

2 ej.
110



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

Facultad de Contaduría y Administración

ENCUESTA DE OPINION A LA COMUNIDAD DE LA FCA SOBRE LOS EVENTOS QUE PROMUEVE LA DIRECCION GENERAL DE DIFUSION CULTURAL DE LA U.N.A.M.

SEMINARIO DE INVESTIGACION ADMINISTRATIVA QUE PARA OBTENER EL GRADO DE: LICENCIADO EN ADMINISTRACION P R E S E N T A EUTIQUIA SANCHEZ ALPIZAR

Director del Seminario:
L. A. Y C. P. Jorge Alvarez Anguiano

MEXICO, D. F.

1984



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas Tesis Digitales Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS © PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis está protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

I N D I C E .

I N T R O D U C C I O N :	
- MOTIVOS DEL TRABAJO.	10
- PLANTEAMIENTO DEL TRABAJO.	11
I.- Consideraciones Generales.	13
II.- Antecedentes de la Dirección General de Difusión Cultural.	18
III.- Aspectos Generales de la Dirección - General de Difusión Cultural.	
- Estructura organizacional.	29
- Objetivo y funciones.	30
- Los eventos culturales que difunde y recintos donde se presentan.	33
- Medios de promoción.	39
- Vinculación de la Dirección General con la FCA.	42
IV.- Planeación de la investigación.	
- Definición del problema.	44
- Planteamiento de hipótesis.	45
- Determinación de objetivos.	46
- Determinación del universo.	47
- Diseño de la muestra.	48
- Elaboración del cuestionario.	49

V.- Investigación de campo.	
- Aplicación del cuestionario a la muestra.	55
- Tabulación de datos.	56
- Análisis e interpretación de resultados.	80
- Comprobación de hipótesis.	127
- Conclusiones y recomendaciones	129
 B i b l i o g r a f í a	 132

I N T R O D U C C I O N .

MOTIVOS DEL TRABAJO

Considerando que la cultura es parte importante de la formación general del profesionista ya que a través de sus diferentes manifestaciones (cine, teatro, música, poesía, pintura, etc.) le dan a este una complementación para la formación de su criterio personal y el conocimiento de las diversas expresiones socio-culturales; nació la inquietud por conocer en que proporción son conocidos y aprovechados por la comunidad universitaria de la FCA, los eventos culturales que difunde la U. N. A . M., a través de la Dirección General de Difusión Cultural.

Se pretende conocer la opinión de la comunidad de la FCA., acerca de la importancia que se da a dichos eventos, así como su calidad, los recintos donde son presentados, los horarios y la publicidad que se les da.

A través de los resultados de esta investigación, se podrá hacer una crítica objetiva y constructiva a fin de poder presentar sugerencias para superar los obstáculos que se detectan para el mejor aprovechamiento de dichos eventos.

PLANTEAMIENTO DEL TRABAJO

La investigación se enfocó al análisis del aprovechamiento de los eventos culturales que ofrece la U.N.A.M. a través de la Dirección General de Difusión Cultural a la comunidad universitaria; para determinar el alcance del estudio se eligió a la Facultad de Contaduría y Administración, tomando como universo la población integrada por profesores, alumnado y personal administrativo, registrados para el segundo período del año escolar 1983-1984 en el cual fue realizado.

Inicialmente se presentan consideraciones generales, en donde se da una definición de lo que es cultura y cuando aparece teóricamente por primera vez, así como el desarrollo a través del tiempo en las principales culturas que han servido de plataforma a la cultura universal.

En el segundo capítulo se presentan los antecedentes históricos de la Dirección General de Difusión Cultural, partiendo primeramente con la fundación de la Universidad de México en el año de 1551, presentando los cambios que fué sufriendo a través del tiempo, siendo hasta 1947 que se crea la Dirección General de Difusión Cultural, fungiendo como rector de la universidad en ese momento el Doctor Salvador Zubirán.

En el capítulo tercero se presentan aspectos generales de la Dirección General, en el que se describe la estructura organizacional, su objeto y funciones, así como los eventos

culturales que difunde, los medios de publicidad empleados y la vinculación que guarda con la FCA.

El cuarto capítulo presenta la planeación - de la investigación, presentando la definición del problema, el planteamiento de las hipótesis, objetivos, la determinación del universo y de la muestra y por último el cuestionario empleado en esta investigación.

El capítulo quinto muestra como se lleva a cabo la aplicación del cuestionario, la tabulación de datos, presentando tablas con los resultados obtenidos de - cada una de las preguntas.

El análisis e interpretación de datos se - muestra acompañado de gráficas que permiten visualizar esquemáticamente los porcentajes y frecuencias que se obtuvieron al estudiar los datos.

Incluida está también la comprobación de hipótesis planteadas.

Al final, se muestran las conclusiones a que se llegó después de realizar la investigación y se proponen algunas recomendaciones tras de conocer los problemas que se detectaron y analizaron.

I.- CONSIDERACIONES GENERALES

C U L T U R A .

DEFINICION.- "Conjunto de conocimientos adquiridos; conjunto de estructuras sociales, religiosas, manifestaciones intelectuales, artísticas, etc., que caracterizan a una sociedad". 1/

Con base en la definición anterior, se comprende que hombre y cultura aparecen casi simultáneamente en la historia de la humanidad; así al estudiarse al hombre prehistórico de la edad de piedra se encuentran las primeras manifestaciones culturales en la fabricación de sus instrumentos de cacería, hechos de piedra, de hueso o cerámica, su vivienda temporal en cuevas, su dieta alimenticia, la domesticación de animales salvajes, sus pinturas rupestres, sus ritos religiosos, etc., los cuales va perfeccionando poco a poco de acuerdo a sus necesidades. Todavía dentro de este período pero en la edad neolítica surge la agricultura, sirviendo como base de asentamientos humanos estables siendo los primeros en el Suroeste de Asia y el Este de Europa.

A través del tiempo el hombre se constituye en sociedades organizadas sobre bases firmes, con agrupaciones civiles y políticas y con un cuerpo de leyes para salvaguardar de sí mismo y del grupo social al que pertenece.

1/ García Ramón y Gross.- Diccionario Larousse de Lengua Española.- Ediciones Laurensse, México, 1980.

Son los antiguos pueblos semíticos, camíticos, arios y germanos quienes crean muy importantes bases - culturales fundando también las civilizaciones egipcia, - asiria, judia y fenicia. Otros pueblos que pueden considerarse pálares de la cultura universal son el chino, el japonés y en América el de los aztecas en México y de los incas en Perú, los cuales llegaron indudablemente a garan altura, sin embargo carecieron del enlace que le hubiera hecho eficaces en el adelanto general de la humanidad.

La civilización egipcia presenta desde los primeros tiempos históricos la idea religiosa asociada directamente con las relaciones familiares; se considera el - padre como sacerdote, jefe de la tribu y protector paternal, a la madre como la que crea y forma, a la hermana como el - ser que anima y alivia en la vida y al hermano como el que presta asistencia y apoyo. Sin embargo, es el pueblo hebreo el que profundiza en la idea religiosa, logrando el monoteísmo el cual alcanza su máximo período al aparecer el - cristianismo, doctrina que llega a tal grandeza que hace percer a las que habían aparecido anteriormente.

Otros elementos que han influido en la creación de las diversas manifestaciones culturales de las comunidades humanas a través de los tiempos son:

a) Las actividades que preponderantemente desarrollan los pueblos de las cuales se derivan los — rentimientos económicos y la acumulación de la riqueza.

b) Los agentes físicos, principalmente el — clima, la configuración del suelo, los recursos acuíferos — con que cuentan, etc. Un ejemplo de esto se puede encontrar al estudiar a los egipcios quienes se establecieron en las orillas del río Nilo, logrando un gran florecimiento gracias al aprovechamiento que hicieron de la fertilidad del — suelo. Por otro lado, las costumbres alimentarias del hombre dependen también de las características físicas de la región donde habita.

c) El intercambio comercial de unos pueblos con otros propiciando también el intercambio de costumbres y conocimientos con lo cual se ha logrado en parte la exten sión de la cultura universal.

d) La instrucción, realizada especialmente por medio de las universidades, instituciones de cultura — que aparecen en el siglo XIII; creadas, fomentadas y difundidas por la iglesia. Por este medio se contribuye a modificar el carácter exclusivamente guerrero de aquellos tiem pos, favoreciendo la comunicación de las ideas; se comienza a discutir sobre los problemas científicos y políticos.

e) Los inventos y aplicaciones especialmente la escritura y la imprenta que pusieron al hombre en co-

municación tanto con sus contemporáneos como con las generaciones venideras; ejemplo de ello es la brújula que permitió los grandes descubrimientos geográficos.

f) Las formas de gobierno. A este respecto la historia prueba que las sociedades más libres son las que imponen a los individuos las más estrechas obligaciones y la mayor vigilancia en los asuntos públicos y privados y el hombre será tanto más libre cuanto más sepa cumplir sus deberes y guiar sus actos de acuerdo a la reflexión y a la conciencia.

II.- ANTECEDENTES DE LA DIRECCION GENERAL DE

DIFUSION CULTURAL

LA UNIVERSIDAD DE MEXICO.

" Por solicitud de Fray Juan de Zumárraga, - al emperador de España Carlos V, la Universidad de México ob tiene su cédula de fundación en el año de 1551, teniendo co mo objetivo el abrir a los indígenas los causes de la cultura, entregandoles los caminos de las profesiones liberales - (leyes y medicina), del pensamiento (filosofía) y la jerar-- quía eclesiástica (los cánones y la teología).

A raíz de la independencia nacional pasa la Universidad por diversas vicisitudes y a partir de ahí ha - sido el detector de los cambios y ajustes de la sociedad me xicana, desbordando sus propios limites y logrando al en - cuentro cotidiano con la realidad circundante, una dimen- - sión más amplia, aprendiendo tambien a hablar de su razón - de ser que es la cultura y buscando nuevas formas de expre- sión.

Consecuencia de las turbulencias políticas de la centuria 1810-1910 fué el surgimiento de una concien- cia popular, propiciando el autodescubrimiento y el recono- cimiento colectivo al pueblo como seres capaces de realizar se y expresarse por medios plásticos, literarios y musica-- les.

A través del tiempo, la Universidad pasa - por varias etapas y sufre cambios en su nombre: Universidad de México (1551). Real y potificia Universidad de México -- (jurada por la constitución de 1924 y suprimida en octubre - de 1833); en diciembre de 1912 surge con el nombre de Univer- sidad Popular. desarrollando una labor ininterrumpida en fa-- vor de la clase popular. Estas actividades consistieron -- principalmente en la presentación de conferencias de informa- ción cultural, de carácter cívico, de índole higiénica; se e- fectuaban también audiencias musicales, además se organiza-- ban en fechas oportunas conmemoraciones cívicas y patrióti- cas. En 1929 obtiene su autonomía por lo que se le da el nom- bre que a la fecha conserva "Universidad Nacional Autónoma - de México".

Desde su fundación, la Universidad de México ha tenido como finalidad sustancial extender con la mayor am- plitud posible los beneficios de la cultura en todos sus gra- dos, función que hacia 1910, al promulgarse su Ley Constitu- tiva, es desarrollada a través de trabajos de extensión univer- sitaria. Sin embargo el inicio formal de dichos trabajos se efectuó a partir de 1924, bajo la rectoría del Doctor Alfonso Pruneda quien establece el Departamento de Extensión Universi- taria, utilizando al máximo los pocos recursos que para este fin se contaba. Así, son aprovechados los museos como cen- - tros de docencia extraescolar y exposiciones artísticas guia-

das por especialistas; también se da impulso a múltiples conferencias, así como debates.

Después del movimiento de autonomía de 1929, la Secretaría de Difusión Cultural del Centro de Acción Social de Estudiantes Universitarios se anotan grandes logros destacando entre otros las conferencias dictadas por Aldous Huxley, Luis Recaséns Siches y Jacques Soustelle, y el incremento de la producción bibliográfica que trae consigo la aparición de la Revista Universidad de México, a partir de noviembre de ese año y dirigida por Julio Jiménez Rueda.

En 1936, siendo el rector Luis Chico Goerve el Presidente Lázaro Cárdenas otorga la concesión del espacio radiofónico a la U.N.A.M., inaugurándose las transmisiones de Radio Universidad en junio de 1937, empezando a partir de entonces su labor de difusión de la cultura con programas de docencia radiofónica, cursos de literatura, idiomas, apreciación musical, teatro, concursos y crítica cinematográfica entre otros, poniendo así la cultura al alcance del pueblo en general.

El Departamento de Acción Social cuyo objeto principal era llevar la Universidad a los trabajadores, toma como elemento primordial de la cultura integrar el desarrollo artístico por lo que da gran impulso al teatro, contando

para ello con la colaboración de Julio Bracho Y la asistencia musical de Silvestre Revueltas y Luis Sandi; iniciando exposiciones de arte con la obra del escultor Luis Ortíz Monasterio y continuando las presentaciones musicales. En lo referente a publicaciones se crea la Revista "Universidad Mensual de Cultura Popular".

En 1938 la U.N.A.M. organiza una importantísima exposición del pintor José María Velasco; promueve también el poema "Muerte sin fin" del catedrático José Gorostiza.

En el año de 1945 se integra el grupo denominado Teatro Estudiantil Autónomo de México, dando a conocer a través de Radio Universidad Obras de valor universal.

LA DIRECCION GENERAL DE DIFUSION CULTURAL.

Es el rector Salvador Zubirán quién en el año de 1947 crea la Dirección General de Difusión Cultural, poniendo a la cabeza de la misma al Doctor Alfonso Pruneda, cuyo trabajo es guiado por su proyecto de Servicio de Educación Popular, incluyendo en él todos los elementos dispersos en la Universidad para integrar un sistema mediante el cual "las clases populares se ilustrasen, sin seguir cursos sistemáticos, aprovechando los medios modernos de comunicación", incluyendo la organización de conferencias, exposiciones, exhibiciones cinematográficas, excursiones culturales, publicaciones, festivales y conmemoraciones.

participación de Carlos Chávez, Juan José Arreola, Siqueiros, Carlos Graef Fernández, entre otros.

La Primera Temporada de Excursiones se organiza en 1957, guiadas por diversos especialistas en Arte y Antropología, hacia sitios de interés sobresaliente.

Importantes acontecimientos marcan el año de 1958, como la inauguración de la Casa del Lago y el auge alcanzado por Poesía en Voz Alta, proyecto en el que participan Arreola, Paz, Juan Soriano, Leonora Carrington, León Felipe, etc., quienes leen sus propias obras y las de otros autores - en el Anfiteatro Simón Bolívar, el Auditorio de la Escuela de Medicina y la propia Casa del Lago. Se crea la Asociación - Universitaria de Cine Experimental al consolidarse Cine Club de la Universidad, iniciado en 1955 y recibe el apoyo de Difusión Cultural organizando diversos ciclos de conferencias-proyecciones, reuniendo a especialistas como José de la Colina, Eduardo Lizarde y Manuel Casanova.

Bajo la coordinación de Héctor Azar se imparte un curso breve de teatro participando los profesores Francisco de la Maza, Agustín Millares Carlo, Max Aub, Juan José Arreola, Salvador Novo, Amadeo Rosenti, Tomás Segovia, Emilio Uranga, Emilio Carballido, Allan Lewis, Miguel León Portilla, José Rojas Garcidueñas, Armando de María y Campos y - Francisco Monterde.

La exposición "Nuevos Exponentes de la Pintura Mexicana", se presenta en 1959 y en ella toman parte manuel Felguérez, Vicente Rojo, Gironella y Fernando García — Ponce, entre otros. Es en el mismo año que se establecen convenios de colaboración con el I.P.N., para iniciar la actividad televisiva de la Universidad y la producción de discos con Voz Viva de México, que en 1965 se ampliara con la Colección Voz Viva de América Latina.

