

LOS CONSUMOS ARTÍSTICOS DE LOS JOVENES DE LAS ÁREA URBANA Y RURAL DEL MUNICIPIO DE GIGANTE

**¿POR QUÉ LOS JÓVENES DEL MUNICIPIO DE GIGANTE SE SIENTEN MÁS ATRAIDOS POR
EL ARTE MASIVO QUE POR ARTE AUTÓCTONO DEL DEPARTAMENTO DEL HUILA?**

PAULA ANDREA SERRANO BERMÚDEZ

**UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA
FACULTAD DE EDUCACIÓN
DEPARTAMENTO DE ARTES
NEIVA
2008**

**LOS CONSUMOS ARTÍSTICOS DE LOS JOVENES DE LAS
ÁREA URBANA Y RURAL DEL MUNICIPIO DE GIGANTE**

¿POR QUÉ LOS JÓVENES DEL MUNICIPIO DE GIGANTE SE SIENTEN MÁS ATRAIDOS POR
EL ARTE MASIVO QUE POR ARTE AUTÓCTONO DEL DEPARTAMENTO DEL HUILA?

**PAULA ANDREA SERRANO BERMÚDEZ
CÓDIGO 2003101793**

**ASESOR
JAIME RUIZ SOLORZANO
Magister**

**UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA
FACULTAD DE EDUCACIÓN
DEPARTAMENTO DE ARTES
NEIVA
2008**

**LOS CONSUMOS ARTÍSTICOS DE LOS JOVENES DE LAS ÁREA URBANA Y RURAL
DEL MUNICIPIO DE GIGANTE. 2007**

PAULA ANDREA SERRANO BERMÚDEZ

AGRADECIMIENTOS

La autora expresa sus agradecimientos a:

Al Magister Jaime Ruiz Solórzano, por su dinamismo, calidad humana y gestión; y por orientarme en el desarrollo y progreso de este trabajo Investigativo.

A todos los maestros del pregrado, por sus orientaciones, saberes y calidad humana; compartiendo sus conocimientos y experiencias para mi crecimiento profesional.

A las Instituciones Educativas del Municipio de Gigante; sus administrativos, maestros y estudiantes de los grados decimo y once, por su aceptación, disponibilidad y aportes a la Investigación efectuada.

A mis padres que me dieron el apoyo permanente e incondicional durante mi carrera.

CONTENIDO

RAE	24
2. INTRODUCCIÓN	29
3. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	32
4. ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN	33
4.1. ANTECEDENTES	33
4.2. JUSTIFICACIÓN	40
5. OBJETIVOS	41
5.1. OBJETIVO GENERAL	41
5.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	41
6. METODOLOGÍA	42
7. FUNDAMENTO TEÓRICO	43
7.1. SOCIEDAD, CULTURA Y PATRIMONIO CULTURAL	43
7.2. LA DEFINICIÓN DE LAS CULTURAS HÍBRIDAS Y LAS ESTRATEGIAS PARA ENTRAR Y SALIR DE LA MODERNIDAD PROPUESTAS POR NÉSTOR GARCÍA CANCLINI	44
7.3. EL CONSUMO CULTURAL DESDE LA PERSPECTIVA DE GUILLERMO SUNKEL	53
7.4. LAS CATEGORÍAS DE ANÁLISIS DEL CONSUMO ARTÍSTICO SEGÚN PIERRE BOURDIEU	57
7.5. EL CONSUMO ARTISTICO Y SUS EFECTOS PERCIBIDOS POR JUAN ACHA	62
8. MARCO CONTEXTUAL	69
8.1. MUNICIPIO DE GIGANTE	69
8.1.1. <i>Origen</i>	69
8.1.2. <i>Limites</i>	69
8.1.3. <i>Nombre de Gigante</i>	69

LOS CONSUMOS ARTÍSTICOS DE LOS JOVENES DE LAS ÁREA URBANA Y RURAL DEL MUNICIPIO DE GIGANTE. 2007

PAULA ANDREA SERRANO BERMÚDEZ

8.1.4. Primitivos Pobladores.....	69
8.1.5. Orografía.....	70
8.1.6. Hidrografía.....	70
8.1.7. Economía regional.....	70
8.2. DESARROLLO DE LA EDUCACIÓN DESDE LA DÉCADA DE LOS TREINTA, DEL SIGLO XX.....	70
8.3. PERSONAJES ILUSTRES.....	73
8.3.1. Artes Musicales.....	73
8.3.1.1. Otros intérpretes.....	73
8.3.2. Artes Plásticas.....	74
8.3.3. Literatura y Periodismo.....	75
9. ANALISIS DE RESULTADOS POR INSTITUCIONES EDUCATIVAS DE GIGANTE HUILA.....	76
9.1. ANALISIS DE RESULTADOS EN LA ZONA URBANA.....	76
9.1.1. ANALISIS GENERAL DEL LOS GRADOS 10 Y 11 DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA ISMAEL PERDOMO BORRERO.....	76
9.1.1.1. ANALISIS DE RESULTADOS POR GÉNERO DE LOS GRADOS 10 Y 11 DE LA INSTITUCION EDUCATIVA ISMAEL PERDOMO BORRERO.....	89
9.1.2. ANALISIS GENERAL DE LOS GRADOS 10 Y 11 DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA JOSE MIGUEL MONTALVO.....	96
9.1.2.1. ANALISIS DE RESULTADOS POR GÉNERO DE LOS GRADOS 10 Y 11 DE LA INSTITUCION EDUCATIVA JOSÉ MIGUEL MONTALVO.....	108
9.2. ANALISIS DE RESULTADOS EN LA ZONA RURAL.....	115
9.2.1. ANALISIS GENERAL DE LOS GRADOS 10 Y 11 DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA DE SILVANIA.....	115
9.2.1.1. ANALISIS DE RESULTADOS POR GÉNERO DE LOS GRADOS 10 Y 11 DE LA INSTITUCION EDUCATIVA DE SILVANIA.....	127
9.2.2. ANALISIS GENERAL DE LOS GRADOS 10 Y 11 DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA JORGE VILLAMIL ORTEGA.....	134
9.2.2.1. ANALISIS DE RESULTADOS POR GÉNERO DE LOS GRADOS 10 Y 11 DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA JORGE VILLAMIL ORTEGA.....	146
9.2.3. ANALISIS GENERAL DE LOS GRADOS 10 Y 11 DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA NORMAL SUPERIOR.....	153

LOS CONSUMOS ARTÍSTICOS DE LOS JOVENES DE LAS ÁREA URBANA Y RURAL DEL MUNICIPIO DE GIGANTE. 2007

PAULA ANDREA SERRANO BERMÚDEZ

9.2.3.1. ANALISIS DE RESULTADOS POR GÉNERO DE LOS GRADOS 10 Y 11 DE LA INSTITUCION EDUCATIVA NORMAL SUPERIOR.....	165
9.2.4. ANALISIS GENERAL DE LOS GRADOS 10 Y 11 DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA JORGE ELICER GAITÁN	172
9.2.4.1. ANALISIS DE RESULTADOS POR GÉNERO DE LOS GRADOS 10 Y 11 DE LA INSTITUCION EDUCATIVA JORGE ELICER GAITÁN.....	184
10. COMPARACIÓN DE LOS GRADOS 10 Y 11, ENTRE LA ZONA URBANA Y LA RURAL DEL MUNICIPIO DE GIGANTE.....	191
10.1. <i>COMPARACIÓN POR GÉNERO DE LOS GRADOS 10 Y 11 DE LA ZONA URBANA Y RURAL DEL MUNICIPIO DE GIGANTE</i>	<i>208</i>
11. ANALISIS GENERAL DE LOS GRADOS 10 Y 11 DE LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS DEL MUNICIPIO DE GIGANTE	221
11.1. ANALISIS GENERAL POR GÉNERO DE LOS GRADOS 10 Y 11 DE LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS DE GIGANTE	233
12. DISCUSIONES	240
12.1. <i>EXPRESIONES ARTÍSTICAS PREFERIDAS POR LOS ESTUDIANTES Y FRECUENCIA CON QUE LAS PRACTICAN.....</i>	<i>240</i>
12.2. <i>LUGARES FRECUENTADOS POR LOS ESTUDIANTES EN EL TIEMPO LIBRE Y RAZONES PARA FRECUENTAR DICHOS ESPACIOS</i>	<i>241</i>
12.3. <i>MEDIOS DE COMUNICACIÓN EMPLEADO POR LOS ESTUDIANTES EN EL TIEMPO LIBRE</i>	<i>243</i>
12.4. <i>PERCEPCIONES DE LOS ESTUDIANTES SOBRE LAS ACTIVIDADES QUE REALIZA LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA, ADEMÁS DE LAS ACADÉMICAS.....</i>	<i>244</i>
12.5. <i>OPINIÓN E IDENTIFICACIÓN DE LOS ESTUDIANTES SOBRE LAS PROPUESTAS DE PROYECTOS CULTURALES Y RECONOCIMIENTO DE LOS MAESTROS QUE PROPONEN DICHOS PROYECTOS PARA LA CONSERVACIÓN DE LA IDENTIDAD CULTURAL</i>	<i>244</i>
12.6. <i>USO DE LOS RECURSOS INSTITUCIONALES, POR PARTE DE LOS ESTUDIANTES PARA EL DESARROLLO DE LOS PROYECTOS CULTURALES.....</i>	<i>246</i>
12.7. <i>APOYO DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA PARA EL DESARROLLO DE DICHOS PROYECTOS CULTURALES.....</i>	<i>246</i>
12.8. <i>MOTIVO Y OPINIÓN PARA QUE LOS ESTUDIANTES PARTICIPEN EN LOS EVENTOS CULTURALES REALIZADOS EN LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA</i>	<i>247</i>

LOS CONSUMOS ARTÍSTICOS DE LOS JOVENES DE LAS ÁREA URBANA Y RURAL DEL MUNICIPIO DE GIGANTE. 2007

PAULA ANDREA SERRANO BERMÚDEZ

12.9. LUGARES DE INTERÉS VISITADOS POR ESTUDIANTES Y PROFESORES, FRECUENCIA CON QUE LOS VISITAN Y LOS APORTES QUE LES BRINDAN DICHS LUGARES	248
12.10. MOTIVACIÓN REALIZADA POR ESTUDIANTES A OTRAS PERSONAS Y PROFESORES A ESTUDIANTES PARA VISITAR LUGARES CULTURALES	249
12.11. PARTICIPACIÓN Y PREFERENCIAS DE LOS ESTUDIANTES EN LAS ACTIVIDADES CULTURALES PROGRAMADAS POR EL MUNICIPIO Y LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS	250
12.12. MANERA COMO PARTICIPAN Y FORMA DE ACOMPAÑAMIENTO DE LOS ESTUDIANTES EN LAS ACTIVIDADES CULTURALES PROGRAMADAS POR EL MUNICIPIO Y LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS	251
12.13. DIFUSIÓN DE LOS HÁBITOS CULTURALES DE LOS ESTUDIANTES	252
12.14. IDENTIFICACIÓN Y LEGALIDAD DE LOS OBJETOS COLECCIONADOS POR LOS ESTUDIANTES	253
13. CONCLUSIONES	254
14. RECOMENDACIONES	258
BIBLIOGRAFÍA	260
APÉNDICES	263
<i>Técnica No 1: Encuesta A Estudiantes</i>	<i>264</i>
<i>Técnica No 2: Entrevista A Docentes</i>	<i>266</i>
<i>Técnica No 3: Entrevista A Eduardo Rojas, Supervisor ya Pensionado Del Municipio de Gigante</i>	<i>267</i>
TABLAS	268
<i>TABULACIÓN DE ENCUESTAS A ESTUDIANTES DE LOS GRADOS 10 Y 11, DEL MUNICIPIO DE GIGANTE POR INSTITUCIÓN Y GENERO</i>	<i>269</i>
<i>TABULACION DE ENCUESTAS A ESTUDIANTES DE LOS GRADOS 10 Y 11 DEL MUNICIPIO DE GIGANTE POR ZONA Y GENERO</i>	<i>282</i>
<i>TABULACION GENERAL DE ENCUESTAS A ESTUDIANTES DEL MUNICIPIO DE GIGANTE POR GENERO</i>	<i>287</i>
ANEXOS	292

GRÁFICOS

Gráfico 1. Expresiones artísticas preferidas de los estudiantes de los grados 10 y 11 de la Institución Educativa Ismael Perdomo Borrero. 2007	76
Gráfico 2. Frecuencia con que los estudiantes de los grados 10 y 11 de la Institución Educativa Ismael Perdomo Borrero practican las expresiones artísticas preferidas. 2007	77
Gráfico 3. Lugares frecuentados por los estudiantes de los grados 10 y 11 de la Institución Educativa Ismael Perdomo Borrero en el tiempo libre. 2007	77
Gráfico 4. Razones que expresan los estudiantes de los grados 10 y 11 de la Institución Educativa Ismael Perdomo Borrero para frecuentar dichos espacios. 2007	78
Gráfico 5. Medios de Comunicación empleado por los estudiantes de los grados 10 y 11 de la Institución Educativa Ismael Perdomo Borrero el tiempo libre. 2007	78
Gráfico 6. Percepciones de los Estudiantes sobre las actividades que realiza la Institución Educativa Ismael Perdomo Borrero realiza además de las académicas. 2007	79
Gráfico 7. Opinión de los estudiantes de los grados 10 y 11, sobre las propuestas de los maestros de la Institución Educativa Ismael Perdomo Borrero, para conservar la Identidad Cultural. 2007..	79
Gráfico 8. Identificación de los proyectos que proponen los maestros de la I.E. Ismael P. Borrero. 2007	80
Gráfico 9. Reconocimiento por áreas de los maestros que más proponen proyectos para la conservación de la Identidad Cultural. 2007	80
Gráfico 10. Uso de los recursos Institucionales, por parte de los estudiantes de los grados 10 y 11 de la Institución Educativa Ismael P. Borrero, para el desarrollo de los proyectos culturales. 2007	81
Gráfico 11. Apoyo de la Institución Educativa Ismael Perdomo Borrero para el desarrollo de los Proyectos culturales. 2007	81
Gráfico 12. Motivo para que los estudiantes de los grados 10 y 11, participen en los eventos culturales realizados en la Institución Educativa Ismael Perdomo Borrero. 2007	82
Gráfico 13. Opinión de los estudiantes de los grados 10 y 11, sobre los eventos culturales realizados por la Institución Educativa Ismael Perdomo Borrero. 2007	82
Gráfico 14. Lugares de Interés visitados por los estudiantes de los grados 10 y 11 y profesores de la Institución Educativa Ismael Perdomo Borrero. 2007	83
Gráfico 15. Frecuencia con que los estudiantes de los grados 10 y 11 de la Institución Educativa Ismael Perdomo Borrero, visitan lugares culturales. 2007	83
Gráfico 16. Motivación realizadas por los estudiantes de los grados 10 y 11 de la Institución Educativa Ismael P. Borrero, a otras personas para visitar lugares culturales. 2007.....	84
Gráfico 17. Aportes que brindan los lugares culturales a los estudiantes de los grados 10 y 11 del Institución Educativa Ismael Perdomo Borrero. 2007	84
Gráfico 18. Motivación realizadas por los profesores a los estudiantes de los grados 10 y 11 de la Institución Educativa Ismael Perdomo Borrero para visitar lugares culturales. 2007	85
Gráfico 19. Participación de los estudiantes de los grados 10 y 11 de la Institución Educativa Ismael Perdomo Borrero, en las actividades culturales programadas por el Municipio y las Instituciones Educativas. 2007.....	85
Gráfico 20. Preferencia de los estudiantes de los grados 10 y 11 del Institución Educativa Ismael Perdomo Borrero; hacia los eventos culturales programados por el Municipio y las Instituciones Educativas. 2007.....	86

LOS CONSUMOS ARTÍSTICOS DE LOS JOVENES DE LAS ÁREA URBANA Y RURAL DEL MUNICIPIO DE GIGANTE. 2007

PAULA ANDREA SERRANO BERMÚDEZ

Gráfico 21. Manera como participan los estudiantes de los grados 10 y 11 de la I.E. Ismael P. Borrero en los Eventos Culturales programados por el Municipio y las Instituciones Educativas. 2007..	86
Gráfico 22. Forma de acompañamiento de los estudiantes de los grados 10 y 11 de la I.E. Ismael P. Borrero en las actividades culturales programadas por el Municipio y las Instituciones Educativas. 2007.....	87
Gráfico 23. Difusión de los hábitos culturales de los estudiantes de los grados 10 y 11 de la I.E. Ismael P. Borrero. 2007	87
Gráfico 24. Identificación de los objetos coleccionados por los estudiantes de los grados 10 y 11 de la Institución Educativa Ismael Perdomo Borrero. 2007	88
Gráfico 25. Legalidad de los objetos coleccionados por los estudiantes de los grados 10 y 11 de la Institución Educativa Ismael Perdomo Borrero. 2007	88
Gráfico 26. Expresiones Artísticas preferidas por los estudiantes de los grados 10 y 11 de la Institución Educativa José Miguel Montalvo. 2007	96
Gráfico 27. Frecuencia con que los estudiantes de los grados 10 y 11 de la Institución Educativa José Miguel Montalvo practican las expresiones artísticas preferidas. 2007	96
Gráfico 28. Lugares frecuentados por los estudiantes de los grados 10 y 11 de la Institución Educativa José Miguel Montalvo en el Tiempo Libre. 2007.....	97
Gráfico 29. Razones que expresan los estudiantes de los grados 10 y 11 de la Institución Educativa José Miguel Montalvo, para frecuentar dichos espacios. 2007	97
Gráfico 30. Medios de Comunicación empleado por los estudiantes de los grados 10 y 11 de la Institución Educativa José Miguel Montalvo, en el tiempo libre. 2007	98
Gráfico 31. Percepciones de los estudiantes de los grados 10 y 11 sobre las actividades que realiza la Institución Educativa José Miguel Montalvo, además de las académicas. 2007	98
Gráfico 32. Opinión de los estudiantes de los grados 10 y 11 sobre las propuestas de los maestros de la Institución Educativa José Miguel Montalvo, para conservar la Identidad. 2007	99
Gráfico 33. Identificación de los proyectos que proponen los maestros en la Institución Educativa José M. Montalvo. 2007.....	99
Gráfico 34. Reconocimiento por áreas de los Maestros que más proponen proyectos en la Institución Educativa José M. Montalvo, para la conservación de la Identidad Cultural. 2007	100
Gráfico 35. Uso de los recursos Institucionales, por parte de los estudiantes de los grados 10 y 11 de la Institución Educativa José Miguel Montalvo, para el desarrollo de los proyectos culturales. 2007	100
Gráfico 36. Apoyo de la Institución Educativa José M. Montalvo para el desarrollo de los Proyectos Culturales. 2007	101
Gráfico 37. Motivo para que los estudiantes de los grados 10 y 11 participen en los Eventos Culturales realizados en la Institución Educativa José Miguel Montalvo. 2007.....	101
Gráfico 38. Opinión de los estudiantes los grados 10 y 11, sobre de los eventos culturales realizados por la Institución Educativa José Miguel Montalvo. 2007	102
Gráfico 39. Lugares de interés visitados por estudiantes de los grados 10 y 11 y profesores de la Institución Educativa José Miguel Montalvo. 2007	102
Gráfico 40. Frecuencia con que estudiantes de los grados 10 y 11 de la Institución Educativa José Miguel Montalvo, visitan lugares culturales. 2007	103
Gráfico 41. Motivación realizadas por los estudiantes de los grados 10 y 11 de la Institución Educativa José Miguel Montalvo, a otras personas a visitar lugares culturales. 2007	103
Gráfico 42. Aportes que brindan los lugares culturales a los estudiantes de los grados 10 y 11 de la Institución Educativa José Miguel Montalvo. 2007	104

LOS CONSUMOS ARTÍSTICOS DE LOS JOVENES DE LAS ÁREA URBANA Y RURAL DEL MUNICIPIO DE GIGANTE. 2007

PAULA ANDREA SERRANO BERMÚDEZ

Gráfico 43. Motivación realizadas por los profesores a los estudiantes de los grados 10 y 11 de la Institución Educativa José Miguel Montalvo, a visitar los lugares culturales. 2007.....	104
Gráfico 44. Participación de los estudiantes de los grados 10 y 11 de la Institución Educativa José Miguel Montalvo, en las actividades Culturales programadas por el Municipio y las Instituciones Educativas. 2007.....	105
Gráfico 45. Preferencias de los estudiantes de los grados 10 y 11 de la Institución Educativa José Miguel Montalvo hacia los eventos culturales programados por el Municipio y las Instituciones Educativas. 2007.....	105
Gráfico 46. Manera como participan los estudiantes de los grados 10 y 11 de la Institución Educativa José M. Montalvo, en los eventos Culturales programados por el Municipio y las Instituciones Educativas. 2007.....	106
Gráfico 47. Forma de acompañamiento de los estudiantes de los grados 10 y 11 de la I.E. José M. Montalvo, en las actividades culturales programadas por el Municipio y las Instituciones Educativas. 2007.....	106
Gráfico 48. Difusión de los hábitos culturales de los estudiantes de los grados 10 y 11 de la Institución Educativa José Miguel Montalvo. 2007	107
Gráfico 49. Identificación de los objetos coleccionados por los estudiantes de los grados 10 y 11 de la Institución Educativa José Miguel Montalvo. 2007	107
Gráfico 50. Legalidad de los objetos coleccionados por los estudiantes de los grados 10 y 11 de la Institución Educativa José Miguel. Montalvo. 2007	108
Gráfico 51. Expresiones artísticas preferidas por los estudiantes de los grados 10 y 11 de la Institución Educativa de Silvania. 2007	115
Gráfico 52. Frecuencia con que los estudiantes de los grados de 10 y 11 del Institución Educativa de Silvania practican las expresiones artísticas. 2007.....	115
Gráfico 53. Lugares frecuentados por los estudiantes de los grados 10 y 11 de la Institución Educativa de Silvania, en el tiempo libre. 2007	116
Gráfico 54. Razones que expresan los estudiantes de los grados 10 y 11 del Institución Educativa de Silvania, para frecuentar dichos espacios. 2007	116
Gráfico 55. Medios de comunicación empleado por los estudiantes de los grados 10 y 11 de la Institución Educativa de Silvania, en el tiempo libre. 2007	117
Gráfico 56. Percepciones de los Estudiantes sobre las actividades que realiza la Institución Educativa de Silvania, además de las académicas. 2007	117
Gráfico 57. Opinión de los estudiantes de los grados 10 y 11, sobre las propuestas de los maestros de la Institución Educativa de Silvania, para conservar la Identidad Cultural. 2007	118
Gráfico 58. Identificación de los proyectos que proponen los maestros en la Institución Educativa de Silvania. 2007	118
Gráfico 59. Reconocimiento por áreas de los maestros que más proponen proyectos para la conservación de la Identidad Cultural. 2007	119
Gráfico 60. Uso de los recursos Institucionales, por parte de los estudiantes de los grados 10 y 11 de la I.E de Silvania, para el desarrollo de los proyectos culturales. 2007.....	119
Gráfico 61. Apoyo de la Institución Educativa de Silvania para el desarrollo de los Proyectos Culturales. 2007	120
Gráfico 62. Motivo para que los estudiantes de los grados 10 y 11, participen en los eventos Culturales realizados en la Institución Educativa de Silvania. 2007.....	120
Gráfico 63. Opinión de los estudiantes de los grados 10 y 11, sobre los eventos culturales realizados por la Institución Educativa de Silvania. 2007	121

LOS CONSUMOS ARTÍSTICOS DE LOS JOVENES DE LAS ÁREA URBANA Y RURAL DEL MUNICIPIO DE GIGANTE. 2007

PAULA ANDREA SERRANO BERMÚDEZ

Gráfico 64. Lugares de interés visitados por los estudiantes de los grados 10 y 11 y profesores de la Institución Educativa de Silvania. 2007	121
Gráfico 65. Frecuencia con que los estudiantes de los grados 10 y 11 de la Institución Educativa de Silvania visitan lugares culturales. 2007	122
Gráfico 66. Motivación realizadas por los estudiantes de los grados 10 y 11 de la Institución Educativa de Silvania, a otras personas para visitar lugares culturales. 2007	122
Gráfico 67. Aportes que brindan los lugares culturales a los estudiantes de los grados 10 y 11 de la Institución Educativa de Silvania. 2007	123
Gráfico 68. Motivación realizadas por los profesores a los estudiantes de los grados 10 y 11 de la Institución Educativa de Silvania, para visitar los Lugares Culturales. 2007	123
Gráfico 69. Participación de los estudiantes de los grados 10 y 11 del I.E de Silvania, en las actividades culturales programadas por el Municipio de Gigante y las Instituciones Educativas. 2007	124
Gráfico 70. Preferencia de los estudiantes de los grados 10 y 11 de la I.E. de Silvania; hacia los eventos culturales programados por el Municipio y las Instituciones Educativas. 2007	124
Gráfico 71. Manera como participan los estudiantes de los grados 10 y 11 de la I.E. de Silvania en los Eventos Culturales programados por el Municipio y las Instituciones Educativas. 2007	125
Gráfico 72. Forma de acompañamiento de los estudiantes de los grados 10 y 11 de la I.E. de Silvania en las actividades culturales programadas por el Municipio y las Instituciones Educativas. 2007	125
Gráfico 73. Difusión de los hábitos culturales de los estudiantes de los grados 10 y 11 de la Institución Educativa de Silvania. 2007	126
Gráfico 74. Identificación de los objetos coleccionados por los estudiantes de los grados 10 y 11 de la Institución Educativa de Silvania. 2007	126
Gráfico 75. Legalidad de los objetos coleccionados por los estudiantes de los grados 10 y 11 de la Institución Educativa de Silvania. 2007	127
Gráfico 76. Expresiones artísticas preferidas de los estudiantes de los grados 10 y 11 de la Institución Educativa Jorge Villamil Ortega. 2007	134
Gráfico 77. Frecuencia con que los estudiantes de los grados 10 y 11 del Institución Educativa Jorge Villamil Ortega practican las expresiones artísticas preferidas. 2007	134
Gráfico 78. Lugares frecuentados por los estudiantes de los grados 10 y 11 de la Institución Educativa Jorge Villamil Ortega en el tiempo libre. 2007	135
Gráfico 79. Razones que expresan los estudiantes de los grados 10 y 11 de la Institución Educativa Jorge Villamil Ortega para frecuentar dichos espacios. 2007	135
Gráfico 80. Medios de comunicación empleado por los estudiantes de la Institución Educativa Jorge V. Ortega, en el tiempo libre. 2007	136
Gráfico 81. Percepciones de los Estudiantes sobre las actividades que realiza la Institución Educativa Jorge V. Ortega además de las académicas. 2007	136
Gráfico 82. Opinión de los estudiantes de los grados 10 y 11, sobre las propuestas de los maestros de la Institución Educativa Jorge V. Ortega, para conservar la Identidad Cultural. 2007	137
Gráfico 83. Identificación de los proyectos que proponen los maestros en la Institución Educativa Jorge V. Ortega. 2007	137
Gráfico 84. Reconocimiento por áreas de los maestros que más proponen proyectos para la conservación de la Identidad Cultural. 2007	138
Gráfico 85. Uso de los recursos Institucionales por parte de estudiantes de los grados de 10 y 11 de la Institución Educativa Jorge V. Ortega, para el desarrollo de los proyectos culturales. 2007	138

