

Consumo Cultural en la UNAH a partir de los hábitos de estudiantes universitarios

Jesús de las Heras*

Resumen

Esta investigación centra su atención en visibilizar los avances realizados desde la Dirección de Cultura, con el fin de conocer los hábitos socioculturales de la población universitaria de Honduras que integra la UNAH (como una primera fase de realización); desprendiéndose de los lineamientos expresados por la Política Cultural de la UNAH respecto al campo de la cultural y las funciones universitarias que se enmarcan en la investigación científica, educación, creación y producción, gestión del patrimonio cultural, difusión cultural y vinculación universidad sociedad.

La UNAH actúa con una cobertura nacional en atención a la legislación institucional (de la UNAH) en cumplimiento de los mandatos expresados por la Constitución de la República. A través de la Dirección de Cultura se plantea el fortalecimiento operativo, así como la adecuada gestión y preservación de los bienes patrimoniales atesorados en todos sus Centros Regionales, así como en Ciudad Universitaria.

La UNAH desarrolla varias iniciativas asociadas a la conservación del patrimonio histórico cultural y memoria de la nación; contando con estrategias de divulgación y gestión cultural que se derivan del programa Lo Esencial de la Reforma Universitaria; su principal incentivo es poder enriquecer el cumulo de conocimientos y documentación histórica, social, política y cultural de nuestro país. Para tal fin, se ha iniciado un proceso de divulgación que pretende acrecentar la documentación, protección, conservación y salvaguarda del quehacer histórico cultural y registro del desarrollo material del pasado de la sociedad hondureña.

Palabras Clave:

Consumo Cultural:

Prácticas habituales de una comunidad o región asociadas a la utilización, beneficio y consumo de productos y servicios derivados de la cultura.

Bienes y Servicios Culturales:

Actividades, servicios y productos derivados de la producción artística y cultural, que reflejan valores estéticos, artísticos, simbólicos y espirituales.

Gestión Cultural:

Proceso generalmente asociado al desenvolvimiento administrativo encargado de orientar, planificar y regular las actividades culturales, con el fin de llevar a la práctica y/o ejecución las ideas culturales.

P

Patrimonio Cultural:

Todo referente tangible e intangible de las actividades realizadas por los seres humanos a través del tiempo y que constituyen expresiones directas de su adaptación al medio físico y/o geográfico circundante. Constituyen vestigios directos de la herencia colectiva de una sociedad a la cual otorgan sentido identitario.

Política Cultural de la UNAH:

Instrumento institucional que se define como la expresión de la valoración de la cultura, que permite estructurar la función estratégica de manera transversal con las funciones de docencia, investigación y vinculación universidad sociedad.

*Máster en Gestión Turística del Patrimonio Natural y Cultural por la Universidad Politécnica de Valencia (España). Especialidad Docente en Educación a Distancia por la Universidad Técnica de Kaiserslautern (Alemania). Institución: Dirección de Cultura, Universidad Nacional Autónoma de Honduras. Coordinador en Conservación de Colecciones Patrimoniales, UNAH. correo electrónico: jesusdelasheras@yahoo.com



Summary:

This research focuses on making visible the progress made by the Culture Directorate, in order to learn about the sociocultural habits of the university population in Honduras that is part of UNAH (as a first phase of implementation); detaching from the guidelines expressed by the UNAH Cultural Policy regarding the field of cultural and university functions that are framed in scientific research, education, creation and production, management of cultural heritage, cultural dissemination and university-society linkage. (1)

UNAH operates with national coverage in response to institutional legislation (from UNAH) in compliance with the mandates expressed by the Constitution of the Republic. Through the Culture Directorate, the operational strengthening is proposed as well as the adequate management and preservation of the treasured heritage assets in all its Regional Centers, as well as in the University City.

UNAH develops various initiatives associated with the conservation of the nation's historical cultural heritage and memory; counting on strategies for dissemination and cultural management derived from the Lo Esencial de la Reforma Universitaria program; Its main incentive is to be able to enrich the accumulation of knowledge and historical, social, political and cultural documentation of our country. To this end, a disclosure process has begun that aims to increase the documentation, protection, preservation and safeguarding of the cultural historical work and record of the material development of the past of Honduran society.