En 1961 se crea la sección de producción de filmes universitarios y se funda la Compañía de Teatro Universitario que inicia sus labores en el Festival de Nancy, triunfando con la obra "Divinas Palabras", de Ramon del Valle Inclán, con la dirección de hector Azar, Salvador Novo, André Moureau y Juan Ibáñez.

Punto de Partida, Foro abierto a las inquetudes de los jóvenes escritores, dibujantes y fotógrafos, - nace en 1966 y el siguiente año convoca a su primer concurso; también crea los talleres literarios, donde el estudiante con vocación encuentra la guía, formación y disciplina - que constantemente fructifica en la generación de nuevos valores.

En 1971 aparecen las revistas "Naturaleza" y "Difusión Cultural" y a estas les suceden las apariciones de las publicaciones siguientes: La Revista Deslinde en 72, "Los Universitarios" y "Las Humanidades en el siglo XX". en 73, y las ediciones del Departamento de Humanidades en 75.

En ese año se crean también los departamentos de difusión - en el museo del Chopo y Palacio de Minería y se inaugura la Sala de Conciertos Nezahualcóyotl, que es sede de la OFUNAM desde 1976.

En 1977, la Dirección General de Difusión Cultural se adscribe a la recién creada Coordinación de Extensión Universitaria iniciándose una nueva época para la revista de la U.N.A.M., creandose, además, la colección Material de Lectura.

En el siguiente año, se inauguran los teatros "Juan Ruíz de Alarcón" y "Foro Sor Juana Inés de la Cruz" y - se separan los Departamentos de Ciencias y Museos y Galerías, para posteriormente convertirse en el Centro Universitario de Comunicación de la Ciencia y el Centro de Investigación y - Servicios Museológicos, respectivamente.

En 1980 se inauguran las Salas Carlos Chávez y Miguel Covarrubias, apoyando la difusión de Música y Danza.

Las nuevas instalaciones ubicadas en el Centro Cultural Universitario son ocupadas por la Dirección General en 1981. Un año más tarde son inaugurados también los Cinematógrafos José Revueltas y Julio Bracho; se organiza el I Festival Universitario de Cultura Popular, se coordinan esfuerzos con la Dirección de Extensión Académica para el proyecto Grandes Ideas, formando parte de éste actividades de -

En ese año se crean también los departamentos de difusión - en el museo del Chopo y Palacio de Minería y se inaugura la Sala de Conciertos Nezahualcóyotl, que es sede de la OFUNAM desde 1976.

En 1977, la Dirección General de Difusión Cultural se adscribe a la recién creada Coordinación de Extensión Universitaria iniciandose una nueva época para la revista de la U.N.A.M., creandose, además, la colección Material de Lectura.

En el siguiente año, se inauguran los teatros "Juan Ruíz de Alarcón" y "Foro Sor Juana Inés de la Cruz" y - se separan los Departamentos de Ciencias y Museos y Galerías, para posteriormente convertirse en el Centro Universitario de Comunicación de la Ciencia y el Centro de Investigación y -- Servicios Museológicos, respectivamente.

En 1980 se inauguran las Salas Carlos Chávez y Miguel Covarrubias, apoyando la difusión de Música y Danza.

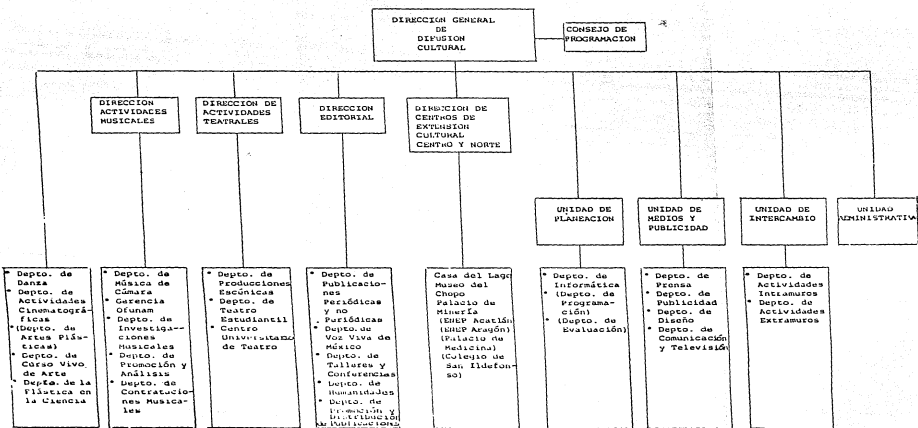
Las nuevas instalaciones ubicadas en el Centro Cultural Universitario son ocupadas por la Dirección General en 1981. Un año más tarde son inaugurados también los Cinematógrafos José Revueltas y Julio Bracho; se organiza el I Festival Universitario de Cultura Popular, se coordinan es fuerzas con la Dirección de Extensión Académica para el proyecto Grandes Ideas, formando parte de éste actividades de -

cine, teatro, conferencias y ediciones que se presentaron durante las Jornadas Vasconcelianas; se apoyó el trabajo de la Universidad para dar solución a problemas sociales, como el Proyecto Universitario de Investigación Clínica, asimismo se estrechó la participación de la U.N.A.M. en eventos culturales como el Festival Internacional Cervantino y la Muestra Internacional de Cine" 2/

2/ Universidad Nacional Autónoma de México.- La Extensión Universitaria, Vol. VI. México. 1978.

III.- ASPECTOS GENERALES DE LA DIRECCION GENERAL

DE DIFUSION CULTURAL



O B J E T I V O

" La dirección General de Difusión Cultural -- de la U.N.A.M., tiene como objetivo el difundir las corrientes más significativas de la cultura y el arte, especialmente las manifestaciones mexicanas y latinoamericanas, con el propósito de elevar el nivel cultural de la comunidad universitaria y el público en general, fomentar la creatividad y superación artística individual o colectiva en un ambiente de libertad y universalidad del pensamiento; colaborar en lo posible a resolver problemas nacionales aportando las alternativas de solución de los universitarios, a través de los medios tradicionales de Difusión Cultural (cine, teatro, exposiciones, -- conferencias, mesas redondas, etc.)

F U N C I O N E S .

Para el logro de su objetivo, la D.G.D.C., -- efectúa las siguientes funciones:

- Fungir como representante de la Universidad Nacional Autónoma de México, en las actividades de tipo cultural en las que participe.
- Promover la cultura musical a través de conciertos sinfónicos, corales, de cámara, cursos, publicaciones especializadas, concursos y seminarios.
- Difundir las actividades teatrales dentro y fuera del ámbito universitario.

- Organizar temporadas de teatro estudiantil y publicar textos de teatro.

- Promover la cultura cinematográfica, mediante la organización de cine clubes, ciclos y exhibiciones.

- Producir y distribuir material fílmico, así como publicaciones especializadas, con el fin de participar en la promoción de la cultura cinematográfica y concurrir a festivales y concursos.

- Colaborar con universidades e institutos del país en la organización de cine-clubes y salas universitarias.

- Producir Programas culturales de radio y televisión, sobre las diversas manifestaciones de la cultura artística y científica.

- Difundir las manifestaciones de la danza a través de presentaciones, giras y temporadas, asimismo la publicación de textos de danza y la impartición de cursos, talleres y seminarios.

- Promover la creación humanística entre los estudiantes a través de concursos y talleres de cuento, poesía, ensayo y viñeta, asimismo con la publicación de revistas y ediciones especializadas.

- Difundir la cultura organizando mesas redondas, conferencias y exposiciones.

- Promover excursiones dentro y fuera del país con la guía de profesores especializados.

- Organizar torneos y cursos de ajedrez.

LOS EVENTOS CULTURALES QUE DIFUNDE LA DIRECCION GENERAL Y RECINTOS DONDE SE PRESENTAN.

Ya que las actividades de dicha dirección están abocadas a la organización, promoción y difusión de las diversas exposiciones culturales del hombre, dentro y fuera del marco Universitario, cuenta para ello con las siguientes áreas:

a) M U S I C A .- Destaca por su importancia este género artístico , principalmente por las temporadas de música sinfónica de la Orquesta Filarmónica de la U.N.A.M. — (OFUNAM), en recintos universitarios, en el interior de la — República y en el extranjero; asimismo, se difunden diversos conciertos de música de cámara y del coro de la U.N.A.M., espectáculos de Jazz y Rock, con exponentes nacionales y extranjeros y conciertos didácticos para niños. Por otra parte, se promueven concursos y seminarios y se publica información especializada sobre arte musical.

Para la realización de estas actividades, dicha dependencia cuenta con los siguientes recintos.

- Sala de Conciertos Nezahualcóyotl.
- La Sala Carlos Chávez, ubicada igual que la anterior dentro del Centro Cultural Universitario.
- El Auditorio Justo Sierra en la Torre I de Humanidades.
- El Anfiteatro Simón Bolívar, en el Centro de la Ciudad de México.

b) T E A T R O .- La D.G.D.C. lleva a cabo, actividades de arte dramático en sus diferentes modalidades: teatro profesional, experimental, estudiantil y para niños, - asimismo se imparten cursos profesionales de actuación, dirección, diseño de escenografía y vestuario y producción ; las - cuales se efectúan en el Centro Universitario de Teatro (CUT)

Las salas de teatro que coordina esta dirección son:

- Teatro Juan Ruíz de Alarcón, Centro Cultural Universitario.
- Foro Sor Juana Inés de la Cruz, Centro Cultural Universitario.
- Espacio Escénico del Centro Universitario de Teatro, Centro cultural Universitario.
- Teatro de Santa Catarina, Plaza de Santa Catarina en Coyoacán.
- Teatro Legaria, en Tacuba.
- Sala Principal de la Casa del Lago, en el Bosque de Chapultepec.
- Teatro de Ciudad Universitaria, anexo Arquitectura.

c) D A N Z A .- Siendo ésta una de las expresiones de mayor relevancia, la mencionada dirección, organiza y coordina diversas actividades referentes a la danza en sus diferentes estilos y corrientes; moderna, folklórica,, - latinoamericana e internacional. con la participación de gru - pos de danza nacionales y extranjeros. Asimismo promueve — temporadas continuas del taller coreográfico, tanto en la ciudad de México como en el interior de la República y desarro—

lla talleres y seminarios de danza para principiantes, intermedios y avanzados, como un esfuerzo de renovar y conciliar la danza en México.

Las salas donde se desarrollan los espectáculos de danza son:

- Sala Miguel Covarubias, Centro Cultural Universitario.
- Teatro de la Ciudad Universitaria, Anexo Arquitectura.

d) C I N E . - Dada la diversidad de géneros, concepciones y lenguajes cinematográficos, se organizan ciclos y muestras de cine en diversas salas; circuitos de exhibición de cine-debate popular; cine club de la Universidad y cine club infantil.

En colaboración con otras instituciones presenta eventos especiales, como el Foro de la Cineteca y las muestras Internacionales de Cine. Asimismo, se aboca a la formación de cines clubes, básicos para la experimentación cinematográfica y coordina y prepara cursos y conferencias acompañadas de exhibiciones cinematográficas.

e) CURSOS VIVOS DE ARTE.- Con el fin de dar a conocer la historia del país desde el punto de vista artístico a través de edificaciones, monumentos y otros tipos de obras arquitectónicas, son organizadas conferencias y visitas guiadas por personal especializado, generalmente sábados y domingos a lugares históricos cercanos a la Ciudad de México.

co o situados dentro de ella. Asimismo se realizan visitas - guiadas al Centro Cultural Universitario; que comunmente se realizan en tres o más días y que tiene como fin el estudio - de lugares artísticos o arqueológicos del interior de la Repú blica. También se organizan talleres teóricos que funcionan mediante seminarios y coloquios culturales, en los que partici pan especialistas y artistas destacados.

f) P U B L I C A C I O N E S .- En este ren glón, donde se difunden las actividades de extensión cultu- ral que realiza la U.N.A.M., también se incluyen las opinio- nes, concepciones y desarrollos que en el amplio y heterogé- neo campo cultural ha surgido y tienen un lugar preponderan- te en el pasado y el presente. Es así como a través de la Revista de la Universidad, el Periódico Los Universitarios, la Revista Puntos de Partida, la colección Material de Lectu ra, con las series de Poesía Moderna, Ensayo Contemporáneo y cuento Contemporáneo, y las colecciones de libros sobre Tex- tos de cine, de humanidades, de teatro, de danza y música, - el estudiante puede complementar y perfeccionar su formación académico-profesional.

g) G R A B A C I O N E S .- Un medio tecnoló gico de uso común en la actualidad son las grabaciones, por lo que esta Dirección ofrece otra instancia de acercamiento a la producción cultural latinoamericana, a través de la co- lección de discos "Voz viva de México", con las series Lite-

ratura Mexicana, Folclor, musica Nueva, Universitarios y -
Testimonios Políticos; la colección "Voz viva de america La-
tina" y las colecciones en cassettes de algunos de estos dis-
cos.

h) O T R A S A C T I V I D A D E S .- Entre las otras
actividades que periódica u ocasionalmente se organizan, des-
tacan las exposiciones de pintura, fotografía, cartel y arte
popular; conferencias, mesas redondas, seminarios, cursos y -
talleres, así como concursos y torneos de ajedrez; para todo
ello se cuenta además con la Galería Juan O'Gorman.

Por otra parte cabe destacar que la Dirección
de Centros de Extensión Cultural en el Norte y Centro de la -
Ciudad de México, dependiendo de la D.G.D.C., fué creada con
el propósito de dar respuesta a las necesidades presentes y -
futuras que plantean los programas de extensión de la U.N.A.M.
y la descentralización de las actividades culturales.

Esta Dirección se encarga de organizar even-
tos, exposiciones, teatro, música, conferencias, cine, cursos
y seminarios en diferentes recintos como la Casa del Lago, el
Museo Universitario de Chopo, el Palacio de Minería y las ENEP
Acatlán y Aragón . Al organizar estas actividades, la Dirección
General, busca revitalizar el patrimonio artistico de la UNAM,
racionalizando sus recursos humanos y materiales, lo cual cons

tituye, además, un esfuerzo por proporcionar elementos de cultura y un público cada vez más amplio, dentro y fuera del contexto universitario" . 3/

3/ Dirección General de Difusión cultural de la UNAM.-
Manual de Organización. México. 1983.

MEDIOS DE PROMOCION.

Indudablemente la promoción es un aspecto de relevante y promordial importancia para poder dar a conocer los diferentes eventos culturales que ofrece al público la D.G.D.C. En este sentido se utilizan todos los medios y técnicas de publicidad que permiten el acceso directo e inmediato tanto a la comunidad universitaria como al público en general. De esta manera se elaboran diferentes carteles que promueven de manera general, todos los eventos que coordina dicha Dirección (Música, teatro, danza, cine, etc.) y de manera específica, cada uno de estos eventos, anunciando el tipo, lugar, horario, precio y exponentes del espectáculo que se trate. Estos carteles son colocados en las facultades y escuelas de la Universidad y en los recintos donde se llevan a cabo los eventos. Asimismo circulan volantes de mano en mano, con información concreta de los espectáculos culturales que se presentan a través de la Dirección General.

Por otra parte se envían diariamente, boletines de prensa a todos los periódicos que circulan en la Ciudad de México, para la publicación de la cartelera Los Universitarios Hoy, donde se anuncian los eventos culturales que presenta la U.N.A.M., en ese día y los domingos, los de toda la semana siguiente.