LOS CONSUMOS ARTÍSTICOS DE LOS JOVENES DE LAS ÁREA URBANA Y RURAL DEL MUNICIPIO DE GIGANTE. 2007

PAULA ANDREA SERRANO BERMÚDEZ

Gráfico 86. Apoyo de la Institución Educativa Jorge Villamil Ortega, para el desarrollo de los proyectos culturales. 2007	139
Gráfico 87. Motivo para que los estudiantes de los grados 10 y 11, participen en los eventos culturales realizados en la Institución Educativa Jorge Villamil Ortega. 2007	139
Gráfico 88. Opinión de los estudiantes de los grados 10 y 11, sobre los eventos culturales realizados por la Institución Educativa Jorge V. Ortega. 2007	140
Gráfico 89. Lugares de interés visitados por los estudiantes de los grados 10 y 11 y profesores de la Institución Educativa Jorge Villamil Ortega. 2007	140
Gráfico 90. Frecuencia con que los estudiantes de los grados 10 y 11 de la Institución Educativa Jorge Villamil Ortega, visitan lugares culturales. 2007	141
Gráfico 91. Motivación realizadas por los estudiantes de los grados de 10 y 11 de la Institución Educativa Jorge Villamil Ortega, a otras personas para visitar lugares culturales. 2007	141
Gráfico 92. Aportes que les brindan los lugares a los estudiantes de los grados 10 y 11 de la Institución Educativa Jorge V. Ortega. 2007	142
Gráfico 93. Motivación realizadas por los profesores a los estudiantes de los grados 10 y 11 de la Institución Educativa Jorge V. Ortega, para visitar los lugares culturales. 2007	142
Gráfico 94. Participación de los estudiantes de los grados 10 y 11 de la I.E. Jorge V. Ortega, en las actividades culturales programadas por el Municipio y las Instituciones Educativas. 2007	143
Gráfico 95. Preferencia de los estudiantes de los grados 10 y 11 del I.E. Jorge V. Ortega; hacia los eventos culturales programados por el Municipio y las Instituciones Educativas. 2007	143
Gráfico 96. Manera como participan los estudiantes de los grados 10 y 11 de la I.E. Jorge V. Ortega en los Eventos Culturales programados por el Municipio y las Instituciones Educativas. 2007	144
Gráfico 97. Forma de acompañamiento de los estudiantes de los grados 10 y 11 de la I.E. Jorge Villamil Ortega, en las actividades culturales programadas por el Municipio y las Instituciones Educativas. 2007	144
Gráfico 98. Difusión de los hábitos culturales de los estudiantes de los grados 10 y 11 de la I.E. Jorge V. Ortega. 2007	145
Gráfico 99. Identificación de los objetos coleccionados por los estudiantes de los grados 10 y 11 de la Institución Educativa Jorge Villamil Ortega. 2007	145
Gráfico 100. Legalidad de los objetos coleccionados por los estudiantes de los grados 10 y 11 de la Institución Educativa Jorge Villamil Ortega. 2007	146
Gráfico 101. Expresiones artísticas preferidas de los estudiantes de los grados 10 y 11 de la Institución Educativa Normal Superior. 2007	153
Gráfico 102. Frecuencia con que los estudiantes de los grados 10 y 11 de la Institución Educativa Normal Superior, practican las expresiones artísticas preferidas. 2007	153
Gráfico 103. Lugares frecuentados por los estudiantes de los grados 10 y 11 de la Institución Educativa Normal Superior, en el tiempo libre. 2007	154
Gráfico 104. Razones que expresan los estudiantes de los grados 10 y 11 de la Institución Educativa Normal Superior, para frecuentar dichos lugares. 2007	154
Gráfico 105. Medios de comunicación empleado por los estudiantes de los grados 10 y 11 de la Institución Educativa Normal Superior, en el tiempo libre. 2007	155
Gráfico 106. Percepciones de los Estudiantes sobre las actividades que realiza la Institución Educativa Normal Superior, además de las académicas. 2007	155
Gráfico 107. Opinión de los estudiantes de los grados 10 y 11, sobre las propuestas de los maestros de la Institución Educativa Normal Superior, para conservar la Identidad Cultural. 2007	156

LOS CONSUMOS ARTÍSTICOS DE LOS JOVENES DE LAS ÁREA URBANA Y RURAL DEL MUNICIPIO DE GIGANTE. 2007

PAULA ANDREA SERRANO BERMÚDEZ

Gráfico 108. Identificación de los proyectos que proponen los maestros en la Institución Educativa Normal Superior. 2007.....	156
Gráfico 109. Reconocimiento por áreas de los maestros que más proponen proyectos para la conservación de la Identidad Cultural. 2007	157
Gráfico 110. Uso de los recursos institucionales, por parte de los estudiantes de los grados 10 y 11 de la Institución Educativa Normal Superior, para el desarrollo de los proyectos Culturales. 2007	157
Gráfico 111. Apoyo de la Institución Educativa Normal Superior, para el desarrollo de los proyectos culturales. 2007.....	158
Gráfico 112. Motivo para que los estudiantes de los grados 10 y 11, participen en los eventos culturales realizados en la Institución Educativa Normal Superior. 2007	158
Gráfico 113. Opinión de los estudiantes de los grados 10 y 11, sobre los eventos culturales que realizados por la Institución Educativa Normal Superior. 2007	159
Gráfico 114. Lugares de Interés visitados por los estudiantes de los grados 10 y 11 y profesores de la Institución Educativa Normal Superior. 2007	159
Gráfico 115. Frecuencia con que los estudiantes de los grados 10 y 11 de la Institución Educativa Normal Superior, visitan lugares culturales. 2007	160
Gráfico 116. Motivación realizadas por los estudiantes de los grados 10 y 11 de la Institución Educativa Normal Superior, a otras personas a visitar lugares culturales. 2007	160
Gráfico 117. Aportes que brindan los lugares culturales a los estudiantes de los grados 10 y 11 de la Institución Educativa Normal Superior. 2007	161
Gráfico 118. Motivación realizadas por los profesores a los estudiantes de los grados 10 y 11 de la Institución Educativa Normal Superior, para visitar los lugares culturales. 2007	161
Gráfico 119. Participación de los estudiantes de los grados 10 y 11 de la I.E. Normal Superior, en las actividades culturales programadas por el Municipio y las Instituciones Educativas. 2007.....	162
Gráfico 120. Preferencia de los estudiantes de los grados 10 y 11 de la I.E Normal Superior, hacia los eventos culturales programados por el Municipio y las Instituciones Educativas. 2007	162
Gráfico 121. Manera como participan los estudiantes de los grados 10 y 11 de la I.E Normal Superior, en los eventos culturales programados por el Municipio y las Instituciones Educativas. 2007 .	163
Gráfico 122. Forma de acompañamiento de los estudiantes de los grados 10 y 11 de la I.E Normal Superior, en las actividades culturales programados por el Municipio y las Instituciones Educativas. 2007.....	163
Gráfico 123. Difusión de los hábitos culturales de los estudiantes de los grados 10 y 11 de la Institución Educativa Normal Superior. 2007	164
Gráfico 124. Identificación de los objetos coleccionados por los estudiantes de los grados 10 y 11 de la Institución Educativa Normal Superior. 2007.....	164
Gráfico 125. Legalidad de los objetos coleccionados por los estudiantes de los grados 10 y 11 de la I.E Normal Superior. 2007.....	165
Gráfico 126. Expresiones artísticas preferidas de los estudiantes de los grados 10 y 11 de la Institución Educativa Jorge Eliécer Gaitán. 2007	172
Gráfico 127. Frecuencia con los estudiantes de los grados 10 y 11 de la Institución Educativa Jorge Eliécer Gaitán practican las expresiones artísticas preferidas. 2007	172
Gráfico 128. Lugares frecuentados por los estudiantes de los grados 10 y 11 de la Institución Educativa Jorge Eliécer Gaitán, en el tiempo libre. 2007	173
Gráfico 129. Razones que expresan los estudiantes de los grados 10 y 11 de la Institución Educativa Jorge Eliécer Gaitán, para frecuentar dichos espacios. 2007	173

LOS CONSUMOS ARTÍSTICOS DE LOS JOVENES DE LAS ÁREA URBANA Y RURAL DEL MUNICIPIO DE GIGANTE. 2007

PAULA ANDREA SERRANO BERMÚDEZ

Gráfico 130. Medios de comunicación empleado por los estudiantes de los grados 10 y 11 de la Institución Educativa Jorge Eliécer Gaitán, en el tiempo libre. 2007	174
Gráfico 131. Percepciones de los Estudiantes sobre las actividades que realiza la Institución Educativa Jorge Eliécer Gaitán, además de las Académicas. 2007	174
Gráfico 132. Opinión de los estudiantes de los grados 10 y 11, sobre las propuestas de los maestros de la Institución Educativa Jorge Eliécer Gaitán, para conservar la identidad cultural. 2007	175
Gráfico 133. Identificación de los proyectos que proponen los maestros en la Institución Educativa Jorge Eliécer Gaitán. 2007	175
Gráfico 134. Reconocimiento por áreas de los maestros que más proponen proyectos para la conservación de la Identidad Cultural. 2007	176
Gráfico 135. Uso de los recursos Institucionales, por parte de los estudiantes de los grados 10 y 11 de la Institución Educativa Jorge Eliécer Gaitán, para el desarrollo de los proyectos culturales. 2007	176
Gráfico 136. Apoyo de la Institución Educativa Jorge Eliécer Gaitán, para el desarrollo de los proyectos culturales. 2007	177
Gráfico 137. Motivo para que los estudiantes de los grados 10 y 11, participen en los eventos culturales realizados en la Institución Educativa Jorge Eliécer Gaitán. 2007.....	177
Gráfico 138. Opinión de los estudiantes de los grados 10 y 11, sobre los eventos culturales realizados por la Institución Educativa Jorge Eliécer Gaitán. 2007	178
Gráfico 139. Lugares de interés visitados por los estudiantes de los grados 10 y 11 y profesores de la Institución Educativa Jorge Eliécer Gaitán. 2007	178
Gráfico 140. Frecuencia con que los estudiantes de los grados 10 y 11 de la Institución Educativa Jorge Eliécer Gaitán, visitan lugares culturales. 2007.....	179
Gráfico 141. Motivación realizadas por los estudiantes de los grados 10 y 11 de la Institución Educativa Jorge Eliécer Gaitán, a otras personas para visitar lugares culturales. 2007	179
Gráfico 142. Aportes que brindan los lugares culturales a los estudiantes de los grados 10 y 11 de la Institución Educativa Jorge Eliécer Gaitán. 2007	180
Gráfico 143. Motivación realizadas por los profesores a los estudiantes de los grados 10 y 11 de la Institución Educativa Jorge Eliécer Gaitán, para visitar los lugares culturales. 2007	180
Gráfico 144. Participación de los estudiantes de los grados 10 y 11 de la Institución Educativa Jorge Eliécer Gaitán, en las actividades culturales programadas por el Municipio y las Instituciones Educativas. 2007.....	181
Gráfico 145. Preferencia de los estudiantes de los grados 10 y 11 del I.E. Jorge Eliécer Gaitán, hacia los eventos culturales programados por el Municipio y las Instituciones Educativas. 2007	181
Gráfico 146. Manera como participan los estudiantes de los grados 10 y 11 de la I.E. Jorge Eliécer Gaitán en los Eventos Culturales programados por el Municipio y las Instituciones Educativas. 2007	182
Gráfico 147. Forma de acompañamiento de los estudiantes de los grados 10 y 11 de la I.E Jorge Eliécer Gaitán, en las actividades culturales programadas por el Municipio y las Instituciones Educativas. 2007.....	182
Gráfico 148. Difusión de los hábitos culturales de los estudiantes de los grados 10 y 11 de la I.E Jorge Eliécer Gaitán. 2007	183
Gráfico 149. Identificación de los objetos coleccionados por los estudiantes de los grados 10 y 11 de la I.E Jorge Eliécer Gaitán. 2007	183
Gráfico 150. Legalidad de los objetos coleccionados por los estudiantes de los grados 10 y 11 de la Institución Educativa Jorge Eliécer Gaitán. 2007	184

LOS CONSUMOS ARTÍSTICOS DE LOS JOVENES DE LAS ÁREA URBANA Y RURAL DEL MUNICIPIO DE GIGANTE. 2007

PAULA ANDREA SERRANO BERMÚDEZ

Gráfico 151. Expresiones artísticas preferidas de los estudiantes de los grados 10 y 11 de las Instituciones Educativas de la zona Urbana y Rural del Municipio de Gigante. 2007	191
Gráfico 152. Frecuencia con que los estudiantes de los grados 10 y 11 de las Instituciones Educativas de la zona Urbana y Rural del Municipio de Gigante, practican las expresiones artísticas preferidas. 2007	192
Gráfico 153. Lugares frecuentados por los estudiantes de los grados 10 y 11 de las Instituciones Educativas de la zona Urbana y Rural del Municipio de Gigante, en el tiempo libre. 2007	192
Gráfico 154. Razones que expresan los estudiantes de los grados 10 y 11 de las Instituciones Educativas de la zona Urbana y Rural del Municipio de Gigante, para frecuentar dichos espacios. 2007	193
Gráfico 155. Medios de comunicación empleado por los estudiantes de los grados 10 y 11 de las Instituciones Educativas de la zona Urbana y Rural del Municipio de Gigante, en el tiempo libre. 2007	194
Gráfico 156. Percepciones de los Estudiantes sobre las actividades que realizan las Instituciones Educativas de la zona Urbana y Rural del Municipio de Gigante, además de las Académicas. 2007	194
Gráfico 157. Opinión de los estudiantes de los grados 10 y 11, sobre las propuestas de los maestros de las Instituciones Educativas de la zona Urbana y Rural del Municipio de Gigante, para conservar la identidad cultural. 2007	195
Gráfico 158. Identificación de los proyectos que proponen los maestros en las Instituciones Educativas de la zona Urbana y Rural del Municipio de Gigante. 2007	196
Gráfico 159. Reconocimiento por áreas de los maestros que más proponen proyectos en las Instituciones Educativas, para conservar la Identidad Cultural. 2007	196
Gráfico 160. Uso de los recursos Institucionales, por parte de los Estudiantes de los grados 10 y 11 de las Instituciones Educativas de la zona Urbana y Rural del Municipio de Gigante, para el desarrollo de los proyectos culturales. 2007	197
Gráfico 161. Apoyo de las Instituciones Educativas de la zona Urbana y Rural del Municipio de Gigante, para el desarrollo de los proyectos culturales. 2007	198
Gráfico 162. Motivo para que los estudiantes de los grados 10 y 11, participen en los eventos culturales realizados en la Instituciones Educativas. 2007	198
Gráfico 163. Opinión de los estudiantes de los grados 10 y 11, sobre los eventos culturales realizados en las Instituciones Educativas de la zona Urbana y Rural del Municipio de Gigante. 2007	199
Gráfico 164. Lugares de interés visitados por estudiantes de los grados 10 y 11, y los profesores de las Instituciones Educativas de la zona Urbana y Rural del Municipio de Gigante. 2007	200
Gráfico 165. Frecuencia con que los estudiantes de los grados 10 y 11 de las Instituciones Educativas de la zona Urbana y Rural del Municipio de Gigante, visitan lugares culturales. 2007	200
Gráfico 166. Motivación realizadas por los estudiantes de los grados 10 y 11 de las Instituciones Educativas de la zona Urbana y Rural del Municipio de Gigante, a otras personas para visitar lugares culturales. 2007	201
Gráfico 167. Aportes que brindan los lugares culturales a los estudiantes de los grados 10 y 11 de las Instituciones Educativas de la zona Urbana y Rural del Municipio de Gigante. 2007	202
Gráfico 168. Motivación realizadas por los profesores a los estudiantes de los grados 10 y 11 de las Instituciones Educativas de la zona Urbana y Rural del Municipio de Gigante, para visitar los lugares culturales. 2007	202

LOS CONSUMOS ARTÍSTICOS DE LOS JOVENES DE LAS ÁREA URBANA Y RURAL DEL MUNICIPIO DE GIGANTE. 2007

PAULA ANDREA SERRANO BERMÚDEZ

Gráfico 169. Participación de los estudiantes de los grados 10 y 11 de las I. E. de la zona Urbana y Rural, en las actividades culturales programadas por el Municipio de Gigante y las Instituciones Educativas. 2007.....	203
Gráfico 170. Preferencia de los estudiantes de los grados 10 y 11 de las I.E. de la Zona Urbana y Rural; hacia los eventos culturales programados por el Municipio y las Instituciones Educativas. 2007	204
Gráfico 171. Manera como participan los estudiantes de los grados 10 y 11 de las I.E. de la zona Urbana y Rural, en los eventos culturales programados por el Municipio de Gigante y las Instituciones Educativas. 2007	204
Gráfico 172. Forma de acompañamiento de los estudiantes de los grados de 10 y 11 de las I.E. de la zona Urbana y Rural, en las actividades culturales programadas por el Municipio y las Instituciones Educativas. 2007	205
Gráfico 173. Difusión de los hábitos culturales de los estudiantes de los grados 10 y 11 de las Instituciones Educativas de la zona Urbana y Rural. 2007	206
Gráfico 174. Identificación de los objetos coleccionados por los estudiantes de los grados de 10 y 11 de las Instituciones Educativas de la zona Urbana y Rural. 2007	206
Gráfico 175. Legalidad de los objetos coleccionados por los estudiantes de los grados de 10 y 11 de las Instituciones Educativas de la zona Urbana y Rural. 2007	207
Gráfico 176. Expresiones artísticas preferidas por los estudiantes de los grados de 10 y 11 de las Instituciones Educativas del Municipio de Gigante. 2007.....	221
Gráfico 177. Frecuencia con que los estudiantes de los grados de 10 y 11 de las Instituciones Educativas del Municipio de Gigante, practican las expresiones artísticas preferidas. 2007	221
Gráfico 178. Lugares frecuentados por los estudiantes de los grados de 10 y 11 de las Instituciones Educativas del Municipio de Gigante, en el tiempo libre. 2007	222
Gráfico 179. Razones que expresan los estudiantes de los grados de 10 y 11 de las Instituciones Educativas del Municipio de Gigante, para frecuentar dichos espacios. 2007	222
Gráfico 180. Medios de comunicación empleado por los estudiantes de los grados de 10 y 11 de las Instituciones Educativas del Municipio de Gigante, en el tiempo libre. 2007	223
Gráfico 181. Percepciones de los estudiantes sobre las actividades que realizan las Instituciones Educativas del Municipio de Gigante, además de las Académicas. 2007	223
Gráfico 182. Opinión de los estudiantes sobre las propuestas de los maestros de las Instituciones Educativas del Municipio de Gigante, para conservar la Identidad Cultural. 2007.....	224
Gráfico 183. Identificación de los proyectos que proponen los maestros en las Instituciones Educativas del Municipio de Gigante. 2007.....	224
Gráfico 184. Reconocimientos por áreas de los maestros que más proponen proyectos en las Instituciones Educativas del Municipio de Gigante, para la conservación de la Identidad Cultural. 2007.....	225
Gráfico 185. Uso de los recursos Institucionales, por parte de los estudiantes de los grados 10 y 11 de las Instituciones Educativas del Municipio de Gigante, para el desarrollo de los proyectos culturales. 2007.....	225
Gráfico 186. Apoyo de las Instituciones Educativas del Municipio de Gigante, para el desarrollo de los proyectos culturales. 2007	226
Gráfico 187. Motivo para que los estudiantes participen en los eventos culturales que realizan las Instituciones Educativas. 2007	226
Gráfico 188. Opinión de los estudiantes de los grados 10 y 11, sobre los eventos culturales que realizan las Instituciones Educativas del Municipio de Gigante. 2007.....	227

LOS CONSUMOS ARTÍSTICOS DE LOS JOVENES DE LAS ÁREA URBANA Y RURAL DEL MUNICIPIO DE GIGANTE. 2007

PAULA ANDREA SERRANO BERMÚDEZ

Gráfico 189. Lugares de interés visitados por los estudiantes de los grados 10 y 11, y profesores de las Instituciones Educativas del Municipio de Gigante. 2007.....	227
Gráfico 190. Frecuencia con que los estudiantes de los grados 10 y 11 de las Instituciones Educativas del Municipio de Gigante, visitan lugares culturales. 2007	228
Gráfico 191. Motivación realizadas por los estudiantes de los grados 10 y11 de las Instituciones Educativas del Municipio de Gigante, a otras personas para visitar lugares culturales. 2007 ...	228
Gráfico 192. Aportes que brindan los lugares culturales a los estudiantes de los grados 10 y 11 de las Instituciones Educativas del Municipio de Gigante. 2007.....	229
Gráfico 193. Motivación realizadas por los profesores a los estudiantes de los grados 10 y 11 de las Instituciones Educativas del Municipio de Gigante, para visitar lugares culturales. 2007	229
Gráfico 194. Participación de los estudiantes de los grados 10 y 11, en las actividades culturales programadas por el Municipio de Gigante y las Instituciones Educativas. 2007	230
Gráfico 195. Preferencias de los estudiantes de los grados 10 y 11, hacia los eventos culturales programados por el Municipio y las Instituciones Educativas. 2007	230
Gráfico 196. Manera como participan los estudiantes de los grados 10 y 11, en los eventos culturales programadas por el Municipio de Gigante y las Instituciones Educativas. 2007	231
Gráfico 197. Forma de acompañamiento de los estudiantes de los grados 10 y 11, en las actividades culturales programadas por el Municipio y las Instituciones Educativas. 2007.....	231
Gráfico 198. Difusión de los hábitos culturales de los estudiantes de los grados 10 y 11 de las Instituciones Educativas del Municipio de Gigante.2007	232
Gráfico 199. Identificación de los objetos coleccionados por los estudiantes de los grados 10 y 11 de las Instituciones Educativas de Gigante. 2007	232
Gráfico 200. Legalidad de los objetos adquiridos por los estudiantes de los grados 10 y 11 de las Instituciones Educativas de Gigante. 2007	233

TABLAS

Tabla 1. Instituciones Educativas con los respectivos rectores, sector oficial y zona, Municipio de El Gigante, 2006	72
Tabla 2. Grupos musicales	73
Tabla 3. Artistas	74
Tabla 4. Literatura y periodismo	75
Tabla 5. Expresiones artísticas preferidas por los estudiantes de los grados 10 y 11, de las Instituciones Educativas del Municipio de Gigante. 2007.....	269
Tabla 6. Frecuencia con que los estudiantes de los grados 10 y 11 de las Instituciones Educativas del Municipio de Gigante, practican las expresiones artísticas preferidas. 2007	269
Tabla 7. Lugares frecuentados por los estudiantes de los grados 10 y 11 de las Instituciones Educativas del Municipio de Gigante, en el tiempo libre. 2007	270
Tabla 8. Razones que expresan los estudiantes de los grados 10 y 11 de las Instituciones Educativas del Municipio de Gigante, para frecuentar dichos espacios. 2007	270
Tabla 9. Medios de comunicación empleados por los estudiantes de los grados 10 y 11 de las Instituciones Educativas del Municipio de Gigante, en el tiempo libre. 2007	271
Tabla 10. Percepciones de los estudiantes de los grados 10 y 11, sobre las actividades que realizan las Instituciones Educativas además de las académicas. 2007	271
Tabla 11. Opinión de los estudiantes sobre las propuestas de los maestros de las Instituciones Educativas, para conservar la Identidad Cultural. 2007.....	272
Tabla 12. Identificación de los proyectos que proponen los maestros en las Instituciones Educativas del Municipio de Gigante. 2007	272
Tabla 13. Reconocimiento por áreas de los maestros que más proponen proyectos para la conservación de La Identidad Cultural. 2007	273
Tabla 14. Uso de los recursos Institucionales, por parte de los estudiantes de los grados 10 y 11 de las Instituciones Educativas del Municipio de Gigante, para el desarrollo de los proyectos culturales. 2007	273
Tabla 15. Apoyo de las Instituciones Educativas para el desarrollo de los Proyectos Culturales. 2007	274
Tabla 16. Motivo para que los estudiantes de los grados 10 y 11, participen en los eventos culturales realizados en las Instituciones Educativas del Municipio de Gigante. 2007	274
Tabla 17. Opinión de los estudiantes de los grados 10 y 11, sobre los eventos culturales realizados por las Instituciones Educativas del Municipio de Gigante. 2007.....	275
Tabla 18. Lugares de Interés visitados por los estudiantes de los grados 10 y 11, y profesores de las Instituciones Educativas del Municipio de Gigante. 2007.....	275
Tabla 19. Frecuencia con que los estudiantes de los grados 10 y 11 de las Instituciones Educativas del Municipio de Gigante, visitan lugares culturales. 2007	276
Tabla 20. Motivación realizadas por los estudiantes de los grados 10 y 11 de las Instituciones Educativas del Municipio de Gigante, a otras personas para visitar lugares culturales. 2007 ...	276
Tabla 21. Aportes que brindan los lugares culturales a los estudiantes de los grados 10 y 11 de las Instituciones Educativas del Municipio de Gigante. 2007.....	277
Tabla 22. Motivación realizadas por los profesores a los estudiantes de los grados 10 y 11 de las Instituciones Educativas de Gigante, para visitar lugares culturales. 2007.....	277

