

**REPÚBLICA DE CUBA**



**UNIVERSIDAD DE MATANZAS**

**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES**

**CONSUMO CULTURAL COMO MEDIO DE TRANSFORMACIÓN SOCIAL EN LA  
FORMACIÓN DEL ESTUDIANTE DE GESTIÓN SOCIOCULTURAL PARA EL  
DESARROLLO**

**Tesis presentada en opción al grado científico de Doctor en Ciencias de la Educación**

**Autora: Prof. Aux. Lic. Yaillet Morales Delgado, M. Sc.**

**Matanzas, 2025**

**REPÚBLICA DE CUBA**



**UNIVERSIDAD DE MATANZAS**

**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES**

**CONSUMO CULTURAL COMO MEDIO DE TRANSFORMACIÓN SOCIAL EN LA  
FORMACIÓN DEL ESTUDIANTE DE GESTIÓN SOCIOCULTURAL PARA EL  
DESARROLLO**

**Tesis presentada en opción al grado científico de Doctor en Ciencias de la Educación**

**Autora: Prof. Aux. Lic. Yaillet Morales Delgado, M. Sc**

**Tutoras: Prof. Tit. Lic. Rosa Elvira Alfonso Ramos, Dr. C.**

**Prof. Tit. Lic. Leyda Finalé de la Cruz, Dr. C.**

**Matanzas, 2025**

## AGRADECIMIENTOS

Deseo dejar constancia de mi gratitud hacia todas las personas que me han acompañado en este largo camino, en especial:

- A mi mamá, por siempre estar dispuesta a cubrir todos los espacios necesarios para yo poder dedicar tiempo a mi superación profesional
- A mi hijo, por la paciencia y entendimiento de mi superación profesional
- A mi tutora y amiga Rosa Elvira, que desde un inicio confió en mi, por su paciencia, por compartirme su sabiduría y dedicarme gran parte de su tiempo que es lo más valioso que tiene un ser humano
- A mi tutora Leyda Finalé, por buscar en su complicada agenda de trabajo el tiempo para revisar las versiones de la tesis, estar pendiente de la evolución del proceso doctoral y compartirme sus conocimientos, siempre con respeto y cordialidad
- A mi papá, que desde la distancia me ha apoyado siempre
- A mi amiga del alma, Yinela, por siempre estar ahí, por todo su apoyo incondicional y no dejarme claudicar
- A una persona muy especial que llegó a mi vida cuando menos lo esperaba y se convirtió en mi ángel de la guarda, es ese ser de luz que me hace más llevadero el camino, me ayudó a siempre confiar en que sí se puede y a vivir un día a la vez
- A mis primas, Karina y Daylin, mi tío Juanito y la familia más cercana, por el apoyo y la paciencia, por la espera para poder compartir más momentos y tiempo juntos
- A mi Felipe, que también ha sido parte de este largo camino
- A mis compañeros del departamento de Estudios Socioculturales que me acogieron desde el primer día con mucho cariño, a los que están y a los que se han ido, no pongo nombres para que no me falte ninguno
- A los Dr. C del programa de formación doctoral en Ciencias de la Educación, en especial a todos los que de una forma u otra han contribuido a la construcción de este texto científico, por el aprendizaje, crecimiento personal y profesional que proporcionan
- A mis compañeros de la Facultad de Ciencias Sociales y Humanidades, que también han acompañado este proceso
- A mi par de formación doctoral Arianna, por el apoyo solidario y el acompañamiento que nos hemos dado para animarnos y siempre continuar
- A Dariel, que siempre estuvo dispuesto al intercambio sobre consumo cultural
- A Canito, por su paciencia para guiarme en la utilización del Excel
- A los profesores y estudiantes de la carrera por la colaboración en el desarrollo de la investigación

En fin, A TODOS, los que nombré y los que quedaron incluidos en las generalizaciones y en anonimato, MUCHAS GRACIAS.

## DEDICATORIA

A mi madre con gratitud eterna

A mi hijo, fuente de inspiración para seguir adelante y enseñarle con mi actuar que en la vida los caminos que se inician no se abandonan, que siempre hay que seguir y volver a empezar  
cuantas veces sean necesarias

A la memoria de mi abuela y mi tía que desde algún lugar me acompañan

A los estudiantes y profesores de la carrera Gestión Sociocultural para el Desarrollo

## **SÍNTESIS**

Los estudios de consumo cultural trascienden el acto de comprar o consumir productos y se han convertido en un medio fundamental para entender las sociedades contemporáneas. Es por ello, que son de utilidad para la comprensión contextual de problemáticas de la realidad que el gestor sociocultural busca transformar. Esta investigación tiene como objetivo general: Proponer una metodología que contribuya al tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social en la formación del estudiante de la carrera Gestión Sociocultural para el Desarrollo de la Universidad de Matanzas. El enfoque predominantemente cualitativo y la concepción humanista y dialéctico-materialista, facilitaron la selección de los métodos teóricos y empíricos empleados. Se materializó el resultado científico, en el diseño de una metodología que orienta el tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social en la formación del estudiante de la carrera Gestión Sociocultural para el Desarrollo de la Universidad de Matanzas. La determinación de los fundamentos teóricos, aportó al proceso de formación del estudiante en correspondencia con el modelo del profesional. La aplicación del método criterio de expertos, evidenció la aplicabilidad del resultado científico, y la implementación práctica reafirmó su pertinencia para el reconocimiento de que consumir cultura es un acto humano, social, simbólico y complejo.

## ÍNDICE

<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>1-10</b>
<b>CAPÍTULO 1. FUNDAMENTOS TEÓRICO-METODOLÓGICOS PARA EL TRATAMIENTO DEL CONSUMO CULTURAL COMO MEDIO DE TRANSFORMACIÓN SOCIAL EN LA FORMACIÓN DEL ESTUDIANTE DE LA CARRERA GESTIÓN SOCIOCULTURAL PARA EL DESARROLLO</b>	<b>11-47</b>
<b>1.1 Consumo cultural: aproximaciones teóricas</b>	<b>11-21</b>
<b>1.2 El consumo cultural: su importancia en el ámbito universitario</b>	<b>21-31</b>
<b>1.3 El tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social en la formación del estudiante de la carrera Gestión Sociocultural para el Desarrollo</b>	<b>32-47</b>
<b>CAPÍTULO 2. TRATAMIENTO DEL CONSUMO CULTURAL COMO MEDIO DE TRANSFORMACIÓN SOCIAL EN LA FORMACIÓN DEL ESTUDIANTE DE LA CARRERA GESTIÓN SOCIOCULTURAL PARA EL DESARROLLO, DE LA UNIVERSIDAD DE MATANZAS. ESTADO INICIAL DE LA VARIABLE DE INVESTIGACIÓN</b>	<b>48-79</b>
<b>2.1 Operacionalización de la variable: tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social en la formación del estudiante de la carrera Gestión Sociocultural para el Desarrollo</b>	<b>48-51</b>
<b>2.2 Estado inicial del tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social en la formación del estudiante de la carrera Gestión Sociocultural para el Desarrollo</b>	<b>51-79</b>
<b>CAPÍTULO 3. METODOLOGÍA PARA EL TRATAMIENTO DEL CONSUMO CULTURAL COMO MEDIO DE TRANSFORMACIÓN SOCIAL EN LA FORMACIÓN DEL ESTUDIANTE DE LA CARRERA GESTIÓN SOCIOCULTURAL PARA EL</b>	<b>80-115</b>

<b>DESARROLLO, DE LA UNIVERSIDAD DE MATANZAS</b>	
<b>3.1 Fundamentación, estructura y componentes de la metodología para el tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social en la formación del estudiante de la carrera Gestión Sociocultural para el Desarrollo</b>	<b>80-101</b>
<b>3.2 Validación teórica de la metodología para el tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social en la formación del estudiante de la carrera Gestión Sociocultural para el Desarrollo</b>	<b>102-106</b>
<b>3.3 Valoración de la implementación práctica de la metodología para el tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social en la formación del estudiante de la carrera Gestión Sociocultural para el Desarrollo</b>	<b>106- 115</b>
<b>CONCLUSIONES</b>	<b>116</b>
<b>RECOMENDACIONES</b>	<b>117</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA</b>	
<b>ANEXOS</b>	

## INTRODUCCIÓN

En el siglo XXI, las formas de consumo cultural experimentan una transformación dinamizada por la relación entre lo individual y lo colectivo en la apropiación de los productos culturales. En este sentido, el uso de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TICs), han beneficiado la tendencia a la universalización de las prácticas culturales, las costumbres e ideologías, lo cual trae como consecuencia que, una cultura comience a tener influencia de productos que no son precisamente transmisores de sus rasgos identitarios (Prieto, 2022).

Nunca habíamos sufrido una crisis cultural y ética tan devastadora, que ha mezclado aquello que vale la pena, aquello que deberíamos preservar, querer y recordar, con un diluvio de mensajes frívolos, irrelevantes, “divertidos”. Nunca la cultura había sido tan degradada a mera mercancía, a mero pasatiempo vacío. Nunca ha sido tan abrumadora la presencia colonial en nuestras vidas y en nuestra subjetividad (Prieto, 2022, p.1).

En la defensa de la cultura, como pilar para el desarrollo humano sostenible, ha de entenderse el consumo cultural como el proceso mediante el cual la sociedad se apropia de ese contenido, lo hace suyo y lo utiliza. Para ello, debe promoverse un consumo cultural crítico y diverso.

Ante esta realidad, el sistema de Educación Superior asume el reto de formar profesionales que puedan discernir y valorar críticamente este flujo cultural. Al respecto, en Cuba, el Ministerio de Educación Superior (MES) proyecta su modelo educativo en correspondencia con los objetivos y metas de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible, específicamente con el Objetivo 4. Este refiere, en la Meta 4.7, la promoción de una cultura de paz y no violencia, la valoración de la diversidad cultural y contribución de la cultura al desarrollo sostenible. Asimismo, es consecuente con la Constitución de la República de Cuba (2019) en la cual se legitima, en el artículo 46, el derecho de las personas a la educación, la cultura, la

recreación, el deporte y a su desarrollo integral.

Las universidades cubanas, en este entorno, tienen el desafío de formar estudiantes con pensamiento crítico, capaces de interpretar y valorar el mundo desde una posición analítica y ética. La misión de estas instituciones es: "Preservar, desarrollar y promover, a través de sus procesos sustantivos y en estrecho vínculo con la sociedad, la cultura de la humanidad" (Horruitiner, 2020, p.5). Estos procesos sustantivos son: formación, investigación y extensión universitaria (Horruitiner, 2020).

Para la comprensión del tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social y su importancia en la formación del estudiante universitario, se hizo necesaria la consulta de autores a nivel internacional:

-Los interesados en el estudio de la teoría del consumo cultural y sus relaciones con la sociedad, ofrecen una comprensión multidimensional de cómo el consumo cultural no es un acto pasivo, sino una práctica de significación donde los sujetos negocian y construyen su lugar en el mundo: Martin (1987), García (1993; 1995; 1999), Bourdieu (2010), Sunkel (2002), Mantecón (2012), Almanza (2005), Castaño (2016), Sánchez (2020), Peters et al. (2024) y Viveros (2024).

-Los realizados en el espacio universitario, investigan desde diferentes dimensiones el comportamiento del consumo cultural del estudiante: Bigot (2007), Portocarrero (2017), Villamil & Hurtado (2019), Hurtado & Villamil (2020), Romero (2020), Correa et al. (2021), Ochoa & Abimael (2022), Olmedo (2023), Suárez et al. (2022), Suárez et al. (2023), Hernández et al. (2023), Viera & Flores (2024) y Delgado et al. (2025).

-Los relacionados a la transformación social como desarrollo integral de la sociedad con su origen en el sistema cultural, Petri et al. (2014); la transformación social como un proceso de desarrollo, Carrascal et al. (2021) y la transformación social a partir de la educación en el aula, Pacheco et al. (2020).

En el plano nacional también se cuenta con experiencias investigativas provechosas, entre ellas destacan:

-Los focalizados en el comportamiento del consumo cultural en Cuba: Moras & Rivero (2016; 2019; 2023), Moras (2023), Álvarez & Jiménez (2021), Rivero (2021), Celecia (2021), Carrazco et al. (2021), Fernández (2022), Tellez (2022), Morales et al. (2022; 2024).

-Los relacionados a las prácticas del consumo cultural del estudiante universitario: Gómez et al. (2017), Benítez et al. (2022) y Benítez et al. (2023).

-Los dirigidos al consumo cultural del estudiante en la carrera Gestión Sociocultural para el Desarrollo: Madrigal et al. (2019) valoran la posición con respecto al consumo del teatro como práctica cultural, mientras Pino & Hurtado (2024), lo hacen desde la influencia de las nuevas tecnologías en el consumo cultural.

-Los referidos a la importancia del consumo cultural para la gestión sociocultural, por los conocimientos que aporta sobre el comportamiento de los públicos y la audiencia, en su articulación con estructuras y procesos sociales más generales, la formación del gestor sociocultural y su relación con la transformación social: Zorrilla (2019), Cabrera et al. (2023) y González et al. (2025).

-En el contexto local se halla a Daniel et al. (2013), que describe las prácticas de consumo cultural de los jóvenes entre quince y treinta y cuatro años en el municipio Matanzas, y en la Universidad de Matanzas, Hinojosa (2017), estudia el consumo audiovisual de los jóvenes universitarios.

-En cuanto al proceso de formación, Castillo et al. (2022), aborda el trabajo metodológico para la mejora del proceso de pregrado, Borges (2020) orienta, teórica y metodológicamente al profesor, para la dirección del proceso de formación de la habilidad profesional integradora gestión sociocultural y Hernández & Peñate (2022), muestran resultados parciales de una

investigación que se centra en el trabajo metodológico con un enfoque innovador, desarrollado desde y para la virtualización de la enseñanza como una de las vías de preparación de dicho profesorado, específicamente, en el colectivo de la Disciplina Principal Integradora de la carrera Gestión Sociocultural para el Desarrollo de la Universidad de Matanzas.

Los resultados de los estudios internacionales y nacionales consultados, aportan diferentes teorías del consumo cultural y su práctica en diversos contextos, los alcances y retos. Analizan el espacio universitario como un entorno complejo, marcado por relaciones interculturales, diversidad sociodemográfica y, de manera creciente, por la adopción de las TICs como herramientas de consumo y participación. Otro aspecto importante es que significan factores a tener en cuenta cuando se indaga sobre el consumo cultural en la formación del estudiante universitario, entre ellos: la familia, el lugar de origen, los amigos, las instituciones educativas, las industrias culturales, las preferencias por espacios físicos o virtuales para el disfrute de los productos culturales, entre otros.

En estas investigaciones predomina el estudio descriptivo, comparativo y exploratorio del uso y apropiación de productos culturales, mediante la comparación de la frecuencia de consumo e influencia en gustos y preferencias, en el comportamiento, en la vida cotidiana o ámbito académico del estudiante. Determinan que se observa diferencia en los consumos cuando se identifica a la carrera como principal unidad de análisis. También develan la predilección por los símbolos que favorecen la globalización cultural, en detrimento de la participación en las ofertas culturales institucionales en espacio físico y distanciamiento de las culturas locales.

Los antecedentes del estudio, permiten identificar el consumo cultural como un proceso en cuyo acto de apropiación y uso de los productos culturales se transforma el individuo en sí y a la sociedad en su conjunto. Por tanto, desde una posición educativa se plantea la necesidad de potenciar un aprendizaje desarrollador, que fomente en estudiantes y profesores la capacidad de analizar críticamente el producto cultural que ofrece la sociedad. Esto implica el

desarrollo de habilidades para procesar información, distinguir lo esencial de lo superficial y seguir un proceso de conocimiento que va desde la experiencia concreta hasta la reflexión abstracta y la aplicación práctica.

Lo anterior, conlleva al criterio de Castro et al.( 2015), al plantear que la responsabilidad del consumo cultural en el trabajo pedagógico universitario precisa como desafío “la preparación de los claustros de profesores y el colectivo de estudiantes en la búsqueda de la unidad lógica entre la cultura de la cual son portadores ambos gestores del proceso y las exigencias que la realidad social demanda” (p.34).

No obstante, se aprecian carencias de propuestas pedagógicas que orienten procedimientos para el tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social en el proceso formativo universitario. También es insuficiente en este entorno, el estudio para la aplicación, de la relación dialéctica que se establece entre el consumo cultural como modelador de la sociedad y de cómo esta a su vez influye en las formas de consumo.

Se considera que lo anterior ha de ser centro de atención para los educadores en su práctica pedagógica, con énfasis en las carreras que tienen en su objeto de trabajo y esferas de actuación, formar profesionales capaces de promover el desarrollo comunitario y social a través de la cultura. Este es el caso de la carrera Gestión Sociocultural para el Desarrollo (GSD).

En el modelo del profesional de dicha carrera, se concibe la formación de un estudiante que influya directamente en el enriquecimiento espiritual, en el fortalecimiento de la identidad cultural y sentido de pertenencia, que es lo que le permite reconocerse como parte de un lugar e incluso de un momento determinado. Además, ha de ser capaz de asesorar, mediar y facilitar los procesos de comprensión, apropiación y dinamización de la cultura y la praxis sociocultural, como recursos de mediación y cambio social indispensable en correspondencia con el proyecto social cubano (MES, 2016).

En este sentido, es una potencialidad que la gestión sociocultural se apropie del estudio del consumo cultural para trascender su visión comercial y convertirlo en un recurso hacia el desarrollo humano y social. Mediante el tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social se favorece la preservación y promoción de expresiones culturales locales, el empoderamiento a individuos y comunidades, más el fomento de la participación y el sentido de pertenencia. De este modo, también beneficia la planificación, ejecución y evaluación de procesos de gestión cada vez más participativos y comprometidos.

A partir del intercambio académico y científico con profesionales de la carrera tanto de la Universidad de Matanzas, como de otras instituciones de educación superior del país, así como en los espacios de colectivos de carrera, disciplinas, asignaturas y año académico, condujo a identificar debilidades en el tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social en la carrera GSD, las cuales se manifiestan en la Universidad de Matanzas, ellas son:

- No se aprovecha la relación dialéctica entre consumo cultural y transformación social para que el estudiante lo utilice como medio que potencia el cumplimiento del objeto de trabajo de su profesión
- Insuficiente tratamiento teórico - metodológico del consumo cultural como contenido en la formación del estudiante
- Carencia de orientaciones metodológicas para profesores que posibiliten el tratamiento del consumo cultural como medio para la transformación social en la formación del estudiante

De lo anterior, se determina una contradicción entre: las exigencias del Modelo del Profesional de la carrera GSD que demandan la utilización del consumo cultural como medio de transformación social, y la insuficiente existencia de procedimientos para su tratamiento en la formación del estudiante.

La contradicción orienta a la formulación del problema científico: ¿Cómo contribuir al tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social en la formación del estudiante de la carrera Gestión Sociocultural para el Desarrollo de la Universidad de Matanzas?

Se determina como objeto de investigación: tratamiento del consumo cultural en la formación del estudiante universitario y el campo de acción: tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social en la formación del estudiante de la carrera Gestión Sociocultural para el Desarrollo de la Universidad de Matanzas.

Se declara como objetivo general: Proponer una metodología que contribuya al tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social en la formación del estudiante de la carrera Gestión Sociocultural para el Desarrollo de la Universidad de Matanzas.

El proceso investigativo llevó a las siguientes preguntas científicas que sirvieron de guía a la investigación:

1- ¿Cuáles son los fundamentos teórico-metodológicos que sustentan el tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social en la formación del estudiante de la carrera Gestión Sociocultural para el Desarrollo?

2- ¿Cuál es el estado inicial del tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social en la formación del estudiante de la carrera Gestión Sociocultural para el Desarrollo de la Universidad de Matanzas?

3- ¿Qué estructura y componentes debe tener una metodología que contribuya al tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social en la formación del estudiante de la carrera Gestión Sociocultural para el Desarrollo de la Universidad de Matanzas?

4- ¿Qué resultados se obtienen de las valoraciones teóricas y aplicación práctica de la metodología diseñada para el tratamiento del consumo cultural como medio de transformación

social en la formación del estudiante de la carrera Gestión Sociocultural para el Desarrollo de la Universidad de Matanzas?

Para dar cumplimiento al objetivo se desarrollaron las siguientes tareas investigativas:

1- Fundamentación teórico - metodológica que sustenta el tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social en la formación del estudiante de la carrera Gestión Sociocultural para el Desarrollo.

2- Diagnóstico del estado inicial del tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social en la formación del estudiante de la carrera Gestión Sociocultural para el Desarrollo de la Universidad de Matanzas.

3- Determinación de la estructura y componentes de una metodología que contribuya al tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social en la formación del estudiante de la carrera Gestión Sociocultural para el Desarrollo de la Universidad de Matanzas.

4- Valoraciones teóricas y aplicación práctica de la metodología diseñada para el tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social en la formación del estudiante de la carrera Gestión Sociocultural para el Desarrollo de la Universidad de Matanzas.

Las unidades de análisis con las que se trabajó en la investigación fueron: 16 profesores (profesores principales de año (PPA), de las disciplinas Gestión Sociocultural e Historia Cultural y Pensamiento Social y la Jefa de Departamento de Estudios Socioculturales) y 42 estudiantes del Curso Diurno de la carrera GSD en las cohortes 2021, 2022, 2023 y 2024. La selección se realizó sobre la base de criterios establecidos por la investigadora.

La investigación se desarrolló con enfoque predominantemente cualitativo, con el empleo de técnicas cuantitativas. Se sustentó en la concepción humanista y la dialéctico-materialista como método general del conocimiento científico, que permitió concebir la lógica de la investigación como proceso y seleccionar los métodos y técnicas de investigación apropiados.

Facilitó el estudio del objeto en sus manifestaciones concretas y estructurar la metodología para el tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social en la formación del estudiante de la carrera GSD.

Se emplearon, además, métodos del conocimiento científico, tanto del nivel teórico como del empírico. Del nivel teórico fueron de gran importancia: el histórico-lógico, en la determinación de los antecedentes más generales y significativos para conocer el devenir histórico del tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social en la formación del estudiante. El analítico-sintético permitió fundamentar el objeto de investigación, determinar regularidades y las particularidades en el contexto estudiado.

El inductivo-deductivo propició realizar generalizaciones acerca del tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social en la formación del estudiante, procesar la información obtenida y arribar a conclusiones. La modelación permitió establecer las relaciones entre los fundamentos y componentes de la metodología, se empleó en el diseño de la metodología que relaciona pasos y procedimientos para responder a la solución de la problemática identificada y a los requerimientos de aplicabilidad.

En el nivel empírico se emplearon: la revisión de documentos normativos y productos del proceso pedagógico, proporcionó el análisis del tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social en la formación del estudiante de la carrera GSD. La observación, a las actividades metodológicas así como de actividades docentes, de los Grupos Científicos Estudiantiles y al taller final de prácticas laborales, permitió determinar la contribución de este tratamiento a la formación del estudiante de la carrera GSD.

La encuesta mediante cuestionarios, a los estudiantes, facilitó la obtención de información del tratamiento al consumo cultural como medio de transformación social en su formación. El empleo de la entrevista en profundidad a profesores permitió conocer sobre el tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social en la formación del estudiante de la

carrera GSD. La técnica de grupo focal con estudiantes proporcionó información a partir de sus vivencias y complementar la obtenida por otros métodos y la consulta por criterio de expertos; mediante los recursos y procedimientos del Método Delphi, se obtuvieron los criterios valorativos de profesionales con experiencia académica y científica sobre el contenido, viabilidad, factibilidad y valor científico de la metodología propuesta.

La investigación contribuye a la teoría de las ciencias de la educación al ofrecer, de manera crítica y contextualizada, los nexos entre las categorías consumo cultural, transformación social y gestión sociocultural. Se elabora la definición de tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social en la formación de estudiantes de la carrera GSD y se establecen sus dimensiones. Se modela una metodología que reproduce, de manera simplificada, la orientación de su desarrollo y revela las relaciones esenciales de sus componentes, con carácter flexible y ordenamiento lógico.

La significación práctica está dada en la aplicabilidad de la metodología que se propone para la solución al problema planteado, con capacidad de generalización en otras universidades. Permite a los profesores integrar, de forma concreta, el consumo cultural en la formación de los gestores socioculturales, preparándolos para su utilización como herramienta de intervención sociocultural y transformación social en las comunidades.

La novedad científica de la investigación radica en la metodología, que concibe el tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social en la formación del estudiante universitario. Integra las dimensiones cognoscitiva-instrumental, afectiva-valorativa y práctico-comportamental para formar gestores socioculturales como agentes de cambio.

El informe investigativo se estructura en introducción, tres capítulos, conclusiones, recomendaciones, referencias bibliográficas y anexos.

# Capítulo I

## **CAPÍTULO 1. FUNDAMENTOS TEÓRICO-METODOLÓGICOS PARA EL TRATAMIENTO DEL CONSUMO CULTURAL COMO MEDIO DE TRANSFORMACIÓN SOCIAL EN LA FORMACIÓN DEL ESTUDIANTE DE LA CARRERA GESTIÓN SOCIOCULTURAL PARA EL DESARROLLO**

Este capítulo presenta las posiciones teóricas y metodológicas a partir de la comprensión conceptual del consumo cultural y las formas en que se manifiesta en el estudiante universitario. El objetivo fundamental es analizar el tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social en la formación del estudiante de la carrera GSD.

### **1.1 Consumo cultural: aproximaciones teóricas**

La cultura es un amplio concepto, que abarca los rasgos espirituales, materiales, intelectuales y afectivos, tales como: valores, tradiciones, creencias y modos de vida, que caracterizan una sociedad. Dentro de ella, se crean productos tangibles o intangibles, estos pueden ser: rituales, alimentos, bebidas, manifestaciones del arte, normas, leyes, tecnología, entre otros, que trascienden su función práctica para convertirse en símbolos que cuentan la historia sobre una colectividad. Al respecto, Cid (2022), considera que “desde esta mirada, la cultura se conforma por significados y significantes atribuidos por la sociedad como consecuencia de la interacción entre sus miembros” (p.461).

Desde esta perspectiva, la cultura es un tejido de significados que permite entender el mundo y al individuo en sí, pero que también puede ser cuestionada y transformada. Esta se entiende como un fenómeno dinámico, en constante diálogo entre lo local y lo global, donde las tradiciones se reinterpretan y las identidades se configuran a través de intercambios interculturales. De este modo, las expresiones culturales adaptan nuevas influencias, lo que hace que sus rasgos distintivos tampoco sean estáticos y evolucionen constantemente.

Por el entramado complejo de relaciones que se establece en el entorno cultural, en esta investigación, es de interés la definición de cultura que declara la UNESCO (1982), al entenderla como:

el conjunto de rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o un grupo social. Ella engloba, además de las letras y las artes, los modos de vida, los derechos fundamentales al ser humano, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias (p.1).

En este contexto, el consumo es la acción general mediante la cual la sociedad se apropia y usa diversos productos. Este influye en la identidad y la forma en que se expresa un grupo social o cultural, ya sea por el vestuario, los accesorios, los productos o servicios que prefieren. También actúa en la manera en que se vive y experimenta la cultura porque los valores culturales, las tradiciones y la identidad cultural, pueden mediar en la elección de productos y servicios. Es una relación bidireccional donde, la cultura y el consumo, se describen como categorías dependientes en una sociedad.

Por tal motivo, el reconocimiento del consumo, en el estudio de la cultura, es cada vez más un eje de análisis que favorece la comprensión de actitudes, comportamientos y desigualdades en la realidad social. Se considera un proceso versátil que para su investigación requiere de un enfoque interdisciplinario, capaz de integrar diversas miradas teóricas y metodológicas.

Estos presupuestos remiten a Martin (1987), quien determina que:

El consumo no es sólo reproducción de fuerzas, sino también producción de sentidos: lugar de una lucha que no se agota en la posesión de los objetos, pues pasa aún más decisivamente por los usos que les dan forma social y en los que se inscriben demandas y dispositivos de acción que provienen de diferentes competencias culturales (p.231).

Mientras, García (1995), estudia el consumo como un fenómeno sociocultural que redefine las identidades y la ciudadanía en la globalización. Señala que no es solo satisfacer necesidades, sino construir valores, roles sociales y comunidades transnacionales. El ciudadano-consumidor emerge con la privatización de las industrias culturales, aunque el consumo también genera reelaboraciones simbólicas que reinventan la ciudadanía. Las identidades, dinámicas e híbridas, se transforman por influencias transnacionales y desafían narrativas tradicionales basadas en lo local.

Al respecto, Castaño (2016) considera que es obligatorio acercarse a la interpretación de esta nueva realidad, como condición para garantizar la permanencia en el tiempo de lo local, sin renunciar al disfrute del acercamiento a lo global. En referencia a este tema García (1999) plantea:

Los estudios más esclarecedores del proceso globalizador no son los que conducen a revisar cuestiones identitarias aisladas, sino a entender las oportunidades de saber qué podemos hacer y ser con los otros, cómo encarar la heterogeneidad, la diferencia y la desigualdad (p. 30).

Martín (1987) y García (1995; 1999), reconocen que la globalización desplaza los referentes tradicionales de identidad hacia escenarios globales, promueve identidades híbridas, plurilingües y multiétnicas, que se construyen a partir de la interacción con múltiples culturas. Manifiestan la necesidad de profundizar en la relación consumo y acceso, temática que adquiere importancia con el desarrollo de las TICs, porque al no tener todos las mismas posibilidades, provoca desigualdades individuales y colectivas. Además, se asocia el consumo a la práctica sociocultural, en la que se construyen significados y sentidos del vivir, que favorece la comprensión de comportamientos sociales.

Reconociéndose como prácticas socioculturales a los acontecimientos que ocurren en la interacción de las personas junto con las condiciones materiales individuales, colectivas y de

contexto que confluyen en una realidad determinada (Franco, et al., 2021), la autora de este estudio concuerda con que: “el consumo es el conjunto de procesos socioculturales en que se realizan la apropiación y los usos de los productos” (García, 1995, p.41). Cuando este acto de consumo se centra, específicamente, en productos culturales donde prevalece su significación cultural, por encima de su utilidad práctica o valor económico, se convierte en consumo cultural.

En relación con lo anterior, Moras (2008) expone dos paradigmas desde los cuales se estudia el consumo cultural: el positivista y el de la significación. Dentro del primero, se entiende como ciertas prácticas socioculturales que las personas condensan en sus comportamientos, apuntándose al elemento objetivo de las mismas, la actividad realizada, la frecuencia de su ocurrencia, espacio, así como otros elementos que resulten conmensurables. Desde el paradigma de la significación, el fenómeno es concebido como la apropiación y uso de bienes, y los significados y sentidos atribuidos a estos.

Sunkel (2002), al referirse a las investigaciones de consumo cultural, como primer elemento considera que la teoría de este tipo de estudios tiene un escaso uso en otros campos que no sean el de la propia investigación social, y ejemplifica con el poco uso que se le da en la formulación de políticas culturales.

En este sentido, Almanza (2005), sugiere que los estudios de consumo cultural deben ir más allá de lo descriptivo, es preciso indagar en las causas que arrojan los altos o bajos porcentos de consumo, para comprender las relaciones que establece el sujeto de forma individual y colectiva con el mundo que le rodea.

La temática del consumo cultural en las ciencias sociales, se interpreta desde la Sociología, la Antropología, la Psicología Social, entre otras. Estas disciplinas analizan la reproducción social del gusto, cómo se configuran las relaciones de poder, las identidades, las desigualdades y las

estructuras sociales. También abordan la influencia de estas prácticas en la construcción de significados y en la dinámica social donde se viven, se negocian y transforman.

Desde esta perspectiva, es clave entender la teoría de Bourdieu (2010) sobre prácticas culturales y su interacción con la estructura social. Maestri (1998), expone cuatro de los conceptos que este autor determina y son esenciales en el consumo cultural: habitus, campo, capital cultural y codificación.

El habitus es el sistema de disposiciones internalizadas que organiza las prácticas, pensamientos y gustos de un individuo en coherencia con su entorno social. En él se reproduce las condiciones sociales que lo originaron, pero puede reorganizarse en contextos diferentes y generar acciones transformadoras. El gusto, por ejemplo, no es libre, sino resultado de la adaptación a las posibilidades de cada clase social. Se aprecia en la elección de determinados deportes, comidas, libros, casas, lugares de recreación, manifestaciones artísticas, entre otros. Estos constituyen el producto de los efectos que se acumulan por la transmisión cultural a través de la familia y la institución educativa.

En cambio, el campo es un espacio estructurado de relaciones objetivas entre posiciones sociales, que media entre lo individual y lo social. Funciona como una red donde los agentes actúan, pero están limitados por las reglas del campo. Se constituye por la existencia de un capital común (económico, cultural, político, simbólico) y la lucha por su apropiación.

En el caso del capital cultural se refiere a los conocimientos, habilidades, gustos y preferencias que una persona posee, adquiridos mediante la socialización familiar y educativa. Puede existir en estado incorporado (internalizado), objetivado (bienes culturales) o institucionalizado (títulos académicos).

Como último elemento, aparece la codificación, proceso mediante el cual las categorías perceptivas se construyen no solo a partir de propiedades materiales medibles, sino que

también a través de propiedades simbólicas y relacionales. Lo que importa es el valor distintivo de las prácticas y bienes en relación con otros dentro de un sistema simbólico (Maestri, 1998). Estos mecanismos sociales descritos (habitus, campo y la distribución del capital cultural), hallan en la educación una de sus instituciones fundamentales. La educación, desde el punto de vista sociológico, se soporta en procesos formativos que ejercen una influencia en el desarrollo de la conciencia individual y colectiva con el firme propósito de educar ciudadanos para la vida y el mundo (Swift, 2017).

Según Bourdieu (2010), la institución educativa no solo transmite conocimientos, sino que estructura el habitus, distribuye capital cultural y define las competencias legítimas en una sociedad. Esta premisa se desarrolla también por Niebles et al. (2016), para quienes el pensamiento, la subjetividad y el razonamiento crítico no son suficientes en la formación de un individuo competente, en tanto no se cuente con los recursos simbólicos que el sistema educativo valora y reproduce.

La teoría de Bourdieu (2010) encuentra una complementariedad con la histórico – cultural de Vigotsky, que tiene gran influencia en la Psicología educativa y enfatiza en el desarrollo de la personalidad (Guamán et al., 2020; Miranda et al., 2022; Ponce et al., 2023). Estas semejanzas se establecen a partir de que en el habitus y en la Zona de Desarrollo Próximo se reconoce el contexto social y cultural en la formación de la conducta y el aprendizaje.

En el caso del capital cultural se relaciona con las herramientas culturales, mientras el campo se asocia con el contexto social. Por su parte, la codificación se vincula con la mediación, entendida como la forma en que se estructuran y se transmiten los conocimientos y habilidades en una sociedad.

Lo anterior conlleva a determinar que en el consumo cultural de un individuo influye la relación dialéctica entre sus procesos psicológicos y los factores sociales y culturales (familia, escuela, amigos, TICs, influencias educativas espontáneas), en correspondencia con la perspectiva

histórico-cultural de Vigotsky (Miranda et al., 2022). Dichas influencias, se constituyen en la interconexión de factores cognitivos y afectivos que se complementan para precisar vivencias propias en los sujetos. La unión de estos factores constituye una unidad dialéctica y recíproca, que es un principio básico en la configuración de la personalidad (Ponce et al., 2023). Las vivencias le dan sentido al uso y apropiación que el individuo hace de los productos culturales, otorgándole un valor simbólico a partir de las significaciones que adquieren estos productos para su vida.

Desde la Escuela Culturalista Latinoamericana, autores como Martín (1987) y García (1993) enfatizan en el carácter simbólico del consumo cultural. En este caso la autora se adscribe a la propuesta de García (1993) al definirlo como: “el conjunto de procesos de apropiación y usos de productos en los que el valor simbólico prevalece sobre los valores de uso y de cambio” (p.34). En este sentido, el producto cultural no se reconoce por su materialidad, sino por su capacidad de ser apropiado y resignificado en contextos específicos, aportando al desarrollo del patrimonio cultural mediante significaciones que trascienden lo tangible (Téllez, 2019).

La revisión efectuada a las investigaciones de Prueger & Bilmes (2019) y González & Osorio (2024), permitió definir que un producto cultural es una manifestación tangible o intangible creada por el ser humano dentro de un contexto social determinado, que expresa valores, significados e identidades de una comunidad o colectividad. Incluye obras de arte, literatura y música, hasta prácticas rituales, lenguajes, tecnologías y expresiones simbólicas, que pueden ser interpretadas y resignificadas en procesos educativos, sociales y personales.

Esta amplia concepción se refleja en las investigaciones realizadas en la región latinoamericana. De acuerdo con Peters et al., (2024), los estudios muestran un enfoque integral del consumo cultural, que no se limita al acceso de bienes artísticos o de entretenimiento, sino que incluye todas las prácticas sociales vinculadas a la producción,

circulación y apropiación de significados en la vida cotidiana. En ellos, se consideran tanto consumos legítimos avalados por instituciones educativas o culturales como aquellos informales o populares, ejemplos: redes sociales, memes y *fandoms*.