Otros elementos importantes de promoción con que cuenta, es la radio y la televisión, ya que estos

permiten no solo efectuar la publicidad de los eventos culturales, sino que son utilizados también como un medio de extensión para la difusión cultural. Radio UNAM presenta a través del programa Los Universitarios en la Cultura, información detallada sobre los eventos culturales de la UNAM, conforme al boletín que envía diariamente la D.G.D.C. En este mismo programa se realizan entrevistas a los artistas que presentan los espectáculos culturales, a fin de que el público se interese y asista a los eventos. En un esfuerzo por difundir más la cultura, Radio UNAM transmite en forma directa, tanto en la frecuencia AM como FM, los conciertos de la Sala Nezahualcóyotl los viernes por la noche. Otras estaciones radiofónicas que promueven los eventos de difusión cultural son Radio Educación y Núcleo Radio MIL, al dar a conocer la programación de eventos que se presentan.

En lo que respecta a la televisión, la Dirección General cuenta aproximadamente con 30 horas semanales de transmisión a través de los canales 13, 11, 8 y 2, donde se presenta la programación cultural de la UNAM y diversos programas de extensión universitaria en los cuales la cultura es difundida en todas sus expresiones.

Las revistas especializadas como la de Tiempo Libre, son utilizadas también por la Dirección General como elementos de promoción para los eventos culturales que difunde.

Dentro del ámbito universitario, además de los carteles y volantes, la promoción se lleva a cabo a través de la Gaceta UNAM con programación, entrevistas y reseñas de los eventos culturales que se presentan, teniendo ésta una circulación gratuita dentro de las diferentes instalaciones de la Universidad.

VINCULACION DE LA DIRECCION GENERAL CON LA FCA.

La D.G.D.C., se vincula con la FCA a través del Departamento de Difusión Cultural de la propia Facultad, haciendole llegar carteles y folletos donde anuncia los eventos que ofrece, - indicando también los horarios y los lugares en que se presentarán.

Por su parte dicho Departamento de la FCA, presenta en su auditorio, espectáculos culturales con estudiantes voluntarios de esta u otras facultades, contando con el apoyo de la - - - D.G.D.C., cuando necesita algún material para el cumplimiento de estas actividades.

IV.- PLANEACION DE LA INVESTIGACION.

DEFINICION DEL PROBLEMA

Determinar el aprovechamiento que la comunidad de la FCA. ha hecho de los eventos culturales que — presenta la U.N.A.M., a través de la D.G.D.C., así como conocer la calidad de los mismos.

PLANTEAMIENTO DE HIPOTESIS

1.- Existe falta de interés por parte de la comunidad de la FCA por los eventos culturales que ofrece la - - D.G.D.C., de la UNAM.

2.- Los eventos que promueve la D.G.D.C. de la UNAM, son parcialmente aprovechados por la comunidad de la FCA debido a diversos factores tales como: falta de tiempo, falta de publicidad, mala calidad de los espectáculos, precios altos, horarios inadecuados, mala ubicación de los recintos donde son presentados, malas condiciones físicas de los mismos, etc.

DETERMINACION DE OBJETIVOS

- 1.- Determinar cuales son los factores por los que existe falta de interés hacia los eventos culturales promovidos por la D.G.D.C. de la UNAM.

 - 2.- Conocer directamente de la comunidad de la FCA sugerencias para el mejor conocimiento y aprovechamiento de los eventos culturales que promueve la UNAM, a través de la D.G.D.C.

 - 3.- Con base en las sugerencias que se obtengan, proponer lineamientos que ayuden a resolver la problemática encontrada en esta investigación.
- .

DETERMINACION DEL UNIVERSO.

La población de la comunidad de la FCA es de 12,153 personas de las cuales el 94.11% está formado por los estudiantes, el 3.91 % por el profesorado y el 1.98% por el personal administrativo.

* 1

POBLACION DE LA FCA		
(ESTUDIANTES, PROFESORES Y PERSONAL ADMVO.)		
	CANTIDAD	%
ESTUDIANTES.	11,438	94.11
PROFESORES.	475	3.91
PERSONAL ADMINISTRATIVO.	240	1.98
T O T A L .	12,153	100.00

N O T A: Detalle de estudiantes por semestre y turno.

* 2

E S T U D I A N T E S				
SEMESTRE	T U R N O		CANTIDAD	%
	MATUTINO	VESPERTINO		
2o.	2,040	1,443	3,483	28.66
4o.	1,487	1,279	2,766	22.66
6o.	1,173	1,569	2,742	22.56
8o.	809	1,638	2,447	20.13
T O T A L .			11,438	94.11

* 1 y 2.- Información proporcionada por la F.C.A. con base en los registros para el 2º periodo del año escolar 1983 Y 1984.

DISEÑO DE LA MUESTRA.

Tomando en cuenta que esta investigación presta las condiciones que se establecen para estudios sencillos las cuales son:

- a) La población es mayor de 10 mil casos.
- b) El cuestionario que se aplique contendrá 40 Preguntas de respuestas cerradas.

La fórmula que se utilice será:

$$n = \frac{Z^2 pq}{E^2} \quad \text{donde:}$$

Z (Nivel de confianza) se le ha asignado un valor de 90%

pq (factores de variabilidad) = (.5) (.5):

E (Nivel de precisión) = 5% = .05

Al sustituir la fórmula:

$$n = \frac{(1.645)^2 (.5) (.5)}{(.05)^2} \quad n = 271$$

Obteniendo así la llamada muestra inicial.

Para obtener la muestra corregida o definitiva se aplicará la siguiente fórmula:

$$n = \frac{no}{1 + \frac{no - 1}{N}} \quad \text{donde N es el número de la población.}$$

S U S T I T U Y E N D O :

$$N = \frac{271}{1 + \frac{271-1}{12153}} \quad n = \frac{271}{1.0222167} \quad n = 265$$

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO
FACULTAD DE CONTADURIA Y ADMINISTRACION

T E M A :

ENCUESTA DE OPINION A LA COMUNIDAD DE LA FCA
SOBRE LOS EVENTOS QUE PROMUEVE LA DIRECCION
GENERAL DE DIFUSION CULTURAL DE LA U.N.A.M.

C U E S T I O N A R I O

Instrucciones.- Para la resolución de este cuestionario,
favor de anotar dentro del paréntesis el
número de la opción elegida.

- 1.- Señale cual es su actividad dentro de la FCA ()
 - 1.- Profesor
 - 2.- Estudiante
 - 3.- Empleado Administrativo
- 2.- Si usted es estudiante, indique la licenciatura ()
que cursa.
 - 1.- Administración
 - 2.- Contaduría
- 3.- Señale que semestre estudia actualmente ()
 - 1.- 2o. Semestre
 - 2.- 4o. Semestre
 - 3.- 6o. Semestre
 - 3.- 8o. Semestre
- 4.- Indique usted el sexo al que pertenece ()
 - 1.- Masculino
 - 2.- Femenino
- 5.- Señale el rango de edad en que se encuentra ()
 - 1.- 18 a 20 años
 - 2.- 22 a 25 años
 - 3.- 26 a 29 años
 - 4.- 30 a 35 años
 - 5.- 26 a 40 años
 - 6.- Más de 40 años
- 6.- Señale el turno en el cual desarrolla sus activi- ()
dades.
 - 1.- Matutino
 - 2.- Vespertino
- 7.- Especifique el monto de sus ingresos mensuales ()
 - 1.- de 0 a \$ 3,000.00
 - 2.- de \$ 3,001.00 a \$ 8,000.00
 - 3.- de \$ 8,000.00 a \$ 15,000.00
 - 4.- de \$ 15,001.00 a \$ 30,000.00
 - 5.- de \$ 30,001.00 a \$ 60,000.00
 - 6.- Más de \$ 60,000.00

- 8.- ¿Qué porcentaje aproximado de sus ingresos destina a asistir a actividades culturales? ()
- 1) del 0 al 5% 2) del 6 al 10%
3) del 11 al 15% 4) Más del 16%
- 9.- ¿Considera a la expresión cultural como una parte importante de su formación profesional? ()
- 1) Si 2) No
- 10.- ¿Conoce usted los eventos culturales que promueve la UNAM. ()
- 1) Si 2) No
- Si la respuesta es positiva resuelva hasta la pregunta 32; si es negativa pase a la pregunta 33.
- 11.- ¿Ha asistido a estos eventos? ()
- 1) Si 2) No
- 12.- Indique el tipo de evento cultural al que asiste más a menudo. (Puede marcar más de una opción, según el orden de importancia).
- 1) Conciertos de música clásica. () 2) Conciertos de Música folklórica ()
3) teatro () 4) Cine ()
5) Espectáculos de danza. () 6) Poesía ()
7) Exposiciones de Pintura () 8) Exposiciones fotográficas ()
- 13.- ¿Con qué frecuencia asiste a los eventos culturales? ()
- 1) de 1 a 2 veces al mes 2) de 3 a 4 veces al mes
3) Más de 4 veces al mes 4) En forma esporádica.
- 14.- Señale los días que destina a asistir a eventos culturales que promueve la UNAM? ()
- 1) de lunes a viernes 2) Sabados y Domingos
- 15.- ¿ En que horario asiste preferentemente a esos eventos? ()
- 1) mañana 2) tarde
3) Noche.

- 16.- ¿Como cataloga la calidad de los eventos culturales que promueve la UNAM? ()
- | | |
|--------------|----------|
| 1) Muy buena | 2) Buena |
| 3) Regular | 4) Mala |
- 17.- Los artistas que se presentan en estos eventos son a su juicio: ()
- | | |
|------------------|-------------------|
| 1) Conocidos | 2) Poco conocidos |
| 3) Conrenombre | 4) Sin renombre. |
| 5) Desconocidos. | |
- 18.- ¿Porqué medio publicitario se entera con mayor frecuencia de los eventos culturales que promueve la UNAM? ()
- | | |
|------------------------------|----------------|
| 1) Periódicos | 2) Radio |
| 3) T.V. | 4) Gaceta UNAM |
| 5) Carteles. | 6) Boletines.. |
| 7) Otros. Especifique: _____ | |
- 19.- Considera adecuada la publicidad que se da a los eventos culturales ofrecidos por la UNAM? ()
- | | |
|-------|-------|
| 1) Si | 2) No |
|-------|-------|
- 20.- ¿Sabe usted que a la presentación de su credencial tiene derecho a un descuento? ()
- | | |
|-------|-------|
| 1) Si | 2) No |
|-------|-------|
- 21.- ¿Como se enteró de que tiene derecho a ese descuento ()
- | | |
|---|------------------------------|
| 1) Al leer o escuchar <u>al</u> na publicidad de un espectáculo | 2) en la taquilla de boletos |
| 3) Por comentario de un maestro. | 4) Por un compañero |
| 5) Yo lo pregunté. | |
- 22.- ¿Considera adecuada la difusión que se da dentro de la FCA a los eventos culturales que promueve la UNAM? ()
- | | |
|-------|-------|
| 1) Si | 2) No |
|-------|-------|
- 23.- Los precios de dichos eventos a su juicio son: ()
- | | |
|------------|--------------|
| 1) caros | 2) Regulares |
| 3) Baratos | |

- 24.- ¿Como considera los precios de estos eventos en relación a eventos similares que presentan otras compañías? ()
1) Mas bajos 2) Iguales
3) Mas altos
- 25.- ¿Estaría usted dispuesto a pagar un precio mayor que los actuales por una mejor calidad de los eventos culturales que presenta la UNAM? ()
1) Si 2) No.
- 26.- Indique Usted en cuál de estas actividades es necesario una mayor atención para elevar su calidad.: _____

- 27.- ¿Dentro de las actividades culturales que promueve la UNAM, encuentra alternativa para presenciar su actividad artística preferida? ()
1) Siempre que lo busco 2) Casi siempre
3) En contadas ocasiones 4) Nunca.
- 28.- En su opinión, ¿Los centros universitarios donde se presentan los diferentes eventos culturales se localizan en lugares de fácil acceso? ()
1) Si 2) No
- 29.- ¿Considera usted que la acústica de estos recintos es: ()
1) Muy buena 2) Buena
3) REGular 4) Mala
- 30.- Con relación a la visibilidad que tienen, usted la considera: ()
1) Muy buena 2) Buena
3) Regular 4) Mala
- 31.- Al asistir a los espectáculos que promueve la UNAM, la atención que ha recibido por parte del personal que ahí labora ha sido: ()
1) Muy buena 2) Buena
3) Regular 4) Mala

- 32.- En su opinión el nivel cultural del estudiante de la FCA es: ()
1) Alto 2) Medio
3) Bajo
¿Porqué? _____
- 33.- Usted que no ha asistido a ningún evento cultural que ofrece la UNAM ¿Ha intentado asistir alguna vez? ()
1) Si 2) No
- 34.- ¿Que problemas ha encontrado al intentar ir a presenciar estos espectáculos? ()
1) Los precios son altos 2) Hay problemas de transporte
3) Hay incompatibilidad en los eventos con respecto a sus actividades. 4) No son de su agrado.
- 35.- ¿Considera Usted que la calidad de estos eventos es mala? ()
1) Si 2) No
- 36.- Si contestó si, indique las causas: _____
- 37.- Considera que estos eventos están a la altura de otros ofrecidos por otras compañías? ()
1) Si 2) No
- 38.- Si su respuesta fué negativa indique porqué: _____
- 39.- Si no ha intentado asistir a estos eventos indique usted las causas (Puede marcar mas de una opción).
1) No tiene tiempo suficiente () 2) Considera de mala calidad los espectáculos. ()
3) No le interesan los eventos que se promueven. () 4) Son incompatibles con su tiempo libre ()
5) Otras. Menciónelas _____
- 40.- En su opinión que se tendría que atender para que estos eventos tuvieran mayor aceptación. ()
1) Horarios 2) Precios
3) Calidad 4) Tipos de Espectáculos
5) Recintos donde se presentan. 6) Publicidad

V.- INVESTIGACION DE CAMPO

APLICACION DEL CUESTIONARIO A LA MUESTRA

Teniendo como universo la FCA, la muestra determinada se dividió en tres grupos: Profesores, Estu—
diantes y Empleados Administrativos, y a su vez los estu—
diantes fueron agrupados de acuerdo con el semestre que -
cursan, para de esta manera extraer una muestra aleatoria
de cada uno de los grupos antes indicados y así obtener u
na muestra más heterogénea y precisa, dicha aplicación se
lleva a cabo tanto en el turno matutino como vespertino.

TABULACION DE DATOS.

1.- Señale cual es su actividad dentro de la FCA.

	FRECUENCIA	%
Profesor	10	3.77
Estudiante	249	93.97
Empleado Administrativo	6	2.26
T O T A L .	265	100.00

2.- Si es usted estudiante, indique la licenciatura que cursa.

	FRECUENCIA	%
Administración	117	44.16
Contaduría	132	49.81
T O T A L .	249	93.97

3.- Señale que semestre estudia actualmente.

	Frecuencia	%
2o. semestre	75	28.30
4o. semestre	60	22.65
6o. semestre	60	22.65
8o. semestre	54	20.37
Total	249	93.97

4.- Indique el sexo al que pertenece.

	Frecuencia	%
Masculino	147	55.47
Femenino	118	44.53
Total	265	100.00

5.- Señale el rango de edad en el que se encuentra.

	Frecuencia	%
18 a 21 años	82	30.94
22 a 25 años	140	52.83
26 a 29 años	22	8.30
30 a 35 años	13	4.90
36 a 40 años	2	.76
Más de 40 años	6	2.27
Total	265	100.00

6.- Señale el turno en el cual desarrolla sus actividades.

	Frecuencia	%
Matutino	130	49.05
Vespertino	135	50.95
Total	265	100.00

7.- Especifique el monto de sus ingresos.