Keywords:

Cultural Consumption: Common practices of a community or region associated with the use, benefit and consumption of products and services derived from culture.

Cultural Goods and Services: Activities, services and products derived from artistic and cultural production, which reflect aesthetic, artistic, symbolic and spiritual values.

Cultural Management: Process generally associated with the administrative development in charge of guiding, planning and regulating cultural activities, in order to put into practice and / or execution of cultural ideas.

Cultural heritage: All tangible and intangible referents of the activities carried out by human beings over time and which are direct expressions of their adaptation to the surrounding physical and / or geographical environment. They are direct vestiges of the collective heritage of a society to which they give a sense of identity.

UNAH Cultural Policy: Institutional instrument that is defined as the expression of the valuation of culture, which allows the strategic function to be structured in a transversal manner with the functions of teaching, research and university-society connection.

Entre los principios que orientan este estudio y que emanan de la Política Cultural de la UNAH figuran por su alta pertinencia: 1) Democracia cultural; 2) Diversidad cultural; 3) Libertad de expresión; 4) Libertad de creación; 5) Igualdad, dignidad y respeto de todas las expresiones y conocimientos culturales; 6) Reconocimiento y protección de los derechos culturales; 7) Integralidad de la gestión cultural con la docencia, investigación y vinculación; y en menor grado 8) Transversalidad de lo Cultural en el eje curricular; 9) Internacionalización académica-cultural.

Introducción

El objetivo de esta investigación es presentar los avances en el estudio de hábitos socioculturales de la comunidad universitaria de Honduras, que han sido realizados por la Dirección de Cultura de la UNAH.

El conocimiento generado a partir de dicho estudio, permitirá conocer a futuro las capacidades instaladas para la gestión cultural dentro de la UNAH, así como en el contexto geográfico de todo el ámbito nacional. Asimismo, los resultados servirán para detectar las principales necesidades de la comunidad universitaria y de las unidades académicas que realizan acciones de divulgación y vinculación universidad – sociedad.

Como punto de partida, es preciso entender que toda expresión cultural resultante de las actividades que desarrolla la comunidad universitaria es susceptible de poder ser registradas (independientemente de que su realización tuviera la finalidad de perpetuarse o no) como parte del patrimonio cultural institucional y/o nacional. Hasta el presente, esta premisa no ha sido tomada en consideración y muchos referentes culturales producidos dentro del ámbito universitario aún carecen de los mecanismos adecuados para su salvaguarda.

Asimismo, la Política Cultural de la UNAH hace referencia a líneas de acción y ejes estratégicos que orientan los programas y proyectos, siendo todos ellos coherentes por su pertenencia para la realización del presente estudio de hábitos socioculturales de la población educativa de Honduras. dencia de visitantes ocupa el puesto ocho a nivel global. Ambas universidades no presentan datos del país.

Metodología:

El consumo cultural de la población universitaria se puede estudiar de forma diferenciada según la pertinencia social, económica, cultural, estructura de edad y género de las personas entrevistadas en el estudio de hábitos socioculturales de la comunidad universitaria de la UNAH.

La metodología de esta investigación se desarrolló a partir de un enfoque cualitativo; debido a que la temática parte de las tendencias y preferencias del colectivo universitario en torno al consumo cultural. Con posterioridad, la investigación tendrá un perfil más detallado de resultados (una vez concluido el muestreo a partir de la población universitaria) y se halla realizando la tabulación de resultados. Asimismo, se hará un análisis gradual de información, tomando como población inicial de estudio a la comunidad estudiantil de Ciudad Universitaria.

Se empleó para este análisis únicamente el primero de cinco instrumentos formulados, con el fin de medir los comportamientos de los involucrados derivados del acceso, restricciones, oportunidades de uso y gustos culturales.