Desde una dimensión histórica, se analiza cómo los consumos culturales en esta región, se moldean por procesos históricos, desigualdades estructurales y políticas públicas o la falta de ellas. Se destaca que este consumo no es solo individual, sino colectivo y comunitario, ejemplo: ferias del libro, festivales y radios comunitarias. Además del impacto en lo digital, a partir de la irrupción de las plataformas digitales, se cuestiona el acceso a lo universal por las brechas digitales profundas (Peters et al., 2024).

En tanto, en el entorno cubano, también se hallan investigaciones de consumo cultural, que incorporan en sus análisis las ideas de García (1993;1999), como forma de apropiación y resignificación de los productos culturales por parte de los consumidores en función de sus propias necesidades y contextos (Fernández, 2022). Tal es el caso, de investigadores del Instituto Cubano de Investigación Cultural Juan Marinello, Moras & Rivero (2016; 2019; 2023) y Moras (2023), quienes consideran el consumo cultural como una práctica donde se construyen significados y sentidos del vivir, lo que lo hace espacio clave para comprender los comportamientos sociales, de ahí la afirmación de García (1995), de que sirve para pensar. Al seleccionar los bienes y apropiarse de ellos, definen lo que se estima públicamente valioso.

Moras & Rivero (2016; 2023) y Celecia (2021) determinan que en Cuba, el consumo cultural se desplazó hacia ámbitos no institucionales, lo que igual se reconoce como consumo cultural informal. Este cambio se asocia fundamentalmente al desarrollo de las TICs y la facilidad que introducen en la producción, distribución y consumo de productos y servicios culturales.

Así mismo, Moras & Rivero (2023) y Moras (2023), concluyen que existe primacía de la comunicación masiva y del hogar como espacio de consumo, principalmente la televisión. Además, del desinterés marcado por un conjunto de manifestaciones de la denominada cultura

clásica, que se muestra en la posición de desventaja de las llamadas bellas artes (artes plásticas, ballet, danza, fotografía).

A juicio de dichos autores, estos comportamientos se asocian a la falta de preparación de la población para interactuar con este tipo de bienes culturales, se responsabiliza fundamentalmente a la familia y la escuela por no haber hecho lo suficiente para desarrollar estos gustos. Se insiste en la escasez de información alrededor de estas manifestaciones, de divulgación sistemática sobre su estado actual, nacional e internacional, de su evolución histórica y características estilísticas, así como la propia ausencia o insuficiencia de espectáculos en vivo en las diferentes regiones del país.

El interés por un grupo reducido de campos artístico-literarios, se evidencia en la preferencia de los sujetos por la música, el cine y, en menor medida, la literatura. Estas elecciones de consumo cultural, también se condicionan por aspectos sociodemográficos y socioestructurales, por el desplazamiento del consumo cultural hacia espacios no institucionales (Celecia, 2021).

En resumen, existe una compleja dinámica de los procesos de consumo cultural, los autores Moras & Rivero (2023), determinan los siguientes elementos con respecto a este tema en Cuba:

-La falta de variedad en una múltiple dimensión se manifestó en estudios realizados en Villa Clara y en Holguín, mostrándose: poca diversidad de programación por géneros y temáticas, la ausencia de espacios propios, que reconozcan la diversidad de los públicos y la necesidad de ambientes psicosociales diferenciados. Así como, la centralización de la oferta cultural y recreativa, además de existir problemas en la divulgación.

-A ello se suman las dificultades económicas. El poco tiempo de ocio disponible, especialmente para las mujeres. También se añadió el insuficiente aprovechamiento de los espacios que existen. Se identificaron escasos conocimientos sobre los gustos e intereses de

la población para planificar y organizar la oferta cultural y recreativa de los territorios. Además de la necesidad de incentivar el talento de las personas y manifestaron problemas con el transporte.

Ante esta realidad, (Moras & Rivero, 2023) proponen que se continúen investigaciones sobre el consumo cultural que consideren las instituciones mediadoras como son: industrias culturales, familia, escuela, comunidad o grupos de iguales. Estos autores abogan por el desarrollo de un consumo cultural participativo e inclusivo, que sea creado entre todos, para todos y donde todos se sienten bienvenidos, representados y con el poder de participar.

Lo anterior, se muestra también en los análisis realizados por Jiménez & Álvarez (2020), Álvarez & Jiménez (2021), Rivero (2021), Carrasco et al. (2021), Fernández (2022), Tellez (2022) y Morales et al. (2022; 2024). Estos investigadores, al igual que la autora de la tesis, se acogen a la definición de consumo cultural de García (1993), en la cual el valor simbólico es un valor otorgado por el individuo a un producto; no es pues, un valor intrínseco al objeto, sino que se deriva de las estructuras simbólicas que la vida social del hombre configura.

En síntesis, la cultura genera productos culturales, los cuales son apropiados a través del consumo cultural, y todo este proceso se manifiesta en las prácticas socioculturales. El consumo cultural, no es solo una práctica reproductiva de estructuras sociales, sino que posee un potencial transformador fundamental en los procesos de cambio social. En el contexto educativo, este potencial se activa cuando se convierte en objeto de reflexión crítica y permite al estudiante decodificar los mecanismos de poder implícitos en las prácticas socioculturales y a la vez, imaginar usos alternativos que contribuyan a la justicia social.

Las revisiones teóricas realizadas posibilitan comprender el consumo cultural como un proceso complejo, en el que convergen dimensiones estructurales y procesos de apropiación psicológica mediados por lo simbólico. Esta integración conceptual permite analizar cómo, en

el ámbito universitario, las prácticas de consumo cultural pueden trascender su función reproductiva para convertirse en espacios de experimentación, crítica y transformación social.

## **1.2 El consumo cultural: su importancia en el ámbito universitario**

El consumo cultural constituye un proceso de apropiación simbólica y reproducción social, por lo que su estudio en el ámbito universitario adquiere particular relevancia. La universidad, como instancia de socialización y distribución del capital cultural, representa un campo privilegiado para observar cómo se configuran, reproducen o transforman estas prácticas.

La educación superior es la etapa en la que se consolida la personalidad, la ética y el pensamiento crítico, con el objetivo de formar al estudiante en el profesional integral que la sociedad demanda (Alarcón et al., 2019). En esta formación, además de proporcionarse los conocimientos de una carrera, mediante métodos y vías para que se apropie de los mismos, también incluye la acción sobre los otros elementos inherentes al ser humano, no debe obviarse al estudiante como ser social, que vive en una comunidad a la cual se debe y con la cual debe dialogar. Por tanto, no solo es significativa la instrucción en la especialidad, es de igual modo necesario el componente educativo (Varona, 2021).

En este sentido, Hinojosa (2012) coincide con Bigot (2007), en señalar la conexión entre educación y cultura, al concretar que los individuos se definen por las relaciones entre tres tipos de cultura: la académica, la que proviene de los medios masivos y la popular que se genera en la comunidad donde el estudiante desarrolla sus interacciones sociales. Cada una de estas formas culturales ejerce influencia en las otras, lo que implica la complejidad de cada hecho cultural.

En correspondencia con la responsabilidad de la cultura académica como mediadora en el desarrollo de la personalidad del estudiante, es importante tener en cuenta que:

las universidades funcionan como agentes culturales, por el amplio número de ofertas que brindan a la comunidad universitaria y, en varias ocasiones, a la población en

general. Bajo esta premisa, se considerará el consumo cultural asociado a la actividad académica como aquel conjunto de actividades culturales que se promueven, difunden y/o facilitan por medio de las instituciones académicas, ya sea dentro de la formación educativa, o bien, como parte de la educación integral de los universitarios y de la sociedad. Se incluyen: uso de la biblioteca, el idioma, la lectura (libros-periódicos-revista), la difusión cultural y otras ofertas culturales como conferencias, pláticas y exposiciones (Portocarrero, 2017, p.26).

Esto implica que la universidad no solo transmite cultura, sino que modela y transforma a través de ella. De ahí que haya sido punto de atención la investigación de la teoría y la práctica del consumo cultural en el ámbito universitario latinoamericano y cubano. El conocimiento de estas experiencias investigativas permite explorar las formas en que se ha abordado el tema del consumo cultural en la enseñanza universitaria. Se hallan estudios comparativos, descriptivos y exploratorios en diferentes contextos, en los que predomina el análisis cuantitativo y carecen las interpretaciones cualitativas.

En relación a lo anterior, Portocarrero (2017), concuerda con Martin (2003), al plantear:

El consumo cultural son aquellas dinámicas que involucran tanto la circulación como la apropiación de mensajes y contenidos. Ello implica no solo su producción, sino el ejercicio activo de recepción y resignificación que está presente en quienes obtienen este tipo de producciones culturales. El consumo cultural son las relaciones y hechos que hacen posible la visibilidad de identidades, valores, costumbres, prácticas e imaginarios, a partir del estudio del consumo específico de bienes, servicios y espacios ofertados especialmente por el sector cultural (p.45).

No obstante, si bien el sector cultural cumple un papel fundamental en la promoción y circulación de las producciones culturales, la configuración de la vida social y las identidades constituyen un proceso más amplio y diverso. Esto se debe al rol que desempeñan en este

sentido el sector educativo, el ámbito familiar y comunitario, los medios de comunicación y entornos digitales, el sector económico y productivo, las instituciones religiosas, políticas y sociales, que contribuyen a definir valores, rituales, imaginarios, tradiciones, costumbres y conocimientos que moldean los modos de vida.

Al concebirse el consumo cultural como un proceso dinámico de apropiación, recepción activa y resignificación de contenidos, se reconoce al estudiante como un agente que interpreta y da nuevo significado a la cultura, la hace suya y visibiliza identidades y valores. Por tanto, la universidad debe actuar de manera proactiva para fomentarlo, fundamentalmente en el contexto del tiempo libre y los medios digitales.

Al respecto, Cabrera et al. (2017), manifiestan la importancia de fomentar una cultura de consumo cultural, así como una gestión adecuada del tiempo libre y los medios electrónicos, por el rol que tiene en la sociedad moderna para el desarrollo del pensamiento y la conducta del hombre. Es en la universidad donde se generan las potencialidades creadoras del estudiante, que se evidencian después en el desempeño profesional. Este proceso de producción y reproducción no es tan simple, pues se relaciona con un conjunto de actividades que revelan en las personas un estado emocional tanto positivo como negativo.

Por ello, las actividades asociadas al consumo cultural en el espacio universitario deben propiciar el análisis colectivo de las respuestas emocionales que provocan los productos culturales. Esta práctica adquiere importancia por su valor formativo, que en ocasiones se ve limitado por el estudiante preferir el consumo digital o tener dificultades de acceso a la oferta cultural presencial. En este contexto, el consumo cultural del estudiante universitario se condiciona por diversos aspectos. Dávila et al. (2017), enuncian que la ubicación de la Universidad Rural del Sur del Estado de Sonora, es una de las causas por la que se dificulta el acceso a la oferta preestablecida del currículum, de otras manifestaciones artísticas y culturales.

Otros elementos que se tienen en cuenta, en la investigación del consumo cultural en el estudiante universitario se exponen por Duche & Andía (2019), quienes lo definen como el consumo de espectáculos artístico-culturales y nombran en esta categoría: cine, conciertos de música, danza, ballet, baile, teatro y exposiciones de artes visuales.

Por otro lado, Castellanos et al. (2019), lo conciben por los hábitos y prácticas culturales. Para ello determinan: el uso de la biblioteca, lectura de libros, de la prensa, la radio, la televisión y las nuevas tecnologías. Denominan como actividades culturales: la visita a exposiciones, teatros, conciertos de música clásica y moderna, museos y ballet. En su estudio concluyen que los estudiantes universitarios relacionan lo cultural con lo artístico, histórico y tradicional como parte de la cultura local, que son configuraciones previas a su ingreso a la universidad.

En el caso de Villamil & Hurtado (2019) y Hurtado & Villamil (2020), también se acogen al consumo cultural asociado a prácticas culturales y agregan a las ya mencionadas la música, cine y danza, televisión, radio, el uso de la tecnología e Internet. Los segundos, añadieron a su estudio del consumo cultural de presentaciones y espectáculos en estudiantes y profesores del Programa de Psicología: la ópera, conciertos, actividades deportivas y el circo.

Estos autores también determinaron el consumo cultural de participación social visto en visitas a monumentos, museos y galerías de arte, además, el consumo cultural de actividades académicas, manifiestas en asistencia a congresos, conferencias, capacitaciones académicas, exposiciones, inauguraciones. Agregan el consumo de lectura a través de libros, periódicos, revistas científicas, revistas de farándula y bases de datos. Asimismo, el consumo cultural de tecnologías como: Internet, redes sociales, blogs, youtubers, telefonía celular y computador. Por último, el consumo de medios de comunicación, entre ellos: televisión, radio y emisora virtual UB (radio *online* de la Universidad de Boyacá).

Hasta este momento, es la más abarcadora, en cuanto a elementos a tener en cuenta en el estudio de consumo cultural. No obstante, se continúa la apreciación de varias formas de

estudiar el consumo cultural en el espacio universitario. Este es el caso, de Romero & Córdova (2020), quienes determinan el consumo del estudiante de bienes culturales (Internet, televisión, libros, revistas diversas, música) y el consumo de servicios culturales (cine, biblioteca, práctica de deporte).

Asimismo, Romero (2020), estudia el consumo como el uso y apropiación de productos culturales en el uso, frecuencia e influencia de la música, cine, danza, teatro, videojuegos, exposiciones, literatura, video, series y artesanías. Mientras, Correa et al. (2021) investigan el consumo en el uso del tiempo libre en la lectura de libros y periódicos, el cine, espectáculos de conciertos, teatro, danzas, exposiciones, museos, música y televisión. Manifiestan actividades culturales como: sacar fotografías, producir videos o material audiovisual; realizar trabajos manuales con fines artísticos o creativos; cantar, tocar algún instrumento o componer música; dibujar, pintar, diseñar o crear una escultura; escribir cuentos, poesía o literatura en general; bailar o participar en coreografías de expresión corporal; haber participado en una representación teatral o cualquier otra actividad artístico-cultural. Estos autores, incorporan la mirada de estudio desde la participación del estudiante en la creación del producto cultural.

La autora de este estudio concuerda con Suárez et al. (2022), en que las universidades son instituciones de cultura encargadas de crear espacios que promuevan la igualdad y una base cultural para la vida profesional. En consecuencia, se propicia el avance en la trayectoria escolar del estudiante universitario, mientras más consumo cultural externo e interno a la institución, mejor desempeño con respecto a las materias que cursan en diferentes áreas de conocimiento. Sin embargo, pocas investigaciones documentan esta relación, los estudios develan más el análisis cuantitativo de la frecuencia, la preferencia y las influencias en las elecciones de consumo cultural, con una breve interpretación cualitativa de los factores que determinan estas elecciones (De Garay et al. 2017).

Lo anterior se aprecia a continuación, en las dimensiones que declaran Suárez et al. (2022):

-La primera dimensión es la asistencia a recintos culturales, en la cual destaca la presencialidad de los estudiantes mediante la asistencia a museos, conciertos musicales, cine, teatro, exposiciones artísticas, danza, así como participación en fiestas religiosas y tradicionales.

-La segunda dimensión es la distribución del equipamiento y el acceso al contenido de los medios audiovisuales, donde se analizan los dispositivos que poseen los estudiantes y el consumo de medios audiovisuales. Se explora la posesión de dispositivos tales como la TV normal, *smart TV*, *laptop*, *tablet* y consola de videojuegos. En cuanto a los medios audiovisuales se observan las señales de TV abierta, TV de paga y el *streaming* (incluye cable y sistemas como *Netflix*).

-La tercera dimensión es el consumo en espacios *streaming* de libre acceso, donde se describe su contenido en las plataformas de música y video.

-La cuarta dimensión, contiene las prácticas académicas en el primer año de la Universidad Veracruzana, se describen las fuentes de consulta de información con fines académicos; las estrategias académicas de profesores y estudiantes para abordar las lecturas disciplinarias; y las actividades académicas complementarias.

La propuesta de Suárez et al. (2022), al igual que la de Suárez et al. (2023), es pertinente para conocer las prácticas culturales de los estudiantes en la era digital. Su principal fortaleza radica en que no se limita al consumo de cine, museos, teatro, eventos comunitarios, sino que incorpora de manera detallada las nuevas formas de consumo digital y mediático. Además, vincula directamente el consumo cultural con el capital académico y las estrategias de aprendizaje, en la búsqueda de cómo los estudiantes utilizan los recursos culturales, tanto digitales como tradicionales, para su formación. Los criterios de De Garay (2017) y Suárez et

al. (2022), permiten concluir que el consumo cultural, no es solo un entretenimiento, sino que es una herramienta para la formación integral del estudiante.

Hernández et al. (2023), también estudian las prácticas culturales por dimensiones: en la académica (organización de las actividades académicas, participación activa en las discusiones de clase y cumplimiento de actividades escolares); en la sociocultural (asistencia y participación en eventos culturales, socialización y expresión cultural); las actividades culturales y espacio social, la asistencia y participación en prácticas culturales como capital incorporado, participación política y la identidad.

Lo expuesto hasta este momento, permite coincidir con Romero (2020) y Chaparro & Guzmán (2017), en que existe una amplia posibilidad de incursionar en los consumos simbólicos de los jóvenes y aportar a los estudios culturales. Durante la formación, el estudiante transita por una etapa fundamental para su vida futura, con cambios psicológicos, apreciación y descubrimiento de nuevas expresiones culturales. Es por ello, que los estudios de consumo cultural se convierten en una herramienta relevante para conocer los usos, codificaciones, decodificaciones y/o recodificaciones del significado social que posee el consumo cultural en su faceta de identificación-diferenciación.

De esta forma, también se concuerda con Delgado et al. (2025) y Romero (2020), quienes plantean que Bourdieu (2010), estima que la educación es la que produce las necesidades culturales, influenciadas por el origen social y los años de escolaridad. Es así como los públicos consumidores culturales se forman, es decir, se construyen por medio de las interacciones e influencias de los grupos familiares, escolares, de amigos y otros. Ante las desigualdades que se presenten, la escuela debe actuar no solo en la perfección del proceso de transmisión cultural que inicia la familia, sino que media en las desigualdades creadas.

En el caso de Delgado et al. (2025), investigan las prácticas, intereses y consumo cultural del estudiante, el consumo y tipos de actividades culturales que realizan. Consideran para ello las

tradicionales, tales como: visita a museos, eventos culturales, casas de cultura o centros culturales, teatros, galerías de arte, cafés culturales, conciertos, cines, sitios arqueológicos, entre otros.

A partir de lo expuesto, la Tabla 1 (Anexo 1) resume los aspectos utilizados por los investigadores que se consultaron para el estudio del consumo cultural en el ámbito universitario, más allá de las manifestaciones del arte tradicionales, estos incluyen: lo tecnológico y lo digital, lo académico, lo sociocultural, la creación activa y espacios no convencionales.

De la revisión bibliográfica se concluye que el consumo cultural en estudiantes universitarios es un fenómeno multidimensional marcado por desigualdades disciplinares y sociales y la transformación digital, de lo físico a lo virtual. La visión de consumo cultural centrada en el arte tradicional cambia hacia una mirada integral y contextual, que es reflejo de una sociedad más compleja, en la cual la cultura se comprende como un proceso vivo, dinámico y relacionado con la vida académica, social y digital de los jóvenes.

En este entorno, la universidad se reconoce como espacio de reproducción y/o cambio de prácticas culturales. Estos estudios, comparten el criterio de que son necesarias políticas que democratizen el acceso y vinculen la cultura con la formación del estudiante, las mismas han de considerar la heterogeneidad de los estudiantes y los nuevos escenarios tecnológicos.

Se determina que es insuficiente la exploración de cómo las universidades, a través de su oferta extracurricular y clima institucional, reproducen o transforman desigualdades en el acceso a la cultura. También falta profundizar en el análisis del rol de los profesores como mediadores culturales y su influencia en los hábitos de los estudiantes. Tampoco se examina cómo nuevas estrategias, entre ellas, el Aprendizaje Basado en Proyectos (Martínez, 2022), podrían vincularse al consumo cultural para fines pedagógicos; ejemplo al crear contenidos audiovisuales críticos o visitas a museos con enfoque educativo.

Se concuerda con Parra et al. (2018) en que la universidad, debe ser asumida como un instrumento de cohesión social, así como de integración democrática, que fomenta los valores y el respeto a la diversidad cultural en el alumnado. Si en ella se forma un consumo cultural crítico en el estudiante, luego este actuará como agente de transformación social (Pacheco, et al., 2020).

Esta mirada es significativa en contextos como el cubano, donde se muestran temas y criterios similares a los expuestos en las universidades de la región latinoamericana. Gómez et al. (2017) plantean que el estudio sobre consumos culturales en el estudiante universitario, es indispensable para resolver aspectos tan importantes como la protección de la diversidad cultural o la formación de ciudadanos competentes a nivel económico, conscientes de su papel en la construcción de la ciudadanía. Por tanto, ven al estudiante como productor de cultura y parte de su gestión.

En esta perspectiva, Benítez et al. (2022), entienden el consumo cultural como una práctica que estructura y condiciona la participación. De esta forma, más allá de hacer una mediación simbólica reproducida, el estudiante se percibe como productor de cultura, capaz de formar parte de su gestión. Estos autores, asumen el consumo cultural a partir de los presupuestos teóricos de García (1993), orienta el análisis teniendo en cuenta los bienes que se ofrecen y las maneras específicas que se emplean, para entender comportamientos sociales.

Mientras, los resultados de Benítez et al. (2023), determinan que en las prácticas de consumo cultural en la Universidad de Oriente, existe una disminución de la participación y el protagonismo de los jóvenes en las actividades de la institución; es insuficiente el conocimiento e inadecuada la correspondencia entre las prácticas culturales institucionales y el conocimiento de las culturas juveniles. Las prácticas de consumos reproducidas y las culturas juveniles en redes de interacciones sociales, constituyen los factores sociales que condicionan la participación cultural, muestra de la influencia de las nuevas tecnologías.

Refleja un bajo porcentaje en los niveles de lectura, asistencia a teatros, librerías, bibliotecas, y la música como una de las manifestaciones artísticas que marcan la identidad de los jóvenes universitarios. Determina como mediaciones que causan tales efectos: las económicas, familiares, comunitarias y socio-estructurales (Benítez et al. 2023).

De los textos que se consultan, es el de Castro et al. (2015), de la Universidad de Granma, el que define el sentido que tiene el tratamiento del consumo cultural en el ámbito educativo, en relación al proceso docente-educativo, al plantear que:

el consumo cultural expresa el proceso complejo y contradictorio en que la apropiación, uso, producción y reproducción de los valores culturales reflejan la síntesis del vínculo entre el hombre y su cultura. Se construye sobre la base del desarrollo histórico, económico, político e ideológico de la sociedad. Tiene como finalidad formar, desarrollar y liberar la conducta del individuo en su relación con el entorno, pero manteniendo la armonía entre ambos (p.7).

De la definición anterior la autora de esta investigación asume el consumo cultural en el ámbito universitario como: el proceso formativo de apropiación y uso del producto cultural, condicionado por el contexto histórico-cultural que tiene como fin preparar al estudiante para una relación profesional con el entorno social, desarrollando su pensamiento crítico y la capacidad de intervenir en las dinámicas culturales de manera transformadora.

En la consulta a los estudios de consumo cultural en las universidades latinoamericanas y cubanas, se identificó que se realizan diferentes recomendaciones, entre ellas: la integración curricular, ya que consideran que se debe incluir la cultura como eje transversal en los planes de estudio, especialmente en carreras como Educación, para fomentar su valor como herramienta de transformación social (Portocarrero, 2017). La propuesta de políticas universitarias para fortalecer la extensión cultural con actividades accesibles y adaptadas a los

intereses estudiantiles (Cabrera et al., 2017). Añaden la promoción de espacios híbridos (presenciales/virtuales) para el consumo cultural (Ochoa & Abimael, 2022).

Además, sugieren que en investigaciones futuras se deben combinar métodos cualitativos y cuantitativos, para profundizar en motivaciones y barreras para el consumo cultural (Villamil & Hurtado, 2019). Así como, el estudio del impacto de las TICs en la redefinición de prácticas culturales (Romero, 2020).

De igual modo, se encuentran perspectivas teóricas recurrentes: la de Bourdieu (2010), en la teoría del capital cultural, habitus y distinción social, explica las diferencias en consumo según disciplina y origen social. Mientras, en García (1993;1999), refiere el valor simbólico de los bienes culturales y su papel en la construcción identitaria. También es una constante el enfoque sociodemográfico, en el cual se determinan por Viera & Flores (2024) como variables clave la edad, el género, los ingresos económicos y la ubicación geográfica.

La mayoría de los estudios realizan el diagnóstico y la fundamentación del consumo cultural en el espacio universitario. En ellas se sientan las bases teóricas que justifican la creación de propuestas pero no se desarrollan. Son insuficientes las investigaciones que detallen programas, acciones didácticas, estrategias, metodologías o modelos que muestren cómo implementar el consumo cultural como medio de transformación social en la formación del estudiante universitario.

Por ello, resulta necesario que se promueva el diseño de propuestas pedagógicas que fortalezcan una enseñanza basada en el tratamiento del consumo cultural, orientándolo de forma intencionada. Es este el caso de la carrera GSD, en cuyo modelo del profesional, dicho tratamiento, le aporta a la formación para la gestión de proyectos, estrategias y acciones comunitarias que favorezcan la satisfacción de necesidades espirituales y el progreso del proyecto social deseado.

### **1.3 El tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social en la formación del estudiante de la carrera Gestión Sociocultural para el Desarrollo**

El tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social se debe desarrollar mediante un proceso pedagógico crítico y participativo. Este tratamiento propicia que el estudiante se apropie de herramientas conceptuales y prácticas para interpretar su realidad cultural, cuestionar estructuras simbólicas dominantes y desarrollar una conciencia crítica respecto a su propio consumo y al de su comunidad. Se sustenta en la realización de un trabajo metodológico reflexivo y contextualizado, que contribuya a la “concepción y empleo de un conjunto de procedimientos metodológicos” (González et al, 2021, p.3).

De este modo, se prepara al profesor para que trabaje en la configuración de las prácticas de consumo cultural de los estudiantes durante el tránsito académico, donde la universidad sea un escenario de transformación social a través del consumo cultural. Con respecto a la transformación social Carrascal, et al. (2021), determinan que: “refleja, pues, cambios en la sociedad a un nivel estructural profundo, un ‘cambio de paso’ fundamental que reconfigura todos los patrones sociales existentes” (de Haas, 2020, p.15). Sin embargo, se considera que el criterio de Canela & Baró (2019) es más afín con los propósitos del modelo del profesional de la carrera GSD. Estos autores la entienden como:

Aquellos procesos que parten de la sociedad con la premisa de mejorar o potenciar el contexto actual y futuro, con la vista puesta en el planeta que dejaremos a nuestros descendientes. El abordaje se plantea desde diferentes ámbitos, incluyendo la tolerancia y el respeto interétnico, la igualdad de género, la interseccionalidad, la justicia social, las relaciones interpersonales, la convivencia intergeneracional, así como el cuidado de la naturaleza desde una perspectiva necesariamente global (p. 1).

Al vincular la transformación social con el consumo cultural existe una relación dialéctica, en la cual la transformación social redefine el consumo cultural al generar nuevas necesidades,

expresiones y políticas culturales, y este a su vez influye en la transformación social al moldear identidades, valores y prácticas. De esta manera, el proceso de formación se convierte en un ciclo dialéctico que transforma al estudiante, quien pasa a ser un agente de transformación de su entorno.

La formación como representación teórica de la realidad, adquiere rasgos distintivos que la definen, enriquecen o diferencian, como sucede con la formación ciudadana, humanista, profesional, laboral, integral, universitaria (Santana, 2022). Así, la formación, en su dimensión conceptual se investiga por la filosofía, la psicología, la pedagogía y otras disciplinas. Analizarla con rigor es clave para la práctica educativa en cualquier contexto profesional (Martínez & López, 2021).

Para Rodríguez et al. (2022), en el pensamiento pedagógico latinoamericano, la única forma de conocimiento que se concibe no es el científico, sino que se considera que la educación debe incorporar la vida afectiva del hombre, lo espiritual y los valores humanos, esenciales para el desarrollo individual y la construcción de una sociedad justa. Se enfatiza en la unidad entre educación e instrucción, la cual resalta el valor formativo-educativo de la didáctica y está en correspondencia con los fines de la educación: la formación de un hombre, plenamente desarrollado y humano.

Al respecto, Alarcón et al. (2019); Pardo & Vigoa (2023) y García & Addine (2024), concuerdan en que la formación es un proceso integral que va más allá de lo académico, en él se desarrollan capacidades físicas, intelectuales y espirituales del individuo para lograr una vida plena y una contribución significativa a la sociedad. Este proceso se construye, histórica y socialmente, mediante la interacción dinámica entre el individuo, su entorno, con la educación integral como base. Los multiprocesos de formación son efectivos cuando hay visión compartida, que permita adaptarse a cambios e impactar positivamente en lo individual y colectivo.

En relación a lo anterior, se está de acuerdo con Barrabia (2016) y Ponce et al. (2023), en que la aplicación del enfoque histórico-cultural es elemental en el proceso de formación. Para adoptar este enfoque del desarrollo humano, Martely et al. (2022) proponen la implementación de una práctica educativa que permita al colectivo pedagógico: identificar y abordar áreas deficitarias que demandan intervención específica, en consonancia con el perfil del ciudadano que se pretende formar, y fomentar el desarrollo de las personalidades individuales de los estudiantes.

En correspondencia con esto, en la pedagogía cubana, la formación se concibe como un proceso sistemático que prepara al sujeto para actuar de manera consciente y creativa, capaz de transformar su entorno y a sí mismo. Actualmente, dicho proceso enfrenta mayores complejidades debido al contexto histórico y al impacto de nuevas tecnologías, las cuales, si bien promueven un modelo consumista, también dinamizan los procesos formativos y facilitan la comunicación en los jóvenes (Barrabia, 2016). Esta autora define que la formación es:

Proceso y resultado de las acciones e influencias educativas para lograr con éxito el modelo o ideal de ser humano correspondiente a una sociedad dada. Implica la relación acertada de lo instructivo y lo educativo organizada conscientemente a nivel general y/o profesional y dirigido estratégicamente (p.5).

En las definiciones expuestas la relación entre lo instructivo y lo educativo son dos pilares fundamentales en el proceso de formación, a los que en la contemporaneidad, los modelos educativos añaden lo desarrollador, criterios a los que se adscribe la autora de esta investigación. Por tanto, coincide con Álvarez (1992) al definir como proceso de formación:

al proceso y el resultado cuya función es la de preparar al hombre en todos los aspectos de su personalidad, que se proyecta a su vez en tres procesos: educativo, como la formación del hombre para la vida; instructivo, en la formación del hombre como trabajador para vivir, y desarrollador, en la formación de sus potencialidades

funcionales o facultades, conformando de esta forma la triada dialéctica: educación, desarrollo e instrucción (pp. 399-400).

Desde la concepción de la Pedagogía y Didáctica de la Educación Superior se comparten criterios sobre el proceso de formación de los profesionales universitarios por constituir un aspecto social y contextualizado. En él, los sujetos que participan se apropian de la cultura, establecen relaciones personales y de colaboración con el fin de solucionar problemas, tomar decisiones y desarrollar su condición humana.

En línea con lo anterior, el Ministerio de Educación Superior, establece en la Resolución No. 47/22 en el proceso de formación del profesional, de modo consciente y sobre bases científicas, que la preparación integral del estudiante se sustenta en una amplia formación humanista, de valores ideológicos, políticos, éticos y estéticos. De este modo, se dota al estudiante de recursos necesarios para su desempeño en la sociedad.

En consecuencia, en la carrera GSD se proyecta la formación de un profesional capaz de lograr la interconexión de los factores socioculturales que se involucran en una comprensión profunda y completa de la realidad. En ella, la gestión sociocultural se entiende, como un proceso dinamizador que incentiva la creación de espacios colaborativos, donde los actores sociales interactúan para cubrir demandas culturales y, al mismo tiempo impulsar, el desarrollo comunitario. Esto implica, no solo preservar y promover las expresiones culturales locales, sino también fortalecer los valores que definen la cultura nacional.

Para lograrlo, es esencial una gestión con enfoque participativo y transformador, que empodere a los individuos y grupos beneficiarios, que promueva un sentido de pertenencia y compromiso social. Esto solo se garantiza mediante acciones planificadas que aúnen a los sujetos (Cabrera et al., 2023).

El plan de estudio de la carrera GSD, concibe la formación de un profesional con herramientas en la transformación de la realidad, con compromiso social, capaz de utilizar con enfoque

interdisciplinar los recursos de las Ciencias Sociales y las experiencias del trabajo cultural, para propiciar la potenciación de iniciativas o proyectos que contribuyan a la elevación de la calidad de vida y la participación de la población. El prefijo -socio acentúa el carácter social de las prácticas culturales, en escenarios donde los futuros graduados pueden desempeñarse: la comunidad, la escuela, la familia, las instituciones socioculturales, empresas y los grupos étnicos y sociales (Martínez, 2010).

En los momentos actuales, la carrera transita por el Plan de Estudio E, que propicia en la formación del estudiante, los siguientes aspectos:

- La gestión sociocultural se ejecuta como proceso que se organiza, planifica y, coordina, utilizando los recursos culturales existentes para generar el cambio y a partir de la transformación que logre, gestar desde la participación, cooperación e implicación de las personas y grupos involucrados, para contribuir al desarrollo social, a escala local y comunitaria.
- La utilización de recursos culturales implica una dimensión de la cultura como recurso de cambio, al tener en cuenta para el diseño y ejecución de acciones o proyectos, la identidad de cada territorio, sus tradiciones, costumbres, mitos y leyendas, sus creencias, los rasgos que tipifican la vida cotidiana, el gusto o preferencia por manifestaciones del arte, la existencia de artistas aficionados, el reconocimiento a los líderes comunitarios y a los gestores existentes de manera natural.
- La intervención es un recurso para el cambio y para lograrlo tiene que existir transformación, evolución; ello implica un salto cualitativamente superior, a partir de del intercambio de todos con todos para contribuir a la salvaguarda de la identidad cultural, a la equidad y justicia social, y con ello al desarrollo social. (Borges, 2020, p.6)

Se coincide con lo planteado por Borges (2018), quien define la gestión sociocultural como: “el proceso realizado con recursos culturales, en su sentido más amplio, dirigido a propiciar, como proceso transformador y de manera progresiva, sostenida e inclusiva, el desarrollo social, principalmente local y comunitario. Se centra en una lógica de planeación, organización, dirección, colaboración, mediación, concertación y control de las acciones, con enfoque multidisciplinar, multilateral y participativo, propiciando la inclusión de todos los sujetos sociales individuales y colectivos, implicados. Se parte, además, del criterio de que estos procesos son pertinentes sólo si integran sostenidamente, acciones de investigación, evaluación, asesoría, capacitación, facilitación, mediación y sistematización (Borges, 2018, pp.15-16).

A partir de lo anterior, se asume para esta investigación, que la gestión sociocultural es: el proceso que reorganiza y crea nuevas formas de hacer desde la intervención sociocultural y la universalización de las relaciones sociales, para gestar el cambio utilizando los recursos culturales existentes, hacia el desarrollo social, esencialmente local y comunitario.

Teniendo en consideración lo expuesto, la gestión sociocultural debe atender al consumo cultural, en primer lugar porque este es un soporte de construcción de identidades individuales y colectivas. La manera en que las personas consumen cultura configura estilos de vida y su sentido de pertenencia, por lo que ignorar este factor influiría en cualquier intento de modificar, fortalecer o consolidar dichas entidades de manera efectiva.

En esta perspectiva, el consumo cultural es un medio de diagnóstico que permite comprender las asimetrías sociales, evaluar las tendencias de consumo y medir su impacto en la construcción o el deterioro del tejido social. De esta forma, propicia el conocimiento de las deficiencias en la aplicación de las políticas culturales y señala tendencias que la gestión sociocultural debe considerar para orientar el desarrollo hacia sus objetivos más genuinos (Martínez, 2015).

El logro de tales propósitos en la carrera GSD, tiene como sustento para el trabajo docente del profesor, el resultado científico de la autora Borges (2020) que determina la habilidad profesional integradora de la gestión sociocultural que se desarrolla por año académico. Ellas son, en orden de primer a cuarto año: caracterización del grupo, proyecto o comunidad intervenido (incluye diagnóstico), planificación y diseño de acciones o proyecto sociocultural, ejecución de las acciones o proyecto de gestión sociocultural y evaluación del proceso de gestión sociocultural.

Este diseño propuesto por Borges (2020), es muy útil para una desarrolladora y efectiva formación profesional. En lo que se discrepa con esta autora es en hacer coincidir la habilidad profesional con el objetivo integrador del año académico. Aunque, esto no es un error, la habilidad profesional por año es el qué, define la competencia básica que el estudiante debe lograr, es su meta práctica al finalizar el año. Mientras, la concepción de un objetivo integrador del año que responda a dicha habilidad, orienta el cómo contextualizado, define la acción compleja que sintetiza los conocimientos de todas las asignaturas para desarrollar esa habilidad.

En este contexto, la organización del proceso de formación del estudiante, se beneficia si se tiene en cuenta el enfoque personológico, porque constituye una visión cognitiva e instrumental aplicada al ámbito educativo, fundamentada en la estructura y funcionamiento de la personalidad. Desde este enfoque, el proceso educativo implica una enseñanza diversificada que exige al profesor adaptar los componentes pedagógicos, tales como: objetivos, contenidos, metodología, organización del aula y evaluación, para responder de manera efectiva a las necesidades de aprendizaje del estudiante (Rodríguez & Portal, 2020). De esta manera, marcha armónicamente el individuo con los intereses de la sociedad y esta a su vez ejerce un papel regulador en la moral y el comportamiento del individuo (Martely et al., 2022).

