

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ

FACULTAD DE EDUCACIÓN



Proyecto de Innovación para la Creación de un Centro Cultural Escolar en una Institución Educativa de Nivel Secundario de la Ciudad de Arequipa

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO DE LICENCIADO EN EDUCACIÓN SECUNDARIA CON ESPECIALIDAD EN FILOSOFÍA Y CIENCIAS SOCIALES

**AUTOR:**

Aleixandre Brian Duche Perez

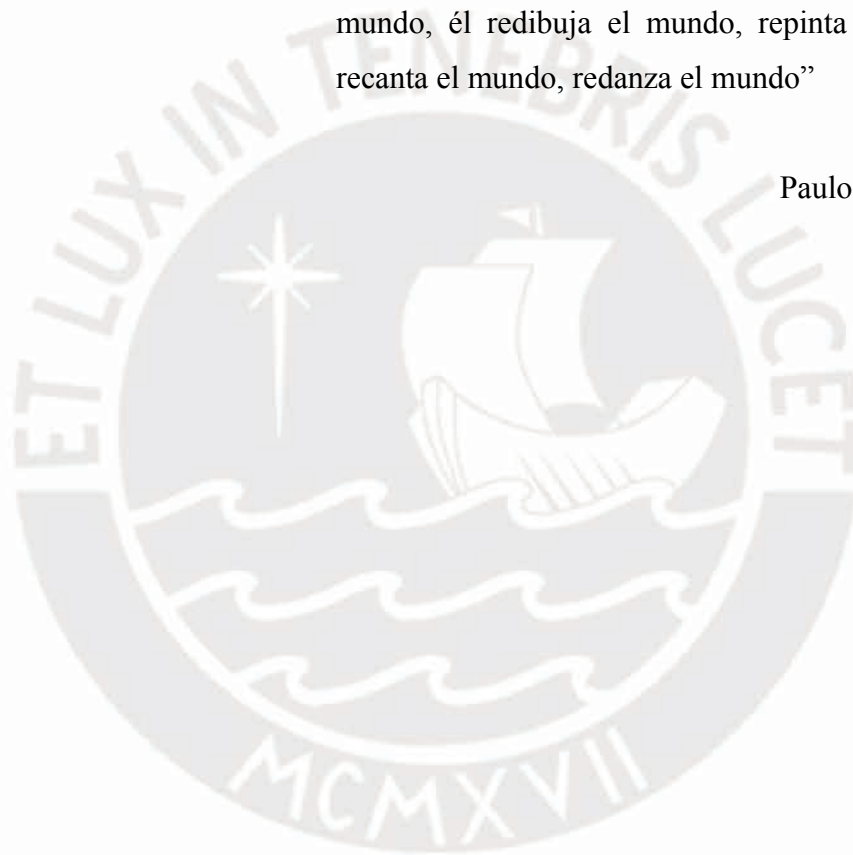
**ASESOR:**

Doris Renata Teodori de la Puente

Lima, noviembre, 2018

“Si el grupo me quiere escuchar, no puedo negarle mi voz, pero enseguida yo demuestro que necesito también de su voz porque mi voz no tiene sentido sin la voz del grupo [...] el punto de partida de la educación está en el contexto cultural, ideológico, político, social de los educandos. No importa que este contexto esté echado a perder. Una de las tareas del educador es rehacer esto, en el sentido que el educador es también artista: él rehace el mundo, él redibuja el mundo, repinta el mundo, recanta el mundo, redanza el mundo”

Paulo Freire (s/f)



A Jerónimo. Aún no recuerdo exactamente el momento en que yo y tu madre te concebimos, pero recuerdo haberte pensado un breve instante. Yo y tu madre caminando por una larga avenida sosteniéndote de las manos. Ella hermosa y yo asustado. Recuerdo haber visto una sonrisa tuya que se confundía con los rayos del sol y el ensortijado cabello de mamá. Creo que en ése instante dejaste de estar en mí y acudiste donde mamá ¿Por qué? Creo que porque nos escogiste como tus padres. Te gustamos. Te parecimos bien. Nos sentiste casa.



## RESUMEN

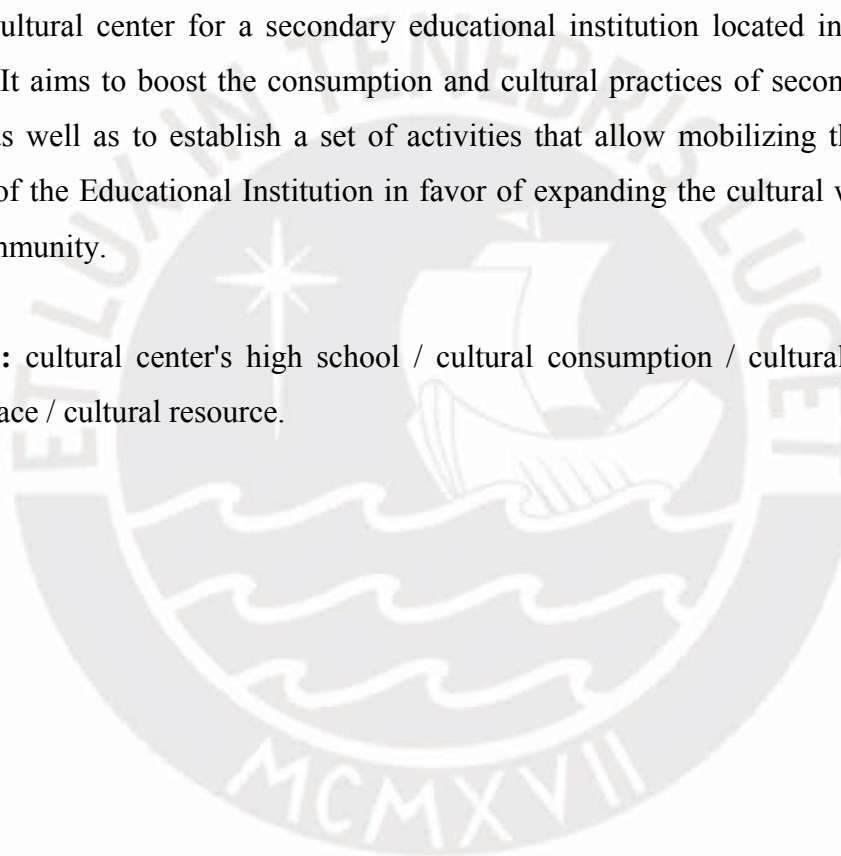
La escuela cumple un papel fundamental en la promoción de actividades culturales. Es en ella donde se puede observar la vida cultural de una generación y cómo esta impacta en los aprendizajes de sus estudiantes. El presente proyecto de innovación tiene como objetivo general proponer la creación de un centro cultural escolar para una institución educativa de nivel secundario ubicada en el Cercado de la provincia de Arequipa. Se plantea dinamizar el consumo y las prácticas culturales en los estudiantes de educación secundaria, así como establecer un conjunto de actividades que permitan movilizar los recursos disponibles de la Institución Educativa en favor de ampliar el mundo cultural de la comunidad escolar.

**Palabras clave:** centro cultural escolar / consumo cultural / prácticas culturales / espacio cultural / recurso cultural.

## ABSTRACT

The school plays a fundamental role in the promotion of cultural activities. From them you can observe the cultural life of a generation and how it impacts on the learning of its students. The general purpose of this innovation project is to propose the creation of a school cultural center for a secondary educational institution located in the city of Arequipa. It aims to boost the consumption and cultural practices of secondary school students, as well as to establish a set of activities that allow mobilizing the available resources of the Educational Institution in favor of expanding the cultural world of the school community.

**Keywords:** cultural center's high school / cultural consumption / cultural practices / cultural space / cultural resource.



## CONTENIDO

RESUMEN .....	III
ABSTRACT .....	IV
INTRODUCCIÓN .....	VII
1. JUSTIFICACIÓN Y ANTECEDENTES DEL PROYECTO DE INNOVACIÓN	
1.1. Justificación .....	01
1.2. Diagnóstico .....	03
1.3. Antecedentes .....	07
2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	
2.1. Política educativa y gestión cultural escolar en el Perú .....	10
2.2. ¿A qué nos referimos cuando hablamos de “cultura”? .....	13
2.3. Definición de Consumo Cultural .....	17
2.4. Práctica y Servicio Cultural .....	19
2.5. Gestión Cultural .....	23
3. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO	
3.1. Título del proyecto .....	27
3.2. Descripción del proyecto .....	27
3.3. Objetivos del Proyecto de Innovación .....	28
3.3.1. Objetivo General .....	30
3.3.2. Objetivos Específicos .....	30

3.4. Estrategias y actividades a realizar .....	30
3.5. Recursos humanos .....	33
3.6. Monitoreo y evaluación .....	34
3.6.1. Indicadores y medios de verificación.....	34
3.6.2. Monitoreo y evaluación.....	37
3.7. Sostenibilidad.....	39
3.8. Presupuesto .....	40
3.9. Cronograma .....	42

FUENTES CONSULTADAS

ANEXOS



## INTRODUCCIÓN

Hoy en día, el concepto de cultura está siendo aplicado en diversos campos de investigación, no solo permitiendo entender el mundo social, sino también los aspectos económicos, educativos y políticos del quehacer humano. Para ello, se hace necesario redireccionar sus posibilidades, por medio de la gestión cultural, hacia la acción y la política pública con un énfasis especial en la relación entre individuo, cultura y desarrollo, en la cual se exige no solo la búsqueda de una nueva dimensión de la cultura, sino también la oportunidad para clarificar, enriquecer y profundizar su sentido positivo.

Por ello, al considerar que toda la comunidad escolar puede -y debe- ser consciente que posee un complejo mundo cultural que le es propia y la hace ser única en comparación con otras instituciones; que, reconociendo su singularidad cultural, la escuela difunda sus valores, normas y prácticas culturales en pro de una convivencia ciudadana, educativa y política armónica; y, a partir del carácter singular de toda escuela y su capacidad para coadyuvar en el desarrollo social, estas puedan ejercer una autonomía o libertad frente a los problemas, las eventualidades y las oportunidades que les toca vivir y afrontar como instituciones educativas, sociales y políticas.

Las políticas educativas actuales solo reconocen a la cultura como tema de aprendizaje en tanto tradición, historia, costumbres y valores ancestrales (CNE, 2015; Fundación Santillana, 2014; UNESCO & LLECE, 2013; Rosales, 2008). Desde este punto de vista, la identidad cultural es entendida como el reconocimiento de los grupos y pueblos indígenas andinos y amazónicos (CNE, 2015, 2011; UNESCO & LLECE, 2013; Giesecke, 2012; Rosales, 2008; Suárez, 2011). Sin embargo, estos lineamientos sobre política educativa conciben al otro como rural, pobre y alejado de todo proyecto de modernidad y desarrollo.



Otros autores han manifestado la necesidad de que la política educativa en materia de cultura se oriente a la educación intercultural bilingüe, a la enseñanza del multiculturalismo y la interculturalidad y a la promoción de una cultura de paz (OCDE, 2016; Giesecke, 2012; Deremble, 2012). Desde este punto de vista, se afirma que no existe una política educativa ni un plan educativo nacional en materia de cultura para el reconocimiento oficial de la gestión cultural escolar en el Perú, pues solo se reconocen las gestiones, administrativa, institucional y pedagógica –y en algunas escuelas, pero no de manera oficial, la comunitaria (OCDE, 2016, CNE, 2015; Fundación Santillana, 2014; UNESCO & LLECE, 2013; Oliart, 2011; León, 2010).

Por otra parte, se ha observado también que la gestión cultural escolar difiere en gran medida entre escuelas públicas y privadas; así, en las primeras ésta se condensa en celebraciones y festividades nacionales, mientras que, en las segundas, la gestión cultural incluye también el consumo de arte, literatura, música, cine, teatro, etc. (Dereble, 2012; León, 2010; Oliart, 2011). Esto debido a que la gestión cultural escolar en el Perú se está llevando a cabo de manera informal, no planificada y sin medir su impacto en los estudiantes, las escuelas y la comunidad (CNE, 2011; Oliart, 2011; León, 2010).

Al ser la educación escolar «heterogénea», la cultura se constituye como un pilar de la formación de los escolares. Sin embargo, el mismo sistema escolar básico no desarrolla los valores culturales particulares de cada región, área o contexto socio-cultural particular. Puede constatar que el mismo texto de enseñanza usado en escuelas nacionales en Lima, es usado también en escuelas de provincia. Lo que se resalta aquí es que cuando dichos valores aprendidos en clase no se confrontan con la realidad, los jóvenes escolares se ven enfrentados a un mundo totalmente diferente, que por lo general es hostil, violento y agresivo. La escuela está preparando individuos para que puedan desenvolverse en contextos educativos y sociales específicos, pero no para que puedan dialogar interculturalmente con estudiantes o personas con experiencias, identidades e historias diversas y diferentes.

De aquí se desprende otro obstáculo para el desarrollo de las prácticas culturales desde la escuela: los valores o principios aprendidos en clase no se relacionan directamente con el ámbito familiar y social -por lo menos- inmediato. Estas malas prácticas de enseñanza en la escuela no permiten desarrollar las funciones sociales que la educación posee, es decir, no permiten “preservar modos de vida tradicional [...] promover cambios que presuntamente mejorarán la sociedad [...] formar personas críticas y creativas [...] formar hombres adaptados a las normas sociales” (García 1992:102).

Así, la escuela no está cumpliendo sus objetivos como tal, en tanto la educación no está desarrollando adecuadamente sus funciones sociales, ni mucho menos en un marco ético, pues muchas escuelas no tienen como objetivo y misión formar individuos íntegros, desarrollando para ello -y de forma progresiva- sus capacidades mentales, físicas y morales. Dicho de otra manera: el objetivo para las instituciones educativas que siguen estos lineamientos no es formar individuos cuya vida esté basada en valores ciudadanos o prepararlos para el futuro de una convivencia social más amplia, sino que la mayoría de sus estudiantes ingresen a cualquier centro educativo superior. En tal sentido, para algunas escuelas, la calidad educativa se mide cuantitativamente en porcentaje de ingresantes a universidades y estudiantes «que ganan concursos de matemáticas o ciencias», más no de cuánto aportan a la sociedad. Esto ha permitido que muchas de las escuelas no conciban a la cultura como un objetivo primordial, pues al no desarrollar en su conjunto principios adecuados para la educación permite que las diferentes dimensiones que abarcan al ser humano (física, psicológica, afectiva, social, cognitiva y moral) no posibiliten la integración de los individuos, ni mucho menos, el reconocimiento de lo culturalmente diverso como un valor y principio educativo.

