



Córima, Revista de Investigación en Gestión Cultural

ISSN electrónico: 2448-7694

Universidad de Guadalajara

Centro Universitario de Guadalajara

México corima@cugdl.udg.mx

Año 11, Número 21, julio-diciembre de 2026

El Observatorio Cultural de la UNACAR: una herramienta estratégica para la formación integral y el cumplimiento del ODS 4

The UNACAR Cultural Observatory: A Strategic Tool for Comprehensive Training and the Achievement of SDG 4

Melenie Felipa Guzmán Ocampo¹

María José Guillermo Echeverría²

Heidi Angélica Salinas Padilla³

Facultad de Ciencias Educativas de la Universidad Autónoma del Carmen

DOI: <https://doi.org/10.32870/cor.a11n21.7528>

¹ Profesora-investigadora de tiempo completo en la Universidad Autónoma del Carmen con 26 años de trayectoria, es Candidata en el Sistema Nacional de Investigadoras e Investigadores (SNII) y miembro del COMIE. Su trabajo se centra en las líneas de gestión cultural, comunicación y educación inclusiva, forma parte del cuerpo académico "Educación, Lengua y Cultura" y lidera el Observatorio Cultural de la UNACAR. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4012-3630>. E-mail: mguzman@pampano.unacar.mx

² Profesora-investigadora de tiempo completo en la Universidad Autónoma del Carmen, adscrita a la Facultad de Ciencias Educativas y miembro del Sistema Nacional de Investigadoras e Investigadores (SNII) de la SECHIIIT. Su trabajo se enfoca en las líneas de educación, lenguas, comunicación y estudios culturales, donde colabora de manera estrecha como integrante fundamental del cuerpo académico Educación, Comunicación y Cultura. Cuenta con una sólida producción científica centrada en los procesos de mediación pedagógica, la gobernanza universitaria y el análisis del impacto de la extensión institucional a través del Observatorio Cultural de la UNACAR. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8829-1997>. Email: mguillermo@pampano.unacar.mx

³ Profesora-investigadora de tiempo completo en la Universidad Autónoma del Carmen, adscrita a la Facultad de Ciencias Educativas y miembro del Sistema Nacional de Investigadoras e Investigadores (SNII) de la SECHIIIT. Su labor académica e investigativa se desarrolla en el campo de la educación superior, con especial énfasis en el estudio de las competencias docentes, las trayectorias escolares, los procesos de tutoría y la innovación pedagógica. Es integrante del Observatorio Cultural de la Unacar e integrante del CA de Matemática Educativa. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2260-3609>. Email: hsalinas@pampano.unacar.mx

Resumen

La presente investigación reporta los resultados de la primera etapa del Observatorio Cultural de la Universidad Autónoma del Carmen (UNACAR), enfocada en generar un diagnóstico sistemático del consumo cultural de sus estudiantes para optimizar las Actividades de Formación Integral (AFI) curriculares. Estos resultados contribuyen al cumplimiento de indicadores del Plan de Desarrollo Institucional y se alinean con la Agenda 2030, específicamente con el Objetivo de Desarrollo Sostenible 4 (ODS 4), que busca garantizar una educación inclusiva, equitativa y de calidad. La metodología empleada tuvo un enfoque mixto, combinando técnicas cualitativas —grupos focales y análisis de campos semánticos— con la aplicación de un cuestionario en línea a una muestra de 270 universitarios.

Los hallazgos evidencian una desconexión palpable entre la oferta institucional y los hábitos de los estudiantes en el periodo pospandemia: 70.1% de la muestra consideró insuficiente la oferta de su facultad. Estos datos son cruciales para el diseño estratégico de las AFI, pues contribuyen al logro del ODS 4 al mejorar la calidad y pertinencia de la formación integral. El Observatorio Cultural queda así establecido como un espacio clave para el análisis y la mejora continua de la oferta curricular de la UNACAR.

Palabras clave: Observatorio cultural, consumo cultural, formación integral, ODS 4.

Abstract

This research reports the results of the first phase of the Cultural Observatory at the Universidad Autónoma del Carmen (UNACAR), focused on generating a

systematic diagnosis of its students' cultural consumption to optimize the curricular Comprehensive Training Activities (AFI). These results contribute to the fulfillment of indicators in the Institutional Development Plan and align with the 2030 Agenda, specifically Sustainable Development Goal 4 (SDG 4), which seeks to ensure inclusive, equitable, and quality education. The methodology employed a mixed approach, combining qualitative techniques—focus groups and semantic field analysis—with the application of an online questionnaire to a sample of 270 university students.