- Las características que influyen y/o determinan la actuación de los estudiantes universitarios puede presentar diferencias, para lo cual se estudian en la presente investigación tres escenarios socio económicos a partir de un mismo instrumento de medición:

- o un primer grupo se desarrolló a partir de un pilotaje practicado a profesionales involucrados en la prestación de servicios y actividades culturales (involucrados con alto nivel educativo e implicación directa en el campo cultural).

- o Un segundo grupo de trabajo fue definido por estudiantes de postgrado de la Facultad de Economía, pertenecientes a Ciudad Universitaria de la UNAH (involucrados con alto nivel educativo pasantes de postgrado en Economía y una implicación educativa puntual).

- o El tercer grupo está definido por estudiantes de pregrado, cuyo estudio se desarrolló en Ciudad Universitaria (donde las personas involucradas pertenecen al nivel superior y su procedencia es heterogénea).

- La principal fuente de datos utilizada en esta investigación forma parte del Estudio de Hábitos Socioculturales de la población universitaria de Honduras, realizada en la Dirección de Cultura de la UNAH. Está constituida por el Instrumento 1 sobre Consumo Cultural, cuya finalidad es recopilar información de las personas entrevistadas sobre sus hábitos culturales, así como referencia a sus datos demográficos y de pertenencia geográfica.

- A partir de la redacción de 5 instrumentos que complementan su contenido con el fin de validar el desenvolvimiento y tendencias de acceso y consumo de la cultura en el ámbito local, se pretende incorporar los resultados a nivel nacional, tomando como epicentros de análisis y estudio, las redes educativas definidas por la UNAH).

- La compilación de esta información y su posterior análisis, permitirá conocer las características culturales de la sociedad hondureña en toda Honduras. Del análisis resultante una vez concluida la aplicación de instrumentos en los Centros Universitarios Regionales de la UNAH en toda Honduras, podremos conocer si los resultados varían por regiones geográficas.

- Una primera validación de la información se realizó mediante la revisión de expertos profesionales universitarios pertenecientes a las áreas de Ciencias Sociales y Ciencias Económicas; posteriormente se realizó validación del primer instrumento de medición relacionado con el Consumo Cultural.

Asimismo, la gestión cultural universitaria debe contribuir al mandato expreso de la Constitución de la Republica (Artículo 160) en el sentido de orientar los esfuerzos y vincular la difusión de la cultura y sus otros quehaceres a la solución de los problemas nacionales.

- El instrumento aplicado inicialmente corresponde al tema de Consumo Cultural; la misma corresponde a una entrevista semi-estructurada (con preguntas abiertas y cerradas) que pretende conocer las actividades que desarrollan los estudiantes universitarios (arrojando mediante un enfoque mixto, datos cuantitativos y cualitativos de los entrevistados) así como del análisis de contexto generado.

Pasos del proceso de planificación del Estudio de Hábitos Socioculturales.

a. Análisis del proyecto:

Se realizó diagnóstico sobre la naturaleza del proyecto en el medio universitario, por la Dirección de Cultura de la UNAH, quien asume los costos del proyecto, tomando en cuenta los beneficios resultantes de la información generada, así como la oportunidad de conocer y registrar las necesidades de la población universitaria en el ámbito local y nacional.

b. Objetivos:

Los objetivos establecidos centran su atención en conocer las necesidades, tendencias, hábitos, potencialidades y limitaciones de la población universitaria en torno al consumo cultural. Este estudio se propuso inicialmente como un pilotaje a desarrollar en la región de Santa Rosa de Copán desde el Centro Universitario Regional UNAH-CUROC.