LOS CONSUMOS ARTÍSTICOS DE LOS JOVENES DE LAS ÁREA URBANA Y RURAL DEL MUNICIPIO DE GIGANTE. 2007

PAULA ANDREA SERRANO BERMÚDEZ

Tabla 23. Participación de los estudiantes de los grados 10 y 11, en las actividades programadas por el Municipio de Gigante y las Instituciones Educativas. 2007	278
Tabla 24. Preferencias de los estudiantes de los grados 10 y 11, hacia los eventos culturales programados por el Municipio de Gigante y las Instituciones Educativas. 2007	278
Tabla 25. Manera como participan los estudiantes de los grados 10 y 11, en los eventos culturales programados por el Municipio de Gigante y las Instituciones Educativas. 2007	279
Tabla 26. Forma de acompañamiento de los estudiantes de los grados 10 y 11, en las actividades culturales programadas por el Municipio de Gigantes y las Instituciones Educativas. 2007	279
Tabla 27. Difusión de los hábitos culturales de los estudiantes de los grados 10 y 11, de las Instituciones Educativas del Municipio de Gigante. 2007	280
Tabla 28. Identificación de los objetos coleccionados por los estudiantes de los grados 10 y11 de las Instituciones Educativas del Municipio de Gigante. 2007	280
Tabla 29. Legalidad de los objetos coleccionados por los estudiantes de las Instituciones Educativas del Municipio de Gigante. 2007	281
Tabla 30. Expresiones artísticas preferidas de los estudiantes de los grados 10 y 11 de las Instituciones Educativas de la zona Urbana y Rural del Municipio de Gigante. 2007	282
Tabla 31. Frecuencia con que los estudiantes de los grados 10 y 11 de las Instituciones Educativas de la zona Urbana y Rural del Municipio de Gigante, practican las expresiones artísticas preferidas. 2007	282
Tabla 32. Lugares frecuentados por los estudiantes de los grados 10 y 11 de las Instituciones Educativas de la zona Urbana y Rural del Municipio de Gigante, en el tiempo libre. 2007	282
Tabla 33. Razones que expresan los estudiantes de los grados 10 y 11 de las Instituciones Educativas de la zona Urbana y Rural del Municipio de Gigante, para frecuentar dichos espacios. 2007 ...	283
Tabla 34. Medios de comunicación empleado por los estudiantes de los grados 10 y 11 de las Instituciones Educativas de la zona Urbana y Rural del Municipio de Gigante, en el tiempo libre. 2007	283
Tabla 35. Percepciones de estudiantes de los grados 10 y 11, sobre las actividades que realizan las Inst. Educativas de la zona Urbana y Rural del Municipio de Gigante, además de las académicas. 2007	283
Tabla 36. Opinión de los estudiantes sobre las propuestas de los maestros de las Instituciones Educativas de la zona Urbana y Rural del Municipio de Gigante, para conservar la identidad cultural, por zona. 2007	283
Tabla 37. Identificación de los proyectos que proponen los maestros en las Instituciones Educativas de la zona Urbana y Rural del Municipio de Gigante. 2007	283
Tabla 38. Reconocimiento por áreas de los maestros que proponen más proyectos en las Inst. Educativas de la zona Urbana y Rural del Municipio de Gigante, para la conservación de la Identidad Cultural. 2007	284
Tabla 39. Uso de los recursos Institucionales, por parte de los estudiantes de los grados de 10 y 11, de las I.E. de la zona Urbana y Rural del Municipio de Gigante, para el desarrollo de los proyectos culturales. 2007	284
Tabla 40. Apoyo de las Instituciones Educativas de la zona Urbana y Rural del Municipio de Gigante, para el desarrollo de los proyectos culturales. 2007	284
Tabla 41. Motivo para que los estudiantes de los grados de 10 y 11, participen en los eventos culturales realizados en las Instituciones Educativas. 2007	284
Tabla 42. Opinión de los estudiantes de los grados de 10 y 11, sobre los eventos culturales realizados por las Instituciones Educativas de la zona Urbana y Rural del Municipio de Gigante. 2007	284

LOS CONSUMOS ARTÍSTICOS DE LOS JOVENES DE LAS ÁREA URBANA Y RURAL DEL MUNICIPIO DE GIGANTE. 2007

PAULA ANDREA SERRANO BERMÚDEZ

Tabla 43. Lugares de interés visitados por los estudiantes de los grados 10 y 11 y los profesores de las Instituciones Educativas de la zona Urbana y Rural del Municipio de Gigante. 2007	285
Tabla 44. Frecuencia con que los estudiantes de los grados 10 y 11 de las Instituciones Educativas de la zona Urbana y Rural del Municipio de Gigante, visitan lugares culturales. 2007.....	285
Tabla 45. Motivación realizadas por los estudiantes de los grados 10 y 11 de las Instituciones Educativas de la zona Urbana y Rural del Municipio de Gigante, a otras personas a visitar lugares culturales. 2007	285
Tabla 46. Aportes que brindan los lugares culturales a los estudiantes de los grados 10 y 11 de las Instituciones Educativas de la zona Urbana y Rural del Municipio de Gigante. 2007	285
Tabla 47. Motivación realizados por los profesores a los estudiantes de los grados 10 y 11 de las Instituciones Educativas de la zona Urbana y Rural del Municipio de Gigante, para visitar lugares culturales. 2007	285
Tabla 48. Participación de los estudiantes de los grados 10 y 11, en las actividades culturales programadas por el Municipio de Gigante y las Instituciones Educativas de la zona Urbana y Rural. 2007.....	286
Tabla 49. Preferencias de los estudiantes de los grados 10 y 11, hacia los eventos culturales programados por el Municipio de Gigante y las Instituciones Educativas de la zona Urbana y Rural. 2007.....	286
Tabla 50. Manera como participa los estudiantes de los grados 10 y 11, en los eventos culturales programados por el Municipio de Gigante y las Instituciones Educativas de la zona Urbana y Rural. 2007.....	286
Tabla 51. Forma de acompañamiento de los estudiantes de los grados 10 y 11, en las actividades programadas por el Municipio de Gigante y las Instituciones Educativas de la zona Urbana y Rural. 2007.....	286
Tabla 52. Difusión de los hábitos culturales de los estudiantes de los grados 10 y 11 de las Instituciones Educativas de la zona Urbana y Rural del Municipio de Gigante. 2007	286
Tabla 53. Identificación de los objetos coleccionados por los estudiantes de los grados 10 y 11 de las Instituciones Educativas de la zona Urbana y Rural del Municipio de Gigante. 2007	287
Tabla 54. Legalidad de los objetos coleccionados por los estudiantes de los grados 10 y 11 de las Instituciones Educativas de la zona Urbana y Rural del Municipio de Gigante. 2007	287
Tabla 55. Expresiones artísticas preferidas por los estudiantes de los grados 10 y 11 de las Instituciones Educativas del Municipio de Gigante. 2007.....	287
Tabla 56. Frecuencia con que los estudiantes de los grados 10 y 11 de las Instituciones Educativas del Municipio de Gigante, practican las expresiones artísticas preferidas. 2007.....	287
Tabla 57. Lugares frecuentados por los estudiantes de los grados 10 y 11 de las Instituciones Educativas del Municipio de Gigante, en el tiempo libre. 2007	288
Tabla 58. Razones que expresan los estudiantes de los grados 10 y 11 de las Instituciones Educativas del Municipio de Gigante, para frecuentar dichos espacios. 2007	288
Tabla 59. Medios de comunicación empleado por los estudiantes de los grados 10 y 11 de las Instituciones Educativas del Municipio de Gigante, en el tiempo libre. 2007	288
Tabla 60. Percepciones de los estudiantes de los grados 10 y 11, sobre las actividades que realizan las Instituciones Educativas del Municipio de Gigante, además de las académicas. 2007	288
Tabla 61. Opinión de los estudiantes de los grados 10 y 11, sobre las propuestas de los maestros de las Instituciones Educativas del Municipio de Gigante, para conservar la Identidad Cultural. 2007	288

LOS CONSUMOS ARTÍSTICOS DE LOS JOVENES DE LAS ÁREA URBANA Y RURAL DEL MUNICIPIO DE GIGANTE. 2007

PAULA ANDREA SERRANO BERMÚDEZ

Tabla 62. Identificación de los proyectos que proponen los maestros en las Instituciones Educativas del Municipio de Gigante. 2007.....	288
Tabla 63. Reconocimiento por áreas de los maestros que más proponen proyectos en las Instituciones Educativas del Municipio de Gigante, para la conservación de la Identidad Cultural. 2007.....	289
Tabla 64. Uso de los recursos institucionales, por parte de los estudiantes de los grados 10 y 11 de las Instituciones Educativas del Municipio de Gigante para el desarrollo de los proyectos culturales. 2007	289
Tabla 65. Apoyo de las Instituciones Educativas para el desarrollo de los proyectos culturales. 2007	289
Tabla 66. Motivo para que los estudiantes de los grados 10 y 11, participen en los eventos culturales realizados en las Instituciones Educativas del Municipio de Gigante. 2007	289
Tabla 67. Opinión de los estudiantes de los grados 10 y 11, sobre los eventos culturales realizados en las Instituciones Educativas del Municipio de Gigante. 2007.....	289
Tabla 68. Lugares de interés visitados por los estudiantes de los grados 10 y 11, y profesores de las Instituciones Educativas del Municipio de Gigante. 2007.....	289
Tabla 69. Frecuencia con que los estudiantes de los grados 10 y 11 de las Instituciones Educativas del Municipio de Gigante, visitan lugares culturales. 2007	290
Tabla 70. Motivación realizadas por parte de los estudiantes de los grados 10 y 11 de las Instituciones Educativas del Municipio de Gigante, a otras personas para visitar lugares culturales. 2007 ...	290
Tabla 71. Aportes que brindan los lugares culturales a los estudiantes de los grados 10 y 11 de las Instituciones Educativas del Municipio de Gigante. 2007.....	290
Tabla 72. Motivación realizadas por los profesores a los estudiantes de los grados 10 y 11 de las Instituciones Educativas del Municipio de Gigante. 2007.....	290
Tabla 73. Participación de los estudiantes de los grados 10 y 11, en las actividades culturales programadas por el Municipio de Gigante y las Instituciones Educativas. 2007	290
Tabla 74. Preferencia de los estudiantes de los grados 10 y 11, hacia los eventos culturales programados por el Municipio de Gigante y las Instituciones Educativas. 2007	290
Tabla 75. Manera como participa los estudiantes de los grados 10 y 11, en los eventos culturales programados por el Municipio de Gigante y las Instituciones Educativas. 2007	291
Tabla 76. Forma de acompañamiento de los estudiantes de los grados 10 y 11, en las actividades programadas por el Municipio de Gigante y las Instituciones Educativas. 2007	291
Tabla 77. Difusión de los hábitos culturales de los estudiantes de los grados 10 y 11 de las Instituciones Educativas del Municipio de Gigante. 2007.....	291
Tabla 78. Identificación de los objetos coleccionados por los estudiantes de los grados 10 y 11 de las Instituciones Educativas del Municipio de Gigante. 2007.....	291
Tabla 79. Legalidad de los objetos coleccionados por los estudiantes de los grados 10 y 11 de las Instituciones Educativas del Municipio de Gigante. 2007.....	291

ANEXOS

ANEXO A. ENTREVISTA A EDUARDO ROJAS	293
ZONA URBANA	295
<i>ANEXO B. ENTREVISTA A LA PROFESORA CARLINA SEPULVEDA ORTIZ</i>	295
<i>ANEXO C. ENTREVISTA AL PROFESOR MIGUEL SERRANO</i>	297
<i>ANEXO D. ENTREVISTA A LA PROFESORA OLIVELLA BERMÚDEZ ARDILA</i>	299
ZONA RURAL	302
<i>ANEXO E. ENTREVISTA AL PROFESOR RODRIGO FIESCO O.</i>	302
<i>ANEXO F. ENTREVISTA A LA PROFESORA ROCIO ALMARIO ESCOBAR</i>	305

RAE

TITULO: LOS CONSUMOS ARTÍSTICOS DE LOS JOVENES DE LAS ÁREA URBANA Y RURAL DEL MUNICIPIO DE GIGANTE, HUILA

AUTORA: PAULA ANDREA SERRANO BERMÚDEZ

- 1. DESCRIPCIÓN:** Este proyecto abarca los consumos artísticos en la población estudiantil del Municipio de Gigante, donde se acude a estudiar los gustos de los estudiantes, teniendo definido el siguiente **OBJETIVO GENERAL:** Analizar el estado de los consumos Culturales y artísticos de los estudiantes matriculados en los grados de 10 y 11 correspondientes a las Instituciones Educativas del Municipio de Gigante, con el propósito de plantear propuestas alternativas para el desarrollo cultural, social e individual de la población señalada. **OBJETIVOS ESPECIFICOS:** **1.** Identificar las preferencias de los consumos artísticos y culturales de los estudiantes de los grados 10 y 11 de las Instituciones Educativas en la Zona Urbana y Rural. **2.** Estudiar las preferencias de los consumos artísticos y culturales de los estudiantes de los grados 10 y 11 de las Instituciones Educativas en la Zona Urbana y Rural. **3.** Comparar los gustos y preferencias en los consumos artísticos y culturales de las zonas urbana y rural, teniendo en cuenta los géneros (Femenino y Masculino). Para ayudarnos a identificar, conocer y analizar directamente las causas y consecuencias de la problemática del ¿Por qué los jóvenes de hoy se sienten más atraídos por el arte masivo, que por el arte autóctono del Municipio de Gigante y Departamento del Huila?; por cuanto es una necesidad de conocer dicha problemática de los jóvenes y a si mismo poder plantear alternativas de solución a mediano y largo plazo encaminadas al fortalecimiento de la Cultura Regional.
- 2. METODOLOGIA:** Para efectuar la investigación de los consumos artísticos en la población estudiantil de los grados 10 y 11 de las Instituciones Educativas de Gigante, este proyecto se orientó en los parámetros de la Investigación cuantitativa descriptiva, con medidas cualitativas que complementan los análisis del proyecto.

Son 583 estudiantes de los grados 10 y 11 matriculados en Instituciones Educativas del Municipio de Gigante, del año 2007, realizando un estudio estadístico tomando como muestra a 346 estudiantes donde se tomo como muestra: el 50% de las Instituciones educativas Ismael Perdomo Borrero (71 estudiantes), José Miguel Montalvo (49 estudiantes), Jorge Villamil Ortega (50 estudiantes) y Normal Superior (70 estudiantes), equivalente a 240 encuestas aplicadas y el 100% de las Instituciones Educativas de Sylvania (56 estudiantes) y Jorge Eliécer Gaitán (50 estudiantes) equivalente a 106 encuestas aplicadas; marcando el 0,4 error estándar a la media, donde se hizo un estudio por población individual a cada Institución Educativa del cual se distribuyo la muestra por cantidad según la regla de tres efectuada.

3. CONTENIDO TEÓRICO: La Elaboración del Fundamento Teórico Contiene como referentes: Sociedad, Cultura Y Patrimonio Cultural. *La Definición De Las Culturas Híbridas Y Las Estrategias Para Entrar Y Salir De La Modernidad, Propuestas Por Néstor García Canclini, El Consumo Cultural, Desde La Perspectiva De Guillermo Sunkel Y Las Categorías De Análisis Del Consumo Artístico, Según Pierre Bourdieu.*

4. RESULTADOS DE LA INVESTIGACION:

4.1. EXPRESIONES ARTÍSTICAS PREFERIDAS POR LOS ESTUDIANTES: El 42% de los estudiantes escoge la Música como expresión artística preferida, el 17% la Pintura y Escultura, el 16% las Danzas, el 9% las Artesanías, el 6% Todas las Anteriores, el 5% el Teatro, el 4% Ninguna de las Anteriores y el 1% es Séptimo Arte (Cine)

4.2. FRECUENCIA CON QUE LOS ESTUDIANTES PRACTICAN LAS EXPRESIONES ARTÍSTICAS PREFERIDAS: El 73% de los estudiantes Algunas Veces practican las actividades artísticas preferidas, el 20% Siempre y el 7% Nunca las ponen en práctica.

4.3. LUGARES FRECUENTADOS POR LOS ESTUDIANTES EN EL TIEMPO LIBRE: El 35% de los estudiantes frecuenta los Parques en el tiempo libre, el 13% los Sitios de Videojuegos, el 12% las Discotecas, el 8% Ninguna de las Anteriores, el 7% las Bibliotecas, el 5% el Gimnasio, el 5% los Bares, el 5% los Centros Comerciales, el 5% Todas las Anteriores, el 2% el Cine, el 1% el Club, el 1% los Museos y el 1% el Teatro.

4.4. RAZONES QUE EXPRESAN LOS ESTUDIANTES PARA FRECUENTAR DICHS ESPACIOS: El 34% de los estudiantes frecuenta los lugares por Diversión, el 28% por Relajación, el 16% porque lo o la Invitan, el 11% por Costumbre, el 8% para Aprender y el 3% por Moda.

4.5. MEDIOS DE COMUNICACIÓN EMPLEADO POR LOS ESTUDIANTES EN EL TIEMPO LIBRE: El 52% de los estudiantes utiliza como medio de comunicación la TV en el tiempo libre, el 30% la Radio, el 10% el Internet, el 5% la Comunicación oral (Tertulias) y el 3% la Prensa (Tiempo, Espectador) y Diario (Huila, la Nación)

4.6. PERCEPCIONES DE LOS ESTUDIANTES SOBRE LAS ACTIVIDADES QUE REALIZA LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA, ADEMÁS DE LAS ACADÉMICAS: El 60% de los estudiantes afirman que las Instituciones realizan actividades Culturales y Artísticas además de las académicas, el 14% Foros, el 13% Otras (Poesía, Encuentros Deportivos y Recreativos, Actividades Agrícolas, Concurso de Deletreo en Ingles, Oratorias), el 13% Religiosas y el 0% Políticas.

- 4.7. OPINIÓN DE LOS ESTUDIANTES SOBRE LAS PROPUESTAS DE LOS MAESTROS DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA, PARA CONSERVAR LA IDENTIDAD CULTURAL:** El 95% los estudiantes Afirma que los maestros Sí proponen proyectos para conservar la identidad cultural y el 5% afirman que No.
- 4.8. IDENTIFICACIÓN DE LOS PROYECTOS QUE PROPONEN LOS MAESTROS EN LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA:** El 28% de los estudiantes afirma que los maestros proponen proyectos de Oratoria, el 24% de Narrativa, el 14% de Teatro, el 9% Otros (Medio Ambiente, Ensayo, Deletreo de Inglés, Foros Pedagógicos, Pecuario, Encuentros Deportivos), el 8% de Danza, el 6% de Poesía, el 6% de Música y el 5% de Artes Visuales.
- 4.9. RECONOCIMIENTO POR ÁREAS DE LOS MAESTROS QUE MÁS PROPONEN PROYECTOS PARA LA CONSERVACIÓN DE LA IDENTIDAD CULTURAL:** El 52% de los estudiantes afirma que los maestros de Literatura son los que proponen más proyectos para conservar la identidad cultural, el 16% el de Artística, el 15% el de Sociales, el 7% el de Ingles, el 7% Otros (Biología, Religión, Educación Física, Filosofía, Geografía, Historia, Música, Pedagogía) y el 3% Ética.
- 4.10. USO DE LOS RECURSOS INSTITUCIONALES, POR PARTE DE LOS ESTUDIANTES PARA EL DESARROLLO DE LOS PROYECTOS CULTURALES:** El 74% de los estudiantes Algunas Veces utilizan los recursos de las Instituciones Educativas para el desarrollo de los proyectos culturales, el 14% Siempre y el 12% Nunca recurre a ellos.
- 4.11. APOYO DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA PARA EL DESARROLLO DE LOS PROYECTOS CULTURALES:** EL 69% de los estudiantes afirma que las Instituciones Educativas Algunas Veces los apoyan en el desarrollo de los proyectos culturales, el 28% Siempre y el 3% Nunca.
- 4.12. MOTIVO PARA QUE LOS ESTUDIANTES PARTICIPEN EN LOS EVENTOS CULTURALES REALIZADOS EN LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA:** El 44% de los estudiantes afirma que participan en los eventos culturales realizados en las Instituciones Educativas porque le Gusta, el 33% por Obligación Académica y el 23% porque lo Identifica.
- 4.13. OPINIÓN DE LOS ESTUDIANTES SOBRE LOS EVENTOS CULTURALES REALIZADOS POR LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA:** El 54% de los estudiantes sobre los eventos culturales realizados por las Instituciones Educativas son Interesante y Divertidos, el 23% Monótonos y el 23% No Opina.

- 4.14. LUGARES DE INTERÉS VISITADOS POR ESTUDIANTES Y PROFESORES DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA:** El 44% de los estudiantes ha visitado con los profesores Museos y/o Galerías, el 39% no ha visitado lugar cultural alguno con los maestros, el 12% Otros (Boyacá, Bogotá, Pueblos de la Región del Huila, Sitios Turísticos, Centros Recreacionales, Piscícola de Gigante), el 4% Salas de Teatro y Danza y el 1% Conciertos Musicales.
- 4.15. FRECUENCIA CON QUE LOS ESTUDIANTES VISITAN LUGARES CULTURALES:** El 39% de los estudiantes afirma que Ni una sola vez han visitados dichos lugares con los profesores de la Institución Educativa, el 34% Una Sola Vez, el 16% Varias Veces y el 11% Dos Veces.
- 4.16. MOTIVACIÓN REALIZADAS POR LOS ESTUDIANTES A OTRAS PERSONAS PARA VISITAR LUGARES CULTURALES:** El 61% de los estudiantes afirma que Algunas Veces invitan y/o convidan a otras personas a conocer lugares culturales, el 20% Nunca y el 19% Siempre ha motivado a las personas a conocer sitios culturales.
- 4.17. APORTES QUE BRINDAN LOS LUGARES CULTURALES A LOS ESTUDIANTES:** El 38% de los estudiantes afirman que los lugares no les dejan Ningún aporte, el 34% Culturales, el 18% Recreativos, el 9% Cognoscitivo y el 1% Científico.
- 4.18. MOTIVACIÓN REALIZADAS POR LOS PROFESORES A LOS ESTUDIANTES PARA VISITAR LOS LUGARES CULTURALES:** El 56% de los estudiantes afirma que los profesores Algunas Veces los motivan a conocer lugares culturales, el 34% Siempre y el 10% Nunca.
- 4.19. PARTICIPACIÓN DE LOS ESTUDIANTES EN LAS ACTIVIDADES CULTURALES PROGRAMADAS POR EL MUNICIPIO Y LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS:** El 82% de los estudiantes Algunas Veces participan en las actividades programadas por el Municipio y las Instituciones Educativas, el 13% Siempre y el 5% Nunca ha participado en estos eventos.
- 4.20. PREFERENCIAS DE LOS ESTUDIANTES, HACIA LOS EVENTOS CULTURALES PROGRAMADOS POR EL MUNICIPIO Y LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS:** El 44% de los estudiantes escogen los Deportes como actividad predilecta entre los eventos culturales programados por el Municipio y las Instituciones Educativas, el 23% la Música, el 14% las Danzas, el 6% las Artesanías, el 5% las Comparsas, el 5% Otros (Tenis de Mesa, Banda Municipal, Concurso de oratoria, Pintura y Escultura, Todas las Anteriores) y el 3% el Teatro.
- 4.21. MANERA COMO PARTICIPAN LOS ESTUDIANTES EN LOS EVENTOS CULTURALES PROGRAMADOS POR EL MUNICIPIO Y LAS**

INSTITUCIONES EDUCATIVAS: El 61% de los estudiantes participan en los eventos culturales programados por el Municipio y las Instituciones Educativas como Espectador y el 39% como Actor.

- 4.22. FORMA DE ACOMPAÑAMIENTO DE LOS ESTUDIANTES EN LAS ACTIVIDADES CULTURALES PROGRAMADAS POR EL MUNICIPIO Y LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS:** El 86% de los estudiantes participan en las actividades culturales programadas por el Municipio y las Instituciones Educativas con los Amigos (as), el 9% con la Familia y el 5% con Otros (Maestros, Institución Educativa, Compañeros de Trabajo y estudio, Vecinos, Novio).
- 4.23. DIFUSIÓN DE LOS HÁBITOS CULTURALES DE LOS ESTUDIANTES:** El 39% de los estudiantes afirman que los hábitos culturales son difundidos por la Familia, el 29% por la Institución Educativa, el 19% por el Rol social (amigos-as), el 8% por los Medios de Comunicación y el 5% por Otros (Maestros, Libros, Vecinos, Todas las Anteriores).
- 4.24. IDENTIFICACIÓN DE LOS OBJETOS COLECCIONADOS POR LOS ESTUDIANTES:** El 58% de los estudiantes colecciona Música, el 10% Instrumentos Deportivos, el 9% Películas, el 8% Farándula, el 8% Otros (Libros de Terror, Novelas, Recuerdos de Viajes, Botellas, Canicas, Monedas, Artesanías, Recuerdos de Infancia, Dibujos, Cosméticos) y el 7% Juegos.
- 4.25. LEGALIDAD DE LOS OBJETOS COLECCIONADOS POR LOS ESTUDIANTES:** El 41% de los estudiantes afirma que coleccionan objetos Originales, el 36% No le Interesa que sean originales o piratas y el 23% colecciona objetos Piratas.
- 5. FUENTES BIBLIOGRAFICAS:** Se consultaron 19 fuentes bibliográficas: 9 Fuentes primarias, 1 Tesis de Investigación consultadas en las Biblioteca de la Universidad Surcolombiana y Departamental del Huila, 5 Textos Virtuales y 4 Bibliotecas Virtuales.
- 6. PALABRAS CLAVES:** Sociedad, Cultura, Cultura Híbrida, Arte, Patrimonio Cultural, Consumo Cultural, Consumo Artístico, Medios de Comunicación, Proyectos Culturales, Estudiantes, Instituciones Educativas, Zona Urbana, Zona Rural.

2. INTRODUCCIÓN

El Municipio de Gigante cuenta con una estructura cultural deficiente; sin embargo a nivel departamental existe un gran acervo cultural que no ha sido valorado en su verdadera dimensión e importancia, debido al desconocimiento de sus potencialidades y a usos y manejos inapropiados, por causas diversas, una puede ser por el mismo huilense por preferir el consumo de lo que ofrece los países desarrollados y que estos infortunadamente lo han transformado a su conveniencia económica y política, “*con el fin de universalizar su arte e imponerlo al mundo como el único o el mejor*”¹; esta propuesta investigativa tiene elementos diagnósticos, con el objetivo de adquirir conocimiento e información básica sobre el manejo del consumo artístico de los jóvenes de Gigante y, por qué los jóvenes lo prefieren o se sienten más atraídos por él, en lugar de lo propio o autóctono, con especial énfasis en los jóvenes estudiantes de los grados 10º y 11º, de los centros educativos de dicho Municipio, con el fin de adelantar un plan de una educación adecuada y fiable para la recuperación de la identidad huilense.

Para ello, se acudió a fuentes que guardan relación directa con la investigación a realizar; como: Pierre Bourdieu con el libro “La Distinción”, a Juan Acha con “El Consumo Artístico y sus Efectos”, a García Canclini con “Culturas Híbridas”, a Guillermo Sunkel con su libro “El consumo Cultural en América Latina”, donde este último retoma investigaciones de primera mano producidas por J. Martín Barbero, Néstor García Canclini y Guillermo Orozco; todo lo anterior para identificar, plantear y analizar el problema de ¿Por qué los jóvenes del Municipio de Gigante, se sienten más atraídos por el arte masivo que por el arte autóctono de la región del Huila?; además, se utilizaron metodologías de tipo cuantitativo descriptivo como encuestas de profundidad a estudiantes y etnográfico como entrevistas a profesores y personas relacionadas con el área.