Para que la educación escolar posea una perspectiva ética y de responsabilidad social debe asumir dos retos. Primero, considerar que todo proceso de aprendizaje educativo escolar en nuestro país se lleva a cabo bajo diferentes contextos sociales, que involucran a diferentes actores sociales como la familia, las instituciones del estado, las empresas privadas, por mencionar a los más importantes. En estos contextos, los estudiantes - mediante procesos de sociabilización, adaptación y convivencia- deben ir configurando su identidad cultural, sus patrones de comportamiento y habilidades sociales, de tal

forma que, paulatinamente, cada uno de ellos vaya asumiendo -desde la escuela- un rol o función dentro de la sociedad local y nacional. La escuela debe preparar individuos que puedan desempeñarse en sociedad, capaces de afrontar cualquier situación adversa, no solo proponiendo respuestas y soluciones, sino también cambios, mejoras e innovaciones. Y segundo, si se afirma que la función social de la escuela está ligada directamente a un proceso de adaptación y convivencia nacional, entonces, se reafirma con ello el rol fundamental que cumple la cultura en toda política educativa, pues es a partir de ella que se establece el marco que circunscribe los comportamientos, actitudes y valores de dichos procesos. La cultura no debe verse como la adquisición de conocimientos cada vez más especializados (ser «culto») o la capacidad de abstracción y apreciación estética de la naturaleza (ser «crítico de arte»), sino que, desde la escuela, la cultura debe entenderse como el modo de vida particular que tienen los individuos y las formas en cómo estos entienden y actúan frente al mundo.

El reto que afronta la escuela en el Perú desde la educación y la cultura consiste en que los estudiantes puedan comprender que sus acciones, actitudes comportamientos y opiniones -bajo la forma de signos o códigos cognoscitivos y simbólicos- dan sentido a su mundo y al de los “otros”, permitiéndoles intercambiar y transmitir conocimientos. Lo que implica a su vez un proceso de selección, clasificación y jerarquización, en el que lo propio no debe convertirse en un punto de referencia para la exclusión y dominación, sino más bien debe fortalecer la relación armoniosa entre los individuos que comparten “mundos” diferentes pero complementarios entre uno y el otro.

En tal sentido, el presente documento busca promover un acercamiento al mundo cultural de los alumnos del último año del nivel secundario por medio de un proyecto de innovación a fin de que la enseñanza de la cultura se materialice en prácticas de consumo cultural, pero también revalorándolas a partir de una experiencia cercana sobre ellas.

## **1. JUSTIFICACIÓN Y ANTECEDENTES DEL PROYECTO DE INNOVACIÓN**

### **1.1. Justificación**

En la actualidad la presencia y participación de escolares en actividades culturales es muy baja. Las investigaciones previas sobre consumo cultural han mostrado que el sector cultural es el que menos relevancia e importancia tiene para la identidad cultural de los jóvenes en su contexto cotidiano (Meneses, 2005; Guzmán, 2013) y su desarrollo académico, educativo y formativo (Duran, Guevara & Valencia, 2010; Portocarrero, 2017). En este punto, algunos autores han resaltado el rol trascendental que juegan los medios de comunicación en la difusión y promoción de espectáculos y recursos culturales (Finck & Forero, 2011; Villafaña, 2013; Terrazas-Bañales, Lorenzo & González-Moreno, 2013; Antoine-Faúndez & Carmona-Jiménez, 2015), siendo este muy reducido. Así mismo, otros problemas se han encontrado relacionados con la falta de identificación y significancia personal sobre la oferta cultural (Ortiz, 2011; Hinojosa, 2012; Caro & Vásquez, 2012; Terrazas, 2014; Suárez & Alarcón, 2015; Castro, J. et al., 2015; Brito, 2015). Otros autores han resaltado la relación entre consumo cultural, identidad de clase y condición socioeconómica como el factor más importante para determinar el nivel de consumo cultural en los jóvenes (Arroyo, 2011; Castro, 2011; Martínez, 2011; Haro-Jiménez et al., 2011; Cortés, 2012; Terrazas-Bañales, Flores, Reyes & Stadthagen, 2013; Bird et al., 2014; Casillas et al., 2014; Chaparro, H. & Guzmán, 2017).

El interés y la motivación del tema surgió a raíz de un estudio previo sobre consumo cultural escolar en escuelas públicas que se realizó como parte de del proyecto de investigación formativa dentro del curso de “Antropología del Desarrollo” que estuvo a mi cargo durante el año 2015 en la Escuela Profesional de Antropología de la Universidad Nacional de San Agustín. Dicho estudio tuvo como objetivo identificar el nivel de consumo cultural de los alumnos de quinto año de secundaria en doce escuelas públicas de Arequipa metropolitana. El estudio concluyó que los escolares no solo presentan un bajo consumo cultural sino también un bajo nivel de motivación e interés en asistir a eventos culturales dentro y fuera del espacio escolar. El estudio identificó también que, si bien dentro de la gestión educativa de las escuelas, se considera a las dimensiones institucional, administrativa y pedagógica como pilares que orientan los aprendizajes en los escolares, se deja de lado la gestión cultural, relegando la importancia de la cultura dentro de la formación académica y humana de los estudiantes.

Esta problemática nos condujo a plantearnos la siguiente pregunta: ¿De qué manera se puede promover el reconocimiento, valor y respeto por la identidad, la diversidad y las diferencias culturales en escolares a fin de que esta se constituya como un objetivo y mecanismo para lograr una sociedad más democrática y justa?

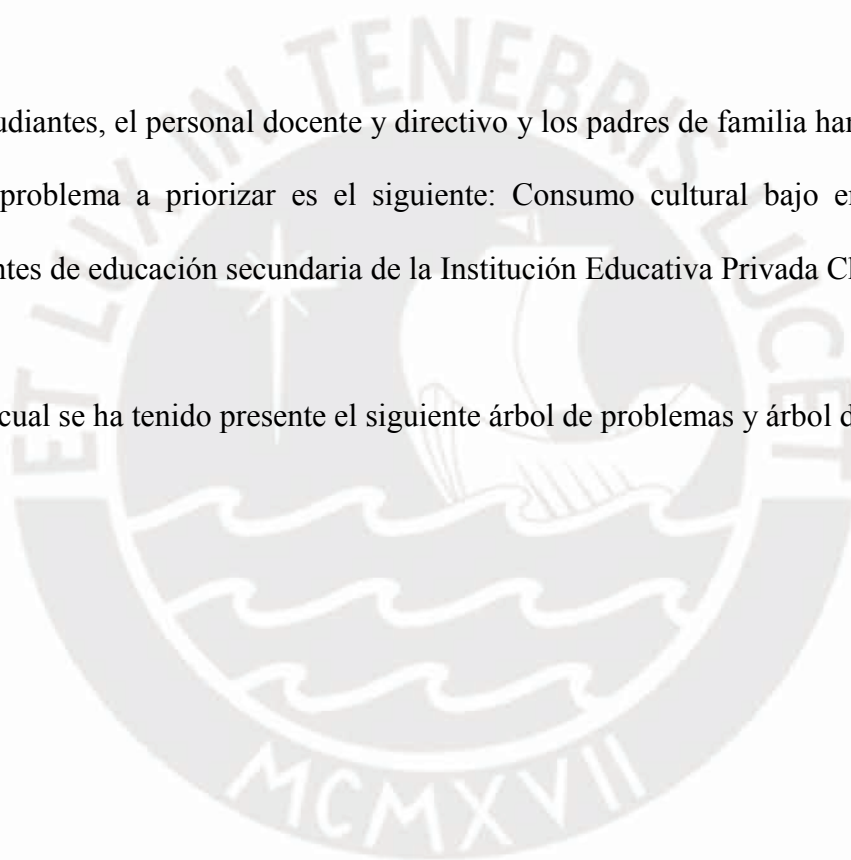
En tal sentido, el propósito que persigue el presente proyecto de innovación institucional es diseñar una propuesta de implementación de un Centro Cultural Escolar en una Institución Educativa Privada de nivel Secundario de la ciudad de Arequipa. La relevancia radica en establecer las condiciones necesarias (actividades, espacios y recursos) que permitan fortalecer los aprendizajes del Área de Historia, Geografía y

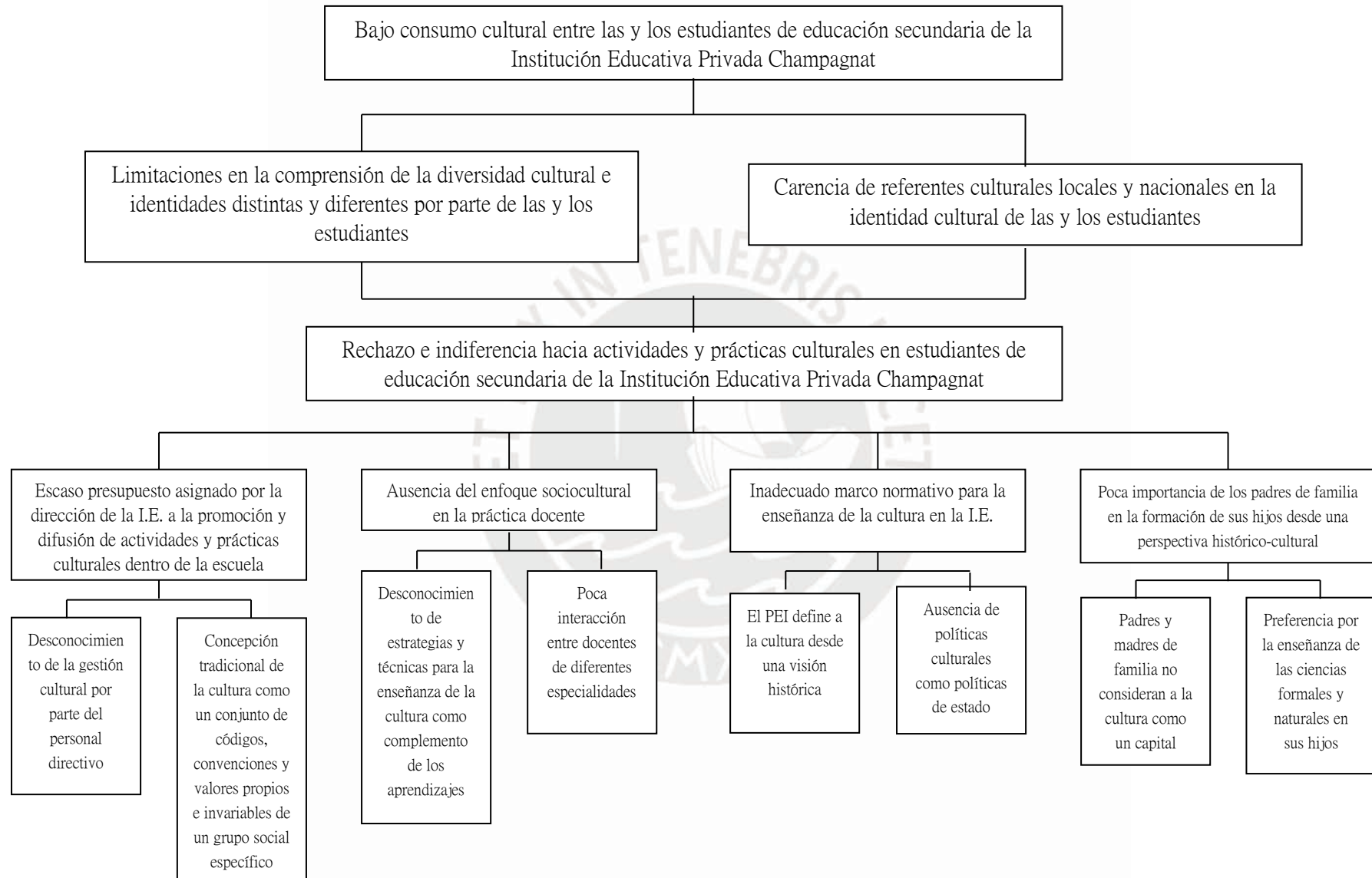
Economía por medio de la participación del estudiantado en actividades culturales que van desde la enseñanza de la historia y tradiciones locales hasta el conocimiento de cultura material e inmaterial regional. Esto permitirá no solo fortalecer la identidad y las experiencias individuales de los estudiantes y la comunidad escolar, sino también acercar a la colectividad en general a su propia identidad e historia cultural.

## **1.2. Diagnóstico**

Los estudiantes, el personal docente y directivo y los padres de familia han consensuado que el problema a priorizar es el siguiente: Consumo cultural bajo entre las y los estudiantes de educación secundaria de la Institución Educativa Privada Champagnat.

Para lo cual se ha tenido presente el siguiente árbol de problemas y árbol de objetivos:





Se ha identificado dos ámbitos, el familiar y el institucional, desde los cuales se identifican problemas específicos en torno al bajo consumo cultural de los estudiantes pertenecientes a la escuela objeto de estudio.

En el ámbito familiar, los estudiantes de educación secundaria de la Institución Educativa Privada Champagnat muestran cierta indiferencia y rechazo hacia el consumo cultural de espectáculos artístico-culturales. Esta problemática se evidencia en la poca asistencia a exposición de artes visuales, obras de teatro y conciertos de música. A esta problemática se le suma la falta de tiempo que disponen los estudiantes para asistir a estos tipos de espectáculos, pues el horario escolar diario finaliza aproximadamente a las 15:00 horas y el cumplimiento de tareas o la asistencia a centros de preparación preuniversitaria ocupan prácticamente la totalidad de sus horas libres.