The findings show a palpable disconnection between institutional offerings and students' post-pandemic habits: 70.1% of the sample considered their faculty's offerings insufficient. These data are crucial for the strategic design of the AFI, contributing to the achievement of SDG 4 by enhancing the quality and relevance of comprehensive training. The Cultural Observatory is thus established as a key space for the analysis and continuous improvement of UNACAR's curricular offerings.

Keywords: Cultural Observatory, cultural consumption, comprehensive training, SDG 4.

Introducción

La Universidad Autónoma del Carmen (UNACAR), a través de su Modelo Educativo Acalán (2018), concibe las Actividades de Formación Integral (AFI) como un componente esencial para el desarrollo sistémico del estudiante. Este enfoque va más allá de la instrucción académica y se alinea con la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible (2015), específicamente con el Objetivo de Desarrollo Sostenible 4 (ODS 4), que busca garantizar una educación inclusiva, equitativa y de calidad. El Modelo Educativo Acalán (2018) se orienta hacia

una concepción humanista de la educación y el desarrollo, basada en los derechos humanos y la dignidad, y busca sensibilizar a los estudiantes en temas como la justicia social y la diversidad cultural.

En este contexto, el Observatorio Cultural de la UNACAR se establece con el propósito de generar el diagnóstico sistemático y la evidencia empírica necesaria para evaluar la efectividad de las AFI y asegurar su pertinencia. La crítica a la gestión cultural universitaria recae a menudo en la falta de conexión entre la oferta institucional y los hábitos de consumo cultural de su comunidad. Para atender esta brecha, el Observatorio diseñó, en 2021, un estudio orientado a analizar el consumo cultural de los universitarios antes y después de la pandemia.

El presente artículo reporta los resultados de esta investigación inicial. Su objetivo es proporcionar una base diagnóstica sólida que permita a la UNACAR diseñar estrategias de gestión cultural más eficaces y equitativas. De este modo, la investigación contribuye a la mejora continua de la oferta curricular, fortalece la formación integral y, consecuentemente, apoya la misión de la UNACAR en el logro de los indicadores de calidad educativa del ODS 4.

En este sentido, el Observatorio Cultural de la UNACAR se posiciona como un referente necesario en el sureste mexicano, sumándose a esfuerzos nacionales como el Observatorio Cultural de la Universidad de Guadalajara (Mariscal, 2020) o el de la Universidad Autónoma de Nuevo León (Álvarez, 2023). A diferencia de los modelos puramente estadísticos, este se enfoca en la Formación Integral (UNACAR, 2017) y en su alineación directa con el ODS 4 (Naciones Unidas, 2015), transformando el diagnóstico en una herramienta de gestión estratégica para la toma de decisiones curriculares.

Contextualización del Observatorio en la gestión cultural universitaria del sureste mexicano

El Observatorio Cultural de la UNACAR surge como una respuesta institucional a la necesidad de evaluar las dinámicas sociales en la comunidad universitaria tras el confinamiento. Si bien los trabajos preliminares de identificación y exploración iniciaron en 2021, fue en febrero de 2024 cuando el proceso alcanzó su madurez académica con el diseño formal del instrumento diagnóstico. Este instrumento, fundamentado en los hallazgos de grupos focales previos, permitió capturar con pertinencia las categorías de análisis cuyos resultados se presentan y discuten en este artículo, consolidando así el primer ejercicio formal de evaluación del Observatorio.

Institucionalmente, el observatorio fue registrado ante la Dirección General de Investigación y Posgrado de la UNACAR el 26 de febrero de 2024, bajo la responsabilidad y en articulación con el Cuerpo Académico Educación, Lengua y Cultura. El equipo está integrado por una red de investigadores expertos, tanto de la UNACAR como externos, provenientes de la Universidad Autónoma de Nuevo León y la Red Universitaria de Gestión Cultural México. Esta alianza estratégica fortalece las dimensiones de análisis del observatorio, al integrar diversas miradas en el estudio de la comunicación y la cultura.

Contextualización empírica del consumo cultural universitario y la gestión en IES

La conveniencia del Observatorio Cultural de la UNACAR se enmarca en un contexto en el que la gestión cultural en las Instituciones de Educación Superior (IES) requiere diagnósticos continuos para asegurar la relevancia de la oferta en relación con las dinámicas de consumo juvenil. La crítica de que la oferta institucional fracasa en vincularse con los consumos masivos de las

comunidades universitarias es un patrón recurrente en la investigación regional (García Canclini, 2024), lo cual valida la necesidad de una herramienta de gestión sistemática.

La baja influencia de la UNACAR en la formación de hábitos culturales de sus estudiantes (solo 38.0% de la muestra) refleja un problema estructural en las IES. Estudios en México y Latinoamérica han encontrado consistentemente que las ofertas culturales universitarias a menudo fracasan al vincularse con los consumos masivos de sus comunidades, como la música popular, el cine de género y el contenido digital (García Canclini, 2004), debido a la falta de estrategias adecuadas de gestión cultural (Bayardo, 2012).