Las anteriores fuentes teóricas nos llevan a razonar y construir lo que se busca en la Investigación sobre consumo cultural y artístico que han conducido a la creación de un imaginario social, donde el consumo creó un círculo comunicativo desde el momento en que aparece el hombre; en su necesidad de sobrevivir ha permitido mantener un ambiente de interrelación cultural entre las personas, además de crear en la cultura de cada individuo una identidad social y una forma de vivir

¹ ACHA, Juan; El consumo artístico y sus efectos, México, Ed. Trillas 1988, pág.: 73

dentro una sociedad multicultural, que de una u otra manera infortunadamente se ha establecido una subordinación hacia la simbología extranjera, creando así una cultura popular, que ésta puede ser entendida como el resultado de la apropiación desigual de los bienes económicos y simbólicos por parte de los sectores subalternos y que irónicamente crea a la vez mediante los medios tecnológicos una homogenización de consumo es decir uniforma los gustos y las aspiraciones, crea una forma de vivir superflua; en otras palabras crea un “factor de identidad” de consumo. En resumen el consumo pasa a ser un consumismo que una forma de vida y a la vez un encubierto control social e ideológico.

Basándonos en estas hipótesis se escogieron las Instituciones Educativas de Gigante, que a pesar de ser un pueblo pequeño cuenta con las tres modalidades de formación académicas establecidas por el Ministerio de Educación Nacional de nuestro país; es decir, que el municipio mencionado cuenta con Instituciones Educativas dedicadas a la formación la técnica, académica y pedagógica.

Para el desarrollo de la investigación se elaboraron los instrumentos orientados con metodologías de tipo cuantitativo descriptivo, tales como encuestas a profundidad aplicados a estudiantes. La población total de estudiantes de los grados 10 y 11 de las seis Instituciones Educativas (de la zona urbana y rural) del Municipio de Gigante es 583 matriculados en el año 2007, donde se tomo como muestra: el 50% de las Instituciones educativas Ismael Perdomo Borrero (población muestra es de 71 estudiantes), José Miguel Montalvo (población muestra es de 49 estudiantes), Jorge Villamil Ortega (población muestra es de 50 estudiantes) y Normal Superior (población muestra es de 70 estudiantes), equivalente a 240 encuestas aplicadas y el 100% de las Instituciones Educativas de Sylvania (población muestra es de 56 estudiantes) y Jorge Eliécer Gaitán (población muestra es de 50 estudiantes) equivalente a 106 encuestas aplicadas; con un total de la muestra de 346 encuestas aplicadas a los estudiantes de los grados 10 y 11 de las Instituciones Educativas del Municipio de Gigante en el 2007.

En el proyecto investigativo se emplearon técnicas de tipo etnográfico como entrevistas a cinco profesores de las diferentes zonas: tres maestros de la zona Urbana y dos maestros de la zona Rural; y una autoridad educativa del Municipio de Gigante (Supervisor Educativo hoy pensionado, antes Jefe de Distrito), con el

fin de verificar lo dicho por los estudiantes de los grados 10 y 11 de las diferentes Instituciones Educativas.

En el trabajo investigativo se analizó primero las Instituciones Educativas de la Zona Urbana y segundo los de la Zona Rural, donde en cada una de las Instituciones Educativas se analizan el aspecto general y posteriormente se analizaron por el sexo; en tercer lugar se compararon las Zonas (Urbana y Rural) teniendo en cuenta lo anterior para llegar a un análisis general, sin descartar en cada uno de ellos la comparación entre los sexos.

Para finalizar, se invita de manera cordial al lector a vincularse con el arte y la cultura del entorno de la comunidad educativa, para que comprenda la contextualización de presente investigación, y en lo posible, se comprometa con el desarrollo de futuras Investigaciones relacionadas con el tema. Lo anterior encaminado al mantenimiento y defensa de la Cultura Regional de una forma constructiva, activa y participativa.

3. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

En el Departamento del Huila se han realizados muy pocas investigaciones sobre La Educación y la Cultura, en la educación básica y media (primaria y secundaria), sin tener en cuenta la importancia del consumo cultural y artístico de los jóvenes de hoy en la sociedad, como las consecuencias generadas por los Mass-medios y los Medios Tecnológico, cuyos síntomas percibidos serian: Poco interés por lo autóctono de la Región; la ruptura de la comunicación familiar y la ausencia de espacios para el diálogo, trayendo como consecuencia la perdida de la expresión verbal como las narraciones, los cuentos, los dichos, los refranes, el análisis de la cotidianidad y holístico, etc.; enclaustramiento con el medio tecnológico generando comunicación de una sola vía entre el joven y el medio tecnológico, ejemplo los videojuegos; además los jóvenes no participan en las actividades culturales sin no hay un estímulo lucrativo; trayendo como consecuencia que el joven se aparte de la realidad, vive convencido que todo es juego y fantasía, se transforma en un ser asocial, histérico, paranoico y deshumanizado.

Por estas razones, se han venido buscando alternativas desde diferentes campos artísticos para dar solución a dichos problemas, involucrando a la sociedad, a los entes gubernamentales, las Instituciones (Internacionales, nacionales y no gubernamentales) y los jóvenes directamente afectados en el desarrollo y progreso cultural, con sentido comunicativo, humano y con pertenencia a lo autóctono del Municipio y del Departamento.

Por consiguiente, se ha creado una serie de preguntas vinculando a los adolescentes de los grados 10 y 11 de las Instituciones Educativas del Municipio de Gigante, como: ¿Cuáles son los gustos, preferencias y las influencias del arte en los bachilleres de las Instituciones Educativas de Gigante?, ¿Por qué los jóvenes de hoy se sienten más atraídos por el arte masivo que por el arte autóctono?, ¿Cuál es la inclinación hacia este?, ¿Qué placer o utilidad obtiene con ello para su vida social?, ¿Cómo podemos formar personas creativas, crítico-reflexivo con sentido constructivo hacia la conservación del arte y la cultura del Municipio de Gigante y del Departamento del Huila?, en esencia: **¿CUÁLES SON LAS CONSUMOS ARTÍSTICOS QUE EFECTÚAN ACTUALMENTE LOS JÓVENES BACHILLERES DEL MUNICIPIO DE GIGANTE?**

4. ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN

4.1. ANTECEDENTES

Teniendo en cuenta que ha habido poco interés por la investigación sobre el tema de los consumos en las artes, en los jóvenes de la Básica y Media a Nivel Nacional, se ha recurrido a seis investigaciones relacionadas con el proceso investigativo a nivel Latinoamericano, Nacional y Departamental. Se debe precisar que solo de las investigaciones realizadas en el ámbito local se hacen los respectivos resúmenes de investigación, como se podrá leer más adelante.

Como antecedentes encontramos: ***LA DISTINCIÓN: Criterios y Bases Sociales del Gusto. De Pierre Bourdieu, impreso por la Editorial Tauros, de Madrid. 1979 (1988).*** El autor ofrece aportes importantes sobre las cuestiones culturales y simbólicas. Sus investigaciones nos permiten ver cómo la cultura se vuelve fundamental para entender las relaciones y las diferencias sociales. Bourdieu parte de las ideas centrales del marxismo, o sea que la sociedad está estructurada en clases sociales y que las relaciones que se establecen entre ellas son relaciones de lucha; pero desde su teoría social no se queda en un planteo economicista sino que incursiona empíricamente en la cultura, el arte, la educación. Dentro de ello, analiza los sistemas simbólicos de producción y consumo, y las relaciones de poder. La manera en que Bourdieu estructura las partes constitutivas de la vida social es a través de la teoría de los campos.

Los campos están conformados por dos elementos: La existencia de un capital (simbólico) común y la lucha por su apropiación. El campo científico o artístico ha acumulado un capital (conocimientos, habilidades, creencias) respecto del cual actúan dos posiciones: las que detentan ese capital y aquellas que aspiran a poseerlo. Para reconocer la producción individual (una escultura, un libro, etc.) es necesario conocer la historia del campo de producción de esa obra.

Aporta teórica y metodológicamente elementos para el estudio y el rastreo de la producción, circulación y consumo cultural, y a través de él los productos de la cultura que "incluye" o "excluye". Por ello, avanzamos clarificando algunos términos que utiliza para los estudios culturales y que provienen del campo de lo económico.

Capital económico -capital cultural- capital simbólico. Los dos primeros se refieren respectivamente a la acumulación de bienes económicos y culturales; el término

simbólico se lo aplica a las diferentes especies de capital cuando son percibidas o reconocidas como legítimas. Son bienes simbólicos, por ejemplo el honor, el prestigio, los conocimientos, etc.

Interés simbólico: interés de reproducir o de conquistar un capital simbólico determinado. Es importante para una explicación científica de las prácticas sociales, el tener en cuenta también los factores sociales no económicos, es decir, los factores sociales simbólicos. Hay una serie de prácticas aparentemente "desinteresadas" pero que se estructuran por principios que responden a otro tipo de interés (no económico), por ejemplo la renovación de los principios estéticos en el arte.

En "La Distinción", Bourdieu se centra en las prácticas culturales, describe la estructura de los campos, pero muestra a los sujetos sociales (las clases y los grupos) operando la correlación y complementación entre los campos. Analiza cómo se organiza la diferenciación simbólica entre los "niveles culturales" a través de la elección estética. Amplía, así, a tres los niveles culturales denominándolos "gustos", expresión que nos lleva a pensar en un aspecto subjetivo de los comportamientos. Distingue el "gusto legítimo", el "gusto medio" y el "gusto popular"²

EL CONSUMO ARTISTICO Y SUS EFECTOS. Escrito por Juan Acha y de la Editorial Trillas de México; 1988. Aquí el escritor pretende establecer los diferentes aspectos de la correlación arte-sociedad. Las artes visuales sirvieron como centro, y América Latina como trasfondo. Diferenciando y separando por una parte el consumo estético, el artístico y pseudo-artísticos. Y por otra diferencia las operaciones del consumo: sensoriales, sensitivas y las teoréticas. Los objetivos es: Conocer la realidad del consumo artístico, esto equivale a redefinirlo y a revalidarlo; La redefinición del consumo tienen por objetivo práctico establecer hasta qué punto es posible proveer al consumidor de recursos intelectuales, capaces de controlar y orientar sin adulteraciones, sus mecanismos de consumo artístico. Y Establecer cuál es la interacción de la sociedad, el individuo y el sistema artístico en la creación de necesidades estéticas y artísticas de nuestra sensibilidad. En cada uno de los tipos de consumo los analiza por separado, sus elementos y mecanismos pre-perceptuales, para dar cuenta de la precedencia de los ideales y orientaciones, capacidades y necesidades artísticas y estéticas del consumidor.

² María J. Villa, 2000: "Una aproximación teórica al periodismo cultural", en Revista Latina de Comunicación Social, número 35, de noviembre de 2000 [extra "La comunicación social en Argentina"], La Laguna (Tenerife), en la siguiente dirección electrónica (URL): <http://www.ull.es/publicaciones/latina/09villa2.htm>; consultado el 3 de enero del 2008

CULTURAS HIBRIDAS: Estrategias para Entrar y Salir de La Modernidad. De Néstor García Canclini, de la Editorial Grijalbo de México, 1989. Como objetivo busca Identificar interpretar y comprobar que la cultura latinoamericana es el producto de un proceso de hibridación o es el resultado de varios procesos culturales que se fusionan e interactúan a través de la historia. Estudia las culturas híbridas que constituye la modernidad y le dan su perfil específico en América latina, reuniendo los saberes parciales de las disciplinas que se ocupan de la cultura para ver si es posible elaborar una interpretación más plausible de las contradicciones y los fracasos de nuestra modernización. Buscando Que hacer – cuando la modernidad se ha vuelto un proyecto polémico o desconfiable- con estas mezclas de memoria heterogénea e innovaciones truncas. La metodología que utiliza el autor es Comparativa, ya que estudia a varios investigadores europeos con latinoamericanos, como de diversas disciplinas separadas pero que se complementan; para estudiar la cultura latinoamericana, además toma algunos ejemplos representativos de la crisis no solo personal de intelectuales y artistas, sino de su papel como mediadores e intérpretes del cambio social. El libro de Cultura Híbridas, lo hace a través de un ensayo donde da a conocer propuestas, estudia las propuestas y las deja abierta a nuevas y futuras investigaciones relacionadas con el tema.

EL CONSUMO CULTURAL EN AMERICA LATINA: Construcción teórica y líneas de investigación. Del autor: Guillermo Sunkel; Editorial Convenio Andrés Bello, de Santa fe de Bogotá; 1999. Pretende reunir en un solo texto parte significativa de una literatura que se encuentre dispersa y que resulta poco accesible no sólo para el estudiante sino también para el investigador ya iniciado en el estudio de los procesos culturales en América latina. Un segundo propósito general de esta colección ha sido tratar de representar algunas de las principales tendencias recientes en términos de líneas de investigación y de construcción teórica en América latina. Por otra parte se trata de la colección deliberadamente plural e interdisciplinaria, en el sentido de que trata de dar cuenta de una diversidad de miradas, y recoge las producciones de investigadores en distintos centros de investigación. Los espacios que retoman son: Argentina (Buenos Aires), Chile (Santiago de Chile), Brasil (Sao Pablo), México. Colombia y Venezuela. Su metodología es Incorporar investigaciones que utilizan técnicas cuantitativas y cualitativas, Incluyendo textos en los que se analizan prácticas de consumo en torno a diversos productos culturales: artes, medios, nuevas tecnologías de la comunicación y otras actividades involucradas en la construcción del tiempo libre, Selección de investigación centrada en el consumo de medios y géneros particulares, pero también en análisis con una mirada transversal, que recorre las distintas prácticas de consumo de los sectores sociales. Incluir aportes desde distintas disciplinas, principalmente la antropología, sociología y perspectiva comunicacional.

En cuanto a los antecedentes de las investigaciones realizadas a nivel departamental encontramos las siguientes: **UNA FORMA PARA ENTENDER LA CIUDAD: Relaciones Sociales Y Prácticas Culturales En Tres Escenarios De Mercado. Editorial Universidad Surcolombiana, 2004. De Ofelia Ramírez Losada y Ana Lucinda Pachón Maldonado.** El libro es una investigación realizada en la ciudad de Neiva entre el 2002 y 2004, donde retoma varios autores; los más destacados para tratar o profundizar esta temática como J. Martín Barbero, Néstor García Canclini, Guillermo Orozco y otros. El libro está conformado por seis capítulos en los cuales solo me interesa nombrar el primero, ya que da diferentes conceptos del consumo, sus lógicas, procesos y prácticas de este, de los diversos autores ya nombrados, y el sexto, donde retoma las categorías importantes del consumo como; la edad, clase social y el género sintetizado. Está centrada en mostrar como los sitios de mercado no son sólo espacios mecánicos de consumo, sino también escenarios de interacción, convergencia y diferenciación social y contenedora de ricos sistemas de símbolos, sentidos, y usos y costumbres compartidos. Pretende dar una mirada de Neiva desde la dimensión sociocultural a través del reconocimiento y exploración de lo simbólico, significados, procesos comunicativos y relaciones e interacciones sociales de aquellos espacios vitales en la dinámica de la ciudad a donde la gente acude a realizar su actividad periódica de mercar es decir de consumir. Los espacios investigados: La plaza de mercado, La Tienda Barrial y el Supermercado.

Los propósitos se deriva de programas y proyectos de investigación y extensión en las diferentes facultades de La Universidad con el ánimo de generar conocimientos de doble propósitos: Construir conciencia y pertenencia del territorio local y contribuir a la búsqueda de alternativas viables en la solución de los problemas de la ciudad. Vincula a los estudiantes de diferentes carreras a familiarizarse con el ejercicio investigativo, función inherente a la universidad. Produciendo un conocimiento acerca de nuestro contexto social inmediato: la ciudad desde una perspectiva sociocultural.

La metodología es una Investigación cuantitativa y cualitativa etnográfica (predomina este último.) permitiendo percibir la transición desigual de la ciudad, de lo tradicional a lo moderno, de lo rural a lo urbano y la coexistencia de varias culturas y enriqueciendo los contenidos de las asignaturas de Desarrollo y contexto de los diferentes programas académicos de La Universidad Surcolombiana.

CONSUMOS ARTISTICOS EN LA POBLACIÓN UNIVERSITARIA DE NEIVA. 2006, de los autores: Anderson Trujillo Quesada, Milena Córdoba Perdomo y Fania T. Montaña. En la ciudad de Neiva se han organizado una serie de proyectos culturales y artísticos para los Jóvenes que estudian en las Universidades de Neiva, con la idea de sensibilizar, educar y prevenir; pero no siempre han obtenido los impactos

esperados. Ahora nos preguntamos ¿Cuáles son los gustos y las influencias del arte en los estudiantes universitarios en la ciudad de Neiva? ¿Cómo podemos generar públicos críticos y constructivos para el arte que se crea en la ciudad? ¿CUÁLES SON LOS CONSUMOS ARTÍSTICOS QUE EFECTÚAN ACTUALMENTE LOS UNIVERSITARIOS DE NEIVA?

Este proyecto abarca los consumos artísticos en la población universitaria de Neiva, donde se acude a estudiar los gustos de los universitarios, teniendo definido el siguiente Objetivo General es aportar elementos que contribuyan a la comprensión de la cultura que poseen los universitarios de Neiva, y los siguientes Objetivos Específicos: **1) Identificar los consumos artísticos** de los estudiantes de Educación Superior de Neiva, teniendo como referencia las universidades que desarrollan procesos de formación presencial, **2) Estudiar los gustos** a partir de las variables fijas como son; el sexo de los estudiantes, las edades respectivas, el estudio del consumo artístico en los estudiantes según estrato socioeconómico y el estudio del consumo en los estudiantes de la comuna donde residen los estudiantes; **3) Analizar** en la población universitaria, los consumos identificados para proponer los **lineamientos** que contribuyan a orientar la de formación de públicos de los distintos lenguajes artísticos en las universidades de Neiva; **4) Desarrollar estrategias de información**, para que las instituciones universitarias de Neiva conozcan los resultados de la investigación y los lineamientos planteados para la formación de públicos.

La metodología que maneja para el desarrollo de este proyecto está orientada por parámetros de la Investigación cualitativa, descriptiva, con medidas cuantitativas que complementan los análisis del proyecto. Las universidades que tuvimos en cuenta para el estudio del problema fueron: la Universidad Surcolombiana USCO, La Universidad Cooperativa de Colombia UCC, la Corporación Universitaria del Huila Corhuila, la Corporación Unificada de Colombia CUN y la Universidad Antonio Nariño UAN, arrojando una población de 11.968 estudiantes matriculados en el segundo semestre del 2006, realizando un estudio estadístico de población muestra de 380 estudiantes en general, donde se hizo un estudio por población individual a cada universidad del cual se distribuyo la muestra por cantidad según la regla de tres efectuada. En cada universidad se hizo la aplicación de encuesta y unas observaciones, con el propósito de efectuar el análisis de los espacios y las prácticas de los consumos artísticos.

Respecto a las conclusiones; se percibe que el consumo cultural en el pregrado está marcado en la música; especialmente la música comercial o llamada popular dentro de las clasificaciones del arte. La música se propaga a nivel de la radio, siendo los oyentes la gente joven de la ciudad de Neiva; esta ciudad cuenta con diez emisora

entre la FM y AM, las emisoras como Tropicana estéreo, Rumba estéreo, Bésame estéreo, Ejercito Nacional y Cristalina estéreo, son las más escuchadas por los jóvenes Neivanos, de esta manera percibimos música como reggaetón, vallenatos y rancheras y música comúnmente llamadas para Lavar y Planchar. En cambio las emisoras como Caracol radio y RCN radio emiten de programas de medicina natural, esoterismo y ventas de articulo o inmuebles, este tipo de radio se sintonías en la AM y aun son poco escuchada por los jóvenes por que la música que emiten es tipo son guascarrileras y de cantina abierta de pueblo, estas emisoras se escuchadas especialmente por los adultos.

No solo en la población universitaria si no también en toda la sociedad, la música a diferencia de las otras artes, han logrado generalizar en especie de industria de producción musical; hay música para todos los estratos sociales, para todas las edades, para todos los gustos o según el sexo; por ejemplo encontramos música con contenido particular que escuchan ciertos tipos de personas o determinadas clases sociales como la gente tradicionalista o adultos que le gusta escuchar música en donde hable del paisaje, de las experiencias amorosas como los boleros o rancheras.

Según Juan Pablo Rodríguez, licenciado en Música, expresa al conocer los resultados de esta investigación; “que la música, es el arte sonoro que en el tiempo se registra a través de grabaciones logrando una reproducción, facilitando la difusión por medios magnéticos económicos donde se puede tener acceso a un registro, para utilizarlo durante mucho tiempo, manera muy distinta como ir a ver cine, a menos que alquile el video o se compre, o a ver una obra de teatro; también para asistir a una exposición de cuadros se tendría que comprar el cuadro para adquirirlo siendo a un precio muy alto que en ocasiones no permite comprar.

La música ofrece productos para todos los gustos en diferentes formatos como en CD, Mp3, en audio, antiguamente en acetatos, casetes; así mismo los medios de comunicación se mueven alrededor de la música; todas las emisoras en la mayor parte del tiempo están haciendo sonar música de todos los géneros; en la televisión también gran parte de la programación está enfocada hacia la música; que se convierte en un componente necesario que ambienta las escenas de comerciales, de películas, de novelas de obras de teatro, y que además con los avances tecnológicos se puede hacer fácilmente una producción musical, impulsándose necesaria en los medios de comunicación”.

Además del aspecto mediático de la posibilidad de tener a la disposición recursos que la tecnología contemporánea nos ofrece se hace más fácil escuchar música que el apreciar obras de arte por que exigiría consumo de libros o la posibilidad de acceder a

exposiciones en lugares específicos donde se requiere la interpretación de la misma obra, igualmente pasa con el teatro, no podemos decir que los universitarios por el hecho de consumir masivamente la música; no tenga la posibilidad de consumir expresiones teatrales en el sentido de que no es comparable por que en la ciudad de Neiva no hay lugares adecuados para hacer teatro.

Conociendo los resultados de la radio y los puntos de vistas del Licenciado Juan Pablo Rodríguez y del Sociólogo Norberto Insuasti, podemos decir que los eventos artísticos como el teatro, la danza y las exposiciones visuales son consumos vivenciales por lo tanto no se puede tener un contacto a través de los medios de comunicación; a causa de la poca publicidad en los medios locales. También por ser escasos estos eventos en la ciudad de Neiva, no hay atención necesaria para realizarlos y solo asisten a ellos personas que aman y creen en el teatro, la danza y las obras visuales, convirtiendo estos actos en un círculo cerrado.

De esta manera nos permite señalar que las expresiones artísticas en las universidades de Neiva, necesitan desarrollar programas que involucren todas estas áreas para un buen manejo y conocimiento de la cultura, donde se despierte un público profesional critico en el contexto, sus conocimientos y tendencias que se desenvuelven en el medio de un organismo que se llama sociedad.

Todo esto por la necesidad de desarrollar estrategias de información sobre este análisis investigativo, en donde las instituciones universitarias de Neiva deben enterarse para que aborden estos estudios y se realicen programas de formación artística en las universidades de acuerdo a los lineamientos que se plantean en el análisis de la investigación. Identificado los consumos artísticos en la población universitaria, se propone unos lineamientos para la formación de públicos de los distintos lenguajes artísticos en las universidades de Neiva. Dando pautas en la formación del profesional con el ánimo de desarrollar la visión crítica que se necesita en el proceso de globalización y del sistema neoliberal que apunta al espacio del ser prospectivo en el estado de construcción económica y social.

Estos lineamientos están fundamentados en la metodología de aprendizaje que expone Howard Gardner en su *Teoría de las Inteligencias Múltiples 1995*; en el que la Inteligencia no es vista como algo unitario, que agrupa diferentes capacidades específicas con distinto nivel de generalidad, sino como un conjunto de inteligencias múltiples, distintas e independientes. También se toman del mismo autor, el referente de *Educación Artística y Desarrollo Humano 1994*; donde el objetivo es explicar cómo se produce el desarrollo en el ser humano y más concretamente en la educación artística, basándose en las diferencias individuales de la población, escolarización.

4.2. JUSTIFICACIÓN

Como requisito y cumplimiento de la carrera de Educación Básica con Énfasis en Educación Artística, se plantea y desarrolla este Proyecto de Investigación de tipo etnográfico (entrevistas) y cuantitativo descriptivo (encuestas de profundidad); para ayudarnos a identificar, conocer y analizar directamente las causas y consecuencias de la problemática del ¿Por qué los jóvenes de hoy se sienten más atraídos por el arte masivo, que por el arte autóctono del Municipio de Gigante y Departamento del Huila?; por cuanto es una necesidad de conocer dicha problemática de los jóvenes y a si mismo poder plantear alternativas de solución a mediano y largo plazo encaminadas al fortalecimiento de la Cultura Regional.

En el desarrollo del presente Proyecto se tomó como ámbito de indagación las Instituciones Educativas de la Zona Urbana y Rural del Municipio de Gigante, ubicado Departamento del Huila; ya que hasta el momento no se ha realizado un trabajo investigativo en la Región, con relación al tema del impacto que genera la transculturación causada por el consumo masivo, en los estudiantes de los grados 10 y 11 de los diversas Instituciones Educativas de este Municipio, quienes han dejado de lado las tradiciones culturales y autóctonas.

Para tal efecto, se retomaron las investigaciones sobre *consumo, sus medios y efectos*; de Canclini, Sunkel y Juan Acha, que en síntesis confirman el impacto que se manifiesta en los diversos espacios y momentos de relación, junto con la “necesidad” de consumir lo ofrecido por los países desarrollados a través de los medios tecnológicos (Internet, TV, Radio, Diseños Gráficos e Industriales); ha generado en el individuo una identidad social y una forma de vivir alienada por los modelos extranjeros; como impacto, se ha venido observando que nuestros jóvenes tratan de imitar comportamientos, expresiones verbales, formas de vestir, porte de objetos y consumo de **música**, entre otros; esto hace que se presente una cierta declinación y subvaloración en la cultura tradicional y/o autóctona.