Adicionalmente, se ha identificado que, dentro de la familia de los estudiantes, no se dispone de un presupuesto para el gasto de consumo cultural, pues los padres de familia, si bien resaltan la importancia social de la cultura, no consideran a la cultura como un capital familiar que coadyuve a mejorar en el tiempo las capacidades académicas e intelectuales de sus hijos, pero también el bienestar económico familiar a largo plazo. Esta problemática se contrasta en la preferencia que tienen los padres de familia por una formación educativa que les permita, una vez egresados sus hijos de la escuela secundaria, estudiar carreras profesionales ajenas a las ciencias humanas y sociales.

Otro punto adicional que acompaña a la problemática anterior es la poca información de la que disponen los estudiantes sobre la realización de estos espectáculos. Si bien el



internet, especialmente las redes sociales, es el canal de comunicación más usado por los estudiantes para recibir información de este tipo, estos no son considerados como público objetivo por los diversos espacios web culturales. Por otra parte, otros canales de comunicación e información como la radio de señal abierta o los periódicos no constituyen un elemento de consumo por parte de los jóvenes estudiantes.

En segunda instancia, en el ámbito institucional, no se ha identificado una gestión cultural como parte de la gestión educativa. Esto se debe a la concepción que tiene la dirección de la escuela sobre qué es cultura, pues la considera como un conjunto de códigos, convenciones y valores propios e invariables de un grupo social específico, básicamente de sociedades tradicionales, andinas o amazónicas. Así mismo, al carecer de una planificación desde este ámbito, eso se ve reflejado directamente en los procesos de enseñanza-aprendizaje. Los docentes, al tener un concepto de cultura similar al del personal directivo, sitúan a la cultura como un aprendizaje no formal, es decir, conocimientos y prácticas que se aprenden en el hogar, como la herencia cultural familiar, pero también desde la reproducción de prácticas culturales por medio de actividades de orden institucional reconocidas dentro de un calendario escolar festivo y conmemorativo, como el día de la bandera, del campesino, del Combate de Dos de Mayo o las fiestas patrias y de Arequipa, entre otras. En estas festividades y ceremonias conmemorativas los estudiantes, por medio de la dirección escolar y docente, reproducen bailes y danzas típicas, recitales musicales y obras de teatro, exposiciones de arte o visitas a museos o centros culturales. La cultura, para directivos y docentes, es una forma de identificación con lo precedente, con la herencia y lo tradicional: una visión restringida del concepto de cultura.

### **1.3. Antecedentes**

Se identificaron propuestas similares de innovación que, a partir de la creación de un Centro Cultural Escolar, buscan promover la participación y consumo cultural en estudiantes de secundaria mediante la realización de actividades específicas.

El Centro Cultural del Colegio Público Miguel Servet ubicado en la Provincia de Huesca (España), se orientó a partir del año 2006 a generar un espacio que permitiese que toda la comunidad escolar en su conjunto (alumnado, profesorado y padres de familia). A modo de una biblioteca multitemática se organizaron diversas actividades orientadas a promover la lectura desde la creación de cómics, teatro, talleres de creatividad literaria, exposición museográfica de libros y enseñanza de la historia local.

En el caso brasileño, la creación en 2009 de la Biblioteca Comunitaria de la Escuela de Fe y Alegría estableció un espacio propicio con la finalidad de que los escolares de bajos recursos económicos se acercaran a la lectura. Para lograr dicho cometido, fue necesario además la formación de mediadores culturales que tuvieron a cargo los distintos programas de promoción y sensibilización sobre la importancia de la lectura como estrategia para salir de condiciones de vulnerabilidad socioeconómica.

En tanto, Sola y Gómez buscaron difundir desde el año 2010 una cultura del arte en la Escuela Secundaria de Hoyos (Provincia de Cáceres, España). Por medio de un diagnóstico que identificó a los artistas locales y su producción artística se enseñó a los estudiantes la importancia del arte dentro de la formación humanística escolar. También

se generaron talleres para el aprendizaje de técnicas de arte plástico, creatividad artística y un programa de asistencia permanente a exposiciones de arte.

Otra propuesta que siguen los lineamientos de innovación en políticas educativas-culturales fue la del Centro Cultural del Colegio Metropolitano en Barranquilla (Colombia), la cual se centró en la creación desde el año 2010 de una biblioteca escolar pública a fin de incentivar la lectura en los estudiantes de bajos recursos, mejorar sus condiciones de aprendizaje y elevar su consumo de libros.

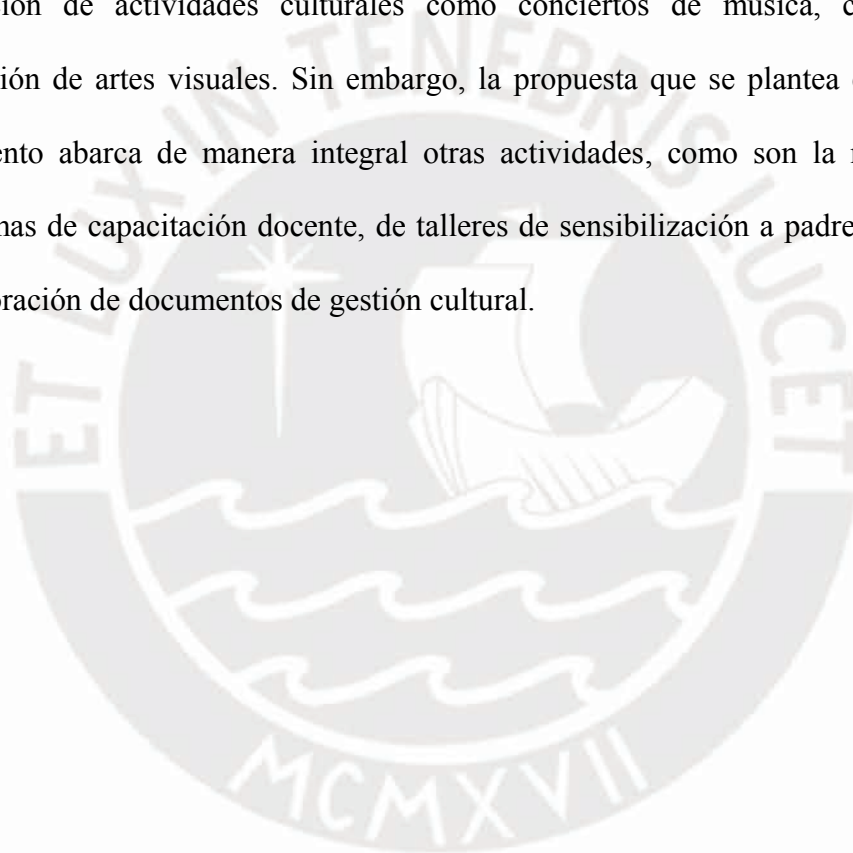
En Guatemala, desde el año 2011, viene funcionando el Centro Cultural del Colegio Mayor de Santo Tomás de Aquino. Este proyecto de innovación busca promover la actividad cultural en jóvenes escolares por medio de exposiciones teatrales, presentaciones de libro, proyección de cortometrajes, documentales y cine independiente, conciertos de música clásica, sinfónica y moderna, exposición de danzas típicas y de artes visuales y plásticas en general.

El proyecto de innovación de Torres (2013) titulado “El Recreo”, buscó desarrollar, por medio de un programa de radio escolar en Tenerife (España), la adquisición de competencias socioculturales comunicativas para que el alumnado reconozca un sentimiento de pertenencia a su comunidad e identidad local.

González elaboró en 2017 un proyecto cuyo objetivo fue promover la enseñanza de leyendas y canciones populares en una escuela de Machado en España por medio de la

promoción de la cultura oral local y del juego (recreación de danzas folklóricas) generar un acercamiento hacia el redescubrimiento de la identidad local en los estudiantes.

Como se ha podido observar en los antecedentes mencionados, los centros culturales escolares se enfocan principalmente en la promoción de la lectura por medio de la creación de una biblioteca escolar y, de manera complementaria, a través de la realización de actividades culturales como conciertos de música, cine, teatro y exposición de artes visuales. Sin embargo, la propuesta que se plantea en el presente documento abarca de manera integral otras actividades, como son la realización de programas de capacitación docente, de talleres de sensibilización a padres de familia y la elaboración de documentos de gestión cultural.



## **2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA**

### **2.1. Política educativa y gestión cultural escolar en el Perú**

En el año 1990 Alberto Fujimori asumió la presidencia del estado peruano en una época marcada por una profunda crisis económica, política y social producto del terrorismo, la hiperinflación y la distancia emocional y cultural que envolvía a los peruanos (Rosales, 2008). Los gobiernos anteriores, desde el segundo mandato de Belaúnde Terry hasta el primer gobierno de Alan García (1980-1990), implementaron políticas de estado diseñadas para dejar atrás cualquier huella de los gobiernos militares que los precedieron caracterizados por un fuerte sentimiento nacionalista-indígena y popular. Las reformas incluyeron cambios en el sistema de salud pública, en la política de comercio exterior, en la estructura económica-productiva interna y en el sistema educativo nacional (León, 2010). De estas reformas de Estado, es la reforma educativa la que más significado, importancia y trascendencia ha tenido en la sociedad peruana hasta nuestros días.

Las tres reformas primordiales en el ámbito educativo fueron la ley general de educación de 1982 que regula la educación básica regular, la ley universitaria de 1983 y la ley institutos y escuelas superiores de 1985. Las tres leyes envolvían en sí mismas, y a través del Ministerio de Educación, la encargatura sobre la educación, la cultura y la historia peruana. Las consecuencias a mediano y largo plazo sobre el papel de la cultura en la sociedad peruana fueron poco a poco relegada a un carácter predominantemente

anticuario, museológico y nostálgico (Oliart, 2011). La cultura se redujo a la enseñanza del mundo y culturas andinas, altiplánicas, amazónicas y de la costa norte, todas ellas prehispánicas. Esto imposibilitó el surgimiento de empresas e industrias culturales, ya sean de carácter privado o público, que promovieran la cultura como identidad, diversidad y, sobre todo, como un recurso. La gestión cultural no solo fue inoperante, sino inexistente dentro de la política estatal y de los programas de desarrollo (Giesecke, 2012).

Mientras la educación envolvía el campo de la cultura en forma de temas de aprendizaje a inicios de la década del 90, se consolidó con Fujimori el modelo neoliberal en el Perú, y con ello, cultura y educación pasan a un tercer o cuarto plano de importancia. El presupuesto destinado al ministerio de educación se redujo de forma alarmante, alcanzando cerca del 3% del producto bruto interno, mientras que las regulaciones al impuesto general a las ventas efectuadas por el Ministerio de Economía y Finanzas aumentaron hasta un 54% con respecto a eventos artísticos y culturales. Los límites de un desarrollo cultural en el país fueron rápidamente acortándose, no solo en tema de presupuestos, sino también en lo referente a difusión, promoción y asistencia (Oliart, 2011).

Las escuelas públicas y sobre todo las de carácter privado reemplazaron la formación social y humanista por asignaturas de ciencias físico-formales y naturales. Historia, educación cívica, arte, ciencias sociales, literatura, etc., pasaron a formar una sola asignatura que acogía a todas ellas, de manera desordenada e incompleta, denominada educación ciudadana (Deremble, 2012); así también, se eliminaron cursos como

filosofía, lógica, psicología y economía política. La cultura se redujo a comidas y bailes tradicionales, a ferias artesanales y a días festivos. La cultura en términos de identidad e historia fue reemplazada por una cultura imaginada y representada por incas, indios y cholos, homogénea, etérea y distante (Suárez, 2011).

¿Cómo gestionar lo que no existe como tal? ¿Cómo gestionar los que no se entiende ni se considera como propio? ¿Cómo gestionar la cultura cuando las principales instituciones sociales encargadas de reproducir cultura las asumen como un problema jurídico más que una posibilidad de desarrollo humano y social?

A partir del 2011, y con la creación del Ministerio de Cultura, se abre una nueva puerta para entender el papel que juega la cultura en el desarrollo nacional. La implementación de programas de educación intercultural bilingüe (EIB), la creación de la oficina de pueblos andinos y amazónicos, la creación de los viceministerios de interculturalidad e industrias culturales han cambiado las reglas de juego en el país. La cultura se ha convertido en una potencialidad, un capital, un recurso, una posibilidad (Unesco & Llece, 2013).

Sin embargo, al extraer la oficina de cultura del Ministerio de Educación y convertirla en un ministerio propio (sumando la creación paralela de otros tres ministerios con competencias, también, sobre la cultura: Medio Ambiente, Turismo y Comercio Exterior e Inclusión Social) han delimitado más el campo de acción de lo cultural en el país (OCDE, 2016). La confusión de oficinas ministeriales y sus funciones, el bajo presupuesto y recursos destinados, la poca regulación en materia de leyes, la no

autonomía de sus oficinas desconcentradas, y, sobre todo, la inexistencia de políticas culturales no permite delimitar un rumbo fijo de la cultura hacia un nuevo cambio (Consejo Nacional de Educación, 2011, 2015).

En este agujero legal y político donde la cultura se mueve hoy en día en el Perú, son las escuelas quienes han asumido un rol protagónico para la gestión cultural. Estas han dejado atrás el sentido tradicional del concepto y han concebido a la cultura como un acontecimiento, un recurso y una práctica que se reproduce y mueve (Fundación Santillana, 2014).

## **2.2. ¿A qué nos referimos cuando hablamos de “cultura”?**

Una de las primeras definiciones formales de cultura es la propuesta por Tylor (1871) quien sostuvo que esta abarca “todo complejo que comprende el conocimiento, las creencias, el arte, la moral, el derecho, las costumbres y las otras capacidades o hábitos adquiridos por el hombre en tanto miembro de la sociedad” (Citado en Cuche, 1996, p. 20). De acuerdo a este autor, la cultura está compuesta por un intrincado sistema de conocimientos y habilidades que el ser humano aprende y transmite generacionalmente como parte de una comunidad y que le permite establecer relaciones de sociabilidad y autoidentificarse frente a sus pares.

