

Investigación-acción para la difusión de un centro de artes a través de Facebook

Jacinta Hernández Pérez¹; Siomaris Canabal²; Elia Margarita Cornelio Marí^{3*}

¹Doctora en educación, ²Maestra en gestión e intervención educativa, ³Doctora en comunicación, tecnologías y sociedad
Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, México

Resumen: El objetivo fue promover la difusión de talleres de un Centro de Artes universitario ubicado en el sureste de México. Se utilizó la metodología investigación-acción, comprendiendo: un diagnóstico participativo con dos fases, dos ciclos de intervención y sus respectivas evaluaciones. El diagnóstico evidenció desconocimiento de Facebook como herramienta de difusión. En la intervención se desarrolló un programa de difusión a través de esta red social, así como capacitación a docentes y administrativos en su uso. Los resultados mostraron: a) correlación positiva entre difusión de talleres en Facebook y matrícula; b) las herramientas más eficaces fueron el álbum de semblanzas de docentes, videos testimoniales, videos con sentido emocional y publicación de historias; c) existe la necesidad de personal especializado en redes sociales digitales, así como de capacitación a talleristas. La intervención generó un incremento del 100% en seguidores y 53% de interacción en la página de Facebook del Centro de Artes.

Palabras clave: Difusión cultural; investigación-acción; Facebook; redes sociales digitales; educación artística.

Recibido: 12 de febrero de 2022. Aceptado: 09 de diciembre de 2022

Received: February 12th, 2022. Accepted: December 09th, 2022

Research-action for the dissemination of an art center through Facebook

Abstract: The objective was to promote the dissemination of workshops of a university Arts Center located in the southeast of Mexico. The research-action methodology was used, comprising: a participatory diagnosis with two phases, two cycles of intervention and their respective evaluations. The diagnosis evidenced ignorance of Facebook as a dissemination tool. In the intervention, a dissemination program was developed through this social network, as well as training for teachers and administrators in its use. The results showed: a) positive correlation between dissemination of workshops on Facebook and enrollment; b) the most effective tools were the album of profiles of teachers, testimonial videos, videos with emotional meaning and publication of stories; c) there is a need for personnel specialized in digital social networks, as well as training for workshop leaders. The intervention generated a 100% increase in followers and 53% interaction on the Arts Center's Facebook page.

Keywords: cultural diffusion; investigation action; Facebook; digital social networks; artistic education.

(*) elia.cornelio@ujat.mx

INTRODUCCIÓN

La educación artística constituye un factor clave en la formación de los seres humanos. La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) plantea que no solo es fundamental para el desarrollo de habilidades artísticas y la sensibilidad cultural del individuo, sino que además, constituye un medio que permite desarrollar el pensamiento crítico y creativo, que a su vez ayudan a mejorar el “desempeño de los alumnos en las materias académicas no artísticas, como las matemáticas, las ciencias, la lectura y la escritura, así como a fortalecer la motivación académica, la confianza en sí mismo y la capacidad de comunicarse y cooperar eficazmente” (Winner et al., 2014, p. 4), además de favorecer las habilidades para la innovación, elemento indispensable para todos los países en la actualidad.

En su uso más general, el término educación artística, puede referirse a cualquier proceso de formación en el ámbito de las artes, incluyendo los que se ofrecen en centros de educación general, conservatorios, escuelas de artes, etc. Asimismo, puede aplicarse a procesos de educación no formal; por ejemplo, aquellos que tienen lugar en entornos comunitarios, en los que las artes son un vehículo para el desarrollo individual y colectivo. También suele utilizarse para referirse a actividades e investigaciones en las que las artes se conjugan no solo con la educación, sino con la formación de nuevos públicos o con el trabajo interdisciplinar con ámbitos tales como los de la psicología, la estética o la sociología, o a experiencias muy diversas en las que la propia acción artística promueve distintas formas de aprendizaje (Giráldez-Hayes, 2019, p.4). A partir de las diferentes manifestaciones artísticas, como:

Danza, música, teatro, etc., los seres humanos pueden expresar su cultura con elementos básicos como: cuerpo, espacio, tiempo, movimiento, sonido, forma y color (Secretaría de Educación Pública [SEP], 2017). Por ello, la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) promueve la educación artística en entornos educativos formales y no formales, como escuelas, universidades, centros de enseñanza, entre otros (UNESCO, 2006), tratando de mantener vivo el arte, no solo ahora, sino también en el futuro, lo que conlleva a “un doble reto, por un lado, apoyar a los profesionales de la cultura y las instituciones culturales y, por otro, promover el acceso de todos al arte” (UNESCO, 2021, párr. 5).

De acuerdo con la OCDE, existen diferentes tipos de educación artística:

Clases en la escuela (de música, artes visuales, teatro y danza); clases de arte integrado (donde las artes se enseñan como apoyo de una materia académica); y las clases extraescolares (por ejemplo, clases particulares de algún instrumento musical, de teatro, artes visuales y danza). (Winner et al., 2014, p. 7) El Centro de Artes (CA) donde se realizó el estudio se constituye como área de extensión de una universidad pública ubicada en el sureste de México. Estructuralmente, depende de la Rectoría, la Secretaría de Servicios Académicos y la Dirección de Extensión de la universidad. Su visión le orienta a ser “la principal institución del estado y con gran influencia en el país, en la que desarrollen y difundan la cultura y artes, donde la innovación se haga presente y responda a un contexto global” (Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, 2019, párr.2).

El CA ofrece educación artística en modalidad escolar y extraescolar, toda vez que a él acuden tanto estudiantes universitarios como público en general. Los talleres artísticos y culturales que allí se imparten se clasifican en tres áreas: 1. Letras y artes escénicas, 2. Artes plásticas y visuales, y 3. Música. Las tres áreas conforman una oferta de 18 talleres en total: Bajo Eléctrico, Canto, Cómic, Coro, Danza Clásica, Danza Moderna con Técnica de Danza Clásica, Danza Moderna Jazz, Danza y Bailes Populares, Dibujo y Pintura, Guitarra, Grabado Popular, Lengua indígena (chontal), Literatura, Piano, Ritmos y Percusiones, Tamborileros, Teatro y Violín. Tiene una planta docente de 10 profesores: 6 mujeres y 4 hombres, que imparten las asignaturas complementarias de Historia del Arte y Solfeo, mientras que la matrícula actual es de 1,809 estudiantes.

La matrícula general del CA 2017 a 2019, no sobrepasó los 2,027 alumnos, existiendo talleres que tenían inscrito solo un estudiante. Se identificó que el taller de Danza Moderna Jazz, es el que cuenta con mayor número de alumnos inscritos. Otros talleres que destacan por el número de alumnos son Piano, Teatro y Grabado popular.

Para la difusión de sus talleres el CA cuenta con medios físicos y digitales. Entre los primeros destaca el uso de posters, tableros de avisos, presentaciones artísticas y ocasionalmente, cápsulas en la radio y televisión universitarias.

En el ámbito digital, el CA dispone de la página web oficial universitaria – donde se difunden contenidos poco actualizados–, las redes sociales oficiales de la institución –

donde se publican contenidos esporádicos del CA–, y una página propia en la red social Facebook.