Es de significativa importancia este Proyecto Investigativo, propiciado por La Universidad Surcolombiana, para considerar alternativas de solución que permitan hacer de la educación y el desarrollo cultural un proceso pedagógico curricular en el que se involucren, no solamente a los estudiantes y maestros, sino también a las autoridades Educativas y gubernamentales locales y regionales, para recuperar o mantener vivo lo autóctono y por ende auspicien el crecimiento y desarrollo de nuestra sociedad.

También habría que decir, este proyecto continúa la indagación sobre los consumos culturales de nuestra juventud, constituyendo solamente un aporte; al tiempo, anhelamos que nuevos grupos de investigación se encarguen de impulsar nuevos proyectos que contribuyan a la comprensión de este fenómeno cultural.

5. OBJETIVOS

5.1. OBJETIVO GENERAL

Analizar el estado de los consumos Culturales y artísticos de los estudiantes matriculados en los grados de 10 y 11 correspondientes a las Instituciones Educativas del Municipio de Gigante, con el propósito de plantear propuestas alternativas para el desarrollo cultural, social e individual de la población señalada.

5.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar las preferencias de los consumos artísticos y culturales de los estudiantes de los grados 10 y 11 de las Instituciones Educativas en la Zona Urbana y Rural.
- Estudiar las preferencias de los consumos artísticos y culturales de los estudiantes de los grados 10 y 11 de las Instituciones Educativas en la Zona Urbana y Rural.
- Comparar los gustos y preferencias en los consumos artísticos y culturales de las zonas urbana y rural, teniendo en cuenta los géneros (Femenino y Masculino).

6. METODOLOGÍA

Para efectuar la investigación de los consumos artísticos en la población estudiantil de los grados 10 y 11 de las Instituciones Educativas de Gigante, este proyecto se orienta en los parámetros de la Investigación cuantitativa descriptiva, con medidas cualitativas que complementan los análisis del proyecto.

Son 583 estudiantes de los grados 10 y 11 matriculados en Instituciones Educativas del Municipio de Gigante, del año 2007, realizando un estudio estadístico tomando como muestra a 346 estudiantes donde se tomó como muestra: el 50% de las Instituciones educativas Ismael Perdomo Borrero (71 estudiantes), José Miguel Montalvo (49 estudiantes), Jorge Villamil Ortega (50 estudiantes) y Normal Superior (70 estudiantes), equivalente a 240 encuestas aplicadas y el 100% de las Instituciones Educativas de Silvania (56 estudiantes) y Jorge Eliécer Gaitán (50 estudiantes) equivalente a 106 encuestas aplicadas; marcando el 0,4 error estándar a la media, donde se hizo un estudio por población individual a cada Institución Educativa del cual se distribuyó la muestra por cantidad según la regla de tres efectuada.

NeIE Número de Estudiantes por Institución Educativa
NeG Número de Estudiantes en General
Nm Número de Muestra

$$\frac{\text{NeI} \times \text{Nm}}{\text{NeG}}$$

En cada Institución Educativa se hizo la aplicación de encuesta y unas observaciones, con el propósito de efectuar el análisis de los espacios y las prácticas de los consumos artísticos.

La realización de las encuestas se recurre a sacar los porcentajes de las preguntas por medio de una regla de tres simple.

QR Cantidad de respuesta
n Número de muestra

$$\frac{\text{QR} \times 100}{n}$$

Para el análisis se tomó primero el estudio específico de cada Institución Educativa seleccionadas para la realización del proyecto, después por zona y por último se analizó de forma general de los Estudiantes de los grados 10 y 11; analizándose conjuntamente por sexo.

7. FUNDAMENTO TEÓRICO

7.1. SOCIEDAD, CULTURA Y PATRIMONIO CULTURAL

La **sociedad** es el conjunto de individuos que comparten fines, conductas y cultura, y que se relacionan interactuando entre sí, cooperativamente, para formar un grupo o una comunidad.³ En otros términos y para completar la Sociedad, es un *"Sistema o conjunto de relaciones que se establecen entre los individuos y grupos con la finalidad de constituir cierto tipo de colectividad, estructurada en campos definidos de actuación en los que se regulan los procesos de pertenencia, adaptación, participación, comportamiento, autoridad, burocracia, conflicto y otros"*⁴

Según la Ley 397 de 1997 (Ley General de Cultura República de Colombia), **Cultura** es el conjunto de rasgos distintivos, espirituales, materiales, intelectuales y emocionales que caracterizan a los grupos humanos y que comprenden, más allá de las artes y las letras, modos de vida, derechos humanos, sistemas de valores, tradiciones y creencias.⁵ El concepto de cultura actualmente es utilizado por sociólogos y antropólogos, para indicar el conjunto de formas de vida creados, aprendidos y transmitidos de una generación a otra entre los miembros de una sociedad.

La **UNESCO**, en 1982, declaró; *"...que la cultura da al hombre la capacidad de reflexionar sobre sí mismo. Es ella la que hace de nosotros seres específicamente humanos, racionales, críticos y éticamente comprometidos. A través de ella discernimos los valores y efectuamos opciones. A través de ella el hombre se expresa, toma conciencia de sí mismo, se reconoce como un proyecto inacabado, pone en cuestión sus propias realizaciones, busca incansablemente nuevas significaciones, y crea obras que lo trascienden."*⁶

Según La UNESCO "se entiende por **patrimonio cultural** inmaterial las prácticas, representaciones y expresiones, los conocimientos y las técnicas que dan a las

³ Enciclopedia Electrónica Wikipedia: Texto de la Licencia de documentación libre de GNU. Free Documentation License (GFDL). sociedad. <http://es.wikipedia.org/wiki/Sociedad>. Consultado el 3 de enero del 2008.

⁴ Microsoft Encarta 2008. Microsoft Corporation.

⁵ Ley General de Cultura República de Colombia. Documentos para la discusión y para la formulación de políticas, planes y proyectos. 2007. pág. 3.

⁶ UNESCO. *Declaración de México, 1982*.

comunidades, los grupos e individuos un sentimiento de identidad y continuidad. Los instrumentos, herramientas, objetos, artefactos y espacios culturales asociados a esas prácticas forman parte integrante de este patrimonio. El patrimonio cultural inmaterial, transmitido de generación en generación, lo recrean permanentemente las comunidades y los grupos en función de su medio, su interacción con la naturaleza y su historia. La salvaguardia de este patrimonio es una garantía de sostenibilidad de la diversidad cultural.”⁷

Y según La Ley General de Cultura el **Patrimonio Cultural** de la nación “está constituido por todos los bienes y valores culturales que son expresión de la nacionalidad colombiana, tales como la tradición, las costumbres y los hábitos, así como el conjunto de bienes inmateriales y materiales, muebles e inmuebles, que poseen un especial interés histórico, artístico, estético, plástico, arquitectónico, urbano, arqueológico, ambiental, ecológico, lingüístico, sonoro, musical, audiovisual, fílmico, científico, testimonial, documental, literario, bibliográfico, museológico, antropológico y las manifestaciones, los productos y las representaciones de la cultura popular.”⁸

7.2. LA DEFINICIÓN DE LAS CULTURAS HIBRIDAS Y LAS ESTRATEGIAS PARA ENTRAR Y SALIR DE LA MODERNIDAD PROPUESTAS POR NÉSTOR GARCÍA CANCLINI

El autor Canclini habla de las Utopías del Mercado, afirmando que constituyen la modernidad cuatro movimientos básicos: **1. Proyecto emancipador**: secularización de los campos culturales, la producción auto-expresiva y auto-regulada de las prácticas simbólicas, su desenvolvimiento en mercado autónomo. Forma parte la racionalidad de la vida social y el individuo creciente, sobre todo en las grandes ciudades. **2. Proyecto expansivo**: tendencia de la modernidad que busca extender el conocimiento y la posesión de la naturaleza, la producción, la circulación y el consumo de los bienes. **3. Proyecto renovador**: abarca dos aspectos, con frecuencia complementarios; la persecución de un mejoramiento e innovación incesante propios de una relación con la naturaleza y la sociedad liberada de toda prescripción sagrada sobre cómo debe ser el mundo; por otra, la necesidad de reformular una y otra vez los signos de distinción que el consumo masificado desgasta. **4. Proyecto democratizador**: movimiento de la modernidad que confía en la educación, la

⁷ MINISTERIO DE CULTURA COLOMBIANA. Patrimonio inmaterial. <http://www.mincultura.gov.co/patrimonio/patrimonioInmaterial>, consultado el 3 de enero del 2008

⁸ Ley general de cultura de La República de Colombia. Patrimonio Cultural. Artículo 4 de la ley 397 de 1997.

difusión del arte y los saberes especializados, para lograr una evolución racional y moral.⁹

Canclini retoma a Bourdieu quien afirma “*en los siglos XVI y XVII se inicia un periodo distinto en la historia de la cultura al integrarse con relativa independencia los campos artísticos y científicos. Cada campo artístico – museos, galerías, etc.- se convierte en un espacio formado por capitales simbólicos intrínsecos*” y considera que “*cada campo cultural se halla regido por leyes propias. Lo que el artista hace, está condicionado, más que por la estructura global de la sociedad, por el sistema de relaciones que establecen los agentes vinculados con la producción y circulación de las obras.*”¹⁰ Y observa que la formación de campos específicos del gusto y del saber, ciertos bienes son valoradas por la escasez y limitadas a consumos exclusivos, sirve para construir y renovar la distinción de las élites.

“*En sociedades modernas y democráticas, donde no hay superioridad de sangre ni títulos de nobleza, el consumo se vuelve un área fundamental para instaurar y comunicar las diferencias.*”¹¹ Además la “disposición estética”, se adquiere por la pertenencia a una clase social, o sea, se necesita poseer recursos económicos y educativos necesarios para disponer de ella pero que desafortunadamente son escasos y limitados.

Las sociedades modernas de la *divulgación* –ampliar el mercado y el consumo de los bienes para acrecentar la tasa de ganancia- y la *distinción* –para enfrentar los efectos masificadores de la divulgación, recrea signos que diferencia a los sectores hegemónicos-. Es por esos que los medios y las tecnologías más avanzadas intervienen creativamente en el registro y producción del arte; dentro unos condicionamientos económicos “mundo de arte”, según el grado de adhesión o trasgresión a las convenciones que reglan una práctica. Es decir las normas o costumbres de la sociedad, o como Bourdieu llama *Capital cultural*; donde el **Mundo Artístico** posee una **autonomía condicionada**, en otras palabras tiene una relación interdependiente con la sociedad. Cambiar las reglas del arte no es sólo un problema estético: cuestiona las estructuras con que los miembros del Mundo Artístico están habituados a relacionarse, y también las costumbres y creencias de los receptores.

Bourdieu, afirma “*cada campo cultural es esencialmente un espacio de lucha por la apropiación del capital simbólico, y en función de las posiciones que se tienen respecto de*

⁹ GARCÍA CANCLINI, Néstor. Culturas híbridas: estrategias para entrar y salir de la modernidad. México, Ed. Grijalbo, 1989. pág. 31, 32

¹⁰ *Ibíd.*; pág. 35

¹¹ *Ibíd.*; pág. 35 y 36

LOS CONSUMOS ARTÍSTICOS DE LOS JOVENES DE LAS ÁREA URBANA Y RURAL DEL MUNICIPIO DE GIGANTE. 2007

PAULA ANDREA SERRANO BERMÚDEZ

ese capital” y “Relaciona las diversas estéticas y prácticas artísticas en un esquema estratificado por las desiguales apropiaciones del capital cultural.”¹²

“La búsqueda de autonomía del campo artístico es la búsqueda de emancipación expresiva de los sujetos, y como generalmente los sujetos quieren compartir sus experiencias, oscilan entre la creación para sí mismos y el espectáculo: a menudo, esa tensión es la base de la seducción estética, “Ritos de egreso”. Dado que el máximo valor estético es la renovación incesante, para pertenecer al mundo del arte, no se puede repetir lo ya hecho, lo legítimo, lo compartido.”¹³

“El arte culto ya no es un comercio minorista; la autonomía del campo artístico, basada en criterios estéticos fijados por artistas y críticos, es disminuida por las nuevas determinaciones que el arte sufre de un mercado en rápida expansión, donde son decisivas fuerzas extra-culturales. Desde mediados de este siglo los agentes encargados de administrar la calificación de lo que es artístico se reorganizan en relación con las nuevas tecnologías de promoción mercantil y consumo.”¹⁴ El arte se vuelve, antes que nada, un área privilegiada de inversiones comerciales y financieras.

“La interacción de lo culto con los gustos populares, con la estructura industrial de la producción y circulación de casi todos los bienes simbólicos con los patrones empresariales de costos y eficacia, está cambiando velozmente los dispositivos organizadores de lo que ahora se entiende por “ser culto” en la modernidad. La ideología de lo culto moderno - autonomía y desinterés práctico del arte, creatividad singular y atormentada de individuos aislados- subsiste más en las audiencias masivas que en las élites que originaron estas creencias.”¹⁵

Canclini afirma que hemos tenido un modernismo excesivo con una modernización deficiente. Puesto que fuimos colonizados por las naciones europeas más atrasadas, sometidos a la contrarreforma y otros movimientos anti-modernos, solo con la independencia dio inicio a olas de modernización: a finales del siglo XIX y principios del XX, se crearon varios movimientos; sin embargo estos movimientos no pudieron crear mercados autónomos para cada campo artístico, ni consiguieron una profesionalización extensa de los artistas, ni el desarrollo económico capaz de mantener los esfuerzos de renovación experimental y democratización cultural. En otras palabras la Modernización *“es la expansión restringida del mercado, democratización para minorías, renovación de las ideas pero con baja eficacia en los*

¹² *Ibíd.*; pág. 37, 38, 39 y 41

¹³ *Ibíd.*; pág. 47

¹⁴ *Ibíd.*; pág. 55

¹⁵ *Ibíd.*; pág. 61 y 62

procesos sociales. Los desajustes entre modernismo y modernización son útiles a las clases dominantes para preservar su hegemonía.”¹⁶

La historia híbrida en los países latinoamericanos es actualmente el resultado de la sedimentación, yuxtaposición y entrecruzamiento de tradiciones indígenas, del hispano colonial católico y las acciones políticas, educativas y comunicacionales modernas. Pese a los intentos de dar a la cultura de élite un perfil moderno, recluyendo lo indígena y lo colonial en sectores populares, un mestizaje interclasista ha generado formaciones híbridas en todos los estratos sociales. *“Heterogeneidad multi-temporal; ser culto, e incluso ser culto moderno, implica no tanto vincularse con un repertorio de objetos y mensajes exclusivamente modernos, sino saber incorporar el arte y la literatura de vanguardias, así como los avances tecnológicos, a matrices tradicionales de privilegio social y distinción simbólica”¹⁷*

“Importar, traducir, construir lo propio no se trata de un trasplante, sobre todo en los principales plásticos y escritores, sino de reelaboraciones deseosas de contribuir al cambio social.”¹⁸ Dando pie a nuevos movimientos con arraigo nacional y para la construcción de la identidad nacional, sin eliminar las tradiciones nacionales.

La expansión del consumo y voluntarismo cultural, donde la nueva mirada sobre la comunicación de la cultura que se construye en los últimos años parte de dos tendencias básicas de la lógica social: por una parte, la especialización y estratificación de las producciones culturales donde el Estado cuida el Patrimonio Cultural; por otra, las empresas lo Modernizan, es decir, reorganiza las relaciones entre lo público y lo privado, en beneficio de las grandes empresas y fundaciones privadas; la tendencia general es que la Modernización de la cultura para élites y para masas van quedando en manos de la iniciativa privada, mediante el diseño industrial, gráfico y tecnológico, para difundir y crear nuevos hábitos de consumo, en beneficio del desarrollo económico de las empresas privadas.

El autor retoma la Contextualización Pedagógica; donde trata de acabar con el monopolio del saber por los especialistas, dando a los inexpertos tratamientos acelerados para ser artistas o estar informados como ellos, por eso los museos se llenaron de carteles instructivos y visitas guiadas en varios idiomas; con el fin de que éste pueda entender fácilmente las exposiciones y pueda ver la obra desde un punto crítico-reflexiva.

¹⁶ *Ibíd.*; pág. 67

¹⁷ *Ibíd.*; pág. 71 y 72

¹⁸ *Ibíd.*; pág. 76

Una segunda estrategia planteada por el autor, consiste en arrancar las obras de los museos y galerías para llevarlas a espacios desacralizados: plazas, fábricas, sindicatos, para que las personas tuvieran más asequibilidad a la obra. Y la tercera se creyó más radical respecto de la autonomía y el aristocratismo del campo artístico, y es el de promover talleres de la creatividad popular, se trataba de “devolver la acción al pueblo”, no popularizar sólo el producto sino los medios de producción.¹⁹

Las diferentes estructuras del campo artístico y sus vínculos con la sociedad, engendran variedad de interpretaciones de las mismas obras, debido a los estratos económicos y educativos, con hábitos y disponibilidad diferentes de consumo cultural ofrecidos en el mercado: Heterogeneidades. En la medida en que se logran estos pactos se reduce la arbitrariedad de las interpretaciones, los desencuentros entre oferta y la recepción. Permitiendo a los artistas en todos los campos saber que grados de variabilidad e innovación pueden manejar, para relacionarse con qué público, definiendo políticas de comunicación; mientras que los receptores entienden mejor en qué puede consistir su actividad productora de sentido. No llegamos a *una* modernidad, sino a varios procesos desiguales y combinados de modernización. “*Sociedad pluralista*”²⁰

La teatralización del poder, es vista en las conmemoraciones, monumentos, museos; y la teatralización del patrimonio es el esfuerzo por simular que hay un origen, donde el mundo es un escenario y lo que se actúa ya está prescrito, en otras palabras las prácticas y los objetos valiosos se hallan catalogados en un repertorio fijo; por eso las nociones de colección y ritual son claves para des-construir los vínculos entre cultura y poder. “*Lo que se define como patrimonio e identidad pretende ser el reflejo fiel de la esencia nacional: fiestas cívicas y religiosas... por ello los ritos legítimos son los que escenifican el deseo de repetición y perpetuación del orden. Y es la escuela es un escenario clave para la teatralización del patrimonio. Transmite en cursos sistemáticos el saber sobre los bienes que constituyen el acervo natural e histórico.*”²¹

Los Museos según el autor sirven más como conservadores de una pequeña porción del patrimonio, recurso de promoción turística y publicidad de empresas privadas, que como formadores de una cultura visual colectiva; por ello se concentran en las grandes ciudades y actúan desconectados entre sí y con el sistema educativo; en parte porque dependen de organismos particulares, y también por la falta de una política cultural orgánica a nivel nacional. Las estrategias con que los particulares y el Estado pone en escena el patrimonio cultural:

¹⁹ *Ibíd.*; pág. 130 y 131

²⁰ *Ibíd.*; pág. 142, 144 y 146

²¹ *Ibíd.*; pág. 151, 152, 153 y 154

1. *La Espiritualización esteticista del patrimonio*: los objetos se convierten en obras, y su valor se reduce al juego formal que establece por la vecindad con otros en ese espacio neutro, aparentemente fuera de la historia, que es el museo.
2. *La ritualización histórica y antropológica*: la solemnidad de los edificios, la complejidad de los mensajes que transmiten, las dificultades para entenderlos, obligan a actuar en ellos como quien representa dócilmente un texto dramático que prescribe la manera en que el visitante debe desplazarse, hablar, y sobre todo callar, si se quiere que su acción tenga sentido. Todo está allí para ser mirado.
3. *La monumentalización y la ritualización*: suele atribuirse este privilegio al esplendor del edificio, el tamaño y la diversidad de su colección. Fusionando dos lecturas: la ciencia (saber científico) y la del nacionalismo político. También su abigarramiento y exuberancia visual. La reunión de miniaturas, cuando la estrategia discursiva engrandece el significado, puede ser un modo de monumentalizar.²²

Canclini afirma que tener una Identidad sería ante todo, pertenecer a un territorio, donde lo compartido por los que habitan ese lugar se vuelven idéntico o intercambiable; en esos territorios la Identidad se pone en escena, se celebra en las fiestas y se dramatiza en los rituales cotidianos; a través de la historia de todas las sociedades, los ritos son dispositivos que ayudan a neutralizar la heterogeneidad, reproducir autoritariamente el orden y las diferencias sociales, además el rito se distingue de otras prácticas porque no se discute, no se puede cambiar ni cumplir a medias, y entonces “uno ratifica su pertenencia a un orden, o se transgrede y uno queda excluido, fuera de la comunidad y de la comunión.”²³

Se han realizado investigaciones sociológicas y antropológicas sobre las maneras en que se tramite el saber de cada sociedad a través de las escuelas y los museos, demostrando que los diversos grupos se apropian en formas diferentes y desiguales la herencia cultural. En la actualidad las diferencias regionales o sectoriales, originadas por la heterogeneidad de experiencias y la división técnica y social del trabajo, son utilizadas por las clases hegemónicas o dominantes para obtener una apropiación privilegiada del patrimonio común, mediante la redistribución masiva de los bienes simbólicos tradicionales por ello utilizan como principales instrumentos los Mass-medios y los Medios Tecnológicos para crear una comunicación más fluidas entre lo culto y lo popular, lo tradicional y lo moderno.

Aunque ocasionalmente ha habido intentos en las televisoras estatales de promover las formas tradicionales y eruditas de cultura; pero desafortunadamente las nuevas

²² *Ibíd.*; pág. 161, 162, 163, 164, 165, 168 y 169

²³ *Ibíd.*; pág. 177, 178 y 179

tecnologías comunicacionales son vistas a menudo como una cuestión ajena al área cultural, y la mayoría de los espectadores no se vinculan con la tradición con un sentido fijo, sino que buscan *“mediante el contacto inestable mensajes que se difunden en múltiples escenarios y propician lecturas diversas.”*²⁴

Por eso la política cultural y de investigación respecto al patrimonio no tiene por que reducir su tarea a rescatar los objetos “auténticos” de una sociedad, es trascendental importarnos los procesos que tienen los objetos y su representatividad sociocultural; *“en la medida en que el estudio y la promoción del patrimonio asuman los conflictos que lo acompañan, pueden contribuir a afianzar la Nación, ya no como algo abstracto, sino como lo que une y cohesionan a los grupos sociales preocupados por la forma en que habitan su espacio.”*²⁵

*“El consumo en los sectores populares estaría siempre al final del proceso, como destinatarios, espectadores obligados a reproducir el ciclo del capital y la ideología de los dominadores. Y en parte, la crisis teórica actual en la investigación de lo popular deriva de la atribución indiscriminada de esta noción a sujetos sociales formados en procesos distintos.”*²⁶

Una noción clave para explicar las tácticas metodológicas de los folcloristas y su fracaso teórico es de supervivencia, su percepción de los objetos y costumbres populares como restos de una estructura social que se apaga es la justificación lógica de su análisis descontextualizado, se ciegan a los cambios que la iban redefiniendo en las sociedades industriales y urbanas; les interesan más los bienes culturales – objetos, leyendas, músicas- que los actores que los generan y consumen, en segundo lugar, La necesidad de arraigar la formación de nuevas naciones en la identidad de su pasado, y por último la inclinación romántica de rescatar los sentimientos populares frente al iluminismo y el cosmopolitismo liberal; limitando y estancando los estudios hacia la adaptación, desarrollo y evolución de lo popular.

“Si se hace cálculo de cuantos artesanos o grupos étnicos han conseguido un nivel digno de vida con sus tradiciones o incorporarse al desarrollo moderno reduciendo la asimetría con los grupos hegemónicos, los resultados son deplorables. Las duras condiciones de sobrevivencia reducen esta adaptación, en la mayoría de los casos, a un aprendizaje comercial y pragmático (Intercambio de conocimiento); los cruces culturales deben incluir una reestructuración radical de los vínculos entre lo tradicional y lo moderno, lo popular y

²⁴ *Ibíd.*; pág. 181, 182, 183 184 y 186

²⁵ *Ibíd.*; pág. 188 y 189

²⁶ *Ibíd.*; pág. 191 y 193

*lo culto, lo local y lo extranjero, basta prestar atención al creciente lugar que tienen en diseños artesanales imágenes del arte contemporáneo y los medios masivos.*²⁷

Al concebirse el Arte como movimiento simbólico desinteresado, conjunto de bienes “espirituales” en los que la forma predomina sobre la función y lo bello sobre lo útil y corresponde a los intereses y gustos de la burguesía y de sectores cultivados de la pequeña burguesía, de una manera singular, solitario y único, desarrollándose en las grandes ciudades; mientras las Artesanías es lo contrario, es el reino de los objetos que nunca podrían despegar su sentido práctico y se ven como productos de indios y campesinos, de acuerdo con su rusticidad, los mitos que habitan su decoración, los sectores populares que tradicionalmente las hacen y las usan, por ello tienen a ser colectivas, anónimas, repetitivas; que se producen dentro de un campo atravesado por redes de dependencia que lo vinculan con el mercado y las industrias culturales.

Lo anterior tiene relación con la Sociología; *“está asociada a la industrialización, donde la cultura tradicional se halla expuesta a una interacción creciente con la información, la comunicación y los entretenimientos producidos industrial y masivamente.”*²⁸ El autor complementa diciendo *“que no hay una sola forma de modernidad, sino varias, desiguales y a veces contradictorias... ..de esta heterogeneidad resurge el disenso entre disciplinas; mientras los antropólogos prefieren entenderla en términos de diferencia, diversidad y pluralidad cultural, los sociólogos rechazan la percepción de la heterogeneidad como “mera superposición de culturas” y hablan de una “participación segmentada y diferencial en un mercado internacional de mensajes que ‘penetra’ por todos lados y de maneras inesperadas el entramado local de la cultura”*²⁹

Canclini habla sobre la industrialización y la urbanización, donde la educación generalizada por las organizaciones sindicales y políticas fue reordenando según las leyes masivas, la vida social desde el siglo XIX, antes de que aparecieran la prensa, la radio y la TV. Y afirma que la noción de cultura masiva surge cuando ya las sociedades estaban masificadas.

Canclini nombra a Monsiváis y Martín quienes afirman que *“los proyectos nacionales se consolidaron gracias al encuentro de los Estados con las masas promovidos por las tecnologías comunicacionales creándose alianzas entre los medios y los individuos, ya que las comunicaciones masivas aparecieron como agentes de la innovación desarrollista. Mientras se industrializa la producción y se multiplican los bienes de*

²⁷ *Ibíd.*; pág. 221 y 223

²⁸ *Ibíd.*; pág. 234

²⁹ J.J. Brunner, *Un espejo trizado*, pág. 215- 218

LOS CONSUMOS ARTÍSTICOS DE LOS JOVENES DE LAS ÁREA URBANA Y RURAL DEL MUNICIPIO DE GIGANTE. 2007

PAULA ANDREA SERRANO BERMÚDEZ

*consumo modernos, los medios de comunicación lo pública, actualiza la información y los gustos de los consumidores.*³⁰

“Los medios electrónicos de comunicación muestran notable continuidad con las culturas populares tradicionales en tanto ambos son teatralizaciones imaginarias de lo social; no hay una realidad que el folclor represente auténticamente, en tanto los medios la deforman”, por ello dice que la cultura masiva es “la gran competidora del folclor. Los comunicólogos llaman a los medios electrónicos como la acción difusora e integradora de la industria cultural.”³¹ Habla que la noción de popular construida por los medios, sigue la lógica del comercio y mercado, por ello “Popular” es lo que se vende masivamente, lo popular no consiste en lo que pueblo es o tiene, sino lo que le resulta accesible, le gusta, merece su adhesión o usa con frecuencia, produciendo una distorsión simétricamente opuesta a la folclórica.