La brecha entre el habitus cultural y el capital cultural se explica al entender el habitus (Bourdieu, 1979) como la estructura adquirida de disposiciones que guía los gustos y las prácticas. La universidad, al ser un agente que debería expandir el capital cultural del estudiante, a menudo se limita a refrendar las preferencias de ciertos grupos de élite, dejando al grueso de la comunidad a merced de consumos externos. La alta tasa de estudiantes que no participaba en talleres antes de la pandemia (82%) es un síntoma de este habitus desvinculado de la oferta formal. Este diagnóstico es crucial para entender la resistencia de una parte del estudiantado a las actividades curriculares tradicionales.

Al pensar en una oferta cultural desde una gestión equitativa, la baja participación estudiantil y la marcada percepción de insuficiencia (70.1%) señalan la urgente necesidad de reenfocar la administración cultural universitaria. Esta reorientación debe basarse en el principio de equidad que postula Nussbaum (2011), el cual centra el desarrollo humano en la expansión de las capacidades y la dignidad de los individuos. Por ende, la Formación Integral no puede ser solo una oferta de consumo, sino que debe buscar

activamente sensibilizar a los estudiantes en temas cruciales como la justicia social, la inclusión y la diversidad cultural.

La pandemia de COVID-19 aceleró la migración del consumo cultural hacia la esfera digital. Esta transición forzada expuso y elevó la fricción existente, evidenciando el choque directo entre la estrategia institucional de la UNACAR y las formas de apropiación cultural de los estudiantes. Mientras la universidad optaba por la vía rápida de las plataformas de clase —como Teams— para trasladar su oferta, los jóvenes universitarios, ya inmersos en el streaming y el consumo autónomo, desarrollaban prácticas orientadas a evadir la rigidez del espacio educativo formal. Este conflicto resultó en una ineficacia de la difusión institucional y reforzó la necesidad de una gestión cultural que se adapte a las lógicas del consumo digital de la juventud.

En cuanto al fenómeno digital, la literatura reciente subraya que, durante y después del confinamiento, los jóvenes se volcaron al streaming y a las redes sociales como principales canales de consumo (Sánchez y Rodríguez, 2022). Plataformas como YouTube, Facebook e Instagram, que dominan las preferencias de la UNACAR, son consideradas canales de apropiación autónoma. Las IES deben reconocer que el consumo es multidimensional.

La resistencia y la percepción de que Teams es "muy pesada" para actividades culturales se interpreta como una táctica (De Certeau, 2000) de evasión. El estudiante, como productor activo de significado, busca evadir el espacio educativo formal para sus momentos de ocio cultural. La institución que ignora estas tácticas digitales condena su oferta a ser ineficaz y a reforzar la sensación de "extenuación y saturación".

El modelo del Observatorio Cultural se alinea con una tendencia crucial en la educación superior: la utilización de diagnósticos sistemáticos para justificar, medir y evaluar el impacto social de las inversiones culturales. Este enfoque cierra el ciclo de la gestión cultural sostenible al asegurar que programas como

las Actividades de Formación Integral (AFI) no se basen en la inercia, sino en la evidencia empírica.

La función del Observatorio es vital para la rendición de cuentas, al transformar el simple registro de actividades en un mecanismo de investigación que garantiza que la oferta cultural sea dinámica y pertinente. Al generar estos datos esenciales, la UNACAR asegura el cumplimiento de los indicadores de calidad educativa y diseña oportunidades de aprendizaje que responden genuinamente a las necesidades de la comunidad, tal como lo exige el espíritu del Objetivo de Desarrollo Sostenible 4 (ODS 4). Este enfoque no solo valida la existencia del Observatorio, sino que lo posiciona como una herramienta indispensable para la mejora continua del currículo y el fortalecimiento de la formación integral.

Estudios sobre observatorios culturales universitarios (Martínez, 2020) resaltan su papel como mecanismos de investigación sistemática para la rendición de cuentas, transformando la información en estrategias de política cultural. Los hallazgos confirman la pertinencia y el rol crucial del Observatorio como una herramienta indispensable.

La Agenda 2030 (Naciones Unidas, 2015) y el ODS 4 demandan una educación que fomente la diversidad cultural y la justicia social. Un observatorio, al identificar que los estudiantes demandan contenido que “aporte conocimiento y contribuya al desarrollo personal” (comunicación personal, 2021), genera evidencia para reorientar el currículo hacia la calidad y la pertinencia social, asegurando el cumplimiento de los indicadores de este objetivo global.