Lo expuesto, permite orientar al profesor en el tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social en la formación del estudiante de la carrera GSD, basado en tres dimensiones que favorecen la formación desde lo instructivo, lo educativo y lo desarrollador:

-Dimensión cognoscitiva-instrumental: donde se promueva la reflexión crítica sobre el papel del consumo cultural en la construcción de identidades y la transformación social. Además de incluir en los programas contenidos que permitan al estudiante analizar e interpretar símbolos, prácticas y productos culturales. Se debe propiciar la alfabetización digital para el uso de las TICs como forma de acceso al consumo y recurso comunicativo.

-Dimensión afectiva-valorativa: se promueve el fomento de los valores y atributos personales del modelo del profesional. También debe propiciar espacios para la reflexión donde se expresen las emociones en el tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social.

-Dimensión práctico-comportamental: es la que favorece el diseño de actividades que permitan al estudiante intervenir en contextos reales, ya sean en comunidades o instituciones, para aplicar lo aprendido. En ella, se debe incorporar la utilización de los medios digitales, que le permitan comprender y gestionar el consumo cultural mediado por las TICs, e incluir en sus proyectos la evaluación del impacto sociocultural de las intervenciones realizadas.

Para valorar el proceso de formación el profesor debe aplicar la evaluación formativa, que le permite de forma continua y sistemática determinar las mejoras necesarias, tanto de la enseñanza como del mismo aprendizaje. Esto concuerda con Cosi et al., (2020); Muñoz, (2020); Sagarika et al. (2021); Hernández et al. (2021) y Snekalatha et al., (2021), quienes conciben la evaluación formativa como un proceso intencionado y reflexivo, orientado a la mejora continua de los procesos de enseñanza y aprendizaje, cuya esencia radica en:

-Identificación clara de su finalidad derivada de los objetivos educativos planteados con el enfoque centrado en el estudiante

- Establecimiento de procesos adecuados para medir los aprendizajes del estudiante
- Diseño de ejercitaciones sistematizadas y fundamentadas que promuevan la aplicación práctica de conocimientos
- Aplicación de métodos pertinentes y adaptados a las necesidades del contexto
- Retroalimentación oportuna, que facilite el fomento de la autonomía y la autorregulación del aprendizaje
- Atención a la diversidad de necesidades e intereses presentes en el aula, para la implementación de estrategias diferenciadas que garanticen las posibilidades de aprendizaje equitativas para todos
- Mejora continua de la práctica docente y la vinculación con las demandas del sistema educativo y la sociedad

De esta manera, el profesor propicia que los aprendizajes resulten significativos para la vida del estudiante. Al aplicar la evaluación formativa, en el tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social, fortalece en el futuro gestor sociocultural la capacidad de intervenir de manera crítica y transformadora como agente de cambio con herramientas pedagógicas contextualizadas.

A continuación, en la Tabla 2, se plantea lo que el profesor debe dominar para el tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social en la formación del estudiante de la carrera GSD, y cómo debe proceder para dicho tratamiento.

Tabla 2. Dominio y proceder del profesor para el tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social en la formación del estudiante de la carrera GSD

Qué debe dominar del profesor	Cómo debe proceder el profesor
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Concepto de consumo cultural, producto cultural, transformación social y gestión sociocultural</li> <li>- Relación dialéctica entre consumo cultural transformación social</li> <li>- Diagnóstico para el tratamiento del consumo cultural como un medio de transformación social en la formación del estudiante, teniendo en cuenta las dimensiones cognoscitiva, afectiva y comportamental</li> <li>- Aspectos para conocer las formas de consumo cultural mediante el diagnóstico sociocultural (Anexo 2)</li> <li>-Objetivo integrador del año académico</li> <li>-Plan de Estudio E de la carrera GSD</li> <li>-Enseñanza instructiva, educativa y desarrolladora con enfoque personalógico</li> <li>-Productos culturales y su análisis con enfoque interdisciplinario</li> <li>-Evaluación formativa</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1-Aplicación al estudiante del diagnóstico para el tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social</li> <li>2-Identificación de las fortalezas y debilidades, para integrar en la asignatura el tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social</li> <li>3-Relación del tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social con el modelo del profesional de la carrera GSD</li> <li>- En primer año enseña al estudiante qué es el consumo cultural, su relación dialéctica con la transformación social y los aspectos para conocer sobre las formas de consumo cultural, basándose en datos sociodemográficos y el modo de apropiación y uso de los productos culturales</li> <li>- Guía al estudiante en la aplicación de instrumentos de caracterización en una comunidad o grupo específico, para recolectar datos sobre qué y cómo se consume, promueve la habilidad de caracterizar, que incluye diagnóstico</li> <li>- En segundo año facilita que el estudiante aplique técnicas de análisis cualitativo para que interpreten valores, conflictos, identidades y problemáticas identificadas en la comunidad y proponga el diseño de soluciones, desarrolla las habilidades de planificar y diseñar acciones o proyectos</li> <li>-En tercer año orienta y controla que el estudiante ejecute el diseño concebido donde el consumo cultural es un medio de transformación social</li> <li>-En cuarto año comprueba que los estudiantes evalúan proyectos propios o ajenos, analizando cómo la utilización del consumo cultural contribuyó o no, a sus resultados.</li> <li>-Orientación al estudiante para que aplique instrumentos de evaluación de impacto, a un proyecto, política o proceso comunicativo, analizando críticamente el papel del consumo cultural en los resultados</li> <li>4-Evaluación en correspondencia con el año académico, realizando devoluciones periódicas, tanto individuales como grupales que destaquen aciertos y sugieran mejoras.</li> <li>-Promover que el estudiante evalúe su propio proceso y el de sus compañeros.</li> <li>-Utilización de metodologías activas (Aprendizaje Basado en Proyecto), técnicas participativas, TICs</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia

Este tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social se integra en los procesos sustantivos universitarios: formación, investigación y extensión universitaria, concretándose a través del trabajo docente metodológico del colectivo de carrera, el cual debe planificar e intencionar de manera explícita la incorporación de estos contenidos en los

programas de estudio, las estrategias didácticas y los sistemas de evaluación, garantizando así un tratamiento coherente y progresivo a lo largo de la formación.

Para ello, ha de tenerse en cuenta que cuando se educa mediante un sistema bien meditado que comienza con el establecimiento de un ideal de ser humano a formar, se determina: lo que preferentemente los educandos deben aprender, las interacciones con la realidad que deben priorizarse y las formas en que influirá el educador sobre el educando. Esta manera sistemática de proceder en la educación, difícilmente puede hacerse realidad al margen del conocimiento pedagógico. Es a lo que llamamos educación intencional pedagógica. (García et al., 2023).

En este sentido, la formulación de enunciados de intenciones pedagógicas es una tarea que exige rigor y precisión. Sin embargo, no se debe perder de vista que el objetivo del ejercicio es el de orientar la acción pedagógica. No se trata de un ejercicio inútilmente minucioso de fragmentación y de “clasificación en compartimentos” de las intenciones de enseñanza y de aprendizaje. Lo importante es mantener el rumbo sobre la significación y sobre todo la coherencia interna de la estructuración didáctica (Sauvé & Panneton, 2003).

De este modo, la autora considera que un proceso formativo intencionado debe ser conscientemente organizado, orientado hacia un fin social y político determinado, y planificado de manera sistemática. Se trata de un proceso en el que se establece previamente un ideal de ser humano a formar, se definen los aprendizajes prioritarios, las interacciones con la realidad y las formas de influencias del educador sobre el educando. Y lo define como: el proceso que desde una perspectiva pedagógica, busca de manera deliberada y reflexiva la formación integral y crítica del estudiante, más allá de la instrucción o transmisión de contenidos.

En consecuencia, el tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social en el proceso de formación debe ser intencionado por el profesor. Este incorpora contenidos y

actividades relacionadas con el consumo cultural como medio de transformación social en las asignaturas, no solo como tema teórico, sino como eje transversal que permita analizar críticamente las prácticas socioculturales contemporáneas. Además se diseñan estrategias didácticas donde se utilicen metodologías activas como el Aprendizaje Basado en Proyectos, donde los estudiantes diagnostiquen y propongan acciones relacionadas con el consumo cultural en contextos reales. De igual modo, resulta necesario el diseño de instrumentos que valoren la capacidad del estudiante para interpretar e intervenir en los procesos de consumo cultural con enfoque transformador.

En el proceso de investigación se integra, el consumo cultural como medio de transformación social, mediante los proyectos de investigación al fomentar la realización de trabajos de curso, trabajos de diploma o investigaciones grupales que exploren las dinámicas de consumo cultural en comunidades específicas, identificando sus potencialidades y problemáticas. En este sentido, aporta el desarrollo de estudios aplicados que permitan comprender cómo el consumo cultural influye en el sentido de pertenencia y la transformación social. Otro aspecto a tener en cuenta, es la publicación y socialización de resultados al difundir los hallazgos en eventos científicos, revistas especializadas y espacios de intercambio con actores sociales, para enriquecer el debate académico y la práctica profesional.

En el proceso de extensión universitaria, se trabaja el consumo cultural como medio de transformación social, a través de proyectos comunitarios, al desarrollar actividades de extensión donde los estudiantes promuevan el consumo cultural crítico y participativo, como talleres, ciclos de cine-debate, entre otros. De igual manera, la vinculación con actores locales mediante el establecimiento de alianzas con instituciones culturales, organizaciones y grupos comunitarios para diseñar y ejecutar iniciativas que fortalezcan la sociedad a través de la cultura. En este proceso sustantivo se favorece la retroalimentación con la docencia y la

investigación como insumo para la reflexión teórica y la mejora continua de los planes de estudio.

Por tanto, el consumo cultural como medio de transformación social, se convierte en un eje articulador que enriquece la formación profesional, genera conocimiento contextualizado y fortalece el vínculo Universidad-Sociedad. En la carrera GSD se articula con la intervención sociocultural, que tiene su razón de ser en la necesidad de generar procesos no invasivos de dinamización social o estructurarlos y fortalecerlos cuando aun son frágiles e insuficientes, promoviendo con esto iniciativas y acciones diversas que no sólo permitan enfrentar ciertos problemas presentes, sino transformar la colectividad misma, haciéndola más capaz de conducirse eficazmente ante estos y otros problemas. Desde esta mirada, es preciso que el consumo cultural sea crítico, participativo y comunitario.

Es crítico, al analizar y debatir el contenido cultural, cuestionando sus mensajes, valores y representaciones, participativo, por la creación o adaptación de productos culturales y comunitario, al vivir la experiencia cultural de forma colectiva, fortaleciendo los lazos sociales y la identidad grupal.

De esta manera, el tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social propicia que la intervención sociocultural sea un proceso democrático y transformador, donde la comunidad no solo es receptora, sino protagonista de su propio cambio a través de la cultura. Este tratamiento se realiza teniendo en cuenta lo establecido en la Resolución 47/22, en los artículos 167, 168, 170 y del 177 al 182, referidos a las formas fundamentales del trabajo metodológico en el colectivo de carrera, planificándose actividades docentes metodológicas donde:

- Se aborde el análisis y socialización del marco conceptual para profundizar de manera colectiva en las categorías de consumo cultural, producto cultural y transformación social, para unificar criterios en el claustro

-Se asegure que en los programas de asignaturas integren de manera explícita y progresiva, por años académicos, los objetivos y contenidos relacionados con el consumo cultural como medio de transformación social

-El diseño de forma colaborativa de guías metodológicas, secuencia de actividades y recursos que permitan al profesor implementar en el aula el tratamiento del consumo cultural con enfoque crítico y transformador

-Intercambio de experiencias pedagógicas en la realización de talleres donde los profesores presenten y analicen casos de éxito, dificultades y buenas prácticas en la implementación de esta temática fomentando el aprendizaje entre pares

Por otra parte, entre las actividades científico-metodológicas se proponen:

- La innovación educativa mediante la realización de propuestas de solución con el desarrollo de forma cooperada de estrategias, métodos y recursos didácticos sobre esta problemática

-El debate y la socialización de experiencias prácticas sobre este tema

-La presentación y retroalimentación sobre secuencias didácticas que incorporen el análisis del consumo cultural como medio de transformación social en sus asignaturas

-El análisis de estudios de casos reales de intervenciones socioculturales donde el consumo cultural haya sido utilizado como medio de transformación social extrayendo lecciones aplicables para la formación

A pesar de la importancia que tiene el tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social en la formación del estudiante en la carrera GSD, en la literatura que se

consulta solo se hallan dos investigaciones, en las cuales no se aborda el consumo cultural desde esta perspectiva.

La primera, de Madrigal et al. (2019), que indagan sobre las prácticas culturales de teatro en estudiantes de la Universidad de Granma. Para su análisis asumen la teoría de Bourdieu (2010), en específico, la relación entre el habitus (cultura incorporada) y el campo donde interactúan (el medio social y cultural). Entre sus resultados se comprobó la presencia de intereses y gustos alejados de las ofertas que brindan las instituciones culturales, desconocimiento del teatro como manifestación artística y no reconocen el campo cultural universitario como espacio para sus prácticas culturales.

La segunda, de Pino & Hurtado (2024), quienes dirigen su análisis a identificar las prácticas de consumo cultural vinculadas a las TICs en estudiantes. Concluyen que estos acceden en un alto porcentaje, con fines informáticos, de comunicación y entretenimiento principalmente, aunque también se denotan fines económicos en algunos casos. Se evidencia cómo experimentan un cambio en las costumbres, hábitos y actitudes, mostrando un desplazamiento de los ámbitos institucionales del consumo cultural.

De este modo, los núcleos temáticos abordados en este estudio, referentes a consumo cultural, su importancia en el ámbito universitario y la relación en la formación del estudiante de la carrera GSD, orientó a definir la variable de investigación, el tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social en la formación del estudiante de la carrera GSD como: el proceso formativo intencionado por el profesor mediante el análisis de la apropiación y uso de los productos culturales, que favorece el desarrollo cognoscitivo, afectivo y comportamental en el estudiante, para potenciar la gestión sociocultural que promueva la transformación social en correspondencia con el modelo del profesional.

## **Conclusiones del capítulo**

Los fundamentos teórico-metodológicos permitieron definir los núcleos temáticos que surgen durante la investigación, ellos son: consumo cultural, producto cultural, transformación social y gestión sociocultural, así como, la relación dialéctica entre consumo cultural y transformación social.

Posibilitaron la aproximación al consumo cultural en la universidad, que se concibe como espacio para la consolidación del desarrollo de la personalidad, donde se desarrolla el proceso formativo intencionado, de apropiación y uso del producto cultural, que prepara al estudiante para una relación profesional con el entorno social. Se asumió el proceso de formación teniendo en consideración la tríada: instructivo, educativo y desarrollador.

Se argumenta el tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social en la formación del estudiante. El mismo, constituye la relación indispensable entre el pensamiento crítico y la práctica transformadora, que forma al gestor para actuar como un agente de cambio real en las comunidades.

La sistematización de los fundamentos teóricos-metodológicos asumidos confirman la importancia del tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social en la formación del estudiante de la carrera GSD.

# Capítulo II

## **CAPÍTULO 2. TRATAMIENTO DEL CONSUMO CULTURAL COMO MEDIO DE TRANSFORMACIÓN SOCIAL EN LA FORMACIÓN DEL ESTUDIANTE DE LA CARRERA GESTIÓN SOCIOCULTURAL PARA EL DESARROLLO DE LA UNIVERSIDAD DE MATANZAS. ESTADO INICIAL DE LA VARIABLE DE INVESTIGACIÓN**

El presente capítulo, expone el proceder metodológico para el diagnóstico del estado inicial del tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social en la formación del estudiante de la carrera GSD, de la Universidad de Matanzas. Se plantean las dimensiones e indicadores de la variable y las escalas de medición para su evaluación.

### **2.1 Operacionalización de la variable: tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social en la formación del estudiante de la carrera GSD**

Para caracterizar el estado inicial del tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social en la formación del estudiante de la carrera GSD, de la Universidad de Matanzas, fue necesario definir la variable de investigación, así como determinar las dimensiones e indicadores para su estudio.

La variable tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social en la formación del estudiante de la carrera GSD: es el proceso formativo intencionado por el profesor mediante el análisis de la apropiación y uso de los productos culturales, que favorece el desarrollo cognoscitivo, afectivo y comportamental en el estudiante, para potenciar la gestión sociocultural que promueva la transformación social en correspondencia con el modelo del profesional.

A partir de esta definición se delimitan tres dimensiones con sus respectivos indicadores y se proponen las escalas de medición correspondientes para la evaluación: Lograda, Parcialmente lograda y No lograda, como se muestra en la Tabla 3. En este proceso se tuvo en cuenta el análisis de los referentes teóricos y el intercambio con profesores y colaboradores con experiencia en la educación superior.

Tabla 3. Evaluación de la variable, sus dimensiones e indicadores

<b>Dimensión 1 cognoscitiva-instrumental:</b> refiere el desarrollo de los conocimientos para el análisis y la gestión que el profesor intenciona mediante el uso y apropiación de los productos culturales en la formación del estudiante, para que este sea capaz de aplicarlo como medio de intervención sociocultural.			
Indicadores	Lograda	Parcialmente lograda	No lograda
1.1 Exposición de qué es el consumo cultural y su relación con la transformación social	Dominio del concepto de consumo cultural y su relación dialéctica con la transformación social	Dominio de algunos conocimientos sobre el concepto de consumo cultural y no establece su relación dialéctica con la transformación social	No tiene dominio del concepto de consumo cultural y no lo relaciona con la transformación social
1.2 Interpretación de los aspectos del consumo cultural para la realización de diagnósticos en las comunidades	Analiza todos los aspectos del consumo cultural para la realización de diagnósticos en las comunidades	Analiza algunos aspectos del consumo cultural para la realización de diagnósticos en las comunidades	No analiza los aspectos del consumo cultural para la realización de diagnósticos en las comunidades
1.3 Reconocimiento de los recursos comunicativos para el tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social en la labor profesional	Identifica y comprende la función de los recursos comunicativos (orales, escritos y digitales) para el tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social en el ejercicio de la profesión	Identifica y comprende a veces la función de los recursos comunicativos (orales, escritos y digitales) para el tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social en el ejercicio de la profesión	No identifica y comprende la función de los recursos comunicativos (orales, escritos y digitales) para el tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social en el ejercicio de la profesión
<b>Dimensión 2 afectiva-valorativa:</b> se refiere a la expresión de la significación del producto cultural, manifiesta en emociones, valores, cualidades y valoraciones que el profesor intenciona en la formación del estudiante, mediante el tratamiento del consumo cultural como un medio de transformación social para una intervención ética y contextual.			
2.1 Expresión de emociones mediante el tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social	Propicia siempre espacios de reflexión donde se manifiestan emociones en el tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social	Propicia a veces espacios de reflexión donde se manifiestan emociones en el tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social	No propicia espacios de reflexión donde se manifiestan emociones en el tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social
2.2 Manifestación de valores y atributos personales del gestor sociocultural	Fomenta siempre los valores y atributos personales mediante el tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social	Fomenta a veces los valores y atributos personales mediante el tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social	No fomenta los valores y atributos personales mediante el tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social
2.3 Regulación de la actuación para la transformación social	Incentiva siempre que se actúe con capacidad reflexiva para que las acciones de intervención sociocultural se adecuen al contexto histórico-cultural en que se	Incentiva a veces que se actúe con capacidad reflexiva para que las acciones de intervención sociocultural se adecuen al contexto histórico-cultural en que se	No incentiva que se actúe con capacidad reflexiva para que las acciones de intervención sociocultural se adecuen al contexto histórico-cultural en que se desarrollan

	desarrollan	desarrollan	
<b>Dimensión 3 práctico-comportamental:</b> se refiere a que el profesor intencione la aplicación del tratamiento del consumo cultural en la práctica social como un medio de transformación social en la intervención sociocultural.			
3.1 Diseño de estrategias de intervención sociocultural que integran diagnósticos de consumo cultural como herramientas de desarrollo comunitario	Elabora siempre proyectos, programas y acciones con diagnóstico contextualizado de consumo cultural	Elabora a veces proyectos, programas y acciones con diagnóstico general de consumo cultural	No elabora proyectos, programas y acciones con diagnóstico de consumo cultural
3.2 Implementación de acciones de mediación cultural que promueven prácticas de consumo cultural como medio de transformación social	Ejecuta siempre acciones de mediación cultural que demuestran adaptación al contexto e incentiva la participación comunitaria	Ejecuta a veces acciones de mediación cultural que demuestran adaptación al contexto e incentiva la participación comunitaria	No ejecuta acciones de mediación cultural que demuestran adaptación al contexto e incentiva la participación comunitaria
3.3 Evaluación crítica del tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social en políticas y proyectos teniendo en cuenta el modelo del profesional	Valora siempre el tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social en políticas y proyectos teniendo en cuenta el modelo del profesional	Valora a veces el tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social en políticas y proyectos teniendo en cuenta el modelo del profesional	No valora el tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social en políticas y proyectos teniendo en cuenta el modelo del profesional

Fuente: Elaboración propia

Evaluación de las dimensiones y la variable:

Dimensiones:

Lograda: si están evaluados los indicadores como logrados o dos logrados y uno parcialmente logrado.

Parcialmente lograda: si está evaluado un indicador de logrado y los dos restantes como parcialmente logrados, o las tres parcialmente logrados.

No lograda: si está evaluado como no logrado en al menos un indicador o más indicadores.

Variable:

Lograda: si están evaluadas las tres dimensiones como logradas o dos logradas y una parcialmente lograda.

Parcialmente lograda: si está evaluada una dimensión de lograda y las dos restantes como parcialmente logradas, o las tres parcialmente logradas.

No lograda: si está evaluada como no lograda en al menos una dimensión o más dimensiones.

Una vez operacionalizada la variable, se procede a la presentación de los resultados de la caracterización de su estado inicial. La selección de las unidades de análisis estuvo condicionada por los siguientes criterios: formar parte de las disciplinas Gestión Sociocultural e Historia Cultural y Pensamiento Social, ser jefe de Departamento de Estudios Socioculturales, ser Profesor Principal de Año y estudiar en el Curso Diurno de la carrera GSD (curso 2021 al curso 2024). De esta forma se eligieron: 16 profesores y 42 estudiantes del Curso Diurno de la carrera GSD en las cohortes 2021, 2022, 2023 y 2024.

Se aplicaron como métodos empíricos: revisión de documentos (Anexo 3), entrevista en profundidad a los profesores principales de año (PPA) y de las disciplinas Gestión Sociocultural e Historia Cultural y Pensamiento Social, y la Jefa de Departamento de Estudios Socioculturales (Anexo 4), la observación (Anexo 5), encuesta a estudiantes de la carrera GSD (Anexo 6, 6a), y grupo focal con los estudiantes de la carrera GSD (Anexo 7). La aplicación de estos métodos permitió arribar a los resultados del diagnóstico.

## **2.2 Estado inicial del tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social en la formación del estudiante de la carrera GSD**

A continuación, se presenta el estudio diagnóstico realizado en la etapa comprendida entre el curso académico 2024 y primer período del 2024-2025 en la carrera GSD. El análisis y valoración de los resultados se ejecutó mediante la triangulación de datos, que permitió determinar las fortalezas y debilidades por cada dimensión y a nivel de variable. De esta forma, se contrastó la información sobre el estado inicial del tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social en la formación del estudiante de la carrera GSD.

### Dimensión cognoscitiva-instrumental

Indicador 1.1 Exposición de qué es el consumo cultural y su relación con la transformación social

En la revisión de documentos, el análisis realizado del Plan de Estudio E revela una base curricular con enfoque multidisciplinario y herramientas para la gestión sociocultural, que no es aprovechada sistemáticamente para el tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social. Se identifica que es insuficiente el estudio de cómo las comunidades acceden e interpretan los productos culturales, herramientas limitadas para analizar patrones de consumo cultural como medio de transformación social y la ausencia del consumo cultural como eje temático transversal para la gestión sociocultural que conlleve a la transformación social. Estos aspectos se manifiestan de manera particular en las dos disciplinas que se eligen para este diagnóstico, ellas son:

- La disciplina principal integradora Gestión Sociocultural, por ser rectora de la formación del estudiante, ya que le proporciona herramientas prácticas para su desempeño profesional. Su papel es articular los conocimientos, habilidades, actitudes y valores que se potencian mediante las demás asignaturas. De esta manera, promueve un enfoque interdisciplinario, que enriquece el proceso formativo y se utiliza como base fundamental la habilidad profesional integradora y el objetivo integrador de cada año académico. Además, entre las modalidades de gestión incluye la cultural, en la cual, lo relativo al tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social le permite identificar deficiencias de la realización y concreción de las políticas y las tendencias a tener en cuenta en la gestión sociocultural del desarrollo.

-La disciplina Historia Cultural y Pensamiento Social, favorece la contextualización del tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social dentro de procesos históricos, identitarios y sociales más amplios. A través de sus contenidos ayuda a predecir tendencias y entender la resistencia al cambio. Posibilita que el estudio del consumo cultural no se limite a la realización de encuestas que digan qué está pasando, favorece el desarrollo

del pensamiento crítico para explicar por qué está pasando, cómo se llega hasta aquí y qué significado profundo tiene ese consumo para las personas y la sociedad.

En el caso de la disciplina principal integradora Gestión Sociocultural, de la Universidad de Matanzas, se distribuyen los conocimientos esenciales a adquirir en ocho asignaturas. En ella, se expone el uso de expresiones culturales como recursos de mediación, no expone el análisis de recepción y consumo en este contexto. Asimismo, en sus objetivos busca fortalecer la identidad cultural y el sentido de pertenencia, lo que implica comprender cómo los públicos se apropian de productos culturales.

El programa analítico de la asignatura Gestión Cultural, a pesar de su relación con los ámbitos donde actúa la gestión cultural y sus actividades fundamentales de promoción cultural, animación cultural y recreación cultural, no se orienta a profundizar en conocimientos sobre el consumo cultural y las herramientas que este ofrece para la realización de diagnósticos relacionados con los temas de la asignatura.

En esta misma disciplina, como asignatura del currículo propio, se trabaja Gestión Sociocultural del Patrimonio, en la cual de igual modo se aprecia un tratamiento indirecto del consumo cultural manifiesto en: Tema II al orientar el valor de uso y consumo del patrimonio, Tema IV, analiza el consumo como recurso turístico, pero su enfoque está dirigido a la gestión de sitios históricos como museos y centros urbanos, y los productos culturales que se trabajan son: ruta o itinerario patrimonial, los museos y los proyectos de gestión turística del patrimonio, además aborda la importancia del turismo cultural para el desarrollo social, y el Tema V, trata la interpretación del patrimonio, que aunque los productos y servicios interpretativos se consumen, no profundiza en cómo los públicos interactúan con productos culturales específicos, a pesar de que busca comunicar el valor del patrimonio a audiencias.

Asimismo, en las indicaciones y orientaciones metodológicas de esta asignatura, la gestión del patrimonio desde una perspectiva sociocultural, incluye toda su tipología y las funciones de este en una industria cultural. Sin embargo, en el programa analítico es insuficiente la orientación al estudio de la relación del patrimonio y los aspectos que aborda para el tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social.

Mientras, la disciplina Historia Cultural y Pensamiento Social trata en sus contenidos la reproducción cultural y consumos culturales como parte de la Sociología de la Cultura. En las orientaciones metodológicas indica el estudio de la historia como proceso interactivo con expresiones culturales. Sin embargo, no orienta que se aborde la transformación de los hábitos de consumo cultural en correspondencia con los avances de la ciencia y la tecnología, como por ejemplo: en la literatura del siglo XIX frente a las plataformas digitales actuales. Para continuar el estudio sobre el tema se revisaron los programas analíticos de las asignaturas de: Historia de la Cultura Latinoamericana y Caribeña I y II, Historia de la Cultura Cubana I y II e Historia y Cultura Regional.

En estas asignaturas se apreció que el tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social no constituye un eje temático, demostrado en los siguientes elementos: el enfoque se direcciona a lo histórico-literario, por lo que se centra en la producción y no en la recepción o circulación cultural; existe focalización en la génesis de la cultura cubana, de sus manifestaciones y su desarrollo durante el siglo XX y no en su circulación, apropiación o recepción social. Se dirige más a la producción artística, las políticas culturales y los debates ideológicos, que a las prácticas cotidianas de consumo o la interacción entre cultura y sociedad. Asimismo, a partir de lo histórico-patrimonial, se describen procesos y bienes culturales, sin profundizar en su apropiación social.

Es en Sociología de la Cultura la única asignatura que tiene un tratamiento explícito del consumo cultural. En el enfoque teórico conceptual se aborda el tema Consumos culturales: la comunicación social y las culturas populares dentro del análisis de los ejes transversales de la cultura: hegemonía, ideología y globalización. Se destaca por el enfoque crítico y sociológico del consumo cultural relacionado a su objeto de estudio. Utiliza dentro de su bibliografía García (1995) Consumidores y ciudadanos, autor de obligada consulta para este tipo de estudio.

En la entrevista realizada a profesores, se confirma el tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social en Sociología de la Cultura al analizar la relación cultura-poder-ideología, el profesor define (...) *la esencia del consumo cultural en mi asignatura es que es un punto de encuentro privilegiado en la relación cultura-sociedad, y en la relación cultura-poder*. En ella desde el consumo cultural se analizan los conceptos de capital cultural, habitus y la reproducción cultural en cualquier sociedad.

Por su parte, el profesor de Gestión Sociocultural del Patrimonio aclara que en la asignatura se trabajan obras nacionales y locales, mediante el desarrollo de técnicas interpretativas, para la presentación al público de los elementos patrimoniales desde el punto de vista literario, escénico, artes visuales, música y cine. Se educa al estudiante en relación a movimientos del arte, artistas, estilos y los datos de la obra.

Los profesores entrevistados, llegan al consenso de que las asignaturas que imparten fomentan el conocimiento del consumo cultural al utilizar productos culturales para explicar procesos culturales. Coinciden en que los estudiantes muestran desconocimiento de estos productos en el entorno nacional y local. Añaden que no se trata el consumo cultural como categoría de análisis, ni se hacen diagnósticos para conocer las formas de consumo cultural de los estudiantes. En consecuencia, es insuficiente el conocimiento del profesor sobre el

habitus y el capital cultural del estudiante, para poder mediar en la interpretación del valor simbólico del producto cultural y en el uso que pueda darle en su vida personal y profesional.

También concuerdan los profesores en la necesidad de que se realicen actividades metodológicas para la preparación individual y colectiva sobre este tema. Muestran una comprensión básica del concepto de consumo cultural pero no logran establecer una relación clara y fundamentada con la transformación social, manifiesta en los siguientes ejemplos:

*-Uno de ellos plantea (...) el consumo cultural se refiere a cómo las personas acceden y usan los productos culturales... películas, música, libros. En cuanto a la transformación social, diría que está relacionado porque... el consumo puede cambiar mentalidades, ¿no?. Otra expresa (...) entiendo el consumo cultural como las prácticas de consumo de bienes culturales. La relación con la transformación social es que a través del consumo se pueden transmitir valores, pero no tengo muy claro cómo operacionalizar eso en clase. Y por último una profesora dice (...) sé que el consumo cultural va más allá de lo económico, tiene que ver con significados. Con la transformación social... pues que puede ser una herramienta para el cambio, pero no he profundizado en el vínculo concreto.*

En la revisión de los Planes de Trabajo Metodológico de la carrera GSD en la Universidad de Matanzas del período 2022-2025, se identifica la carencia de orientaciones metodológicas que intencionen el tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social en la formación del estudiante. En igual medida, ello se refleja en los Planes de Trabajo Metodológico de la disciplina principal integradora Gestión Sociocultural y en los de la disciplina Historia Cultural y Pensamiento Social, así como en los Planes de Trabajo Metodológico correspondientes a cada año académico. De igual modo, se evidencia la insuficiencia del tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social en las orientaciones de las prácticas laborales.

Para continuar el contraste de información, se observaron varias actividades, en las que se comprobó lo siguiente:

-En las actividades metodológicas de la disciplina principal integradora Gestión Sociocultural y de la disciplina Historia Cultural y Pensamiento Social en la etapa investigada, no se aborda el tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social en la formación del estudiante.

-En la clase de Historia de la Cultura Cubana II se mostró al inicio de la actividad un conocimiento básico sobre consumo cultural, solo se mencionó algunos productos culturales locales.

-En la clase de Gestión Cultural se analizó esta labor en la Casa de Cultura de la Universidad de Matanzas, se apreció que se estudia más a los creadores que a los receptores, entendidos como públicos, comunidades y consumidores.

-En el taller de cierre de la práctica laboral del primer período del curso 2024-2025, el intercambio fue conducido por los profesores de las asignaturas: Gestión de Proyectos y Evaluación de Impactos, Gestión Medioambiental de Salud y Prevención Social y Gestión Organizacional y de Gobierno, se centró en los resultados según los objetivos previstos y en las vivencias experimentadas por los estudiantes. En este espacio el tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social no constituyó un eje de análisis ni de interpretación de ninguno de los contextos presentados.

Tanto en la revisión de documentos, como en la entrevista a profesores y las actividades observadas, se aprecia que no es homogéneo el tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social en la formación del estudiante, se aborda los productos culturales según los criterios de interés para la clase que imparte el profesor, este es quien decide qué mostrar al estudiante. Es insuficiente el análisis de los aspectos del consumo

cultural para la realización de diagnósticos en las comunidades y muestra falta de una orientación teórico-metodológica para la utilización del consumo cultural como medio de transformación social.

Lo expuesto se constata en el grupo focal, realizado con 15 estudiantes de diferentes años de la carrera GSD del Curso Diurno, de ellos tres de primero, tres de segundo, cuatro de tercero y cinco de cuarto. En sus reflexiones se aprecia que el dominio que muestran sobre el tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social está mediado por el año de estudio en que se encuentran, pero hay consenso en los siguientes planteamientos:

-Existen coincidencias al mostrar el mismo filme en asignaturas como Comunicación Sociocultural; Ética, Cultura y Sociedad; en Ciencia, Tecnología y Sociedad y en Sociología de la Cultura.

-Coincidencias en temas que tratan la identidad cubana en las asignaturas Sociedad y Religión e Historia y Cultura Regional.

-Se percibe que cada profesor utiliza los productos culturales según el interés de su asignatura, en este sentido una estudiante expone (...) *se realiza de forma aislada, cada profesor desde su pedacito.*

En el cuestionario aplicado a los estudiantes de la carrera GSD, el 19% (representado por estudiantes de cuarto año), definió correctamente qué es el consumo cultural y lo relacionó con la transformación social, mientras el 81% asocia el consumo cultural solo a manifestaciones artísticas y reiteran textualmente que se relaciona con la transformación social o lo omite. Mientras, el 48% de los estudiantes eligen dos contribuciones del consumo cultural para el desarrollo sociocultural, entre ellas reconocen la transformación social, y el 52% selecciona solo una contribución.

La falta de tratamiento transversal y teórico - metodológico del consumo cultural como medio de transformación social en el Plan de Estudio se traduce en un desconocimiento generalizado entre los estudiantes sobre su verdadero significado y potencial transformador. Si no se enseña como un proceso social y de construcción de significados y solo se presenta en el acceso a bienes culturales, el estudiante reproduce esa visión limitada.

Los métodos aplicados permitieron evaluar el Indicador 1.1 como Parcialmente logrado, se muestran conocimientos conceptuales con una comprensión básica y la relación dialéctica con transformación social poco desarrollada.

Indicador 1.2 Interpretación de los aspectos del consumo cultural para la realización de diagnósticos en las comunidades

La revisión de documentos, no orienta la enseñanza de todos los aspectos del consumo cultural para la realización de diagnósticos en las comunidades y la importancia de la interpretación de estos datos para la transformación social.

En la entrevista, los profesores coinciden en que la interpretación de los aspectos del consumo cultural le da la posibilidad al estudiante de desentrañar la compleja red de significados, prácticas, motivaciones y contextos sociales que rodean el acto aparentemente simple de consumir productos culturales. Sin embargo, reconocen que es insuficiente la orientación para el tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social, con tales propósitos en la carrera y necesitan preparación metodológica para abordar este tema.

Entre los criterios de los profesores al respecto una expresa (...) *generalmente miro qué productos consumen los estudiantes, sus preferencias musicales, si van al cine... a veces pregunto sobre el uso de redes sociales y conozco algunos hábitos por el diagnóstico que se realiza para la estrategia educativa.* Mientras otra dice (...) *en mis clases he considerado los gustos culturales y los espacios que frecuentan. Las TICs las mencionamos, pero no de*

*manera sistemática... se habla de los hábitos de consumo y las barreras de acceso, pero no tenemos un instrumento formal con todos los aspectos para diagnosticar esto en las comunidades.*

Lo anterior se manifiesta en el cuestionario, donde los estudiantes al realizar diagnósticos comunitarios, indistintamente consideran: oferta cultural disponible, barreras de acceso y recursos comunicativos. El 12% eligen las tres opciones, el 59% selecciona dos, el 24% escoge solo una opción. Los que eligen las tres opciones son estudiantes de 4to año, mientras los que no aplican de forma completa los aspectos clave del consumo cultural al diagnosticar se hallan entre segundo y tercer año de estudio. Esta visión fragmentada en los resultados del cuestionario refleja que no se ha enseñado sistemáticamente a interpretar integralmente el consumo cultural en las comunidades.