En otras palabras el mercado y los medios no les importan lo popular sino la popularidad, donde ésta es simplemente una espectacularidad controlada, basada en los espectáculos que después de un tiempo limitado lo popular masivo pasa al olvido, en síntesis Canclini afirma que *“la popularidad es lo que no permanece, no se acumula como experiencia ni se enriquece con lo adquirido; convirtiendo a las masas un mero espectador pasivo, donde se desarrolla una apropiación desigual de los bienes económicos y simbólicos por parte de los sectores subalternos “La cultura popular”.*

“El mercado reordena el mundo público como escenarios del consumo y dramatización de los signos de estatus, donde los medios informan sobre las experiencias comunes de la vida urbana, establecen redes de comunicación y hacen posible aprehender el sentido social, colectivo, de lo que ocurre en la ciudad; los medios se convierten hasta cierto punto en los grandes mediadores y mediatizadores, y por tanto en sustitutos de otras interacciones colectivas.”³²

“La vida urbana transgrede el significado, el orden y valor de las cosas, donde las colecciones especializadas de arte culto y folclor, fue un dispositivo para ordenar los bienes simbólicos en grupos separados y jerarquizarlos, ahora el individuo tiene acceso a los objetos donde cada usuario puede hacer su propia colección.”³³ A través de varios instrumentos tecnológicos, como: las Fotocopiadoras, que no sigue una lógica de la

³⁰ GARCÍA CANCLINI, Néstor, Culturas híbridas: estrategias para entrar y salir de la modernidad. México Ed. Grijalbo, 1989. Págs.238 y 239

³¹ *Ibíd.*; pág. 240, 241 y 242

³² *Ibíd.*; pág. 268 y 269

³³ *Ibíd.*; pág. 280, 282 y 283

producción intelectual sino la de los usos. La Video-casetera: reordena una serie de oposiciones tradicionales o modernas.

Los Videojuegos: *“su simple innovación formal implica cambios culturales, pero el signo final depende de los usos que les asignan diversos actores. Agrietan las órdenes que clasifican y distinguen las tradiciones culturales, debilitan el sentido histórico y las concepciones macro-estructurales en beneficio de relaciones intensas y esporádicas con objetos aislados, con sus signos e imágenes. Hay tecnologías de distinto signo, cada una con varias posibilidades de desarrollo y articulación con las otras, además los sentidos de las tecnologías se construyen según los modos en que se institucionalizan y se socializan.”*³⁴

*“El posmoderno no es un estilo sino la presencia tumultuosa de todos, el lugar donde los capítulos de la historia del arte y del folclore se cruzan entre sí y con las nuevas tecnologías culturales, desplegando relaciones interculturales y multidireccionales.”*³⁵

7.3. EL CONSUMO CULTURAL DESDE LA PERSPECTIVA DE GUILLERMO SUNKEL

El autor Guillermo Sunkel reúne un grupo Investigadores expertos en la materia del consumo cultural, para dar a conocer su proceso y desarrollo en América Latina; en la parte introductoria del libro: El Consumo Cultural inicia con el británico **Stuart Hall**; quien retoma la TV como uno de los medios que esparce el consumo, propone la existencia de tres tipos de decodificación del discurso televisivo, los que correspondería a la respuesta del lector en términos de condición social las cuales son: **1.** *“lectura dominante”* cuando el espectador toma el significado de un programa televisivo en su sentido literal y decodifica el mensaje en términos de código en el que ha sido codificado. **2.** *“Lectura negociada”* cuando el televidente acepta la legitimidad del código dominante, pero adapta la lectura a su condición social específica. **3.** *“Lectura opcional”* cuando el espectador decodifica el mensaje en un sentido radicalmente opuesto a la lectura privilegiada por el comunicador.

El autor **Dave Morley**, da inicio a un estudio empírico del proceso de decodificación de acuerdo a las categorías propuestas por Hall, su estudio analiza: *“características formales del programa para luego explorar como era interpretado por personas de distintas condición social, tratando de identificar las distintas formas de negociación y resistencia frente al programa, así como el rol de los contextos culturales en las*

³⁴ *Ibíd.*; pág. 284, 286 y 287

³⁵ *Ibíd.*; pág. 307.

*estrategias de decodificación de los grupos analizados*³⁶. Afirman que la unidad básica de consumo es la familia: su intento por analizar la actividad de ver TV en el contexto de las relaciones familiares y en segundo lugar la investigación de Morley se centra en lo que significa “Ver TV”, como una actividad regulada por normas.

Sunkel en la primera parte del libro da una aproximación Teórica-Methodológica; donde se enfatiza en América Latina, analizando los aportes significativos de cada investigador y experto en el consumo en Latinoamérica; como J. Martín Barbero, Néstor García Canclini y Guillermo Orozco; y se centra en los Mass-medios principalmente la TV, como principal causante del consumo.

Inicia con la recepción de medios y consumo cultura con J. Martín Barbero; afirma que *“El imaginario colectivo es la materia prima con que trabajan los medios, es ahí que las esperanzas de las masas populares son cotidianamente atrapados y vueltas contra esas mismas masas. Pero así como hay una cierta complicidad, también hay resistencia y replica por los espectadores, quienes utilizan tácticas o estrategias para no dejarse dominar completamente de estos medios, entre ellas se encuentra sus modos otros de leer, como: la Lectura colectiva frecuente en lo popular, donde esta acaba re-escribiendo el texto o re-inventándolo para conversar o festejar. Lectura expresiva cuando el lector no siente vergüenza de expresar sus sentimientos, las emociones que les suscita la lectura. Y la Lectura desviada, oblicua lectura cuya gramática es distinta a la de producción.”*³⁷

Retoma la familia como *unidad básica de audiencia*, ya que es el núcleo *“de las relaciones cortas y la proximidad de la TV, en ella asume y forja dos dispositivos claves de interpelación uno es la simulación de contacto en él se encuentra dos intermediarios: uno es el animador- presentador: personaje sacado del espectáculo popular. Y el tono: proporciona un clima requerido y “familiar”; se complementa con la Retórica de lo directo: por el montaje funcional y sostenido con base en la “toma directa” real o simulada”*.³⁸

La TV contiene y organiza una programación, que contiene una rentabilidad asegurada, ya que cubre una diversa satisfacción y distracción en los géneros, edades y status (clases sociales); como el tiempo de ocio cubre y devela la forma del tiempo del trabajo: la serie; y la estética de la repetición: variación de un idéntico, (telenovelas).

³⁶ SUNKEL, Guillermo; El consumo cultural en América latina: construcción teórica y líneas de investigación. Santa fe de Bogotá, Ed. Convenio Andrés Bello, 1999. Introducción.

³⁷ *Ibíd.*; pág. 3, 4 y 5

³⁸ *Ibíd.*; pág. 6 y 7

En fin La TV; de una u otra forma también tiene sus pros, ya que puede comunicar, informar y dar a conocer una cultura; aunque infortunadamente este medio ha sido manipuladas o modificadas en beneficios de los propietarios o productores de los Mass-medios, para adquirir más poder socioeconómico.

Martín retoma el significado de *“El consumo no es únicamente reproducción de fuerzas sino lugar de producción de sentido, de una lucha que no se agota en la posesión, ya que es el uso el que da forma social a los productos al inscribir en ellos demandas y disposiciones de acción que movilizan las diferentes competencias culturales”*³⁹ esto sirve como materia prima para los formatos comerciales y dispositivo activador de una competencia cultural, como por ejemplo en las telenovelas o el mismo cine, le proponen al público modos de hablar, moverse, reconocerse; clasificándose o determinado de una u otra forma las clases sociales.

El autor no descarta la distorsión sobre la calidad de los programas se hace cada día más evidente; empobrecimiento de la diversidad en la programación, popular, por ejemplo el *rating* ha legitimado el acabamiento en los canales abiertos de programas de grupos diferenciados, minoritarios pero social y culturalmente representativos de la diversidad sociocultural del país, afirma también que *“las nuevas generaciones están dotadas de una gran flexibilidad y elasticidad cultural”*⁴⁰, en otras palabras, los jóvenes se adaptan fácilmente a los diversos contextos e “idiomas” de la Tecnología.

En el consumo Cultural, esta la Comercialización de los bienes “espirituales”, llamados también “consumismo” o “Sociedad de consumo”; prácticamente son objetos innecesarios que adquiere sociedad; por ello el consumo sería el *“escenario aprovechado por quienes controlan el poder político y económico para manipular a las masas y alinearlas en la persecución de satisfacciones fútiles que las distraerían de sus necesidades básicas”*⁴¹. Agrega que los individuos consumen en escenarios diferentes y con lógicas distintas; sin embargo, las interacciones multitudinarias y anónimas de los malls y la TV se hallan cada vez más entrelazadas con interacciones pequeñas y personales, para crear “necesidades” entre los mismos individuos.

Es decir se lleva a una uniformidad; además el problema no es la homogeneización, sino las interacciones entre grupos sociales distantes en medio de una trama comunicacional muy segmentada. *“Las grandes redes de comercialización presentan ofertas heterogéneas que se relacionan con hábitos y gustos dispares; permitiendo que las personas se ubiquen en ciertos gustos y modos divergentes de elaboración*

³⁹ *Ibíd.*; pág. 12

⁴⁰ *Ibíd.*; pág. 24

⁴¹ *Ibíd.*; pág. 29

*sensible según las brechas generacionales, las distancias económicas y educativas*⁴².

Por eso se crean “*Interacciones sociales*”, donde la clase social al que pertenecemos nos acostumbran a necesitar tales objetos y apropiarlos de cierta manera, ya sea como concepción instrumentalista de los bienes: en otras palabras a satisfacer necesidades básicas impuestas por la sociedad, en síntesis el “*Consumo como el conjunto de procesos socioculturales en que se realizan la apropiación y los usos de los productos*”⁴³.

Según Canclini existen unos Modelos de consumo en el triple escenario político, simbólico y comunicativo:

- 1. El consumo es el lugar de producción de la fuerza de trabajo y de expansión del capital:** las “clases dominantes”, provocan en las subordinadas unas “necesidades” estableciendo modos de distribución y uso de bienes para distribuirlas en función de sus intereses: “*condicionamiento sociocultural*”.
- 2. El consumo es el lugar donde los grupos y las clases compiten por la apropiación del producto social:** escenario de disputas por aquello que la sociedad produce y por las maneras de usarlo.
- 3. El consumo es el lugar de diferenciación social y distinción simbólica entre los grupos:** es el área fundamental para construir y comunicar las diferencias sociales por los objetos que se consumen y por la forma de utilizarlos.
- 4. El consumo como sistema de integración y comunicación:** vinculan todas las clases, aunque la apropiación sea diversa.
- 5. El consumo como el escenario de objetivación de los deseos:** actuamos siguiendo deseos sin objeto, impulsos que no apuntan a la posesión de cosas precisa o a la relación con personas determinadas.
- 6. El consumo como proceso ritual:** la sociedad selecciona y fija, mediante acuerdos colectivos, los significados que la regulan. Los rituales, explican Duouglas e Isherrwood, “*sirven para contener el curso de los significados*”, el consumidor selecciona, compra y utiliza los objetos, establece con ellos un universo de sentidos y de significados”⁴⁴.

Sunkel retoma también a Guillermo Orozco en el capítulo: La Televidencia y Mediaciones: La Construcción de Estrategias por la Audiencia, Orozco se basa de

⁴² *Ibíd.*; pág. 29 y 30

⁴³ *Ibíd.*; pág. 33 y 34

⁴⁴ *Ibíd.*; pág. 35, 36, 39 y 40

unas reglas como instrumentos analíticos para explorar las conexiones las interacciones de la audiencia con el medio televisivo; para crear diferentes categorías de mediaciones como procesos de estructuración derivados de acciones concretas o intervenciones en la televidencia.

Orozco construye cuatro categorías o grupos de mediaciones, entendiendo, primero que la cultura impregna a todas ellas:

- 1. Mediación individual:** esta se subdivide en cuatro partes: La *mediación "cognoscitiva"* Resultado derivado de la estructura mental por medio de la cual el sujeto conoce; El *género*: el hombre y la mujer crea una diferencia, especialmente en los modos de conocer; *La edad*: La cultura orienta al sujeto directo o indirectamente acerca de las acciones adecuadas o inadecuadas de acuerdo con su edad o en relación con factores tales como las maneras de disfrutar el tiempo libre, formas de entretenimiento, hábitos de aprendizaje y de ver TV; *La etnicidad*: Se puede relativizar a las condiciones socioeconómicas y políticas, especialmente cuando esta se asocia con grupos minoritarios
- 2. Mediación Situacional:** Se multiplica de acuerdo con los diferentes escenarios en los que se desarrolla la interacción.
- 3. Mediación Institucional:** La audiencia participa en varias instituciones sociales donde cada Institución crea su propio ambiente o subcultura, sus reglas, sus dispositivos y sus modos de coerción o castigo para sus miembros.
- 4. Mediación Tecnológica:** La TV produce su propia mediación y utiliza recursos para imponerlas sobre su audiencia⁴⁵.

7.4. LAS CATEGORÍAS DE ANÁLISIS DEL CONSUMO ARTÍSTICO SEGÚN PIERRE BOURDIEU.

El libro *La Distinción* de Pierre Bourdieu⁴⁶ ofrece pautas para categorizar los consumos de acuerdo a la aplicación en el contexto que son las Instituciones Educativas del Municipio de Gigante, por ello se encuentra lo *Objetivado*, *Institucionalizado*, *Estratificado*, *Individualizado* para comprender la metodología y la aplicación de la investigación.

Lo **objetivado** es la categoría compuesta por el estilo de vida, son así productos sistemáticos de los hábitos que percibimos en sus mutuas relaciones según los

⁴⁵ *Ibíd.*; pág.74, 75, 76, 77 y 79.

⁴⁶ BOURDIEU Pierre; *La distinción, criterios y bases sociales del gusto*. Madrid, Ed. Tauros 1979 (1988)

esquemas de hábitos que dividen los sistemas de signos socialmente clasificados; la dialéctica de las condiciones y de los hábitos se encuentra en la base de la alquimia que transforma la distribución del capital; resulta global de una relación de fuerzas, en sistema de diferencias percibidas, de propiedades distintivas, es decir, en distribución del capital simbólico, capital legítimo en su verdad objetiva.

En tanto que los productos estructurados que la misma estructura estructurante produce al precio de unas retraducciones impuestas por la lógica propia de los diferentes campos todas las prácticas y todas las obras de un mismo agente están objetivamente orquestadas, fuera de toda concertación consciente con las de todos los miembros de la misma clase: el hábitos engendra continuamente metáforas prácticas, este es un lenguaje distinto transferencias a mejor, transposiciones sistemáticos impuestas por las condiciones particulares de su puesta en práctica.

Las prácticas de un mismo agente y más ampliamente, las prácticas de todos los agentes es una misma clase, debe la afinidad de estilo que hace de cada una de ellas una metáfora de cualquiera de las demás, al hecho de que son productos de unas transferencias de un campo a otro de los mismos esquemas de acción: la disposición que denominamos “escritura”, es decir, una forma particular de trazar unos caracteres donde producen siempre la misma escritura, sin las diferencias de tamaño de la materia y de calor vinculados con el soporte-hoja o el instrumento, estilográfica o tiza presenta una semejanza inmediatamente perceptible, al modo de todos los rasgos estilísticos, o de manera por los que se reconoce a un artista y escritor de forma tan infalible como a un hombre por su modo de andar.

La sistematicidad existe en el *opus operatum*, porque existe en el *modus operandi*: solo existe en el conjunto de las “propiedades”, en el doble sentido del término de que se rodean los individuos o los grupos; casas, muebles, cuadros, libros, licores, cigarrillos, perfumes, vestidos y en las prácticas en las que manifiesta su distinción como: deportes, juegos, distracciones culturales; porque existe en la unidad originariamente sintética del *Hábitus*⁴⁷, principio unificador y generador de todas las prácticas.

Lo **institucionalizado** se determina por la virtualidad del academismo que alberga, es fácil verlo, en toda pedagogía racional que tiende acuñar en cuerpo doctrinal de normas y formulas explícitas y explícitamente enseñadas, más negativas que positivas, lo que un aprendizaje tradicional transmite bajo la forma de un estilo global es directamente aprehendida en las prácticas; pero sobre todo constituye el principio

⁴⁷ *Ibíd.*; pág. 12, 16, 17, 28, 30, 78, 79, 165, 223, 228, 240, 317, 431, 437, 467.

del santo horror de los estetas por los pedagogos y la pedagogía; la enseñanza racional del arte proporciona sustitutos a la experiencia directa, ofrece una serie de atajos al largo camino de la familiarización, hace posible unas prácticas que son productos del concepto y de la regla en vez de surgir de la pretendida espontaneidad del gusto, ofreciendo así un recurso a los que esperan recuperar el tiempo perdido.

La ideología del gusto natural obtiene sus apariencias y su eficacia del hecho de que, como todas las estrategias ideológicas que se engendraron en la cotidianidad lucha de clases, naturaliza las diferencias reales, convirtiendo en diferencia de naturaleza una diferencia en los modos de adquisición de la cultura y reconociendo como la única legítima aquella relación con la cultura, que muestra la menor cantidad posible huellas visibles de sus génesis que al no tener nada de “aprendida”, de “preparado”, de “estudiado”, de “académico” o de “libresco” manifiesta por soltura y naturalidad que la verdadera cultura es natural, nuevo misterio de la inmaculada concepción.

La perplejidad de los espíritus académicos, hombres de lo adquirido y de la adquisición, se hace evidente cuando están en tela de juicio la manera adecuada de abordar la obra de arte y la manera adecuada para adquirir de aquella manera; la contradicción se asienta en el centro de todas sus teorías estéticas y también en sus talentos por fundar una enseñanza del arte.

Únicamente una encuesta especial podría establecer de manera indiscutible la reafición que une, en el seno de la clase obrera, la posición entre las relaciones de producción, la conciencia política y la reafición con la cultura.

De este modo, todo incita a pensar que la fracción más consciente de la clase obrera permanece muy profundamente sumisa, en materia de cultura y de lengua, a las normas y a los valores dominantes; y por consiguiente, profundamente sensible a los efectos de imposición de autoridad que puede ejercer, incluido el terreno de la política cualquier poseedor de una autoridad cultural sobre aquellos a quienes el sistema escolar y este es uno de los efectos sociales de la enseñanza primaria ha inculcado un reconocimiento sin conocimiento.⁴⁸

Lo **estratificado** se caracteriza por las posturas objetivas y subjetivamente estéticas que suponen, por ejemplo, la cosmética corporal, decoración, etc., constituyen otras tantas ocasiones de probar o afirmar la posición ocupada en el espacio social como categoría que hay que tener o distancia que se debe mantener. Resulta evidente que

⁴⁸ *Ibíd.*; pág. 65, 72.

todas las clases sociales no están igualmente preparadas para entrar en este juego de rechazos que rechazan otros rechazos y que las estrategias que intentar transformar las disposiciones fundamentales de un estilo de vida en sistema de principios estéticos, las diferencias objetivas en distinciones electivas, las opciones pasivas constituidas en exterioridad por la lógica de las relaciones distintas en posturas conscientes y electiva en la clase dominante, o a los inventores y profesionales de la estilización de la vida.

Los artistas, son los únicos que están en condiciones de hacer de su arte de vivir una de las bellas artes; por el contrario, la entrada de la pequeña burguesía en el juego de la distinción se pone de manifiesto ente otros indicios, por la ansiedad que suscita el sentimiento de dar motivo para la clasificación, al exponer al gusto de los otros indicios tan seguros de su propio gusto como los vestidos o los muebles.

Las clases populares no tienen, ninguna otra función en el sistema de posturas estéticas que la de contraste, de punto de referencia negativo con respecto al cual se definen, de negación en negación, todas las estéticas. Ignorando o rechazando la manera y el estilo, la “estética” de las clases populares y de las fracciones menos culturalmente dotadas de las clases medias constituye como “bonito”, “gracioso”, “adorable”, (referencia a “bello”) lo que ya está constituido como tal en la “estética”: en los calendarios, carteles, tarjetas postales, entre otros. La intención de distinción aparece con el esteticismo pequeño burgués que al hacer sus delicias de todos los sustitutos pobres de los objetos y practicas elegantes, se define contra la “de las clases populares de la que rechaza sus objetos predilectos, temas de “cromos”.

La referencia de una tradición cotidiana cultural, es significativo que el arte encuentre sus objetos predilectos en uno de los espectáculos más característicos de la cultura media (junto con el circo, la opereta y las corridas de toros, la danza folclórica, preferida principalmente por los obreros), mediante el espectáculo del “pueblo”, como sucede en la danza folclórica que constituye la ocasión de experimentar la recolección de proximidad distante, bajo la forma de realización, por el realismo estético y la nostalgia populista, que es una dimensión fundamental de la relación de la pequeña burguesía con las clases populares y con sus tradiciones.⁴⁹

Lo **individualizado** se caracteriza por el gusto, propensión y aptitud para la apropiación de una clase determinada de objetos o de prácticas enclasadas y enclasantes, es la fórmula generadora que se encuentra en la base del estilo de vida,

⁴⁹ *Ibíd.*; pág. 21, 59, 60, 110, 134, 137, 142, 263, 334, 439, 470, 472.

conjunto unitario de preferencias distintiva que expresan, en la lógica específica de cada uno de los sub-espacios simbólicos-mobiliarios, vestidos, lenguaje corporal (intención expresiva). Cada dimensión de estilo de vida “simbolizada” con los otros los simboliza: la visión del mundo, su manera de administrar su presupuesto, su tiempo o su cuerpo, su uso de lenguaje y sus elecciones de consumo, están enteramente presente en su diario vivir. El gusto se encuentra en la base de este mutuo ajuste de todas las características asociadas de cada persona que la antigua estética recomendaba para el refuerzo mutuo que se aportan: las innumerables informaciones que, conscientemente o inconscientemente suministra, una persona que se repite y confirman de uno indefinido.

De esta forma, el gusto es el operador práctico de la transmutación de las cosas en signos distintos y distintivos, el gusto hace penetrar a las diferencias inscritas en el orden físico de los cuerpos. Transforman unas prácticas objetivamente enclavadas, en las que una condición se significa a si misma (por su propia mediación), en prácticas enclavantes es decir, en expresión simbólica de la posición de clase; por el hecho de percibir las en sus relaciones mutuas y con arreglo a unos esquemas de enclavamientos sociales. Existen pocos casos en los que la sociología se parezca tanto a un psicoanálisis social como aquel en que se enfrenta a un objeto como el gusto, una de las apuestas más vitales de las luchas que tienen lugar en el campo de la clase dominante y en el campo de la producción cultural. No solo porque el juicio del gusto sea la suprema manifestación del discernimiento que, reconciliando el entendimiento y la sensibilidad, el pedante que comprende sin sentir, y el mundano que disfruta sin comprender, define al hombre consumado.

Los gustos (preferencias manifestadas), es las afirmaciones prácticas de una diferencia inevitable. No es por casualidad que cuando tiene que justificarse, se afirmen de manera enteramente negativa, por medio del rechazo de otros gustos en materia de gustos, más en cualquier otra materia. Toda determinación es negación; y sin lugar a dudas los gustos son, ante todo disgustos que producen una intolerancia para los otros gustos, los gustos de los otros. De gustos y gustos no se discute, no porque todos los gustos estén en la naturaleza, sino porque cada gusto se siente fundado por la naturaleza y en casi lo está, al ser *Hábitus*.⁵⁰

⁵⁰ *Ibíd.*; pág. 123, 126, 281, 312, 331, 382, 393, 398.

7.5. EL CONSUMO ARTISTICO Y SUS EFECTOS PERCIBIDOS POR JUAN ACHA

El sociólogo Juan Acha busca conocer y definir el consumo dentro de la sociedad, en la primera parte de su libro: La Sociología de los Consumos donde habla sobre los orígenes de nuestras necesidades estéticas: la actividad de la sensibilidad viene precedida, acompañada y seguida de la razón y hallase íntimamente ligada a los sentidos (sensorialidad) y a las emociones (afectiva)⁵¹; sin embargo nuestra sensibilidad se deja seducir fácilmente por la sobrevaloración burguesa del arte, y prefieren las experiencias excepcionales de éste; hasta el punto de llegar al fetichismo, difundida gracias a los Medio Masivos de Comunicación.

La sensibilidad posee el don de realizar dos clases de actividades: Las Estéticas que son ineludibles, ninguna sensibilidad puede escapar de la obligación de ocuparse de la belleza y demás categorías estéticas de la realidad, pero si puede dejar a un lado el arte; son espontáneas y trascurren con la “naturalidad” de una facultad humana y las Artísticas: descansan en un cuerpo de teorías que en una cultura se transmiten de generación en generación de profesionales, dentro de las academias o mediante la autoeducación y requieren de un cuerpo de teorías, aprendizajes y técnicas⁵²

*“La Eco estética, constituye la cultura estética en su acción modeladora de la sensibilidad personal y colectiva, suscitan en la persona individuaciones y socializaciones sensitivas, como respuesta que propiamente son identificaciones tanto con la persona del individuo como con los diferentes grupos de colectividad. En el modelado de las necesidades de nuestra sensibilidad interviene también la **demoecología**; que promueve la imitación de determinados comportamientos sensitivos, la **ecología de los objetos**, que crea hábitos y condiciona reflejos, más los espacios habituales y laborales que hacen lo mismo en la sensibilidad corporal.”⁵³*

“La Ecoestética, la crea el sistema político social, esto es por la efectividad formativa de los componentes estéticos con respecto a la sensibilidad. Como componentes principales podemos señalar los objetos y comportamientos, los valores y las normas que los sistemas estéticos distribuyen o ponen en circulación en el medio ambiente. En concreto existe una formación cultural, como parte de la formación económico social; en esta formación cultural coexisten múltiples usos y costumbres del pasado y del presente, uno son dominantes; otros residuales; los terceros, emergentes. En esta amplia gama de ingredientes, el individuo elige e individualiza los elementos sociales, a cada uno de ellos de un modo personal; el individuo es producto y a la vez parte y productor de la

⁵¹ ACHA, Juan. El consumo artístico y sus efectos. México, Ed. Trillas, 1988. pág. 24

⁵² *Ibíd.*; pág. 27

⁵³ *Ibíd.*; pág. 31

*ecoestética.*⁵⁴ El sujeto no inventa sus modos sensitivos sino que los hereda y recibe los usos y costumbres de la sociedad y la cultura donde nace y crece.