Desde otra perspectiva, Claude Levi-Strauss (1959), considera que “toda cultura puede ser considerada como un conjunto de sistemas simbólicos en los que en primer rango se sitúan la lengua, las reglas del matrimonio, las relaciones económicas, el arte, la ciencia,



la religión. Todos estos sistemas tienen como objetivos expresar ciertos aspectos de la realidad física y la de la realidad social y, más aun, las relaciones que estos dos tipos de realidad mantienen entre sí y que los sistemas simbólicos mantienen unos con otros” (Citado en Cuche, 1996, p. 55). En tal sentido, el eje central de la cultura se da a partir del lenguaje, pues este construye relaciones simbólicas para darle sentido y significado a lo social. Esto permite comprender cómo la organización social se forma a partir de la cultura e implica, a su vez, la elaboración de reglas y normas sociales, explícitas en el lenguaje humano, o en palabras de Goodenough (1971): “es algo que se aprende [...] los objetos materiales que crean los hombres y por sí mismo cosas que los hombres aprenden [...] son las percepciones, los conceptos, las recetas y habilidades necesarias: las cosas que necesitan saber con objeto de hacer cosas que cumplan las normas de sus compañeros. (p. 190)

La cultura es la imagen y forma que tienen las cosas en la mente de los individuos de una determinada sociedad que deben aprender y conocer para poder desenvolverse de manera adecuada dentro de ella, teniendo en cuenta que los contextos culturales difieren según diversas variantes, como edad, ubicación geográfica, tipos de producción, etc.

En tanto, Herbert Marcuse (1965) sostiene que “los logros y los fracasos de esta sociedad invalidan su alta cultura. La celebración de la personalidad autónoma, del humanismo, del amor trágico y romántico parece ser el ideal de una etapa anterior del desarrollo. Lo que se presenta ahora no es el deterioro de la alta cultura que se transforma en cultura de masas, sino la refutación de esta cultura por la realidad. La realidad sobrepasa su cultura” (p. 86). Bajo esta concepción, en la sociedad, la cultura o

alta cultura son las artes y la literatura, las cuales son ideales de tiempos pasados pero que esto cambia con la inserción de la tecnología y medios de comunicación, los cuales quieren dar un nuevo concepto de cultura y quieren acabar con la independencia de pensamiento u autonomía. En tanto, la cultura es importante puesto que define a cada individuo en su identidad propia y colectiva, lo que permite identificarnos con nuestro entorno y orígenes.

Sin embargo, Camilleri (1985) sostiene que la cultura es:

Un conjunto más o menos ligado de significaciones adquiridas, las más persistentes y las más compartidas, que los miembros de un grupo, por su afiliación a este grupo, deben de propagar de manera prevalente sobre los estímulos provenientes de su medio ambiente y de ellos mismos, induciendo con respecto a estos estímulos, actitudes, representaciones y comportamientos comunes valorizados para poder asegurar su reproducción por medios no genéticos. (p. 13)

Se comprende así que el ser humano ha ido construyendo su cultura a través de modelos identitarios, con la finalidad de organizar su vida social y fortalecer los lazos de solidaridad y cohesión grupal, por encima de cualquier factor de división. Comprender esta definición de cultura nos permite ver la diversidad que genera y cómo vamos buscando grupos por afinidad mediante nuestras actitudes, comportamientos y, sobre todo, difundir nuestros conocimientos adquiridos.

Tomando en consideración las definiciones anteriores, se entiende que la cultura está presente en la vida de toda persona a través de la literatura, la música, las bellas artes y

cualquier otra forma de expresión y práctica cultural. En tal sentido, la cultura define la identidad de los individuos que la practican o consumen, proceso que permite la aceptación y la difusión de modelos de comportamiento de generación en generación. Por ello, la cultura está ligada a un sentido de pertenencia mediante la cual todo individuo puede identificarse con el grupo al cual pertenece. De acuerdo a Cohen (1982), toda cultura implica “un sentido de pertenencia a un grupo o a una comunidad, es decir, lo que significa “ser miembro de”, es evocado constantemente por cualquier medio, ya sea la utilización del lenguaje, la destreza hacia ciertos oficios, el conocimiento de la ecología, de la genealogía, etc. Todo esto tiene sentido y significa algo para ellos, que no significa para los otros” (p. 45).

A esto se le conoce como identidad cultural y, como lo ha manifestado Gonzáles (2005) “viene definida históricamente a través de [...] la lengua, instrumentos de comunicación entre los miembros de una comunidad, las relaciones sociales, ritos y ceremonias propias, o los comportamientos colectivos, esto es, los sistemas de valores y creencias” (p. 43). En tal sentido, como manifiestan ambos autores, la identidad cultural reúne a un conjunto de elementos que hacen posible la interacción social y que se definen en su carácter anónimo y compartido, tanto individual como colectivo.

Por otra parte, según Miguel Rojas (2011), la identidad cultural es:

Una categoría omniabarcatoria y compleja, que como identidad en la diferencia contiene, en correlación, la mismidad y la alteridad, el yo y el otro, de aquí su carácter inclusivo; representando una identidad colectiva como horizonte de sentido, con capacidad de autorreconocimiento y distinción, la cual caracteriza la manera común de vivir en el tiempo y el espacio del ser humano; expresando el

quehacer del hombre en el proceso de creación y recreación comunicativo; la cual, como síntesis de múltiples determinaciones o dimensiones, comporta un universal concreto-situado, es decir, un aquí y ahora, respondiendo a las preguntas que he sido, que soy y qué papel habré de desempeñar en el presente y futuro. (p. 57)

Este sentido de la identidad cultural, como un todo complejo que cada individuo auto reconoce como propio, caracteriza su forma social de (con)vivir, mostrando los múltiples aspectos que le identifican ahora y en el futuro, como sus costumbres, tradiciones e historia, generando vínculos de pertenencia y apropiación. Por ellos, esta definición es importante en la medida en que, metodológicamente, permite conocer cómo los individuos distinguen qué es lo culturalmente propio o no, y de qué manera se expresa, reproduce y cambia.

Así, lo que está detrás de un pueblo, comunidad o grupo es la identidad cultural: un conjunto de manifestaciones que van de las acciones más sencillas hasta los pensamientos más complejos que unifican, generan lazos sociales y normas de convivencia, dando inicio a la construcción de una comunidad dinámica, plena de conciencia y que promueve su propio valor.

### **2.3. Definición de Consumo Cultural**

García Canclini ha definido al consumo cultural como “un conjunto de procesos socioculturales en que se realizan la apropiación y los usos de los productos en los que el valor simbólico prevalece sobre los valores de uso y de cambio, o donde al menos estos últimos se configuran subordinados a la dimensión simbólica” (p. 42). Se

comprende, a partir de la definición anterior, que el consumo cultural es un fenómeno sociocultural que consiste en la apropiación y uso de productos con un valor simbólico, el cual predomina sobre su valor mercantil. Así mismo, es un proceso mediante el cual los individuos logran apropiarse y reproducir objetos o recursos obedeciendo a su valor simbólico, lo que les permite establecer normas y sentido a su interacción social a partir de las nociones del “nosotros” y de “lo diferente”.

En este mismo sentido, según la ENPCC (2013), el consumo cultural es y debe ser:

Un asunto de interés social. La participación y acceso a bienes y servicios artístico-culturales no pueden considerarse prácticas individuales. Por el contrario, son actividades de carácter social que comparten una serie de tramas económicas, políticas y culturales, y cuya comprensión cabal exige, por tanto, el desarrollo de análisis pertinentes y complejos, no solo a niveles locales o nacionales, sino que también –y particularmente hoy– en marcos globales o transnacionales. (p. 17).

De esta manera, el consumo cultural se define también como el conjunto reunido de bienes y/o servicios que se manifiesta en la interactividad colectiva; además, tiene una transferencia global en el campo económico, político y cultural. Es necesario aclarar y comprender que el individuo se manifiesta colectivamente participando del consumo de estos bienes y servicios culturales, económicos y políticos, relacionados con los ámbitos nacional e internacional y, de esta manera, se inserta en el mundo de hoy. En este sentido, como lo ha manifestado Rey & Barbero (1999), el consumo cultural se da a partir de la “apropiación por parte de las audiencias de los productos y los equipamientos culturales, las relaciones que establecen con ellos, las resignificaciones y

las nuevas asignaciones de sentido a los que los someten, los motivos de su selección” (Citado en Bisbal, 1999, p. 37). Esto implica que el consumo cultural involucra no solo el hecho de adueñarse de un recurso o producto cultural, sino también otorgarle un uso, reconocimiento y significancia social. Por lo tanto, se comprende que todo consumo cultural es, *per se*, un proceso de construcción sobre lo que el individuo percibe sobre sí mismo, sobre sus acciones e ideas, pero también en referencia a su “otro”.

Se define entonces al consumo cultural como una práctica simbólica de bienes y servicios que uno puede acceder siempre cuando tenga una interactividad con los demás grupos, pues el consumo es una práctica que abarca muchos sistemas que el hombre pueda considerar utilizable para su propio medio u ocio como por ejemplo el arte, el consumo cultural también sufre una transferencia cultural al que podemos percibir diariamente. Además, el consumo cultural no solo es el hecho de adueñarse de un objeto sino también presenta usos sociales, percepción y recepción de otros y a la vez construir identidades y diferencias.

#### **2.4. Práctica y Servicio Cultural**

Buxó (1990) ha manifestado que en toda práctica individual o colectiva está implícito un discurso y una ideología, entendiendo que:

Los textos (o discursos) son productos semióticos de las comunidades sociales, en tanto que las ideologías, son sistemas simbólicos de interpretación de ciertos aspectos de la experiencia comunitaria. Importa, pues, distinguir entre producto o suma de productos concretos de una determinada actividad social y sistema o

conjunto de sistemas que rigen la producción de tal o cual clase de objetos semióticos. (p. 37)

Siguiendo este enunciado, se entiende como práctica cultural al conjunto de actividades específicas que realizan las personas dentro de un campo cultural, determinado por sistemas de símbolos que rigen su comportamiento, modos de producción, funcionamiento y recepción. Al ser conscientes del rol de los simbolismos propios de una determinada cultura, podremos estudiar las prácticas culturales desde una perspectiva que escapa al etnocentrismo propio de cada investigador.

Según Pierre Bourdieu, la práctica cultural es definida como “todo tipo de consumo cultural, dicho esto, este consumo cultural no es más que uno entre otros; tiene algunas particularidades. Parece muy importante cuando se aborda una práctica cultural cualquiera que esta sea, interrogarse en cuanto practicante uno mismo de esta práctica sea” (Citado en Chartier 1993: 201). Esto se refiere a la práctica cultural como un tipo de consumo en el cual el individuo no debe entender solamente algunas prácticas culturales (ej. el cine, la música, el arte, etc.) como si se tratase simplemente de formas de escrituras. Podemos decir que comprender la practica cultural como tal conlleva a un tipo de consumo cultural propio donde el actor debería entender el proceso de aprendizaje como formas de uso social y relacionarlas juntamente con el modo de expresión –la escritura- más que solo entenderlo como un conjunto de palabras.

Sin embargo, para Ferreiro (1982), la práctica cultural es “el término que alude a las actividades recurrentes y dirigidas hacia un fin que son construidas y mantenidas por grupos particulares de seres humanos” (p. 272). En tal sentido, la práctica cultural se

refiere a una forma de conceptualizar la cohesión social y regular la identidad cultural colectiva. Esta puede manifestarse por voluntad común para realizar actos que refuercen los lazos familiares o sociales, pero también a través de servicios culturales o puestas en escena. Puente Hernández (2005) define los servicios culturales como:

Espacios (no solo físicos) de representación, formación, difusión, expresión y consumo de bienes culturales, tangibles e intangibles. Visto así, el estado mantiene una amplia oferta de servicios culturales que van desde centros de producción y disseminación de conocimiento, como son los centros de educación pública en los distintos niveles: educación básica, bachillerato y educación superior, centros de producción artísticas, museos, bibliotecas, archivos, hemerotecas, videotecas, salones, teatros. (p. 56).

Esto se refiere a los servicios culturales como servicios tangibles o intangibles, es decir, servicios que pueden ser tocados y otros no; debido a su naturaleza, estos últimos pueden ser de distinta índole, los cuales son adquiridos según el interés del consumidor. Entender lo que denotan los servicios culturales como tal, nos permitirá conocer el espacio cultural en el que se desarrollan los jóvenes, considerando que los servicios culturales de los que estos hacen uso definirán su estilo, modo y forma de vida, su conciencia, conocimiento, pensamiento, patrones de conducta, personalidad, idiosincrasia, su construcción como sujeto, es decir, su cultura.

Según Puccio Sáez (2014) un servicio cultural es “una actividad artística que se contempla o consume en el momento de su exhibición o ejecución. Por ello, se trata de actividades que en cierta medida son perecederas y con reducido grado de reproducción, lo que permite afirmar que suponen obras de naturaleza única” (p. 22). Esto significa



que los servicios culturales son actividades culturales que generan un consumo, pero que a su vez son únicas ya que son limitadas. Los servicios culturales nos brindan un espacio artístico de expresión de la cultura, el cual es muy limitado de tiempo por lo que casi siempre son expresiones únicas y de mucho valor cultural para quienes logran asistir, a pesar de ser promocionadas por el Estado.

Para Cuadrado y Berenguer (2002), los servicios culturales son todas las manifestaciones culturales tales como artes escénicas y artes plásticas, las que se expresan a través de actividades culturales como la pintura, la escultura, la fotografía, la arquitectura, el teatro, la danza, la ópera y la música. Teniendo como consumidor cultural a todo el público real y potencial asistente a tales presentaciones o manifestaciones, los objetivos buscados por el consumidor son, entre otros: “alcanzar placer o excitación, alcanzar prestigio o categoría social, apreciar la actividad cultural, arreglarse, ponerse elegante, buscar nuevas experiencias, combatir el aburrimiento, entretenerse, divertirse, disfrutar, establecer relación social, obtener valores o enriquecerse y recibir una formación, educarse” (p. 52).

El texto en mención tiene una visión comercial de oferta y promoción de los servicios culturales; a su vez, define cuales son las categorías que integran los servicios culturales, señala las características que identifican al consumidor cultural y establece los objetivos buscados por estos al asistir a actividades culturales. Esta información es de gran utilidad pues nos permite comprender los posibles objetivos y motivaciones que llevan a un público joven a acudir a actividades culturales, conocer cuáles son las

actividades culturales a las que asistan, y, más importante aún, analizar a cuáles consideran actividades culturales en sí.