Aunque la concepción inicial parte de la realización de una caracterización socio-cultural, pronto se convirtió en un estudio más amplio, con la intención de conocer los hábitos socioculturales a nivel tanto local como nacional. En tal sentido, este estudio se estructura por varias etapas de realización (debido a la amplitud geográfica en que tiene injerencia la UNAH).

c. Recursos:

En esta fase, la Dirección de Cultura asume la responsabilidad de identificar las herramientas, instrumentos y medios necesarios para la ejecución del proyecto; involucrándose recursos económicos, humanos, tecnológicos, (físicos y digitales).

d. Plan de trabajo y ruta del proyecto:

La realización del estudio ha contemplado para el presente año 2020 la definición de fechas de ejecución, actividades a realizar en cada etapa y socialización de los resultados documentados. La secuencia de actividades planificadas y realizadas como parte de la etapa inicial han contemplado la organización de la información, seguida de la implementación, a través de la aplicación de Encuesta (Instrumento 1) sobre Consumo Cultural en el ámbito de Ciudad Universitaria, bajo la supervisión y responsabilidad de la Dirección de Cultura, con apoyo de carreras afines.

e. Resultados:

En la fase final se hará la valoración de resultados, socialización mediante la elaboración de un documento que recoja las principales conclusiones y hallazgos del estudio. En tal sentido las etapas registrarán los resultados documentados por región (Ciudad Universitaria y Centros Universitarios Regionales), mediante la valoración de cada instrumento (cuantitativa y cualitativa).

Cuadro 1: Actividades realizadas en el marco del Estudio de Hábitos Socioculturales de la comunidad universitaria de Honduras.

Actividades	Realización
Diseño conceptual del proyecto y definición de objetivos. La Dirección de Cultura de la UNAH inició el proceso de búsqueda de información con el fin de integrar en una propuesta de Mapeo Cultural la Red Educativa de Occidente.	2018
Realización de instrumento con la finalidad de complementar el banco de datos de los diferentes consumos culturales que se realizan en la región Occidental, partiendo de la Ciudad de Santa Rosa de Copán (UNAH-CUROC).	
Diseño y revisión de instrumentos (5) para evaluación del estudio.	2018- 2019
Validación, verificación y adaptación de contenidos con apoyo de otras unidades universitarias (docentes de Facultad de Ciencias Sociales, Facultad de Ciencias Económicas, Facultad de Humanidades y Artes, Profesionales universitarios).	2018
Revisión de contenidos e intercambio de experiencias, mediante aplicación y validación de encuesta piloto (Instrumento 1 sobre Consumo Cultural) en la ciudad de Santa Rosa de Copán, Departamento de Copán.	2018



Actividades	Realización
Identificación de actores clave para la realización del estudio a nivel nacional (en Centros Universitarios Regionales y Ciudad Universitaria).	2019
Identificación de actores clave y contacto con autoridades de la Carrera de Trabajo Social, con el fin de realizar estudio en el ámbito local de Ciudad Universitaria.	2019
Identificación, selección y formación del grupo de trabajo (Estudiantes de la de la Carrera de Trabajo Social).	2019
Capacitación a personas involucradas desde la DC, mediante reunión de trabajo y explicación de los objetivos y alcances propuestos en el Estudio de Hábitos socioculturales de la población estudiantil de la UNAH, en Ciudad Universitaria. (Dirigido a las autoridades, estudiantes y colaboradores).	2019
Investigación y socialización de datos en torno a la muestra nacional (resultante a partir del tamaño de la población universitaria, el nivel de confianza (establecido en un 95% que equivale a una puntuación decimal de 1.96 -para incluir en la formula-) y el margen de error (definido en un 5%).	2019
Verificación del contenido de la encuesta para su aplicación en CU (Instrumento 1 sobre Consumo Cultural).	2019
Reproducción (impresa) de instrumento sobre Consumo Cultural.	2019
Registro de aliados estratégicos de colaboradores en el proceso de aplicación de Instrumento (selección dentro de Ciudad Universitaria).	2019
Propuesta de actividades a desarrollar a las autoridades de la Carrera de Trabajo Social.	2019
Aplicación del instrumento sobre Consumo Cultural y explicación comentada a los encuestadores participantes. Capacitación en Ciudad Universitaria.	Sep. 2019
Aplicación de encuestas en segmentos de población estudiantil (seleccionados previamente) en función de su pertenencia a las jornadas matutina, vespertina o nocturna. Se realizó cuadro de actores clave pertenecientes a Facultades y carreras seleccionas.	2019
Socialización de contenidos (mediante presentación de informe ante autoridades de la Carrera de Trabajo Social y Dirección de Cultura). Entrega en formato digital e impreso del informe y total de encuestas aplicadas.	2019
Supervisión, evaluación y revisión de actividades del equipo de trabajo colaborador (Carrera de Trabajo Social) en Ciudad Universitaria.	2019

De Las Heras, J. (2020) Elaboración propia.