La ecoestética hallase conformada, en parte por el socio-funcionalidad de los tres sistemas estéticos que hasta ahora se han creado en la historia y que hoy coexisten en nuestros países: las artesanías, las artes cultas y los diseños están en constante movimiento y animada por un particular cuerpo de tradiciones e ideas. Ello ocupan parte de la ecología del objeto y del espacio intelectual; al igual que la demoeología: cultura estética colectiva y los espacios reales de Habidad.

Las artesanías, las artes cultas y los diseños tienen como característica común ejercer funciones estéticas, en tanto inciden en la sensibilidad, subjetividad o culturas estéticas; su calidad o valor estético viene aparejado a la eficacia de esta función en la cotidianidad del hombre común.

A simple vista los **diseños** denominadas como *ciencias de la comunicación* se dirigen *“a la sensibilidad, con un mínimo de teorización artística y un máximo de información psicosocial, busca siempre incidir en el tiempo libre y en la vida diaria del hombre común con el fin de manipular su sensibilidad mediante atractivos estéticos, he aquí sus efectos ideológicos o formativos de la falsa conciencia; las artes cultas buscan influir en sensibilidades informadas en arte, lo artístico equivale a un cuerpo de teorías, conocimientos e ideas; las artesanías (artes precapitalistas) se dirigen a la sensibilidad y al sentimiento religioso con una máxima destreza manual y un mínimo de ideaciones y conceptos.”*⁵⁵ Todos componentes de la ecoestética influyen en la formación de la sensibilidad, creando hábitos diferentes.

Según Juan Acha determina tres **Clases de sociedades: popular; mesocrático y hegemónico**, en toda sociedad dispone de distinto hábitat, coexistiendo numerosos y variados ideales y sentimientos de belleza de objetos, sin embargo la internacionalización de los modos de vida sinónimo de “progreso”; *“es en realidad la verdadera consolidación y dominio del sistema capitalista y que trae consigo el incremento de la dependencia, y consumismo; produciendo a la vez tres efectos en el individuo: fetichización, temor y sentido de inferioridad; al parecer, en la sensibilidad popular predomina lo dramático, lo sublime y lo sentimental.”*⁵⁶

“En la cultura estética los objetos del extranjero es solemnizado y luego, sobreviene la producción y el consumo del mismo sin un sentido reflexivo y crítico; vale decir sus actividades son transustanciadas en ritos o ceremonias culturales cuya excepcionalidad,

⁵⁴ *Ibíd.*; pág. 32

⁵⁵ *Ibíd.*; pág. 36, 37

⁵⁶ *Ibíd.*; pág. 42, 43

*sólo gente excepcional y estudiada puede realizar y percibir, trayendo como una de sus consecuencias la incapacidad del hombre común para comunicar con claridad idiomática sus ideas y deseos son muy pocos los que tienen este privilegio.*⁵⁷ Por ello las actividades festivas de la sensibilidad popular durante su tiempo libre esta privilegiadas por la música y el baile, así como los entretenimientos deportivos y los audiovisuales con sus narraciones sensibleras.

*“En el tiempo libre se satisfacen las cinco funciones artísticas que la sensibilidad popular lleva consigo en calidad de axiomas: entretenimiento, sentimentalismo, realismo fotográfico, lo mágico y religioso. Las satisfacciones de estas necesidades se concretan en la belleza y demás categorías, como lo cómico, la sublimidad y lo dramático. Son los diseños audiovisuales los que realiza mediante sucedáneos tales como la frivolidad amena, el sentimentalismo, lo grotesco, la vulgaridad o la cursilería. Y peor aún, difunden el consumo masivo, de suyo pseudo-estético.”*⁵⁸

En los sistemas estéticos de producción especializada Juan Acha nombra a M. Kagan quien habla que los sentimientos estéticos vienen con la formación misma del hombre, y aparecen con una de las tres direcciones que toma conciencia social del hombre primitivo:

1. *“el conocimiento empírico de la realidad, mediante su separación y su alejamiento de toda orientación axiológica, de suya subjetiva.*
2. *la separación y definición de cada una de las orientaciones axiológica del hombre: la ética y la religiosa; la jurídica y la política.*
3. **la diferenciación de la conciencia estética:** *el hombre toma conciencia de apreciar de forma consciente y razonada, los valores estéticos potenciales de la realidad, al enfrentarla a sus ideales o a sus orientación axiológica de tipo sensitivo, al tiempo que confronta la forma y el contenido de la mismo realidad a través de la función elegida, separando para efecto lo axiológico de lo cognoscitivo, así la conciencia llega a formar un sistema de valores estéticos, previa separación de los otros valores,”*⁵⁹ permitiéndole al hombre a sistematizar la objetivación y la comunicación oral de acuerdo al tiempo y espacio; con sentido progresivo, productivo y evolutivo a través de la historia.

En la evolución del sistema estético producido en la sociedad, el individuo decide; primero, en tanto puede elegir entre los modos residuales, dominantes o emergentes de la formación estética de su sociedad; la selección presupone adoptar una actitud

⁵⁷ *Ibíd.*; pág. 52, 58

⁵⁸ *Ibíd.*; pág. 61

⁵⁹ *Ibíd.*; pág. 66, 67

conservadora, progresista o revolucionaria; en segundo lugar, el individuo influye en el sistema, con una actitud determinada, utilizando a su manera los factores sistemáticos e imprime en su obra un sello personal y creativo. A través de la educación o del intercambio el profesional hereda conocimientos e instrumentos del sistema estético seleccionado, y luego elige problemas y soluciones dentro de la tradición de su país, en otras palabras, se apropia de los principios, medios y fines cognoscitivos y comunicativos del género o tendencia, y trabaja con una selección personal de ellos.⁶⁰

*“Los mecanismos de consumo se caracteriza por contar, de tres clases de operaciones: las sensoriales, las sensitivas y las teoréticas; cuyo mutuo equilibrio e interdependencia están determinados por la función que el consumidor busque en la obra. Poli-funcional por naturaleza, porque la función determina la radicación forma-contenido y la dialéctica de lo estético con lo artístico. “Su equilibrio mutuo cambia con las actividades de la sensibilidad, las cuales originarían tres subclases del consumo estético: **el diario** (rutinarias, las formas y los contenidos es automática y por ende, casi inadvertida.), **el festivo** (la sensibilidad agudizan los sentidos para vivenciar la excepcionalidad o la novedad sensitiva) **y el correctivo-renovador** (el placer que aquí se origina está más cercano a la razón).”⁶¹*

Las condiciones sociales vienen con los modos de consumir, puestos de circulación por la distribución mediante agentes, instituciones o aparatos ideológicos. Pero resulta que en su gran mayoría dichos modos actualmente son espurios:

- **Trivial:** consumo apegado a las maneras más difundidas y gregarias del sentir lo estético, cuyo goce no requiere esfuerzos intelectuales ni sensitivos, y menos aun críticos: la sensibilidad deviene conformista y prefiere las actividades vegetativas.
- **Cursi:** privilegia el remedo de las formas aristocráticazantes de las clases altas del pasado o presente. Este consumo gira propiamente en torno del auto-goce del consumidor y del aparente prestigio social. (esnobismo, o culto a la moda)
- **Masivo:** su auge proviene de los amplios alcances de los actuales Medios de Comunicación; lo caracterizan la exuberancia de su producción y el gregarismo de su consumo. Obedece a los imperativos culturales de un Hay-que ver o de un hay-que poseer tal o cual bien cultural difundido como importante por dichos medios.⁶²

Las causas de la imposibilidad de una buena cultura estética colectiva:

1. la falta de solución inmediata a los problemas de las miserias materiales, habitacionales y laborales de las mayorías demográfica.

⁶⁰ *Ibíd.*; pág. 70, 72

⁶¹ *Ibíd.*; pág. 86, 88, 92

⁶² *Ibíd.*; pág. 97

2. *la imposibilidad de una educación estética que pueda darse junto con la educación pública y capacite al hombre común a mirar con sentido crítico la belleza y demás categorías estéticas que intervienen en sus prácticas sociales.*
3. *el predominio actual de la industria cultural con sus modos pseudo-estéticos de consumo y con sus problemas de muy difícil solución, aun en los países desarrollados.*⁶³

Con un criterio dinámico podemos distinguir tres clases de ideologías:

- **Dominantes:** *siempre en aumento y respaldado por los poderes constituidos, no obstante sus pugnas internas.*
- **Emergentes:** *impugnadores, precoces de lo establecidos y eficaces propulsores de cambios progresistas o revolucionarios.*
- **Residuales:** *posibilidades conservadoras o reaccionarias, con sus nostálgicos y perezosos anacronismo.*⁶⁴

En la segunda parte del libro *La Psicología de los Consumos*, el autor habla sobre la Percepción Visual; *“que constituye un proceso primordial, y como tal interviene indefectiblemente en toda actividad humana, de manera que no puede existir ningún consumo sin percepción; todos vemos, pero pocos producen conocimientos o adoptamos actitudes realmente sensitivas.”*⁶⁵

*“Las percepciones son diferentes cuando actúan con diferentes principios y medios, fines y grados, además la percepción consta de operaciones sensoriales, sensitivas y teóricas en estrecha interdependencia, cada individuo percibe diferente o no ve las mismas partes ni éstas con las mismas prioridades o intensidades; esto depende del espacio o campo visual ya que vemos diferentes componentes o realidades, de los cuales se eligen los que resultan más interesantes; en rigor, se entabla una relación dialéctica entre el objeto y el sujeto; vale decir, entre la realidad y nuestra visión; llevándolos a la Representación-Realidad, donde registra los acontecimientos los conmemorar y difunde o comunica a otras personas”*⁶⁶, mediante el arte muchas veces las obras de artes enseñan a ver realidades escondidas u omitidas.

“No hay una vinculación realidad- representación a la manera de copia o espejo, se trata de una dialéctica muy especial en la que no se imita a la realidad sino que se utilizan elementos gráficos para producir configuraciones que represente intencionalmente ciertas partes de la realidad visible. El hombre siempre recurrió a varios medios que pueden agruparse en torno de los tres recursos que señala la semiología, a saber: la simbolicidad, en la que no hay semejanzas visuales entre el símbolo y lo simbolizado; la iconocidad, en

⁶³ *Ibíd.*; pág. 100

⁶⁴ *Ibíd.*; pág. 101

⁶⁵ *Ibíd.*; pág. 120

⁶⁶ *Ibíd.*; pág. 121, 127, 129

la que predominan las semejanzas visuales; y la indicidad o calidad indiciaria (aníconos) que representa una realidad mediante una de sus partes.”⁶⁷

“Las operaciones sensoriales funcionan fugazmente con lo sensitivo y lo mental para dar prioridad a lo inteligible con el fin de identificar el objeto y de orientarse con rapidez según su realidad física y la del entorno. Todos tenemos la capacidad biológica de ver pormenores, pero debe haber un interés que nos impulse hacia ellos y que nos exija pasar por un aprendizaje previo, ya sea como productores o como consumidores habituales de tales objetos.”⁶⁸

“Al urbanizarnos, el individuo se ha alejado de las bellezas naturales y lo cautivan los entretenimientos audiovisuales; como una reacción contra de tal disminución, en algunas tendencias nuevas de las artes visuales aparece el elementalismo, como un intento de activar la facultad de significar lo visible con sentido crítico; lo que los medios masivos estaban reduciendo a placentera pasividad, a fuerza de halagos audiovisuales y formalistas; por otro lado, el elementarismo de las artes visuales también se explica como un obligado apoyo a la industria y a la estética geometrista y simple de los diseños; las artes sirven tanto para impugnar como para apoyar a conservar los diseños y la exaltación de la sensorialidad.”⁶⁹ En resumen la sensorialidad de orientación artística es reflexiva.

“Las operaciones sensitivas; las utilizan propiamente para traducir en sentimientos las sensaciones sensoriales, realmente y concreto, para poder responder con sentimientos, emociones, pensamientos y percepciones, a las realidades la sensibilidad humana necesita el respaldo de la razón, de los sentidos y de las experiencias sensitivas; la sensibilidad nunca actúa sin ideas, aunque sí sin sentidos, puesto que muchas veces recordamos situaciones y nos embargan sentimientos de placer o desplacer.”⁷⁰

“Las operaciones teóricas; permite a la mente diferenciar entre sí las sensaciones y luego los sentimientos, traduciendo unas y otros en ideas, después de interpretarlos y valorarlos con ayuda de un trasfondo teórico; ante la obra de arte primero vemos y recordamos, sentimos y comparamos, pensamos e identificamos, todo sucede rápidamente, en cuanto emprendemos de manera fugaz algunas lecturas y análisis, síntesis y combinaciones de los componentes de la obra para después interpretarlos, valorarlos y traducirlos en ideas y conceptos.”⁷¹ Además, cada interpretación posee varios planos, sentidos o funciones; cada una de ellas con su propia lógica.

La última y tercera parte del libro el autor trata y habla de cada uno de los Efectos del Consumo, comienza con los Efectos sin Causas Visuales, afirmando que la gente

⁶⁷ *Ibíd.*; pág. 130, 131

⁶⁸ *Ibíd.*; pág. 146

⁶⁹ *Ibíd.*; pág. 154, 155

⁷⁰ *Ibíd.*; pág. 167, 171

⁷¹ *Ibíd.*; pág. 185, 186 y 189

consume las Ideas de arte que escucha u ofrece los medios que los rodea, en este caso los mass-medios, llevándolos a la fetichización de los productos de arte, “la mixtificación, la eliatización, la hiperbolización y la exaltación de su propia cultura.”⁷²

“Los efectos individuales, en este ámbito una cultura estética hegemónica impone a todos los miembros de su colectividad una conciencia estética, cuyo sistema de valores actúa en perfecta simbiosis con las ideologías generales de arte, por parte de la ideología dominante.”⁷³

“Los efectos artísticos de la obra de arte en el individuo que la consume con propiedad consisten en transformar sus maneras de ver, sentir y de conceptuar las cuestiones artísticas, previa diferenciación de las estéticas y de las no-artísticas-ni-estéticas. Los efectos se acumulan, imbrican y desalojan mutuamente en el individuo, lo cual equivale a decir que la sucesión de consumos de obras de arte genera en el aficionado todo un proceso de concientizaciones artística.”⁷⁴

Los efectos sistémicos, “Los individuales se concretan en los aficionados, mientras los sistemáticos van a materializarse en los consumidores profesionales, y los sociales en el hombre común. Los efectos sistemáticos son profesionales, en tanto constituyen retroalimentaciones de la obra de arte a la producción de su sistema genérico (pintura, escultura, grabado, dibujo) o tendencial, y en cuanto los consumidores profesionales – al igual que los aficionados, aunque en mayor grado que éstos son coautores de los efectos, junto con la obra de arte. El consumidor profesional emprende un proceso de tres fases: captar y comprender las rupturas de las obras de otros artistas, traducirla en otras rupturas y hacerlas visibles en sus obras.”⁷⁵

“Los efectos sociales, son los concretados por una colectividad y que luego convergen en las formas estéticas, artísticas y/o no artísticas-ni-estéticas de la vida social del hombre común, destinatario muy distinto obviamente de los aficionados y profesionales de arte ya vistos. La naturaleza de los efectos sociales de la obra de arte es ahora ideológica en cada una de sus formas, las estéticas, la artística y la temática, y en cada uno de sus alcances: dominantes, residuales o emergentes. Dicho en otras palabras, en la sociedad se cumple la función ideológica del arte y éste regula la circulación de las ideologías y los medios de consumo del individuo. Pero como individuos, el profesional y el hombre común concretan sus respectivos efectos en experiencias sensoriales, sensitivas o mentales. Las ideologías subyacen en ellas.”⁷⁶

⁷² *Ibíd.*; pág. 229

⁷³ *Ibíd.*; pág. 244

⁷⁴ *Ibíd.*; pág. 255

⁷⁵ *Ibíd.*; Pág. 259 y 261

⁷⁶ *Ibíd.*; Pág. 274, 277 y 278

8. MARCO CONTEXTUAL

8.1. MUNICIPIO DE GIGANTE

El municipio de Gigante está situado en la parte centro oriental del departamento del Huila.

8.1.1. Origen

Según la historia el 25 de enero de 1750 era viceparroquia y se conocía con el nombre de San Antonio de La Honda. El 24 de diciembre de 1782 se trasladó al lugar que hoy ocupa. El 1º de julio de 1798 fue erigido en Distrito Municipal.

8.1.2. Límites

El municipio de Gigante limita así:

- Sur: Municipio de Garzón.
- Oriente: Departamento del Caquetá.
- Norte: Municipios de Algeciras y Hobo.
- Occidente: Municipios de Yaguará, Paicol, El Agrado y Tesalia.

8.1.3. Nombre de Gigante

Existen tres versiones desde los tiempos antiguos hasta nuestros días para explicar la verdad sobre el significado del nombre de Gigante.

1. El historiador Gabino Charry G., en su libre *Frutos de mi tierra*, nos dice: El nombre de Gigante procede de unos enormes huesos que fueron hallados por los primeros moradores que creyeron fuera de la raza de gigantes. Es una realidad, en los actuales tiempos, el haber encontrado huesos de mastodonte en el valle del Magdalena, cera de Neiva y Garzón.
2. Existe la tradición entre los antiguos que se impuso el nombre por una hacienda de gran extensión que se llamaba “El Gigante”, situada en el territorio, pero no se conoce escritura ni documento que compruebe esta versión.
3. Es factible que los primeros moradores indígenas o españoles hubieran tenido en cuenta para darle el nombre a la región y por consiguiente al poblado, el cerro de Matambo por su majestuosidad, belleza natural, perfil de figura humana, gran riqueza y atractivo de turistas, Cerro que se encuentra al occidente de la ciudad.

8.1.4. Primitivos Pobladores.

Según los estudios realizados, no se pueden señalar agrupaciones indígenas que hubiesen habitado en su calidad de sedentarios, sino que por el contrario figura como una zona de pasa para las tribus. En relación con la familia Chibcha, dos agrupaciones pudieron tener alguna influencia en nuestro territorio Gigante:

1. Los *Paeces*: Habitaron el territorio en la cordillera central y el Magdalena. Su mayor dedicación fue la guerra. Combatieron contra el elemento español y fueron hasta antropófagos. Son tomadores de coca y chicha. Tejen sus propios vestidos. Viven actualmente Tierradentro y Cauca.
2. Los *Andakíes*: Habitaron en la unión de las dos cordilleras: central y oriental; fueron grandes agricultores, hábiles tejedores con la pita y la cabuya.

8.1.5. Orografía.

Es Exuberante en Belleza. Está formado por el importante Cerro Matambo, Cerro de Miraflores, Senos de Mirtayú, los Altares, la Loma de la Cruz, Monte Tabor, Serranía de Alonso Sánchez, Serranía de Potrerillos, Serranía de Rioloro y la estación Piscícola.

8.1.6. Hidrografía.

El majestuoso río Magdalena cruza a Gigante por su costado occidental. Cuenta con quebrada como: La Guandinosa, la Honda, las Vueltas, Rioloro, San Jacinto, La Guandinosita, el Rodeo, el Pescado.

8.1.7. Economía regional

El suelo y el clima son ideales para cultivar el café y el cacao, también se cultiva maíz, tabaco, plátano, la caña de azúcar y frutas como la granadilla, el tomate y el lulo.

8.2. DESARROLLO DE LA EDUCACIÓN DESDE LA DÉCADA DE LOS TREINTA, DEL SIGLO XX

El desarrollo más importante de los procesos educativos en El Gigante se inicia a mitad de la década de los treinta del siglo XX. Tuvieron que pasar cuatro siglos desde que el español pisara tierras en el Alto Magdalena, para que una vez los gobiernos republicanos se hicieran al poder, en una población como la de El Gigante se creara la primera institución para la mujer en educación básica secundaria. Es así como por decreto 115 del 23 mayo de 1936 se creó la **Escuela Rural de Señoritas**, ubicada en las instalaciones de la vieja casona de la Hacienda La Guandinosa y posteriormente en 1940 reubicada en los terrenos que hoy ocupa. La Institución fue dirigida inicialmente por educadoras laicas: Hilda Ramírez, Elena de Vargas, María Cabrera, Bertha López y Flor Ángela Hernández, entre otras. Las primeras promociones de normalistas con título de maestra rural (3 y 4 años), contribuyeron al mejoramiento de la calidad de la educación en la población como en el resto del departamento⁷⁷. En 1955 el citado centro docente pasa a ser orientado por las hermanas salesianas; su primera Directora fue Sor María González. El principal gestor de este logro fue el Presbítero Héctor Ángel Hermida, párroco del Municipio, en esa época; y a partir de 1966, bajo la dirección de Sor Cecilia Cadena Gálviz, la institución empieza a promocionar educadoras con el nivel de educación media vocacional, en la cual se educan señoritas de todo el Huila y departamentos circunvecinos, con buena formación en aspectos de ética y pedagogía. La Normal cuenta con una Escuela Anexa (1936), que facilita el desarrollo de prácticas docentes, en el nivel de Educación Básica Primaria y Preescolar.

A partir de la década de los 80, la institución abre las puertas al sexo masculino en los estudios de la pedagogía notándose una mínima participación de este género. Se

⁷⁷ MONTEALEGRE SANCHEZ, Humberto, Aspectos monográficos del municipio de El Gigante. Gigante, 1992, pág. 33 y ss.

LOS CONSUMOS ARTÍSTICOS DE LOS JOVENES DE LAS ÁREA URBANA Y RURAL DEL MUNICIPIO DE GIGANTE. 2007

PAULA ANDREA SERRANO BERMÚDEZ

implementa el Ciclo Complementario en el 2000 con los grados 12 y 13. Las primeras promociones de Normalistas Superiores se hacen a partir del 2001.

La educación privada hace su aparición en el municipio a mediados de la década del cuarenta del siglo XX. Son dignos de mencionar establecimientos educativos hoy desaparecidos que contribuyeron a la formación de hombres y mujeres de la época como los colegios de Santa Teresita, María Auxiliadora, Parra Ramírez, Monseñor Ismael Perdomo Borrero y el Andrés Bello, hoy tan solo queda el colegio Libertad (1962).

Tuvieron que pasar tres décadas desde la creación de la Escuela Rural de Señoritas en El Gigante para que esta localidad contara con centros de secundaria que facilitaran el ingreso de niños y jóvenes de los sectores sociales bajos a este nivel de educación. Es así como en 1967 nace el Colegio Municipal José Francisco Eustaquio Álvarez (5o. y 6o. de educación básica), instalado en la casa del Señor Helí Pastrana Montealegre. Se le otorgó Licencia de funcionamiento por Resolución No. 2790 del 24 de septiembre de 1968 emanada de la Secretaria de Educación. Su fundador y primer Director fue el Presbítero Otoniel Rojas Correa, quien contribuyó abnegadamente en el despegue del desarrollo educacional del municipio.

Ante la desaparición del Centro Docente como Francisco Eustaquio Álvarez, los archivos pasaron al reciente Colegio Nacional Ismael Perdomo Borrero hoy **Institución Educativa Ismael Perdomo Borrero**, creado por el gobierno del presidente Misael Pastrana Borrero, el 16 de febrero de 1973, entregando la primera promoción de bachilleres académicos en 1975; el *Bachillerato Departamental Nocturno Monseñor Ismael Perdomo Borrero*, creado en principio como institución municipal por acuerdo No. 023 de Diciembre 31 de 1969 y entregando los primeros bachilleres en 1982, incorporado finalmente a la institución que lleva el mismo nombre; El centro empezó a funcionar en las instalaciones del entonces Colegio Municipal Francisco Eustaquio Álvarez y fue trasladado en 1973 a la planta física de la actual **Institución Educativa Ismael Perdomo Borrero**.

En 1973 el Instituto Nacional Agrícola “José Miguel Montalvo” hoy **Institución Educativa José Miguel Montalvo** creado por el gobierno nacional con base en la Ley 120 de 1959 emanada del Congreso de la República. Su fundación se llevó a cabo el 12 de marzo de 1973, bajo la dirección de la Señora Cecilia del ICCE y esfuerzos de la comunidad educativa. En 1978 y 1980 el centro docente, dirigido por el Instituto agrícola especializado en Ciencias Agropecuarias y Biológicas. Pantaleón Emiro Murillo Copette; recibió la aprobación de estudios de Educación Básica Secundaria y Media Vocacional, mediante las Resoluciones No. 17511 de noviembre 23 de 1978 y la No. 14328 de agosto 21 de 1980; con las que entregó la primera de Prácticos Agropecuarios (E.B.S.) y Bachilleres Agrícolas (E.M.V.). La modalidad de agropecuarias se encuentra con nueva aprobación de estudios según Resolución No. 20616 de octubre 26 de 1982. El Instituto atendiendo a la diversificación del bachillerato recibió, mediante resolución No. 15775 de septiembre 28 de 1981 la autorización por el Ministerio de Educación Nacional la implementación del plan de

LOS CONSUMOS ARTÍSTICOS DE LOS JOVENES DE LAS ÁREA URBANA Y RURAL DEL MUNICIPIO DE GIGANTE. 2007

PAULA ANDREA SERRANO BERMÚDEZ

estudios con énfasis en la modalidad en promoción social, entregando los primeros bachilleres en esta especialidad en 1986 y los últimos en el 2003.

En 1953 es fundada por Don Francisco Octavo Vargas, en terrenos de la finca llamada El Carmen, la Concentración “Jorge Villamil Ortega” hoy **Institución Educativa Jorge Villamil Ortega** inicialmente con estudios de educación básica primaria, hacia 1967 por resolución No. 113 emanada de la Secretaría de Educación departamental recibe la aprobación de estudios en educación básica secundaria, entregando los primeros prácticos agropecuarios (E.B.S) en 1978 y bachilleres agropecuarios en 1997.