El uso que realiza el Centro para la difusión de sus actividades o eventos en las redes sociales digitales depende de dos instancias. Por un lado, está la Dirección de Comunicación y Relaciones Públicas de la universidad, quien regula, proporciona el visto bueno y brinda el acceso de publicaciones a las redes sociales oficiales de la universidad, y por otro lado estarían los propios encargados del Centro, quienes suben fotos, videos y material informativo a través de Facebook. Desafortunadamente, se detectó que en la página del CA en Facebook las respuestas a sus seguidores en mensajes y publicaciones eran tardadas, el contenido no estaba actualizado con frecuencia y carecía de herramientas útiles para la difusión, como videos y transmisiones en vivo.

De acuerdo con lo anterior, el problema inicial que se abordó fue la falta de aprovechamiento de las potencialidades de Facebook, como medio de difusión de los talleres artísticos y culturales que ofrece el CA. Conforme a lo expuesto, se juzgó necesario realizar un proyecto de intervención orientado a fortalecer la difusión a través de Facebook, ya que esta red social brinda posibilidades que van “desde contar con un canal de retroalimentación, hasta con un espacio de promoción, información y mercadeo” (Hütt-2012, p. 126).

Se proyectó que, al lograr una buena difusión y respuesta del público que se refleje en la matrícula, el Centro se encaminaría al cumplimiento de su visión institucional.

Difusión del arte y la cultura

Para Maass (2006), “la cultura es cuanto define al hombre en una comunidad. Es la forma de ser, y de estar, y de conocer y hacer en el mundo” (p. 22). Dentro de estas formas de hacer en el mundo existen prácticas culturales, es ahí donde se encuentra el concepto de arte.

El arte se entiende como una “manifestación de la actividad humana mediante la cual se interpreta lo real o se plasma lo imaginado con recursos plásticos, lingüísticos o sonoros” (Real Academia Española, s.f.). Los talleres artísticos y culturales que se ofertan en el CA, relacionados con la danza, la música, la pintura y la literatura, son necesarios para la formación integral de los estudiantes universitarios, pues se pretende que se conviertan en profesionales en una rama de estudios pero que también, a través del desarrollo de habilidades y aprendizajes artísticos y culturales, puedan ejercer un papel más sensible ante la sociedad.

Ahora bien, la difusión es el puente que conecta las artes con la sociedad, ya que por medio de ella las cuestiones artísticas y culturales pueden ser conocidas por los diversos sectores de la población. De acuerdo con el Diccionario de Comunicación Audiovisual, difusión es la “propagación de noticias, conocimientos, actitudes, costumbres, modos, teorías, etc., a través de los diferentes medios” (De la Mota, 1988, p. 158). En otras palabras, difundir es transmitir un mensaje a públicos específicos utilizando medios diversos. En este caso, el CA busca llegar primordialmente a estudiantes universitarios, pero también al público en general interesado en la cultura y las artes.

Las concepciones previas son importantes para entender que al hacer difusión de la cultura se está propagando no solo una actividad sino parte de la identidad del ser humano. Además, Navarro (2004) resalta que “la temática de la difusión cultural como parte del quehacer de las universidades públicas mexicanas constituye una temática central y apasionante” (p. 80). Esto es lo que hace que los proyectos de intervención como el que aquí se expone sean de importancia para las instituciones de educación superior.

Medios de difusión y redes sociales digitales

Para que la difusión se lleve a cabo existen ciertos medios que son un canal para el mensaje; los principales son la radio, la televisión, la prensa y el internet. Este último en especial, ha revolucionado las formas de difundir y comunicar, posicionándose como el medio menos complejo de utilizar. Tal y como lo afirma Martorell (2016), el Internet se convirtió en “una plataforma para la publicación producción de contenidos y aplicaciones por parte de cualquier usuario de forma extremadamente simple y con pocos conocimientos técnicos” (p. 227). Es decir, ya no es necesario ser un especialista para publicar y producir contenidos, debido a que ahora muchas de las herramientas son intuitivas.

Además, Jenkins (2008) señala que el Internet da la posibilidad a sus usuarios de participar, interactuar y apropiarse de los contenidos; creando “marcas de amor” con las que se identifican. Si se toma en consideración que el grueso del público al que se dirige la difusión del CA tiene entre 15 y 24 años, resulta clara la necesidad de actualizar los conocimientos respecto a las

potencialidades de Internet como medio para llegar a las generaciones jóvenes. De manera específica, se hizo urgente estudiar el uso de los sitios de redes sociales sociodigitales como alternativa para la difusión de sus actividades, ya que, Internet está cambiando la sociedad y está transformando la manera en que las empresas venden sus productos y servicios. No hay que olvidar que las nuevas generaciones de consumidores identifican a una compañía y su marca según su experiencia en la web (Celaya, 2008, p. 90).

Lo que caracteriza a las nuevas generaciones es la constante interacción con otros usuarios mediante las redes sociales digitales. Por definición, una red social es una estructura compuesta por “un conjunto de actores, individuos u organizaciones que están vinculados por lazos interpersonales, que se pueden interpretar como relaciones de amistad, parentesco o intereses comunes. Considerándolas así, todos pertenecemos, de una u otra forma, a una red social” (Fernández, 2013, p. 521).

Como lo explica Fernández, hay un continuo sentido de pertenencia a una red social, que, como primera instancia, es física y se desenvuelve sin necesidad de la web. Pero una vez que surgen el internet el concepto se amplía, convirtiéndose en un espacio virtual donde los estudiantes pasan gran parte de su tiempo.

Como se puede acceder a estas redes desde el teléfono móvil, se garantiza una continua actualización de los temas o tendencias.

Cornejo y Tapia (2011) dicen respecto a las redes sociales digitales, anclándose en la interacción: “Se definen como ‘formas de interacción social, como un intercambio

dinámico entre personas, grupos e instituciones en contextos de complejidad” (p. 221). Es decir, la interacción y el intercambio tienen un papel fundamental en ellas. Hütt (2012) menciona que una red social digital es un “espacio creado virtualmente para facilitar la interacción entre personas” (p. 123). Este tipo de interacción es la que aprovechan las empresas o instituciones que ofertan productos o servicios para así aumentar sus posibilidades de crecimiento.

Asimismo, para Martorell (2016) las redes sociales son “plataformas que sirven de punto de encuentro para usuarios con intereses comunes u otros nexos formando una comunidad y compartiendo información a través de las diferentes herramientas y servicios que ofrecen” (p. 227). En otras palabras, una de las funciones principales de estas redes es hacer conexiones entre personas; en el caso de proyectos como este, conexiones entre la comunidad y el instituto u organización.

En el 2019 Facebook contaba con “1523 millones de usuarios diarios activos en todo el mundo y 2320 millones de internautas mensuales activos, lo que significa que alrededor de un tercio de la humanidad se conecta a Facebook por lo menos una vez al mes” (Excelsior, 2019). Por estas razones, tanto empresas como organizaciones de educación empiezan a incrementar el uso de tal red social digital, así como el requerimiento de personal especializado en el área.