Método de trabajo propuesto

Aplicación del Instrumento 1 sobre Consumo Cultural, desarrollado por la Dirección de Cultura como referencia al estudio de costumbres y conductas de los estudiantes universitarios en torno a la cultura en sus vidas; siendo adicionalmente la finalidad a futuro, la construcción de un banco referencial de datos que analice

tendencias de utilización y consumo cultural (como referente esencial orientado a la implementación de proyectos).

Método de trabajo propuesto

Aplicación del Instrumento 1 sobre Consumo Cultural, desarrollado por la Dirección de Cultura como referencia al estudio de costumbres y conductas de los estudiantes universitarios en torno a la cultura en sus vidas; siendo adicionalmente la finalidad a futuro, la construcción de un banco referencial de datos que analice tendencias de utilización y consumo cultural (como referente esencial orientado a la implementación de proyectos).

1) Se realizó identificación de fuentes institucionales indicativas de las poblaciones universitarias en CU y CUR. Se utilizó inicialmente el Anuario Estadístico No. 46 y No. 47, correspondientes a los años 2016 y 2017 respectivamente. De ellos se hizo el cotejo de crecimiento de la población por año a nivel nacional de la UNAH (valor referencial comparativo). Dicho Anuario es realizado por la Dirección de Estadísticas de la Secretaría Ejecutiva de Desarrollo Institucional (SEDI) de la UNAH; encargada de la recopilación, procesamiento, análisis y publicación de datos estadísticos institucionales.

2) Para determinar el tamaño de la población en un rango actual de datos se procedió a la utilización del Anuario Estadístico No. 48, correspondiente al año 2018; en vista de que contiene los últimos datos institucionales.

3) Se realizó cálculo promediado de la población estudiantil por centros universitarios a partir de los datos totales de matrícula (sumando los 3 periodos académicos y fijando el promedio). Los datos obtenidos corresponden a la matrícula de las carreras de grado de la UNAH en los tres periodos académicos del año 2018 en modalidad presencial.

Instrumento 1 sobre Consumo Cultural: Estructura y características de la encuesta

El instrumento consta de 16 páginas y un total de 113 preguntas. La extensión considerablemente larga; sin embargo, constituye una entrevista en profundidad que pretende compilar una amplia y variada cantidad de aspectos culturales.

La Dirección de Cultura, ha realizado la aplicación del instrumento en el marco de actividades culturales, seminarios, cursos, talleres, capacitaciones y también mediante el apoyo de carreras Universitarias como de su cuerpo docente y estudiantes (debido al grado de complejidad y tiempo necesario que requiere su realización).

La estructura del instrumento consta de la explicación de instrucciones al inicio, seguido de una primera parte donde se indagan los hábitos de consumo de la población (cuerpo principal del instrumento) y finaliza con una sección dedicada a conocer los datos generales de la persona entrevistada.

En la categoría de Expresiones de Arte, se pretende conocer que espacios de infraestructura para expresiones de arte existen en la ciudad de pertenencia de la persona entrevistada (teatros, salas expositivas, museo, aulas para talleres de formación artística, etc.).