En el grupo focal los estudiantes expresan que no se sienten bien preparados para la interpretación de los aspectos del consumo cultural, ya que es insuficiente el contenido que reciben sobre este tema para la realización de diagnósticos en las comunidades. En los diagnósticos que aplican tienen en cuenta algunos elementos que se relacionan con el consumo cultural, pero este no constituye el objeto de análisis.

Aunque existen intenciones y reconocimientos aislados sobre la importancia de los aspectos del consumo cultural para el diagnóstico comunitario, no hay una intención formativa sistemática en el Plan de Estudio. Los resultados reflejan que solo una minoría de estudiantes, al final de su formación, logra explicar una visión completa. El diagnóstico que se realiza para la estrategia educativa aporta algunos elementos para conocer el consumo cultural de los estudiantes. Por tanto, la evaluación del Indicador 1.2 es Parcialmente logrado, identifican algunos aspectos pero sin sistematicidad.

Indicador 1.3 Reconocimiento de los recursos comunicativos para el tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social en la labor profesional

En la entrevista a profesores, uno expresa que (...) *en el uso de las técnicas interpretativas para promover el patrimonio, el estudiante emplea los recursos comunicativos*. Existen coincidencias de criterios en que los recursos comunicativos relacionados a la lengua oral, lenguaje escrito y el uso de las TICs se trabajan en la carrera, pero aún es insuficiente su aprovechamiento para el tratamiento al consumo cultural como medio de transformación social.

Concuerdan en que utilizan los recursos comunicativos orales en los debates, en la discusión grupal y los escritos a veces, al orientar a los estudiantes la redacción de informes. Las redes sociales se mencionan pero no las trabajan mucho, lo que más utilizan es la plataforma del Entorno Virtual del Aprendizaje. Reconocen que los recursos digitales son importantes hoy día, pero les falta formación para integrarlos en el tratamiento del consumo cultural.

En el cuestionario, en la escala de Likert el 15% de los estudiantes eligen las puntuaciones 4 y 5 que indican que siempre utilizan los recursos comunicativos lengua oral, lengua escrita y las TICs, para promover el consumo cultural en su labor profesional. Mientras, el 40% da puntuación de 3 a uno o varios de estos recursos comunicativos y suman el 45 % los estudiantes que dan puntuaciones de 1 y 2. Estos resultados reflejados en la representación gráfica (Figura 1), muestran que a pesar de abordarse los recursos comunicativos en el Plan de Estudio, no se logra que la mayoría de los estudiantes los utilicen integralmente y orientados al consumo cultural en su futura labor profesional.

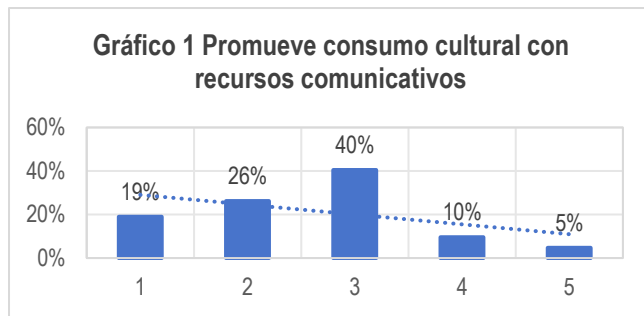


Figura 1: Utilización de recursos comunicativos en el tratamiento del consumo cultural

Fuente: Elaboración propia

La evaluación del Indicador 1.3 es Parcialmente logrado, reconocen los recursos comunicativos pero aún es insuficiente su reconocimiento para el tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social en la formación del estudiante.

Los resultados de los indicadores de la dimensión 1, permiten determinar las siguientes fortalezas y debilidades.

Fortalezas:

- 1- Base curricular con enfoque multidisciplinario y herramientas para la gestión sociocultural
- 2- Presencia de asignaturas que pueden potenciar el tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social desde perspectivas críticas y contextuales

Debilidades:

- 1- Tratamiento fragmentado del consumo cultural como medio de transformación social, sin transversalidad en el currículo
- 2- Insuficiente diagnóstico para conocer sobre el consumo cultural del estudiante y tenerlo en cuenta para el tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social en su formación

3- Insuficiente aprovechamiento de los recursos comunicativos para el tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social

4- Carente trabajo metodológico unificado en las disciplinas para intencionar el tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social

La comprensión fragmentada del consumo cultural no es un vacío casual, sino que es muestra de que el profesor prioriza el análisis de la producción cultural sobre la recepción. La ausencia del consumo cultural como categoría transversal en el Plan de Estudio E refleja una concepción aun tradicional de la cultura, donde el gestor actúa sobre lo ya producido y no en los procesos sociales de apropiación.

De este modo la Dimensión 1 queda evaluada de: Parcialmente lograda, con tres indicadores Parcialmente logrados. En ella, se muestran algunos conocimientos para el tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social en la formación del estudiante; se aborda de forma fragmentada, teórica y poco aplicada, lo que limita su impacto en la preparación profesional de los gestores socioculturales.

## Dimensión 2 Afectiva-valorativa

Indicador 2.1 Expresión de emociones mediante el tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social

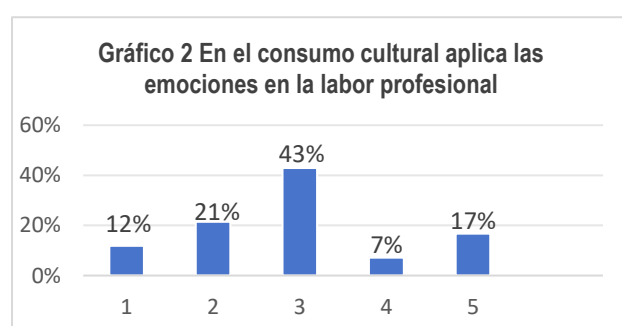
En la entrevista a profesores, consideran que se provocan emociones al analizar todo lo que la cultura le aporta al bienestar de los seres humanos y a su satisfacción espiritual. Al presentar un producto cultural en clases perciben en los estudiantes indistintamente emociones como: alegría, gratitud, serenidad, interés, inspiración, orgullo, esperanza, frustración, tristeza y desánimo. También reconocen que generalmente seleccionan el producto cultural teniendo en cuenta el objetivo y contenido analizar en clases, que en el producto de mayor disfrute por parte del estudiante, lo que puede influir en que no siempre se logre la motivación deseada.

Una profesora dice (...) en los debates después de ver una película o documental a veces surgen reacciones emocionales. También en algunas actividades prácticas, pero no es algo que planifique específicamente. Agrega (...) en los talleres de prácticas laborales he notado que cuando trabajan con comunidades aparecen emociones, pero no sistematizo esa dimensión.

Es la clase el espacio en el que más se propicia la reflexión donde se manifiestan emociones. En la observación durante el análisis de un breve audiovisual local en la clase de Historia de la Cultura Cubana I, se apreció la manifestación de emociones espontáneas de identificación en algunos estudiantes, pero la profesora no utilizó estas reacciones para profundizar en la significación emocional del consumo cultural como medio de transformación social.

Se considera que es importante que el estudiante aprenda a tener en cuenta las emociones que se provocan al seleccionar un producto cultural para cualquier estrategia de intervención sociocultural. Este es un recurso que usado adecuadamente, puede servir de inspiración y motivación para la participación de los actores implicados en la transformación de la realidad sociocultural.

En el cuestionario a estudiantes, en la escala de Likert el 24% eligen las puntuaciones 4 y 5 que indican que siempre tienen en cuenta las emociones al tratar el consumo cultural en su labor profesional. Mientras, el 43% da puntuación de 3 y suman el 33 % los estudiantes que dan puntuaciones de 1 y 2. Estos resultados se aprecian en la Figura 2.



## Figura 2: Aplicación de emociones en el tratamiento del consumo cultural

Fuente: Elaboración propia

Los estudiantes valoran en escala del 1 al 5 la importancia del consumo cultural en su formación profesional, siendo 1=nada importante y 5=muy importante. En las puntuaciones de 4 y 5 se halla el 50% de estudiantes, en la puntuación de 3 puntos el 26% y entre 1 y 2 puntos el 24%.

Propician ocasionalmente espacios donde emergen emociones, pero no siempre de manera intencionada y sistemática. Por tal motivo, la evaluación del Indicador 2.1 es Parcialmente logrado.

### Indicador 2.2 Manifestación de valores y atributos personales del gestor sociocultural

En la revisión de documentos, en el Plan de Estudio E y en la estrategia educativa de cada año académico, se declaran los valores y atributos personales de la profesión, estos se tienen en cuenta en la planificación de cada asignatura y actividad que se desarrolle durante la formación del estudiante. Esto se constata en los programas de las dos disciplinas y las asignaturas estudiadas, que trabajan: el humanismo, el respeto a la diversidad, la responsabilidad, la honestidad y la sensibilidad estética. Los valores de la profesión a los que más tributa el tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social en la formación del estudiante son: la identidad nacional y local y a la apreciación estética, con criterios humanistas, progresistas y emancipatorios, aunque contribuye a todos.

En la entrevista, los profesores concuerdan en que el tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social en la formación del estudiante contribuye a la formación del gusto estético y a la educación en valores como: el humanismo, el pensamiento crítico, el respeto a la diversidad, la tolerancia, la responsabilidad para la protección de las obras, la responsabilidad social, la identidad nacional, la apreciación estética y el patriotismo.

En este sentido, en la observación del análisis del audiovisual se fomentaron valores como el respeto a la diversidad cuando se discutió las diferencias culturales, pero de manera incidental, no planificada.

En el cuestionario a estudiantes, evalúan en escala del 1 al 5 con qué frecuencia manifiesta en su práctica profesional, los valores y atributos personales planteados en el modelo profesional, desde 1=nunca hasta 5=siempre. Los valores con mayores puntuaciones de 4 y 5 son: honestidad 61%; apreciación estética, con criterios humanistas, progresistas y emancipatorios 64%; colectivismo 69% y humanismo 50%, y los atributos personales en este rango son: ser cultos 93% y ser comunicativos 64%.

Mientras los valores evaluados con más puntuaciones entre 1 y 2 son: compromiso político-ideológico 60%, capacidad de acompañamiento y convivencia activa con personas y grupos portadores de diversidad en el marco de la identidad favorable al progreso y la construcción de la nueva sociedad 45%, identidad nacional/local 43%, y en este rango el atributo personal es: ser facilitadores a la participación y el protagonismo social 41%. Los estudiantes muestran valores y atributos personales sólidamente manifestados como la honestidad y ser cultos, pero hay poca puntuación en valores importantes para la profesión.

El grupo focal, al referirse a los valores, en los cuales puede influir el tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social opinan que potencia: la ética profesional, la responsabilidad social, respeto por la diversidad, compromiso comunitario y la disciplina. La triangulación de datos revela que los estudiantes de años superiores comprenden mejor el concepto de consumo cultural y lo valoran más como herramienta de su profesión. Sin embargo, valores abstractos como el compromiso político - ideológico que registran bajos niveles de identificación, sugiere la necesidad de fomentarlos en las prácticas profesionales concretas, como la mediación de conflictos culturales o la defensa de la diversidad.

El desarrollo del Indicador 2.2 hace que su evaluación sea Parcialmente logrado: porque aunque hay intención pedagógica de formar valores y se logra la manifestación de algunos, aún faltan valores esenciales que forman parte del perfil de este profesional. El profesor debe planificar más su trabajo en función del tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social desde la dimensión emocional.

#### Indicador 2.3 Regulación de la actuación para la transformación social

La regulación de la actuación implica valores y la capacidad de reflexionar y adaptar la acción con sentido ético y contextual. Al respecto, en la entrevista a profesores, exponen que siempre se orienta al estudiante la investigación del contexto, el diálogo con los actores comunitarios para el ajuste de las intervenciones a realizar, pero aún es insuficiente en los diagnósticos que se realizan los aspectos relacionados al consumo cultural. Estos criterios coinciden con lo expuesto al respecto en el grupo focal.

Lo anterior se evidencia en la entrevista, en la que una profesora reconoce que (...) *insistimos en que investiguen el contexto antes de intervenir. En las prácticas laborales les pedimos que consideren las características históricas y culturales, pero no todos lo hacen profundamente. A ello se agrega que otra expone (...) en la asignatura de gestión cultural abordamos la importancia del contexto. Sin embargo, veo que algunos estudiantes aplican la sin adaptarlas suficientemente. Fomentamos la reflexión a través de preguntas guía y análisis de casos. La mayoría entiende la teoría, pero en la práctica cuesta más la adecuación contextual.*

En el cuestionario a estudiantes, el 52% siempre investiga y aplica el contexto histórico-cultural al planificar acciones socioculturales, el 36% ocasionalmente lo considera y solo el 12% raras veces lo considera.

Existe una coherencia entre la intención del profesor y la práctica estudiantil en cuanto a la investigación del contexto. Sin embargo, tanto profesores como estudiantes reconocen que los

aspectos de consumo cultural son insuficientemente incorporados en los diagnósticos comunitarios. Esto muestra la falta de apropiación valorativa de la importancia del tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social.

En la observación a la clase de Gestión cultural la reflexión sobre adecuación al contexto se limitó a preguntas generales como ¿esto se aplicaría en tu comunidad?, sin guiar un análisis profundo de las particularidades histórico-culturales.

De esta manera, se intenciona y se logra en gran medida la reflexión contextual general. Sin embargo, debe ser más sistemática y planificada para que, en el tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social, se beneficie la regulación de la actuación con capacidad reflexiva y así las acciones de intervención sociocultural se adecuen al contexto histórico-cultural en que se desarrollan. Por tal motivo, la evaluación del Indicador 2.3 es Parcialmente logrado.

Los resultados de los indicadores de la dimensión 2, permiten determinar fortalezas y debilidades para el tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social en la formación del estudiante.

Fortalezas:

1- Los documentos normativos y los productos del proceso pedagógico definen los valores y atributos personales a fomentar en la formación del estudiante

Debilidades:

1- Aplicación profesional limitada de lo emocional y lo valorativo, con baja transferencia de las vivencias formativas a la práctica real como gestores socioculturales

2- Bajo reconocimiento de la manifestación de los valores compromiso político-ideológico, capacidad de acompañamiento y convivencia activa con personas y grupos portadores de

diversidad en el marco de la identidad favorable al progreso y la construcción de la nueva sociedad e identidad nacional/local, y del atributo personal: ser facilitadores a la participación y el protagonismo social

3- Reflexión contextual incompleta que excluye sistemáticamente el análisis del consumo cultural en diagnósticos e intervenciones, debilitando su potencial transformador

A partir de lo anterior la Dimensión 2 queda evaluada de: Parcialmente lograda, con sus tres indicadores Parcialmente logrados, porque aún son insuficientes los espacios de reflexión para la expresión de emociones en el tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social, hay valores y atributos personales de la profesión que se consideran esenciales y los estudiantes reconocen que los manifiestan poco y hay predominio de la reflexión contextual generalizada y es poco sistemática.

### Dimensión 3 Práctico-comportamental

Indicador 3.1 Diseño de estrategias de intervención sociocultural que integran diagnósticos de consumo cultural como herramientas de desarrollo comunitario

La revisión de documentos, permitió identificar en el Plan de Estudio E para la carrera GSD (2016), que el objetivo general cuatro propone: “Aplicar, en sus modos de actuación, las diferentes modalidades de la gestión sociocultural, especialmente las correspondientes a la cultura y el arte...” (p.7).

Se revisaron un total de 14 trabajos de curso de Gestión Cultural, de ellos: 12 del curso 2022 y 2 del curso 2024, además 25 trabajos de diplomas: 7 del curso 2020, 6 del curso 2021, 6 del curso 2022 y 6 del curso 2023. En ninguno de los casos el consumo cultural es objeto de estudio, lo más cercano a su tratamiento es al analizar el proceso de gestión cultural mediante la investigación de las necesidades y comportamientos del público.

En la entrevista, señalan la necesidad de adaptar las actividades al público estudiantil y coinciden con el profesor de Gestión Sociocultural del Patrimonio en que (...) *es necesario que se logren cambios en cuanto al comportamiento hacia el consumo cultural y las actividades que promueve el consumo cultural, no deben ser forzadas, deben ser pensadas para ese tipo de público, para su edad, gustos, que se tengan en cuenta los fenómenos que se producen en la actualidad, que haya crítica social, vínculo con las tecnologías, que revele la identidad del estudiante, de la familia, que se analicen las problemáticas contemporáneas, eso es lo que realmente produce cambios de comportamiento en cuanto a la actitud para participar en este tipo de actividades, porque muchas veces no son de su agrado, no fueron pensadas por ellos, porque no se sintieron parte de este tipo de actividad.*

Este profesor agrega que (...) *es necesario que un gestor sociocultural aprenda a comunicar el arte, el patrimonio, y para ello debe conocerlo, dominarlo y sentirse a gusto con ello.*

En cuanto a la elaboración de proyectos, programas y acciones con diagnóstico contextualizado de consumo cultural una profesora opina, (...) *la verdad es que en los proyectos de los estudiantes el consumo cultural aparece en algunos indicadores de estudio. No hemos logrado integrarlo estratégicamente. De la disciplina de Gestión Sociocultural otra profesora plantea (...) en mi asignatura trabajamos con diagnósticos comunitarios, pero el consumo cultural no suele ser un eje central. Se menciona de paso, sin profundizar en su potencial transformador. Reconozco que este es un punto débil. Los proyectos incluyen diagnóstico cultural general, pero no específicamente de consumo cultural como medio de cambio social.*

En las entrevistas realizadas se evidencia desconocimiento y falta de aplicación concreta. El consumo cultural no se integra como herramienta de transformación en proyectos y acciones.

En las tres actividades observadas de los Grupos Científicos Estudiantiles (curso 2024 y 2024-2025), aunque se miden indicadores de consumo cultural para investigaciones relacionadas a los procesos culturales, al patrimonio o a la extensión universitaria, no es el tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social el objeto de estudio, ni categoría de análisis.

Del cuestionario, el 7% de los estudiantes reconoce que sí ha diseñado proyectos académicos o investigativos que incluyan diagnóstico de consumo cultural y lo describen correctamente, el 5% solo reconoce que sí sin describir y el 88% no lo reconoce.

Por otro lado, el 10% de los estudiantes seleccionan 3 formas de utilizar el diagnóstico de consumo cultural en sus proyectos académicos o investigativos, el 36% eligen 2 opciones y el 54% solo reconoce una opción. De los aspectos propuestos los que aplican en estas elecciones son: identificar necesidades comunitarias, diseñar ofertas culturales pertinentes y adaptar a contextos específicos.

Se determina que hay un reconocimiento teórico de la importancia de contextualizar las intervenciones socioculturales, pero no hay desarrollo práctico en el uso del consumo cultural como medio de transformación social en el diagnóstico y diseño de estrategias. Se muestra una desvinculación clara entre la formación recibida y las competencias necesarias para diseñar intervenciones basadas en consumo cultural como medio de transformación social.

Se concluye que, la Evaluación del Indicador 3.1 es No logrado, no se elaboran proyectos con diagnóstico de consumo cultural como medio de transformación social. Además, los estudiantes muestran poca capacidad para integrarlo en la intervención sociocultural.

Indicador 3.2 Implementación de acciones de mediación cultural que promueven prácticas de consumo cultural como medio de transformación social

En la revisión de documentos, en el Plan de Estudio E de la carrera GSD, entre los propósitos del objeto de trabajo y en los modos de actuación profesional, se halla que el gestor sociocultural actúe como asesor, mediador y facilitador de los diferentes actores sociales, debe asesorar, mediar y facilitar los procesos de comprensión, apropiación y dinamización de la cultura y la praxis sociocultural, como recursos de mediación y de cambio social indispensable, en correspondencia con el proyecto social cubano.

Al respecto, en la entrevista a profesores concuerdan que aunque en la formación del estudiante se ofrecen las herramientas para actuar como mediador en la sociedad, aún se ha de profundizar más en cómo desarrollar una adecuada mediación cultural, y para ello reconocen que se debe preparar más al estudiante para que desarrollen la escucha activa, la empatía, la aceptación, la tolerancia y encuentren en el consumo cultural un medio importante para que las acciones de mediación cultural sean adaptadas al contexto e incentiven a la participación comunitaria. Una profesora de la disciplina de Gestión Sociocultural aclara (...) *en las prácticas laborales los estudiantes han hecho mediación en conflictos culturales simples, pero son acciones aisladas, no parte de una estrategia sistemática.*

En el cuestionario a estudiantes, el 20% manifiesta que sí ha ejecutado acciones de mediación cultural y describe la adaptación al contexto, el 40% solo responde que sí y el otro 40% no lo manifiesta. Se muestra poca aplicación práctica de la teoría aprendida, una formación más bien abstracta que carece de referente en situaciones reales de mediación y falta de evaluación por competencias en mediación cultural.

En el grupo focal los estudiantes de primer año y algunos de los otros años de estudio, coinciden en que no han tenido la necesidad de realizar acciones de mediación cultural en los proyectos y acciones comunitarias en las que han participado, aunque reconocen que la han puesto en práctica en situaciones empleadas en clases. También están de acuerdo en que es

importante la escucha activa y la negociación para reducir conflictos, promover la inclusión y garantizar el acceso equitativo a la cultura. Algunos reconocen que les cuesta escuchar y generar empatía, habilidades esenciales para ser mediador.

Al preguntarles si consideran importante el consumo cultural para las acciones de mediación cultural responden que sí pero la mayoría no sabe explicarlo bien, exponen ideas como: (...) *permite el acceso a productos culturales, (...) se visitan museos y galerías y (...) también la proyección de películas, poner música de varios géneros y mostrar las tradiciones de danza.* Sin embargo, no se refieren a que un mediador cultural no solo promueve la asistencia a lugares o mostrar, exponer o proyectar productos culturales, sino que debe guiar procesos de diálogo, el debate, el análisis crítico, la reflexión colectiva, la creación colaborativa, debe trabajar en eliminar las barreras que puedan causar la desigualdad de acceso a la cultura, entre otros elementos.

Los métodos aplicados permiten determinar que hay una base normativa y discursiva que valora la mediación cultural. Pero es insuficiente la formación de la mediación cultural con enfoque transformador, el profesor debe intencionar una ejecución más sistemática, contextualizada y participativa del estudiante como mediador. Por tanto, la evaluación del Indicador 3.2 es Parcialmente logrado.

Indicador 3.3 Evaluación crítica del tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social en políticas y proyectos teniendo en cuenta el modelo del profesional

Este indicador evalúa la capacidad de aplicar herramientas profesionales para analizar críticamente el consumo cultural en contextos reales, los proyectos y políticas. Este responde al modelo del profesional del gestor sociocultural que debe ser capaz de diagnosticar, intervenir y evaluar procesos culturales con sentido crítico y transformador.

En la entrevista los profesores concuerdan en que se evalúa más los proyectos de gestión cultural y no específicamente el papel del consumo cultural en ellos. En las evaluaciones de trabajos de curso se consideran aspectos culturales, pero son insuficientes los criterios para valorar el consumo cultural como herramienta transformadora. Este es otro aspecto que se ha de mejorar e incluir en la evaluación de dimensiones específicas sobre el tratamiento del consumo cultural como medio de transformación.

En el cuestionario a estudiantes, el 12% reconoce que al evaluar proyectos utiliza 3 de las herramientas propuestas para analizar el consumo cultural, el 62% reconoce 2 herramientas y el 26% reconoce solo una. Las herramientas más utilizadas para el análisis son: las encuestas/entrevistas, la observación participante y análisis de contenido. Mientras, el 10% de los estudiantes en sus evaluaciones realiza análisis crítico del consumo cultural siempre con profundidad, el 67% superficialmente, el 17% rara vez y el 7% nunca. Hay un predominio de una evaluación superficial, no crítica ni transformadora.

Los estudiantes sugieren para integrar el consumo cultural como medio de transformación social en su formación: introducir el tema en asignaturas, variedad y accesibilidad, actividades comunitarias, talleres, proyectos socioculturales, acciones de promoción, encuentros de conocimientos, eventos, uso de métodos creativos, más comunicación y realizar actividades recreativas.

En el grupo focal, los estudiantes expresan que el tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social despierta su interés en acciones comunitarias y de investigación, tales como: la organización de eventos culturales, investigaciones sobre el impacto cultural en la comunidad, la creación de espacios para la expresión artística local, proyectos de educación patrimonial y promoción cultural. Añaden como otros aspectos de interés el impacto de la cultura en la personalidad y la sociedad. Además de la importancia de

la cultura para la formación integral y el desarrollo profesional. No obstante, se contradice lo que se expone con la baja elección de esta temática para proyectos, acciones comunitarias y de promoción.

También expresan que se trabajan más las manifestaciones artísticas como contenido que en la práctica. Se sugieren más espacios de creación, más recorridos culturales e intercambios con artistas. Una estudiante de cuarto año declara que (...) *a pesar de haberse efectuado actividades en las que participé en la carrera, que sí conecté con el arte como: el recorrido por la Galería del Pasillo Central y otras como concursos o visitas a museos, proyección de películas, siempre me hubiera gustado aprender más.*

De este mismo año académico, otra estudiante dice (...) *El consumo cultural puede ampliarse profe dentro de la carrera, se puede abarcar de otras formas para que los estudiantes tengan mayor cultura general, además de crear asignaturas o talleres de estudios culturales, de crítica cultural, hacer nuevas propuestas a los estudiantes sobre lo que quieren estudiar dentro de la carrera y otras innovaciones.*

Este indicador revela que los estudiantes reconocen la importancia del tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social y demandan más formación práctica. Sin embargo, no están desarrollando la evaluación crítica en sus proyectos reales. Existe una desvinculación entre el interés y la acción, lo que debilita la dimensión práctico-comportamental.

En consonancia, la evaluación del Indicador 3.3 es Parcialmente logrado: la evidencia muestra que si bien se introduce la evaluación del consumo cultural, no se logra consolidar un análisis profundo y sistemático de este como medio de transformación social.

El resultado de los indicadores propició la determinación de las siguientes fortalezas y debilidades en esta dimensión.

Fortalezas:

- 1- Reconocimiento profesoral y estudiantil del valor transformador del consumo cultural
- 2- Base metodológica inicial establecida al estudiante reconocer los métodos de investigación: encuestas, entrevistas, observación participante y análisis de contenido

Debilidades:

- 1- No se diseñan proyectos, programas y acciones que se centren en el tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social
- 2- Insuficiente intencionalidad pedagógica para que el estudiante aborde la mediación cultural en el tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social
- 3- Carencias de evaluaciones donde se valore el tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social en políticas y proyectos teniendo en cuenta el modelo del profesional

Lo expuesto conlleva a que la evaluación de la Dimensión 3 sea No lograda, con un indicador No logrado y dos indicadores evaluados de Parcialmente logrados, porque no se logra la integración del consumo cultural en la práctica profesional de los estudiantes, ni en el diseño, ni en la mediación, ni en la evaluación con sentido crítico transformador.

Esta evaluación manifiesta la principal contradicción entre la teoría del primer capítulo y la realidad formativa. Se había definido, que la transformación social desde una perspectiva humanista implica mejorar o potenciar el contexto actual y futuro con enfoque en justicia social, equidad y cuidado con la naturaleza (Canela & Baró, 2019). Sin embargo, no se diseñan proyectos con diagnósticos completos del consumo cultural como medio de transformación social, el rol como mediador no es sistemático y su evaluación superficial. Sin estas habilidades prácticas, el consumo cultural no puede operar como el medio de diagnóstico y

acción transformadora que la teoría postula, reduciéndose a un concepto abstracto y desconectado del desarrollo comunitario genuino.

Las debilidades de esta dimensión confirman que sin un habitus formado para ver el consumo cultural como medio de transformación social el futuro gestor reproduce la lógica del campo cultural tradicional. Su capital cultural profesional se construye sobre la gestión de la oferta, lo que explica por qué en sus proyectos diagnostican necesidades genéricas, pero no delinean las prácticas reales de consumo en la comunidad.

Se concluye entonces que con dos dimensiones Parcialmente logradas y una No lograda, la variable tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social en la formación del estudiante de la carrera GSD, queda evaluada de No lograda. En ella se muestra un desarrollo incipiente pero insuficiente del tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social.

El diagnóstico permitió generalizar en la variable las siguientes fortalezas y debilidades.

Fortalezas:

- 1- Existencia de una base curricular multidisciplinaria que favorece el tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social
- 2- Reconocimiento por profesores y estudiantes del valor transformador del consumo cultural

Debilidades:

- 1- Ausencia de transversalidad curricular y metodológica, ya que no hay procedimientos metodológicos para el tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social en la formación del estudiante
- 2- Falta de articulación entre la formación teórica y práctica profesional porque el estudiante no aplica en proyectos reales de intervención sociocultural el consumo cultural como medio de

transformación social, lo que limita el desarrollo de habilidades que benefician la gestión sociocultural

3- Insuficiente intencionalidad del profesor de una conciencia crítica y valorativa del tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social, manifiesto en que el estudiante no internalice el consumo cultural como herramienta de análisis, mediación y transformación social

### **Conclusiones del capítulo**

Los resultados del diagnóstico permitieron caracterizar el estado inicial del tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social en la formación del estudiante de la carrera GSD, a partir de la evaluación de sus tres dimensiones: cognoscitiva-instrumental, afectivo-valorativa y práctico-comportamental.

Se comprobó que, si bien los documentos rectores de la carrera reconocen la importancia de la cultura y la gestión sociocultural, estos no ofrecen orientaciones suficientes ni transversales para integrar de manera sistemática el tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social.

En el plano docente se evidenció que los profesores carecen de preparación teórico-metodológica para diseñar e implementar procesos formativos para el tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social.

Desde la perspectiva estudiantil, se identificó que el año académico influye en el nivel de comprensión y aplicación del consumo cultural, observándose mayores niveles de dominio en estudiantes de años superiores, aunque sin alcanzar una apropiación profesional sólida en este tema.

De modo general, la variable fue evaluada de No lograda, con dos dimensiones Parcialmente logradas y una No lograda. No existe un proceder metodológico unificado que garantice la integración del consumo cultural en la formación del estudiante con sentido crítico, ético y transformador.

Estos resultados justifican la necesidad de una metodología que articule de manera intencionada y transversal el tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social, con herramientas concretas para la formación de gestores socioculturales capaces de intervenir en sus contextos con un enfoque cultural adecuado y socialmente transformador. Esta propuesta se desarrolla en el próximo capítulo.

# Capítulo III

### **CAPÍTULO 3. METODOLOGÍA PARA EL TRATAMIENTO DEL CONSUMO CULTURAL COMO MEDIO DE TRANSFORMACIÓN SOCIAL EN LA FORMACIÓN DEL ESTUDIANTE DE LA CARRERA GESTIÓN SOCIOCULTURAL PARA EL DESARROLLO, DE LA UNIVERSIDAD DE MATANZAS**

En este capítulo se presentan los fundamentos, la estructura y componentes de la metodología para contribuir al tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social en la formación del estudiante de la carrera GSD de la Universidad de Matanzas. Además, muestra los resultados de la validación teórica y la valoración de la aplicación práctica de la metodología diseñada.

#### **3.1 Fundamentación, estructura y componentes de la metodología para el tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social en la formación del estudiante de la carrera GSD**

Para el estudio de la metodología como resultado científico se consultó las siguientes investigaciones: (Fernández, 2011; Fernández, 2018; Borges, 2017; Peñate, 2019; López, 2021; Perdomo, 2021; Colunga, 2022; Jiménez, 2023). Estos autores conciben la metodología como un resultado científico integral que combina un aparato teórico y herramientas prácticas de manera lógica y flexible, para tratar problemas educativos con un enfoque sistemático y replicable. También concuerdan en que son varios los diseños que incluyen en su estructura, la forma de evaluar el logro de los objetivos que se traza, así como recomendaciones para la implementación de dicha metodología.

En su composición, la metodología es teórica cuando fundamenta nuevos principios, métodos y relaciones categoriales. En cambio, es práctica cuando muestra procedimientos, técnicas y acciones para su implementación. Esta última es su forma de presentación más frecuente.

Al respecto, Colunga (2022) concuerda con Fernández (2011) y define la metodología, como:

el conjunto de componentes que regulados por determinados requerimientos establecen y sustentan la secuencia de actuación a desarrollar y la explicación de cómo proceder, para lograr el conocimiento y/o transformación de un objeto de estudio. Toda metodología es contentiva de un aparato teórico cognitivo y otro práctico instrumental (p.218).

Según Colunga (2022) y Machado (2017), una metodología “es un sistema de métodos, procedimientos y técnicas que, regulados por exigencias pedagógicas, didácticas y educativas, permite gestionar el proceso docente-educativo a través de diversos modos de actuación, esencialmente de los docentes y con ello lograr los objetivos formativos” (p.12).

Mientras, López (2021) coincide con Alonso et al. (2019), al determinar que la metodología como tipo de resultado científico en el campo de la educación, se caracteriza por:

...ser un resultado relativamente estable que se obtiene en un proceso de investigación científica, responden a un objetivo de la teoría y/o la práctica educacional, se sustentan en un cuerpo teórico (concepciones, leyes, modelos, principios, sistema categorial, premisas, relaciones, regularidades), son un proceso lógico conformado por fases y/o etapas condicionantes y dependientes, que ordenados de manera particular y flexible permiten el logro del objetivo propuesto, derivadas de un sistema de procedimientos de un método o conjunto de ellos y tienen un carácter flexible aunque responden a un ordenamiento lógico (Alonso et al., 2019, p.235).

A partir de las definiciones consultadas, en esta investigación se determina que la metodología para el tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social en la formación del estudiante de la carrera GSD es: un proceder metodológico, compuesto por dos

dimensiones: el aparato cognitivo integrado por los fundamentos y características que la sustentan, y un aparato práctico instrumental, donde se especifica la secuencia de pasos y procedimientos metodológicos a seguir. La articulación de ambas dimensiones permite diseñar acciones para su implementación en la praxis y dar cumplimiento al objetivo propuesto.

A continuación se muestra la Figura 3 con la representación de la metodología que se propone.

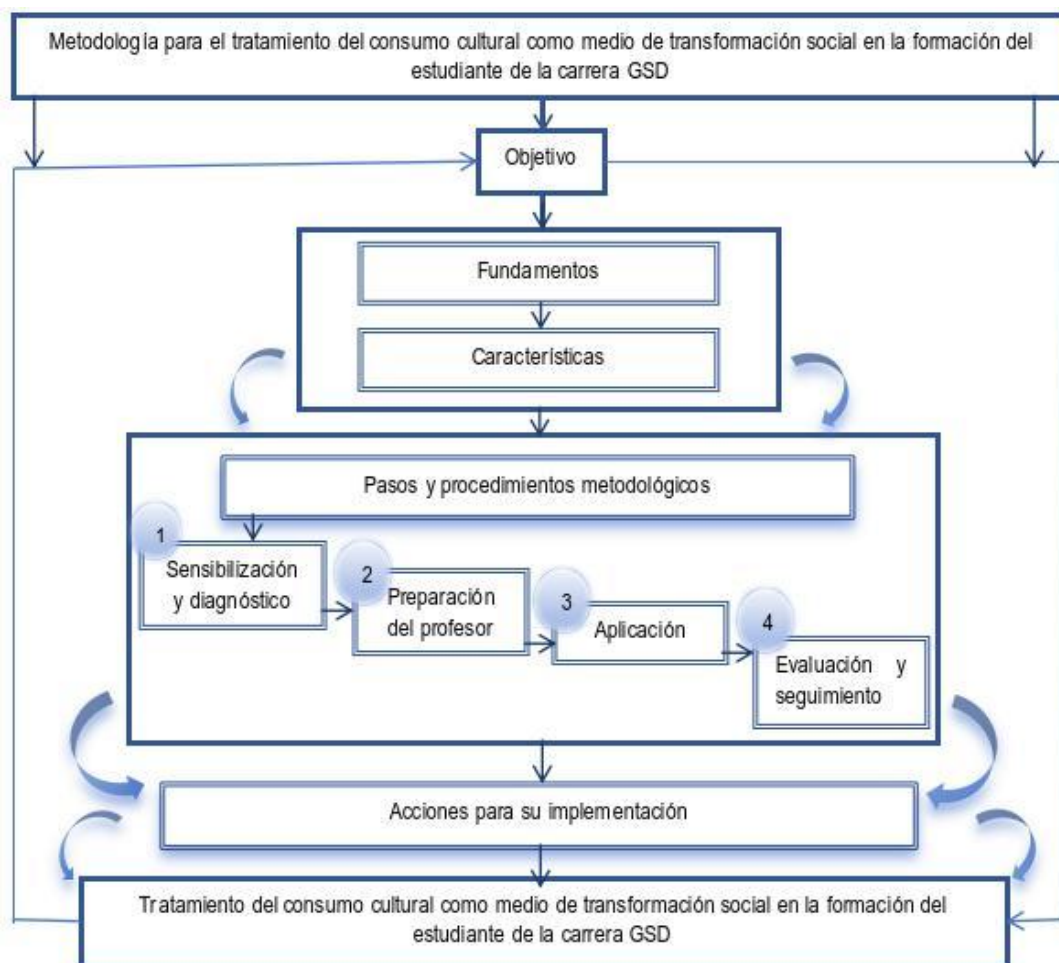


Figura 3: Metodología para el tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social en la formación del estudiante de la carrera GSD

Fuente elaboración propia

La metodología tiene como objetivo: Contribuir al tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social en la formación del estudiante de la carrera GSD en correspondencia con el modelo del profesional.