Las posibilidades dentro de una red social digital como Facebook van “desde contar con un canal de retroalimentación, hasta con un espacio de promoción, información y mercadeo” (Hütt, 2012, p.

126). Lo anterior implica que no solo sirve para difundir sino también para saber cómo hacerlo; de esta manera se puede crear hasta un diagnóstico y una evaluación continua de la página de la empresa o institución, con la ayuda del público y de los consumidores.

Ahora bien, las redes sociales digitales han cobrado un auge mundial. Se crean comunidades sin distinción de edad y cultura. Incluso internautas menores de 13 años, que no cumplen con la edad mínima para ingresar, han alterado sus datos para poder estar conectados.

El 15° Estudio sobre los Hábitos de los Usuarios de Internet en México 2019, de la Asociación de Internet MX (2019) resalta la importancia de las redes sociales no solo para la difusión sino como un estilo de vida para la sociedad. El estudio indica que en 2019 los usuarios de internet en México pasaban diariamente 8 horas con 20 minutos conectados, y que el 82% de las actividades en línea son para acceder a redes sociales digitales, de las cuales cada usuario posee en promedio cinco. Agregaba que los usuarios pasan el 31% de su tiempo conectado en internet en alguna red social, a las cuales 8 de cada 10 acceden a través de un teléfono inteligente (smartphone). Finalmente, destaca en que México Facebook es la principal red social con un 99% de alcance, seguida por WhatsApp con un 93%. Es decir, existe una gran oportunidad al usar Facebook, para la difusión, ya que interactuar en esta comunidad virtual se ha convertido en una de las actividades más recurrentes de la sociedad mexicana.

Dentro de sus opciones principales Facebook incluye la publicación de fotos y videos, compartidos de manera interna con los

amigos de cada perfil, o con toda la comunidad. Muchas empresas utilizan esto para comprar publicidad que llega a sectores específicos seleccionados por la organización. Para esto, existe la opción de crear páginas especializadas, cuya función es “ayudar a las empresas, las marcas, las organizaciones y las figuras públicas a compartir sus historias y conectarse con las personas. Al igual que los perfiles, las páginas se pueden personalizar con historias, eventos y mucho más” (Facebook, 2020). Esto ayuda a conectar toda una comunidad de seguidores y llegar con productos o servicios a un gran número de personas. Por estas razones, Facebook se ha colocado como un medio de difusión de gran potencial.

METODOLOGÍA

El estudio tuvo un alcance exploratorio-descriptivo, con temporalidad transversal. Se desarrolló desde la postura del paradigma Cualitativo, utilizando el método de la investigación- acción en su modalidad participativa. La investigación-acciones definida por Carr y Kemmis (1988) como: Una forma de indagación autorreflexiva de los participantes en situaciones sociales (incluyendo las educativas) para mejorar la racionalidad y justicia de: a) sus propias prácticas sociales o educativas, b) la comprensión de dichas prácticas, y c) las situaciones (e instituciones) en que estas prácticas se realizan. (p. 13)

Bartolomé (1986) la refiere como un “un proceso reflexivo que vincula la investigación, la acción y la formación, realizado por los prácticos sociales, sobre su propia práctica. Se realiza en equipo, con o sin ayuda de un

facilitador externo al grupo” (p.57).

Así mismo, dentro de las cualidades que son importantes mencionar, Latorre (2003) destaca que además de colaborativa “crea comunidades autocríticas, permite la sistematización del aprendizaje, induce a teorizar sobre la práctica, somete a prueba las prácticas, realiza análisis críticos, procede progresivamente a cambios más amplios, y empieza con pequeños ciclos de planificación, acción, observación, y reflexión” (p. 7). Las aportaciones anteriores pueden llevar a conceptualizar la investigación- acción como un método o proceso donde los miembros de un centro (social y educativo) analizan sus prácticas y las reflexionan para poder obrar al respecto. Es decir, los mismos miembros echan mano de la búsqueda de soluciones y las aplican, por eso es participativa y es acción. La razón por la que la investigación-acción cobra cada vez mayor reconocimiento es porque siempre va a buscar la acción después del análisis, lo que en el caso de otras investigaciones no existe. Este tipo de investigación es una herramienta sumamente útil para las ciencias sociales, ya que al derivarse del paradigma cualitativo permite estudiar cualidades de los hechos y sujetos en estudio, sin dejar de lado la utilidad de lo cuantitativo como complemento en una investigación. A su vez en un proceso reflexivo, colaborativo en donde todos los sujetos involucrados se ven empujados a cambiar sus prácticas, a partir de una problemática real que genera una inquietud, lo que al mismo tiempo genera el movimiento.

El desarrollo de este estudio comprendió un diagnóstico participativo con dos fases, dos ciclos de intervención y sus respectivas

evaluaciones.

Diagnóstico, La fase del diagnóstico constituye el reconocimiento del terreno, lo que permite obtener información sobre el contexto y la problemática a investigar o la situación que se desea mejorar. Es aquí donde el investigador reconoce la verdadera importancia de solucionar el problema y reflexiona sobre su intervención (Tejero González, 2021). Para el caso de este trabajo, el diagnóstico se encauzó a identificar las carencias y áreas de oportunidad con respecto al uso de las redes sociales, principalmente Facebook, para la difusión de los talleres artísticos y culturales del Centro de Artes. Se realizó un diagnóstico participativo con dos fases:

(a) documental y (b) de campo, donde participaron investigadoras, equipo de trabajo, directivos, administrativos, profesores y estudiantes. El equipo de trabajo estuvo conformado por el Coordinador académico del Centro, el Asesor administrativo, un docente experto, además las investigadoras; la elección de los miembros obedeció a un análisis de su nivel de involucramiento y compromiso con el CA. La fase documental, se enfocó a la planeación, recolección y análisis de información sobre el Centro de artes y los talleres culturales y artísticos que oferta, así como a su difusión y orientación al uso de redes sociales, la cual fue recabada a través de informes institucionales, políticas, reglamentos, contenidos de páginas web, entre otros.

También se realizó un análisis FODA, que permitió identificar las Fortalezas, Debilidades, Oportunidades y Amenazas, con respecto a la difusión de los talleres culturales a través de Facebook. Posteriormente,

se desarrolló un proceso de categorización para establecer las condiciones externas e internas a analizar (Tabla 1). En las condiciones internas están comprendidas: Medios, Personal, Institucionalidad, Recursos, Alumnado e Infraestructura, mientras que en las externas se incluyen Contexto y Gobierno.