Cuadro 2: Categorías consultadas en Instrumento de Consumo Cultural

La estructura toma en consideración lo siguiente:

Categoría	Preguntas
Expresiones de Arte	1-12
Exposiciones de Artes Visuales. Artes Escénicas: Teatro	13-19
Artes Escénicas: Danza	20-26
Artes Escénicas: Circo	27-33
Artes escénicas: Otros espectáculos en vivo en el espacio público	34-36
Artes musicales	37-43
Artes literarias y libros: Libros y lectura	52-63
Artes literarias y libros: Bibliotecas	64-67
Medios audiovisuales e interactivos: Cine	68-74
Medios audiovisuales e interactivos: Consumo de películas	75-81
Medios audiovisuales e interactivos: Internet	82-85
Medios audiovisuales e interactivos: Otros medios	86-92
Patrimonio: Patrimonio natural	93-95
Patrimonio Material: Museos	96-98
Patrimonio: Patrimonio inmaterial	99-103
Artesanías	104-113

De Las Heras, J. (2020) Elaboración propia.

Cuadro 3: Instrumento 1 sobre Consumo Cultural: Expresiones de Arte

P2	Practica usted alguna de las siguientes expresiones artísticas como un pasatiempo:	Si	No	Tiempo que lleva practicando
1	Artes visuales (pintura, escultura, fotografía)			1 = Menos de 1 año 2 = 1 a 2 años 3 = 2 a 3 años 4 = 3 a 4 años 5 = Mas de 5
2	Escribe alguna expresión literaria (cuento, poesía)			
3	Artes escénicas (teatro y danza)			
4	Música (ejecución de algún instrumento)			
5	Baile (ritmos urbanos, folclórico, étnico)			

Se hace referencia si se ha asistido a clases o ha recibido talleres de alguna disciplina artística, por cuanto tiempo, en qué lugar; si cuenta con espacio para realizar practica en su casa.

Posteriormente en esta categoría intenta medir si la persona tiene en su hogar obras de arte (pinturas, esculturas, grabado, fotografías de autor, otro, especifique) y como adquirió las obras de arte (regalo, en ferias, compra directa al artista, herencia, subasta, en viajes de turismo, en tiendas, en galería de arte, a través de mediador de arte, u otra forma.

Todas las categorías miden la incidencia del consumo de cada manifestación cultural durante los últimos 12 meses, si la persona paga por asistir y finalmente procura conocer las razones por las cuales no se asiste (falta de tiempo, falta de información, falta de seguridad, falta de dinero, falta de transporte, No le interesa u otra razón).

Cuadro 4: Instrumento 1 sobre Consumo Cultural: Expresiones de Arte

Ítem 8, Obras de arte tiene en su hogar

8	Obras de arte tiene en su hogar*	(Marque con una x)	Como adquirió las obras de arte
1	Pinturas		No.
2	Esculturas		No.
3	Grabado		No.
4	Fotografías de autor		No.
5	Otro, <i>especifique</i>		No.

1 = Se la regalaron
 2 = Ferias
 3 = Compra directa al artista
 4 = Lo heredó
 5 = Subastas
 6 = Viajes de Turismo
 7 = Tiendas
 8 = Galería de arte
 9 = Mediador de arte
 10 = Otro: _____

Cuadro 5: Instrumento 1 sobre Consumo Cultural: Expresiones de Arte.

Ítem 10 Exposiciones de Artes Visuales a las que ha asistido.

P10	Exposiciones de artes visuales a las que ha asistido en los últimos 12 meses*	(Marque con una x)	Frecuencia con la que asistió
1	Pintura		No.
2	Fotografía		No.
3	Instalaciones		No.
4	Escultura		No.
5	Grabado		No.
6	Video		No.
7	Otras, especifique:		No.

1 = Siempre que hay oferta de exposiciones
 2 = 1 vez al mes
 3 = 1 vez cada 3 meses
 4 = 1 vez cada 6 meses
 5 = 1 vez al año

Asimismo, se intenta validar si la persona practica alguna expresión artística como un pasatiempo (y por cuanto tiempo). Se establecen como opciones, las Artes visuales (pintura, escultura, fotografía); Escribe alguna expresión literaria (cuento, poesía); Artes escénicas (teatro y danza); Música (ejecución de algún instrumento); Baile (ritmos urbanos, folclóricos, étnicos), u otra expresión artística, en cuyo caso es preciso especificar cuál.