En la investigación y sustento del Observatorio Cultural de la UNACAR, se utiliza el concepto de *habitus* (Bourdieu, 1979) para comprender que las elecciones y gustos culturales de los universitarios están influidos por su posición social y económica. El *habitus* cultural puede estar condicionado por

factores como el origen social, la educación y la exposición a diferentes formas de cultura.

Por otra parte, el capital cultural de los estudiantes universitarios se manifiesta en sus preferencias y es un indicador de sus trayectorias futuras. El habitus ayuda a explicar cómo los universitarios se diferencian en términos de gustos y cómo esto se relaciona con su posición social, lo cual es vital para desarrollar estrategias que promuevan la diversidad y la inclusión en la universidad. La universidad tiene la responsabilidad de incidir en este habitus para fortalecer la formación integral.

El marco de Michel de Certeau (2000) complementa esta visión estructural de Bourdieu (1979) al analizar las prácticas culturales cotidianas. Mientras que la institución opera bajo una estrategia (un espacio formal y planificado, como el currículo o la plataforma Teams), las tácticas refieren a las formas ingeniosas y no estructuradas en que los estudiantes, como usuarios activos, se apropian de las prácticas culturales y las reinterpretan en su vida cotidiana.

Las tácticas son el arte del débil, la manera de operar de aquellos que no poseen un lugar propio (la estrategia institucional). En el contexto de la UNACAR, esto se manifiesta en la evasión de la rigidez de las plataformas educativas formales para el consumo cultural. La resistencia a usar Teams se convierte, entonces, en una táctica que busca el máximo beneficio con el mínimo esfuerzo, al adaptarse a los patrones de consumo digital ya establecidos (YouTube e Instagram).

La teoría destaca la importancia de considerar la agencia y la creatividad de los individuos. Los universitarios son productores activos de significado y realidad cultural que, a través de sus prácticas, pueden resistir o alterar las estructuras sociales dominantes. Este marco es indispensable para interpretar el diagnóstico, ya que justifica la necesidad de que la oferta cultural se ajuste

a la realidad de las tácticas digitales del estudiante, y no que estas últimas se supediten a la estrategia administrativa de la universidad.

El análisis de los comportamientos de consumo pospandemia permite identificar patrones y tendencias que reflejan las formas en que los individuos se adaptan y responden a los cambios, incluso resistiendo o alterando las estructuras sociales dominantes a través de sus prácticas. La aplicación de este marco justifica la necesidad de una oferta cultural que se ajuste a los patrones de consumo digital, y no a la inversa.

Sustento teórico

El Observatorio Cultural se fundamenta en los aportes teóricos de Michel de Certeau (2000) y Pierre Bourdieu (1979). Estos marcos ofrecen las herramientas conceptuales necesarias para interpretar los hallazgos del diagnóstico de consumo, trascendiendo el mero registro de preferencias para comprender la densidad de la apropiación cultural universitaria.

El concepto central abordado es el consumo cultural, que aquí se entiende no solo como la asistencia a eventos o el uso de plataformas, sino como la forma en que los estudiantes se apropian, decodifican y reinterpretan los bienes y servicios culturales en su vida cotidiana. Este proceso requiere un análisis que se aleje de posturas superficiales y que se vincule con los resultados.

Se utiliza el concepto de habitus (Bourdieu, 1979) para comprender que las elecciones y gustos culturales de los universitarios están influidos por su posición social y económica.

Al analizar los hábitos culturales de los universitarios, el Observatorio puede identificar patrones estructurales que reflejen las formas en que los individuos se apropian de la cultura. El habitus cultural puede ser influenciado por

factores como su origen social, su educación y su exposición a diferentes formas de cultura.

El habitus ayuda a explicar cómo los universitarios se diferencian en términos de gustos y cómo esto se relaciona con su posición social, lo cual es vital para desarrollar estrategias que promuevan la diversidad y la inclusión en la universidad.

El marco de De Certeau (2000) complementa esta visión al analizar las prácticas culturales cotidianas. Las tácticas refieren a las formas ingeniosas y no estructuradas en que los estudiantes se apropian de las prácticas culturales y las reinterpretan en su vida cotidiana.

El análisis de los comportamientos de consumo pospandemia permite identificar patrones y tendencias que reflejen las formas en que los individuos se adaptan y responden a los cambios sociales y culturales. Los universitarios son productores activos de significado y realidad cultural.

La teoría destaca la importancia de considerar la agencia y creatividad de los individuos y cómo los universitarios, a través de sus prácticas, pueden resistir o alterar las estructuras sociales dominantes. Esta perspectiva es valiosa para comprender los comportamientos de consumo cultural pospandemia.