La misma se sustenta en los fundamentos filosóficos, psicológicos, pedagógicos, axiológicos, didácticos, sociológicos.

Desde la perspectiva filosófica, esta metodología tiene sus bases en la teoría marxista-leninista y en la aplicación del método dialéctico-materialista. También sigue el criterio de Ramos (1996), quien reconoce la relación de lo objetivo y lo subjetivo en el consumidor del arte. El receptor como sujeto desempeña un activo papel al interpretar de diversos modos de un producto cultural dado, al seleccionar y preferir temas y géneros determinados así como al valorar y apreciar según sus normas e intereses. Tiene profundo carácter humanista, tanto por su contenido como por los valores y actitudes que inculca y desarrolla. El producto cultural es ante todo una actividad por y para el hombre, que debe contribuir a humanizar tanto a la realidad como al propio individuo.

El tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social en la formación del estudiante de la carrera GSD, ha de preparar al estudiante para ser sujeto al consumir un producto cultural, capaz de valorar las necesidades a las que responde como por las condiciones en que se produce, difunde y consume. Teniendo en cuenta que presenta un profundo carácter social expresado en la naturaleza social del artista, las instituciones que se encargan de su promoción, los recursos económicos disponibles, el nivel de educación de los que lo disfrutan, el tiempo libre con el que se cuenta, así como los medios, ideales, conocimientos y valoraciones a través de los cuales se crea y percibe (Ramos, 1996).

Las bases psicológicas de la metodología elaborada, se sustentan en los aportes realizados por Vigotsky y sus seguidores en la teoría histórico – cultural, que centra su atención en el desarrollo de la personalidad y la importancia de la zona de desarrollo próximo. Así como, en la interconexión de factores cognitivos y afectivos que se complementan para precisar vivencias propias en los sujetos. Estas vivencias le dan sentido al valor simbólico que el

estudiante otorga a los productos culturales y que ha de tenerse en cuenta en el tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social. También se determina, que en dicho tratamiento, influye la relación dialéctica de factores internos (biológicos y psicológicos) y externos (familia, escuela, amigos, TICs, influencias educativas espontáneas).

Desde el punto de vista pedagógico la metodología que se propone se fundamenta en el Modelo del profesional del Plan de Estudio E de la carrera GSD y en esencial en una de las ideas rectoras del proceso de formación, expresadas en el Artículo 5.1 de la Resolución 47/22: la unidad entre la educación y la instrucción, expresa la necesidad de educar al estudiante, a la vez que se instruye (MES, 2022). A su vez, asume la formación del estudiante como proceso que integra la tríada: instructivo - educativo - desarrollador.

Otro fundamento pedagógico son los principios para la dirección del proceso pedagógico, de Addine et al. (2002) y Matos (2025), los cuales permitieron dirigir las acciones de la metodología en función del objetivo propuesto:

#### 1. Principio de la unidad del carácter científico e ideológico del proceso pedagógico

La metodología tiene carácter científico pues se elabora para que el profesor, en función de alcanzar la búsqueda activa del conocimiento, favorezca la formación de un pensamiento reflexivo y el desarrollo de las individualidades de los estudiantes a partir de sus potencialidades. En unidad con este carácter científico está el carácter ideológico de la propuesta, la cual responde a la ideología socialista.

#### 2. Principio de la vinculación de la educación con la vida, el medio social y el trabajo, en el proceso de educación de la personalidad

En la metodología, el cumplimiento de este principio se evidencia en la creación de espacios donde se propicie el tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social en la formación del estudiante, relacionado con el contexto profesional de la carrera GSD y su

vinculación con las necesidades sociales. De este modo, el estudiante puede usar las herramientas que ofrece el consumo cultural para asumir situaciones profesionales que respondan al medio social, político, económico y natural en que se desenvuelve, tanto en el profesional como en el social, lo cual coadyuva a potenciar el modo de actuación profesional basados en el respeto, la cooperación y la reflexión.

3. Principio de la unidad de lo instructivo, lo educativo y lo desarrollador, en el proceso de la educación de la personalidad

En la metodología este principio se expresa al asumir como fundamento la idea rectora del proceso de formación, la unidad entre la educación y la instrucción, así como el enfoque profesional y desarrollador que caracteriza la concepción del proceso de enseñanza-aprendizaje en el plan de estudio de la carrera. Por tanto, la metodología satisface la unidad de lo instructivo, lo educativo y lo desarrollador, en la medida en que el profesor conciba en el tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social, la participación del estudiante mediante una búsqueda y apropiación activa del conocimiento, de los valores y atributos personales de la profesión para adoptarlos en su comportamiento profesional.

4. Principio de la unidad de lo afectivo y lo cognitivo, en el proceso de educación de la personalidad

En esta metodología se logra la unidad de lo afectivo y lo cognitivo a partir del tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social basado en las vivencias de los estudiantes, en el contexto de creación del producto cultural y su impronta en la actualidad, que conlleven a la reflexión y al análisis mediado de juicios críticos, sentimientos y emociones.

5. Principio del carácter colectivo e individual de la educación y el respeto a la personalidad del educando

Este principio se manifiesta en los procedimientos metodológicos dirigidos a la preparación de los profesores, donde se toma en consideración que todo proceso constituye una unidad en la diversidad. Por ello, el respeto a la individualidad es esencial en la aplicación de la metodología.

Para el sustento axiológico, se entiende el valor como una relación dinámica entre el sujeto (estudiante) y el objeto (producto cultural), que fomenta una capacidad crítica y valorativa. A partir de la premisa de que la valoración es un acto íntimo que puede ser educado y enriquecido mediante la contrastación con cualidades objetivas del producto cultural y el diálogo con la comunidad.

Los procesos que se desarrollan en la personalidad, no solo son cognoscitivos, también son procesos afectivos, emocionales y valorativos. En ellos se reflejan los propios fenómenos y el significado que estos poseen para el sujeto que los refleja en su vida y actividad. Tanto la valoración como las emociones suponen un reflejo contenido de la realidad y de las necesidades del sujeto.

De esta forma se prepara al estudiante para decodificar, cuestionar y re-significar los mensajes y valores implícitos en el consumo cultural. Al dotarlo de herramientas para esta relación dialéctica, se le empodera para dejar de ser un consumidor pasivo y convertirse en agente crítico y transformador de su realidad cultural. Capaz de intervenir conscientemente en el proceso de creación, circulación y apreciación de valores dentro de su sociedad, que es en esencia la transformación social.

Los fundamentos didácticos de la metodología se relacionan con la didáctica general porque concibe el proceso de enseñanza-aprendizaje con carácter desarrollador, al organizar y estructurar el proceso docente para el tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social en la formación del estudiante, de manera que garantice la apropiación

activa y creadora de la cultura. De este modo, se analiza como un proceso sistémico, planificado, dirigido y específico, en el cual la interrelación profesor-estudiante, presenta un accionar didáctico cuya meta es el desarrollo de la personalidad de los educandos.

El resultado que se propone se fundamenta en la Sociología de la educación, la cual reconoce el carácter social y contextualizado de la educación, que se refleja en las posiciones adoptadas en relación con la concepción de ser humano que se debe formar como ser social. En tal sentido, se destaca la posición social del profesor de la carrera GSD, responsabilizado con abordar el tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social en la formación del estudiante en correspondencia con las nuevas exigencias de la sociedad.

Los fundamentos expuestos determinan que la metodología diseñada se caracterice por ser:

Flexible: permite la utilización de diversas variantes, adecuaciones e ideas creativas del profesor tal como lo exige el proceso de enseñanza-aprendizaje. Aunque presenta una secuencia lógica de pasos y procedimientos, debe interpretarse como un ciclo dinámico donde el profesor puede: reiterar o hacer énfasis diferencial en un paso según los resultados que vaya obteniendo, adaptar los procedimientos y técnicas propuestos a las características de su asignatura, año académico y perfil de los estudiantes y ajustar la implementación en función del contexto del grupo y de los recursos disponibles.

Contextualizada: su diseño responde al tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social en la formación del estudiante de la carrera GSD, teniendo en cuenta el momento histórico-concreto en que se implementa.

Sistémica: cada componente de su estructura cumple una función determinada, que aporta desde su singularidad, al cumplimiento del objetivo que se propone y mantiene una unidad indisoluble con el medio.

Desarrolladora: tiene en consideración que el profesor, mediante el tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social, convierte al estudiante de un espectador pasivo en un sujeto activo, un crítico informado y un creador potencial, preparándolo para mediar en un mundo saturado de mensajes culturales con herramientas sólidas de análisis, disfrute y acción.

La evaluación en la metodología se planifica durante los pasos y cumple con el rol formativo en función del desarrollo del tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social en la formación del estudiante. Cada paso se ejecuta con procedimientos.

Paso 1 - Sensibilización y diagnóstico: sensibilización de los profesores y estudiantes implicados en la metodología, con el propósito de despertar su interés y participación de forma activa en el desarrollo de la misma. Después se procede a la realización del diagnóstico para recoger datos cualitativos y cuantitativos que permitan la contextualización de la metodología.

#### Procedimientos metodológicos

- Identificar y convocar a los profesores y estudiantes para el desarrollo de la metodología.
- Crear espacios de diálogo abiertos y atractivos para que los profesores participantes de la metodología reconozcan la importancia del tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social en la formación del estudiante de la carrera GSD.
- Aplicar el cuestionario a estudiantes para el tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social en la formación del estudiante, por el Profesor Principal de Año en cada grupo de la carrera, al iniciar el curso. Este será el encargado de socializar los resultados en el colectivo de carrera.
- Aplicar técnicas participativas para conocer sobre los hábitos de consumo cultural de los estudiantes, sus gustos y preferencias. Se recomienda que primero se realice el

cuestionario, para que su resultado no esté mediado por las respuestas de las técnicas participativas.

- Tener en cuenta para conocer sobre los gustos y preferencias del estudiante:

Datos sociodemográficos: edad, lugar de residencia, nivel de escolaridad de sus padres y su ocupación laboral, instituciones educativas precedentes.

Uso de los productos culturales: el que más consumen y los que menos consumen, frecuencia de consumo, formas de acceso a estos productos, si es en espacio físico o virtual, las barreras que presentan para el acceso al consumo de los productos culturales.

Apropiación de los productos culturales: influencia del consumo de los productos culturales en su vida cotidiana, ya sea en el modo de hablar o de vestir, como entretenimiento, en su forma de pensar, en el comportamiento, en el desarrollo profesional, para formar parte de grupos, entre otros elementos. También considerará quiénes han influido en sus elecciones de consumo (familia, amigos, instituciones educativas, redes sociales, medios masivos de comunicación, la comunidad donde reside).

- Presentar los resultados del diagnóstico en el colectivo de carrera, donde participan los profesores principales de los diferentes niveles organizativos del proceso docente-educativo, para que después repliquen esta presentación en sus colectivos.
- Analizar los resultados del diagnóstico en el colectivo de carrera, permite el intercambio entre los profesores principales de cada colectivo, para organizar el trabajo metodológico del tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social en la formación del estudiante a partir de las fortalezas y debilidades que se identifiquen, con enfoque personológico y en correspondencia con el modelo del profesional.

- Determinar cómo se debe preparar el profesor para que el tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social en la formación del estudiante de la carrera GSD, desarrollándolo en los tres procesos sustantivos (formación, investigación y extensión universitaria), en correspondencia con el objetivo integrador del año académico (Anexo 8) y con el modelo del profesional.
- Fomentar en los cuatro años de la carrera los valores compromiso político-ideológico, capacidad de acompañamiento y convivencia activa con personas y grupos portadores de diversidad en el marco de la identidad favorable al progreso y la construcción de la nueva sociedad e identidad nacional/local y el atributo personal: ser facilitadores a la participación y el protagonismo social.
- Propiciar la evaluación formativa en cada año académico, para el perfeccionamiento continuo del tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social y que el estudiante sea capaz de autoevaluarse y a su vez evaluar a sus compañeros.
- Utilizar las metodologías activas (Aprendizaje Basado en Proyecto), técnicas participativas, TICs.
- Seguir las siguientes especificaciones por año:

En primer año enseña al estudiante qué es el consumo cultural, su relación dialéctica con la transformación social y los aspectos para conocer sobre las formas de consumo cultural, basándose en datos sociodemográficos y el modo de apropiación y uso de los productos culturales. Resalta en su preparación la importancia de la alfabetización digital en el contexto contemporáneo, ya que las TICs son significativas entre las formas de consumo cultural y como recurso comunicativo.

El estudiante aprende a describir y categorizar lo que observan sin juicios profundos. Además se favorece que analice las TICs como espacios de consumo. La esencia de este año está en caracterizar el qué se consume y cómo se consume.

En segundo año trabaja en el análisis del consumo cultural para interpretar valores, conflictos, identidades y problemáticas identificadas en la comunidad. En este año lo importante es que el estudiante aprenda a fundamentar por qué se consume un producto cultural. Esta interpretación es la base para planificar y diseñar acciones.

En tercer año facilita que el estudiante ejecute proyectos donde aplica el consumo cultural como medio de transformación social. Por ejemplo, crea un festival comunitario, un taller de cine debate sobre una problemática social o de otros productos culturales. En este año el consumo cultural se usa para movilizar, educar, cohesionar o transformar.

En cuarto año comprueba que los estudiantes evalúen proyectos propios o ajenos, analicen cómo la utilización del consumo cultural como medio de transformación social contribuyó o no, a sus resultados. El estudiante demuestra su habilidad profesional diseñando, gestionando y evaluando críticamente políticas, programas, proyectos de mediación cultural y su impacto social (Anexo 9).

Paso 2 - Preparación del profesor: ofrece herramientas al profesor para realizar el tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social en la formación del estudiante, con un enfoque crítico, participativo y vinculado a la vida cotidiana. Tiene como propósito que el profesor intencione el desarrollo de un pensamiento crítico y provoque vínculo emocional con los valores y atributos de la profesión.

Procedimientos metodológicos

- Consultar el capítulo 1 de esta investigación para el conocimiento de los fundamentos teórico-metodológicos, que sustentan el tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social en la formación del estudiante de la carrera GSD.
- Revisar el programa de la asignatura que imparte el profesor para establecer la relación de los objetivos y contenidos (conocimientos, habilidades y valores) con el tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social en la formación del estudiante.
- Abordar el tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social en la asignatura relacionado con el conocimiento a adquirir por el estudiante, los valores y habilidades de la profesión en correspondencia con el objetivo integrador del año académico.
- Seleccionar las herramientas mediante las cuales favorece el análisis crítico, por ejemplo: deconstrucción de mensajes, identificación de tecnologías, análisis de representación de género-raza-clase, entre otros aspectos.
- Seleccionar los recursos comunicativos (lengua oral, lengua escrita y las TICs) en el tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social en la formación del estudiante.
- Realizar interpretaciones del producto cultural con enfoque interdisciplinario, asociándolo a las vivencias del estudiante para favorecer la comprensión y apropiación del contenido del producto cultural y el disfrute de experimentar la cultura.
- Incluir los aspectos del consumo cultural en los diagnósticos socioculturales si es de las asignaturas que trabajan este contenido (ver Anexo 2).
- Emplear técnicas participativas que propicien el protagonismo del estudiante en el análisis del producto cultural.

- Incluir en las orientaciones de la práctica laboral el tratamiento del consumo cultural como de transformación social.
- Integrar los resultados científicos de la carrera con el trabajo metodológico para el tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social. Ellos son: los referentes a la interpretación del patrimonio, educación patrimonial, al tratamiento de la esclavitud y su legado y la competencia intervención comunitaria (Anexo 10).
- Promover espacios de extensión universitaria, para el consumo cultural como medio de transformación social, como: talleres, ciclos de cine-debate, visita a instituciones y proyectos que divulguen o creen productos culturales, entre otros.
- Propiciar la publicación y socialización de resultados investigativos en eventos científicos y revistas especializadas.

Paso 3 - Aplicación del tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social: el profesor intenciona la ejecución de actividades en las que el estudiante implementa el consumo cultural como medio de transformación social, según el objetivo integrador del año académico.

#### Procedimientos metodológicos

- Diseñar en clases escenarios reales o simulados donde el estudiante para resolver la situación requiera necesariamente de la utilización del consumo cultural como medio de transformación social. Se pueden utilizar estudios de caso, proyectos aplicados o simulaciones de gestión, que estén vinculadas a la asignatura y al objetivo integrador del año académico.
- Organizar ejercicios de prácticas reales para que el estudiante actúe como mediador cultural. Al respecto, puede ser facilitador de un taller donde se negocien significados de

un símbolo patrimonial, mediar en un conflicto comunitario sobre el uso de un espacio cultural, entre otros.

- Proponer actividades donde el estudiante aplique el análisis y la intervención en entornos digitales, por ejemplo: el análisis crítico a un fenómeno de viralización en redes sociales, el diseño de una campaña cultural para una plataforma digital específica, la evaluación del impacto de una política cultural *on line*, entre otros.
- Promover en cada espacio la reflexión donde se manifiesten emociones en el tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social.
- Organizar espacios formales (Talleres, Día de la carrera, Jornadas Científicas Estudiantiles, Forum, Foros en el Entorno Virtual del Aprendizaje, entre otros), donde el estudiante aplique sus habilidades comunicativas en la presentación de los resultados y el aprendizaje obtenido en su práctica, recibiendo retroalimentación tanto de profesores como de los actores sociales involucrados, que forman parte de su práctica laboral o que participaron de los instrumentos aplicados.
- Tener en cuenta para la realización de actividades por año académico las siguientes recomendaciones:

En 1er año, guía al estudiante en la aplicación de instrumentos de caracterización en una comunidad o grupo específico, para recolectar datos sobre qué y cómo se consume. Estos instrumentos pueden ser: encuestas, guías observación y entrevistas estructuradas.

En 2do año, facilita que el estudiante aplique técnicas de análisis cualitativo para interpretar el por qué consumo y su relación con conflictos o identidades comunitarias. Estas técnicas pueden ser: grupos focales, entrevistas en profundidad y el análisis de contenido de productos culturales para que el estudiante diseñe acciones o un proyecto.

En 3er año, supervisa que el estudiante ejecute el tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social en un proyecto real. Esto implica rediseñar una actividad existente o crear una nueva, donde el consumo cultural como medio de transformación social sea el detonante de la movilización o de la cohesión social.

En 4to año, orienta al estudiante para que aplique instrumentos de evaluación de impacto a un proyecto, política o proceso comunicativo, analizando críticamente el papel del tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social en los resultados obtenidos.

Paso 4. Evaluación y seguimiento: evaluación formativa del tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social en la formación del estudiante de la carrera GSD. Se concibe para su desarrollo durante todo el proceso, de esta forma garantiza que la metodología se ajuste a las necesidades y ritmos del grupo con el cual se trabaja.

#### Procedimientos metodológicos

- Determinar los objetivos de la evaluación y tener en cuenta que se evalúa tanto al profesor como al estudiante.
- Seleccionar los métodos e instrumentos de evaluación que permitirán la sostenibilidad de la evaluación y seguimiento de la metodología al inicio, durante su desarrollo y al final de su implementación.
- Realizar evaluaciones con enfoque cuali-cuantitativo, combinando datos numéricos y testimonios de impacto. Se garantiza la participación de los profesores y estudiantes implicados en la metodología.
- Utilizar técnicas participativas que faciliten la evaluación constante e incluyan el uso de las TICs, mediante plataformas en Entornos Virtual del Aprendizaje y permitan tener una

apreciación del impacto de la metodología, para el tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social en la formación del estudiante.

- Aplicar el diagnóstico final para medir el resultado de la implementación de la metodología para el tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social en la formación del estudiante.
- Identificar oportunidades para el perfeccionamiento del currículo o metodologías docentes.
- Verificar que el profesor ha logrado el adecuado tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social en la formación del estudiante en correspondencia con el objetivo integrador de año académico y el modelo profesional. Lo anterior ha de evidenciarse en la preparación de asignaturas, en las actividades de extensión universitaria y las investigaciones que se propongan y se pueden mostrar en el estudiante de la siguiente forma:

En 1er año, la realización de un informe de caracterización del consumo cultural como medio de transformación social, en una institución o comunidad, con el empleo de datos sociodemográficos y la observación.

En 2do año, hace un análisis interpretativo, donde utilice el tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social para el estudio de un conflicto o valor identitario en la comunidad, que le permita planificar y diseñar acciones o proyecto que contribuyan a la solución total o parcial de la problemática abordada.

En 3er año, elabora un informe donde muestra la aplicación del consumo cultural como medio de transformación social en un proyecto ejecutado. Dicho informe debe detallar cómo se integró el diagnóstico o la reinterpretación de los hábitos de consumo existentes para rediseñar, ajustar o potenciar la intervención, con el fin de movilizar, educar o cohesionar a la comunidad. Si en el proyecto ejecutado se identifica que no se aplica el tratamiento del

consumo cultural como medio de transformación social, el estudiante deberá incluir en su informe una propuesta de intervención sociocultural concreta que detalle cómo debió integrarse estratégicamente.

En 4to año, demuestra lo aprendido mediante la evaluación crítica de un proyecto sociocultural, el análisis de cambios observables en la comunidad, o el diseño de políticas culturales inclusivas. En todos estos casos, deberá sustentar sus valoraciones y recomendaciones en un análisis del tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social, midiendo su impacto como medio de transformación y proponiendo mejoras para su efectividad.

En correspondencia con los pasos y procedimientos, se proponen acciones para la implementación de la metodología que contribuye al tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social en la formación del estudiante. El objetivo general de estas acciones es: preparar a los profesores de la carrera GSD para el tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social en la formación del estudiante. Se desarrolla mediante lo regulado en la Resolución 47/22; que establece en el artículo 147: “las formas fundamentales de trabajo metodológico son: a) Docente-metodológico y b) Científico-metodológico” (p.47). Al respecto, legisla en el artículo 170.1. “Los tipos fundamentales de trabajo docente metodológico: reunión docente-metodológica, clase metodológica, clase abierta, clase de comprobación y taller docente-metodológico” (p.47).

Mientras, en el artículo 177.1 plantea: “Los tipos fundamentales del trabajo científico-metodológico son: trabajo científico-metodológico del profesor y de los colectivos metodológicos, reunión científico-metodológica, taller científico-metodológico, seminario científico-metodológico y conferencia científico-metodológica” (p.49).

Acción 1. Reunión docente-metodológica del colectivo de carrera

Objetivo: Sensibilizar a los profesores sobre la importancia del tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social en la formación del estudiante en la carrera GSD, mediante la presentación, análisis y reflexión sobre el diagnóstico.

Participantes: Profesores del colectivo de carrera de GSD ampliado

Ejecutor: Coordinadora de carrera

En la reunión docente-metodológica se inicia con una técnica participativa de motivación para dar paso a la presentación del diagnóstico y proceder al análisis y reflexión del mismo. Se explica la necesidad de la metodología y se presentan sus componentes esenciales, haciéndose énfasis en sus pasos y procedimientos. Este constituye un momento importante para la sensibilización de los profesores y la ejecución de la metodología.

En esta reunión se toman y aprueban las acciones que faciliten la preparación de los profesores del colectivo de carrera en correspondencia con las fortalezas y debilidades identificadas, así como, lo que estos tendrán en cuenta para el tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social por año académico.

Se orienta por lo estipulado en la Resolución 47/22, que declara en el artículo 137.1 “el colectivo de carrera debe ofrecer una adecuada orientación metodológica a los colectivos de disciplina y de los de años académicos” (p.31), y teniendo en consideración los resultados del diagnóstico, se concilia la continuidad del trabajo metodológico mediante la realización de:

- Autopreparación del profesor(a) para el tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social en la formación del estudiante de la carrera GSD
- Realización de dos clases metodológicas, una instructiva y la otra demostrativa
- Realización de un taller docente-metodológico
- Realización de un taller científico-metodológico

## Acción 2. Autopreparación del profesor

Objetivo: Internalizar los fundamentos teórico-metodológicos del tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social en la formación del estudiante de la carrera GSD.

Participantes: Profesores del colectivo de carrera

Ejecutor: profesor(a)

La autopreparación del profesor se orienta a partir de las fortalezas y debilidades que se identifican en el diagnóstico. Se complementa con la consulta de los fundamentos teórico-metodológicos expuestos en el capítulo 1 de esta investigación, la revisión del programa de la asignatura que imparte donde tiene en cuenta el conocimiento, valores y habilidades de la profesión a adquirir por el estudiante, en correspondencia con el objetivo integrador del año académico.

En este proceso el profesor se planifica para favorecer el análisis crítico mediante las interpretaciones del producto cultural con enfoque interdisciplinario, asociándolo a las vivencias del estudiante. También selecciona los recursos comunicativos, las técnicas participativas y la manera en que desarrollará la evaluación formativa. Propicia que se realicen actividades relacionadas a los tres procesos sustantivos universitarios: formación, investigación y extensión universitaria.

Como resultado de la misma, se obtiene:

- La realización de una tabla donde muestre cómo ejecutar el tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social en su asignatura, teniendo en cuenta los tres procesos sustantivos, en correspondencia con el objetivo integrador del año académico y el modelo del profesional de la carrera GSD.

- Realiza la propuesta para la integración de otros resultados científicos en la carrera, referidos a la formación en interpretación del patrimonio, la educación patrimonial, al tratamiento de la esclavitud y su legado y la competencia intervención comunitaria.

### Acción 3. Clase metodológica instructiva

Objetivo: Instruir acerca del tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social en el programa de la asignatura que se seleccione.

Participantes: Profesores del colectivo de carrera

Ejecutor: Profesor(a) de la asignatura

La clase metodológica instructiva se realiza de una asignatura de la disciplina principal integradora Gestión Sociocultural o de la disciplina Historia Cultural y Pensamiento Social. En ella, el profesor(a) presenta cómo en esta actividad da cumplimiento al tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social. Se debe atender a los resultados del diagnóstico, a lo que domina y cómo procede en dicho tratamiento. Es esencial que tenga en consideración el objetivo integrador del año académico. Mediante esta acción se evalúa los resultados de la autopreparación del profesor(a).

### Acción 4. Clase metodológica demostrativa

Objetivo: Demostrar en una clase el tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social en la formación del estudiante de la carrera GSD.

Participantes: Profesores del colectivo de carrera

Ejecutor: Profesor (a)

Al impartir la clase metodológica demostrativa, de una asignatura de la disciplina principal integradora Gestión Sociocultural o de la disciplina Historia Cultural y Pensamiento Social, se

muestra la atención a los resultados del diagnóstico, el dominio y el proceder metodológico para el tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social en la formación del estudiante de la carrera GSD. Es esencial que tenga en consideración el objetivo integrador del año académico.

Mediante esta acción se evalúan los resultados de la autopreparación del profesor(a) y el aprendizaje alcanzado por los estudiantes. Este último se constata a través de la calidad de su participación, de la observación de su comportamiento en la clase, se observa si manifiesta disfrute y empatía con el tema que se trabaja, entre otros aspectos que retroalimenten sobre el proceso formativo del estudiante en este tema.

Acción 5: Taller docente-metodológico

Objetivo: Debatir las experiencias docentes de los profesores relacionadas a la aplicación de la metodología

Participantes: Profesores del colectivo de carrera

Ejecutor: coordinadora de carrera

En el taller docente-metodológico se debaten las experiencias en la ejecución de los pasos y procedimientos de la metodología, los participantes expresan sus opiniones sobre el tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social en la formación del estudiante y la posibilidad real de aplicarla en los demás colectivos que integran los niveles organizativos del trabajo metodológico y en sus asignaturas.

Esta actividad permite que se realice una evaluación final desde la perspectiva docente-metodológica de la aplicación de la metodología. En este sentido es vital que se evalúe el cumplimiento de la evaluación formativa en todo el proceso.

Acción 6. Taller científico-metodológico

Objetivo: Intercambiar ideas sobre la investigación en el tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social en la formación del estudiante en la carrera GSD.

Participantes: Profesores del colectivo de carrera

Ejecutor: coordinadora de carrera

En el taller científico-metodológico se debate la problemática relacionada a las experiencias investigativas en el tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social en la formación del estudiante en la carrera GSD. Los profesores exponen los resultados a partir de la realización de trabajos extraclases, trabajos de curso, posibles temas de trabajo de diploma o de portafolio científico. Se valora las posibilidades de publicación y socialización de resultados al difundir los hallazgos en eventos científicos y revistas especializadas.

Se intercambia sobre las experiencias en la integración de la metodología en los tres procesos sustantivos universitarios y con otros resultados científicos de la carrera relacionados a la formación en interpretación del patrimonio, la educación patrimonial, al legado del tratamiento de la esclavitud y su legado, y la competencia intervención comunitaria. En esta acción se realiza la evaluación final de la implementación de la metodología.

### **3.2 Validación teórica de la metodología para el tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social en la formación del estudiante de la carrera GSD**

En el proceso investigativo se determinó realizar la valoración teórica de la metodología a partir del método criterio de expertos. Este se caracteriza por ser una técnica de investigación de carácter subjetivo basada en la selección de individuos, grupos u organizaciones con conocimientos especializados, con el fin de obtener valoraciones fundamentales y recomendaciones sobre un problema o posibles soluciones. La experiencia de estos especialistas se convierte en la base que permite al investigador alcanzar resultados científicos (Moro, 2023).

Para la toma de decisiones y convertir el juicio subjetivo de expertos en un consenso grupal cuantificable y estructurado se aplicó el método Delphi. La comprobación de la confiabilidad de la selección, se efectuó teniendo en cuenta las siguientes exigencias: superación, labor como docente, labor como investigador, dirección de investigaciones, proyectos, tesis, cátedras, análisis teóricos sobre el tema, autorías de artículos científicos y/o libros, como ponente en eventos científicos, su labor como gestor cultural y su intuición o empírea.

La aplicación del criterio de expertos se inició con la realización de un cuestionario de autoevaluación, con el propósito de establecer el coeficiente de competencia (K) de cada experto, a partir del cálculo de los coeficientes de conocimiento (Kc) y argumentación (ka) para sobre esta base, hacer la selección definitiva de los expertos, según aparece en el Anexo 11.

El valor mínimo posible para el coeficiente de competencia K fue de 0,25 y el máximo posible 1. Mientras, los valores de K estimados para establecer la inclusión de los sujetos como expertos fueron 0,8, 0,9 y 1. El instrumento de autoevaluación se le envió a un total de 24 expertos, que debían valorar si su nivel de experticia era alto, medio o bajo. De ellos, 21 quedan seleccionados por mostrar un nivel de experticia alto (oscilación entre 0,8 -1) (Anexo 12).

Los 21 expertos poseen categoría científica, con más de cinco años de experiencia en la educación superior y vinculados al proceso de formación tanto de la carrera GSD como al perfil de la Ciencias Sociales y Humanísticas, 7 son Doctores en Ciencias y 14 Máster en Ciencias. Dos laboran en la Dirección Provincial de Cultura y han mantenido una relación sostenida con la carrera desde su fundación en la Universidad de Matanzas, además de ser investigadores afines con el tema del consumo cultural. También participó un miembro de la Comisión Nacional de Carrera y el resto son parte del claustro de la Universidad de Matanzas.

Después de realizada la selección de expertos, se les envió el cuestionario para una primera ronda de evaluación de la metodología, donde expresaran su opinión valorativa, mediante una

escala de cinco categorías (Muy adecuada, Bastante adecuada, Adecuada, Poco adecuada, No adecuada).

En la estructura de la metodología, se tuvo en consideración su contenido (definición de la metodología, objetivos, fundamentos, características y componentes) y los aspectos que comprenden los componentes teórico-metodológicos de la metodología (pasos, procedimientos metodológicos y acciones para su aplicación). También se le pidió su opinión sobre la propuesta y las razones por las que considera que la metodología pueda contribuir al tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social en la formación del estudiante de la carrera Gestión Sociocultural para el Desarrollo (Anexos 13 y 14).

Las observaciones y sugerencias de los expertos fueron fundamentales para la reelaboración y posterior ajuste de varios componentes teórico-metodológicos. A continuación, se expresan las principales observaciones, críticas y sugerencias realizadas a la propuesta que fueron atendidas para su perfeccionamiento: buscar una mejor manera de enunciar las acciones y coherencia de lo que se pretende lograr y evitar absolutizaciones; no perder de vista la utilización de las TICs, en especial de las redes sociales; ejemplificar los aspectos del consumo cultural que se incluirían en un diagnóstico sociocultural; profundizar en el vínculo entre el consumo cultural como medio de transformación social, las habilidades y los modos de actuación profesionales del perfil del egresado; develar más el proceso de extensión universitaria en el tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social y revisar las formas de evaluación, que guíen por año académico cómo realizar las evaluaciones a los estudiantes.

Los resultados de la evaluación por criterio de expertos permitieron validar la metodología propuesta como un resultado muy pertinente y aplicable en el proceso formativo de los estudiantes de la carrera GSD. El análisis cualitativo y cuantitativo de las valoraciones emitidas

evidencia una aceptación mayoritaria y un alto reconocimiento al instrumento diseñado. Entre las razones que exponen se hallan:

- La metodología tiene altas posibilidades de éxito por su inserción orgánica en los distintos procesos de la carrera. Muestra pertinencia y relevancia curricular, porque responde a una necesidad formativa real y actual en la carrera GSD y aborda un vacío teórico-práctico al vincular el consumo cultural con la transformación social en el perfil del egresado.

- Es una propuesta excelente a favor del consumo cultural que siempre debe reivindicarse por lo que es en su esencia: un pilar fundamental para el ser humano. La mayor virtud del consumo cultural no es su utilidad práctica, sino su capacidad única para responder a necesidades de las personas, este es un aporte tan vital como insoslayable.

- El éxito de la metodología está en que logra el tratamiento del consumo cultural a partir de las esferas y modos de actuación del profesional de GSD, como parte de su formación y no como acciones aisladas desde las asignaturas.

- La valía de la metodología está en la posibilidad de integrar las acciones desde una visión holística, interdisciplinar y desde diversos frentes; sin imponer o violentar prácticas que aunque no sean las más adecuadas, se requiere tiempo y sabiduría para transformarlas.

- La metodología contribuye al tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social en la formación del estudiante, pero con niveles de flexibilidad, creatividad y aplicabilidad, de acuerdo con los contextos, aunque debe tener en cuenta el complejo proceso que representan las redes sociales, que afecta la credibilidad de los procesos sociales y los proyectos de países como el nuestro.

- La metodología presenta una estructura clara, sistémica y bien articulada, con pasos, procedimientos y acciones que se derivan lógicamente de los objetivos y fundamentos. No es un conjunto de ideas sueltas, sino un proceso diseñado para ser implementado.

-Su diseño es práctico y aplicable al contexto concreto de la formación del GSD. Las características de ser flexible, contextualizada, sistémica y desarrolladora la hacen adaptable a las necesidades reales del proceso docente.

-La metodología trasciende lo instructivo y apunta al desarrollo integral de la personalidad del futuro gestor, fusionando de manera efectiva la dimensión cognitiva-instrumental, afectivo-valorativa y práctico-comportamental.

-La propuesta tiene un alto valor sociopolítico al formar un profesional crítico y comprometido, capaz de utilizar la cultura como herramienta de transformación social, lo que está en sintonía con los objetivos del proyecto social cubano.

-A pesar de su complejidad teórica, la metodología está expuesta con claridad y puede ser comprendida y aplicada por el claustro de profesores, gracias a sus ejemplos, anexos y guías por año académico.

Las observaciones y sugerencias formuladas por los expertos facilitaron el perfeccionamiento de determinados componentes metodológicos, contribuyendo a su ajuste y optimización. Por el consenso mostrado en sus criterios se aplicó solo una ronda, que evalúa la metodología como una propuesta bien elaborada, necesaria, aplicable y con un alto potencial de impacto en la elevación de la calidad de la formación profesional en la carrera GSD.

### **3.3 Valoración de la implementación práctica de la metodología para el tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social en la formación del estudiante de la carrera GSD**

Se presenta la valoración de los resultados a partir de la implementación práctica de la metodología propuesta durante el segundo período del curso 2024-2025. Los resultados de la aplicación práctica se realizaron a través de la ejecución parcial de las acciones, que se sustentan en pasos y procedimientos metodológicos a seguir.

La ejecución de la reunión docente-metodológica del colectivo de carrera, correspondiente a la acción 1, fue en marzo del año 2025. Se comenzó con la técnica participativa "El termómetro cultural" (Anexo 15), que sirvió para mostrar la diversidad sin juicios e introducir la idea de que el consumo es personal y varía. De esta forma se inicia la sensibilización a los profesores en este tema y se realizó la presentación del diagnóstico para dar lugar al análisis y reflexión sobre el mismo. Se explicó la necesidad de la metodología y se presentó sus componentes esenciales, haciéndose énfasis en sus pasos y procedimientos.

En este espacio los miembros del colectivo de carrera estuvieron de acuerdo en participar en la implementación de la metodología y quedó aprobada la continuidad del trabajo metodológico mediante la realización de la autopreparación del profesor, la clase metodológica instructiva de la asignatura Gestión Cultural, la clase metodológica demostrativa de la asignatura Historia de la Cultura Cubana II. Los profesores propusieron que antes de la realización de los Talleres Metodológicos, se impartiera también una clase abierta y quedó aprobado que fuera de la asignatura Sociología de la Cultura. Se aprobó la línea de trabajo metodológico: Consumo cultural como medio de transformación social en la formación del estudiante de GSD y sentó las pautas para el proceso de autopreparación de los profesores.