Al final del instrumento, existe una sección dedicada a conocer datos generales sobre el entrevistado, que permitirán conocer su procedencia, género, edad, estado civil, nivel educativo; su pertenencia a la comunidad universitaria y ocupación, entre otros aspectos.

Datos generales sobre el entrevistado

Ciudad de origen:	Municipio:	Departamento:
Sexo: Masculino _____ Femenino _____	Edad: 18 a 25 años _____ 26 a 35 años _____ 36 a 49 años _____ Mayor de 50 _____	
Estado civil: Soltero/a _____ Casado/a _____ Separado/a _____ Viudo/a _____ Unión libre _____		
Nivel educativo: Ninguno _____ Primaria _____ Secundaria _____ Universitaria o técnica _____ Posgrado _____ Otro _____		

Comunidad Universitaria

Estudiante _____	Docente _____	Administrativo _____	Persona externa a la Universidad _____
Ocupaciones (Marcar las opciones necesarias)			
Buscando trabajo _____	Trabaja (mencionar el cargo en la institución para la que labora _____)		
Ama de casa _____	Estudiando _____		
Jubilado _____	Otro, especifique _____		

El estudio también nos permite conocer su trayectoria durante los últimos 12 meses en lo que respecta a su involucramiento social.

En los últimos 12 meses, ¿ha participado en alguna organización social? (señale las organizaciones más importantes para usted en las que ha participado).

Asociación indígena o campesina _____	Club deportivo _____
Juntas de padres de familia en centros escolares _____	Organización de vecinos (Juntas de Vecinos o patronatos) _____
Grupo de voluntariado _____	Organización de adulto mayor _____
Partido político _____	Grupo de mujeres _____
Asociación o agrupación Juvenil _____	Colegio profesional/Asociación Gremial/Sindicato _____
Grupo religioso (movimientos pastorales, grupos de iglesia) _____	Asociación productiva (de microempresarios, agrícolas) _____
Organización/agrupación artística y/o cultural (grupo teatro/danza/música) _____	Organización, agrupación o movimiento que defiende una causa o ideal (ecológica, derechos humanos, derechos de minorías sexuales, gratuidad educación, etc.) _____
No participa _____	Otro ¿Cuál? _____

En los últimos 12 meses ¿Ha recibido algún tipo de formación o capacitación en relación a su desarrollo personal, la universidad o trabajo? (Marque todas las opciones que sean necesarias).

- a. Computación _____ b. Idiomas _____ c. No ha realizado ningún curso de formación _____
d. Otros, especifique: _____

¿Sabe algún idioma extranjero?

- a. Inglés _____ b. Francés _____ c. Italiano _____ d. Portugués _____
e. Alemán _____ f. Ningún idioma extranjero _____ g. Otro, especifique: _____

¿Sabe alguna lengua nativa?

- a. Chortí _____ b. Garífuna _____ c. Tolupan _____ d. Pech _____ e. Miskito _____
f. Tawahka _____
g. Ninguna lengua nativa _____ h. Otro, especifique: _____

MUCHAS GRACIAS |

Conclusiones:

• El consumo cultural en Honduras refleja similitudes en sus tendencias, derivadas de las regiones de pertenencia, así como del ámbito y nivel educativo. Asimismo, los resultados de la información aportada por las personas entrevistadas en el pilotaje inicial corresponden a colectivos con similitudes establecidas enmarcadas principalmente por su nivel educativo y pertinencia geográfica.

• Los escenarios de estudio analizado reflejan en el primer grupo practicado de profesionales involucrados en la prestación de servicios y actividades culturales una alta coherencia y conocimiento del campo cultural, productos y servicios relacionados. El segundo grupo de trabajo (estudiantes de postgrado de la Facultad de Economía de Ciudad Universitaria) reflejan un marcado consumo tecnológico (medios audiovisuales) y de artes literarias. En tanto que los instrumentos realizados a estudiantes de pregrado en Ciudad Universitaria muestran rasgos heterogéneos debido a que los entrevistados proceden de todo el país y reflejan niveles desiguales en cuanto al consumo cultural (basado principalmente en el acceso tecnológico como de opciones de participación en sus comunidades de pertenencia).