La fase de campo consideró las fases propuestas por Aguilar y Ander-Egg (2001):

(a) Identificación de los recursos y medios de acción, existentes y potenciales, (b) determinación de prioridades en relación con las necesidades y problemas detectados, (c) establecimiento de las estrategias de acción necesarias y (d) análisis de contingencia, para el establecimiento del grado de viabilidad y factibilidad de la intervención. Para la participación de los profesores y directivos, se utilizó la entrevista semiestructurada, con un muestreo no probabilístico por conveniencia, reuniendo un total de siete entrevistados, entre ellos el coordinador y seis profesores de los talleres de canto y coro, guitarra, piano, cómic y grabado popular, dibujo y pintura, teatro, y literatura. Los criterios de selección para determinar los informantes fueron: cargo, antigüedad y experiencia tanto en la administración como en la difusión. Con respecto a los estudiantes, se utilizó la encuesta. Para asegurar la validez del instrumento, se consideraron las dimensiones de contenido y de constructo. La primera busca responder a la necesidad de que el instrumento represente todas las dimensiones de las variables, mientras que la segunda asegura que los ítems midan realmente los conceptos teóricos trazados en la investigación (Mex Álvarez et al., 2021). La validez de contenido se garantizó a

través del juicio de expertos y para la validez de constructo se realizó un estudio piloto con 30 estudiantes. Se utilizaron dos tipos de muestreo: el no probabilístico accidental consecutivo y probabilístico aleatorio estratificado (Manterola & Otzen, 2017), el primero en la etapa piloto y el segundo para la aplicación final. Se encuestó a 81 estudiantes de diversos talleres. Los resultados del diagnóstico evidenciaron los siguientes aspectos:

El FODA, mostró como fortaleza la existencia de canales de comunicación, como Facebook y página web. Sin embargo, también se pudo identificar que: la información que se brinda en estos medios sobre los talleres culturales y artísticos era limitada; los contenidos tenían demasiado texto e imágenes poco atractivas y que se carece de un administrador oficialmente designado para el manejo de redes sociales, delegándose esta función a un trabajador administrativo, quien además desempeña funciones de docencia, ocasionando que el tiempo dedicado a la difusión sea muy limitado.

Tabla 1: FODA del CA por categorías

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<p>Medios</p> <ul style="list-style-type: none"> • Uso de varios canales de comunicación: Facebook y redes sociales de la universidad, así como su página web. • Difusión rápida gracias a Facebook. • Buena retroalimentación en redes sociales. 	<p>Medios</p> <ul style="list-style-type: none"> • Los anuncios de difusión existentes en Facebook del CA tienen información limitada y existe poca comprensión. • Las imágenes de difusión del CA tienen muchas letras y son poco atractivas.
<p>Personal del Centro</p> <ul style="list-style-type: none"> • Algunos docentes comprometidos con el centro más allá de lo establecido institucionalmente. • Preparación del personal en comunicación y promoción cultural. 	<p>Personal del Centro</p> <ul style="list-style-type: none"> • No hay un administrador formalmente designado para el manejo de redes sociales. • La carga de trabajo de docentes y administradores no permite la ocupación de alguno para el manejo de redes.
<p>Institucionalidad</p> <ul style="list-style-type: none"> • Igualdad de importancia a todos los talleres. • Respaldo de la Universidad y valor simbólico de la misma. • Pláticas de difusión del CA en los cursos de inducción de otras ofertas educativas de la Universidad. 	<p>Institucionalidad</p> <ul style="list-style-type: none"> • La dinámica de clase no es entendible por parte de otros departamentos de la universidad, tal como servicios escolares que quisiera reducir el número de maestros por falta de matrícula. • Facebook es limitado por lo institucional, no es vista como una red colaborativa. • No hay espacio para la innovación. • No hay completa autonomía de difusión, ya que el departamento de relaciones públicas de la universidad es encargado de regular el movimiento de redes sociales.
<p>Alumnado</p> <ul style="list-style-type: none"> • Matrícula llena en primer semestre de los talleres de danza moderna jazz. 	<p>Alumnado</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hay deserción escolar a partir de segundo semestre. • La edad mínima de ingreso es 15 años, por lo cual ingresan jóvenes obligados por sus padres, sin interés o habilidad para desarrollar un arte. • Muchos alumnos solo se inscriben por requisito de egreso para su licenciatura.

<p>Contexto</p> <ul style="list-style-type: none"> • Correspondencia del público a los carteles de difusión previo a los eventos. • Todos los tipos de arte que se ofertan en el centro son herramientas para cualquier profesión 	<p>Infraestructura</p> <ul style="list-style-type: none"> • La infraestructura no es la adecuada.
<p>Gobierno</p> <ul style="list-style-type: none"> • Centro reconocido y avalado por la Secretaría de Educación Pública 	<p>Recursos</p> <ul style="list-style-type: none"> • No hay recursos para contratación de personal especializado en redes sociales digitales. <p>No hay suficiente recurso por parte de la Universidad, debido a que se compite por él con el departamento de difusión cultural.</p>
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<p>Medios</p> <ul style="list-style-type: none"> • Expansión de todas las formas de difusión, por ejemplo, en las redes sociales. • La red social Facebook nos puede ayudar a compartirla dinámica diaria del centro, generando mayor interés por parte del público. 	<p>Contexto</p> <ul style="list-style-type: none"> • Competencia en la enseñanza de las artes en la entidad, por parte de instituciones particulares y de gobierno. • Desvalorización de la actividad artística, considerada como un gasto y no una inversión.
<p>Institucionalidad</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cambio de administración de la universidad que permita una reestructura organizacional 	
<p>Recursos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Autosuficiencia en las actividades del centro que permitan una mejor difusión. 	
<p>Alumnado</p> <ul style="list-style-type: none"> • El CA es opción para el público en general 	
<p>Gobierno</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nuevo sexenio del gobierno federal que tiende a dignificar de nuevo la cultura y las artes. 	

Nota. Elaboración propia.

En la entrevista los administradores manifestaron que sí se hace difusión a los talleres, principalmente en posters y página web; sin embargo, esta es limitada, ya que tiene que realizarse en concordancia con la Oficina de Relaciones Públicas universitaria, lo que se vuelve complejo ya que debe ajustarse a las políticas institucionales: sus períodos, procesos, recursos y contenidos, etc.

Esta situación se corroboró con los profesores, quienes indicaron que los medios de difusión tradicionales, como los carteles, ya tienen poco efecto entre el público meta. Un profesor compartió que se había decidido a crear una página de Facebook para difundir su propio taller porque no podía esperar a que nadie más lo diera a conocer. Por otro lado, se pudo identificar que los profesores percibían casos de favoritismo de parte de las autoridades para difundir algunos talleres en la página web universitaria, como son danza y música, situación que incide en el desequilibrio de la matrícula.

La mayoría de los profesores entrevistados manifestó desconocer el uso de Facebook, aunque algunos sí lo utilizaban de manera restringida y difundían sus talleres con recursos propios, a través de carteles, lonas y volantes, principalmente por el compromiso que tienen con su disciplina. Coincidieron en que hacía falta mayor difusión, sobre todo a través de medios digitales. Asimismo, manifestaron que existe una gran deserción de estudiantes en los talleres después del primer ciclo e indicaron que la difusión permanente podría ayudar a enfrentar esa problemática.