	Frecuencia	%
de 0 a \$ 3,000	67	25.28
de \$ 3,001 a \$ 8,000	41	15.47
de \$ 8,001 a \$ 15,000	28	10.57
de \$15,001 a \$ 30,000	42	15.85
de \$30,001 a \$ 60,000	50	18.87
más de \$ 60,000	21	7.92
No contestó	16	6.04
T O T A L	265	100.00

8.- ¿Qué porcentaje aproximado de sus ingresos destina a asistir a actividades culturales?

	Frecuencia	%
Del 0 al 5%	125	47.16
Del 6 al 10%	77	29.05
Del 11 al 15%	32	12.07
Más del 15%	12	4.56
No contestó	19	7.16
Total	265	100.00

9.- ¿Considera a la expresión cultural como una parte importante de su formación profesional?

	Frecuencia	%
Sí	261	98.49
No	4	1.51
Total	265	100.00

10.- ¿ Conoce usted los eventos culturales que promueve la UNAM?

	Frecuencia	%
S í	174	65.67
N o	91	34.33
T o t a l	265	100.00

11.- ¿ Ha asistido a estos eventos?

	Frecuencia	%
S í	158	59.63
N o	16	6.04
T o t a l	174	65.67

12.- Indique el tipo de evento cultural al que asiste más a menudo
 (Puede marcar más de una opción según el orden de importancia)

	Frecuencia	%
Conciertos de música clásica.	68	25.66
Conciertos de música folklórica	66	24.90
Teatro	136	51.32
Cine	109	41.13
Espectáculos de danza	62	23.39
Poesía	45	16.98
Exposiciones de pintura	49	18.49
Exposiciones de fotografía..	35	13.20
No contestó	99	37.35

13.- ¿ Con qué frecuencia asiste a los eventos culturales?

	Frecuencia	%
de 1 a 2 veces al mes	88	33.21
de 3 a 4 veces al mes	28	10.57
Más de 4 veces al mes	6	2.26
En forma esporádica	32	12.07
No contestó	4	1.51
T o t a l	158	59.62

14.- Señale los días que destina para asistir a eventos que promueve la UNAM.

	Frecuencia	%
de lunes a viernes	95	35.85
Sabado y/o domingo	60	22.64
No contestó	3	1.13
T o t a l	158	59.62

15.- ¿ En qué horario asiste preferentemente a esos eventos ?

	Frecuencia	%
Mañana	43	16.23
Tarde	90	33.96
Noche	25	9.43
T o t a l	158	59.62

16.- ¿ Como cataloga la calidad de los eventos culturales que promueve la UNAM ?

	Frecuencia	%
Muy buena	39	14.72
Buena	109	41.13
Regular	10	3.77
T o t a l.	158	59.62

17.- Los artistas que se presentan a estos eventos son a su juicio:

	Frecuencia	%
Conocidos	42	15.85
Poco conocidos	76	28.68
Con renombre	16	6.04
Desconocidos	24	9.05
T o t a l	158	59.62

18.- ¿Porqué medio publicitario se entera con mayor frecuencia de los eventos culturales que promueve la UNAM?

	Frecuencia	%
Periódicos	24	9.06
Gaceta UNAM	70	26.41
Carteles	53	20.00
Boletines	7	2.64
Amigos	4	1.51
T o t a l	158	59.62

19.- ¿ Considera adecuada la publicidad que se da a los eventos - culturales ofrecidos por la UNAM?

	Frecuencia	%
S í	90	33.96
N o	68	25.66
T o t a l	158	59.62

20.- ¿ Sabe usted que a la presentación de su credencial tiene derecho a un descuento?

	Frecuencia	%
S í	138	52.07
N o	20	7.55
T o t a l	158	59.62

21.- ¿ Como se enteró de que tiene derecho a ese descuento?

	Frecuencia	%
Al leer o escuchar alguna publicidad de un espectáculo.	57	21.51
En la taquilla de boletos	31	11.70
Por comentario de un maestro.	7	2.64
Por un compañero	23	8.68
Yo lo pregunté	20	7.54
T o t a l	138	59.07

22.- ¿ Considera adecuada la difusión que se da dentro de la FCA a los eventos culturales que promueve la UNAM?

	Frecuencia	%
S í	87	32.83
N o	71	26.79
T o t a l	158	59.62

23.- Los precios de dichos eventos a su juicio son:

	Frecuencia	%
Caros	138	52.07
Regulares	8	3.02
Baratos	12	4.53
T o t a l	158	59.62

24.- ¿ Como considera los precios de estos eventos en relación a a eventos similares que presentan otras compañías?

	Frecuencia	%
Más bajos	138	52.07
Iguales	8	3.02
Más altos	12	4.53
T o t a l	158	59.62

25.- ¿ Estaría usted dispuesto a pagar un precio mayor que los - actuales por una mejor calidad de los eventos culturales que presenta la UNAM?

	Frecuencia	%
S Í	122	46.04
N o	36	13.58
T o t a l	158	59.62

26.- Indique usted en cuál de estas actividades es necesaria mayor atención para elevar su calidad:

	Frecuencia	%
Teatro	51	19.24
Música folklórica.	16	6.04
Todos .	17	6.41
Cine	14	5.28
Danza	7	2.64
Pintura	5	1.88
Poesía	4	1.51
Todas están bien	4	1.51
No contestaron	64	24.15

27.- ¿ Dentro de las actividades culturales que promueve la UNAM, encuentra alternativas para presenciar su actividad artística — preferida?

	Frecuencia	%
Siempre que lo busco	39	14.72
Casi siempre	57	21.51
En contadas ocasiones	56	21.13
Nunca	6	2.26
Total	158	59.62

28.- En su opinión ¿Los centros donde se presentan los diferentes — eventos culturales se localizan en lugares de fácil acceso?

	Frecuencia	%
S í	107	40.38
N o	51	19.24
T o t a l	158	59.62

29.- Considera usted que la acústica de estos recintos es:

	Frecuencia	%
Muy buena	27	10.19
Buena	95	35.85
Regular	28	10.56
Mala	8	3.02
T o t a l	158	59.62

30.- Con relación a la visibilidad que tienen, usted la considera:

	Frecuencia	%
Muy buena	25	9.43
Buena	109	41.13
Regular	24	9.06
T o t a l	158	59.62

31.- Al asistir a los espectáculos que promueve la UNAM la atención que ha recibido por parte del personal - que ahí labora ha sido:

	Frecuencia	%
Muy buena	17	6.41
Buena	96	36.23
Regular	37	13.96
Mala	8	3.02
T o t a l	158	59.62

32.- En su opinión el nivel cultural del estudiante de la FCA es:

	Frecuencia	%
Alto	12	4.53
Medio	100	37.73
Bajo	46	17.36
T o t a l	158	59.62
¿Porqué?		
No existe interés por parte de la comunidad por elevar la cultura.	51	19.24
No hay educación en casa	8	3.02
Falta de información	15	5.66
Por falta de recursos económicos.	9	3.39
Falta de tiempo para superarse culturalmente	11	4.15
No contestaron	64	24.15
T o t a l	158	59.62

33.- Ud. que no ha asistido a ningún evento cultural que ofrece la UNAM, ¿Ha intentado asistir alguna vez?

	Frecuencia	%
S I	81	30.56
N o	26	9.81
T o t a l	107	40.37

34.- ¿Que problemas ha encontrado al intentar ir a presenciar estos espectáculos?

	Frecuencia	%
Los precios son altos	3	1.13
Hay problemas de transporte .	28	10.56
Hay incompatibilidades en los eventos con respecto a sus actividades.	66	24.90
No son de su agrado	10	3.78
T o t a l	107	40.37

35.- ¿Considera usted que la calidad de estos eventos es mala?

	Frecuencia	%
S í	12	4.52
N o	95	35.85
T o t a l	107	40.37

36.- Si contesto que si, indique las causas.

	Frecuencia	%
No contestaron	12	4.52
T o t a l	12	4.52

37.- ¿Considera que estos eventos están a la altura de otros ofrecidos por otras compañías?

	Frecuencia	%
S í	85	32.08
N o	16	6.03
No contestaron	6	2.26
T o t a l	107	40.37

38.- Si su respuesta fué negativa indique porqué:

	Frecuencia	%
Falta material para lograr su objetivo.	2	.75
Porque el personal es <u>ine</u> ficiente:	2	.75
No contestaron	12	4.53
T o t a l	16	6.03

39.- Si no ha intentado asistir a estos eventos, indique usted las causas.

	Frecuencias	%
No tiene tiempo suficiente	51	19.24
Considera de mala calidad los espectáculos	3	1.13
No le interesan los eventos que se promueven	4	1.51
Son incompatibles con su tiempo libre	29	10.94
No contestaron	20	7.55
T o t a l	107	40.37

40.- En su opinión que se tendría que atender para que estos eventos
tuvieran mayor aceptación.

	Frecuencia	%
Horarios	48	18.11
Calidad	6	2.26
Tipos de espectáculos	8	3.02
Recintos donde se pre sentan.	13	4.91
Publicidad	30	11.32
No contestaron	2	.75
T o t a l	107	40.37

ANALISIS E INTERPRETACION DE LOS RESULTADOS.

Para el cálculo de los porcentajes en los resultados de cada pregunta de esta investigación, se ha tomando como base el 100% de la población, o sea las 265 personas entrevistadas. La presentación de cuadros y gráficas se hizo tomando por separado tanto las frecuencias como los porcentajes de cada uno de los grupos que conforman la población (personas que conocen los eventos y han asistido a ellos, que no los conocen, etc.), con el objeto de señalar específicamente la porción de la población a que está dirigida cada pregunta).

Las preguntas 1,2,3,4,5, y 6 tienen como objetivo indicar que la aplicación de la encuesta se realizó en forma homogénea de acuerdo a las características que presenta el universo, así como determinar la licenciatura que cursan los estudiantes encuestados, el sexo y los rangos de edad más frecuentes de la comunidad de la FCA.

Esta agrupación pretende evitar la repetición al analizar cada una de dichas preguntas por la similitud de su objetivo.

La tabla No. 1 presenta los porcentajes que se aplicaron a cada uno de los grupos que forman la muestra: Profesores 3.77%, estudiantes 93.97% y empleados administrativos 2.26%.

En la tabla No. 2 se observa que de los 249 estudiantes entrevistados, el 49.83% cursan la licenciatura de Contaduría y el 4.14% la licenciatura de Administración.

La tabla No. 3 presenta los porcentajes aplicados a los estudiantes de los siguientes semestres: 2o. semestre el 28.31% 4o. semestre el 22.64%, 6o. semestre el 22.64% y 8o. semestre el 20.38%.

En la tabla No. 4 se observa que el 55.47%, son del sexo masculino y el 44.53% son del sexo femenino. Se puede apreciar que los porcentajes encontrados entre un sexo y otro son casi iguales, lo cuál permitirá obtener opiniones de ambos sexos en la misma proporción en las preguntas siguientes.

La tabla No. 5 presenta los siguientes rangos de edad: de 18 a 21 años 30.94%, de 22 a 25 años 52.83%, de 26 a 29 años -- 8.30%, de 30 a 35 años 4.90%, de 36 a 40 años .76% y más de 40 años 2.27%. Se observa que el rango de edad más frecuente es de 22 a 25 años, siendo un 5.83%; si a este se suma el rango de 18 a 21 años, daría un 83.77%, lo cual indica que la comunidad de la FCA está compuesta por gente joven.

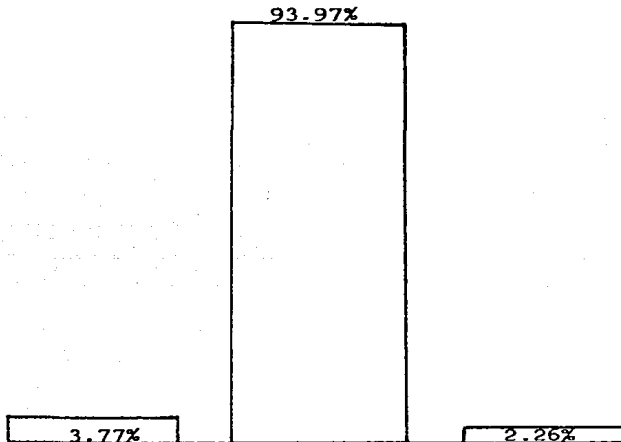
La tabla No. 6 indica que del total de encuestados (265 Personas), el 49.05% pertenece al turno matutino y el 50.95% al turno vespertino.

Como puede apreciarse, la homogeneidad pretendida en la aplicación de estas 6 preguntas es real ya que así lo demuestran los resultados obtenidos en la encuesta.

Los porcentajes de las preguntas anteriores se pueden visualizar en las gráficas correspondientes.

G R A F I C A No. 1

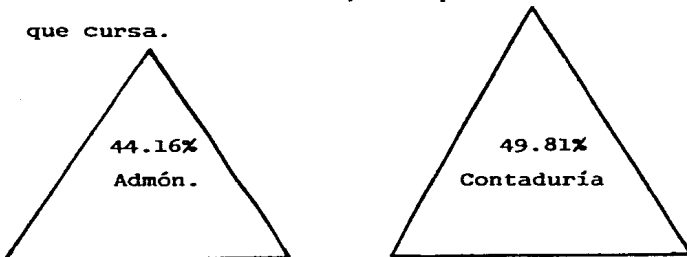
1.- Señale cuál es su actividad dentro de la FCA.



1.- Profesor	3.77%
2.- Estudiante	93.97%
3.- Empleado administrativo	2.26%

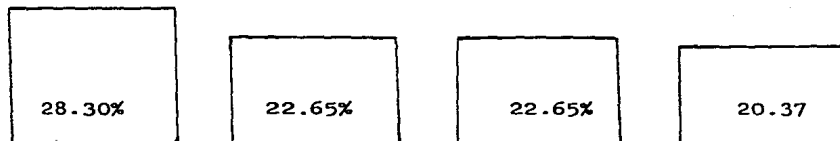
G R A F I C A No. 2

2.- Si usted es estudiante, indique la licenciatura que cursa.



G R A F I C A No. 3

3.- Señale que semestre estudia actualmente.



1.- 20. Semestre 28.30%

3.- 60. Semestre 22.65%

2.- 40. Semestre 22.65%

4.- 80. Semestre 20.37%

G R A F I C A No. 4

4.- Indique el sexo al que pertenece.

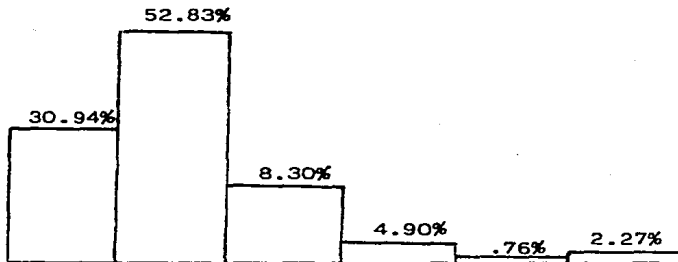


1.- Masculino 55.47%

2.- Femenino 44.53%

G R A F I C A No. 5

5.- Señale el rango de edad en el que se encuentra.



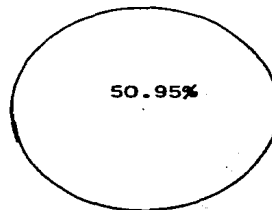
- | | | | |
|------------------|--------|--------------------|-------|
| 1.- 18 a 21 años | 30.94% | 4.- 30 a 35 años | 4.90% |
| 2.- 22 a 25 años | 52.83% | 5.- 36 a 40 años | .76% |
| 3.- 26 a 29 años | 8.30% | 6.- Más de 40 años | 2.27% |

G R A F I C A No. 6

6.- Señale el turno en el cual desarrolla sus actividades.



