceso de extensión universitaria. *Atenas*, 1(41), 98-108.
<https://www.redalyc.org/journal/4780/478055151007/>

- Montero, A., y Montero, L. (2017). Un espejo entre la universidad y la sociedad: la extensión universitaria. *Universidad de La Habana*, 1(238), 114-125.
http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0253-92762017000100008
- Mosquera, H., y Carvajal-Ordoñez, V. (2021). Interacción universidad sociedad a través de la función de extensión. *Entramado*, 17(1), 186-203. <https://doi.org/10.18041/1900-3803/entramado.1.7230>
- Muñoz, N. (2014). Laboratorios de experiencias artísticas. En Dirección de Desarrollo Económico (Ed.), *La aportación del Centro Nacional de las Artes a la Educación Básica* (1ra ed., pp. 63-76) Centro Nacional de las Artes.
- Okuda, M., & Gómez-Restrepo, C. (2005). Métodos en investigación cualitativa: triangulación. *Revista Colombiana de Psiquiatría*, 34(1), 118-124. <https://www.redalyc.org/pdf/806/80628403009.pdf>
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura [UNESCO]. (2022). *Propuestas para la educación artística. Orientaciones de política pública*.
<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000380505>
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos [OCDE]. (2013). *Art for Art's Sake?*

https://www.oecd.org/education/ceri/ART%20FOR%20ART%E2%80%99S%20SAKE%20OVERVIEW_EN_R3.pdf

Orozco, A. (2018). El sentido de pertenencia y la identidad como determinante de la conducta, una perspectiva desde el pensamiento complejo. *IE Revista de Investigación Educativa de la REDIECH*, 9(16), 83-97.

<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=521654339005>

Ortega, D., Lara, G., y López, M. (2018). La promoción cultural desde la Extensión Universitaria en la formación del profesional de la salud. *Panorama Cuba y Salud*, 13(1), 463-467.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7322828>

Palacios, L. (2006). El valor del arte en el proceso educativo. *Reencuentro*, 1(46), 1-21. <https://www.redalyc.org/pdf/340/34004607.pdf>

Palombino, P., De Camargo, E., De Miranda, E. (2014). Gestão estratégica de pessoas para pesquisadores em administração nas universidades privadas. *Porto Alegre*, 78(2), 371-396. <http://dx.doi.org/10.1590/1413-2311063201238442>

Pérez-Campaña, M., Ortiz-Pérez, A., Ramírez-Guerra, D., & Ortiz- Fernández, D. (2019). La gestión de la animación sociocultural desde el proceso de extensión universitaria. *Santiago* 1(1), 323-337.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7692402>

Pérez, T. (2016). Actualización de la Extensión Universitaria desde una perspectiva compleja. *Extensión en Red*, 1(7), 1-16.

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

<https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/extensionenred/article/view/354>

2

Pontificia Universidad Católica de Chile (2022, 12 de junio). Dirección de *Artes y Cultura*. <https://artesycultura.uc.cl/es/>

Quacquarelli Symonds (2022). *World University Ranking 2022*.

<https://www.topuniversities.com/university-rankings/world-university-rankings/2022>

Quecedo, R., & Castaño, C. (2002). Introducción a la metodología cualitativa. *Revista de psicodidáctica*, 1(14), 5-39.

<https://www.redalyc.org/pdf/175/17501402.pdf>

Ramírez, B. (2016). Deseo y formación en la creación social. *Revista Interamericana de Educación de Adultos*, 38(1), 70-84.

<https://www.redalyc.org/pdf/4575/457545337005.pdf>

Real Academia Española. (2022a). *Arte*. Diccionario de la lengua española (22^a. ed.). <https://dle.rae.es/instituci%C3%B3n>

Real Academia Española. (2022b). *Cultura*. Diccionario de la lengua española (22^a. ed.). <https://www.rae.es/drae2001/cultura>

Real Academia Española. (2022c). *Motivación*. Diccionario de la lengua española (22^a. ed.). <https://dle.rae.es/motivaci%C3%B3n>

Renzulli, J. (2008). La educación del sobredotado y el desarrollo del talento para todos *Revista de Psicología*, 26(1), 23-44.