En tal sentido se define a los servicios culturales como espacios de representación, creación, difusión expresión de actividades artísticas y culturales, donde se consume en el momento de su exposición o presentación. Estos servicios pueden ser tangibles o intangibles según su naturaleza: cine, museos, teatros, biblioteca, salas de exposiciones, etc.

## **2.5. Gestión Cultural**

La gestión cultural ha sido un problema permanente en todas las ciudades del país, en especial en contextos donde el impacto de la globalización es más visible, pues surgen prácticas y discursos sobre la poca utilidad de la cultura como fuente de conocimiento práctico acerca del mundo. Suele tornarse invisible debido a que los individuos la conciben solo como parte del folklore, las tradiciones y las costumbres de antaño.

Las políticas culturales han ocupado un espacio central en las noticias en los últimos años, especialmente debido a la reciente importancia de la cultura en temas de desarrollo social y crecimiento económico. Si bien el hecho de llevar a la cultura al campo del desarrollo implica repensar el concepto bajo nuevos criterios, variables y métodos desde la academia, el campo de la administración pública y privada tampoco ha sido ajena a ella. Sin embargo, el problema reside en la dimensión jurídica de la cultura desde una perspectiva multicultural, de la diversidad y de la otredad, aspectos

que la política no concibe en sí misma, sino como un todo homogéneo, invariable y estéril. De esta forma el problema no solamente es jurídico y político, sino también social y cultural que trae como consecuencia la ineficacia en la gestión de las prácticas y los recursos culturales del país por parte de las instituciones responsables.

La gestión política de la cultura pasa a ser un problema no solo en el hecho jurídico en sí, sino en la dificultad frecuente de diferenciarla frente a otras prácticas de gestión pública desde el punto de vista del Estado y los gobiernos locales. Además, esta situación se dificulta debido a la barrera simbólica o miedo que provoca en los gestores y promotores culturales, quienes no llegan a comprender otras dimensiones que la cultura implica, ni mucho menos a encontrar una utilidad práctica a esta sin necesidad de caer en una “culture by the pound”, especialmente en espacios ampliamente identificables como culturales para la sociedad y el Estado, como lo son las bibliotecas.

Para Norma Villeda, la gestión cultural es “el conjunto de acciones realizadas por individuos, grupos o instituciones, en el marco de un territorio concreto, comunidad o sector, con la finalidad de favorecer la identificación y participación activa de sus integrantes en torno a su propio desarrollo social y cultural” (2012, p. 20). La definición que nos otorga esta autora sobre gestión cultural nos ayuda a comprender como las instituciones o individuos proponen acciones para favorecer el fortalecimiento de la identidad de los integrantes de un determinado grupo, lo cual nos indica que una de las principales tareas de la gestión cultural es el refuerzo de la identidad por parte de los actores involucrados; pues, en esa línea, se elaboran acciones como las políticas culturales para favorecer los intereses simbólicamente socializados por el grupo. Este

concepto es importante para entender la dimensión operativa de la gestión en temas culturales, cuya definición es válida para comprender los procesos de filiación cultural que un individuo mantiene con su entorno cultural. En ese sentido, la percepción política, cultural o educativa que se tenga sobre la gestión cultural que imparten espacios culturales como la escuela es relevante en tanto posibilita entender cómo ven los estudiantes la difusión de los intereses culturales de una institución en relación con sus integrantes.

Por su parte, Víctor Guédez sostiene que la gestión cultural es “todo aquello que concierne a los procesos de la administración cultural (planificación, coordinación, control, evaluación, dirección) y a las dimensiones del quehacer cultural (creación, producción, promoción, comercialización, preservación) que asegura un adecuado y eficiente desenvolvimiento de las políticas, tanto en los sistemas macro-sociales como en aquellos relacionados con el comportamiento de entidades, programas o proyectos específicos del sector cultural” (2001, p. 117). Esta propuesta sobre la gestión cultural como un sistema de planificación y promoción de la cultura posibilita relacionarla a un eficiente desenvolvimiento de la política en las diversas instituciones. Se toma la gestión cultural como la parte operativa de las políticas culturales y por ende como un sistema de planificación y promoción del desarrollo humano integral en la ciudadanía.

En tanto para Héctor Olmos, la gestión cultural significa la “sensibilidad de comprensión, análisis y respeto de los procesos sociales en los que la cultura mantiene sinergias importantes. [...] La gestión de la cultura implica valorar los intangibles y asumir la gestión de lo opinable y subjetivo circulando entre la necesaria evaluación de

sus resultados y la visibilidad de sus aspectos cualitativos. La gestión de la cultura debe encontrar unos referentes propios de su acción, adaptarse a sus particularidades y hallar un modo de evidenciar, de forma muy distinta, los criterios de eficacia, eficiencia y evaluación” (2004, p. 55). Es importante resaltar el valor intangible que los individuos asignan a lo cultural, evidenciándose claramente que la gestión no solo debe ocuparse de fortalecer una perspectiva institucional, sino que haga hincapié en los individuos que son partícipes de la utilidad de los intangibles culturales. En ese sentido, los criterios de eficacia, eficiencia y evaluación se encuentran en función del contexto en particular y sobre todo conocer la perspectiva subjetiva de los usuarios o consumidores de un servicio, bien o recurso.

Es importante resaltar que el concepto de gestión cultural ayuda a entender la identificación y participación activa de los usuarios en torno a su propio desarrollo social y cultural, y en el cual la administración de la cultura debe asegurar un adecuado y eficiente desenvolvimiento de las políticas culturales. Por otro lado, comprender que la gestión cultural significa valorar los intangibles y asumir la gestión de lo opinable y subjetivo circulando entre la necesaria evaluación de sus resultados y la visibilidad de sus aspectos cualitativos.

### **3. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO**

#### **3.1. Título del proyecto**

Proyecto de innovación para la creación de un centro cultural escolar en una institución educativa de nivel secundario de la Ciudad de Arequipa.

#### **3.2. Descripción del proyecto**

El proyecto pretende promover en los estudiantes de educación secundaria diversas prácticas de consumo cultural desde el ámbito educativo frente al limitado panorama cultural existente en la escuela y el contexto local por una inadecuada gestión cultural. Para lograrlo, desarrolla diversas actividades entre las que destaca la puesta en marcha de una agenda cultural con la finalidad de relacionar los aprendizajes formales con el conocimiento de la identidad, la historia y la cultura local, regional nacional y global, así como también en el reconocimiento de la diversidad cultural.

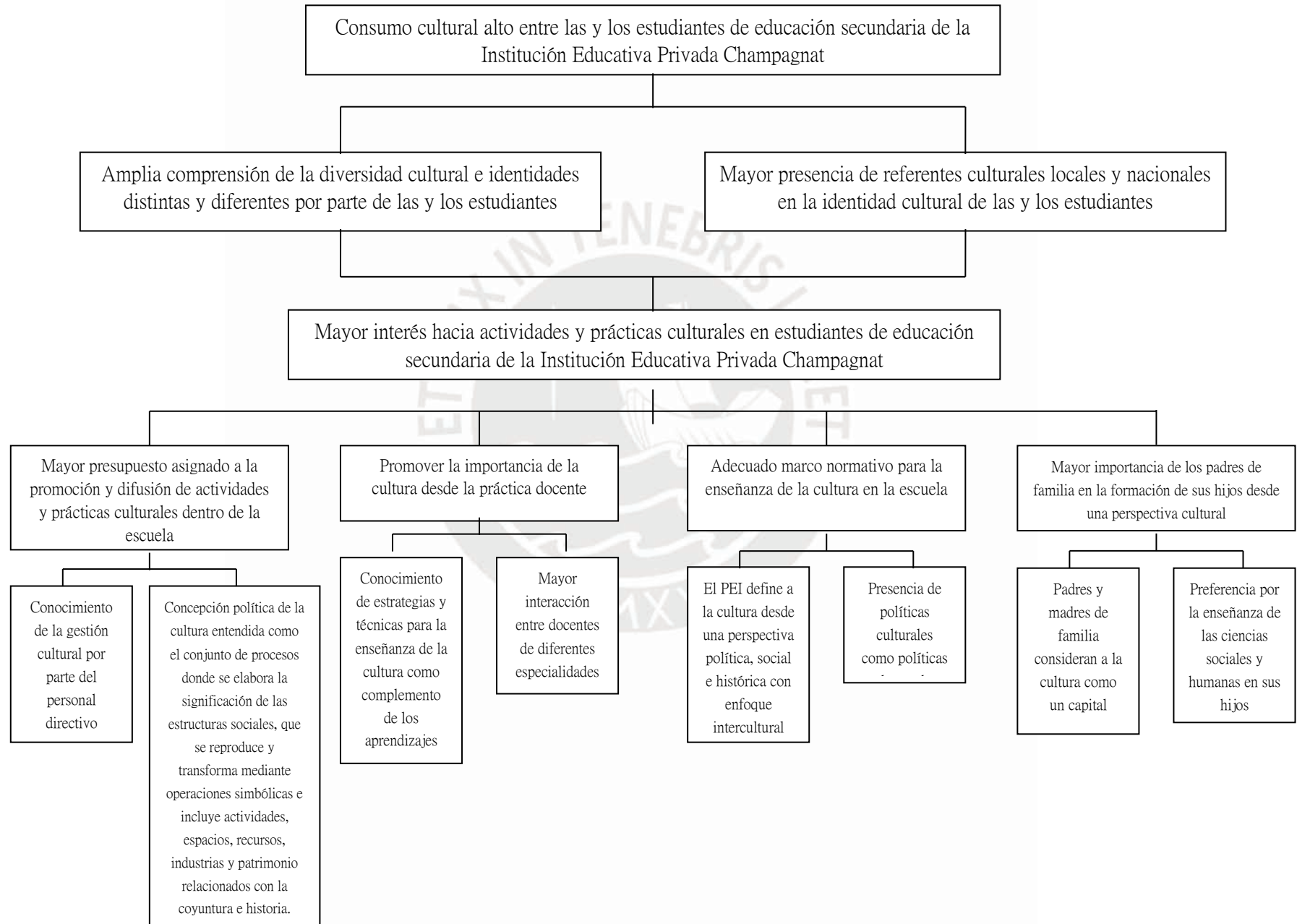
De otro lado, el proyecto propone la conformación de grupos o elencos culturales entre los estudiantes, docentes, padres de familia y comunidad educativa en general, pues se ha observado un distanciamiento entre la escuela y la familia, especialmente en aquellos estudiantes con bajos recursos económicos, impidiéndoles un mayor consumo cultural y una diversidad más amplia de recursos, servicios y espacios culturales.

La problemática que se presenta en torno al nivel, frecuencia y tipos de consumo cultural se desarrollará mediante la puesta en marcha de un centro cultural escolar desde el cual los estudiantes podrán adquirir una visión y un panorama mayor sobre lo que la cultura es y qué implica, así como incorporar la gestión cultural como un pilar fundamental dentro de la gestión educativa.

Este proyecto es innovador en la medida que se orienta a ampliar el concepto de cultura entre los estudiantes en particular y la comunidad educativa en general de la Institución Educativa Privada Champagnat. Si bien los beneficiarios directos serán los estudiantes de educación secundaria el proyecto beneficiará también a los estudiantes del nivel primario e inicial, los padres de familia, el personal administrativo y docente e incidirá en lograr espacios para la construcción de relaciones y prácticas democráticas basadas en el reconocimiento de la diferencia y la diversidad sociocultural elevando el nivel de las competencias ciudadanas y habilidades sociales. Abordando en la comunidad educativa los problemas de reconocimiento y respeto de las identidades culturales, se podrá establecer mecanismos internos y externos que conduzcan al humanismo y a una cultura de paz dentro y fuera del espacio escolar.

### **3.3. Objetivos del Proyecto de Innovación**

De acuerdo a lo establecido en el Árbol de Problemas, se presenta a continuación el Árbol de Objetivos, el mismo que servirá de lineamiento general para la formulación de los resultados y actividades que persigue el presente proyecto de innovación:





### ***3.3.1. Objetivo General***

Mayor interés hacia actividades y prácticas culturales en estudiantes de educación secundaria de la Institución Educativa Privada Champagnat

### ***3.3.2. Objetivos Específicos***

- Mayor presupuesto asignado a la promoción y difusión de actividades y prácticas culturales dentro de la escuela.
- Promover la importancia de la cultura desde la práctica docente.
- Adecuado marco normativo para la enseñanza de la cultura en la escuela.
- Mayor importancia de los padres de familia en la formación de sus hijos desde una perspectiva cultural.

### **3.4. Estrategias y actividades a realizar**

El proyecto consta de una serie de actividades organizadas en torno a cuatro objetivos específicos, para desarrollar actividades y prácticas culturales en estudiantes de educación secundaria.

La duración del proyecto es de un año donde se plantean actividades mensuales que, al trabajarlos de manera integrada, permitirá un cambio sustancial dentro de la vida escolar.

A continuación, se presenta un cuadro en el que se detalla la organización de la propuesta y su distribución mensual:

**Del objetivo específico N° 01:** Mayor presupuesto asignado a la promoción y difusión de actividades y prácticas culturales dentro de la escuela.

N°	ACTIVIDADES	METAS	RESPONSABLES
01	Aprobación del proyecto de creación del Centro cultural escolar de la Institución Educativa	01	Personal Directivo
02	Firma de convenios con instituciones y empresas	10	Personal Directivo
03	Implementación del Centro cultural escolar de la Institución Educativa	01	Personal Directivo y Personal Docente

**Del objetivo específico N° 02:** Promover la importancia de la cultura desde la práctica docente

N°	ACTIVIDADES	METAS	RESPONSABLES
04	Talleres de capacitación docente sobre protección y defensa del patrimonio cultural	03	Personal Directivo
05	Talleres de capacitación docente sobre gestión del patrimonio cultural	03	Personal Directivo

**Del objetivo específico N° 03:** Adecuado marco normativo para la enseñanza de la cultura en la escuela.

<b>N°</b>	<b>ACTIVIDADES</b>	<b>METAS</b>	<b>RESPONSABLES</b>
06	Actualización del Proyecto Educativo Institucional incluyendo la gestión cultural	01	Personal Directivo y Personal Docente
07	Elaboración del Plan Estratégico y plan operativo del Centro Cultural Escolar	01	Personal Directivo y Personal Docente
08	Elaboración de la Agenda Cultura Escolar anual	01	Personal Directivo y Personal Docente
09	Instalación del Comité responsable del Centro Cultural Escolar	01	Personal Directivo

**Del objetivo específico N° 04:** Mayor importancia de los padres de familia en la formación de sus hijos desde una perspectiva cultural.