1.- Matutino 49.05%



2.- Vespertino 50.95%

Con la pregunta No. 7, se buscó tener una idea aproximada del promedio de ingresos con que cuenta la mayor parte de la población de la FCA, para determinar si su capacidad económica le permite asistir a eventos culturales. Al analizar los resultados obtenidos representados en la tabla No. 7, se puede ver que el mayor porcentaje, o sea 25.28% de los encuestados tiene ingresos mensuales entre 0 y - \$ 3,000. Si se suma este rango y los dos siguientes (de \$ 3,001 a \$8,000 y de \$,001 a \$15,000), se obtiene un porcentaje de 51.32%.

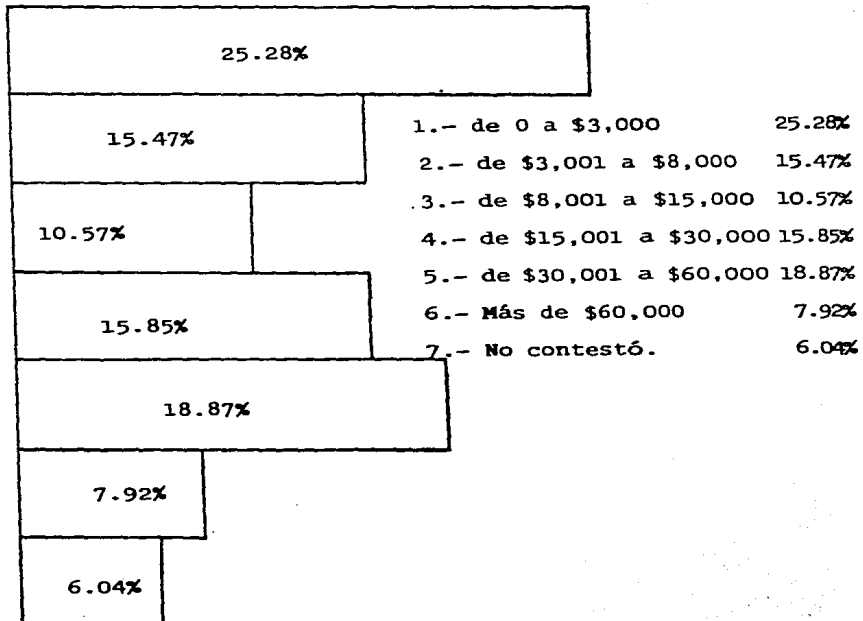
Puede apreciarse que más de la mitad de los estudiantes no trabaja y que recibe de su familia solamente lo necesario para cubrir sus gastos escolares.

En los rangos subsecuentes se encuentran los siguientes resultados: de \$ 15,001 a \$30,000 un 15.85%, de \$30,001 a \$60,000 un 18.87% y más de 60,000 un 7.92%, lo cual da un total de 42.64% de la comunidad de la FCA que trabaja y percibe ingresos fijos. Se obtuvo también un 6.04% que no contestó.

A continuación se presenta la gráfica que muestra esquemáticamente los resultados obtenidos.

GRAFICA No. 7

7.- Especifique el monto de sus ingresos.

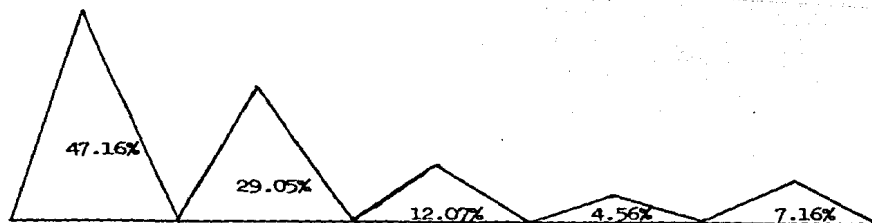


La pregunta NO. 8 pretende determinar cual es el porcentaje que asigna la comunidad de la FCA para asistir a actividades culturales, encontrando al tabular, los siguientes resultados: el 47.16% asigna de 0 a 5%, el 29.05% asigna del 6 al 10%, el 12.07% del 11 al 15%, el 4.55% asigna más del 15% y el 7.16, no contesto.

Se observa que el rango del 0 al 5% presenta la mayor frecuencia con el 47.16% contra la menor, más del 15% con un 4.56%

G R A F I C A N o . 8

8.- ¿Qué porcentaje aproximado de sus ingresos destina a -
asistir a actividades culturales?

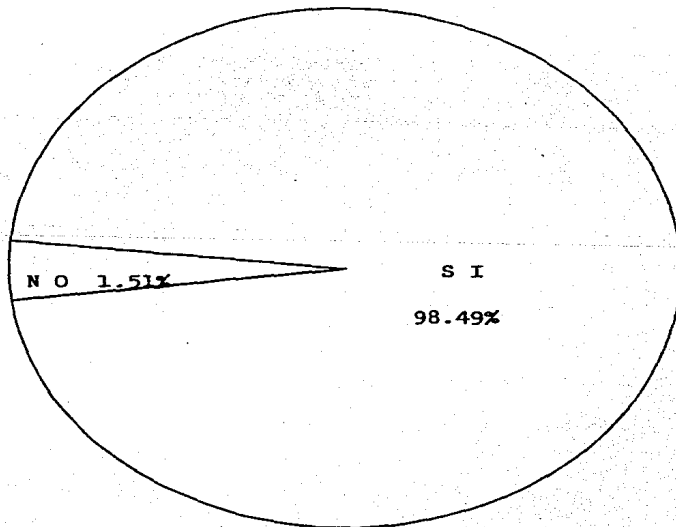


1.- de 0 a 5%	47.16%	4.- Más del 15%	4.56%
2.- del 6 al 10%	29.05%	5.- No contesto	7.16%
3.- del 11 al 15%	12.07%		

Con la pregunta No. 9, se pretende ver si se tiene conciencia de la importancia que como complemento de la formación integral de los profesionistas o futuros profesionistas tiene el asistir a eventos culturales.

Los resultados presentados en la tabla No. 9, indican que de los 265 encuestados, 261 o sea el 98.49% están conscientes de dicha importancia y solo 4 personas que representan el 1.51% no le dan valor alguno.

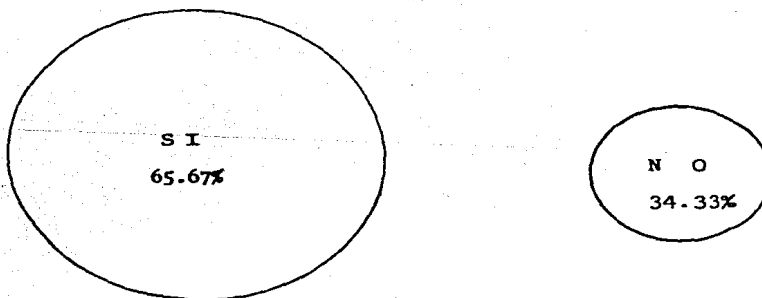
G R A F I C A No. 9



En la pregunta No. 10 se busca determinar si la comunidad de la FCA está enterada de que la UNAM a través de la Dirección General de Difusión Cultural promueve eventos culturales para coadyuvar a una mayor preparación de los profesionistas; encontrándose los siguientes resultados: el 65.67%, sí conoce los eventos culturales que promueve la UNAM y el 34.33% no. Ver gráfica No. 10.

G R A F I C A No. 10

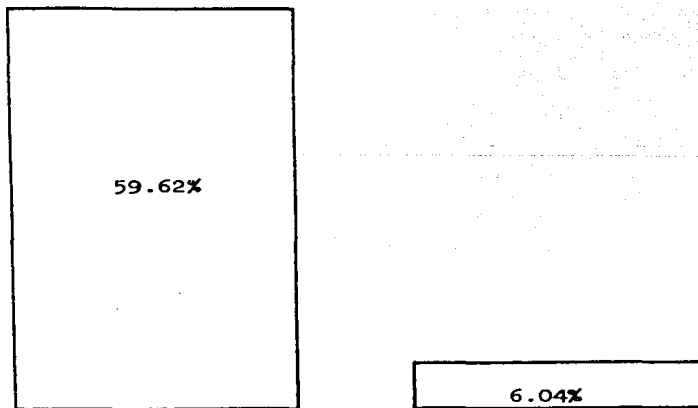
10.- ¿Conoce usted los eventos culturales que promueve la UNAM?



La pregunta No. 11, pretende determinar que porcentaje de las personas entrevistadas conocen los eventos (ver tabla NO. 10) y ha asistido a ellos, encontrando que del 65.67% que si los conoce, ha asistido a presenciarlos el 59.62% y el 6.05% no, lo cuál muestra que los estudiantes que conocen dichos eventos en sumayoría los aprovechan. Ver gráfica — No. 11.

GRA F I C A No. 11

11.- ¿ Ha asistido a estos eventos?



1.- Sí 59.62%

2.- No 6.04 %

La pregunta No. 12 busca conocer cuál de los espectáculos que promueve la Dirección General de Difusión Cultural, tiene mayor aceptación dentro de la comunidad objeto de este estudio.

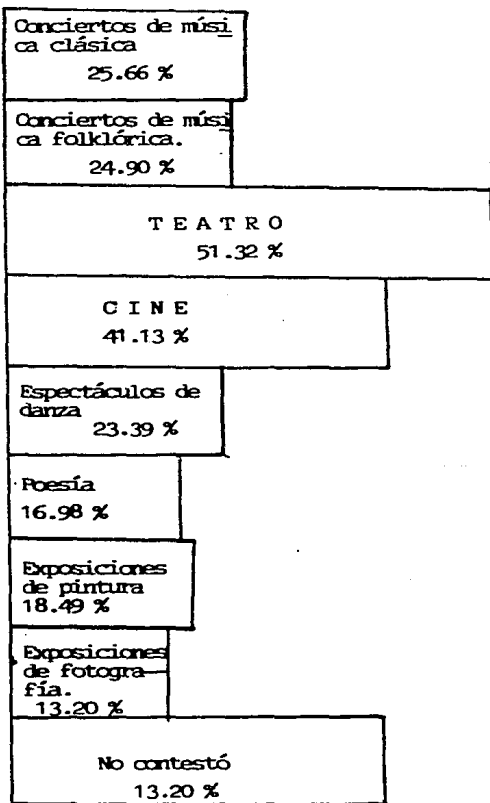
Tomando en cuenta el orden de importancia que reflejan los resultados representados en la tabla No. 12, se observa que el más importante es el teatro con un 51.32%, siguiéndole cine con 41.13%, conciertos de música clásica 25.66%, conciertos de música folklórica 24.90%, espectáculos de danza 23.39%, exposiciones de pintura 18.49%, poesía 16.98% y exposiciones de fotografía 13.20%.

Por otra parte, 37.36% de los encuestados se abstuvieron de contestar.

Puede apreciarse que el teatro y el cine son los eventos culturales más frecuentados.

GRAFICA No. 12

12.- Indique el tipo de evento cultural al que asiste más a menudo. (Puede marcar más de una opción según el orden de importancia)

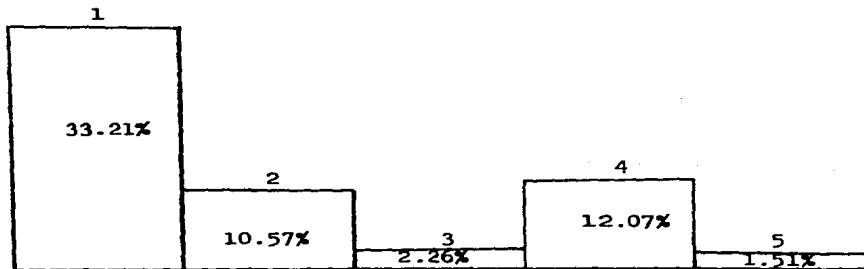


En la pregunta No. 13 se trata de determinar la frecuencia con que la mayoría de la comunidad de la FCA, asiste a los eventos culturales.

En la tabla No. 13 se observa que el 33.21% asiste de 1 a 2 veces al mes, 10.57% de 3 a 4 veces al mes, 2.26% asiste mas de 4 veces al mes, el 12.07 en forma esporádica y el 1.51% no contestó; por tanto la opción que más se señaló fué la de 1 a 2 veces al mes con un 55.70%. Ver la gráfica correspondiente.

G R A F I C A N o . 1 3

13.- ¿Con qué frecuencia asiste a los eventos culturales?



- 1.- de 1 a 2 veces al mes
- 2.- de 3 a 4 veces al mes
- 3.- Más de 4 veces al mes.

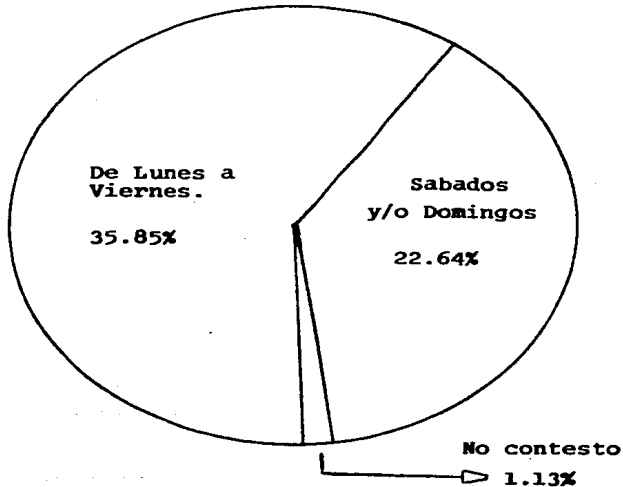
- 4.- En forma esporádica
- 5.- No contestó.

En la pregunta No. 14 tiene como objetivo conocer cuales son los días en que prefieren asistir a los eventos culturales - que promueve la UNAM, presentandose que el 35.85% asiste de lunes a viernes, el 22.64% asiste sabados y/o domingos y un - 1.13 % no contestó.

Se puede observar en estos resultados que la mayor preferencia es entre semana, lo cual se puede deber a que al presentarse a sus clases o trabajo se encuentran una gran mayoría de auditorios de la UNAM donde se presentan estos eventos. - VER gráfica No. 14.

G R A F I C A No. 14.

14.- Señale los días que destina para asistir a eventos que promueve la UNAM.



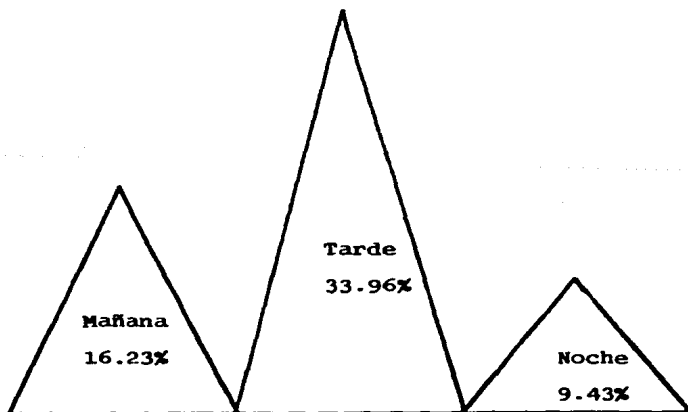
Con la pregunta No. 15, se pretendió determinar cuál es el horario más cómodo para la comunidad de la FCA para asistir a eventos culturales obteniéndose los siguientes resultados: Mañana 16.23%, tarde 33.96% y noche 9.43%.

Puede observarse que del 59.62% de entrevistados que si han asistido a los eventos culturales (ver tabla 11), el 33.96% prefiere asistir en la tarde a dichos eventos.

Dicha preferencia pudiera deberse a que como no todos cuentan con auto propio y tienen que trasladarse a lugares a veces - muy distantes para llegar a sus domicilios, con este horario llegaría relativamente temprano. Ver gráfica.