<https://www.redalyc.org/pdf/3378/337829505003.pdf>

- Renzulli, J. (2000). El concepto de los tres anillos de la superdotación: un modelo de desarrollo para una productividad creativa. En Y. Benito (Coord). *Intervención e investigación psicoeducativas en alumnos superdotados* (pp.41-78). Amarú Ediciones.
- Robledo-Ramón, P., y García, J. (2008). El contexto familiar y su papel en el desarrollo socio- emocional de los niños: revisión de estudios empíricos. *International Journal of Developmental and Educational Psychology*, 4(1), 75-82.
<https://www.redalyc.org/pdf/3498/349832319007.pdf>
- Rusell, T. (1993). *Publicidad*. Prentice Hall Inc.
- Rodríguez, G., Gil, J., y García, E. (1996). *Metodología de la investigación cualitativa*. Aljibe.
- Romero, J. (2020). Aproximación al consumo cultural de estudiantes Universitarios de Economía en Puebla, México. *Última década*, 1(53), 210-234. <https://www.scielo.cl/pdf/udecada/v28n53/0718-2236-udecada-28-53-210.pdf>
- Serna, R. (2022). Educación y formación integral, de Pedro Agudelo Rendón. *Estudios de literatura colombiana*, 1(50), 197-200.
<https://doi.org/10.17533/udea.elc.n50a11>
- Silvia, P. (2006). *Exploring the psychology of interest*. Oxford University Press.

- Silvia, P. (2008). Interest- The Curious Emotion. *Current Directions in Psychological Science* 17(51). <https://doi.org/10.1111/j.1467-8721.2008.005>
- Stake, R. (1999). *Investigación con estudios de caso* [The art of case study research]. Ediciones Morata (obra original publicada en 1995).
- Stanford University. (2022, 12 de junio). *Stanford Arts*.
<https://arts.stanford.edu/>
- Strauss, A., y Corbin, J. (2002). *Bases de la investigación cualitativa. Técnicas y procedimientos para desarrollar la teoría fundamentada*.
Universidad de Antioquia.
<https://diversidadlocal.files.wordpress.com/2012/09/bases-investigacion-cualitativa.pdf>
- Sobрино, C. (2011). El Marketing asociada con las Artes Escénicas y la Música. Una mirada desde la Neurociencia. Itamar. Revista de investigación musical: territorios para el arte, 1(4), 241-258.
<https://ojs.uv.es/index.php/ITAMAR/article/view/12873>
- Suárez, P. y Vélez, M. (2018). El papel de la familia en el desarrollo social del niño: una mirada desde la afectividad, la comunicación familiar y estilos de educación parental. Psicoespacios, 12(20).
<https://doi.org/10.25057/21452776.1046>
- Taylor, S., Bogdan, R., & DeVault, M. (2016). *Introduction to Qualitative Research Methods. A guidebook and resource*. Wiley.

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

	<p>Tecnológico de Monterrey (2022, 12 de junio). <i>Conecta el sitio de noticias del Tecnológico de Monterrey</i>. https://conecta.tec.mx/es/noticias/arte-y-cultura</p> <p>Terrazas, F., Lorenzo, O. & González, P. (2015). Consumo y educación musical informal de los estudiantes mexicanos a través de TIC. <i>Revista Electrónica de Investigación Educativa</i>, 17(2), 76-88. https://www.scielo.org.mx/pdf/redie/v17n2/v17n2a6.pdf</p> <p>Thomson, G. (1997). Deseos y necesidades. <i>Ideas y valores</i>, 1(107), 43-55. https://repositorio.unal.edu.co/bitstream/handle/unal/34605/21886-75025-1-PB.pdf?sequence=1</p> <p>Tochi, N. (2023, 1 de noviembre). Sindicatos de Cultura proponen reajustes al presupuesto del sector. <i>El economista</i>. https://www.economista.com.mx/arteseideas/Sindicatos-de-Cultura-proponen-reajustes-al-presupuesto-del-sector-20231101-0021.html</p> <p>Triana, F. (2014). La gestión estratégica de la empresa: una reflexión para la gerencia de hoy. <i>Vía Innova</i>, 1(1). https://doi.org/10.23850/2422068X.359</p> <p>Ulloa, F. (2018). La extensión universitaria orientada a la promoción de la cultura artística: un reto de las instituciones de educación superior de América Latina. <i>Revista Cubana de Educación Superior</i>, 1(1), 19-36. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0257-43142018000100002</p>
--	---

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

- Urcid-Puga, R. & Rojas, Juan. Modelo sinérgico entre planeación estratégica, valor compartido y flexibilidad curricular. *Revista Electrónica Educare*, 24(3), 387-403. <http://dx.doi.org/10.15359/ree.24-3.19>
- Ureste, M. (2023, 11 de septiembre). Recortes en Cultura no paran: presupuesto en 2024 está por debajo de lo que recibía hace 6 años. *Animal Político*. <https://animalpolitico.com/politica/cultura-recortes-presupuesto-2024>
- Universidad Anáhuac Mayab (2022, 13 de junio). *Arte y Cultura*. <https://merida.anahuac.mx/vida/cultura>
- Universidad Anáhuac México (2022a, 13 de junio) *Arte y Cultura*. <https://www.anahuac.mx/arte-y-cultura>
- Universidad Anáhuac México (2022b, 13 de junio) *Misión de la Universidad*. <https://www.anahuac.mx/mision>
- Universidad de Buenos Aires (2022, 13 de junio). *Cultura*. <http://cultura.sociales.uba.ar/programa-recrear-cultura/>
- Universidad de Chile (2022, 13 de junio). *Extensión cultural*. <https://uchile.cl/extension-y-cultura/teatros-y-salas>
- Universidad de París 1 Panthéon-Sorbonne (2022, 13 de junio). *Universidad*. <https://www.pantheonsorbonne.fr/universite>
- Universidad de Roma Sapienza (2022, 13 de junio). *Artes, Música, Teatro, Deportes, Museos, Radio, Espiritualidad, Merchandising*. <https://www.uniroma1.it/it/pagina/arti-musica-teatro-sport-musei-radio-spiritualita-merchandising>