<b>N°</b>	<b>ACTIVIDADES</b>	<b>METAS</b>	<b>RESPONSABLES</b>
10	Escuela de padres de familia sobre la importancia de la formación sociocultural en sus hijos e hijas	02	Personal Directivo y Personal Docente
11	Escuela de padres de familia sobre arte y cultura peruana	02	Personal Directivo y Personal Docente

### **3.5. Recursos humanos**

El presente proyecto tiene como actores principales a los estudiantes de educación secundaria, quienes estarán bajo la guía permanente de los docentes del Área de Historia, Geografía y Economía durante el desarrollo de las actividades propuestas.

Los docentes serán los responsables de la planificación y coordinación de las actividades de promoción de las actividades culturales y fomentarlas desde su práctica pedagógica dentro y fuera del salón de clases.

Así mismo, los docentes en colaboración con el personal directivo serán los responsables de elaborar e implementar el proyecto de creación del Centro Cultural Escolar y aprobar los lineamientos de política cultural a través de los documentos de gestión pedagógica a fin de que se convierta en un espacio propicio de participación de toda la comunidad escolar.

Finalmente, se involucrará a los padres de familia por medio de la Escuela de Padres y los distintos talleres de sensibilización sobre la importancia de la actividad cultural en el aprendizaje de sus menores hijas e hijos, los mismos que jugarán un rol fundamental dentro de la consolidación del proyecto.

### 3.6. Monitoreo y evaluación

#### 3.6.1. Indicadores y medios de verificación

<b>OBJETIVO GENERAL</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>MEDIOS DE VERIFICACIÓN</b>
<p>Mayor interés hacia actividades y prácticas culturales en estudiantes de educación secundaria de la Institución Educativa Privada Champagnat</p>	<p>50% de la población estudiantil asiste a actividades artístico-culturales organizadas por el Centro Cultural Escolar</p> <p>10% de la población estudiantil organiza y participa en la realización de actividades artístico-culturales organizadas por el Centro Cultural Escolar</p>	<p>Informe de las actividades artístico-culturales del centro cultural escolar</p> <p>Registro fotográfico</p> <p>Lista de asistencia de los estudiantes a las actividades artístico-culturales del centro cultural escolar</p> <p>Encuesta de satisfacción a los estudiantes con las actividades artístico-culturales del centro cultural escolar</p>
<b>OBJETIVO ESPECÍFICO N° 1</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>MEDIOS DE VERIFICACIÓN</b>
<p>Mayor presupuesto asignado a la promoción y difusión de actividades y prácticas culturales dentro de la escuela</p>	<p>5% del presupuesto institucional es asignado a la gestión cultural y a la implementación del centro cultural escolar</p>	<p>Resolución directoral que aprueba el presupuesto anual y el presupuesto para la gestión cultural de la institución educativa</p>

		Informe de los convenios firmados
<b>OBJETIVO ESPECÍFICO N° 2</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>MEDIOS DE VERIFICACIÓN</b>
Promover la importancia de la cultura desde la práctica docente	<p>80% de los docentes participan en los tres talleres de capacitación</p> <p>40% de los docentes incorpora el enfoque sociocultural en su práctica docente</p>	<p>Lista de asistencia de los docentes a los talleres de capacitación</p> <p>Registro de notas de la evaluación docente de los talleres de capacitación</p> <p>Encuesta de satisfacción a los docentes con los talleres de capacitación</p> <p>Informe docente de auto-reflexión y evaluación de la práctica docente aplicando el enfoque sociocultural</p>
<b>OBJETIVO ESPECÍFICO N° 3</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>MEDIOS DE VERIFICACIÓN</b>
Adecuado marco normativo para la enseñanza de la cultura en la escuela	<p>20% de los docentes participa en la elaboración de proyecto de creación del centro cultural escolar</p> <p>10% de los docentes participa en la gestión cultural del centro</p>	<p>Proyecto Educativo Institucional actualizado</p> <p>Proyecto de creación del centro cultural escolar</p> <p>Acta de constitución del centro cultural escolar</p>

	<p>cultural escolar</p> <p>75% de las actividades de la agenda cultural escolar se realiza</p>	<p>Plan Estratégico y operativo del centro cultural escolar</p> <p>Agenda cultural escolar</p> <p>Registro fotográfico</p> <p>Informe de las actividades artístico-culturales del centro cultural escolar</p>
<b>OBJETIVO ESPECÍFICO N° 4</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>MEDIOS DE VERIFICACIÓN</b>
<p>Mayor importancia de los padres de familia en la formación de sus hijos desde una perspectiva cultural</p>	<p>50% de los padres de familia participan en las dos sesiones de la Escuela de Padres de familia</p> <p>30% de los padres de familia asisten con su(s) hijo(s) por lo menos 03 veces al año a un espectáculo artístico-cultural</p>	<p>Lista de asistencia de los padres de familia a las sesiones de la Escuela de Padres de familia</p> <p>Encuesta de satisfacción a los padres de familia con la Escuela de Padres</p> <p>Encuesta a los padres de familia sobre el consumo cultural de los hogares</p>

## 3.6.2. Monitoreo y evaluación

OBJETIVOS	METAS	CRONOGRAMA												INSTRUMENTO/MEDIO DE VERIFICACIÓN	
		E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D		
<b>Actividades para el Objetivo Específico N° 1</b>															
Aprobación del proyecto de creación del Centro cultural escolar de la Institución Educativa	01	X													Lista de cotejo e informe
Firma de convenios con instituciones y empresas	10		X	X	X										Lista de cotejo e informe
Implementación del Centro cultural escolar de la Institución Educativa	01		X												Lista de cotejo e informe
<b>Actividades para el Objetivo Específico N° 2</b>	<b>METAS</b>	<b>E</b>	<b>F</b>	<b>M</b>	<b>A</b>	<b>M</b>	<b>J</b>	<b>J</b>	<b>A</b>	<b>S</b>	<b>O</b>	<b>N</b>	<b>D</b>	<b>INSTRUMENTO/MEDIO DE VERIFICACIÓN</b>	
Talleres de capacitación docente sobre protección y defensa del patrimonio cultural	03			X			X			X					Lista de cotejo e informe
Talleres de capacitación docente sobre gestión del patrimonio cultural	03				X			X			X				Lista de cotejo e informe



<b>Actividades para el Objetivo Específico N° 3</b>	<b>METAS</b>	<b>E</b>	<b>F</b>	<b>M</b>	<b>A</b>	<b>M</b>	<b>J</b>	<b>J</b>	<b>A</b>	<b>S</b>	<b>O</b>	<b>N</b>	<b>D</b>	<b>INSTRUMENTO/MEDIO DE VERIFICACIÓN</b>
Actualización del Proyecto Educativo Institucional incluyendo la gestión cultural	01	X												Lista de cotejo e informe
Elaboración del Plan Estratégico y Plan Operativo del Centro Cultural Escolar	01		X											Lista de cotejo e informe
Elaboración de la Agenda Cultural Escolar anual	01		X											Lista de cotejo e informe
Instalación del Comité responsable del Centro Cultural Escolar	01		X											Lista de cotejo e informe
<b>Actividades para el Objetivo Específico N° 4</b>	<b>METAS</b>	<b>E</b>	<b>F</b>	<b>M</b>	<b>A</b>	<b>M</b>	<b>J</b>	<b>J</b>	<b>A</b>	<b>S</b>	<b>O</b>	<b>N</b>	<b>D</b>	<b>INSTRUMENTO/MEDIO DE VERIFICACIÓN</b>
Escuela de padres de familia sobre la importancia de la formación sociocultural en sus hijos e hijas	02			X						X				Lista de cotejo e informe
Escuela de padres de familia sobre arte y cultura peruana	02						X						X	Lista de cotejo e informe

### 3.7. Sostenibilidad

El Proyecto de Innovación para la creación de un centro cultural escolar en la institución educativa de Champagnat del Cercado de Arequipa se desprenderá del Proyecto Educativo Institucional (PEI) y estará incorporado en el Plan Anual de Trabajo (PAT) para el año académico 2018. Este proyecto busca promover el consumo y las prácticas culturales en los estudiantes, así como en la comunidad escolar, no solo por medio del desarrollo de actividades artístico-culturales, sino también fortaleciendo las competencias docentes e involucrando la participación de los padres de familia en la gestión cultural de la institución educativa, en tanto se proyecta como una nueva etapa dentro de la gestión institucional de la escuela, posibilitando así la sostenibilidad y viabilidad del proyecto. En tal sentido, no es un proyecto aislado, sino más bien tiene un carácter transversal.

Así mismo, es accesible debido a su bajo costo y fácil obtención de los recursos materiales propuestos. Así mismo, se pueden plantear actividades de recaudación de fondos como ferias gastronómicas e inclusive el ingreso que se pueda percibir de las entradas a los diferentes eventos programados.

Por otra parte, el presente proyecto de innovación busca la cooperación conjunta del profesorado, personal directivo y padres de familia a fin de que se pueda trabajar de forma colaborativa y participativa en el cuidado, promoción y realización de las actividades.

Los resultados e impactos del proyecto se plasmarán inicialmente por medio de informes sobre el cumplimiento de los objetivos y metas propuestas y, una vez culminado el primer año, se dará a conocer a las autoridades locales y comunidad educativa en general los logros alcanzados a fin de generar un plan de mejora del centro cultural escolar para el año siguiente.

### 3.8. Presupuesto

<b>RUBRO DE GASTOS</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>MEDIDA</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL (S/)</b>
<b>INSTALACIONES</b>				<b>2500</b>
Remodelación del ambiente	1	Global	2500	2500
<b>EQUIPOS</b>				<b>4300</b>
Laptop	1	Unidad	1200	1200
Proyector multimedia	1	Unidad	2000	2000
Parlantes 2500 watts	4	Unidad	150	600
Ecran Retráctil – Fijo (Techo- pared) de 4.00 (ancho) x 3.00 (alto)	1	Unidad	250	250
Micrófono inalámbrico	2	Unidad	50	100
Impresora multifuncional a colores	1	Unidad	150	150
<b>MUEBLES</b>				<b>1100</b>
Escritorio	2	Unidad	350	700
Silla de oficina	2	Unidad	200	400
<b>BIENES DE CONSUMO</b>				<b>1030</b>
Papelotes	100	Unidad	0.5	50

Plumones	100	Unidad	2	200
Papel bond	10	Millar	24	240
Cartulina	100	Unidad	0.5	50
Papel lustre	100	Unidad	0.5	50
Cartucho de tinta B/N para impresora	4	Unidad	50	200
Cartucho de tinta a color para impresora	4	Unidad	60	240
<b>CAPACITACIÓN DOCENTE</b>				<b>1000</b>
Docente capacitador	1	Unidad	1000	1000
<b>ESCUELA DE PADRES DE FAMILIA</b>				<b>1000</b>
Docente capacitador	2	Unidad	500	1000
<b>PUBLICIDAD</b>				<b>8400</b>
Afiche	1000	Unidad	2.5	2500
Agenda cultural Escolar	1000	Unidad	5	5000
Página Web	1	Unidad	900	900
<b>SERVICIOS</b>				<b>1000</b>
Alquiler de DVD original para proyección de películas	20	Unidad	50	1000
<b>TOTAL</b>				<b>20330.00</b>

### 3.9. Cronograma

N°	ACTIVIDADES	METAS	CRONOGRAMA												RESPONSABLES	
			E	F	M	A	M	J	J	A	S	T	N	D		
01	Elaboración del proyecto de creación del Centro cultural escolar de la Institución Educativa	01	X													Personal Directivo y Personal Docente
02	Aprobación del proyecto de creación del Centro cultural escolar de la Institución Educativa	01	X													Personal Directivo
03	Firma de convenios con instituciones y empresas	10		X	X	X										Personal Directivo
04	Implementación del Centro cultural escolar	01		X												Personal Directivo y Personal Docente

	de la Institución Educativa														
05	Talleres de capacitación docente sobre protección y defensa del patrimonio cultural	03			X			X			X				Personal Directivo
06	Talleres de capacitación docente sobre gestión del patrimonio cultural	03			X			X			X				Personal Directivo
07	Actualización del Proyecto Educativo Institucional incluyendo la gestión cultural	01	X												Personal Directivo y Personal Docente
08	Elaboración del Plan Estratégico y Plan Operativo del Centro Cultural Escolar	01		X											Personal Directivo y Personal Docente

09	Elaboración de la Agenda Cultura Escolar anual	01		X											Personal Directivo y Personal Docente
10	Instalación del Comité responsable del Centro Cultural Escolar	01		X											Personal Directivo
11	Escuela de padres de familia sobre la importancia de la formación sociocultural en sus hijos e hijas	02			X					X					Personal Directivo y Personal Docente
12	Escuela de padres de familia sobre arte y cultura peruana	02							X				X		Personal Directivo y Personal Docente

## FUENTES CONSULTADAS

- Antoine-Faúndez, C. & Carmona-Jiménez, J. (2015). Museos y jóvenes: entre la incompreensión y el desencanto. Percepciones y argumentos juveniles sobre el consumo cultural de museos en Chile. *Arte, Individuo y Sociedad*, 27(2), 227-242. Recuperado de: <http://revistas.ucm.es/index.php/ARIS/article/view/44561/45854>
- Arroyo, G. (2011). *Consumo cultural en jóvenes estudiantes de pregrado de la Pontificia Universidad Católica del Perú* (Tesis de licenciatura). Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima, Perú.
- Bird, M. *et al.* (2014). *Hacia un nuevo modelo de las decisiones de compra: lógicas de consumo en jóvenes universitarios limeños*. Lima: Centro de Investigación de la Universidad del Pacífico.
- Bisbal, M. (1999). De la idea del consumo cultural: Teoría, perspectivas y propuestas. *Comunicación*, 108, 32-39. Recuperado de: [http://www.gumilla.org.ve/Comunicacion/COM108/COM108\\_Bisbal.htm](http://www.gumilla.org.ve/Comunicacion/COM108/COM108_Bisbal.htm)
- Brito, Y. (2015). *El consumo cultural del Paquete en jóvenes universitarios* (Tesis de licenciatura). Universidad Central “Marta Abreu” De Las Villas. Santa Clara, Cuba. Recuperado de: <http://dspace.uclv.edu.cu/bitstream/handle/123456789/5703/Trabajo%20de%20Diploma%20Yecenia%20Brito.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Buxó, M. (1990). Vitriñas, cristales y espejos: Dos modelos de identidad en la cultura urbana de las mujeres Quiche de Quetzaltenango. En: Alcina, J. (Comp.), *Indianismo e indigenismo en América*. Madrid: Alianza Editorial.
- Camilleri, C. (1985). *Antropología cultural y educación*. Suiza: UNESCO.
- Caro, D. & Vásquez, A. (2012). Consumo cultural y uso del tiempo libre en universitarios del área metropolitana. *En-Clave Social*, 1(2), 8-18. Recuperado de:



<http://repository.lasallista.edu.co:8080/ojs/index.php/EN-Clave/article/view/352/167>

- Casillas, M. *et al.* (2014). Las preferencias musicales de los estudiantes de la Universidad Veracruzana. *Sociológica*, 81, 199-225. Recuperado de: <http://www.scielo.org.mx/pdf/soc/v29n81/v29n81a6.pdf>
- Castro, C. (2011). *La agrupación estudiantil en las prácticas culturales del mundo extra-aulas en el campus universitario*. (Tesis de doctorado). UNAM, México D.F., México. Recuperado de: [https://www.ses.unam.mx/integrantes/uploadfile/sgarcia/Castro2011\\_Tesis.pdf](https://www.ses.unam.mx/integrantes/uploadfile/sgarcia/Castro2011_Tesis.pdf)
- Chaparro, H. & Guzmán, C. (2017). Jóvenes y consumo cultural. Una aproximación a la significación de los aportes mediáticos en las preferencias juveniles. *Anagramas*, 15(30), 121-142. Recuperado de: [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_abstract&pid=S1692-25222017000100121](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S1692-25222017000100121)
- Chartier, R. (1993). *Prácticas de la Lectura*. La Paz: Editorial Payot Rivages.
- Cohen, A. (1982). Belonging the experience of Culture. En: Cohen, A., *Belongin, identity and social organization in British rural cultures*. Manchester: Manchester University Press.
- Colegio Mayor de Santo Tomás de Aquino. (2011). Centro Cultural. Recuperado de: <http://digeu.usac.edu.gt/index.php/unidades/arte-cultura-y-deporte/centro-cultural-universitario>
- Colegio Metropolitano. (2010). Centro Cultural. Recuperado de: [https://web.facebook.com/pages/category/Library/Centro-Cultural-Metropolitano-Comfamiliar-Atlantico-205808539483180/?\\_rdc=1&\\_rdr](https://web.facebook.com/pages/category/Library/Centro-Cultural-Metropolitano-Comfamiliar-Atlantico-205808539483180/?_rdc=1&_rdr)
- Consejo Nacional de Educación (2011). *Políticas educativas 2011-2016: agenda común nacional-regional*. Lima: Consejo Nacional de Educación, Mesa Interinstitucional de Gestión y Descentralización.
- Consejo Nacional de Educación. (2015). *Proyecto educativo nacional: balance y recomendaciones 2014*. Lima: Consejo Nacional de Educación.
- Cortés, D. (2012). *Cultura y educación. Consumo musical en los jóvenes en la UPN*. (Tesis de doctorado). UPN, México D.F., México. Recuperado de: <http://200.23.113.51/pdf/28873.pdf>

- Cuadrado, M. & Berenguer, G. (2002). *El consumo de servicios culturales*. Madrid: Esic Editorial.
- Cuche, D. (1996). *La noción de cultura en las ciencias sociales*. Buenos Aires: Nueva Visión.
- Deremble, C. (2012). Educación para la aceptación y la promoción de la diversidad cultural. *Signo educativo*, 21(211), 12-15.
- Duran, S., Guevara, D. & Valencia, S. (2010). *Consumo cultural universitario*. Bogotá: Universidad Sergio Arboleda.
- ENPCC. (2013). Encuesta nacional de participación y consumo cultural. Santiago de Chile: Consejo Nacional de la Cultura y las Artes.
- Ferreiro, E. (1982). *Nuevas perspectivas de los procesos de Lectura y Escritura*. México D.F.: Editorial Siglo XXI.
- Finck, C. & Forero, M. (2011). *Significados del consumo cultural: experiencias de un grupo de jóvenes universitarios*. (Tesis de maestría). Universidad de Sonora, Sonora, México. Recuperado: <http://biblioteca.clacso.edu.ar/Colombia/alianza-cinde-umz/20091028070647/tesis-pinilla.pdf>
- Freire, P. (s/f). Entrevista a Paulo Freire. Constructor de sueños. Recuperado de: <http://www.youtube.com/watch?v=zwri7pO8UHU>
- Fundación Santillana (2014). *Fortalezas y debilidades de la educación básica en el Perú: análisis, conclusiones y ponencias*. Lima: Fundación Santillana.
- García Aretio, L. (1992). *Educación Vital para profesores*. Madrid: DGT.
- García Canclini, N. (1999). El consumo cultural: una propuesta teórica. En: Sunkel, G. (Coord.), *El consumo cultural en América Latina*. Bogotá: Convenio Andrés Bello.
- Giesecke, M. (2012). *Políticas educativas culturalmente inclusivas: RED HUAYCÁN EDUCA*. Lima: Ministerio de Educación del Perú: OEI, Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura.
- González, A. (2017). *La enseñanza de las leyendas canarias y canciones populares infantiles en la escuela unitaria* (Tesis de maestría). Universidad de La Laguna, Santa Cruz de Tenerife, España.
- González, I. (2005). *Conservación de bienes culturales: Teoría, historia principios y normas*. Madrid: Cátedra.

- Goodenough, W. (1975). "Cultura, lenguaje y sociedad". En Kahn, J. (Comp.), *El concepto de cultura: textos fundamentales* (pp. 157-248). Barcelona: Anagrama.
- Guédez, V. (2001). *Gerencia, Cultura y Educación*. Caracas: Fondo editorial Tropykos.
- Guzmán, R. (2013). Usos del tiempo y consumo cultural de los estudiantes universitarios. *Revista de la educación superior*, 42(165), 171-176. Recuperado de: [http://publicaciones.anui.es.mx/pdfs/revista/Revista165\\_S3A3ES.pdf](http://publicaciones.anui.es.mx/pdfs/revista/Revista165_S3A3ES.pdf)
- Haro-Jiménez, L. et al. (2011). Factores sociodemográficos asociados al consumo cultural, del tiempo libre y de medios de comunicación en la educación superior de una universidad pública en Guadalajara. *Revista de Educación y Desarrollo*, 18, 75-82. Recuperado de: [http://www.cucs.udg.mx/revistas/edu\\_desarrollo/anteriores/18/018\\_Haro.pdf](http://www.cucs.udg.mx/revistas/edu_desarrollo/anteriores/18/018_Haro.pdf)
- Herbert, M. (1965). *El hombre. unidimensional*. México D.F.: Editorial Joaquín Mortiz.
- Hernández, C. (2005). *Influencia de los modelos de consumo cultural emitidos por Venevisión y TVES en la construcción de la identidad cultural. Un estudio en jóvenes entre 15 y 17 años de edad del Municipio Chacao de la ciudad de Caracas* (Tesis de licenciatura). Universidad Central de Venezuela, Caracas, Venezuela.
- Hinojosa, C. (2012). Educación y consumo cultural: una aproximación a los públicos universitarios. *Ciencia, Docencia y Tecnología*, 23(44), 171-196. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/pdf/145/14523080006.pdf>
- León, W. (2010). Propuesta de cultura patrimonial para generar políticas y estrategias educativas. *Tradición*, 2(10), 42-46.
- Martínez, N. (2011). *Significados del consumo cultural: experiencias de un grupo de jóvenes universitarios*. (Tesis de maestría). Universidad de Sonora, Hermosillo, México. Recuperado de: <http://biblioteca.clacso.edu.ar/Colombia/alianza-cinde-umz/20091028070647/tesis-pinilla.pdf>
- Meneses, B. (2005). *Consumo cultural de medios impresos y electrónicos que realizan los jóvenes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Occidente*. (Tesis de maestría). Universidad Iberoamericana, México D.F., México. Recuperado de: <http://www.bib.uia.mx/tesis/pdf/014580/014580.pdf>
- OCDE. (2016). *Avanzando hacia una mejor educación para Perú*. Lima: Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos.

- Oliart, P. (2011). *Políticas educativas y la cultura del sistema escolar en el Perú*. Lima: IEP.
- Olmos, H. (2004). *Gestión cultural y desarrollo: claves del desarrollo*. Barcelona: Agencia española de Cooperación Internacional para el Desarrollo Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación.
- Ortiz, N. (2014). *Consumo de moda e identidad en jóvenes universitarios de Lima Norte* (Tesis de maestría). Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima, Perú.  
Recuperado de:  
[http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/cybertesis/3860/Ortiz\\_en.pdf?sequence=1](http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/cybertesis/3860/Ortiz_en.pdf?sequence=1)
- Portocarrero, M. (2017). *Estudio comparativo sobre el consumo cultural de los universitarios de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos y la Universidad San Martín de Porres 2017* (Tesis de maestría). Universidad César Vallejo, Lima, Perú. Recuperado de:  
[http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/9016/Portocarrero\\_PM.pdf?sequence=1](http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/9016/Portocarrero_PM.pdf?sequence=1)
- Puccio, X. (2014). *Vincularte. Una marca posicionada en las nuevas tecnologías* (Trabajo de grado). Universidad de Palermo, Buenos Aires, Argentina.  
Recuperado de:  
[https://fido.palermo.edu/servicios\\_dyc/proyctograduacion/archivos/2852.pdf](https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyctograduacion/archivos/2852.pdf)
- Rojas, M. (2011). *Identidad cultural e integración. Desde la ilustración hasta el romanticismo latinoamericano*. Bogotá: Bonaventuriana.
- Rosales, J. (2008). *Las rutas del cuerpo en el currículo nacional: un estudio sobre la socialización del cuerpo en las políticas educativas* (Tesis de maestría). Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima, Perú.
- Solá, B. & Gómez, M. (2010). Extrem' Arte: Musealización y Gestión Cultural en el IESO de Hoyos. *Cáparra: Revista de innovación y experiencias educativas de los Centros de Profesores y Recursos de la Provincia de Cáceres*, 9, 110-115.  
Recuperado de: <http://hdl.handle.net/11162/28966>
- Suárez, J. & Alarcón, J. (2015). Capital cultural y prácticas de consumo cultural en el primer año de estudios universitarios. *Revista Interamericana de Educación de*

- Adultos*, 1, 43-62. Recuperado de: <http://www.crefal.edu.mx/rieda/images/rieda-2015-1/exploraciones2.pdf>
- Suárez, R. (2011). Políticas educativas e interculturalidad: aportes desde la experiencia. En Acuña, J. et al. (Eds.), *Educación rural andina: capacidades tecnológicas y desafíos territoriales* (pp. 187-202). Lima: Desco.
- Tavares, J. (2009). Bibliotecas comunitarias de Fe y Alegría. Una Experiencia de Fe y Alegría en Brasil. En: Carrasco, L. (Comp.), *Bibliotecas Comunitarias* (pp. 35-60). Santo Domingo: Federación Internacional de Fe y Alegría.
- Terrazas, I. (2014). *Estudio sobre hábitos de consumo cultural y musical en estudiantes de la Universidad Autónoma de Chihuahua (México)*. (Tesis de doctorado). Universidad de Granada, Melilla, España. Recuperado de: <https://hera.ugr.es/tesisugr/23075193.pdf>
- Terrazas-Bañales, F., Lorenzo, O. & González-Moreno, P. (2013). Consumo musical de estudiantes universitarios de México. Una comparación entre alumnos de distintas facultades de una universidad mexicana. *Leeme*. Recuperado de [musica.rediris.es/leeme/revista/terrazasetal13.pdf](http://musica.rediris.es/leeme/revista/terrazasetal13.pdf)
- Torres, C. (2013). Nos divertimos y aprendemos a través de las ondas. *Revista Arista Digital*, 33. Recuperado de: [http://www.afapna.es/web/aristadigital/archivos\\_revista/2014\\_diciembre\\_3.pdf](http://www.afapna.es/web/aristadigital/archivos_revista/2014_diciembre_3.pdf)
- UNESCO & LLECE. (2013). *Las políticas educativas de América Latina y El Caribe*. Santiago de Chile: Oficina Regional de Educación para América Latina y el Caribe.
- Villafaña, N. (2013). *Consumo y apropiación cultural entre los estudiantes de la licenciatura en Turismo de la UAEMex*. (Tesis de licenciatura). UAEM, México D.F., México. Recuperado de: <http://ri.uaemex.mx/bitstream/handle/20.500.11799/13726/411631.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Villeda, N. (2012). *Evaluación de la experiencia de gestión cultural municipal: paseo el Carmen, Santa Tecla* (Tesis de maestría). Universidad centroamericana “José Simeón Cañas”, El Salvador, el Salvador. Recuperado de: <http://www.uca.edu.sv/gescom/wp-content/uploads/2017/03/tesis14.pdf>