G R A F I C A No. 15

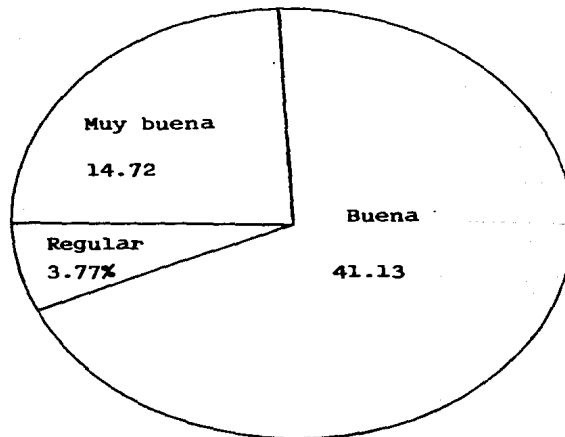
15.- ¿En que horario asiste preferentemente a esos eventos?



El objetivo de la pregunta No. 16 fué conocer a través de la opinión de la comunidad de la FCA cuál es la calidad de los eventos que presenta la UNAM, encontrándose los siguientes resultados: Muy buena 14.72%, buena 41.13% y regular 3.77%

Se encontro que la calificación de dichos eventos es buena ya que si se suman los porcentajes de muy buena y buena, da un 55.85, es decir que si se tomara la fracción de los que si asisten a dichos eventos (158 personas) como un 100%, se tendría un 93.67% que opinara que la calidad es buena.

G R A F I C A N o . 1 6

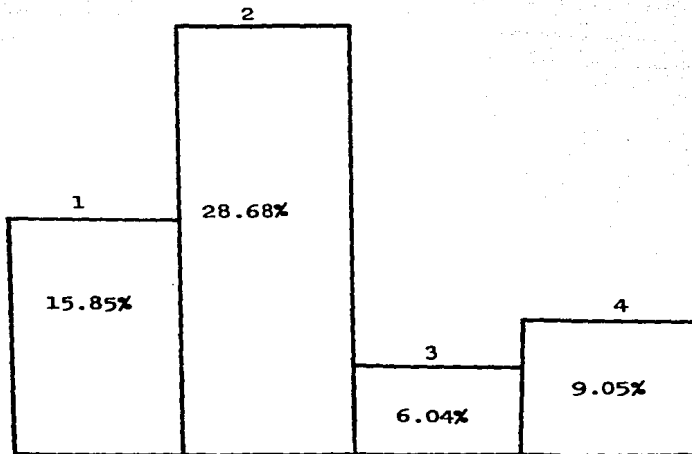


16.- ¿Como cataloga la calidad de los eventos culturales que promueve la UNAM?.

Con la pregunta No.17 se buscó saber cuál es la opinión que se tiene acerca de los artistas que se presentan en los eventos culturales que promueve la Dirección General obteniéndose los siguientes resultados:

Son conocidos 15.85%, poco conocidos 28.68%, con renombre 6.04% y desconocidos 9.05%. Se aprecia que la opción poco conocidos obtuvo la mayor frecuencia con un 28.68% del total de encuestados; el hecho de que la presentación de artisteas de poco renombre sea mayor se debe en ocasiones a que algunos estudiantes colaboran actuando en estos eventos, sin que esto demerite la calidad de los mismos por no ser artistas de gran prestigio. Esto puede confirmarse con los resultados de la tabla No. 16 que presentó solamente un 3.77% de calidad regular, lo que demuestra que la calidad de los eventos es buena, en términos generales.

A continuación se presenta la gráfica 17 que muestra esquemáticamente la proporción de los resultados.

GRAFICA No. 17

17.- Los artistas que se presentan a estos eventos son a su juicio:

1.- Conocidos

3.- Con renombre

2.- Poco conocidos

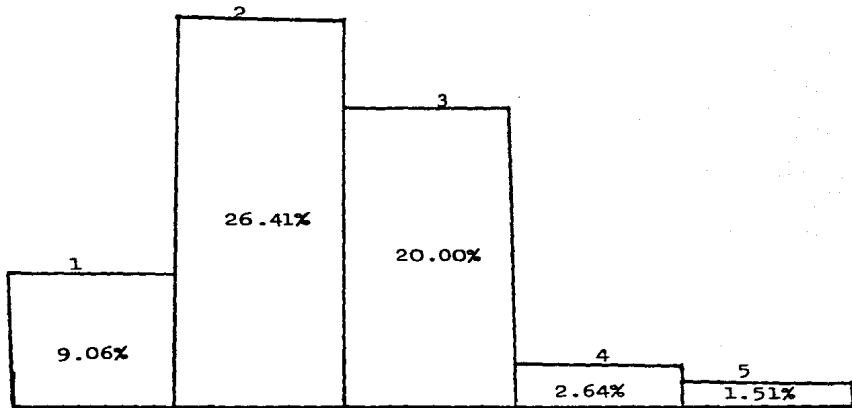
4.- Desconocidos

La pregunta No. 18, tuvo como finalidad conocer cuál es el medio publicitario más frecuente a través del que se consultan los eventos culturales que se presentan, obteniendo se los siguientes resultados: periódicos 9.06%, Gaceta de UNAM 26.41%, carteles 20.00%, boletines 2.64% y amigos — 1.51%.

Se observa que el medio de publicidad más consultado es la GACETA de la UNAM con un 26.41%, y en segundo lugar — los carteles con un 20%; estos resultados pueden atribuirse a que no tienen ningún costo para la comunidad de la FCA y en general para toda la comunidad Universitaria ya que son gratuitos y su distribución se realiza en periodos relativamente cortos, brindando de esta forma la UNAM la información de diversos tipos de sucesos y hechos entre los cuales se pueden contar los eventos culturales — que promueve. Consultar gráfica No. 18.

G R A F I C A No. 18

18.- ¿Porqué medio publicitario se entera con mayor frecuencia de los eventos culturales que promueve la UNAM?



1.- Periódicos 9.06%
2.- Gaceta UNAM 26.41%
3.- Carteles 20.00%

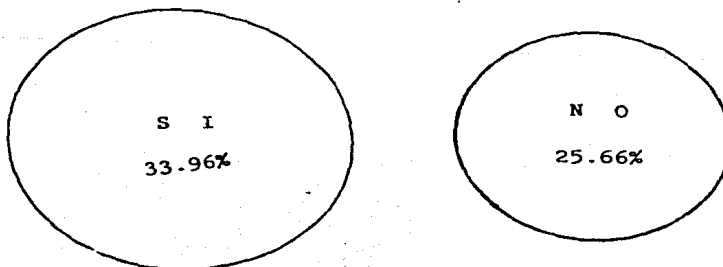
4.- Boletines 2.64%
5.- Amigos 1.51%

En la pregunta No. 19 se pretende saber si se considera adecuada la publicidad que realiza la D.G.D.C., encontrándose que el 33.96% señalaron la opción "Sí" y el 25.66% la opción "No" .

Se observa que los encuestados que respondieron que no es adecuada la publicidad, es un porcentaje considerable ya que representa el 43.04% de los 158 que han asistido a los eventos culturales; esta situación puede solamente atribuirse a que no hay interés por conseguir las gacetas o ver los carteles, ya que como se ha dicho estos son gratuitos.

G R A F I C A N O. 19

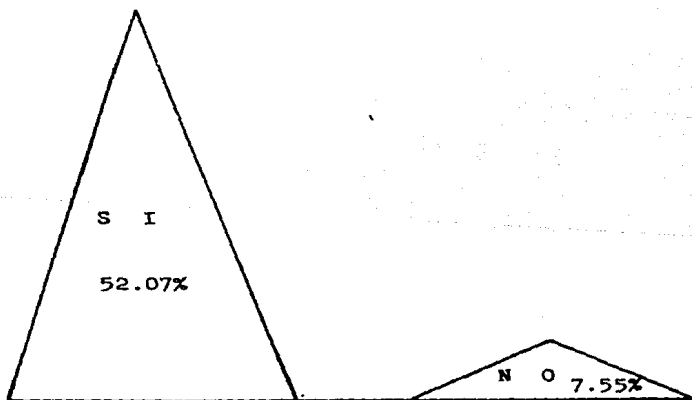
19.- ¿Considera adecuada la publicidad que se da a los eventos culturales ofrecidos por la UNAM?



El objetivo de la pregunta No. 20 es saber si la comunidad de la FCA, está enterada de que al asistir a los eventos culturales que presenta la UNAM, con la presentación de su credencial obtienen un descuento.

Se encontró que la mayor parte de la comunidad si está enterada de dicho descuento, ya que así lo presenta la tabla correspondiente, en la que se aprecia que el 52.07% de un total de 265 encuestados a este respecto, sí saben de dicho descuento y solo el 7.55% no está enterado. Ver gráfica.

G R A F I C A No. 20



20.- ¿Sabe usted que a la presentación de su credencial tiene derecho a un descuento?

La pregunta No. 21 tiene como finalidad determinar porque medio se enteró la comunidad de la FCA del descuento que ofrece la UNAM en la presentación de algunos eventos culturales con la presentación de su credencial ya sea de estudiante, profesor o empleado administrativo de la propia UNAM.

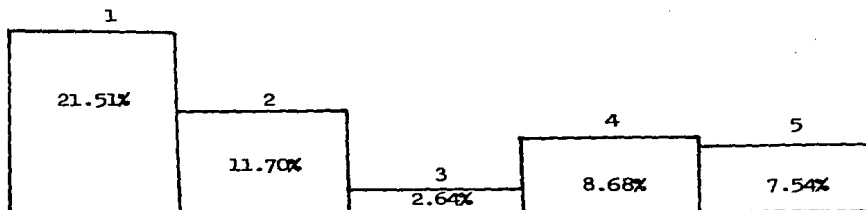
Los resultados obtenidos muestran que se han enterado: al leer o escuchar alguna publicidad de un espectáculo - - 21.51%, en la taquilla de boletos 11.70%, por comentario de un maestro 2.64%, por un compañero 8.68% y yo lo pregunte un 7.54%.

Puede apreciarse que la mayoría se enteró al leer la pu-- blicidad de los eventos que se presentan, donde se obtuvo el 21.51% de 265 personas encuestadas.

G R A F I C A No. 21

21.- ¿Como se enteró de que tiene derecho a ese descuento?

- | | |
|---|----------------------|
| 1.- Al leer o escuchar alguna
publicidad de un espectáculo | 4.- Por un compañero |
| 2.- En la taquilla de boletos | 5.- Yo lo pregunté |
| 3.- Por comentario de un maestro. | |



Con la pregunta No. 22 se busca corroborar la pregunta No. 19, - en la que se preguntó si es adecuada la publicidad que se da a los eventos culturales, los resultados encontrados son los siguientes: sí un 32.83% y no un 26.79%.

Estos resultados confirman a los encontrados en la pregunta 19 ya que la diferencia que se presenta entre ambas es mínima como se puede observar en el cuadro comparativo de ambas, el cual se presenta a continuación, -- quedando excluida la gráfica por ser similares los resultados de esta pregunta.

Pregunta	Respuesta.	
	sí	no
19	33.96%	25.66%
22	32.83%	26.79%
Diferencia	1.13%	- 1.13%

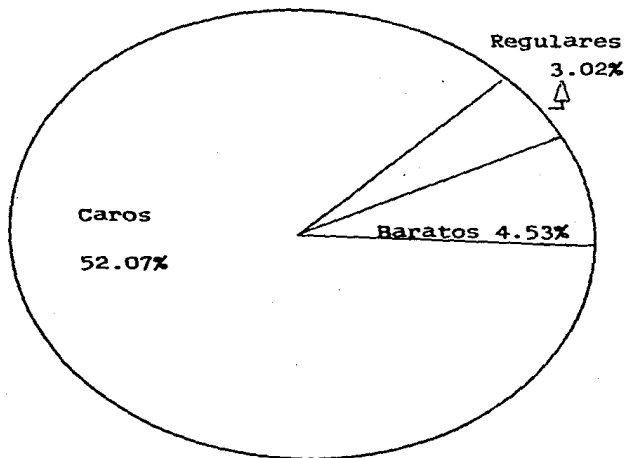
La pregunta No. 23 se aplicó para conocer cuál es la opinión de la comunidad de la FCA acerca del precio de los eventos culturales que presenta la UNAM.

Los resultados obtenidos muestran que "caros" obtuvo un -- 52.07%, regulares 3.02% y baratos 4.53%.

Se observa que la opción precios caros obtuvo la mayor frecuencia 52.07% del 59.62% como total.

Este resultado se considera ilógico ya que la D.G.D.C., determina precios que cubran solamente los gastos que originan los eventos que presenta, sin ser su objetivo buscar lucro a través de los mismos. Ver la gráfica No. 23.

G R A F I C A No. 23



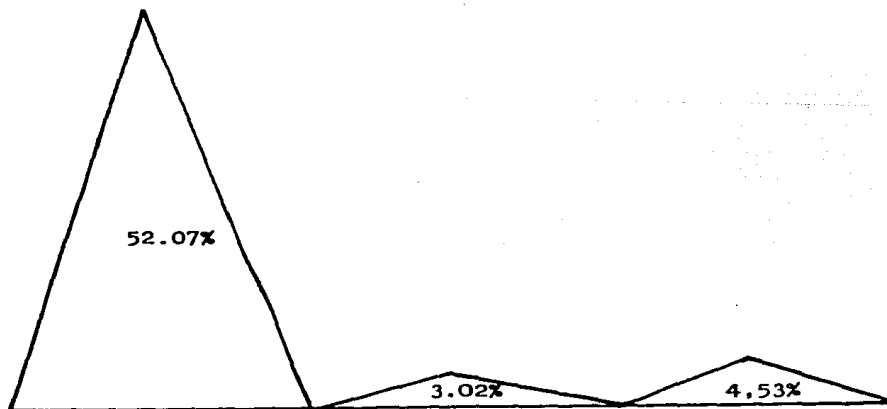
23.- Los precios de dichos eventos a su juicio son:

La finalidad al aplicar la pregunta No. 24 fué poder hacer -- una comparación de los precios que ofrece la UNAM y los -- que ofrecen las compañías de la iniciativa privada para así determinar si los precios de los eventos culturales que se analizan en el presente estudio son caros o baratos.

De acuerdo a los datos obtenidos en la aplicación de la encuesta, se tienen que la opción más bajos obtuvo 52.07%, iguales un 3.02% y más altos un 4.53%.

Puede apreciarse que la opción más bajos obtuvo la mayor -- frecuencia con un 52.07%, lo cual permite afirmar que los precios de los eventos culturales que presenta la UNAM son baratos, y no caros como lo refleja el resultado de la pregunta No. 23, Ver gráfica correspondiente.

G R A F I C A No. 24.



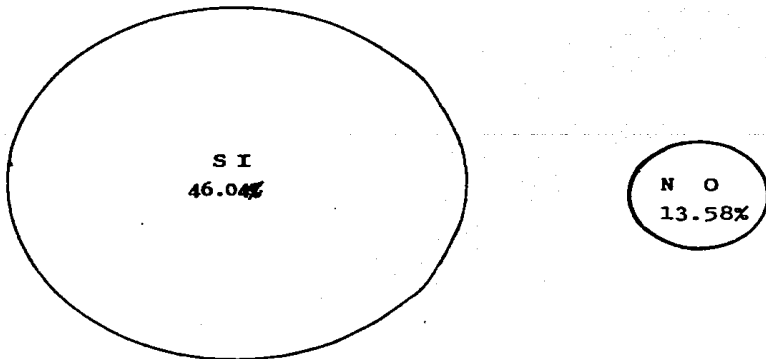
24.- ¿Como considera los precios de estos eventos en relación a eventos similares que presentan otras Cías.

1.- Más bajos	52.07%	3.- Más altos	4.53%
2.- Iguales	3.02%		

El objeto de la pregunta No. 25 fué corroborar que los precios que ofrece la UNAM son baratos por un lado, y por otro saber si desean que sean mejorados los eventos que presenta obteniendose los siguientes resultados: "Sí" un 46.04% y -- "No" un 13.58%.