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

	<p>Universidad de Sao Paulo (2022, 13 de junio). <i>Universidad de San Paulo inicio.</i> http://www.admisiones.org/universidad/3/universidad_de_sao_paulo_u_sp</p> <p>Universidad Iberoamericana (2022, 13 de junio). <i>Difusión cultural.</i> https://ibero.mx/acerca-de-difusion-cultural</p> <p>Universidad Juárez Autónoma de Tabasco [UJAT]. (2014). <i>Manual General de organización de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco</i>, (no.34). http://gacetajuchiman.ujat.mx/wp-content/uploads/2021/10/MANUAL-GENERAL-DE-ORGANIZACION-VIGENTE-2014.pdf</p> <p>Universidad Juárez Autónoma de Tabasco [UJAT]. (2020). <i>Plan de Desarrollo Institucional</i>, (1a ed). https://archivos.ujat.mx/2020/planeacion/PDI%202020-2024-1.pdf</p> <p>Universidad Juárez Autónoma de Tabasco [UJAT]. (2022a, 13 de junio). <i>Centro de Desarrollo de las Artes.</i> http://www.ujat.mx/ceda/22965</p> <p>Universidad Juárez Autónoma de Tabasco [UJAT]. (2022b, 13 de junio). <i>Dirección de difusión cultural.</i> https://www.ujat.mx/ddc/27551</p> <p>Universidad Nacional Autónoma de México [UNAM]. (2021). <i>Encuesta Nacional Sobre Hábitos y Consumo Cultural.</i> https://cultura.unam.mx/EncuestaConsumoCultural</p> <p>Universidad Nacional Autónoma de México [UNAM]. (2022, 13 de junio). <i>Cultura UNAM.</i> https://cultura.unam.mx/</p>
--	--

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

- University of Cambridge. (2022, 13 de junio). *Cambridge SU*.
<https://www.cambridgesu.co.uk/yourunion/services/>
- University of Oxford. (2022, 13 de junio). *STUDENT CLUBS*.
<https://www.ox.ac.uk/students/life/clubs/list>
- Universidad Panamericana (2022, 13 de junio). *Cultura*.
<https://www.up.edu.mx/en/vida/mex/arts-and-culture>
- Universidad Técnica de Múnich. (2022, 13 de junio). *Universidad*.
<https://www.tum.de/die-tum/die-universitaet>
- Universidad Veracruzana. (2022). *Difusión Cultural*.
<https://www.uv.mx/difusioncultural/>
- Valles, M. (1999). *Técnicas cualitativas de investigación social. Reflexión metodológica y práctica profesional*. Síntesis S.A.
- Vasilachis, I., Ameigeiras, A., Chernobilsky, L., Giménez, V., Mallimaci, F., Mendizábal, N., Neiman, G., Quaranta, G., & Soneira, A. (2006). *Estrategias de Investigación Cualitativa*. Gedisa Editorial.
- Veitia, A., Rojas, A., Rojas, A., Rovira, Y., y Acosta, T. (2020). El proceso de formación de líderes estudiantiles desde la extensión universitaria en la carrera cultura física. *Podium*, 12(3), 534-539.
http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1996-24522020000300534
- Villamil, C., y Hurtado, L. (2019). Consumo de prácticas culturales en jóvenes universitarios de algunos países latinoamericanos. *Signo y Pensamiento*, 38(75). <https://doi.org/10.11144/Javeriana.syp38-75.cpcj>

Elementos que inciden en la participación de los alumnos en actividades artísticas de difusión cultural de una universidad pública.

	<p>Washington, M. (2021). Gestión estratégica, factor clave para el éxito organizacional. <i>SUMMA Revista disciplinaria en ciencias económicas y sociales</i>, 3(2), 1-24. www.doi.org/10.47666/summa.3.2.40</p> <p>Watzlawick, P., Beavin, J. Jackson, D. (1985). <i>Teoría de La Comunicación Humana</i>. Editorial Herder</p> <p>Yepes, V. (2023). Pandemia, arte y sentido(s) de vida. Reflexiones desde Colombia. <i>El Ornitorrinco Tachado. Revista de Artes Visuales</i>, 1(17). https://doi.org/10.36677/eot.v0i17.18802</p>
--	--