Con respecto a la encuesta, algunos de los resultados más relevantes que se

identificaron fueron que, tres de los 11 talleres existentes, Danza moderna jazz, Guitarra y Teatro, agrupan el 53% de la matrícula estudiantil. En cuanto al medio de difusión que les resultaba más atractivo para difundir los talleres, el 79% de los alumnos opinó que las redes sociales, específicamente Facebook con un 87%. Algunas de las sugerencias vertidas por los estudiantes para mejorarla difusión de los talleres a través de Facebook, fueron:

Difusión constante, actualización e inclusión de nuevos contenidos: videos, fotos, semblanzas, participación de alumnos y egresados, así como mayor calidad. La aportación de los alumnos permitió conocer el panorama y la importancia de las redes sociales digitales para la difusión, debido a que la mayoría del público del CA son jóvenes de 18 a 25 años, quienes son los mayores usuarios de las redes sociales digitales. Para socializar los resultados del diagnóstico, se generó una reunión con el Coordinador del Centro de Artes y el equipo de trabajo, en la cual se expuso la situación que guardaba en el Centro con relación a la difusión de sus talleres. Asimismo, se presentaron las propuestas de intervención para su valoración y discusión de viabilidad con los participantes. Dichas propuestas fueron diseñadas a partir de los resultados obtenidos. En este proceso se tomaron acuerdos sobre procesos, participantes, espacios, calendarización de actividades, estrategias, entre otros, lo que permitió la elaboración del Plan de intervención.

La intervención

La investigación-acción ha pretendido desde su origen que los sujetos sean partícipes del desarrollo comunitario a través de la

intervención (Lara & Muñoz, 2019). En esta etapa, el propósito central fue: difundir los talleres artísticos y culturales que se ofertan en el CA para aumentar su matrícula. El objetivo general fue: mejorar el proceso de difusión de los talleres artísticos y culturales ofertados en el CA a través de la utilización de las potencialidades de la red social digital Facebook. Se establecieron dos ciclos, así como dos hipótesis de acción, una por cada ciclo, entendidas estas como enunciados que relacionan una idea con una acción (Elliott, 2003; Latorre, 2003). La forma cíclica de la investigación-acción permite que sea un proceso orgánico y en constante cambio hacia la resolución del problema expuesto (Botella & Ramos, 2019). La hipótesis de acción del primer ciclo estableció que la realización de un programa de difusión en la red social digital Facebook mejorará el proceso de difusión de los talleres artísticos y culturales ofertados en el CA, lo cual se reflejaría en los siguientes puntos:

- a) Mayor alcance en la cobertura de difusión de los talleres, sus docentes y trayectorias, a través de un álbum de semblanzas que dé importancia y valor a todos los talleres por igual.
- b) Crecimiento de la interacción público-CA
- c) Fortalecimiento de identidad de la comunidad del CA y su valoración, a través de videos con testimonios de los alumnos y egresados, con respecto a su estancia en el centro y sus beneficios.
- d) Difusión de las artes que se ofertan en el CA a través de videos con sentido emocional.
- e) Incremento del número de seguidores de la página de Facebook del CA por medio del involucramiento de docentes y alumnos, al compartir el material circulado en la red.
- f) Evaluación del programa, encaminado a

una futura institucionalización de los procesos de difusión en la red social digital Facebook.

La hipótesis de acción del segundo ciclo planteó que la implementación de un taller de capacitación en el uso de Facebook como una herramienta de difusión del CA para administrativos y docentes, mejoraría la participación de éstos, así como el proceso de difusión de los talleres artísticos y culturales ofertados. La intervención se basó en un plan de acción con dos ciclos (Figura 1). De acuerdo con Latorre (2003) un plan de acción "es una «acción estratégica» que se diseña para ponerla en marcha y observar sus efectos sobre la práctica" (p. 45).

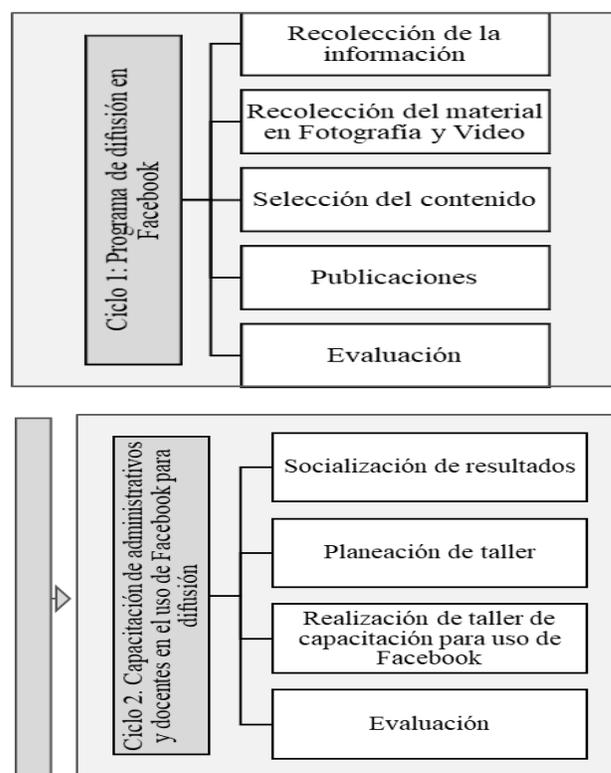


Figura 1. Ciclos de intervención

El primer ciclo, se realizó de acuerdo con un establecimiento de soluciones a necesidades de intervenciones posibles, factibles y viables. Consistió en la creación e implementación de un programa de difusión a

través de Facebook. Dicho programa contempló:

a) recolección de información sobre alcance, frecuencia, interacción, visualización, seguidores y otros datos de la página Facebook del CA, b) recolección de material fotográfico y de video para la elaboración de un álbum de semblanzas de los docentes, c) selección del contenido a utilizar, d) publicación de videos testimoniales, de historia y sentido emocional, y e) evaluación, la cual consistió en mediciones estadísticas de alcance e interacción de las publicaciones de parte de la comunidad del CA con miras a una futura institucionalización de campañas de difusión.

El plan de acción del segundo ciclo se elaboró acorde a los resultados obtenidos en el primer ciclo y considerando los elementos y recursos utilizados. El segundo ciclo, consistió en la realización de un taller de capacitación para docentes y administrativos del CA, el cual permitió sensibilizar y capacitar a los participantes con respecto a Facebook como una herramienta de difusión de los talleres artísticos y culturales que se ofrecen, implicando las siguientes acciones: a) socialización de resultados del primer ciclo, a través de historias o stories de Facebook con contenido cotidiano y relevante del centro.

La hipótesis de acción del segundo ciclo planteó que la implementación de un taller de capacitación en el uso de Facebook como una herramienta de difusión del CA para administrativos y docentes, mejoraría la participación de éstos, así como el proceso de difusión de los talleres artísticos y culturales ofertados.

La intervención se basó en un plan de acción con dos ciclos (Figura 1). De acuerdo con Latorre (2003) un plan de acción “es una «acción estratégica» que se diseña para ponerla en marcha y observar sus efectos sobre la práctica” (p. 45).

El primer ciclo, se realizó de acuerdo con un establecimiento de soluciones a necesidades de intervenciones posibles, factibles y viables. Consistió en la creación e implementación de un programa de difusión a través de Facebook. Dicho programa contempló:

a) recolección de información sobre alcance, frecuencia, interacción, visualización, seguidores y otros datos de la página Facebook del CA, b) recolección de material fotográfico y de video para la elaboración de un álbum de semblanzas de los docentes, c) selección del contenido a utilizar, d) publicación de videos testimoniales, de historia y sentido emocional, y e) evaluación, la cual consistió en mediciones estadísticas de alcance e interacción de las publicaciones de parte de la comunidad del CA con miras a una futura institucionalización de campañas de difusión.