Se observa que la mayor frecuencia la obtuvo la opción "Si" están dispuestos a pagar un precio mayor, lo cual confirma que los precios que ofrece la UNAM son baratos en relación con los precios de compañías de la iniciativa privada. Ver gráfica No. 25.

G R A F I C A N o . 2 5



25.- ¿Estaría usted dispuesto a pagar un precio mayor que los actuales por una mejor calidad de los eventos culturales que presenta la UNAM?

A través de la pregunta 26 se pretende saber que tipo de evento de los que promueve la UNAM, requiere mejorar su calidad y también cual es el más frecuentado, obteniendo se los siguientes resultados: teatro 19.24%, música folklórica 6.04%, todos 6.41%, cine 5.28%, danza 2.64%, pintura 1.88%, poesía 1.51%, todos están bien 1.51% y no contestaron 24.15%.

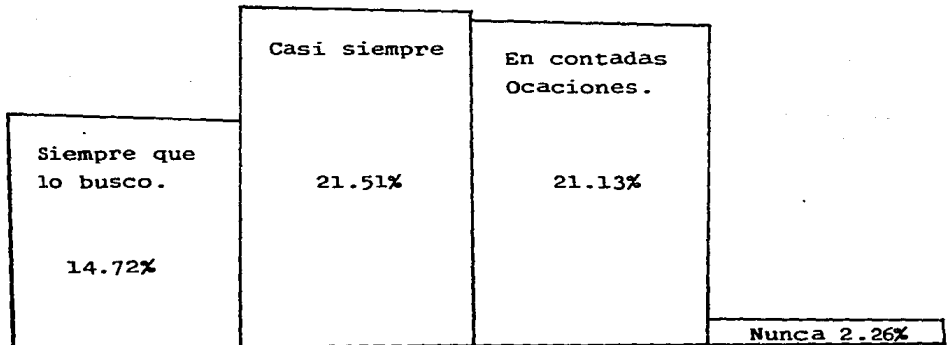
Se puede apreciar que la mayor parte de los encuestados en este punto no contestaron, presentando un 24.15%. Esto puede deberse al número de preguntas de este cuestionario (40 preguntas), aunado al poco tiempo y disponibilidad que brindaron la mayor parte de profesores y estudiantes encuestados para la resolución del mismo. no así los empleados administrativos que ofrecieron una mejor cooperación.

En segundo lugar y con una frecuencia muy superior a las demás opciones la obtuvo "Teatro" con un 19.24% del total; con este resultado podemos concluir que el evento que requiere mejorar su calidad y profesionalismo, es precisamente el teatro, también puede apreciarse que es este el evento más frecuentado. Ver la gráfica correspondiente.

El objetivo de la pregunta No. 27, es saber si la comunidad de la FCA encuentra la actividad artística a la que desea asistir, cuando consulta en las gacetas, boletines, periódicos, etc., obteniéndose los resultados siguientes: Siempre que lo busca 14.72%, casi siempre 21.51%, en contadas ocasiones 21.13% y nunca un 2.26%.

Se observa que la opción que alcanzó una mayor frecuencia, fué "Casi siempre" con un 21.51%, seguida de "En contadas ocasiones" con un 21.13%, lo cuál indica que en términos generales la UNAM presenta eventos culturales variados en cuanto a su tipo y género. Ver gráfica 27.

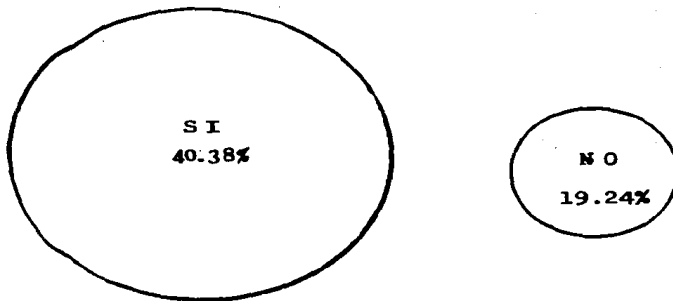
G R A F I C A No. 27



27.- ¿Dentro de las actividades culturales que promueve la UNAM, encuentra alternativas para presenciar su actividad artística preferida?

La pregunta No. 28 tiene por objeto determinar si los centros donde se presentan los eventos culturales de la UNAM, se localizan en lugares de fácil acceso teniendo como resultado "Si" con un 40.38% y "No" con un 19.24%, de lo cual puede determinarse que dichos eventos si son presentados en lugares de fácil acceso, ya que esta alternativa alcanzó un 40.38% de 59.62% total. Ver gráfica.

G R A F I C A No. 28

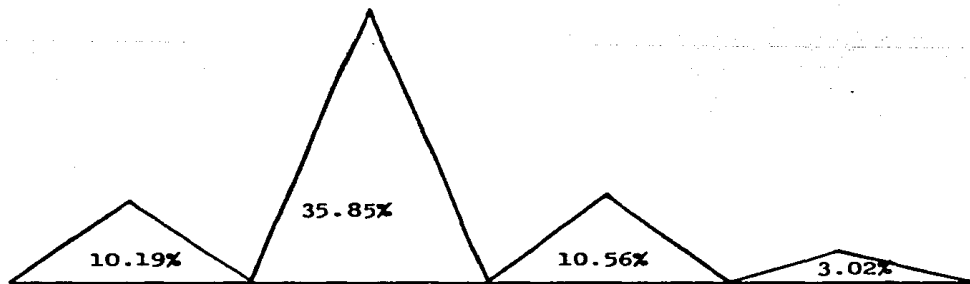


28.- En su opinión ¿Los centros donde se presentan los diferentes eventos culturales se localizan en lugares de fácil acceso?

Con la pregunta No. 29 se pretende conocer la calidad de la acústica que tienen los recintos donde presenta la UNAM sus eventos culturales encontrando como resultado que es "Muy buena" 10.19%, "Buena" 35.85%, "Regular" 10.56% y "Mala" -- 3.02%.

Se observa que la opción "buena" obtuvo el mayor porcentaje 35.85 de 59.62 como total; con este resultado puede afirmarse que la acústica que tienen los recintos mencionados es buena, ya que el porcentaje de encuestados que opinaron que es mala solo fué de 3.02%, lo cuál no es representativo de las personas cuestionadas a este respecto.

G R A F I C A No. 29



29.- Considera usted que la acústica de estos recintos es:

1.- Muy buena	10.09%	3.- Regular	10.56%
2.- Buena	35.85%	4.- Mala	3.02%

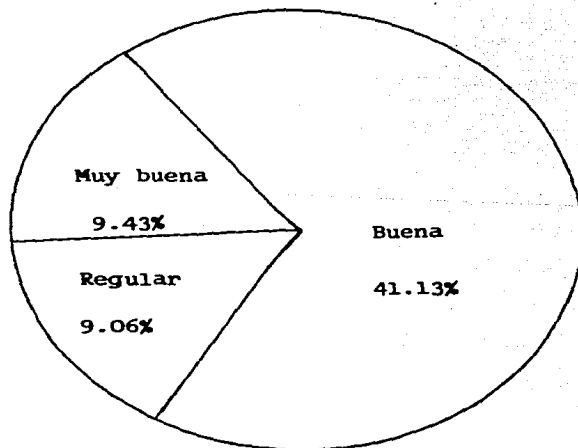
La pregunta No. 30 es una extensión de la pregunta No. 29 - en la cual se pretende saber la opinión que tiene la comunidad de la FCA acerca de la visibilidad que al presenciar los eventos culturales que presenta la UNAM, se puede observar - en los recintos de la misma UNAM.

En esta pregunta se obtuvieron los siguientes resultados:

"Muy buena" 9.43%, "Buena" 41.13% y "Regular" 9.06%.

En la opción "buena" la que obtuvo el mayor porcentaje o sea un 41.13% ya que solo el 10.56% contestó "Regular". Ver gráfica No. 30.

G R A F I C A No. 30



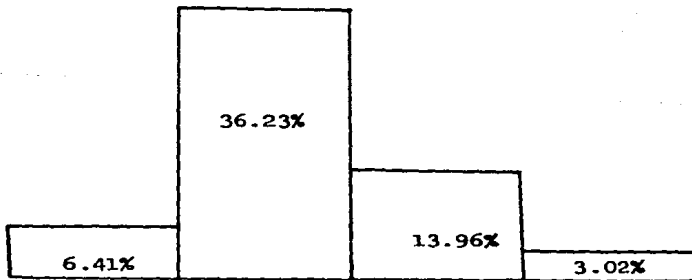
30.- Con relación a la visibilidad que tiene, usted la -
considera:

La pregunta No. 31 es también una extensión de las dos anteriores, en la cual se pretende saber como es la atención que brinda el personal de los recintos universitarios donde son presentados los eventos culturales, encontrándose que el -- 6.41% opinó que es muy buena, el 36.23% que buena, el 13.96% dijo que es regular y el 3.02% que es mala.

Se observa que la atención que brinda el personal es buena, opción a la cuál asignaron los encuestados un 36.23% del -- 59.62% total, encontrando solo el 3.02% que contestó que la atención es mala.

G R A F I C A No. 31

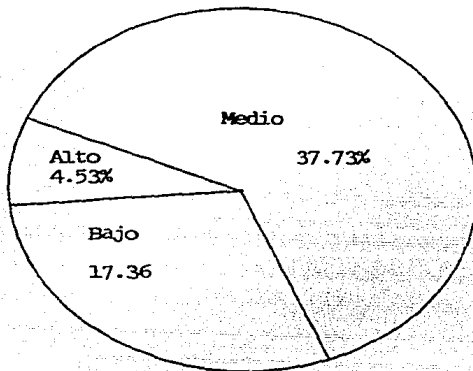
31.- Al asistir a los espectáculos que promueve la UNAM, la atención que ha recibido por parte del personal que -- ahí labora ha sido:



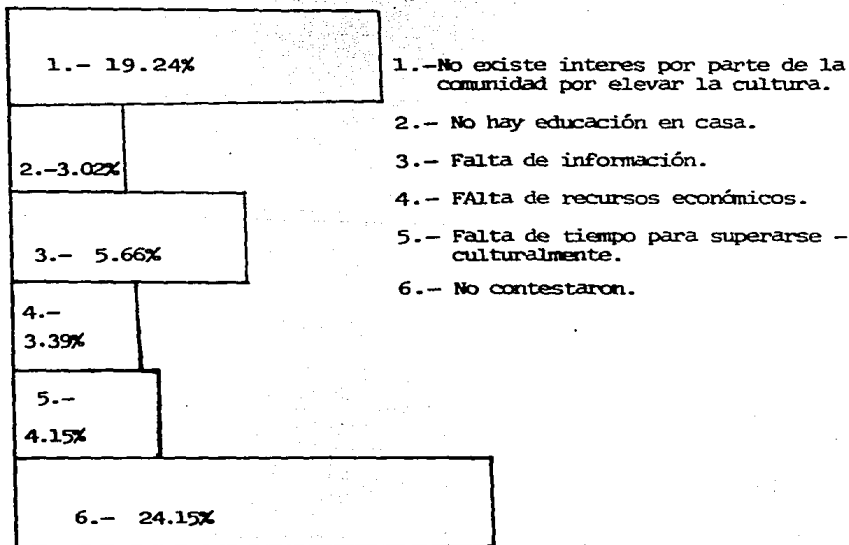
1.- Muy buena	6.41%	3.- Regular	13.96%
2.- Buena	36.23%	4.- Mala	3.02%

Con la pregunta 32 se trata de saber cual es la opinión de la comunidad de la FCA acerca del nivel cultural del estudiante de dicha facultad, encontrandose los siguientes resultados: Nivel cultural alto obtuvo el 4.53%, nivel cultural medio el 37.73% y nivel cultural bajo el 17.36%, lo cual deja apreciar claramente que la opción que más fue señalada fué "Nivel medio", además para esta pregunta se dejó un renglón abierto para que en él expresaran el porqué de sus opiniones, de lo cual resultó lo siguiente: No contestaron 24.15%, No hay interés por elevar su nivel cultural 19.24%, no hay educación en casa 3.02%, falta de información 5.66%, falta de recursos económicos 3.39% y falta de tiempo 4.15%. Concluyendo, se puede decir que la comunidad opina que el nivel cultural del estudiante es medio y la causa principal que se presentó entre otras es, que no hay interés por parte de los mismos estudiantes por cultivarse. Ver gráfica.

32.- En su opinión el nivel cultural del estudiante de la FCA es:



¿ porqué ?

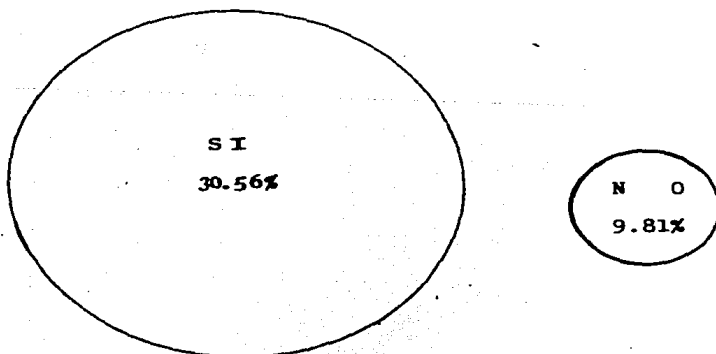


La pregunta No. 33 tiene como objetivo saber si las personas que no han asistido a los eventos, han intentado hacerlo, teniendo como resultado que el 30.56% si han intentado asistir y un 9.81% no lo han hecho.

Se observa que la gran mayoría de las personas que no han asistido a los eventos culturales objeto de este estudio, si han tratado de presenciarlos; los problemas que han encontrado se explican en las siguientes preguntas. Ver gráfica.

G R A F I C A N o . 33

33.- Usted que no ha asistido a ningún evento cultural de los que ofrece la UNAM, ¿Ha intentado asistir alguna vez?



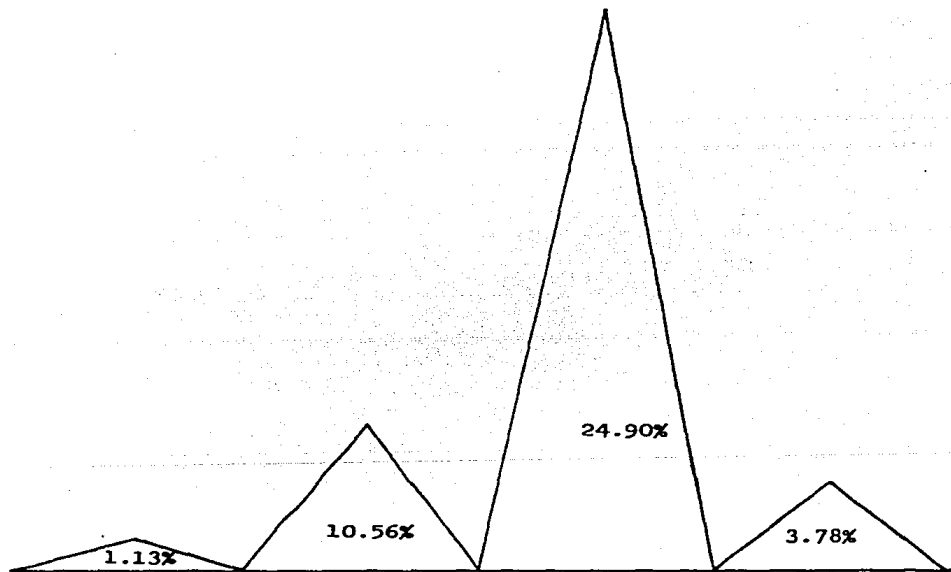
Con la pregunta No. 34 se pretende saber cual es la problemática que han encontrado las personas que no han asistido a los eventos culturales que presenta la UNAM, encontrando las siguientes causas: Los precios son altos 2.80%, problemas de transporte 26.17%, incompatibilidad de los eventos respecto a sus actividades 61.68% y no son de su agrado 9.35%.