Los resultados de esta primera etapa de medición son referentes valiosos para un análisis posterior que involucre una mayor cantidad de participantes provenientes de Ciudad Universitaria José Trinidad Reyes, así como de los Centros Universitarios Regionales.

Una valiosa oportunidad a futuro será poder hacer una medición semejante que involucre todo el nivel universitario a nivel nacional, incorporando los diferentes centros de aprendizaje superior (públicos y privados) del país.

Se debe continuar con el acrecentamiento de publicaciones sobre nuestra realidad nacional, en cumplimiento con el mandato universitario en torno a la difusión de la investigación científica; como una prioridad para la ejecución de planes, programas y proyectos coherentes con las necesidades sociales actuales.

A través de la Vicerrectoría Académica, debe realizarse invitación que permita socializar el tema planteado en torno al Estudio de Hábitos Socioculturales de la población Universitaria de Honduras (indicando su realización en todos los Centros Universitarios Regionales); en la que se instruya a los Decanos, Directores de Centros Universitarios Regionales y Jefes de Departamentos académicos a fin de obtener la participación de asignaturas generales y de carrera con sus estudiantes en la realización de encuestas.

Desde las asignaturas de Historia de Honduras, Sociología General, Filosofía General, Español General, Antropología General, Educación Ambiental (clase optativa) se estiman que deben realizarse esfuerzos de involucramiento, debido a que el estudiantado es representativo de todos los sectores educativos, y laborales. No se hace una diferenciación de estudiantes pertenecientes a pueblos originarios (diversidad étnica) en vista de que la pertenencia institucional es el criterio que homogeniza a la población estudiantil universitaria.

Referencias

Política Cultural de la UNAH 2017-2022 (2018). p.24

- Constitución de la República de Honduras. (1982). Decreto No. 131, (Artículo 160) recuperado de <http://pdba.georgetown.edu/Parties/Honduras/Leyes/constitucion.pdf>
- Política Cultural de la UNAH 2017-2022 (2018). (pp. 39-50)
- Calderón, R. y Arias, C. (2008). Redes Educativas Regionales de la UNAH para la gestión del conocimiento con calidad, pertinencia y equidad. Recuperado de [file:///C:/Users/jesus.delasheras/Downloads/No.-2-Redes-Educativas-Regionales-de-la-UNAH-para-la-gestion-del-conocimiento.%20\(7\).pdf](file:///C:/Users/jesus.delasheras/Downloads/No.-2-Redes-Educativas-Regionales-de-la-UNAH-para-la-gestion-del-conocimiento.%20(7).pdf)
- SEDI-UNAH. (2019). Anuario Estadístico No. 48, año 2018. Recuperado de <file:///C:/Users/User%20HP/Downloads/Anuario-estadistico-UNAH-2018.pdf>
- Herrera, M. (2011). Fórmula para cálculo de la muestra poblaciones finitas. Dr. Mario Herrera Castellanos/ Docente Postgrado de Pediatría, Hospital Roosevelt. Recuperado de: <https://investigacionpediahr.files.wordpress.com/2011/01/formula-para-calcular-el-tamano-de-la-muestra-poblaciones-finitas-var-categorica.pdf>
- De Las Heras, J. (2019). Instrumento sobre Consumo Cultural. Encuesta Piloto. Dirección de Cultura, UNAH.
- De Las Heras, J. (2020). Autoevaluación de la Gestión durante 2019. Dirección de Cultura, UNAH
- Mapa recuperado de [file:///C:/Users/jesus.delasheras/Downloads/No.-2-Redes-Educativas-Regionales-de-la-UNAH-para-la-gestion-del-conocimiento.%20\(9\).pdf](file:///C:/Users/jesus.delasheras/Downloads/No.-2-Redes-Educativas-Regionales-de-la-UNAH-para-la-gestion-del-conocimiento.%20(9).pdf)