En conjunto, los aportes teóricos de De Certeau (2000) y Bourdieu (1979) ofrecen un marco denso y riguroso para la interpretación de los resultados. Permiten pasar de la simple descripción de los consumos a una comprensión profunda de cómo la cultura se produce y se reproduce en la vida cotidiana de los universitarios.

Metodología

La investigación se desarrolló bajo un enfoque mixto secuencial, estructurado en dos fases que permitieron transitar de la exploración cualitativa a la

validación estadística. La primera etapa, de corte cualitativo, consistió en la realización de siete sesiones de grupos focales durante los meses de febrero, marzo y abril de 2025. En estos encuentros participaron estudiantes de segundos ciclos pertenecientes a diversas facultades de la institución, asegurando una representatividad multidisciplinaria de las áreas de Química, Socioeconómicas, Derecho, Ciencias de la Información, Ingeniería y Ciencias Naturales. El propósito de esta fase fue identificar los campos semánticos y las percepciones sobre el consumo cultural en el entorno pospandemia, lo que sirvió de base para el diseño del instrumento de recolección de datos.

Posteriormente, se procedió a la fase cuantitativa mediante el diseño y validación de un cuestionario digital de 32 reactivos. La aplicación masiva del instrumento se llevó a cabo los días 29 de agosto y 5 de septiembre de 2025, alcanzando una muestra de 270 universitarios. Esta cronología permitió que el diagnóstico no fuera un ejercicio aislado, sino el resultado de un proceso participativo iniciado desde la creación formal del Observatorio Cultural en febrero de 2024, garantizando que los indicadores de calidad y pertinencia se alinearan con las necesidades expresadas por la comunidad estudiantil y con los objetivos del ODS 4.

La pregunta de investigación que guio el estudio fue: ¿Cuáles fueron los principales cambios en los hábitos de consumo cultural de los estudiantes de la UNACAR antes y después de la pandemia, y cuáles son las implicaciones para el diseño estratégico de las Actividades de Formación Integral (AFI)?

De esta forma, para la fase de recolección de datos cualitativos se empleó la técnica de grupos focales. Esta elección fue estratégica para ir más allá de las respuestas superficiales y adentrarse en las experiencias vividas, las perspectivas complejas y las percepciones subjetivas de los jóvenes universitarios.

Como parte del proceso analítico, se procedió a la creación de campos semánticos. Esta técnica implicó la sistematización y agrupación de palabras clave, expresiones recurrentes y conceptos emergentes. La construcción de estos campos semánticos facilitó la codificación de los datos discursivos y permitió la identificación de patrones significativos de percepción y categorías conceptuales clave, lo cual constituye la base para el desarrollo de una matriz categórica que sustenta el análisis de los hallazgos cualitativos y su interpretación bajo los marcos teóricos de habitus y tácticas.

Complementariamente, para la fase cuantitativa del estudio, se diseñó y administró un cuestionario en línea que constó de 32 preguntas. El cuestionario fue aplicado a una muestra representativa de 270 universitarios de la UNACAR.

El instrumento fue estructurado para recabar información estandarizada sobre diversos aspectos del consumo cultural, incluyendo preferencias de actividades, frecuencia de participación, percepción de la oferta institucional, uso de plataformas digitales y cambios específicos en hábitos atribuibles a la pandemia.

La integración de ambas aproximaciones metodológicas fue fundamental para la solidez del estudio. Los hallazgos cualitativos proporcionaron la profundidad interpretativa necesaria para comprender las razones detrás de ciertos comportamientos y percepciones, mientras que el cuestionario en línea ofreció el sustento estadístico para identificar las tendencias dominantes y cuantificar el impacto de los fenómenos observados. Esta triangulación aseguró una visión integral, validada y multidimensional del consumo cultural universitario en la UNACAR.

Resultados

De acuerdo con la metodología de enfoque mixto empleada, los resultados se estructuran en dos apartados principales para una presentación clara y diferenciada. La interpretación está guiada por el marco teórico del habitus y las tácticas para dotar de cohesión al análisis.

Los hallazgos cualitativos se obtuvieron a través de los grupos focales y se analizaron mediante la construcción de una matriz categórica. Esta matriz permitió la codificación de los discursos y la síntesis de las percepciones clave en relación con la oferta cultural.

La matriz categórica identificó una saturación y resistencia generalizada hacia la oferta virtual institucional, que se interpreta bajo el concepto de tácticas (De Certeau, 2000). Los estudiantes expresaron que la migración forzada a plataformas de clase, como Microsoft Teams, para actividades culturales generó “agotamiento y saturación”, señalándola como “muy pesada”.