También se validó en el mes de abril del año 2025, la clase metodológica instructiva de la asignatura Gestión Cultural en el colectivo de carrera, correspondiente a la acción 3. En ella, se presentó como objetivo: Instruir a los profesores sobre cómo incorporar el tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social en el Tema de Gestión Cultural, conceptualización y principales tendencias en el contexto iberoamericano.

La profesora inició con una breve introducción a la metodología del consumo cultural como medio de transformación social y enfatizó en que el objetivo es que los estudiantes interpreten el porqué del consumo cultural y no solo lo describan. Aplicó correctamente la metodología

propuesta, tuvo en cuenta los fundamentos, características, pasos y procedimientos, adaptándolos al nivel de 2do año y su objetivo integrador. Por ejemplo:

-En la introducción de la clase, al abordar la definición de gestión cultural se analiza por qué se gestionan ciertos productos culturales y otros no, qué conflictos de poder, identidad o valor están detrás, así vinculó el contenido teórico con un análisis crítico contextualizado.

-En el Desarrollo, para analizar las tendencias de gestión cultural en el contexto iberoamericano aplica la actividad Mapa de conflictos culturales (Anexo 16) festivales de Chile y Cuba. En él los estudiantes identifican qué productos culturales se promueven, cuáles se excluyen y qué valores o identidades se refuerzan o silencian. Esta actividad es una técnica de análisis cualitativo donde los estudiantes interpretan las exclusiones/inclusiones en políticas culturales, por lo que tuvo en cuenta los fundamentos psicológicos al analizar la interacción de factores externos (contexto) e internos (identidad) en el consumo.

En el análisis intenciona el fomento de los valores compromiso político-ideológico, capacidad de acompañamiento y convivencia activa con personas y grupos portadores de diversidad en el marco de la identidad favorable al progreso y la construcción de la nueva sociedad e identidad nacional/local y del atributo personal: ser facilitadores a la participación y el protagonismo social.

-En las conclusiones, en el estudio independiente orienta a cada estudiante seleccionar una política o proyecto cultural iberoamericano y elaborar un informe donde debía caracterizar el consumo cultural que promueve, la interpretación de los valores, conflictos o identidades y proponer cómo esta gestión podría desarrollarse para mayor transformación social. De esta manera, ejecuta la evaluación formativa, en especial con el procedimiento de segundo año, al hacer un análisis interpretativo que vincule los patrones de consumo con un conflicto o valor identitario en la comunidad.

-Orientó que para cada caso de gestión cultural que se analice los estudiantes deben identificar: valor o identidad promovida, conflicto o tensión subyacente y por qué ese producto responde a una necesidad comunitaria. Esto es coherente con los fundamentos axiológicos en la relación dinámica sujeto-objeto para educar la valoración crítica, específicamente con la realización de interpretaciones del producto cultural con enfoque interdisciplinario, asociándolo a las vivencias del estudiante.

Al cierre de la clase metodológica se propició la reflexión grupal sobre: ¿Cómo esta propuesta desarrolla la habilidad de interpretación en los estudiantes? ¿Qué apoyo requieren los profesores para guiar el análisis de conflictos y valores?

En síntesis, la clase metodológica instructiva presentada fue una implementación reflexiva e integral de la metodología. Mostró adaptación creativa a la asignatura y al año, sin rigidez, contextualizó el aprendizaje. Los componentes de la clase funcionaron como un sistema hacia un objetivo, convirtiendo al estudiante en un agente crítico y propositivo. Mediante la misma, se garantiza una formación transformadora en el estudiante. Fue un espacio para el intercambio y la reflexión entre los profesores del colectivo de carrera, se aclararon dudas y en consenso se evaluó como un magnífico ejemplo para la aplicación de la metodología.

Además de estas acciones en la validación práctica de la metodología se volvieron a aplicar los métodos de entrevista a profesores y el cuestionario a estudiantes.

En la entrevista realizada a los PPA, al igual que resto de los profesores que integran la muestra, se obtienen criterios positivos. La clase metodológica instructiva y la autopreparación les permitió comprender más la importancia de la metodología y entender su implementación. El PPA de cuarto año planteó que (...) *antes hablábamos de consumo cultural de forma abstracta. Ahora tengo herramientas específicas para trabajarlo en mi asignatura, como la triada interpretativa o el mapa de conflictos.* Concuerdan en que han notado un cambio

cualitativo en los debates, la profesora de Gestión cultural dijo (...) *los estudiantes pasan de describir productos culturales, a interpretar intenciones, conflictos de valor y su potencial transformador. Se ha elevado el nivel de análisis en el aula.*

Consideraron que la metodología cierra el círculo entre lo que se enseña y lo que el gestor realmente hace, apreciaron en los estudiantes que analizan el diseño de diagnósticos y proyectos con una mirada más aguda y contextualizada y reconocieron la flexibilidad que tiene para implementarse. Valoraron que las especificaciones por año resultan muy útiles, les permite adaptar las técnicas, como el análisis de contenido, a los temas de las asignaturas manteniendo la atención en la transformación social. Entre las preocupaciones expresadas se hallan: la evaluación de forma justa y objetiva de la interpretación y la crítica. El de profesor de Historia de la Cultura Latinoamericana y Caribeña expuso su duda de (...) *cómo medir la profundidad de un análisis de conflicto cultural, esto a veces es subjetivo.*

Otro desafío, en el cual se coincide, es en el tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social de manera orgánica, sin que se sienta como un tema más agregado al programa. Esto requiere de reestructurar las clases, no solo añadir una actividad. De igual modo, es otra preocupante que los estudiantes llegan con hábitos de consumo cultural muy pasivos y poco bagaje cultural, hay que dedicar tiempo en trabajar estos aspectos antes de poder profundizar en el análisis crítico, lo que retrasa el avance en los objetivos más complejos.

Agregaron que es más difícil para los que imparten asignaturas consideradas no propias de la especialidad. Les resultó más complicado encontrar los vínculos naturales y temen el riesgo de forzar una conexión artificial con el consumo cultural que no convenza al estudiante.

Si bien se alcanzaron resultados satisfactorios, también se presentaron dificultades en la implementación de la metodología, dadas fundamentalmente por la resistencia al cambio del claustro, algunos profesores aun perciben el consumo cultural como un tema exclusivo de

asignaturas como Gestión Cultural o Sociología de la Cultura. No obstante, a pesar de las preocupaciones, los profesores coincidieron en el reconocimiento de la importancia a la aplicación de la metodología que se propone para la formación del estudiante de la carrera GSD.

En la aplicación del cuestionario a estudiantes (Anexo 17), la dimensión cognoscitiva-instrumental, muestra un logro sólido. Los estudiantes han transitado de una comprensión nominal y repetitiva del consumo cultural, que asociaban generalmente a arte y espectáculos, a una comprensión relacional y crítica. El hecho de que el 75% lo defina y relacione dialécticamente con la transformación social indica que han interiorizado el núcleo conceptual de la metodología: que el consumo cultural es una práctica social cargada de significado político, ideológico y transformador.

La utilización del 90% de los recursos comunicativos lengua oral, escrita y TICs evidencia que no es un conocimiento pasivo, sino una herramienta mental operativa que están aplicando en su imaginario profesional. Han pasado de ser estudiantes que memorizan a gestores en formación que argumentan.

En la dimensión 2 afectiva-valorativa, los resultados son los más significativos desde el punto de vista de la formación integral de la personalidad. El avance en el compromiso político-ideológico, de ser el valor peor evaluado a uno mayoritariamente consolidado, es esencial. Esto sugiere la construcción de una posición consciente desde la cual el futuro gestor ejerce su profesión. Han desarrollado un para qué claro de su labor.

Los resultados positivos en valores y atributos personales de la profesión, que en el diagnóstico inicial habían obtenido puntuaciones de 1 y 2 en la escala de Likert, muestran que el estudiante ha adoptado la ética del gestor sociocultural: un profesional que no impone, sino que facilita, moviliza y empodera.

Y en la dimensión 3 práctico-comportamental muestra resultados más logrados del aprendizaje significativo en acción. El incremento del 7% al 57% en estudiantes que pueden diseñar y describir proyectos con diagnóstico de consumo cultural como medio de transformación social demuestra que están cerrando el ciclo del conocimiento. Ya no solo saben qué es, sino que pueden operacionalizarlo.

La manifestación del 80% de ejecutar acciones de mediación adaptadas al contexto revela el desarrollo de una habilidad profesional clave: la flexibilidad y contextualización. Y que el 65% realice un análisis crítico, indica el surgimiento de un pensamiento evaluativo y autónomo. Están dejando de ser ejecutores para convertirse en estrategias y críticos de la acción sociocultural. El progreso observado en la variable al tabular el cuestionario, representa un cambio en el perfil profesional del estudiante de GSD como se aprecia en la Figura 4:

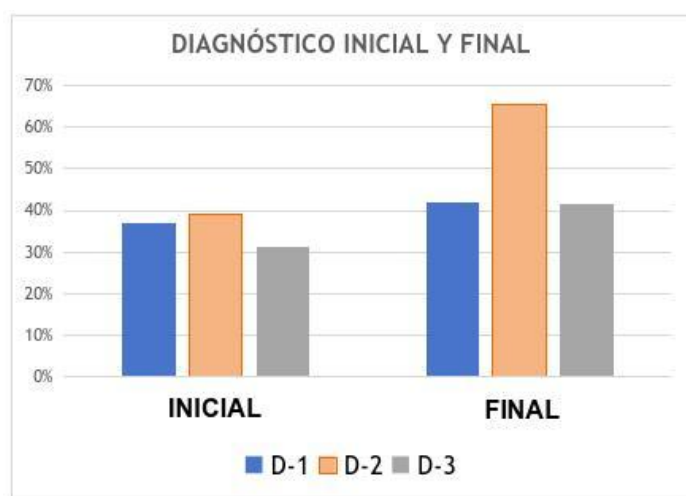


Figura 4: Diagnóstico inicial y final

Fuente: Elaboración propia

El estudiante pasa de consumidor pasivo de cultura a mediadores culturales críticos, de aplicar técnicas a asumir una postura valorativa y comprometida y ha logrado articular lo cognitivo, afectivo y comportamental en su perfil profesional. La única dimensión que debe seguir mejorando para ser Lograda en sus tres indicadores es la práctica-comportamental por ser la

más compleja, ya que implica actuar en la realidad, requiere más tiempo para su total consolidación. Sin embargo, la tendencia en su implementación es positiva y demuestra que el camino es el correcto. Las acciones validadas y los métodos aplicados permitieron determinar las siguientes fortalezas y debilidades en la variable de estudio.

Fortalezas:

1. Alta efectividad y aplicabilidad de la metodología demostrada en las acciones validadas y los resultados de los métodos empleados.
2. Mejora del trabajo metodológico colectivo e individual que promueve la transversalidad del tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social en la formación del estudiante de la carrera GSD.
3. Cambio cualitativo en el aprendizaje estudiantil, de un análisis descriptivo a crítico del consumo cultural como medio de transformación social.

Debilidades:

1. Dificultades en la evaluación cualitativa, los profesores sostienen la preocupación por la subjetividad del proceso evaluativo
2. Riesgo en la integración orgánica y saturación de contenidos, sobre todo en las asignaturas del currículo que se consideran menos afines para el tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social y generan resistencia al cambio.
3. Aún queda pendiente la mayor consolidación de la dimensión práctico-comportamental, especialmente el diseño de estrategias de intervención sociocultural, por ser la habilidad más compleja de desarrollar

La validación práctica demuestra que la metodología es una herramienta efectiva que está transformando positivamente la formación de los estudiantes de GSD. Muestra de ello son los

resultados en el proceso formativo de la carrera GSD luego de la aplicación parcial de la metodología para contribuir al tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social:

- Trabajo en el colectivo de carrera de la línea de trabajo metodológico: Consumo cultural como medio de transformación social en la formación del estudiante de GSD.
- Incorporación del tratamiento al consumo cultural como medio de transformación social en los diagnósticos socioculturales de las asignaturas Metodología del Trabajo Social Comunitario y Gestión de Proyectos y Evaluación de Impacto
- Se agrega como temática del Grupo Científico Estudiantil Procesos Socioculturales Cubanos (Anexo 18).
- Se participa en eventos internacionales, impartición de curso en Unisoc y publican resultados investigativos en revistas científicas (Anexo 19).

Las debilidades identificadas señalan el perfeccionamiento continuo, dirigido a: crear instrumentos de evaluación más precisos, apoyar la planificación docente para una integración orgánica del tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social, diseñar estrategias para nivelar el conocimiento base de los estudiantes y continuar la sensibilización para lograr una apropiación transversal total de la propuesta.

### **Conclusiones del capítulo**

Se diseñó y fundamentó una metodología pertinente y coherente para el tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social en la formación del estudiante de la carrera GSD. Su estructura responde a una necesidad formativa identificada en el modelo del profesional. Se caracteriza por ser flexible, contextualizada, sistémica y desarrolladora, lo que permite su adaptación a diferentes asignaturas, años académicos y perfiles estudiantiles, sin perder el enfoque transformador que la sustenta.

La validación teórica mediante el método Delphi, confirmó la solidez, aplicabilidad y relevancia de la propuesta. Los expertos reconocieron su potencial para integrar orgánicamente el consumo cultural como medio de transformación social en la formación profesional, destacando su coherencia con los objetivos del proyecto social cubano. La implementación práctica parcial durante el segundo período del curso 2024-2025 demostró que la metodología es efectiva y aplicable. A través de acciones como la reunión docente-metodológica, la autopreparación y la clase metodológica instructiva, se logró una apropiación progresiva por parte de los profesores y se evidenció un cambio cualitativo en el aprendizaje de los estudiantes, quienes transitaron de una comprensión descriptiva del consumo cultural como medio de transformación social a un análisis crítico e interpretativo.

Los resultados del diagnóstico final confirmaron avances significativos en las tres dimensiones evaluadas, validando el impacto formativo de la metodología en la construcción de un perfil profesional crítico, contextualizado y comprometido con la transformación social. Se identificaron fortalezas en la metodología, como su alta efectividad, su capacidad para el trabajo colectivo y su contribución al desarrollo docente. También, se reconocieron debilidades y retos, tales como la evaluación cualitativa, la integración orgánica en asignaturas y la consolidación de la dimensión práctico-comportamental, los cuales señalan rutas de perfeccionamiento continuo.

## CONCLUSIONES

Los fundamentos teórico-metodológicos que sustentan la investigación permitieron construir un marco teórico que integra perspectivas psicológicas, pedagógicas, filosóficas, sociológicas y axiológicas, sustentando el tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social en la formación del estudiante de GSD. Este marco enfatiza la formación de un profesional crítico, contextualizado y comprometido con el cambio social.

En el diagnóstico del estado inicial el estudio posibilitó la identificación de un tratamiento fragmentado y no sistematizado del consumo cultural como medio de transformación social en la carrera GSD de la Universidad de Matanzas. Si bien existen fortalezas curriculares y reconocimiento del valor transformador de la cultura, persisten debilidades en la transversalidad, la articulación teoría-práctica y el desarrollo de una conciencia crítica en los estudiantes.

A partir de los resultados del diagnóstico se diseñó y validó una metodología flexible, sistémica, contextualizada y desarrolladora, estructurada en cuatro pasos: sensibilización y diagnóstico, preparación del profesor, aplicación y evaluación. La misma, responde a las necesidades formativas del perfil profesional. Su implementación parcial demostró efectividad en la transformación de las prácticas docentes y el aprendizaje estudiantil.

La aplicación de la metodología evidenció avances cualitativos, los profesores y estudiantes transitaron de una comprensión descriptiva del consumo cultural como medio de transformación social a un análisis crítico e interpretativo. La propuesta fortalece la articulación entre el modelo del profesional, los objetivos integradores por año académico y los procesos sustantivos universitarios, promoviendo un enfoque transversal e interdisciplinario en la carrera.

## RECOMENDACIONES

A la Comisión Nacional de Carrera

- Implementar la metodología diseñada entre las Universidades que imparten GSD para adaptar, validar y enriquecer la propuesta en diversos contextos territoriales
- Incorporar en los documentos rectores de la carrera orientaciones para el tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social

A la carrera Gestión Sociocultural para el Desarrollo de la Universidad de Matanzas:

- Continuar investigaciones relacionadas al rol de las TICs y las redes sociales en el consumo cultural juvenil y su potencial educativo-transformador, estudiar con mayor profundidad la dimensión afectivo-valorativa, diseñar y validar instrumentos de evaluación cualitativa más precisos para medir el pensamiento crítico y la capacidad de mediación cultural
- Sistematizar experiencias para recopilar casos y buenas prácticas de intervención sociocultural donde el consumo cultural haya sido medio de transformación social
- Realizar un seguimiento a egresados de GSD para evaluar el impacto de la metodología en su desempeño profesional y social
- Diseñar programa de superación, curso de posgrado y curso de entrenamiento sobre el consumo cultural como medio de transformación social en la formación del estudiante universitario

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Addine, F., et al. (2002). *Principios para la dirección del proceso pedagógico*. En Compendio de Pedagogía. La Habana. Editorial Pueblo y Educación.

Alarcón, R.A., et al. (2019). Formación integral en la educación superior: una visión cubana. *Estudios del Desarrollo Social*. vol.7 no.3.  
[http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S230801322019000300010](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S230801322019000300010)

Almanza, V. (2005). Los Estudios sobre el Consumo Cultural: Algunas Observaciones Metodológicas. *Razón y Palabra*, (47).  
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199520655004>

Alonso, L.A., et al. (2019). La metodología como resultado científico: alternativa para su diseño en el área de ciencias pedagógicas. *Opuntia Brava*, 11(2), p.231-247.  
<http://opuntiabrava.ult.edu.cu/index.php/opuntiabrava/article/view/>

Álvarez, C. (1992). *La escuela en la vida*. Editorial Pueblo y Educación. La Habana

Álvarez, J.R, & Jiménez, R.M. (2021). Consumo cultural en Cuba. Recomendaciones a la política social referida a la participación cultural. *Revista Estudios del Desarrollo Social: Cuba y América Latina*, 9(2), e4. Epub 01 de julio de 2021.  
[http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S230801322021000200004&lng=es&tlng=es](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S230801322021000200004&lng=es&tlng=es).

Barrabía, O. (2016). La formación como categoría de la Pedagogía de la Educación Superior Pedagógica. Algunos apuntes y reflexiones. *VARONA, Revista Científico-Metodológica*, (62). ISSN: 1992-8238

Benítez, E.M., et al. (2022). Participación cultural universitaria: reflexiones investigativas desde la Sociología de la cultura. *Santiago de Cuba. e- issn 2215-4812 | CC nc-by-nD*

Benítez, E.M., et al. (2023). Prácticas de consumos y participación cultural universitaria. El caso de la Universidad de Oriente. *Estudios del Desarrollo Social: Cuba y América Latina*, 11(2).

[http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S230801322023000200034](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S230801322023000200034)

Bigott, B. V. (2007). Consumo cultural y educación. *Revista de Investigación*, 31 (61) .

[https://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1010-29142007000100005](https://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1010-29142007000100005)

Borges, A.Y. (2017). Estrategia metodológica para la formación de la habilidad profesional: gestión sociocultural. Departamento de Estudios Socioculturales. Universidad Central "Marta Abreu" de las Villas. Villa Clara.

Borges, A.Y. (2018). Diferencias y relaciones entre Gestión Cultural y Gestión Sociocultural. *Revista Digital de Gestión Cultural*. Número 13.

[https://dspace.uclv.edu.cu/server/api/core/bitstreams/183c1260-ecd8-419f-](https://dspace.uclv.edu.cu/server/api/core/bitstreams/183c1260-ecd8-419f-8b73d55ec5f89e16/content)

[8b73d55ec5f89e16/content](https://dspace.uclv.edu.cu/server/api/core/bitstreams/183c1260-ecd8-419f-8b73d55ec5f89e16/content)

Borges, A.Y. (2020). Manual teórico- Metodológico de orientación al docente para la dirección del proceso de formación de la habilidad profesional integradora, Gestión Sociocultural.

[https://dspace.uclv.edu.cu/server/api/core/bitstreams/9e6b184b50d6-4738-9607-](https://dspace.uclv.edu.cu/server/api/core/bitstreams/9e6b184b50d6-4738-9607-116de4178f67/content)

[116de4178f67/content](https://dspace.uclv.edu.cu/server/api/core/bitstreams/9e6b184b50d6-4738-9607-116de4178f67/content)

Bourdieu, P. (2010). El sentido social del gusto. Elementos para una sociología de la cultura. Buenos Aires: Siglo XXI.

Cabrera, et al. (2017). Prevalencia del consumo cultural, del tiempo libre y de medios de

comunicación, en estudiantes de ciencias de la salud en dos universidades latinoamericanas: Guadalajara y Guatemala. *RevSalJal*. Año 4. Num 1.

<https://www.medigraphic.com/cgi-bin/new/resumen.cgi?IDARTICULO=76955>

Cabrera, I., et al. (2023). Gestión, mediación institucional y consumo cultural. Editorial Feijóo. ISBN 978-959-312-556-7.

<https://dspace.uclv.edu.cu/entities/publication/a5014139-c7ff-4881-a4f2-ae30a0fb13b1>

Canela, A.J. & Baró, Y. (2019). Transformación social. *Revista Científica en Ciencias Sociales*. ISSN 2602-8069.

Carrascal, A.M, et al. (2021). La transformación social como un proceso de desarrollo: un análisis al barrio Suratoque Bajo. [Trabajo de grado presentado como requisito parcial para optar al título de: Comunicador Social Componente profesional Comunicación Organizacional. Universidad Autónoma de Bucaramanga] Colombia.

<https://unab.edu.co/NewFolder/La%20transformacio%CC%81n%20social%20como%20un%20proceso%20de%20desarrollo.pdf>

Carrasco, M, et al. (2021). Políticas y prácticas culturales: mediaciones sociales para la gestión institucional desde el Programa de Desarrollo Cultural en Villa Clara.

*ISLAS*. 63(199). <https://islas.uclv.edu.cu/index.php/islas/article/view/1185>

Castaño , J.S. (2016). Consumo cultural y el papel de los medios en el control social.

*Trans- pasando Fronteras*, Núm. 10, pp. 121-141. Cali, Colombia: Centro de Estudios Interdisciplinarios, Jurídicos, Sociales y Humanistas (CIES), Facultad de Derecho y Ciencias Sociales, Universidad Icesi.

[https://www.icesi.edu.co/revistas/index.php/transpasando\\_fronteras/rcticle/view/2164](https://www.icesi.edu.co/revistas/index.php/transpasando_fronteras/rcticle/view/2164)

- Castellano, J. M., et al. (2019). Un caso de estudio sobre hábitos y prácticas culturales en tres universidades ecuatorianas. *Revista Conrado*, 15(70), 148-157.  
<http://conrado.ucf.edu.cu/index.php/conrado>
- Castillo, M.M. et al. (2022). La gestión de calidad en la formación de pregrado a través del trabajo metodológico. *Revista Cognocis*. VII(2). ISSN 2588-0578.  
<https://revistas.utm.edu.ec/index.php/Cognocis/article/view/4821/4725>
- Castro, J.L. (2015). El consumo cultural: una conceptualización desde el enfoque pedagógico universitario. *ROCA*, 11(2). ISSN 2074-0735 RNPS 2090
- Celecia, C. (2021). El consumo cultural en Cuba y sus nexos con la ciudadanía. Posibilidades desde entornos periféricos. <https://doi.org/10.18566/comunica.n44.a08>
- Chaparro, H.R. & Guzmán, C.M. (2017). Jóvenes y consumo cultural. Una aproximación a la significación de los aportes mediáticos en las preferencias juveniles. <https://www.redalyc.org/journal/4915/491552449006/>
- Cid, E.N. (2022). La cultura como elemento esencial del desarrollo. *RIESED. Revista Internacional de Estudios sobre Sistemas Educativos International Journal of Studies in Educational Systems*, Vol. 3: Núm. 13, págs. 459-467.  
[https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/9117253.pdf&ved=2ahUKEwibm4Tf2v6MAxWiQTABHc10M5MQFnoECBYQAQ&usq=AO\\_vVaw3els7TqL7w-adWhc2alztX](https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/9117253.pdf&ved=2ahUKEwibm4Tf2v6MAxWiQTABHc10M5MQFnoECBYQAQ&usq=AO_vVaw3els7TqL7w-adWhc2alztX)
- Colunga, S. (2022). Pautas para la delimitación y empleo de los resultados científicos en la investigación educativa. *Humanidades Médicas*. 22(2).p. 207-232. ISSN 1727-8120
- Correa, M.E., et al. (2021). Jóvenes universitarias/os y actividades culturales en el tiempo libre. *Extensión en red*, (12),

<https://doi.org/10.24215/18529569e025http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/extensionenred>

Cosi, S., et al. (2020). Formative assessment at university using digital technology tools. *Profesorado*, 24(1), 164–183. <https://doi.org/10.30827/profesorado.v24i1.9314>

Daniel, L, et al. (2013). El consumo cultural de los jóvenes entre quince y treinta y cuatro años en el municipio Matanzas <http://www.observatoriocultural.cult.cu/index.php?r=site/investigaciones&n=2&f2=2&f1=0&f3=1>

Dávila, M.C., et al. (2017). Usos del tiempo y consumo cultural: Caracterización de estudiantes de una Universidad Rural del Sur del Estado de Sonora. Congreso Nacional de Investigación Educativa-COMIE. <https://comie.org.mx/congreso/memoriaelectronica/v14/doc/2122.pdf>

Delgado, A., et al. (2025). Prácticas, consumo e intereses culturales del estudiantado de la Escuela de Sociología de la Universidad Nacional de Costa Rica. *Reflexiones*, 104(2). <https://www.revistas.ucr.ac.cr/index.php/reflexiones/article/view/57750>

De Garay, A., et al. (2017). Las trayectorias escolares de los jóvenes en un tablero de serpientes y escaleras. Ciudad de México, México: ANUIES.

de Haas, H., et al. (2020). Social Transformation. (IMI working papers; No. 166), (MADE project paper 16). International Migration Institute. <https://www.migrationinstitute.org/publications/social-transformation>

- Duche, A.B. & Andía, B.G. (2019). Consumo cultural de estudiantes universitarios en Perú. Un estudio comparativo. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, vol. Esp. 25, ISSN: 1315-9518. <https://www.redalyc.org/journal/280/28065583023/html/>
- Fernández, A. (2011). Obtención de una metodología, como resultado científico, en Investigaciones sobre dirección. *Rev. Saber, ciencia y libertad*, 6(1), p.119- 126. <https://revistas.unilibre.edu.co>
- Fernández, K. (2022). El consumo cultural en Cuba. Una mirada hacia los prejuicios raciales. *Perfiles*.(31). <https://perfiles.cult.cu/index.php/perfiles/article/view/149>
- Fernández, O. (2018). El juego profesional pedagógico en la formación inicial del licenciado en Educación Primaria. Tesis presentada en opción al grado científico de Doctor en Ciencias Pedagógicas. Universidad de Matanzas.
- Franco, A., et al. (2021). Cambios en las prácticas socioculturales y dinámicas de relacionamiento social en los estudiantes del Tecnológico de Antioquia a causa de la pandemia del COVID-19. Tecnológico de Antioquia, Institución Universitaria. <https://dspace.tdea.edu.co/handle/tdea/2281>
- García, A. D., et al. (2023). La educación intencional pedagógica. Para cuidar la vida. Editorial DYKINSON, S.L. Madrid. ISBN: 978-84-1122-997-5. [https://www.researchgate.net/publication/369367238\\_La\\_educacion\\_intencional\\_pedagogica\\_Para\\_cuidar\\_la\\_vida](https://www.researchgate.net/publication/369367238_La_educacion_intencional_pedagogica_Para_cuidar_la_vida)
- García, G.A., & Addine, F. (2024). Las Ciencias de la Educación y los multiprocesos de la formación de posgrado. *PENTACIENCIAS*. 4 (3). p. 178-183. ISSN:2806-5794

García, N. (1995). *Consumidores y ciudadanos Conflictos multiculturales de la globalización*.

GRIJALBO, S.A. de C.V. ISBN 970-05-0586-3

García, N. (1993). El consumo cultural en México. México, D. F.: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, Dirección General de Publicaciones.

García, N. (1999). *La globalización imaginada*. En: <https://lit.polylog.org/3/sngnm-es.htm>

Gómez, S. et al. (2017). Prácticas culturales en los jóvenes universitarios cubanos. *Trilogía Ciencia Tecnología Sociedad*, 9 (16), 101 –111. ISSN 2145-4426

González, F. & Osorio, S. R. (2024). Los productos culturales y su influjo en la educación. *Revista EDUCA UMCH* (24), 08–32.

<https://doi.org/10.35756/educaumch202424.321>

González, E., et al. (2021). Consideraciones teórico-metodológicas para el tratamiento al contenido jurídico en la prevención de enfermedades profesionales

González A.J et al. (2025). Evolución histórica de la formación del gestor sociocultural y el desarrollo de su dimensión pedagógica (Revisión). *Roca. Revista científico-Educacional De La Provincia Granma*, 21(2), 142-157.

<https://revistas.udg.co.cu/index.php/roca/article/view/4970>

Guamán, V.J, et al. (2020). Fundamentos psicológicos de la actividad pedagógica.

*Conrado*,16(73).[http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S199086442020000200303](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S199086442020000200303)

Hernández, E.Y.,et al. (2023). Las prácticas académicas y culturales de los jóvenes como modos de apropiación del espacio universitario. *Diálogos sobre educ. Temas actuales en investig. educ.* vol.13 no.24

<https://doi.org/10.32870/dse.v0i24.969><https://www.scielo.org.mx/sciel>  
[o.php?pid=S2007-21712022000100021&script=sci\\_arttext](https://doi.org/10.32870/dse.v0i24.969)

Hernández, T. & Peñate, A. G. (2022). Prácticas innovadoras en la virtualización del trabajo metodológico en la Universidad de Matanzas. *REDIPE*. 436-443  
<https://editorial.redipe.org/index.php/1/catalog/view/114/203/3778>

Hernández, V. M., et al. (2021). Feedback y autorregulación del aprendizaje en educación superior. *Revista de Investigación Educativa*, 39(1), 227–248.  
<https://doi.org/10.6018/rie.423341>

Hinojosa, L.(2012). Consumo de prácticas culturales de la comunidad universitaria de una universidad mexicana. *Comunicación y riesgo*. 18-20.<https://docplayer.es/52920108-Consumo-y-practicas-culturales-de-lacomunidad-universitaria-de-una-universidadmexicana.html>

Hinojosa, Y. (2017). El consumo audiovisual de los jóvenes universitarios. *Atenas*. 1(37).  
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=478055147006>

Horrutiner, P. (2020). La nueva universidad cubana: El modelo de formación. [Internet].  
Editorial Universitaria Cuba.  
[https://books.google.com/cu/books?id=r4D1DwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com/cu/books?id=r4D1DwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false)

Hurtado, L.M. & Villamil, C.I. (2020). Prácticas culturales en docentes y estudiantes del programa de psicología de la Universidad de Boyacá, Tunja. *Tesis Psicológica*, vol. 15, núm. 1, pp. 150-166.  
<https://www.redalyc.org/journal/1390/139067933009/movil/>

Jiménez, G.A. (2023). La educación patrimonial en los espacios públicos mediante la labor de los gestores socioculturales. [Tesis presentada en opción al grado científico de

Doctor en Ciencias de la Educación]. Universidad de Matanzas.

Jiménez & Álvarez. (2020). Desigualdades, participación y consumo cultural :análisis interseccional del contexto cubano 2008-2018. Publicaciones Acuario.

<https://biblioteca.clacso.edu.ar/Cuba/flacso-cu/20201103114805/12-Desigualdades-participacion.pdf>

La Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible Una oportunidad para América Latina y el Caribe. En: [https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/cb30a4de-](https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/cb30a4de-7d87-4e79-8e7a-ad5279038718/content)

[7d87-4e79-8e7a-ad5279038718/content](https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/cb30a4de-7d87-4e79-8e7a-ad5279038718/content)

López, A. (2021). Los tipos de resultados de investigación en las ciencias de la educación. Revista Conrado, 17(S3), 53-61.

Machado, E. F. (2017). Acerca del concepto investigación educacional y sus principios en el contexto cubano. *Transformación*. 13 (1).

[http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2077-29552017000100002](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2077-29552017000100002)

Madrigal, D.Y., et al. (2019). El teatro como práctica de consumo cultural. El debate entre jóvenes universitarios. *Trilogía Ciencia Tecnología Sociedad*, 11(20), 127-152.

<https://doi.org/10.22430/21457778.1219>

Maestri, M. (1998). Consumo Cultural y Percepción Estética: conceptos básicos en la obra de Pierre Bourdieu. *Anuario*. (2). [https://rephip.unr.edu.ar/items/1c351ca3-6268-43fc-](https://rephip.unr.edu.ar/items/1c351ca3-6268-43fc-9290-1b51a1b8f905)

[9290-1b51a1b8f905](https://rephip.unr.edu.ar/items/1c351ca3-6268-43fc-9290-1b51a1b8f905)

Mantecón, A.R. (2012). Públicos de cine en México. *ALTERIDADES*, 22 (44) p. 41-58.

Martely, L.E. et al. (2022). Tres enfoques para el desarrollo personalógico de los educandos.

Una aproximación a sus características e integración. *VARONA, Revista Científico- Metodológica*, No. 74. ISSN: 1992-8238.

- Martín, J. (1987). *De los medios a las mediaciones Comunicación, cultura y hegemonía*. Editorial Gustavo Gili, S.A. Barcelona. I.S.B.N. 968-887-024-2
- Martín, J. (2003). Pistas para entre-ver medios y mediaciones. Prefacio a la quinta edición de: *De los medios a las mediaciones*. Bogotá: Convenio Andrés Bello. Disponible en: <http://www.scribd.com/doc/7868146/Pistas-paraentrever-medios-y-mediaciones-Prefacio-a-la-V-edicion-DMM>
- Martínez, M.G. (2022). Aprendizaje basado en proyectos como estrategia de formación profesional. Universidad Tecnológica del Usumacinta, México
- Martínez, M. (2010). *Los Estudios Socioculturales, retos y perspectivas*. Universidad Central Marta Abreu de Las Villas, Documento en soporte electrónico.
- Martínez, M. (2015). Introducción a la Gestión Sociocultural para el Desarrollo. Editorial Félix Varela. ISBN 978-959-07-1986-8
- Martínez, S. & López, M. M. (2021). La formación encuadres de un concepto, distintas miradas de un mismo fin. *Revista Mensitive*. 19(4). [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1815-76962021000401376](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-76962021000401376)
- Matos, Z. C. (2025). La dirección del trabajo educativo universitario en la era de la generación de cristal. *Revista Ciencias Pedagógicas*. 18(3), 113-128. ISSN1605-5888
- Ministerio de Educación Superior. (2016). Modelo del profesional. En: Plan de Estudio "E". Carrera Gestión Sociocultural para el Desarrollo. La Habana: MES
- Ministerio de Educación Superior. (2022). Resolución No. 47/2022. Reglamento organizativo del proceso docente y de dirección del trabajo docente y metodológico para las carreras universitarias. <http://www.gacetaoficial>

- Ministerio de Justicia. (2019). Constitución de la República de Cuba. Gaceta Oficial de la República. <https://www.gacetaoficial.gob.cu/es/constitucion-de-la-republica-decuba>
- Miranda, T.C., et al. (2022). Nuevos derroteros en la formación universitaria del profesional de la educación cubana. *Rev. Cubana Edu. Superior*, 41(1).  
[http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S02574314202200040002](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S02574314202200040002)
- Morales, Y., et al. (2024). Política cultural y consumo cultural, su relación en la sociedad cubana contemporánea. *Entretextos*, 19 (36) pp. 111-130. ISSN: 0123-9333
- Morales, Y., et al. (2022). El consumo cultural durante la pandemia Covid-19. Editorial REDIPE, pp. 258-263. ISBN:978-1-957395-02-9.
- Moras, P. E. (2008). Consumo e investigaciones culturales. *Perfiles de la Cultura Cubana*, 1-10.
- Moras, P.E. (2023). De la participación al consumo cultural. Evidencias y tendencias. *Estudios del Desarrollo Social: Cuba y América Latina. Vol. 12, Número Especial 1, 2024*. En: <https://revistas.uh.cu/revflacso>
- Moras, P.E., et al. (2017). Consumo cultural desde las experiencias y prácticas de jóvenes estudiantes universitarios. Instituto Cubano de Investigación Juan Marinello
- Moras, P.E & Rivero, Y. (2019). El consumo cultural como escenario de integración y de desigualdades sociales. *Perfiles de la cultura cubana. pp. 208-230 RNPS: 2222 ISSN: 2075-6038 núm. 25*
- Moras, P. E.& Rivero, Y. (2016). Participación y consumo cultural en Cuba. Una mirada desde sus ciudades. *Temas*. (3). pp. 13-20

Moras, P. E. & Rivero, Y. (2023). Principales Tendencias de Consumo Cultural en Cuba. *Perfiles de la Cultura Cubana*.