El plan de acción del segundo ciclo se elaboró acorde a los resultados obtenidos en el primer ciclo y considerando los elementos y recursos utilizados. El segundo ciclo, consistió en la realización de un taller de capacitación para docentes y administrativos del CA, el cual permitió sensibilizar y capacitar a los participantes con respecto a Facebook como una herramienta de difusión de los talleres artísticos y culturales que se ofrecen, implicando las siguientes acciones:

a) socialización de resultados del primer ciclo, b) planeación del taller, determinando

los temas, participantes, recursos, fechas, materiales y duración; c) realización del taller con la participación de 10 docentes y dos administrativos del CA, y e) evaluación del taller en términos de pertinencia a través de una encuesta de satisfacción a docentes y administrativos alojada en la aplicación *SurveyMonkey*.

Durante la implementación, se presentaron algunas disfunciones, en los ciclos de intervención, entre las cuales sobresalen ajustes de fechas, necesidad de comisionar a los docentes para participar, y necesidad de realizar la encuesta en línea, pero se solucionaron gracias a la cooperación de los participantes en la investigación y de la misma comunidad del CA.

Evaluación general de la intervención

La transformación es la principal razón de la existencia de la investigación- acción y, para demostrar tal cambio, es necesaria la evaluación que se da como una etapa después de la producción. De acuerdo con Cabrerizo y Castillo (2011) la evaluación de un proyecto de intervención “es un proceso por el cual se determina el establecimiento de los cambios generados por dicho proyecto a partir de la comparación entre el estado final y el estado determinado en su planificación” (p. 149), misma que por la naturaleza de la investigación, toma prioritariamente una inclinación hacia el paradigma cualitativo; sin embargo, se puede trabajar de manera mixta. En este trabajo se usaron técnicas de ambos paradigmas: la entrevista y la encuesta.

La primera fue dirigida al Coordinador del CA y la segunda a docentes, alumnos e interesados en ingresar al CA.

RESULTADOS

De acuerdo con la metodología de investigación-acción que guio el estudio, los ciclos de acción son diferentes entre sí, existe una evolución constante de la realidad y por lo tanto cada ciclo tiene sus resultados y reflexiones, lo que permite que el proceso se desarrolle de manera más disciplinada y organizada (Botella & Ramos, 2019; Fernández Marín et al., 2021). En este espacio se presentan los resultados correspondientes a la etapa de Intervención ordenados en resultados de primer ciclo, resultados de segundo ciclo y socialización de resultados. Los resultados concernientes al diagnóstico se expusieron en el apartado correspondiente, ya que estos se constituyeron como fundamentos para la etapa de Intervención.

Los resultados del primer ciclo se muestran de acuerdo con las categorías analizadas, que pueden identificarse en la Tabla 2.

Tabla 2. Categorías para evaluar el primer ciclo de intervención

Categorías	Descripción
Igualdad y equidad a talleres y profesores	Se refiere a la igualdad de oportunidades que se brinda a todos los talleres, en cuanto a recursos, espacios, medios, períodos, contenidos, etc. para difundirlos, y a no favorecer a unos sobre otros, situación que se hace extensiva a los profesores. Contar con una planta docente reconocida por su experiencia y prestigio en cada una de las artes que enseña, genera mayor interés en quienes pretenden inscribirse al CA.
Crecimiento de la página en interacción con su público	El crecimiento se puede establecer como un mayor número de publicaciones, en donde la página mantiene a su público interesado en los talleres y las actividades que realiza el CA. Entre más interacción, más interesados.
Crecimiento de la página en alcance de personas	El alcance, es la capacidad que tiene una página de Facebook de que su información (en este caso difusión) llegue a un mayor número de personas.
Incremento del número de seguidores	Los seguidores, son las personas/empresas que se suscriben a una página de Facebook. Ellos son los receptores principales de la difusión que se realice. Entre más seguidores, más personas reciben de primera mano la información o difusión que se quiere dar a conocer.

Nota. Elaboración propia.

a) Valoración igualitaria de docentes y talleres

Los administradores de CA consideran una situación menor la preferencia de algunos talleres, debido a que existen razones justificables. El álbum de semblanza aportó valor a los docentes y generó su reconocimiento entre los alumnos; sin embargo, al final del programa de difusión una de las sugerencias hechas en la encuesta sacó de nuevo a la luz la preferencia hacia algunos talleres, por lo que es necesario replantear acciones para transformar aún más esta situación.

b) Crecimiento de la página en interacción con su público

De acuerdo con las opiniones vertidas en la entrevista y la encuesta, la página creció en interacción con su público, pasando de 63 interacciones a 595 gracias a los videos testimoniales, con una amplia oportunidad de seguir creciendo. Adicionalmente se agregaron nuevos tipos de interacciones como organismos e instituciones interesadas en el arte y la cultura. Por otro lado, existen algunos miembros del CA que no accedieron a las publicaciones, por lo que es necesario implementar estrategias para hacer de todos los alumnos y docentes que utilicen Facebook se vuelvan seguidores de la página del CA.

c) Crecimiento de la página en alcance de personas

El alcance fue el punto más fuerte del programa de difusión debido a que gracias a este, se aumentó la interacción y el número de seguidores. La publicación más destacada alcanzó a 17,958 personas, potenciales receptores de difusión del CA. La mayoría de los encuestados y el entrevistado, consideran acertadas las acciones del programa de

difusión para generar mayor alcance e interacción, dado que si el programa fuera permanente podría generarse hasta un mayor número de inscritos a los talleres artísticos y culturales que el CA ofrece.

d) Incremento en número de seguidores
El número de seguidores de la página de Facebook creció un 200% con relación al mes anterior al programa de difusión, logrando 254 seguidores nuevos, debido al incremento de contenido y la aportación de los alumnos en las publicaciones. Por otro lado, las historias como formato no alcanzaron la meta estipulada, ya que el objetivo era incrementar la visualización de contenido a 2,000 visualizaciones por historia, y la historia que tuvo más visualizaciones llegó solo a los 1,901.

Los resultados del segundo ciclo se midieron de acuerdo con los resultados de la encuesta de satisfacción. Esto debido a que en el taller se buscaba sensibilizar y concientizar a los docentes respecto al uso de Facebook como herramienta de difusión, para así poder cerrar el proyecto. El 80% de los profesores opinó que la información proporcionada en la capacitación fue suficiente, sin embargo, el 40% consideró que es necesario continuar brindando más información que les permita utilizar y desarrollar sus habilidades tecnológicas en el uso de Facebook. Al cuestionar sobre qué tan interesante les pareció el contenido, la respuesta fue muy favorable, ya que el 44% opinó que fue extremadamente interesante y el 56% muy interesante.

La socialización de los resultados de la intervención se realizó en las diferentes etapas del proceso: diagnóstico, primer y

segundo ciclos de intervención.