En consecuencia, los universitarios despliegan tácticas de adaptación y resistencia, sugiriendo canales externos: la UNACAR debería usar más plataformas informales, como “TikTok con una índole cultural” o “Facebook en vivo”. Esto demuestra una búsqueda activa de vías de acceso cultural más cómodas, eficientes y alineadas con su consumo cotidiano, evidenciando una desconexión entre la estrategia de la universidad y las tácticas de los estudiantes.

La matriz reveló que la demanda estudiantil va más allá de la recreación. Existe un fuerte interés intrínseco por la cultura —cine y música—, lo cual forma parte de su habitus cultural. Sin embargo, los estudiantes enfatizaron la necesidad de que las actividades no solo fueran recreativas, sino que “aporten conocimiento y contribuyan al desarrollo personal”. Las sugerencias explícitas incluyen cursos de programación, guionismo, nutrición y práctica del inglés.

Esto demuestra que la visión del estudiante sobre la Formación Integral se alinea con la calidad educativa del ODS 4.

Los grupos focales señalaron el deseo de participar activamente en la propuesta y diseño de futuras actividades. Un participante ejemplificó el habitus profundo al confesar que asistía a eventos artísticos porque: “aparte de ir por el gusto mataba yo las AFIS” (comunicación personal, 2001). Este hallazgo subraya que la motivación personal es el motor principal, validando la necesidad del Observatorio como herramienta para integrar el habitus del estudiante en la planificación institucional.

Los resultados cuantitativos proporcionan la métrica de la desconexión y validan la necesidad de un diagnóstico sistemático. El dato central para el diagnóstico es que 70.1% de la muestra consideró insuficiente la oferta cultural de su facultad. Este hallazgo, sumado a una baja participación previa en talleres (82% dijo no haber participado en ninguno), establece la línea base de la brecha entre el Modelo Educativo Acalán y la realidad de la participación estudiantil, véase la tabla 1.

Tabla 1

Indicadores de la brecha diagnóstica en la UNACAR

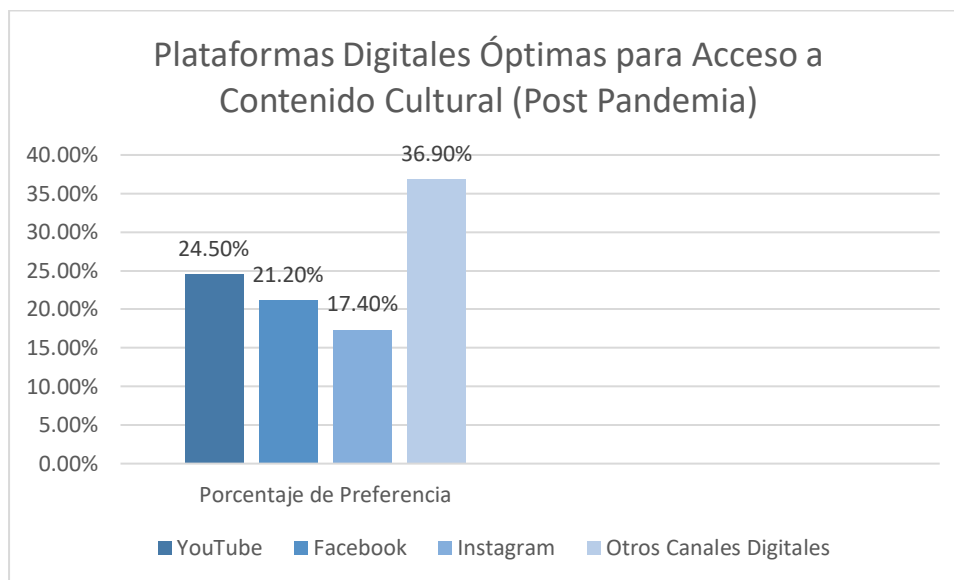
Indicador clave	Porcentaje	Relación con el texto (impacto)
Percepción de oferta cultural insuficiente	70.1%	Cuantifica la falla en la calidad educativa de la formación integral y la base de la urgencia para la reestructuración estratégica.
Influencia institucional en hábitos	38.0%	Mide la baja capacidad de la UNACAR para permear el habitus cultural del estudiante, limitando el desarrollo del capital cultural de sus egresados.
Baja participación previa en talleres	82%	Establece una línea base de desinterés o falta de adecuación de la oferta, demostrando que la brecha es un problema estructural.

Nota: Elaboración propia

La migración del consumo hacia el ámbito digital se cuantificó con un aumento de horas dedicadas a internet en el periodo pospandemia. Se identificó que YouTube (24.5%), Facebook (21.2%) e Instagram (17.4%) son las plataformas óptimas para acceder a contenido cultural, confirmando que las tácticas digitales dominan el consumo, como se observa en las figuras 1 y 2.