# ANEXOS



**Anexo 001**  
**Guía de preguntas**  
**Focus Group - Padres de familia**

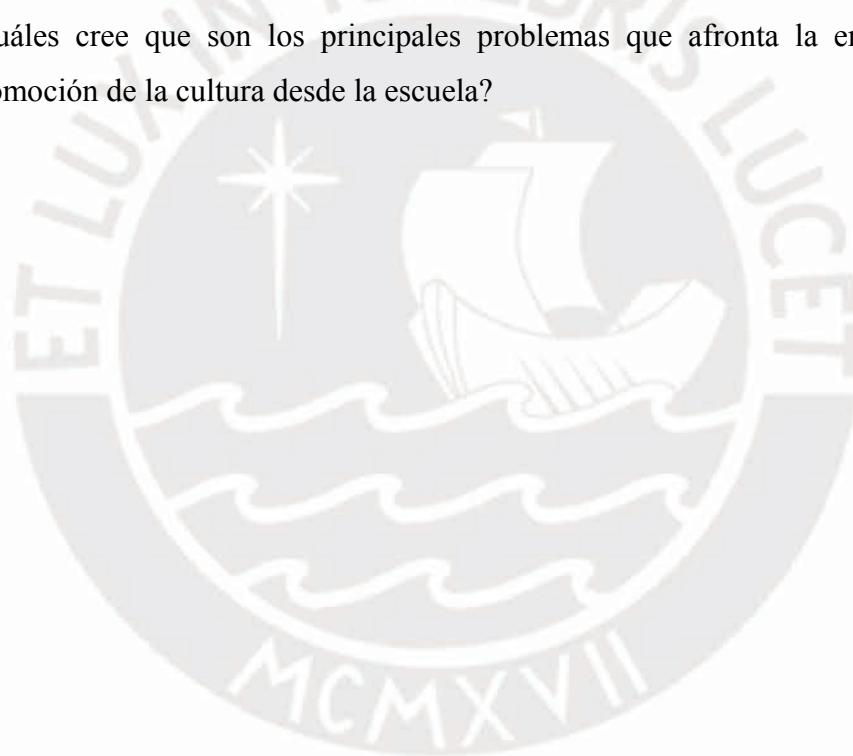
1. ¿Considera importante la enseñanza de la cultura para la formación integral de su hijo/a? ¿Por qué razón?
2. ¿De qué manera promueve o incentiva actividades culturales en su hijo/a?
3. ¿Qué opinión tiene Ud. sobre los profesionales que se encargan de la cultura? (i.e. antropólogos, historiadores, literatos, artistas, etc.?)
4. Según su opinión personal, clasifique según la importancia: 1 (poco importante), 2 (relativamente importante) y 3 (muy importante)

Ciencias Naturales (Física, Química, Biología)	Ciencias Sociales (Antropología, Historia, Sociología, etc.)	Ciencias Formales (Lógica, Matemática)

5. ¿Ha pensado o tiene en mente qué carrera le gustaría que su hijo/a elijan a futuro? ¿Por qué?

**Anexo 002**  
**Guía de preguntas**  
**Focus Group - Docentes**

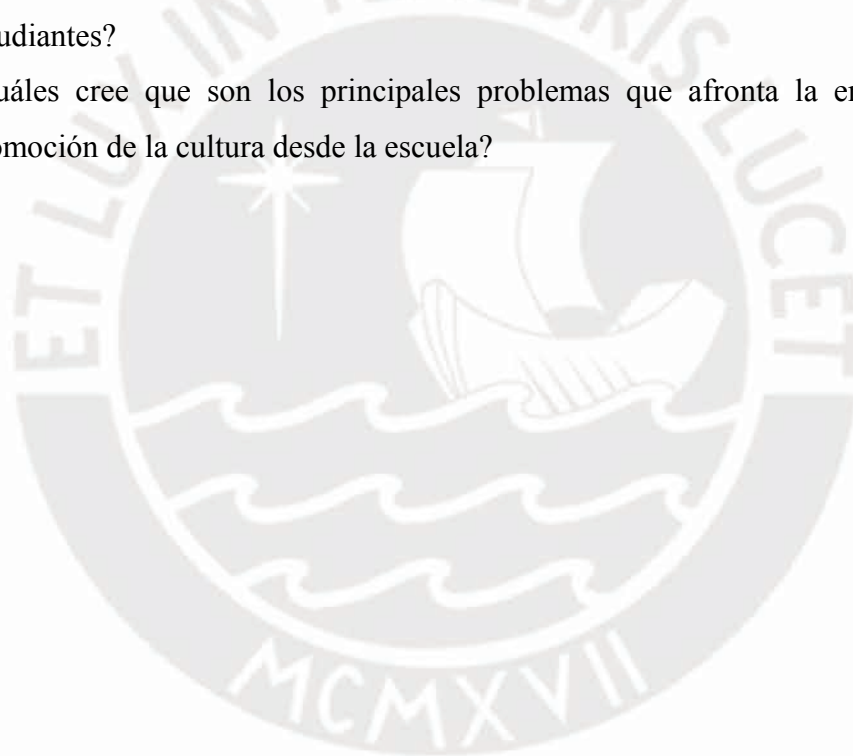
1. ¿Qué entiende Ud. por “cultura”?
2. ¿Considera importante la enseñanza y promoción de la cultura para la formación integral de sus estudiantes? ¿Por qué razón?
3. ¿Promueve o incentiva actividades culturales en sus estudiantes? Si la respuesta es afirmativa describa el cómo.
4. ¿Cuáles cree que son los principales problemas que afronta la enseñanza y promoción de la cultura desde la escuela?





**Anexo 003**  
**Guía de preguntas**  
**Entrevista - Director**

1. ¿Qué entiende Ud. por “cultura”?
2. ¿Considera importante la enseñanza y promoción de la cultura para la formación integral de sus estudiantes? ¿Por qué razón?
3. ¿Cuál es el lugar que ocupa la cultura dentro de la política educativa nacional?
4. ¿De qué manera su gestión promueve o incentiva actividades culturales en sus estudiantes?
5. ¿Cuáles cree que son los principales problemas que afronta la enseñanza y promoción de la cultura desde la escuela?



## Anexo 004

**ENCUESTA SOBRE  
CONSUMO Y PRÁCTICAS  
CULTURALES EN  
ESTUDIANTES DE  
EDUCACIÓN SECUNDARIA**

-----  
**I. DATOS  
SOCIODEMOGRÁFICOS**  
-----

**1. Sexo**

- (a) Hombre  
(b) Mujer

**2. Edad:**

- (14) (15) (16) (17) años

**3. Grado de Educación Secundaria:**

- (4) (5) grado

**4. Vives con:**

- Padre y madre  
 Solo madre  
 Solo padre  
 Otro familiar

-----  
**II. ESPECTÁCULOS  
ARTÍSTICO  
CULTURALES**  
-----

**5. Mencione tres palabras con las que Ud. relaciona la palabra cultura**

- (a) \_\_\_\_\_  
(b) \_\_\_\_\_  
(c) \_\_\_\_\_

**6. ¿A qué tipo de espectáculo asiste Ud. con mayor frecuencia?**

- (a) artes visuales (exposiciones de pintura, fotografía, escultura, grabado, dibujo, video-arte/performance)  
(b) teatro  
(c) danza, ballet y/o baile  
(d) conciertos musicales  
(e) cine  
(f) otro: \_\_\_\_\_

-----**ARTES VISUALES**-----

**7. ¿Asiste a eventos de artes visuales?**

- (a) sí, frecuentemente  
(b) rara vez, de vez en cuando  
(c) nunca en mi vida he asistido

**8. ¿A qué tipo de evento de arte visual asiste Ud. con mayor frecuencia?**

- (a) pintura  
(b) fotografía  
(c) escultura  
(d) dibujo  
(e) videoarte performance  
(f) grabado  
(g) otro: \_\_\_\_\_

**9. ¿Cuál es el principal tipo de espacio al que frecuenta cuando asiste a un evento de arte visual?**

- (a) sala especializada (galería, museo o centro cultural)  
(b) espacio público acondicionado (calle o plaza)  
(c) espacio privado acondicionado (escuela o universidad)  
(d) otro: \_\_\_\_\_

**10. ¿Cuál es la principal razón por la que no asiste o asiste poco a eventos de arte visual?**

- (a) no me interesan o gustan  
(b) falta de tiempo  
(c) falta de dinero  
(d) falta de información  
(e) solo asisto cuando me invitan o son gratuitos  
(f) no hay lugares especializados  
(g) otros: \_\_\_\_\_

-----**TEATRO**-----

**11. ¿Asiste a obras de teatro?**

- (a) sí, frecuentemente  
(b) rara vez, de vez en cuando  
(c) nunca en mi vida he asistido

**12. ¿A qué tipo de obra de teatro prefiere Ud. asistir?**

- (a) obras clásicas  
(b) comedias  
(c) dramas  
(d) musicales  
(e) terror  
(f) infantiles  
(g) otro: \_\_\_\_\_

**13. ¿Cuál es el principal tipo de espacio al que frecuenta cuando asiste a una obra de teatro?**

- (a) sala de teatro o centro cultural especializado  
(b) espacio público acondicionado (calle o plaza)  
(c) espacio privado acondicionado (escuela o universidad)

- (d) otro: \_\_\_\_\_

**14. ¿Cuál es la principal razón por la que no asiste o asiste poco a obras de teatro?**

- (a) no me interesan o gustan  
(b) falta de tiempo  
(c) falta de dinero  
(d) falta de información  
(e) solo asisto cuando me invitan o son gratuitos  
(f) no hay lugares especializados  
(g) otros: \_\_\_\_\_

-----**DANZA**-----

**15. ¿Asiste a espectáculos de danza, ballet o bailes?**

- (a) sí, frecuentemente  
(b) rara vez, de vez en cuando  
(c) nunca en mi vida he asistido

**16. ¿A qué tipo de espectáculo de danza prefiere Ud. asistir?**

- (a) danza folclórica  
(b) danza moderna  
(c) ballet clásico  
(d) bailes de hip-hop  
(e) bailes de salsa  
(f) otro: \_\_\_\_\_

**17. ¿Cuál es el principal tipo de espacio al que frecuenta cuando asiste a un espectáculo de danza, baile o ballet?**

- (a) sala especializada de danza, teatro o centro cultural  
(b) espacio público acondicionado (calle o plaza)  
(c) espacio privado acondicionado (escuela o universidad)

**18. ¿Cuál es la principal razón por la que no asiste o asiste poco a espectáculos de danza, baile o ballet?**

- (a) no me interesan o gustan  
(b) falta de tiempo  
(c) falta de dinero  
(d) falta de información  
(e) solo asisto cuando me invitan o son gratuitos  
(f) no hay lugares especializados  
(g) otros: \_\_\_\_\_

-----**MÚSICA**-----

**19. ¿Asiste a conciertos de música?**

- (a) sí, frecuentemente  
(b) rara vez, de vez en cuando  
(c) nunca en mi vida he asistido

**20. ¿A qué tipo de conciertos prefiere Ud. asistir?**

- (a) rock
- (b) música folclórica
- (c) balada romántica
- (d) salsa
- (e) cumbia
- (f) pop
- (g) reggaetón
- (h) hip hop
- (i) música clásica/ópera
- (j) heavy metal/rock pesado
- (k) otros: \_\_\_\_\_

**21. ¿Cuál es el principal tipo de espacio al que frecuenta cuando asiste a un concierto?**

- (a) espacio acondicionado (teatro, centro ferial, estadio o centro cultural)
- (b) espacio público (calle o plaza)
- (c) espacio privado (escuela, universidad)
- (d) otros: \_\_\_\_\_

**22. ¿Cuál es la principal razón por la que no asiste o asiste poco a conciertos de música?**

- (a) no me interesan o gustan
- (b) falta de tiempo
- (c) falta de dinero
- (d) falta de información
- (e) solo asisto cuando me invitan o son gratuitos
- (f) no hay lugares especializados
- (g) otros: \_\_\_\_\_

-----CINE-----

**23. ¿Asiste a salas de cine?**

- (a) sí, frecuentemente
- (b) rara vez, de vez en cuando
- (c) nunca en mi vida he asistido

**24. ¿Cuál es el tipo de película que prefiere ver en una sala de cine?**

- (a) acción
- (b) humor
- (c) ciencia ficción
- (d) suspenso
- (e) infantiles
- (f) románticas
- (g) drama
- (h) documental
- (i) cine arte
- (j) históricas
- (k) otras: \_\_\_\_\_

**25. ¿Cuál es el principal tipo de espacio al que frecuenta cuando asiste a un concierto?**

- (a) espacio acondicionado (teatro, centro ferial, estadio o centro cultural)
- (b) espacio público (calle o plaza)
- (c) espacio privado (escuela, universidad)
- (d) otros: \_\_\_\_\_

**26. ¿Cuál es la principal razón por la que no asiste o asiste poco a salas de cine?**

- (a) no me interesan o gustan
- (b) falta de tiempo
- (c) falta de dinero
- (d) falta de información
- (e) solo asisto cuando me invitan o son gratuitos
- (f) no hay lugares especializados
- (g) otros: \_\_\_\_\_

-----  
**III. INFORMACIÓN ADICIONAL**  
-----

**27. ¿Cuál es el principal medio por el cual Ud. se informa sobre los espectáculos artístico-culturales que se realizan en la ciudad?**

- (a) afiches en espacios públicos
- (b) amigos y/o familiares
- (c) internet
- (d) prensa escrita (revistas, periódicos, etc.)
- (e) radio
- (f) televisión
- (g) escuela
- (h) no me informo, no me interesa
- (i) otros: \_\_\_\_\_

**28. ¿Cuándo Ud. asiste a un espectáculo artístico-cultural lo hace en compañía de alguien?**

- (a) prefiero asistir solo
- (b) prefiero asistir con familiares
- (c) prefiero asistir con amigos de la escuela
- (d) prefiero asistir con amigos del barrio

**29. ¿Según tu qué necesita la ciudad para aumentar la cantidad y calidad de espectáculos artístico-culturales?**

- (a) políticas culturales
- (b) mayor presupuesto y promoción por parte de la

- municipalidad y el gobierno regional
- (c) a la gente no le interesa los espectáculos artístico-culturales
- (d) inversionistas privados / empresarios
- (e) incentivar a los niños y jóvenes desde la escuela o universidad
- (f) otros: \_\_\_\_\_

**30. ¿Según tu qué necesita la escuela para aumentar la cantidad y calidad de espectáculos artístico-culturales?**

- (a) mayor presupuesto y promoción por parte de la dirección
- (b) que la cultura se incluya en las actividades de aprendizaje
- (c) asignaturas de/sobre cultura
- (d) a los estudiantes no le interesa los espectáculos artístico-culturales
- (f) otros: \_\_\_\_\_

-----  
**NO COMPLETAR**  
-----

<b>Nombre de la Institución Educativa</b>
<b>Fecha de aplicación de la encuesta</b>