<https://perfiles.cult.cu/index.php/perfiles/article/view/143/109>

Moro, A. M. (2023). Gestión de la información y criterio de expertos en la Educación Superior en Cuba. *Revista de Investigación, Formación y Desarrollo*, 11(3), 32-40. ISSN 1390-

9789. [file:///home/yaiilet/Descargas/DialnetGestionDeLaInformacionYCriterioDeExpertosEnLa Educa-9936605.pdf](file:///home/yaiilet/Descargas/DialnetGestionDeLaInformacionYCriterioDeExpertosEnLaEduca-9936605.pdf)

Muñoz, M. (2020). Análisis de las prácticas declaradas de retroalimentación en Matemáticas, en el contexto de la evaluación, por docentes chilenos. *Perspectiva Educacional*, 59(2), 11–135. <https://doi.org/10.4151/07189729-vol.59-iss.2-art.1062>

Niebles, W. et al. (2016). Gestión tecnológica del conocimiento: herramienta moderna para la gerencia de instituciones educativas. *Revista de Investigación, Desarrollo e Innovación*, 7(1), 25-36.

Ochoa, C., & Abimael, A. (2022). El consumo cinematográfico de jóvenes universitarios en la Ciudad de México. Múltiples pantallas, miradas limitadas. *Ultima décad*, 30(59).

[https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S071822362022000200005&script=sci\\_arttext&tln\\_g=pt](https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S071822362022000200005&script=sci_arttext&tln_g=pt)

Olmedo, R. A. (2023). Comunicación en pandemia. Implicaciones tecnológicas y simbólicas en la experiencia de jóvenes universitarios. *Revista Ciencias Sociales y Humanas XXI*

*NIVERSITAS*. <https://doi.org/10.17163/uni.n39.2023.06>

Pacheco et al. (2020). Transformación social a partir de la educación en el aula. *ESPACIOS*.

41 (09). p.5. ISSN 0798 1015.

<https://www.revistaespacios.com/a20v41n09/a20v41n09p05.pdf>

Pardo, D.V. & Vigoa, Y. (2023). Formación, categoría pedagógica reconocida como proceso y resultado en la educación superior. *PENTACIENCIAS*. 5 (6).p.27-433. ISSN:2806-5794

Parra, M. A., et al. (2018). Formación en valores desde la perspectiva de la diversidad cultural en el proyecto educativo colombiano1. *Diálogo de saberes desde las ciencias Económicas, Administrativas y Contables II*. (2) [https://www.researchgate.net/publication/329487439\\_FORMACION\\_EN\\_VALORES\\_DESDE\\_LA\\_PERSPECTIVA\\_DE\\_LA\\_DIVERSIDAD\\_CULTURAL\\_EN\\_EL\\_PROYECTO\\_EDUCATIVO\\_COLOMBIANO](https://www.researchgate.net/publication/329487439_FORMACION_EN_VALORES_DESDE_LA_PERSPECTIVA_DE_LA_DIVERSIDAD_CULTURAL_EN_EL_PROYECTO_EDUCATIVO_COLOMBIANO)

Perdomo, N. (2021). El desarrollo del léxico de los estudiantes la carrera Periodismo. [Tesis presentada en opción al grado científico de Doctor en Ciencias de la Educación]. Universidad de Matanzas.

Peters, T., et al. (2024). Consumos Culturales en América Latina 2: Evolucioneshistóricas, irrupción de lo digital y contextos pospandemia. Artes Ediciones Prismas. <https://oei.int/oficinas/ecuador/publicaciones/consumos-culturales-enamerica-latinatomo-2/>

Petri, D.P. (2014). Informe de Índice de transformación social de América Latina. <https://platformforsocialtransformation.org/download/confessionalpolitics/Petri-Indice-de-Transformacion-Social-2014.pdf>

Peñate, A. G. (2019). La formación en interpretación del patrimonio del Licenciado en Gestión Sociocultural para el desarrollo [Tesis presentada en opción al grado científico de Doctor en Ciencias de la Educación]. Universidad de Matanzas.

Pino, D.; & Hurtado, E. (2024). El uso de las Tic: Influencias en el Consumo Cultural de estudiantes universitarios. 13mo Congreso Internacional de Educación Superior

UNIVERSIDAD 2022

[https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=8997844&url=https://www.congresouniversidad.cu/web/content/10241%3Fdownload%3Dtrue&ved=2ahUKEwit5q\\_d15SMAxU3RDABHedZIDUQFnoECBQQAQ&usg=AOvVaw1kq6t\\_pwCWa7DjibEK7xM](https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=8997844&url=https://www.congresouniversidad.cu/web/content/10241%3Fdownload%3Dtrue&ved=2ahUKEwit5q_d15SMAxU3RDABHedZIDUQFnoECBQQAQ&usg=AOvVaw1kq6t_pwCWa7DjibEK7xM)

Ponce, Z.E. (2023). Las teorías psicológicas para sustentar los resultados científicos en las tesis doctorales en pedagogía. *Entretexto*, (33) pp.168-182. <https://doi.org/10.5281/zenodo.8218265>

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 presentada en opción al grado académico de Maestra en Gestión Pública]. Perú. [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/9016/or\\_tocarrero\\_PM.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/9016/or_tocarrero_PM.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Prieto, A. E. (2022). Notas sobre el sentido descolonizador de la política cultural cubana. <https://unihcmtz.files.wordpress.com/2022/11/abel-prieto-notassobre-elsentidodescolonizador-de-la-politica-cultura-cubana.pdf>

Prueger, J. & Bilmes, J. (2019). *Productos culturales contemporáneos, geopolítica y transición histórica. XIII Jornadas de Sociología*. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.

Ramos, G. (1996). *La actividad humana y sus formas fundamentales. Un estudio desde la filosofía*. Universidad de Matanzas.

Rivero, Y. (2021). Medios de comunicación y audiovisuales informales ¿Incompatibles o complementarios? <https://www.cubaperiodistas.cu/index.php/2021/05/mediosdecomunicacion-y-audiovisuales-informales-incompatibles-o-complementarios/>

- Rodríguez, A., et al. (2022). Las categorías enseñanza, aprendizaje; desarrollo, Innovación educativa y formación. Relaciones entre ellas. *PENTACIENCIAS*. 4, (3) .pág 178-183.  
ISSN:2806-5794
- Rodríguez, V., & Portal, T. N. (2020). Metodología con enfoque personológico para la enseñanza y aprendizaje del marketing en contabilidad y finanzas. *REDIPE*.266- 274  
<https://editorial.redipe.org/index.php/1/catalog/download/189/339/6873?inline=1>
- Romero, DJ., & Córdova, M.I. (2020). Consumo cultural de los estudiantes de la Escuela Profesional de Economía de Universidad Continental 2019.[Tesis para optar el Título Profesional de Licenciados en Sociología]. Universidad Nacional del Centro de Perú. <https://repositorio.uncp.edu.pe/handle/20.500.12894/6505>
- Romero, J. (2020). Aproximación al consumo cultural de estudiantes universitarios de economía en Puebla. Última década. (53)210-234.[https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0718-22362020000100210](https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-22362020000100210)
- Sagarika, R. H., et al. (2021). Role of learning analytics to evaluate formative assessments: Using a data driven approach to inform changes in teaching practices. *Journal of Engineering Education Transformations*, 34(Special Issue), 550–556.  
<https://doi.org/10.16920/jeet/2021/v34i0/157212>
- Sánchez, E. (2020). Una mirada del consumo cultural desde Pierre Bourdieu.:<https://erio.unlp.edu.ar/catedras/tpm/wpcontent/uploads/sites/25/2020/03/SánchezNarvarte-Una-mirada-del-consumo-desde-Pierre-Bourdieu.pdf>
- Santana, A. (2022). La formación integral de los estudiantes mediante el patrimonio cultural universitario. [Tesis presentada en opción al Grado Científico de Doctor en Ciencias de la Educación]. Universidad de Matanzas.

- Snekalatha, S., et al. (2021). Medical students' perception of the reliability, usefulness and feasibility of unproctored online formative assessment tests. *Advances in Physiology Education*, 45(1), 84–88. <https://doi.org/10.1152/advan.00178.2020>
- Suárez, J.L., et al. (2023). Las tendencias de consumo cultural en espacios digitales de los estudiantes de la Universidad Intercultural del Estado de Tabasco. <http://publicaes.uor.ed.ao/index.php/sapientiai/>
- Suárez, J. L., et al. (2022). El consumo cultural en la dinámica escolar del primer año de estudios en la Universidad Veracruzana. *Dixit*, 36(1), 72–88. <https://doi.org/10.22235/d.v36i1.2595>
- Sauvé, L. & Panneton, F. (2003). Les intentions pédagogiques. Boîte à outils. Programme court de 2e cycle en éducation relative à l'environnement. Université du Québec à Montréal (UQAM). Montréal: Chaire de recherche du Canada en éducation relative à Montréal, UQAM. <https://www.studocu.com/latam/document/universidad-autonoma-de-santo-domingo/nociones-de-derecho-civil/4-ojgfvjkihb-p-ipuh-jnm/105523298>
- Sunkel, G. U. (2002). *El consumo cultural en la investigación en comunicaciones en América Latina*. <http://hdl.handle.net/10554/28020>
- Swift, D. F. (2017). *The sociology of education: introductory analytical perspectives*. Routledge.
- Téllez, O. (2019). El producto cultural. <http://othontellez.com/wp-content/uploads/2019/10/El-producto-cultural.pdf>
- Tellez, R.M. (2022). Pedro Moras: Apelamos a un consumo cultural activo. *Perfiles de la cultura cubana*. ISSN: 2075-6038 (31).

UNESCO. (1982). *Conferencia Mundial sobre las Políticas Culturales. Declaración de México.*

Varona, F. (2021). *La formación universitaria integradora y activa: características básicas.* Universidad de La Habana

Viera, D.O. & Flores, M. A. (2024). Factores determinantes en el consumo cultural en estudiantes universitarios: El caso de una Universidad Pública regional Chilena. <https://journals.epnewman.edu.pe/index.php/IBJ/article/view/350/673>

Villamil, C. I. & Hurtado, L. M. (2019). Consumo de prácticas culturales en jóvenes universitarios de algunos países latinoamericanos. *Signo y pensamiento*, 38 (75). ISSN: 0120-4823 / 2027-2731. DOI: <https://doi.org/10.11144/Javeriana.syp38-75.cpcj>

Viveros, D.M. (2024). *Consumo Cultural, una revisión de los modelos actuales de consumo cultural.* [Tesis de Maestría en gestión Cultural]. Universidad del Rosario. Colombia.

Zorrilla, Y. (2019). *La gestión sociocultural universitaria. Una alternativa para el desarrollo cultural de los jóvenes en el contexto comunitario.* [Tesis presentada en opción al Título Académico de Máster en Gestión de Procesos Formativos Universitarios]. Santiago de Cuba

## **ANEXOS:**

- ◆ **ANEXO 1 Aspectos considerados para el estudio del consumo cultural en el ámbito universitario más allá del arte**
- ◆ **ANEXO 2 Aspectos que se proponen para tener en cuenta en la inclusión del consumo cultural en los diagnósticos socioculturales**
- ◆ **ANEXO 3 Guía para la revisión de documentos**
- ◆ **ANEXO 4 Guía de entrevista en profundidad a los profesores**
- ◆ **ANEXO 5 Guía para la observación a las actividades metodológicas, docentes y Grupos Científicos Estudiantiles**
- ◆ **ANEXO 6 Cuestionario a estudiantes**
- ◆ **ANEXO 6 a) Tabla de resultados de la frecuencia con que manifiesta los valores y atributos personales orientados en el modelo del profesional**
- ◆ **ANEXO 7 Guía de Grupo focal con estudiantes**
- ◆ **ANEXO 8 Tabla de objetivo integrador por año académico**
- ◆ **ANEXO 9 Tabla que muestra la relación de habilidad profesional integradora de la gestión sociocultural - objetivo integrador del año académico - trabajo del consumo cultural**
- ◆ **ANEXO 10 Resultados científicos de la carrera para integrar con tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social**
- ◆ **ANEXO 11 Cuestionario de autoevaluación para la selección de expertos año académico**
- ◆ **ANEXO 12 Tabla de Coeficiente de competencia de los expertos**
- ◆ **ANEXO 13 Cuestionario para la consulta a expertos (Primera ronda)**
- ◆ **ANEXO 14 Evaluación de expertos a la metodología**
- ◆ **ANEXO 15 Técnica participativa para sensibilización “El termómetro cultural”**
- ◆ **ANEXO 16 Técnica de Mapa de conflictos culturales**
- ◆ **ANEXO 17 Tabla de resultados de diagnóstico final**
- ◆ **ANEXO 18 Grupo Científico Estudiantil Procesos Socioculturales Cubanos**
- ◆ **ANEXO 19 Eventos internacionales, curso en Unisoc y publicación de resultados investigativos en revistas científicas**

## ANEXO 1

Tabla 1. Aspectos considerados para el estudio del consumo cultural en el ámbito universitario más allá del arte

Autor (es)	Año	Aspectos considerados
Castellanos et al.	2019	Uso de la biblioteca, lectura de libros y prensa, radio, televisión y nuevas tecnologías
Villamil & Hurtado y Hurtado & Villamil	2019-2020	Tecnología e internet, participación social (visita a museos, monumentos), actividades académicas (congresos, conferencias), redes sociales ( <i>blogs, youtubers</i> ), medios de comunicación tradicionales y digitales
Romero & Córdova	2020	Bienes culturales (Internet, TV, libros, revistas) Servicios culturales (biblioteca, práctica de deporte)
Romero	2020	Videojuegos, series, artesanía, uso y apropiación de productos culturales
Correas et al.	2021	Creación cultural activa (fotografía, producción audiovisual, escritura creativa, entre otros)
Suárez et al.	2022	Equipos tecnológicos (TV <i>smart, laptops, tablets</i> ), consumo <i>streaming</i> y plataformas digitales, fuentes de consulta académica
Hernández et al.	2023	Dimensión académica (organización, participación en clase), Sociocultural (socialización e identidad), actividades culturales y de espacio social, que incluye participación política
Delgado et al.	2025	Cafés culturales y sitios arqueológicos

Fuente: Elaboración propia

## **ANEXO 2**

Aspectos que se proponen para tener en cuenta en la inclusión del consumo cultural en los diagnósticos socioculturales

### **DATOS SOCIODEMOGRÁFICOS**

Edad, Lugar de residencia, nivel de escolaridad, ocupación laboral

### **USO DE PRODUCTOS CULTURALES**

-Productos culturales que prefiere

-Espacio de disfrute de los productos culturales: físico (casa, espacios recreativos, instituciones culturales, en la comunidad, otros) o virtual (redes sociales; TV; plataformas de *streaming*; museos, galerías y bibliotecas virtuales; videojuegos y entornos inmersivos, otros)

- En caso de usar las redes sociales: cuáles son las más usadas, y con qué propósito (entretenimiento y ocio, desarrollo profesional, para realizar tareas de escuela, otros)

-Frecuencia con que consume los productos culturales: todos los días, casi todos los días, al menos una vez a la semana, al menos una vez al mes, casi nunca, nunca.

-Medio de consumo de los productos culturales: computadora, radio/televisión, celular, DVD, formatos impresos, formatos digitales

-Barreras para el acceso al consumo de los productos culturales: oferta cultural insuficiente, no le atraen las ofertas culturales que tiene, transportación, económicas, limitación de acceso a Internet, otras.

### **APROPIACIÓN DE LOS PRODUCTOS CULTURALES**

- Influencia el consumo cultural de los productos que disfruta en la vida cotidiana: disfrute estético, expresar la identidad, formar parte de grupos, entretenimiento, para educarse, en el desarrollo profesional, en el modo de hablar, comportamiento, la forma de vestir, los valores, la

forma de pensar, en las relaciones interpersonales con la familia, pareja o amigos, en la formación profesional, otros

- Quiénes influyen en la significación que han adquirido los productos culturales que consume para su vida cotidiana: la familia, amigos, grupos de iguales, instituciones educativas, instituciones culturales, la comunidad donde reside, los medios masivos de comunicación, las redes sociales, otros.

-Propuestas para promover en la comunidad o institución un consumo cultural con pensamiento crítico y participativo, que contribuya a la comprensión de los procesos socioculturales.

Fuente (Elaboración propia)

### ANEXO 3 Guía para la revisión de documentos

La revisión de documentos normativos vinculados al Plan de Estudio E para la carrera GSD (2016) y documentos productos del proceso pedagógico, se realizó con el objetivo de: Analizar en los documentos que orientan la formación del estudiante de la carrera GSD el tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social.

Documentos a revisar	Aspectos a tener en cuenta
Plan de Estudio E carrera GSD	Identificar en los componentes del modelo del profesional cómo se aborda el tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social
	En los programas de las disciplinas Gestión Sociocultural e Historia Cultural y Pensamiento Social identificar cómo es el tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social
	Identificar en las Indicaciones metodológicas y de organización de la carrera GSD el tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social
Asignaturas de Gestión Cultural, Historia y Cultura Cubana I y II, Historia de la Cultura Latinoamericana y Caribeña I y II, Sociología de la Cultura e Historia y Cultura Regional.	Valorar el tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social en el programa analítico de cada asignatura
Planes de Trabajo Metodológico de la carrera GSD en la Universidad de Matanzas en el período 2022-2025, de la disciplina Gestión Sociocultural y el de la disciplina Historia Cultural y Pensamiento Social de la carrera GSD en la Universidad de Matanzas en el período 2022-2025, de cada año académico en el período 2022-2025	Identificar en las líneas de trabajo metodológico el tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social
Estrategia educativa de la carrera y de cada año académico de la carrera GSD en el período 2022-2025	Analizar en la estrategia educativa, así como en sus dimensiones, el tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social
Trabajos de curso y trabajos de diploma, en el período 2022-2025	Identificar en las investigaciones realizadas el tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social

Fuente: (Elaboración propia)

#### **ANEXO 4 Guía de entrevista en profundidad**

El empleo de la entrevista a profesores permitió conocer sobre el tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social en la formación del estudiante de la carrera GSD.

Objetivo: Determinar la percepción de los profesores sobre el tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social en la formación del estudiante de la carrera GSD

Aspectos organizativos:

Fecha: \_\_\_\_\_ Lugar: \_\_\_\_\_ Hora: \_\_\_\_\_

Entrevistado: \_\_\_\_\_

Entrevistador: \_\_\_\_\_

Tópicos a desarrollar sobre cómo el profesor realiza el tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social en la formación del estudiante:

- Conocimientos sobre el consumo cultural y su relación con la transformación social
- Aspectos que se tienen en cuenta para el diagnóstico del consumo cultural
- Identificación y comprensión de los recursos comunicativos (orales, escritos y digitales) para el tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social en el ejercicio de la profesión del gestor sociocultural
- Espacios en los que propicia se manifiesten emociones en el tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social
- Valores y atributos personales que se fomentan mediante el tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social

-La capacidad reflexiva para que las acciones de intervención sociocultural se adecuen al contexto histórico-cultural en que se desarrollan

-Tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social en proyectos, programas y acciones con diagnóstico contextualizado de este tema

- Acciones de mediación cultural que demuestran adaptación al contexto e incentiva la participación comunitaria

- Evaluación del consumo cultural como medio de transformación social en políticas y proyectos teniendo en cuenta el modelo del profesional

Fuente: (Elaboración propia)

## **ANEXO 5 Guía para la observación a las actividades metodológicas, docentes y Grupos Científicos Estudiantiles**

La observación, a las actividades metodológicas así como de actividades docentes, de los Grupos Científicos Estudiantiles y al taller final de prácticas laborales, se realizaron con el objetivo de: Determinar la contribución del tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social en la formación del estudiante de la carrera GSD de la Universidad de Matanzas

### **Datos generales**

Actividad: \_\_\_\_\_

Fecha: \_\_\_\_\_ Hora: \_\_\_\_\_ lugar: \_\_\_\_\_

### **Participantes:**

#### **Actividades que se observan:**

-actividad metodológica de la disciplina principal integradora Gestión Sociocultural y de la disciplina Historia Cultural y Pensamiento Social

-actividades de Grupos Científicos Estudiantiles

-observación a clase de Historia de la Cultura Cubana I y de Gestión Cultural

-Taller final de la práctica laboral

#### **Aspectos a observar:**

- Desarrolla el tratamiento al consumo cultural adaptándose a edades e intereses, contextos y experiencias de los estudiantes para planificar su tratamiento en la formación del estudiante

- Favorece el conocimiento de qué es el consumo cultural como medio de transformación social, cómo se realiza su diagnóstico y cuáles son los recursos comunicativos que se pueden utilizar para promover el consumo cultural en la formación del estudiante
- Propicia espacios donde se manifiestan emociones en el tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social
- Fomenta valores y atributos personales acorde con la profesión mediante el tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social
- Se muestra capacidad reflexiva para que las acciones de intervención sociocultural se adecuen al contexto histórico-cultural en que se desarrollan
- Favorece el diseño de estrategias de intervención sociocultural que integran diagnósticos de consumo cultural como medio de transformación social
- Favorece la implementación de acciones de mediación cultural que promueven prácticas de consumo cultural como medio de transformación social
- Orienta que se desarrollen evaluaciones críticas en el tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social en políticas y proyectos teniendo en cuenta el modelo del profesional

Fuente: (Elaboración propia)

## **ANEXO 6 Cuestionario sobre el tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social**

Este cuestionario se aplica para una investigación de tesis doctoral, con el propósito de conocer sobre el tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social en la formación del estudiante de la carrera Gestión Sociocultural para el Desarrollo en la Universidad de Matanzas. Los datos son anónimos y con fines académicos, le agradecemos su colaboración y honestidad en las respuestas.

Edad \_\_\_\_\_ Año de estudio: \_\_\_\_\_ 1ro \_\_\_\_\_ 2do \_\_\_\_\_ 3ro \_\_\_\_\_ 4to

### **I. Dimensión cognoscitiva-instrumental**

1. Defina "consumo cultural" y su relación con la transformación social

---

---

---

---

Logrado = definición correcta, muestra la relación dialéctica entre consumo cultural y transformación social
--

Parcialmente logrado = Define básicamente, sin lograr desarrollar la relación dialéctica entre consumo cultural y transformación social
---

No logrado = no define
------------------------

2. Al realizar diagnósticos comunitarios, ¿qué aspectos del consumo cultural considera?

(Marque todos los aplicables)

\_\_\_\_\_ Oferta cultural disponible

\_\_\_\_\_ Hábitos de consumo

\_\_\_\_\_ Barreras de acceso

\_\_\_\_\_ Valoración social de productos

\_\_\_\_\_ Recursos comunicativos

\_\_\_\_\_ Otro: \_\_\_\_\_

Logrado = selecciona al menos 3 opciones
--

Parcialmente logrado = selecciona al menos 2 opciones
---

No logrado = selecciona solo una opción o ninguna, o selecciona otro y no aclara cuál
---

3. Para promover consumo cultural en su labor profesional, ¿qué recursos comunicativos utiliza?

(Escala: 1 = Nunca, 5 = Siempre)

Recurso comunicativo	1	2	3	4	5
Lengua oral (charlas, debates)					
Lengua escrita (informes, guías)					
TIC (redes, plataformas digitales)					

Logrado = todos los recursos entre 4 y 5

Parcialmente logrado = al menos un recurso con 3

No logrado = recursos con 1 y 2 o sin respuesta

4. ¿Cuál es la contribución que ves en el consumo cultural para el desarrollo sociocultural?

(Marca hasta 2)

\_\_\_\_\_ Preservación de identidad

\_\_\_\_\_ Herramienta pedagógica

\_\_\_\_\_ Generación de empleo (economía creativa)

\_\_\_\_\_ Transformación social (ej.: género, raza)

\_\_\_\_\_ Otro:

\_\_\_\_\_ Otro: \_\_\_\_\_

Logrado = selecciona dos contribuciones, una debe ser transformación social

Parcialmente logrado = selecciona un indicador relevante, ejemplo preservación de identidad o transformación social

No logrado = no selecciona contribuciones o selecciona otro y no expone cuál

## II. Dimensión Afectiva-Valorativa

5. En el consumo cultural como medio de transformación social, ¿cómo aplica las emociones en su rol profesional?

(Escala de Likert: 1 = Nunca, 5 = Siempre)

\_\_\_\_\_ 1 \_\_\_\_\_ 2 \_\_\_\_\_ 3 \_\_\_\_\_ 4 \_\_\_\_\_ 5

Logrado = responde entre 4 y 5

Parcialmente logrado = responde con 3

No logrado = responde con 1 y 2 o sin respuesta

6. ¿Con qué frecuencia manifiesta los valores y atributos personales orientados en el modelo del profesional?

(Escala: 1 = Nunca, 5 = Siempre)

<b>Valores de la profesión</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Solidaridad y cooperación					
Compromiso político-ideológico					
Identidad nacional y local					
Apreciación estética, con criterios humanistas, progresistas y emancipatorios					
Patriotismo					
Dignidad					
Capacidad de acompañamiento y convivencia activa con personas y grupos portadores de diversidad en el marco de la identidad humana favorable al progreso y la construcción de la nueva sociedad					
Humanismo					
Colectivismo					
Responsabilidad					
Honestidad					
Civismo					
<b>Atributos personales</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Ser cultos					
Ser comunicativos					
Ser laboriosos					
Ser facilitadores de la participación y el protagonismo social					

Logrado = responde 7 entre 4 - 5

Parcialmente logrado = responde de 4 a 6 con 3 - 4

No logrado = responde la mayoría con 1 - 2 o sin respuesta

7. ¿Cómo valora la importancia del consumo cultural como un medio de transformación social en su formación profesional?

(Escala Likert: 1 = Nada importante, 5 = Muy importante)

\_\_\_\_\_ 1 \_\_\_\_\_ 2 \_\_\_\_\_ 3 \_\_\_\_\_ 4 \_\_\_\_\_ 5.

Logrado = valora entre 4 y 5
Parcialmente logrado = al menos uno valora con 3
No logrado = valora con 1 y 2 o sin respuesta

8. Al planificar acciones socioculturales, ¿cómo tienes en cuenta el contexto histórico-cultural?

- Siempre lo investigo y aplico
- Ocasionalmente lo tengo en cuenta
- Rara vez lo tengo en cuenta
- No lo tengo en cuenta

Logrado = siempre lo investigo y aplico
Parcialmente logrado = ocasionalmente lo tengo en cuenta
No logrado = rara vez lo incorporo o no lo tengo en cuenta

### III. Dimensión Práctico-Comportamental

9. ¿Ha diseñado proyectos académicos o investigativos que incluyan diagnóstico de consumo cultural como medio de transformación social?

- Sí (describa brevemente): \_\_\_\_\_
- No

Logrado = sí y describe el proyecto
Parcialmente logrado = sí con descripción superficial o sin descripción del proyecto
No logrado = no

10. En sus proyectos académicos o investigativos, ¿para qué utiliza el diagnóstico de

11. consumo cultural como medio de transformación social ?

(Marque todos los aplicables)

- Identificar necesidades comunitarias
- Diseñar ofertas culturales pertinentes
- Evaluar impacto de intervenciones
- Adaptar a contextos específicos
- Otro: \_\_\_\_\_

Logrado = seleccionar al menos 3 opciones
Parcialmente logrado = selecciona al menos 2 opciones
No logrado = selecciona solo una opción o ninguna

12. ¿Ha ejecutado acciones de mediación cultural? En caso afirmativo ejemplifique ¿qué acciones de mediación cultural ha realizado?

Sí       No

Ejemplos de acciones \_\_\_\_\_

Logrado = sí con ejemplos de acciones de mediación cultural
Parcialmente logrado = sí sin ejemplos de acciones de mediación cultural
No logrado = No

12. Al evaluar proyectos y políticas, ¿qué herramientas utiliza para analizar el consumo cultural como medio de transformación social?

Encuestas/entrevistas

Grupos focales

Análisis estadístico

Observación participante

Análisis de contenido

Otro: \_\_\_\_\_

Logrado = seleccionar al menos 3 opciones
Parcialmente logrado = selecciona al menos 2 opciones
No logrado = selecciona solo una opción o ninguna

a) En sus evaluaciones, ¿realiza análisis crítico del consumo cultural como medio de transformación social?

Siempre con profundidad

Superficialmente

Rara vez

Nunca

Logrado = siempre con profundidad
Parcialmente logrado = superficialmente
No logrado = rara vez o Nunca

14. ¿Qué sugerencias tiene para integrar el consumo cultural como medio de transformación social en la formación profesional?

---

---

---

---

Logrado = sugerencias concretas y viables
Parcialmente logrado = sugerencias genéricas
No logrado = sin sugerencias o inviables

Fuente: (Elaboración propia)

**Anexo 6 a) Frecuencia con que manifiesta los valores y atributos personales orientados en el modelo del profesional**

Escala Likert: 1=No se Desarrolla 5=Se desarrolla mucho	1	2	3	4	5					
<b>Valores de la profesión</b>	%	#	%	#	%	#	%	#	%	#
Solidaridad y cooperación	10%	4	21%	9	26%	11	12%	5	31%	13
Compromiso político-ideológico	31%	13	29%	12	12%	5	7%	3	21%	9
Identidad nacional y local	10%	4	33%	14	24%	10	12%	5	21%	9
Apreciación estética, con criterios humanistas, progresistas y emancipatorios	0%	0	0%	0	36%	15	26%	11	38%	16
Patriotismo	10%	4	31%	13	26%	11	12%	5	21%	9
Dignidad	19%	8	17%	7	12%	5	19%	8	33%	14
Capacidad de acompañamiento y convivencia activa con personas y grupos portadores de diversidad en el marco de la identidad favorable al progreso y la construcción de la nueva sociedad	19%	8	26%	11	7%	3	21%	9	26%	11
Humanismo	17%	7	5%	2	29%	12	14%	6	36%	15
Colectivismo	5%	2	24%	10	2%	1	33%	14	36%	15
Responsabilidad	5%	2	21%	9	17%	7	17%	7	40%	17
Honestidad	5%	2	29%	12	5%	2	21%	9	40%	17
Civismo	31%	13	5%	2	14%	6	17%	7	33%	14
Ser cultos	0%	0	0%	0	7%	3	43%	18	50%	21
Ser comunicativos	7%	3	19%	8	10%	4	19%	8	45%	19
Ser laboriosos	14%	6	17%	7	17%	7	24%	10	29%	12
Ser facilitadores de la participación y el protagonismo social	12%	5	29%	12	12%	5	14%	6	33%	14

Fuente (Elaboración propia)

## **ANEXO 7 Guía de grupo focal con estudiantes**

**Objetivo:** Obtener información mediante el debate grupal sobre el tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social en la formación del estudiante de la carrera GSD

**Tópicos para debatir:** considera que el tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social en su formación favorece:

-Ampliar sus conocimientos ¿Por qué?

-Conoce qué es el consumo cultural como medio de transformación social, cómo se realiza un diagnóstico de consumo cultural y cuáles son los recursos comunicativos que se pueden utilizar para promover el consumo cultural en su labor profesional

-Desarrolla durante su formación valores y atributos personales de la profesión ¿Cuáles?

-¿Considera que mediante el consumo cultural se manifiestan emociones? ¿Por qué?

-¿Tiene o tendría en cuenta las emociones al escoger un producto cultural para utilizarlo en estrategias de intervención sociocultural como: proyectos, programas y acciones?

-Le motiva a elaborar acciones comunitarias, proyectos, realizar investigaciones, asistir a espacios que fomenten el uso y apropiación de productos culturales

-Desarrollo de acciones de mediación cultural

-Evaluación crítica del consumo cultural como medio de transformación social en políticas y proyectos usando herramientas del modelo del profesional

-¿Consideras que el consumo cultural como medio de transformación social se trata de forma atractiva en su formación?

- Otro aspecto que le resulte de interés para debatir

Fuente (Elaboración propia)

## ANEXO 8

### OBJETIVO INTEGRADOR POR AÑO ACADÉMICO

Curso 2024-2025

Plan de Estudio E

Asignaturas 1er Año

1er Período	2do Período
Introducción a la Gestión Sociocultural para el Desarrollo	Gestión de la Información y el Conocimiento
Filosofía	Historia del Pensamiento Filosófico
Metodología de la Investigación Social I	Metodología de la Investigación Social II
Psicología	Comunicación Sociocultural
Redacción y Estilos	Historia de Cuba
Propia 1. Formación Pedagógica	Computación
Educación Física 1	Educación Física II

Año Académico	Habilidad profesional de la gestión sociocultural	Objetivo integrador del año académico
1ero	Caracterización del grupo, proyecto o comunidad intervenido (incluye diagnóstico)	Caracterizar el contexto sociocultural mediante la metodología de la investigación social, analizando la realidad desde el desarrollo del pensamiento filosófico, con el empleo de recursos psicológicos y comunicativos, para la formación de valores, actitudes, sentimientos, conocimientos y modos de actuación en correspondencia con el proyecto social socialista cubano y otros proyectos sociales que tengan al ser humano y su calidad de vida como centro.

Asignaturas 2do Año

1er Período	2do Período
Gestión de Proyectos y Evaluación de Impactos	Gestión Cultural
Antropología Sociocultural	Economía Política
Historia de la Cultura Latinoamericana y Caribeña I	Historia de la Cultura Latinoamericana y Caribeña II
Metodología del Trabajo Social y Comunitario	Políticas Sociales y Públicas
Propia 2. Gestión Sociocultural del Patrimonio	Naturaleza y Sociedad
Electiva 1. Ética, Cultura y Sociedad	Seguridad Nacional
Educación Física 3	Educación Física 4

Año Académico	Habilidad profesional de la gestión sociocultural	Objetivo integrador del año académico
2do	Planificación y diseño de acciones o proyecto sociocultural	Interpretar el contexto sociocultural mediante la metodología del trabajo social y comunitario, la gestión de proyectos y la gestión cultural teniendo en cuenta el conocimiento de los procesos históricos universales, los recursos antropológicos, la interacción naturaleza – sociedad, las políticas sociales y públicas, la relación entre el poder político y la economía de un país para el desarrollo de relaciones interdisciplinarias

		que posibiliten la identificación de problemáticas y la ejecución de acciones transformadoras en el espacio local y comunitario, basadas en la ética y los valores en correspondencia con el proyecto social cubano.
--	--	--

### Asignaturas 3er Año

1er Período	2do Período
Gestión Medioambiental, de Salud y Prevención Social	Gestión Turística
Concepciones del Desarrollo	Economía y Desarrollo
Historia y Cultura Cubana I	Historia y Cultura Cubana II
Teoría Sociopolítica	Sociología de la Cultura
Propia 3. Familia y Desarrollo Social	Estudios Poblacionales
Optativa 1. Estudios de género	Optativa 2
Defensa Nacional	

Año Académico	Habilidad profesional de la gestión sociocultural	Objetivo integrador del año académico
3ero	Ejecución de las acciones o proyecto de gestión sociocultural	Aplicar las metodologías y técnicas de la investigación social que contribuyan a la transformación de la realidad sociocultural, teniendo en cuenta el devenir histórico de la cultura cubana, los recursos sociológicos y las aproximaciones teóricas generales básicas que le permitan la comprensión del desarrollo para la integración de la dimensión medio ambiental, la perspectiva de género, la prevención social y la gestión del turismo, en las estrategias, proyectos y programas de desarrollo local y comunitario, mostrando capacidades investigativas y comunicativas, con el uso adecuado de la lengua materna y las TIC, comprometido con el proyecto social cubano y la defensa nacional.

### Asignaturas 4to Año

1er Período	2do Período
Gestión Organizacional y de Gobierno	Culminación de Estudios
Negociación y Mediación de Conflictos	Propia 5. Taller de Investigación
Historia y Cultura Regional	Electiva 2
Estudios en Ciencia, Tecnología y Sociedad	
Propia 4. Procesos Socioculturales Agrario y Urbano	
Optativa 3.	