Figura 1

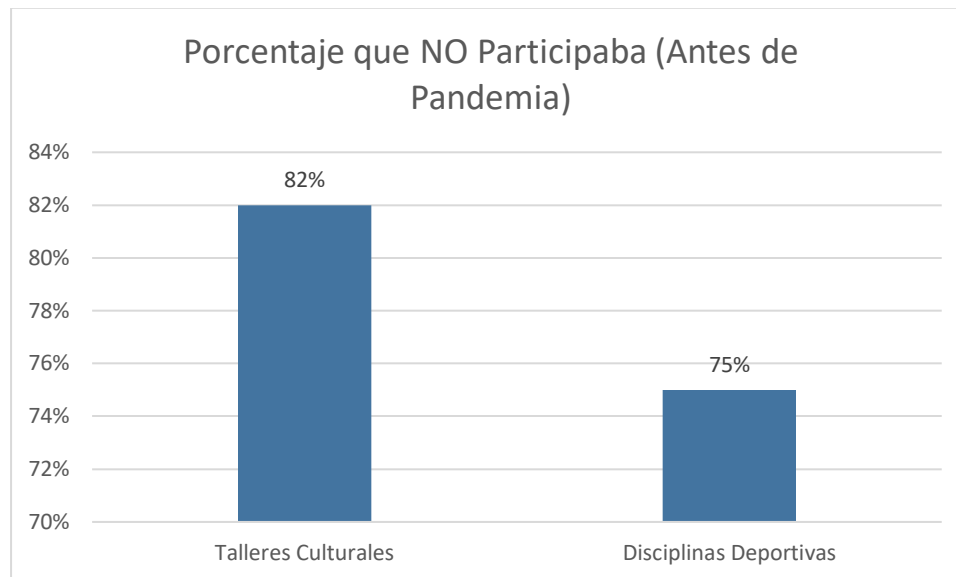
Plataformas óptimas para consumo cultural pospandemia



Nota. Datos basados en el cuestionario en línea aplicado a la muestra de 270 universitarios. Elaboración propia.

Figura 2

Brecha de hábitos prepandemia: baja participación en Actividades de Formación Integral (AFI)



Nota. Datos basados en el cuestionario en línea aplicado a la muestra de 270 universitarios. Elaboración propia.

El hecho de que solo 38.0% de los estudiantes tome sus hábitos culturales de la UNACAR evidencia que la institución tiene una baja influencia en la formación del habitus cultural del estudiante, lo cual es crítico para la calidad de la formación integral.

Estos hallazgos cuantitativos son la evidencia que valida la necesidad del Observatorio Cultural como herramienta de mejora continua, aportando información crucial para el diseño estratégico de actividades de formación integral.

Discusión

Los resultados del diagnóstico confirman una desconexión palpable entre la estrategia de oferta institucional de la UNACAR y el habitus cultural de sus estudiantes, lo que genera implicaciones directas para la calidad de la Formación Integral y el cumplimiento del Objetivo de Desarrollo Sostenible 4 (ODS 4).

El hallazgo cuantitativo de que 70.1% de los estudiantes considera insuficiente la oferta cultural constituye evidencia empírica de una brecha en la calidad educativa. Esta insuficiencia se explica a través de la tensión entre el habitus y las tácticas:

La resistencia cualitativa a las plataformas institucionales —Teams— en favor de canales informales —YouTube y TikTok— demuestra que los estudiantes utilizan tácticas de consumo que evaden la estrategia de gestión impuesta por la universidad. La falta de adaptación a estos canales por parte de la UNACAR resulta en una difusión ineficaz y refuerza la percepción de insuficiencia.

El bajo porcentaje de participación previa en AFI y la escasa influencia de la UNACAR en la formación de hábitos culturales (solo 38.0%) indican que la institución está siendo ineficaz en permear el habitus del estudiante. Si la universidad no logra incidir en los gustos y las prácticas culturales de su comunidad, su capacidad para contribuir a la formación integral y al desarrollo del capital cultural de sus egresados se ve severamente limitada.

Por otra parte, una oferta percibida como insuficiente por la gran mayoría de la comunidad (70.1%) constituye una falla en la calidad educativa de la formación integral. El Observatorio, al identificar que los estudiantes demandan contenido que “aporte conocimiento y contribuya al desarrollo personal”, genera la base diagnóstica sólida para reorientar las AFI hacia la pertinencia y el rigor, garantizando así los estándares del ODS 4.

El valor que los estudiantes otorgan a la accesibilidad remota y a las plataformas digitales —por su ahorro de tiempo y alcance— se vincula directamente con la necesidad de garantizar una educación “inclusiva y equitativa” (ODS 4). El Observatorio, al recomendar el uso de canales no institucionales y el fomento de la cocreación, transforma el diagnóstico en una estrategia para democratizar el acceso cultural.