La socialización de resultados del primer ciclo se realizó inicialmente mediante una reunión con el coordinador del CA, donde se mostraron los resultados, principalmente los cuantitativos, en cuanto a interacción y alcance de la página de Facebook. El Coordinador afirmó que la estrategia tuvo un alcance considerable que benefició al CA, lo que abrió la puerta a un segundo ciclo. Para este primer ciclo, la socialización con docentes y administrativos funcionó a manera de introducción para la capacitación de docentes y administrativos en el uso de Facebook como herramienta de difusión. Los resultados, sobre todo los cuantitativos, causaron impacto entre los asistentes, ya que, aunque la mayoría tenía conciencia de la importancia de Facebook, el alcance logrado en el proyecto superó sus expectativas.

La socialización de la evaluación fue muy importante, ya que entender el impacto de este tipo de proyectos a la comunidad, sirve para motivar a dar una continuidad y volverlos parte de la cultura.

La socialización de los resultados del segundo ciclo debió realizarse de manera digital, ya que, en la fecha programada para la reunión oficial, la entidad donde se realizó el estudio (sede del CA), al igual que el resto del país, se encontraba en cuarentena a causa de la pandemia mundial por COVID-19. La respuesta del Coordinador fue favorable y abierta para una posible futura intervención o proyecto que reforzara aún más los temas de difusión digital, ya que el impacto de ésta es trascendental, no solo durante el período de confinamiento, sino también al término de este y al regreso a la normalidad. Además de

realizarse al final de los ciclos, la socialización también estuvo presente durante todo el proceso, lo que favoreció la retroalimentación permanente.

CONCLUSIONES

La elaboración del proyecto buscó dar respuesta a las siguientes preguntas de investigación:

¿Cuáles son los medios que utiliza el CA para la difusión de sus talleres? ¿Qué actores intervienen en la difusión de los talleres artísticos y culturales que oferta el CA? ¿Cuál es la relación de la difusión de los talleres del CA y el crecimiento de su matrícula? ¿Cuál es la percepción de los actores del CA respecto a la difusión de los talleres en Facebook? ¿Cuáles son las perspectivas institucionales de la difusión de los talleres del CA en Facebook? ¿Cómo se puede mejorar la difusión de los talleres del CA a través de Facebook?

De acuerdo con estas preguntas se puede concluir que: Los medios que utiliza el CA para la difusión de sus talleres van de lo tradicional a lo digital; sin embargo, la administración desconocía toda la potencialidad de las herramientas de Facebook para la difusión, por lo que su uso era escaso.

Los actores más trascendentales en la difusión del CA son: el Coordinador, la Administradora y en cierta parte los docentes. No obstante, los profesores desconocían los esfuerzos de la administración para difundir el CA y algunos perciben que hay preferencias hacia ciertos talleres.

Aunque se identificó una correlación positiva entre la difusión de los talleres con su número de matrícula -el taller considerado con más difusión es el que más matrícula posee-, también se pudo identificar que existen otras causas que determinan la matrícula, como: habilidades personales requeridas para ingresar al taller, capacidad de aceptación al grupo, reconocimiento de docentes y popularidad del arte que se enseña entre la generación de jóvenes en turno.

Los profesores perciben que la difusión de los talleres a través de Facebook se reduce a un requisito institucional y está limitada debido a la carga laboral que representa. No obstante, algunos docentes reconocen la importancia de la difusión en Facebook y trabajan de manera individual para beneficiar a sus talleres.

En cuanto a la normativa institucional, esta presenta un gran interés por la renovación y la digitalización de los procesos, enfatizando, además, que aspira a ser un referente estatal y nacional a través de una difusión innovadora, acorde al contexto globalizado.

Para mejorar la difusión de los talleres artísticos y culturales del CA, se presentan una gran variedad de herramientas digitales dentro de las redes sociales digitales Gratuitas como: álbumes de semblanza, videos, historias, transmisiones en vivo, publicaciones programadas en grupo entre otras.

La hipótesis planteada en el primer ciclo establece que la realización de un programa de difusión en la red social digital Facebook mejoraría el proceso de difusión de los talleres artísticos y culturales ofertados en el

CA, la cual se confirmó parcialmente, ya que se incrementó la interacción y el número de seguidores, sin embargo, en la visualización de contenidos se logró menos de lo esperado. Con relación a los objetivos, se puede determinar que los medios más eficaces para la difusión de los talleres artísticos son: el álbum de semblanzas de docentes, los videos testimoniales, los videos con sentido emocional y la publicación de historias.

El primer ciclo fue muy útil para crecer la página en cuestiones estadísticas, debido a que se aumentó la interacción, el alcance y el número de seguidores, que tiene miras a generar una mejor difusión digital. Sin embargo, en cuestión de perspectivas no fue del todo suficiente debido a que el programa de difusión no fue permanente. Para generar cambios significativos se necesita un programa establecido de difusión, en donde se institucionalicen las acciones generadas en la intervención, y otro tipo de acciones que aporten para mantener estable la página de Facebook, y así exista una mejor difusión de los talleres que oferta el CA.

Asimismo, la creación de videos y álbumes con contenido de la comunidad demostró que, si se toman en cuenta la participación de docentes y alumnos en las publicaciones, existe un mayor alcance de estas. Por lo que el involucramiento de los docentes y alumnos formando equipos de trabajo y acuerdos para el proceso de difusión, pueden traer mejores resultados que los generados por la administración.

Por otro lado, se remarcó la importancia de utilizar la red social como una red de comunicación, que transmite pero también recibe información de su público, lo que hace necesario generar una evaluación constante

que fundamente acciones orientadas a que toda la comunidad del CA pueda aportar mejoras desde Facebook a los planes de difusión.

El segundo ciclo tenía como hipótesis que la implementación de un taller de capacitación en el uso de Facebook como una herramienta de difusión del CA para administrativos y docentes, mejoraría la participación de los estos y el proceso de difusión de talleres artísticos y culturales ofertados. Desafortunadamente, los resultados del taller solo se pudieron evaluar a través de observación de la página y una encuesta de satisfacción, debido a la contingencia sanitaria mundial ocasionada por el COVID-19, lo que provocó la suspensión de clases presenciales por meses. No obstante, durante las actividades en línea se pudo identificar que aumentó la participación de los profesores en la página de Facebook, debido esencialmente a que la red era uno de los principales medios de comunicación con los estudiantes. A través de este medio se realizaron muestras pedagógicas y otras actividades que servían de difusión a sus talleres. De esta forma se puede confirmar la hipótesis.

Con relación a los objetivos del segundo ciclo, se puede determinar que sensibilizar y capacitar a través de un taller a docentes y administrativos del uso de Facebook fue una actividad benéfica, considerando que: a) se aumentó la participación de los docentes y administrativos en las publicaciones de Facebook del CA a partir de la sensibilización brindada en el taller, b) docentes y administrativos vislumbraron las potencialidades de Facebook para la difusión de los talleres y c) el taller se evaluó exitosamente a través de la encuesta de satisfacción, reflejando que tanto los temas

como las actividades se consideraron informativos, interesantes y claros.