Año Académico	Habilidad profesional de la gestión sociocultural	Objetivo integrador del año académico
4to	Evaluación del proceso de gestión sociocultural	Demostrar conocimientos y habilidades provenientes de las herramientas científico – metodológicas, con dominio de las diferentes modalidades de la gestión sociocultural, mediante

		la gestión desde lo sociocultural empleando los recursos comunicativos como mediadores y negociadores de conflictos, con un enfoque de ciencia, tecnología y sociedad, para la transformación de la realidad sociocultural con el incremento de la participación de los diversos sujetos sociales del territorio, en correspondencia con la ética , los valores y modos de actuación profesional que garantizan la continuidad del proyecto social cubano.
--	--	--

Fuente (documentos de la disciplina principal integradora Gestión Sociocultural carrera GSD, Universidad de Matanzas)

## ANEXO 9

Tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social en la formación del estudiante, guiado por el objetivo integrador del año académico de la carrera GSD de la Universidad de Matanzas, que responde a la habilidad profesional integradora de la gestión sociocultural:

Año Académico	Habilidad profesional integradora de la gestión sociocultural	Objetivo Integrador por año académico de la carrera GSD Universidad de Matanzas	Trabajo del consumo cultural por año académico
1ero	Caracterización del grupo, proyecto o comunidad intervenido (incluye diagnóstico)	Caracterizar el contexto sociocultural mediante la metodología de la investigación social, analizando la realidad desde el desarrollo del pensamiento filosófico, con el empleo de recursos psicológicos y comunicativos, para la formación de valores, actitudes, sentimientos, conocimientos y modos de actuación en correspondencia con el proyecto social socialista cubano y otros proyectos sociales que tengan al ser humano y su calidad de vida como centro	<p>-el profesor enseña al estudiante qué es el consumo cultural, su relación con la transformación social y los aspectos para conocer sobre las formas de consumo cultural, basándose en datos sociodemográficos y el modo de apropiación y uso de los productos culturales.</p> <p>-Resalta en su preparación la importancia de la alfabetización digital en el contexto contemporáneo, ya que las TICs son significativas entre las formas de consumo cultural y la relevancia de la utilización de estas como recurso comunicativo.</p> <p>-El estudiante aprende a describir y categorizar lo que</p>

			<p>observan sin juicios profundos. Además se favorece que analice las TICs como espacios de consumo.</p> <p>-La esencia de este año está en caracterizar <b>el qué se consume y cómo se consume.</b></p>
2do	Planificación y diseño de acciones o proyecto sociocultural	<p>Interpretar el contexto sociocultural mediante la metodología del trabajo social y comunitario, la gestión de proyectos y la gestión cultural teniendo en cuenta el conocimiento de los procesos históricos universales, los recursos antropológicos, la interacción naturaleza – sociedad, las políticas sociales y públicas, la relación entre el poder político y la economía de un país para el desarrollo de relaciones interdisciplinarias que posibiliten la identificación de problemáticas y la ejecución de acciones transformadoras en el espacio local y comunitario, basadas en la ética y los valores en correspondencia con el proyecto social cubano.</p>	<p>-El profesor trabaja en el análisis del consumo cultural para interpretar valores, conflictos, identidades y problemáticas identificadas en la comunidad.</p> <p>-En este año lo importante es que el estudiante aprenda a fundamentar <b>por qué se consume un producto cultural.</b> Esta interpretación es la base para la planificación y diseño de acciones.</p>
3ero	Ejecución de las acciones o proyecto de gestión sociocultural	Aplicar las metodologías y técnicas de la	-El profesor facilita que el estudiante ejecute proyectos donde el

		<p>investigación social que contribuyan a la transformación de la realidad sociocultural, teniendo en cuenta el devenir histórico de la cultura cubana, los recursos sociológicos y las aproximaciones teóricas generales básicas que le permitan la comprensión del desarrollo para la integración de la dimensión medio ambiental, la perspectiva de género, la prevención social y la gestión del turismo, en las estrategias, proyectos y programas de desarrollo local y comunitario, mostrando capacidades investigativas y comunicativas, con el uso adecuado de la lengua materna y las TIC, comprometido con el proyecto social cubano y la defensa nacional.</p>	<p>consumo cultural es un medio. Por ejemplo, crear un festival comunitario, un taller de cine debate sobre una problemática social o de otros productos culturales.</p> <p>-En este año <b>el consumo cultural se usa para movilizar, educar, cohesionar o transformar.</b></p>
4to año	Evaluación del proceso de gestión sociocultural	<p>Demostrar conocimientos y habilidades provenientes de las herramientas científico – metodológicas, con dominio de las diferentes modalidades de la gestión sociocultural, mediante la gestión desde lo sociocultural empleando los recursos comunicativos como mediadores y negociadores de conflictos, con un enfoque de ciencia,</p>	<p>-El profesor comprueba que los estudiantes evalúan proyectos propios o ajenos, analizando cómo la utilización del consumo cultural contribuyó o no, a sus resultados.</p> <p>-El estudiante demuestra su habilidad profesional diseñando, gestionando y evaluando críticamente políticas, programas y proyectos de mediación cultural y su impacto social.</p>

		tecnología y sociedad, para la transformación de la realidad sociocultural con el incremento de la participación de los diversos sujetos sociales del territorio, en correspondencia con la ética , los valores y modos de actuación profesional que garantizan la continuidad del proyecto social cubano.	
--	--	--	--

Fuente (Elaboración propia)

**ANEXO 10 Resultados científicos de la carrera para integrar con tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social**

	<b>Autor (a)/año</b>	<b>Título</b>	<b>Síntesis</b>
Tesis presentadas en opción al grado científico de Doctor en Ciencias de la Educación	Peñate (2019)	La formación en interpretación del patrimonio del Licenciado en Gestión Sociocultural para el desarrollo	La investigación atiende un problema científico relacionado con la formación en interpretación del patrimonio en la educación superior. Para resolverlo se plantea como objetivo elaborar una metodología que contribuya a la formación en interpretación de patrimonio del licenciado en Gestión Sociocultural para el Desarrollo. Se asume la concepción dialéctico – materialista, con un enfoque mixto, y el empleo de un sistema de métodos teóricos, empíricos y matemáticos – estadísticos. La investigación hace contribuciones teóricas a las Ciencias Pedagógicas, al elaborar una definición sobre formación en interpretación de patrimonio del licenciado en Gestión Sociocultural para el Desarrollo, que se expresa mediante sus dimensiones e indicadores. Se ofrecen elementos de valor metodológico como la transversalidad de la interpretación del patrimonio en las esferas de actuación de este profesional, la modelación de los procedimientos que facilitan su formación y desarrollo desde el pregrado y los contenidos que permiten estructurar la acción educativa. Como particularidad, el resultado científico se orienta a la dirección del proceso educativo desde el trabajo metodológico del colectivo de asignatura, para la apropiación por los estudiantes de las bases cognitivas, procedimentales y actitudinales para la interpretación del patrimonio y se emplean tareas docentes integradoras como recurso para potenciar la práctica interpretativa, que tributan a la interdisciplinariedad, en correspondencia con los modos y las esferas de actuación. La evaluación teórica de los expertos y de su implementación práctica, reflejan las posibilidades de la metodología propuesta para realizar la transformación de la práctica educativa en la formación en interpretación del patrimonio.
	Jiménez (2023)	La educación patrimonial en los espacios públicos mediante la labor de los gestores socioculturales	En este estudio se reconoce al patrimonio como un recurso para la educación en valores y la formación socioeducativa de los sujetos desde contextos no formales. En consecuencia, se plantea como objetivo elaborar una metodología que contribuya a la educación patrimonial de la comunidad residente en el Centro Histórico Urbano de Matanzas mediante la labor de los gestores socioculturales. Se utilizaron para ello, desde una perspectiva mixta con predominio cualitativa, métodos y técnicas teóricos, empíricos y matemático-estadísticos que permitieron obtener, corroborar y contrastar los datos. La investigación hace contribuciones teóricas a las Ciencias de la Educación con la definición de la educación patrimonial en los espacios públicos y la modelación de los procedimientos que permiten estructurar la acción educativa de los gestores socioculturales en contextos no formales. El resultado

			científico le concede valor a la educación patrimonial en los espacios públicos, al gestor sociocultural como mediador del proceso de educación patrimonial; a la utilización de las tecnologías sociales como herramientas para potenciar esta práctica educativa, desde los intereses y necesidades de la comunidad residente en los centros históricos urbanos; y a la inclusión de la dimensión económica. Se orienta a la dirección del proceso de educación patrimonial desde el trabajo metodológico de los gestores mediante la aplicación de tecnologías sociales que propician el autoaprendizaje y disfrute de los públicos teniendo en cuenta la participación comunitaria. Su evaluación teórica por medio del criterio de expertos y de su implementación práctica, evidencian las posibilidades transformadoras del mismo.
Hernández (2024)	La esclavitud y su legado en la carrera Gestión Sociocultural para el Desarrollo		La esclavitud y su legado se reconocen en el devenir histórico, económico y sociocultural cubano y matancero, lo cual justifica la necesidad de su tratamiento en la carrera GSCD, desde enfoques actualizados, interdisciplinarios y profesionalizados. Sin embargo, la aplicación de métodos y técnicas de indagación empírica demuestran que el tratamiento del tema no difiere de lo abordado en los niveles educativos precedentes, los resultados de los estudios actuales no se insertan como fuente de conocimiento, habilidades y valores para el mejor desempeño del profesional de GSCD en los contextos sociocomunitarios y culturales, determinado entre otras razones porque en el colectivo de esta carrera predomina una visión folklorista del legado africano, con énfasis en las manifestaciones religiosas. Los resultados de la validación teórica y práctica de la propuesta de una concepción teórica metodológica, centrada en un enfoque didáctico, innovador y profesionalizado del tratamiento de la esclavitud y su legado, corrobora su pertinencia, validez y aplicabilidad.
Almeida (2024)	La competencia intervención comunitaria desde el diseño curricular de la carrera Gestión Sociocultural para el Desarrollo		La necesidad de formar un profesional con una amplia preparación en el trabajo social comunitario, impone retos a la carrera Gestión Sociocultural para el Desarrollo de la Universidad de Matanzas y su claustro. Con este propósito se presenta una concepción teórico-metodológica que contribuye a la formación de la competencia intervención comunitaria. La investigación se sustenta en la concepción dialéctico-materialista del conocimiento científico. Los fundamentos teórico-metodológicos se revelan en la operacionalización de la variable: formación de la competencia intervención comunitaria en la carrera Gestión Sociocultural para el Desarrollo, que permitió caracterizar su estado inicial a través de los elementos que conformarán dicha competencia. Se presentan los métodos, instrumentos y técnicas de investigación que una vez aplicados, indicaron la necesidad de transformar el objeto de investigación. La concepción teórico-metodológica propuesta se estructura en objetivo y dos subsistemas (teórico-metodológico), que incluyen los fundamentos, principios, orientaciones, requisitos y etapas con sus correspondientes acciones. La valoración teórica de los expertos confirmó la validez de la

			propuesta y propició su perfeccionamiento. La concepción fue validada en la práctica, lo que demostró su eficacia y aplicabilidad, además de la novedad y pertinencia para contribuir a la formación de la competencia intervención comunitaria desde el diseño curricular de la carrera Gestión Sociocultural para el Desarrollo de la Universidad de Matanzas.
--	--	--	--

Fuente (Elaboración propia)

## **ANEXO 11 Cuestionario de autoevaluación para la selección de expertos**

Objetivo: Determinar el nivel de experticia sobre el tema.

Estimado (a) compañero (a) Ud. ha sido seleccionado(a) como parte de un grupo de expertos para validar de forma teórica una metodología que contribuya al tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social en la formación del estudiante de la carrera Gestión Sociocultural para el Desarrollo. Constituye una investigación doctoral de la M. Sc. Yaillet Morales Delgado, profesora de la Universidad de Matanzas, la cual ha tenido en cuenta su experiencia y conocimientos del tema, labor que desarrolla y condición como profesional.

Le solicito colabore a rellenar este cuestionario con los datos que se necesita. Muchas gracias.

Nombre(s) y apellidos: \_\_\_\_\_

Grado científico o título académico:

Dr. C.

M. Sc.

Lic.

Otra

Formación: \_\_\_\_\_

Función que desempeña: \_\_\_\_\_

Años de experiencia vinculada a la gestión y/o enseñanza del consumo cultural:

\_\_\_\_\_

Institución donde se desempeña: \_\_\_\_\_

Instrucciones:

1- Marque con una X en la siguiente escala el valor (mínimo, uno y máximo, diez) que considere se corresponde con el nivel de conocimiento respecto al tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social en la formación del estudiante:

Escala	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Nivel de conocimiento										

2- Valore su desempeño profesional, relacionado al proceso del tratamiento al consumo cultural en la formación del estudiante, a partir de los aspectos que se le presentan a continuación. Coloque una X según considere:

Aspectos para evaluar el desempeño profesional en relación al tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social en la formación del estudiante	Nivel de experiencia		
	Bajo	Medio	Alto
Superación			
Labor como docente			
Labor como investigador			
Dirección de investigaciones, proyectos, tesis, cátedras			
Análisis teóricos sobre el tema			
Autorías de artículos científicos y/o libros			
Como ponente			
Gestor cultural			
Su intuición o empírea			

Fuente (Elaboración propia)

## ANEXO 12

Coefficiente de competencia de los expertos (K), donde  $K_c$  = coeficiente de conocimiento y  $K_a$  = coeficiente de argumentación.

Expertos	$K_c$	$K_a$	K
1	0.9	1	0.95
2	0.8	0.9	0.85
3	1	0.9	0.95
4	0.7	0.9	0.8
5	1	1	1
6	0.9	0.9	0.9
7	0.9	0.9	0.9
8	1	0.9	0.95
9	0.9	0.9	0.9
10	0.9	1	0.95
11	0.9	0.94	0.92
12	0.99	0.9	0.94
13	0.92	1	0.96
14	1	0.9	0.95
15	1	1	1
16	0.9	0.9	0.9
17	0.9	0.8	0.85
18	0.8	0.9	0.85
19	0.9	0.7	0.8
20	0.9	1	0.95
21	0.9	0.8	0.85

Los 21 expertos poseen el coeficiente de competencia K en el rango  $0,8 \leq K \leq 1$

Fuente (Elaboración propia)

## ANEXO 13

### Cuestionario para la consulta a expertos (Primera ronda)

Estimado(a) compañero(a):

Usted ha sido seleccionado(a) como experto para la aplicación de un instrumento que permita valorar la propuesta de una metodología para el tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social en la formación del estudiante de la carrera Gestión Sociocultural para el Desarrollo, por lo que se solicita su colaboración para la obtención de datos que orienten a conclusiones sobre la pertinencia de esta propuesta. Muchas gracias.

I.- Sobre la estructura de la metodología.

Valore la estructura de la metodología elaborada, escribiendo con una X en la casilla que considere le corresponde según la siguiente leyenda

MA: Muy adecuada, BA: Bastante adecuada, A: Adecuada, PA: Poco adecuada, I: Inadecuada

Contenido	MA	BA	A	PA	I
definición de la metodología					
objetivo					
fundamentos					
características					
componentes					

II.- Sobre los aspectos que comprenden los componentes teórico-metodológicos de la metodología:

Sobre los aspectos que comprende cada componente, valore cada uno de los elementos que aparecen en la siguiente tabla, escribiendo con una X en la casilla que considere le corresponde según la siguiente leyenda.

MA: Muy adecuada, BA: Bastante adecuada, A: Adecuada, PA: Poco adecuada, I: Inadecuada

Aspectos	MA	BA	A	PA	I
Paso 1 y procedimientos metodológicos					

Paso 2 y procedimientos metodológicos					
Paso 3 y procedimientos metodológicos					
Paso 4 y procedimientos metodológicos					
Acciones para su aplicación					

a) Detalle cualquier opinión que considere sobre la propuesta:

---

---

---

III- ¿Considera usted que la metodología puede contribuir al tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social en la formación del estudiante de la carrera Gestión Sociocultural para el Desarrollo? Exponga sus razones

---

---

---

Fuente (Elaboración propia)

#### ANEXO 14 Evaluación de expertos a la metodología

Contenido	MA	BA	A	PA	I
definición de la metodología	11	6	4		
objetivo	13	5	3		
fundamentos	16	5			
características	17	3	1		
componentes	18	3			

Aspectos	MA	BA	A	PA	I
Paso 1 y procedimientos metodológicos	14	4	3		
Paso 2 y procedimientos metodológicos	16	3	2		
Paso 3 y procedimientos metodológicos	18	3			
Paso 4 y procedimientos metodológicos	15	4	2		
Acciones para su aplicación	18	3			

Fuente (Elaboración propia)

## ANEXO 15

### Técnica participativa para sensibilización “El termómetro cultural”

**Objetivo:** Visualizar de manera inmediata y tangible la diversidad de consumos culturales dentro del grupo.

#### Desarrollo:

- ✓ Se coloca una línea imaginaria o con cinta en el suelo, que representa un espectro: de un extremo “Consumo muy frecuente” y al otro “Consumo esporádico o nulo”.
- ✓ El facilitador primero crea un clima de confianza, insistiendo en que no hay respuestas correctas o incorrectas, sino experiencias y perspectivas.
- ✓ Menciona diferentes productos o prácticas culturales. Ejemplos: cine cubano, series *streaming*, teatro, música tradicional, ferias de arte, novelas y galerías de arte.
- ✓ Los participantes se ubican en el punto del termómetro que refleje su frecuencia de consumo.
- ✓ Tras cada ubicación, se pregunta brevemente a alguien de cada extremo: ¿Por qué te ubicas ahí?
- ✓ Después de la técnica, el facilitador para conectar explícitamente con el objetivo de la metodología expresa: Esto que vivimos es un ejemplo de lo que queremos que nuestros estudiantes aprendan a analizar y gestionar.
- ✓ ·Cierra destacando que, como formadores de gestores, tienen en sus manos la llave para potenciar el consumo cultural como herramienta de emancipación y no de colonización.

**Importancia de esta técnica:** Rompe el hielo, muestra diversidad sin juicios, e introduce la idea de que el consumo es personal y varía.

## **ANEXO 16**

### **Técnica de Mapa de conflictos culturales**

Es una herramienta participativa que permite visualizar y analizar tensiones, disputas y contradicciones en el campo cultural. Es idónea para trabajar con estudiantes de 2do año cuando aprenden a interpretar el "por qué" del consumo.

**Objetivo:** Identificar colectivamente las tensiones culturales en el territorio donde actuarán los futuros gestores socioculturales, para:

1. Demostrar la complejidad del campo cultural.
2. Visualizar cómo el consumo cultural no es neutral sino que está cruzado por conflictos de poder, significado y recursos.
3. Generar insumos concretos para el diseño de proyectos de intervención

### **Preparación o Logística:**

#### - Materiales Necesarios:

- Mapa base del territorio (ciudad, municipio, comunidad).
- Papel grande, cartón, cartulina o pizarra blanca.
- Marcadores de colores, crayolas, tizas de colores, temperas, lápices de color, papel de color o íconos adhesivos.

#### ·- Leyenda de Símbolos :

Punto Rojo: Conflicto activo/alto (ejemplo: disputa por uso de espacio).

Punto Amarillo: Tensión latente/medio (ejemplo: desinterés juvenil por tradiciones).

Punto Azul: Oportunidad de diálogo (ejemplo: grupos que quieren colaborar pero no se conectan).

Icono de Rayo: Punto de dolor/controversia fuerte.

Icono de Manos: Espacios/agentes de mediación potencial.

Icono de Edificio: Instituciones involucradas.

### **Ejecución (Dinámica Grupal - 70-90 minutos)**

#### **Paso 1: Presentación y Calibración (10 min)**

**Facilitador:** "Vamos a mapear no lo que une, sino lo que divide o tensiona nuestra vida cultural. No se trata de buscar culpables, sino de entender la complejidad para poder intervenir con inteligencia."

Presentar la leyenda de símbolos y asegurar su comprensión.

#### **Paso 2: Mapeo Individual y en Pequeños Grupos (30 min)**

##### **Consigna 1 - "Identifiquemos los Conflictos":**

El facilitador orienta que piensen en tensiones culturales concretas que conozcan en el territorio: disputas por espacios, rechazo a ciertas expresiones, grupos excluidos, recursos que no llegan, tradiciones vs. modernidad.

Cada participante escribe 1-2 conflictos

##### **·Consigna 2 - "Ubiquemos y Caractericemos":**

En grupos, ubican los conflictos en el mapa y los codifican con la leyenda (color según intensidad, iconos según tipo).

**El Facilitador orienta:** Para cada conflicto, discutan y anoten: ¿Quiénes son los actores en pugna? ¿Cuál es el objeto del conflicto?

### **Paso 3 Análisis Colectivo y Conexiones (30 min)**

Cada grupo presenta sus conflictos mapeados.

El facilitador guía con preguntas de análisis estratégico:

¿Qué patrones geográficos ven, dónde se concentran los conflictos?

¿Hay actores que se repiten en varios conflictos?

¿Qué conflictos están relacionados con el consumo cultural?

¿Dónde hay ausencia de conflicto? ¿Es señal de consenso o de ausencia de vida cultural?

Si fueran gestores, ¿por qué conflicto empezarían a intervenir y por qué?

### **Paso 4: Cierre y Prospectiva (10-15 min)**

El facilitador sintetiza: este mapa nos muestra que la cultura es un campo de fuerzas en disputa. Nuestro rol como formadores es preparar gestores que no le huyan al conflicto, sino que lo comprendan y lo transformen creativamente.

Estos conflictos no son problemas, son oportunidades de transformación social a través de la gestión cultural.

El facilitador debe proporcionar confidencialidad y confianza. Aclarar que la información es para diagnóstico y mejora, no para señalamientos y siempre terminar preguntando: ¿Y cómo podríamos transformar este conflicto en una oportunidad de desarrollo?

Fuente (Clase Metodológica Instructiva)

## ANEXO 17 Tabla de resultados de diagnóstico final

Dimensión	Indicador	Cuestionario a Estudiantes			
		Diagnóstico inicial	Evaluación	Diagnóstico final	Evaluación
1- cognoscitiva-instrumental	1.1 Exposición de qué es el consumo cultural y su relación con la transformación social	19% definió correctamente qué es el consumo cultural y lo relacionó con la transformación social, mientras el 81% asocia el consumo cultural solo a manifestaciones artísticas y reiteran textualmente que se relaciona con la transformación social o lo omite	Parcialmente logrado	75% definió correctamente qué es el consumo cultural y lo relacionó con la transformación social, mientras el 25% asocia el consumo cultural solo a manifestaciones artísticas y reiteran textualmente que se relaciona con la transformación social o lo omite	Logrado
	1.2 Interpretación de los aspectos del consumo cultural para la realización de diagnósticos en las comunidades	Aspectos que indistintamente consideran: oferta cultural disponible, barreras de acceso y recursos comunicativos. El 12% eligen las tres opciones, el 59% selecciona dos, el 24% escoge solo una opción.	Parcialmente logrado	Ya eligen indistintamente todos los aspectos que ofrece la pregunta: Oferta cultural disponible, Hábitos de consumo,  Barreras de acceso, Valoración social de productos y Recursos comunicativos. El 69% eligen las tres opciones, el 21% selecciona dos, el 10% escoge solo una opción.	Logrado
	1.3 Reconocimiento de los recursos comunicativos para el tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social en la labor profesional	En la escala de Likert el 15% elige las puntuaciones 4 y 5 que indican que siempre utilizan los recursos comunicativos lengua oral, lengua escrita y las TICs, para promover el consumo cultural en su labor profesional. Mientras, el 40% da puntuación de 3 a uno o varios de estos recursos comunicativos y suman el 45 % los estudiantes que dan puntuaciones de 1 y 2.	Parcialmente logrado	En la escala de Likert el 90% elige las puntuaciones 4 y 5 que indican que siempre utilizan los recursos comunicativos lengua oral, lengua escrita y las TICs, para promover el consumo cultural en su labor profesional. Mientras, el 10% da puntuación de 3 a uno o varios de estos recursos comunicativos y ningún estudiante da puntuaciones de 1 y 2.	Logrado
<b>Evaluación de la dimensión 1</b>			Parcialmente lograda	Evaluación de la dimensión 1	Lograda
	2.1 Expresión de emociones mediante el	24% elige las puntuaciones 4 y 5 que indican que siempre aplican las emociones al tratar el		85% elige las puntuaciones 4 y 5 que indican que siempre aplican las emociones al tratar el	

2- afectivo-valorativa	tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social	consumo cultural en su labor profesional. Mientras, <b>el 43% da puntuación de 3 y suman el 33 % los estudiantes que dan puntuaciones de 1 y 2.</b>	Parcialmente logrado	consumo cultural en su labor profesional. Mientras, <b>el 15% da puntuación de 3 y ningún estudiante da puntuaciones de 1 y 2.</b>	Logrado
	2.2 Manifestación de valores y atributos personales del gestor sociocultural	<b>Valores evaluados con más puntuaciones entre 1 y 2</b> son: compromiso político-ideológico <b>60%</b> , capacidad de acompañamiento y convivencia activa con personas y grupos portadores de diversidad en el marco de la identidad favorable al progreso y la construcción de la nueva sociedad <b>45%</b> , identidad nacional/local <b>43%</b> , y <b>en este rango el atributo personal es:</b> ser facilitadores a la participación y el protagonismo social <b>41%</b> .	Parcialmente logrado	<b>Valores evaluados con más puntuaciones entre 1 y 2</b> pasan a ser evaluados de 3, 4 y 5. Compromiso político-ideológico <b>25% da 3 puntos y el 40% 4 puntos</b> , capacidad de acompañamiento y convivencia activa con personas y grupos portadores de diversidad en el marco de la identidad favorable al progreso y la construcción de la nueva sociedad, <b>el 35% da 4 puntos y 50% 5 puntos</b> , identidad nacional/local <b>45% da 4 puntos y 30% da 5 puntos.</b>  <b>En el rango evaluado de 1 y 2 puntos el atributo personal fue:</b> ser facilitadores a la participación y el protagonismo social y <b>pasó a tener el 30% en 4 puntos y el 70% en 5 puntos.</b>	Logrado
	2.3 Regulación de la actuación para la transformación social	<b>52% siempre</b> investiga y aplica el contexto histórico-cultural al planificar acciones socioculturales, <b>el 36% ocasionalmente</b> lo considera y <b>solo el 12%</b> raras veces lo considera.	Parcialmente logrado	<b>79% siempre</b> investiga y aplica el contexto histórico-cultural al planificar acciones socioculturales y <b>el 21% ocasionalmente</b> lo considera.	Logrado
Evaluación de la dimensión 2			Parcialmente lograda	Evaluación de la dimensión 2	Lograda

3- práctico-comportamental	3.1 Diseño de estrategias de intervención sociocultural que integran diagnósticos de consumo cultural como herramientas de desarrollo comunitario	<p>7% de los estudiantes reconoce que sí ha diseñado proyectos académicos o investigativos que incluyan diagnóstico de consumo cultural y lo describe correctamente, el 5% solo reconoce que sí sin describir y el 88% no lo reconoce.</p> <p>10% de los estudiantes seleccionan 3 formas de utilizar el diagnóstico de consumo cultural en sus proyectos académicos o investigativos, el 36% eligen 2 opciones y el 54% solo reconoce una opción.</p>	No logrado	<p>57% de los estudiantes reconoce que sí ha diseñado proyectos académicos o investigativos que incluyan diagnóstico de consumo cultural y lo describe correctamente, el 21% solo reconoce que sí sin describir y el 22% no lo reconoce</p> <p>79% de los estudiantes seleccionan 3 formas de utilizar el diagnóstico de consumo cultural en sus proyectos académicos o investigativos, el 21% eligen 2 opciones.</p>	Parcialmente Logrado
	3.2 Implementación de acciones de mediación cultural que promueven prácticas de consumo cultural como medio de transformación social	20% manifiesta que sí ha ejecutado acciones de mediación cultural y describe la adaptación al contexto, el 40% solo responde que sí y el otro 40% no lo manifiesta.	Parcialmente logrado	80% manifiesta que sí ha ejecutado acciones de mediación cultural y describe la adaptación al contexto, el 20% solo responde que sí.	Logrado
	3.3 Evaluación crítica del tratamiento del consumo cultural como medio de transformación social en políticas y proyectos teniendo en cuenta el modelo del profesional	<p>12% reconoce que al evaluar proyectos utiliza 3 de las herramientas propuestas para analizar el consumo cultural, el 62% reconoce 2 herramientas y el 26% reconoce solo una. Las herramientas para el análisis más utilizadas son las encuestas/entrevistas, la observación participante y análisis de contenido.</p> <p>10% de los estudiantes en sus evaluaciones realiza análisis crítico del consumo cultural siempre con profundidad, el 67% superficialmente, el 17% rara vez y el 7% nunca.</p>	Parcialmente logrado	<p>60% reconoce que al evaluar proyectos utiliza 3 de las herramientas propuestas para analizar el consumo cultural, el 35% reconoce 2 herramientas y el 5% reconoce solo una.</p> <p>65% de los estudiantes en sus evaluaciones realiza análisis crítico del consumo cultural siempre con</p>	Logrado

				profundidad, el 35% superficialmente.	
Evaluación de la dimensión 3			No lograda	Evaluación de la dimensión 3	Lograda
EVALUACIÓN DE LA VARIABLE			NO LOGRADA	EVALUACIÓN DE LA VARIABLE	LOGRADA

Fuente (Elaboración propia)

## ANEXO 18

### Grupo Científico Estudiantil Procesos Socioculturales Cubanos

#### Departamento Estudios Socioculturales

#### Carrera Gestión Sociocultural para el Desarrollo

#### Grupos Científicos Estudiantiles (GCE)

##### Temas de investigación:

- Dinámicas de construcción y transformación de identidades (nacional, local, generacional, de género)
- Gestión sociocultural del patrimonio tangible e intangible
- Procesos de transculturación y resistencia cultural
- **Consumo cultural como medio de transformación social**
- Papel de las instituciones culturales en la preservación y promoción de la identidad
- Análisis sociocultural de la implementación de políticas sociales en los territorios
- Mediación de conflictos sociales derivados de la diversidad
- Papel de las TIC en la promoción cultural y la participación social
- Estudios sociales de la ciencia y la tecnología en el contexto cubano
- Recuperación y revalorización de la memoria histórica, las identidades culturales y el patrimonio local como recursos para el desarrollo

Procesos socioculturales cubanos. Prof. Responsable: M Sc. Yaillet Morales Delgado		
Año académico	Nombres y apellidos	Profesores tutores
1ero	Liannys Alfonso Morales	M Sc. Yanela Castillo Lozano M Sc. Gerardo Antonio Mier Daubar M Sc. Melissa Laura González Díaz Lic. Enmanuel Castellanos Tápanes
1ero	Danisbel Ferreiro Sepúlveda	
1ero	Amira García Mesa	
1ero	Linney Andrea Jordán Camilo	
1ero	Daniel Ibrahim Martínez Aymé	
1ero	María Carla Mora Rodríguez	
1ero	Yanisleydis Moreno Almeida	
1ero	Melanie María Orozco Rodríguez	
1ero	Diego Jesús Perera Fernández	
1ero	Susana Piloto Zamora	
2do	Daniela Patricia Quintana De los Santos	
2do	María Karla Carnet Castillo	
2do	Olvis Raúl Céspedes Mondelo	
2do	Adrián Alvarado López	
3ero	Lorenmys Salazar Delgado	

3ero	Liliany Álvarez Figueroa	
3ero	María Karla Sosa Vera	

Fuente (Documentos de la carrera GSD)

**ANEXO 19 Eventos internacionales, imparte curso en Unisoc y publicación de resultados investigativos en revistas científicas**

 **IX TALLER INTERNACIONAL**  
**"LAS DISCIPLINAS HUMANÍSTICAS EN LA EDUCACIÓN"**  
**HUMANÍSTICAS 2023**  
*"Las disciplinas humanísticas en la educación ante la agenda 2030"*

**CERTIFICADO**

**A: Yaillet Morales Delgado, Miriela Ceballos Rodríguez**

Como ponentes del trabajo:  
**El consumo cultural, una mirada desde la carrera  
gestión sociocultural para el desarrollo**

Dado en Matanzas, Cuba, a los 22 días del mes de junio de 2023

  
Dr. C. Marlen Martínez Santana  
Decana de la Facultad de Idiomas

  
FACULTAD DE IDIOMAS  
UNIVERSIDAD DE MATANZAS  
DIBCANO  
MES

  
Dr. C. Bárbara Maricely Fierro Chong  
Coordinadora general



 **X TALLER INTERNACIONAL**  
**"LAS DISCIPLINAS HUMANÍSTICAS EN LA EDUCACIÓN"**  
**HUMANÍSTICAS 2025**  
*"Las disciplinas humanísticas en la educación ante la agenda 2030"*

**CERTIFICADO**

**A: Yaillet Morales Delgado, Rosa Elvira Alfonso Ramos, Yanela Castillo Lozano**

Por presentar la ponencia: Consumo cultural en la formación humanista del  
estudiante, carrera Gestión Sociocultural para el Desarrollo.

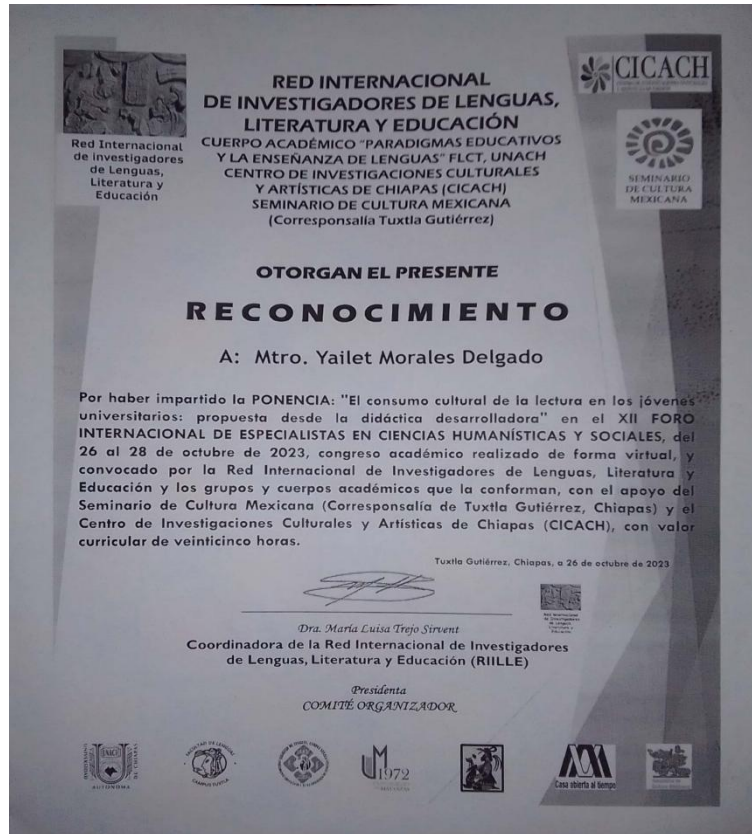
Dado en Matanzas, Cuba, a los 19 días del mes de junio de 2025.

  
Dr. C. Bárbara Maricely Fierro Chong  
Presidenta Comisión Científica

  
FACULTAD DE IDIOMAS  
UNIVERSIDAD DE MATANZAS  
MINISTERIO DE EDUCACIÓN SUPERIOR

  
M. Sc. Leipzig Rodríguez Medina  
Coordinadora general





**redipe** **CIDEP**

**XV CONGRESO INTERNACIONAL DE EDUCACIÓN Y PEDAGOGÍA**

ISBN 978-1-957395-30-2

La Red Iberoamericana de Pedagogía – Redipe e Instituciones Redipe Capítulo Cuba

**Certifican a:**  
**Yinela Castillo Lozano**  
**Yaillet Morales Delgado**  
 CENTRO LABORAL  
 Universidad de Matanzas

Por su participación activa en calidad de  
 PONENTE INTERNACIONAL  
 Con el tema:

**Política Cultural y consumo cultural en Cuba: una mirada desde las Humanidades**

EN EL XV CONGRESO CIPED 2023-2, realizado los días 20/21 de diciembre de 2023  
 Realizado entre Redipe, Sede Facultad de Ciencias Médicas de Artemisa, UCP, Universidad de Matanzas, UNAH, Universidad de la Habana, ELAM, UNICA, Universidad de Ciencias del deporte y la cultura física, Universidad de Granma, entre otras.

Los textos de ponencia que acepta el Comité Evaluador se publicarán como libro electrónico de investigación ISBN 978-1-957395-21-7  
**Educación y Pedagogía Redipe. Ciped 2023-2 Capítulo Cuba.**  
 Editorial Redipe Capítulo Estados – en coedición con Instituciones aliadas.

*Dr. C. Julio César Ambleola*  
 Director REDIPE

*Dra. Yviera Reyes Vargas*  
 Presidenta Redipe Capítulo Cuba  
 Universidad de La Habana



Diagnóstico de consumo cultural aplicado al 1er año de la carrera de Medicina



Matanzas, 29 de agosto de 2025

El artículo de investigación "Consumo de prácticas culturales en jóvenes de Medicina y Gestión Sociocultural para el Desarrollo", de las autoras Yaillet Morales Delgado, Rosa Elvira Alfonso Ramos, Leyda Finalé de la Cruz y Yinela Castillo Lozano, ha sido presentado a esta revista, ha pasado la revisión por pares y ha sido declarado Publicable con modificaciones. Saldrá publicado en el Volumen 47 (2025) de la Revista Médica Electrónica.

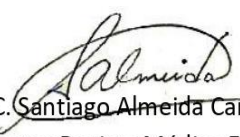
La revista está inscrita en el Registro Nacional de Publicaciones Seriadas desde el año 1997, editado por el Instituto Cubano del Libro. RNPS 1819, ISSN 1684-1824, y se puede revisar en la dirección <http://revmedicaelectronica.sld.cu/index.php/rme/index>

La revista es divulgada por: Revistas Médicas Cubanas, Centro Provincial de Información de Ciencias Médicas de Matanzas y SciELO Cuba. Se encuentra indizada en las bases de datos CUMED, Scopus, Lilacs, Scielo, Redalyc, Base, Latindex y Publons, entre otras. Se publica bajo la Licencia de Creative-Commons: Reconocimiento-NoComercial 4.0 Internacional (CC BY-NC 4.0).

Atentamente,

Santiago  
Almeida Campos

Firmado digitalmente por Santiago Almeida Campos  
DN: c=Estados Unidos, o=Universidad de Ciencias Médicas de Matanzas,  
ou=Revista Médica Electrónica,  
cn=Santiago Almeida Campos, email=Santiago Almeida Campos  
de este documento  
Fecha: 2025.08.29 09:55:19 -0300

  
DrC. Santiago Almeida Campos  
Director Revista Médica Electrónica