Se aprecia claramente que la principal causa es la incompatibilidad de los horarios de los eventos con sus actividades, la cual presenta un 61.68% de los 107 que no han asistido a los eventos, quedando en segundo término los problemas de transporte con un 26.17%.

Este problema de incompatibilidad se puede atribuir a que estas personas trabajan y estudian y son diferentes sus tiempos libres con los horarios de los eventos.

G R A F I C A No. 34

34.- ¿Que problemas ha encontrado al intentar ir a presen-
ciar estos espectáculos?



1.- Los precios son altos 1.13%

2.- Hay problemas de transporte. 10.56%

3.- Hay incompatibilidad en los eventos con respecto a sus actividades. 24.90%

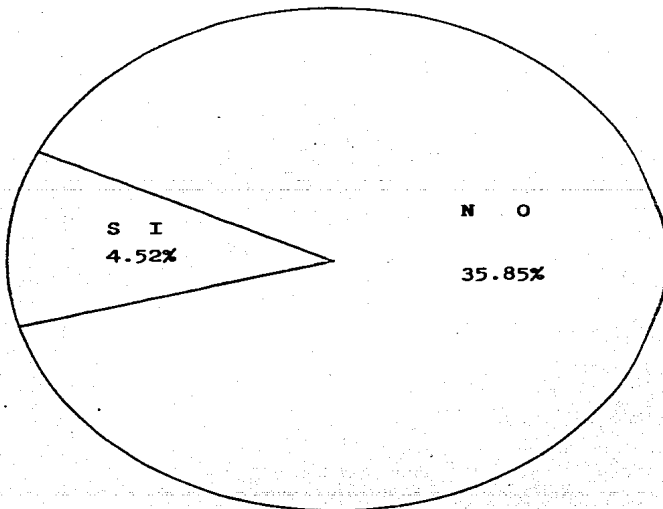
4.- No son de su agrado. 3.78%

El objeto de la pregunta No. 35 es saber que opinión tienen de la calidad de los eventos culturales, por las recomendaciones de compañeros o amigos, encontrándose lo siguiente: "Si es mala" obtuvo el 4.52% y "No es mala" el 35.85%.

Con esto se puede afirmar que la imagen que tienen los eventos culturales que presenta la UNAM es buena. Ver gráfica.

G R A F I C A No. 35

35.- Considera Usted que la calidad de estos eventos es mala?



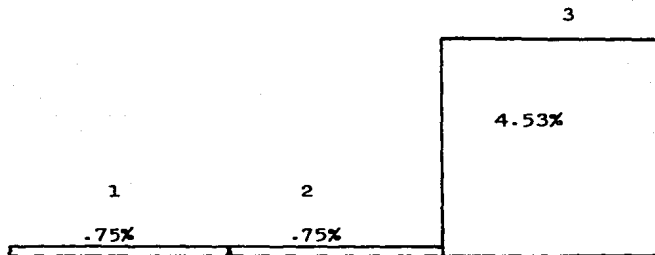
La pregunta 36 fué abierta para saber porqué causas consideraba mala la calidad de los eventos culturales; debido a que enla pregunta anterior la mayor parte de los encuestados opinó lo contrario en esta pregunta no contestaron, confirmandose de esta manera la buena imagen de dichos eventos. Dados los resultados anteriores, en esta pregunta no se presenta gráfica alguna.

La pregunta No. 38 se hizo abierta con el fin de recoger las opiniones acerca de que no están estos eventos a la altura de otros ofrecidos por compañías de la iniciativa privada - y se encontró el siguiente resultado: falta de material para lograr su objetivo .75%, el personal es ineficiente .75% y no contestaron 6.03%.

Aunque las dos causas marcadas tienen un porcentaje tan pequeño, puede ser indicios de pequeñas fallas en relación a la presentación de dichos eventos, debido a que los recursos destinados a este objetivo son limitados en la UNAM no así en las compañías de la iniciativa privada. Ver gráfica.

38.- Si la respuesta fue negativa indique porqué

- 1.- Falta de material para lograr su objetivo
- 2.- Porque el personal es ineficiente
- 3.- No contestaron.



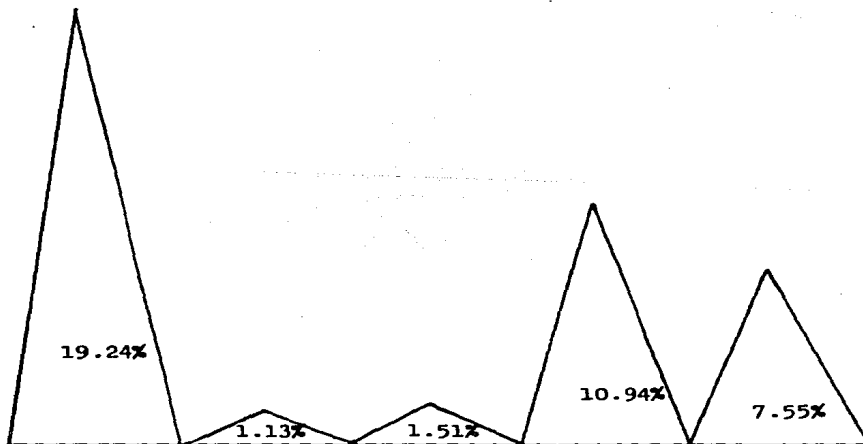
En la pregunta No. 39 se busca saber las causas por las cuales no han intentado siquiera asistir a los eventos culturales de la UNAM, presentandose los siguientes resultados:

No tienen tiempo suficiente 47.66%, considera de mala calidad los espectáculos 2.81%, no le interesan los eventos que se promueven 3.74%, son incompatibles con su tiempo libre - 27.10% y no contestaron 18.64%.

Se aprecia claramente que la principal causa es por no tener tiempo suficiente, ya que fué la que mayor frecuencia obtuvo con 47.66% de 158. VEr gráfica.

G R A F I C A No. 39

39.- Si no ha intentado asistir a estos eventos, indique las causas.



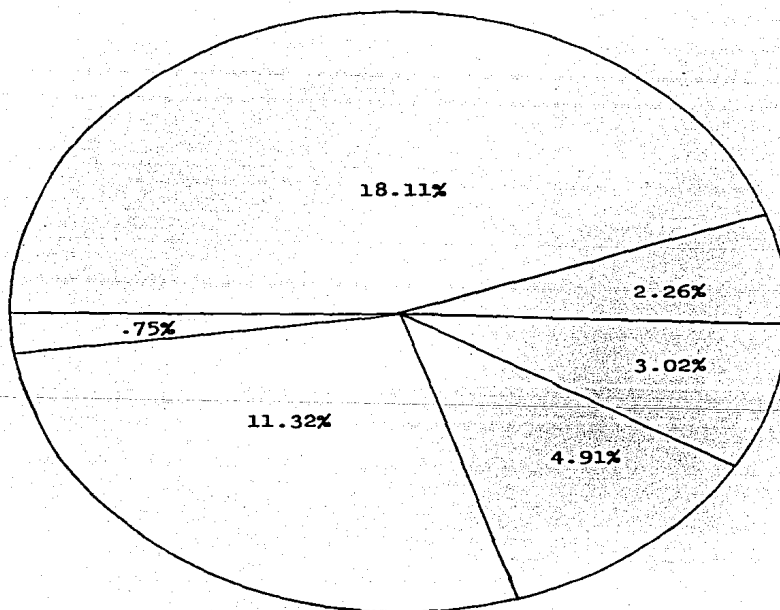
1. No tiene tiempo suficiente	19.24%	3.- No le interesan los eventos que se promueven.	1.51%
2.- Considera de mala calidad los espectáculos	1.13%	4.- Son incompatibles con su tiempo libre	10.94%
5.- No Contestaron	7.55%		

La pregunta No. 40 busca otros aspectos que pudieran mejorarse con respecto a los eventos culturales que presenta la UNAM; de acuerdo con la opinión de los encuestados se encontraron los resultados siguientes: Horarios 18.11%, calidad 2.26%, tipos de espectáculos 3.02%, recintos donde se presentan 4.91%, publicidad 11.32% y no contestaron .75%. Se aprecia claramente que el aspecto que principalmente se señala, es el horario de los eventos, el cual obtuvo el 18.11%, presentandose nuevamente la incompatibilidad de tiempo libre y horario de los eventos.

En segundo lugar quedo la opción de publicidad con un 11.32%; este resultado puede ser normal ya que en la pregunta NO. 10, 31 34.33% del total de la muestra contestó no conocer los eventos que promueve la UNAM. Ver gráfica.

G R A F I C A No. 40

40.- En su opinión que se tendría que atender para que estos eventos tuvieran mayor aceptación.



1.- Horarios	18.11%	4.- Recintos donde se presentan	4.91%
2.- Calidad	2.26%	5.- Publicidad	11.32%
3.- Tipo de Espectáculo	3.26%	6.- No contestaron	.75%

COMPROBACION DE HIPOTESIS.

... Existe falta de interés por parte de la comunidad de la FCA por los eventos culturales que ofrece la Dirección General de Difusión Cultural de la UNAM.

Esta hipótesis se comprueba ya que los resultados obtenidos en el análisis de esta investigación mostró lo siguiente:

De los 265 encuestados, se presentó que 91 no conocen los eventos culturales que presenta la UNAM (ver tabla 10), más - 16 que sí conocen los eventos pero no han asistido a ellos, (ver tabla 11), suman 107 encuestados lo cual representa al 40.37% del total de la encuesta, considerando este resultado alto ya que la UNAM ofrece la publicidad de dichos eventos por todos lo medios de comunicación, tales como radio, T.V., periódicos, Gaceta de la UNAM, boletines, carteles y mantás, poniendo así dicha publicidad al alcance de toda la comunidad universitaria, además de presentarse eventos gratuitos, algunos a precios muy bajos y en otros otorgando un descuento con la presentación de su credencial de profesor, estudiante o empleado administrativo de la UNAM.

Debido a lo anterior, determina que la causa que evita que los eventos culturales que presenta la UNAM, sean poco aprovechados por la FCA, es la falta de interés de la propia comunidad por ampliar su cultura.

... Los eventos que promueve la Dirección General de Difusión Cultural de la UNAM, son parcialmente aprovechados -- por la comunidad de la FCA debido a diversos factores tales como falta de tiempo, falta de publicidad, mala calidad de los espectáculos, precios altos, horarios inadecuados, -- mala ubicación de los recintos donde son presentados, malas condiciones de los mismos, etc.

Esta hipótesis se desapruueba ya que a pesar de que la falta de tiempo para asistir a los eventos culturales es una causa importante, los demás factores señalados no se cumplen -- en su mayoría, ya que se encontró al analizar los resultados obtenidos que la publicidad es buena y completa (ver tablas 18, 19, 21 y 22), los precios de dichos eventos son -- bajos en comparación con los precios de otros espectáculos (ver tablas 24 y 25), se presentan diferentes horarios, la ubicación de los recintos en que se presentan los eventos, es accesible y las condiciones de los mismos son buenas -- (ver tablas 27, 28, 29, 30 y 31).

C O N C L U S I O N E S .

Los eventos culturales que presenta la D.G.D.C. de la UNAM, son parcialmente aprovechados, pues del total de entrevistados (265 personas) solo el 59.63% declaró conocerlos y haber asistido a presenciarlos, mientras que el 34.33% no los conoce y el 6.04% si los conoce pero no ha asistido a ellos.

Uno de los aspectos investigados fué la situación económica de la población, considerandolo importante en relación al objeto de la presente investigación, encontrando que el 41.75% de los encuestados cuenta con ingresos muy bajos (de 0 a \$8,000.00), coinsidiendo casi dicho porcentaje con las personas que no asisten a dichos eventos, lo cual explica una de las razones de esta inasistencia.

Por otra parte al analizar los resultados de las preguntas encaminadas a investigar otras causas del porqué no son aprovechados con más amplitud estos eventos, se observa lo siguiente:

a) HORARIOS.- En este punto los resultados señalan que aunque por la tarde se tiene una mayor asistencia, por la mañana y noche también se cuenta con público. Al presentar la UNAM dichos eventos en estos tres turnos facilita a la comunidad universitaria su asistencia ya que cualquiera

que sea el tiempo que le quede libre después de realizar sus actividades usuales, encontrará algunas alternativas para divertirse y ampliar su cultura general; sin embargo se encontró que gran parte de la población que fué encuestada no cuenta con tiempo disponible para asistir a este tipo de eventos; esto es razonable ya que generalmente son personas que trabajan.

b) PUBLICIDAD.- En este sentido se observa que todos los medios masivos de comunicación son empleados, haciendo del conocimiento de la comunidad universitaria y del público en general , los espectáculos que se presentan.

c) CALIDAD.- Se desprende de las opiniones de los encuestados que la calidad de dichos eventos es buena (según resultados de la pregunta No. 16) y que se encuentran a la altura de otros que ofrecen compañías de la iniciativa privada, aunque en algunos casos los artistas que se presentan sean poco conocidos (resultados de la pregunta No. 17).

d) PRECIOS.- Con respecto a los precios de eventos similares ofrecidos por otras compañías de la iniciativa privada, los precios son más accesibles. y más aun si se toma en cuenta que a la comunidad universitaria al presentar su credencial que le acredite como tal, se le otorga un descuento en el precio normal.

e) UBICACION y condiciones físicas de los recintos donde se presentan.- En relación a estos aspectos, se encontró que dichos recintos se encuentran dispersos en toda la Ciudad de México facilitando así la asistencia a ellos - independientemente de la zona donde se viva. Por otra parte las condiciones físicas son buenas, lo cual puede ser otro - de sus atractivos.

R E C O M E N D A C I O N E S .

El teatro, por ser uno de los espectáculos con mayor aceptación dentro de los que presenta la UNAM, merece - una atención especial ya que de acuerdo a las opiniones recogidas a través de este estudio, es este el que necesita una mayor atención.

Otra de las cosas que se pudieron apreciar es que en términos generales la D.G.D.C., desarrolla su función a decuadamente pero por razones que fueron poco fundamentadas - (falta de tiempo, falta de dinero, etc.), gran parte de la comunidad de la FCA no aprovecha debidamente la oportunidad de pasar agradablemente su tiempo libre disfrutando y aprendiendo por medio de las diferentes manifestaciones culturales; -- por tanto se recomienda que esporadicamente la D.G.D.C. pase a los auditorios de cada una de las facultades presentando algunos de estos eventos y al mismo tiempo invitando a la comunidad universitaria a asistir a presenciarlos en los lugares donde habitualmente se presentan.

B I B L I O G R A F I A .

- 1.- Dirección General de Difusión Cultural de la UNAM.
Manual de Organización. México. 1983.
- 2.- Enciclopedia Universal Ilustrada Europeo Americana.
Tomo XIII. Espasa-Calpe, S.A. Barcelona 1966.
- 3.- García Ramón-Pelayo y Gross. Diccionario Larousse
de la Lengua Española. Ediciones Larousse. México.
1980.
- 4.- Gómez Ceja Guillermo, Metodología de Investigación
para Areas Sociales, 1a. Edición; México: Colegio
de Licenciados en Administración.
- 5.- Rojas Soriano Raúl. Guía para realizar investiga-
ciones social. Universidad Nacional Autónoma de
México. México. 1982.
- 6.- Universidad Nacional Autónoma de México. La exten-
sión Universitaria, Vol. VI. México. 1978.