Con el paso del tiempo la tecnología ha apostado por facilitar su uso creando plataformas, aplicaciones y programas con presentaciones amigables y más sencillas de utilizar. Tal es el caso de Facebook, que se convierte en una red social digital al alcance de todos, no obstante, siempre existe la necesidad de la participación de expertos que puedan capacitar a los usuarios para un uso profesional de las herramientas. Son estos últimos los que pueden dar las estrategias y rutas adecuadas a las necesidades que se presenten. Por lo que el papel de la institución no es solo exhortar a sus docentes y administrativos a actualizarse, sino otorgarles las facilidades para capacitarse: contratando expertos, comisionando docentes, impulsando proyectos innovadores en el área correspondiente y desarrollando estrategias que conlleven a un proceso de culturización sobre el uso de Facebook como un medio de difusión para sus talleres. Lo anterior podría verse traducido en un incremento de matrícula estudiantil, diversificación de la demanda para los talleres y disponibilidad de personal capaz de desarrollar propuestas con material multimedia acorde al escenario actual, donde las redes sociales han cobrado gran presencia en todos los ámbitos.

Por muchos años la difusión en los medios tradicionales ha posicionado a las organizaciones en lugares favorables; sin embargo, con el paso del tiempo se ha visto la necesidad de cambiar a la difusión digital acorde a los procesos de globalización. En muchos casos esto se ha logrado a través de las redes sociales digitales como Facebook. Sin embargo, mudar de la difusión tradicional a la difusión de forma digital, no ha sido

sencillo para las organizaciones. Este artículo ilustra como los proyectos de intervención con el método de la investigación-acción pueden realizar una contribución clara en este proceso de transición, que es de particular relevancia para la difusión de la educación artística.

REFERENCIAS

- Aguilar, M., & Ander-Egg, E. (2001). Diagnóstico social conceptos y metodología. Grupo Editorial Lumen.
- Asociación de Internet MX. (2019). 15° Estudio sobre los Hábitos de los Usuarios de Internet en México 2018. <https://bit.ly/3J9IXW3>
- Bartolomé, M. (1986). La investigación Cooperativa. *Educar*, 1(10), 51-58. <https://bit.ly/3LnNh6i>
- Botella A., & Ramos, P. (2019). Investigación-acción y aprendizaje basado en proyectos: Una revisión bibliográfica. *Perfiles educativos*, 41(163), 127-141. <https://doi.org/10.14482/INDES.30.1.303.66>
[1](https://doi.org/10.14482/INDES.30.1.303.66)
- Cabrerizo J., & Castillo, S. (2011). Evaluación de la intervención socioeducativa agentes, ámbitos y proyectos. Pearson educación.
- Carr, W., & Kemmis, S. (1988). Teoría crítica de la enseñanza. Martínez Roca.
- Celaya, J. (2008). La empresa en la web 2.0. Gestión 2000.
- Cornejo, M., & Tapia, M. (2011). Redes sociales y relaciones interpersonales en internet. *Fundamentos en Humanidades*, 12(24), 219-229. <https://n9.cl/6t890>
- De la Mota, I. (1988). Diccionario de la Comunicación visual. Trillas.
- Elliot, J. (2000). La investigación-acción en educación. Morata.
- Excelsior. (2019, 30 de enero). Cantidad de usuarios de Facebook en el mundo. Excelsior. <https://bit.ly/3Ldm0mJ>
- Facebook. (2020). Protección de tu seguridad. <https://bit.ly/3B0FgiF>
- Fernández Marín, M. Á., Ferreira Lorenzo, G. L., & González Tolmo, D. (2021). Propuesta educativa para la asignatura estadística inferencial desde la metodología de investigación-acción. *Revista Metropolitana de Ciencias Aplicadas*, 4(1), 122-128 <https://miar.ub.edu/issn/2631-2662>
- Fernández, N. (2013). Trastornos de conducta y redes sociales en Internet. *Salud Mental*, 36(6), 521-527. <https://n9.cl/4f9w>
- Giraldez-Hayes, A. (2019). Estado del arte de las investigaciones en Educación Artística a nivel nacional e internacional. Organización de los Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura (OEI). <https://bit.ly/3J37JY4>
- Hütt, H. (2012). Las redes sociales: una nueva herramienta de difusión. *Reflexiones*, 91(2), 121-128. <https://cutt.ly/GWois6Q>
- Jenkins, H. (2008). La cultura de la convergencia de los medios de comunicación. Paidós.
- Lara, G., & Muñoz, P. (2019). Cuestionar la práctica investigativa: experiencias colaborativas en dos regiones en México.

EMPIRIA: Revista de Metodología de Ciencias Sociales, 1(44),179-211. <https://doi.org/10.5944/empiria.44.2019.25356>

Latorre, A. (2003). La investigación acción: Conocer y cambiar la práctica educativa. Graó.

Manterola, C., & Otzen T. (2017). Técnicas de muestreo sobre una población de estudio. International Journal of Morphology 35(1), 227-232. <http://dx.doi.org/10.4067/S0717-95022017000100037>

Martorell, S. (2016). Las redes sociales como medio de promoción de la práctica artística. Opción: Revista de ciencias humanas y sociales, 32(8), 225-243. <https://bit.ly/3HvZjbn>

Maass, M. (2006). Gestión cultural, comunicación y desarrollo. CONACULTA.

Mex Álvarez, R. M. de J., Garma Quen, P. M., Yanez

Nava, D., Guillen-Morales, M. M., & Novelo Pérez, M. I. (2021). Validación de un cuestionario para determinar valores asociados al consumo de Maíz. Journal of Negative and No Positive Results, 6(9), 1171-1180. <https://doi.org/10.19230/jonnpr.4021>

Navarro, B. (2004). Retos de la difusión cultural en el actual contexto universitario. Reencuentro, 39, 79-84. <https://bit.ly/3gxtOBD>

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura [UNESCO]. (2006). Hoja de Ruta para la Educación Artística. Conferencia Mundial sobre la Educación Artística: construir capacidades creativas para el siglo XXI. <https://bit.ly/3J3pKp6>

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura [UNESCO]. (2021). Mensaje de la Directora General de la UNESCO, con motivo del Día Mundial del Arte. <https://bit.ly/3GwvYMG>

Real Academia Española. (s.f.). Cultura. En Diccionario de la lengua española (22^a. ed.). www.rae.es

Secretaría de Educación Pública [SEP]. (2017, 28 de junio). Modelo educativo. Cultura en tu escuela. <https://bit.ly/3ggOP0Z>

Tejero González, J. M.(2021). Técnicas de investigación cualitativa en los ámbitos sanitario y socio sanitario. Ediciones de la Universidad de Castilla-La Mancha. <http://doi.org/10.18239/estudios.2021.171.00>

Universidad Juárez Autónoma de Tabasco (2019, 6de junio). Centro de Desarrollo de las Artes. <https://www.ujat.mx/ceda/22965>

Winner, E., Goldstein, T., & Vincent-Lancrin, S. (2014). ¿El arte por el arte? Resumen. Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE). <https://bit.ly/3gxtOBD>