El Observatorio Cultural se establece, por lo tanto, no como un simple medidor de preferencias, sino como el mecanismo de investigación sistemática y rendición de cuentas que permite a la UNACAR garantizar que su oferta cultural sea dinámica, pertinente y contribuya eficazmente al desarrollo integral de sus estudiantes bajo el marco del ODS 4. Este enfoque transforma el Observatorio en una herramienta de gestión cultural sostenible.

Conclusiones

La presente investigación sobre el consumo cultural de los universitarios de la UNACAR, llevada a cabo como la primera actividad del Observatorio Cultural, arroja conclusiones significativas que validan su existencia e inciden directamente en la gestión cultural universitaria y en el cumplimiento del Objetivo de Desarrollo Sostenible 4 (ODS 4).

Los resultados evidencian una desconexión palpable entre la oferta cultural actual de la UNACAR y las necesidades y preferencias de sus estudiantes. La percepción mayoritaria de una oferta insuficiente (70.1%), sumada a la resistencia a las plataformas institucionales —Teams—, subraya la urgencia de una reestructuración estratégica en la gestión cultural. Este diagnóstico confirma que la UNACAR no logra capitalizar plenamente el interés cultural de los estudiantes.

La investigación, como diagnóstico inicial, revela una brecha directa en la calidad educativa exigida por el ODS 4. El hecho de que solo el 38.0% de los estudiantes tomen sus hábitos culturales de la UNACAR, mientras un porcentaje similar los adquiere de otras fuentes, demuestra la insuficiencia de la institución para permear el habitus cultural del alumnado. Para el cumplimiento del ODS 4, es fundamental que la UNACAR active mecanismos que garanticen el acceso y la pertinencia de la oferta cultural para toda su población estudiantil. Los hallazgos, al demandar una oferta que "aporte conocimiento y contribuya al desarrollo personal", fundamentan la necesidad de mayor rigor y equidad en la Formación Integral.

Este estudio inicial subraya el valor intrínseco y el peso estratégico del Observatorio Cultural ya institucionalizado. Los hallazgos validan la pertinencia y el rol crucial del Observatorio como una herramienta sistemática e indispensable para la gestión cultural sostenible de la universidad. Su función es vital para monitorear continuamente las dinámicas de consumo, recolectar datos esenciales —como lo exige el ODS 4 para diseñar oportunidades de aprendizaje de calidad— y facilitar la creación de una cartelera cultural más eficaz, eficiente, equitativa e incluyente. El Observatorio se posiciona como el espacio idóneo para guiar a la UNACAR hacia una oferta cultural que responda genuinamente a los intereses y la diversidad de su comunidad.

Referencias

- Álvarez Amezcua, C. D. (2023). Modelos de medición del impacto cultural en la educación superior: El caso del noreste mexicano. Universidad Autónoma de Nuevo León.
- Banks, J. A. (2015). Multicultural education: Issues and perspectives. John Wiley & Sons.
- Bayardo, R. (2012). Gestión cultural. La articulación de la política cultural y el desarrollo. Ediciones Paidós.

- Bourdieu, P. (1979). *La distinción: Criterio y bases sociales del gusto*. Taurus.
- De Certeau, M. (2000). *Artes de hacer: Invención y creatividad en la cultura cotidiana*. Universidad Iberoamericana.
- García Canclini, N. (2004). *Culturas híbridas: Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. Paidós.
- Mariscal Orozco, J. L. (2020). *Políticas culturales universitarias: El papel de los observatorios en la gestión de la cultura*. Universidad de Guadalajara.
- Martínez, P. (2020). Observatorios y evaluación: El papel de las IES en la rendición de cuentas del sector cultural. *Cuadernos de Gestión Cultural*, 8(1), 100-115.
- Naciones Unidas. (2015). *Transformar nuestro mundo: la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible*.
- Nussbaum, M. C. (2011). *Crear capacidades: Propuesta para el desarrollo humano*. Paidós.
- Sánchez, A., & Rodríguez, L. (2022). Consumo cultural en la juventud digital: Tendencias pospandemia en América Latina. *Revista Latinoamericana de Estudios Culturales*, 15(2), 45-68.
- Universidad Autónoma del Carmen. (2017). *Modelo Educativo Acalán*. Recuperado el 19 de febrero de 2025, de https://www.unacar.mx/Dir_General_Academica/Documentos/Modelo_Educativo_Acalan/Modelo_Ed_Acalan2017.pdf
- Universidad Autónoma del Carmen. (2013). *Procedimiento para el Diseño y Manejo de Actividades de Formación Integral*. Universidad Autónoma del Carmen.