El Colegio Municipal Jorge Eliécer Gaitán, Hoy **Instituto Educativo Jorge Eliécer Gaitán**, creado por el acuerdo municipal No. 025 de septiembre 2 de 1980, siendo alcaldesa Lucy Artunduaga de Prada. Se considera al señor Edgar Avila Mondtealegre, como uno de los principales gestores en la creación del Centro Docente, que empezó a laborar el 2 de febrero de 1981 en las aulas de la escuela rural Mixta No. 2, con la dirección del Educador Abelardo Cardoso B. El Centro cuenta con el nivel de Educación básica secundaria y la respectiva aprobación de estudios, según Resolución No. 1067 de agosto 8 de 1984 emanada del M.E.N. Fue implementada la educación básica secundaria en 1998 en los establecimientos educativos de Cachaya, Rioloro, Sósimo Suárez y el de Silvana. Este último implementó la media en 2003 hoy **Instituto Educativo de Silvania**.

Tabla 1. Instituciones Educativas con los respectivos rectores, sector oficial y zona, Municipio de El Gigante, 2006

INSTITUCION EDUCATIVA	RECTOR (A)	SECTOR	COD-DANE INSTITUCIÓN SEDE	ZONA	DIRECCION
IE JORGE ELIECER GAITAN	ISAURO GONZALEZ LOSADA	Oficial	241306000958	Rural	CORREG POTRERILLOS
IE JOSE MIGUEL MONTALVO	GLADYS BURBANO PALACIO	Oficial	141306000490	Urbana	CL 4 CR 15
IE ISMAEL PERDOMO BORRERO	ORLANDO SALAS MACIAS	Oficial	141306000058	Urbana	KR 7 # 1-11
IE JORGE VILLAMIL ORTEGA	DORIAN SIERRA RIOS	Oficial	441306000612	Rural	VDA BAJO COROZAL
IE ESCUELA NORMAL SUPERIOR	SOR CLARA ROJAS ROJAS	Oficial	241306000044	Rural	VDA LA GUANDINOSA
IE SILVANIA	LUZ MARINA MOTTA PEÑA	Oficial	241306000150	Rural	CRREG SILVANIA

8.3. PERSONAJES ILUSTRES.

8.3.1. Artes Musicales

Tabla 2. Grupos musicales⁷⁸

NOMBRE	DIRECTOR	INTEGRANTES	TIPO DE MUSICA	INSTRUMENTOS
Trío Luis Alberto Osorio	Hermes Trujillo Motta	Rodolfo Agudelo Salazar, Luis Alirio Embús	Folclórica Colombiana	Cuerda
Dueto Los Hermanos Motta	Héner Motta Sierra	Héner Motta Sierra y Claifor Motta Sierra	Campeña	Cuerda
Dueto "El Recuerdo Colombiano"	Luis Alirio Embús	Luis Alirio Embús y Erminso Mayorca	Folclórica Colombiana	Cuerda
Dueto Hermanos Rojas	Hernando Rojas	Hernando Rojas y Luis Rojas	Folclórica Colombiana	Cuerda
Los Ruiseñores	Jaime Ruiz	Isauro Calderón, Humberto Cleves y José Chávarro	Folclórica Colombiana	Cuerda
Gilberto Cuellar	Alirio Embus		Rajaleñas	
Cantores de Matambo y Mirtayú			Música Folclórica Colombiana	Cuerda
Banda Municipal	Hernán Montealegre Sánchez		Música Folclórica Colombiana	
Grupo Coral Normal Nacional	Vicente Sánchez		Coral	
Grupo tecno	Darío Vargas		Variada	

8.3.1.1. Otros intérpretes

Encontramos en el municipio otros intérpretes como Raúl Ortiz Cortéz, Graciela Calderón Pérez, Jaime Ortiz Montes, Henry Ortiz Montes, Gustavo Montealegre, Nemecio Pastrana, Sósimo Barrera, Esper Montealegre, Julio Urriago, Joselito García, Benjamín Urriago, Octavio García, Victorino García Ospina, Darío Vargas, Libardo Vásquez, Hernán Alonso Calderón Olaya, Carlos Luciano Herrera. Entre los compositores más destacados tenemos a Luis Alberto Osorio, Gilberto Cuellar, Olmedo Montealegre Ortiz, Enerith Núñez, Hener Motta, Alirio Embús y Hernán Alfonso Calderón Olaya.

⁷⁸ MONTEALEGRE SANCHEZ, Humberto y otros. "Patrimonio cultural de El Gigante" pág. 167- 171.

8.3.2. Artes Plásticas

Tabla 3. Artistas

NOMBRE	ESCUELA
Ricardo Borrero Alvarez	Paisajista
Martha Borrero Borrero	Bodeguista
Abigail Borrero Borrero	Bodeguista
Fanny Borrero de Pastrana	Naturalista
Elsa Blanco de Uribe	Paisajista- Naturalista
Oscar Rojas	Impresionista
Teresa Gerardino	Paisajista-Bodeguista
Inés de la Spriella Cerón	Porcelana clásica y óleo
Jorge Renzo	Abstracto-Subrealista
Carlos Montealegre Cárdenas	Abstracto-Subrealista
Freddy Perdomo Hernández	Costumbrista
Fabrizio Ríos Herrera	
Fabio Palomino Sánchez	Bodeguista
José Alberto Cuéllar	Muralista
Henry Hernández	
Robinson Cerquera	Naturalista
Honorio Bahamón	Paisajista
Victorino García Ospina	Carboncillo

En otros temas como la escultura se destaca el arquitecto Freddy Perdomo Hernández. En Fotografía encontramos a Félix Gaona González, Hernando Suárez, Gabriel Ortega, José Hidalgo Gamboa Motta y Guillermo Chiquingana.

Encontramos en danzas los grupos de “La Guandinosa”, las de la Normal Superior y anexa, las danzas del Instituto Nacional Agrícola “José Miguel Montalvo”, las del Colegio Municipal “Jorge Eliécer Gaitán” y las danzas del Colegio Nacional “Ismael Perdomo Borrero”⁷⁹

⁷⁹ MONTEALEGRE SANCHEZ, Humberto y otros. “Patrimonio Cultural de El Gigante”...pág. 171-172

8.3.3. Literatura y Periodismo

Tabla 4. Literatura y periodismo⁸⁰

NOMBRE	PROFESION O ACTIVIDAD
José Miguel Montalvo	Poeta y Periodista
José María Álvarez Riveros	Columnista
Joaquín García Borrero	Historiador
José Manuel Silva Borrero	Historiador y narrador
Félix Manrique Perdomo	Periodista en temas del Agro
Guillermo Bravo Vega	Novelista y Periodista en temas Económicos
Emiro Fajardo Ramos	Periodista
Guido Fajardo Ramos	Periodista
Joaquín María Díaz Mayorca	Periodista
Marcos Jara	Periodista
Juan Cárdenas García	Comunicador
Benjamín Vidal Caicedo	Periodista
Humberto Sosa Simbaqueva	Periodista
Gentil Fajardo	Comunicador
Jorge Eliécer Peña	Periodista
Luis Carlos Herrera	Historiador
Abel Díaz Manrique	Periodista y novelista
Humberto Montealegre Sánchez	Historiador
Marco Polo	Narrativa y Cuentista
Rodolfo Agudelo	Cuentista
Aldemar Puentes	Narrativo temas administrativos y económicos
José Arístides Osorio	Cuentista
Esperanza Quimbaya Vargas	Periodista
José Vicente Trujillo	Escritor
Ángela María Montealegre Mora	Periodista
Karina Andrea Montealegre Mora	Periodista
Lorena Morales Mosquera	Periodista
Claudia Marcela Medina	Periodista
Julio Guerrero	cuentista
Lucy Audrey Rojas Charry	Periodista

⁸⁰ Ver las Biografías y obras de literatos y periodistas, así como de políticos, próceres de la independencia y artistas en CHARRY GUTIERREZ, Gabino, *Frutos de mi tierra*, Imprenta Departamental, Neiva, 1922. DIAZ, Abel, AGUDELO, Jesús Rodolfo y MONTEALEGRE, Humberto, *GIGANTE, MONOGRAFIA Y GEOGRAFÍA*, 1989, MORENO Delimiro, *ESTADO SOBERANO DEL TOLIMA, Personajes en su Historia*, Neiva, 1995. MONTEALEGRE SANCHEZ, Humberto, SANCHEZ MONTEALEGRE, Hernando y otros, "Patrimonio Cultural de El Gigante", en *Documento Monográfico e Inventario de Patrimonio Cultural Zona Centro-Huila*, 1995, y MONTEALEGRE SANCHEZ, Humberto, *Aspectos Monográficos del Municipio de El Gigante*, Documento mecanografiado, 1992.

9. ANALISIS DE RESULTADOS POR INSTITUCIONES EDUCATIVAS DE GIGANTE HUILA

9.1. ANALISIS DE RESULTADOS EN LA ZONA URBANA

9.1.1. ANALISIS GENERAL DEL LOS GRADOS 10 Y 11 DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA ISMAEL PERDOMO BORRERO

1. EXPRESIONES ARTÍSTICAS PREFERIDAS POR LOS ESTUDIANTES

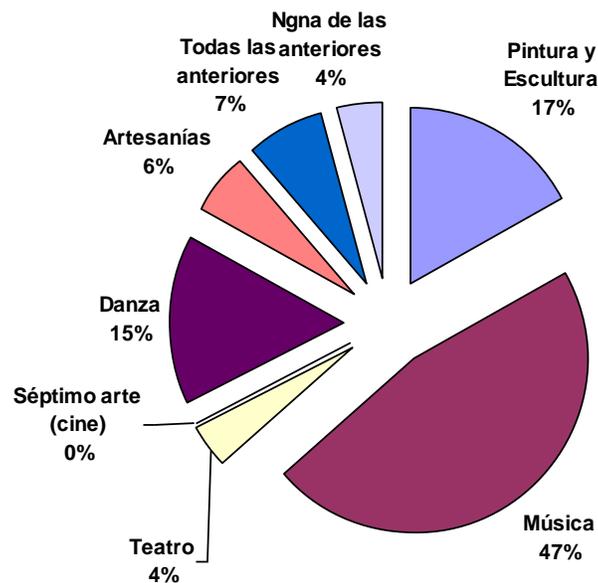


Gráfico 1. Expresiones artísticas preferidas de los estudiantes de los grados 10 y 11 de la Institución Educativa Ismael Perdomo Borrero. 2007

El 47% de los estudiantes escoge la Música como expresión artística preferida, el 17% la Pintura y Escultura; el 15% prefiere la Danza, el 7% escoge Todas las anteriores; el 6% por las Artesanías, el 4% le gustan el Teatro, el 4% Ningunas de las anteriores y el 0% el Séptimo Arte (Cine).

2. FRECUENCIA CON QUE LOS ESTUDIANTES PRACTICAN LAS EXPRESIONES ARTÍSTICAS PREFERIDAS



Gráfico 2. Frecuencia con que los estudiantes de los grados 10 y 11 de la Institución Educativa Ismael Perdomo Borrero practican las expresiones artísticas preferidas. 2007

El 75% de los estudiantes Algunas veces practican las expresiones artísticas preferidas; el 21% Siempre y el 4% Nunca la ponen en práctica.

3. LUGARES FRECUENTADOS POR LOS ESTUDIANTES EN EL TIEMPO LIBRE

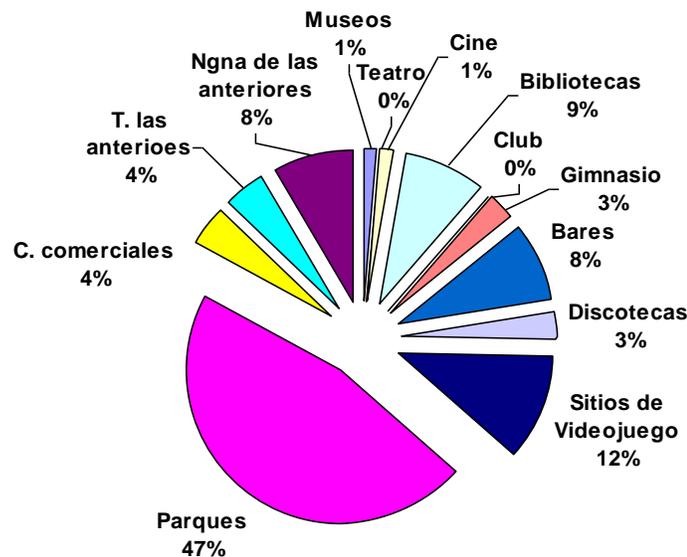


Gráfico 3. Lugares frecuentados por los estudiantes de los grados 10 y 11 de la Institución Educativa Ismael Perdomo Borrero en el tiempo libre. 2007

El 47% de los estudiantes frecuenta los Parques en el tiempo libre, el 12% los Sitios de Videojuegos, el 9% las Bibliotecas, el 8% los Bares, el 8% Ningunas de las anteriores, el 4% Centros Comerciales, el 4% Todas las anteriores, el 3% el Gimnasio, el 3% las Discotecas, el 1% los Museos, el 1% el Cine, el 0% el Teatro y el 0% el Club.

4. RAZONES QUE EXPRESAN LOS ESTUDIANTES PARA FRECUENTAR DICHS ESPACIOS

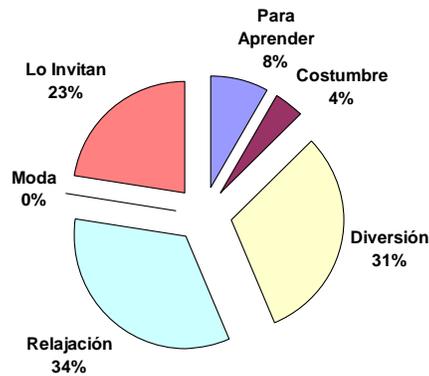


Gráfico 4. Razones que expresan los estudiantes de los grados 10 y 11 de la Institución Educativa Ismael Perdomo Borrero para frecuentar dichos espacios. 2007

El 34% de los estudiantes visita los lugares por Relajación, el 31% por Diversión, el 23% porque lo Invitan, el 8% para Aprender, el 4% por Costumbre y el 0% por Moda.

5. MEDIOS DE COMUNICACIÓN EMPLEADO POR LOS ESTUDIANTES EN EL TIEMPO LIBRE

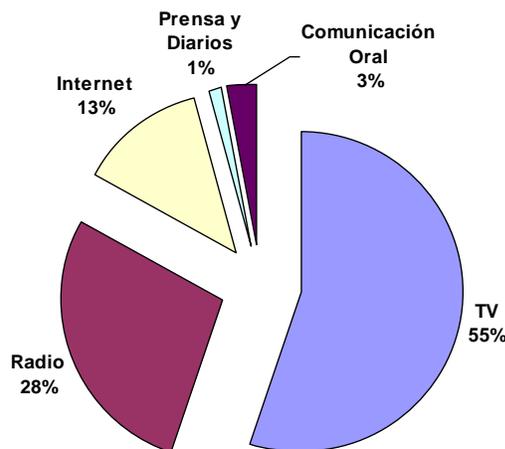


Gráfico 5. Medios de Comunicación empleado por los estudiantes de los grados 10 y 11 de la Institución Educativa Ismael Perdomo Borrero el tiempo libre. 2007

El 55% de los estudiantes utiliza como medio de comunicación la TV en el tiempo libre, el 28% La Radio, el 13% el Internet, el 3% utiliza La Comunicación oral (Tertulias) y el 1% la Prensa (El Tiempo y el Espectador) y Diario (del Huila, la Nación).

6. PERCEPCIONES DE LOS ESTUDIANTES SOBRE LAS ACTIVIDADES QUE REALIZA LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA, ADEMÁS DE LAS ACADÉMICAS

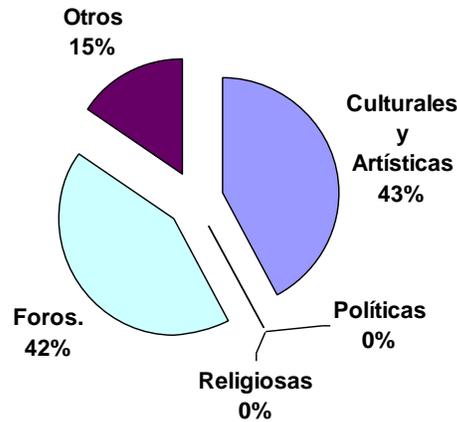


Gráfico 6. Percepciones de los Estudiantes sobre las actividades que realiza la Institución Educativa Ismael Perdomo Borrero realiza además de las académicas. 2007

El 43% de los estudiantes afirma que la Institución Educativa realiza actividades Culturales y Artísticas además de las académicas, el 42% Foros, el 15% Otras (Encuentros Deportivos, y todas las anteriores), el 0% Políticas y el 0% Religiosas.

7. OPINIÓN DE LOS ESTUDIANTES SOBRE LAS PROPUESTAS DE LOS MAESTROS DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA, PARA CONSERVAR LA IDENTIDAD CULTURAL

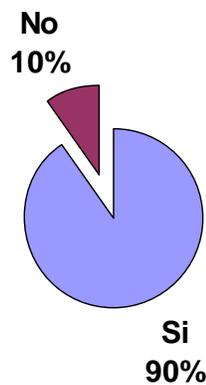


Gráfico 7. Opinión de los estudiantes de los grados 10 y 11, sobre las propuestas de los maestros de la Institución Educativa Ismael Perdomo Borrero, para conservar la Identidad Cultural. 2007

El 90% de los estudiantes afirma que los maestros Si proponen proyectos para conservar la Identidad Cultural y el 10% dicen No.

**8. IDENTIFICACIÓN DE LOS PROYECTOS QUE PROPONE LOS MAESTROS
EN LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA**

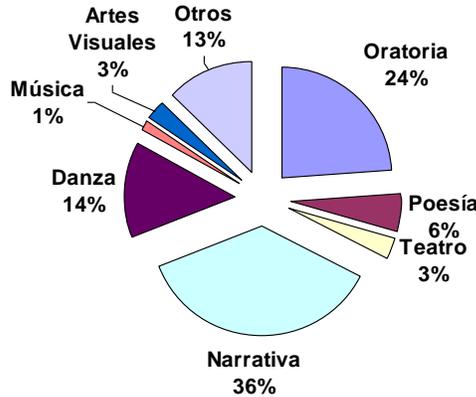


Gráfico 8. Identificación de los proyectos que proponen los maestros de la I.E. Ismael P. Borrero. 2007

El 36% de los estudiantes afirma que los maestros proponen proyectos de Narrativa, 24% de Oratoria, el 14% Danza, el 13% otros (Deportes), el 6% de Poesía, el 3% Teatro, el 3% de Artes Visuales y el 1% Música.

**9. RECONOCIMIENTO POR ÁREAS DE LOS MAESTROS QUE MÁS
PROPONEN PROYECTOS PARA LA CONSERVACIÓN DE LA IDENTIDAD
CULTURAL**

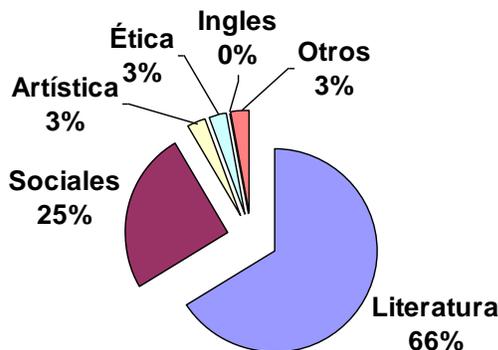


Gráfico 9. Reconocimiento por áreas de los maestros que más proponen proyectos para la conservación de la Identidad Cultural. 2007

El 66% de los estudiantes afirma que el maestro de Literatura es el que propone más proyectos para la conservación de la Identidad Cultural, el 25% el de Sociales, el 3% el de Artística, el 3% el de ética, el 3% otros (Filosofía y Educación Física) y el 0% el de Ingles.

10.USO DE LOS RECURSOS INSTITUCIONALES, POR PARTE DE LOS ESTUDIANTES PARA EL DESARROLLO DE LOS PROYECTOS CULTURALES

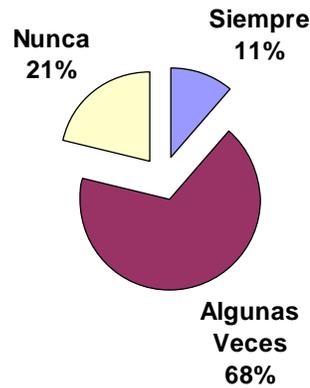


Gráfico 10. Uso de los recursos Institucionales, por parte de los estudiantes de los grados 10 y 11 de la Institución Educativa Ismael P. Borrero, para el desarrollo de los proyectos culturales. 2007

El 68% de los estudiantes afirma que Algunas Veces utiliza los recursos que ofrece la Institución Educativa para desarrollar los proyectos culturales, el 21% Nunca y el 11% dice que Siempre recurre a ellos.

11.APOYO DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA PARA EL DESARROLLO DE LOS PROYECTOS CULTURALES

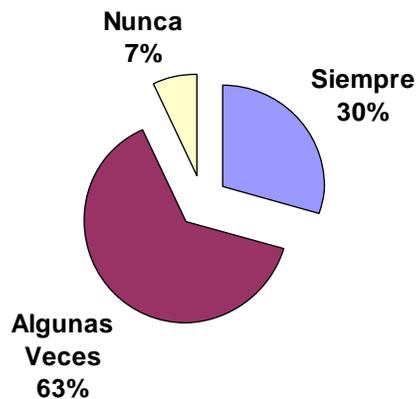


Gráfico 11. Apoyo de la Institución Educativa Ismael Perdomo Borrero para el desarrollo de los Proyectos culturales. 2007

El 63% de los estudiantes afirma que Algunas Veces la Institución Educativa apoya la realización de los proyectos culturales, el 30% Siempre y el 7% Nunca ha recibido apoyo por parte de la Institución Educativa.

12. MOTIVO PARA QUE LOS ESTUDIANTES PARTICIPEN EN LOS EVENTOS CULTURALES REALIZADOS EN LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA

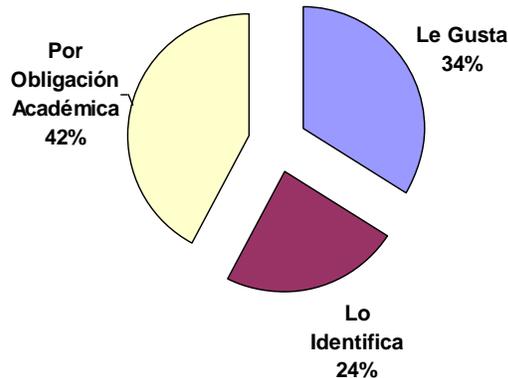


Gráfico 12. Motivo para que los estudiantes de los grados 10 y 11, participen en los eventos culturales realizados en la Institución Educativa Ismael Perdomo Borrero. 2007

El 42% de los estudiantes participa en los eventos culturales programados por la Institución Educativa por Obligación Académica, el 34% porque le Gusta y el 24% porque Lo Identifica.

13. OPINIÓN DE LOS ESTUDIANTES SOBRE LOS EVENTOS CULTURALES REALIZADOS POR LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA

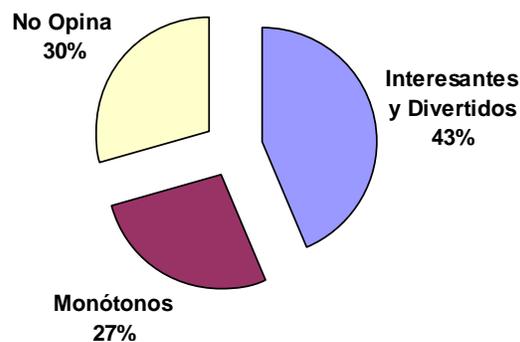


Gráfico 13. Opinión de los estudiantes de los grados 10 y 11, sobre los eventos culturales realizados por la Institución Educativa Ismael Perdomo Borrero. 2007

El 43% de los estudiantes opina que los eventos culturales realizados en la Institución Educativa son Interesantes y Divertidos, el 30% No opina y el 27% dicen que son Monótonos.

14. LUGARES DE INTERÉS VISITADOS POR ESTUDIANTES Y PROFESORES DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA

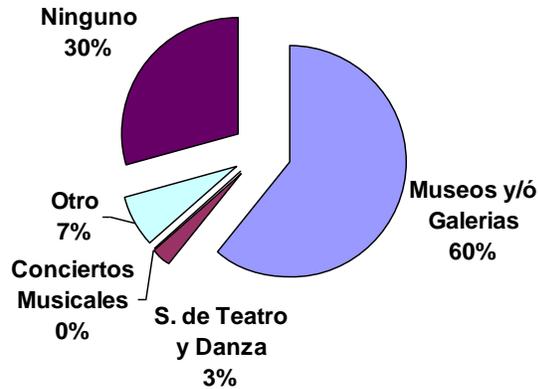


Gráfico 14. Lugares de Interés visitados por los estudiantes de los grados 10 y 11 y profesores de la Institución Educativa Ismael Perdomo Borrero. 2007

El 60% de los estudiantes ha visitado con los profesores Museos y/o Galerías, el 30% no ha visitado lugar cultural alguno, el 7% a visitado Otros lugares (Inter-colegiados, San Agustín), el 3% Salas de Teatro y Danza y el 0% Conciertos Musicales.

15. FRECUENCIA CON QUE LOS ESTUDIANTES VISITAN LUGARES CULTURALES

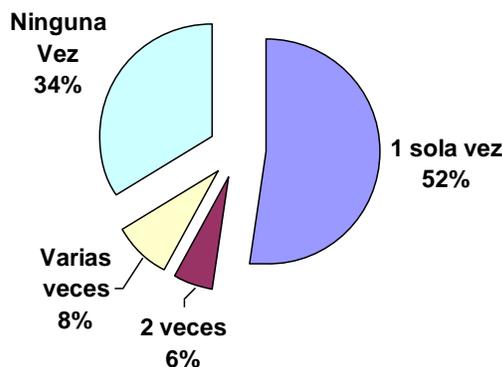


Gráfico 15. Frecuencia con que los estudiantes de los grados 10 y 11 de la Institución Educativa Ismael Perdomo Borrero, visitan lugares culturales. 2007

El 52% de los estudiantes afirma que ha visitado el lugar cultural Una sola vez, el 34% Ninguna sola vez, el 8% Varias veces y el 6% Dos veces.

16.MOTIVACIÓN REALIZADAS POR LOS ESTUDIANTES A OTRAS PERSONAS PARA VISITAR LUGARES CULTURALES

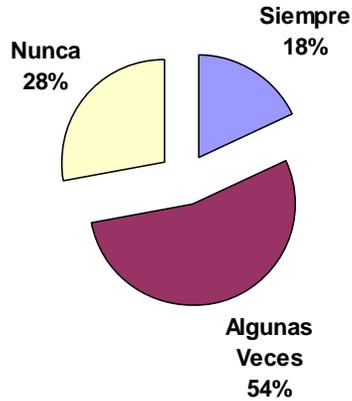


Gráfico 16. Motivación realizadas por los estudiantes de los grados 10 y 11 de la Institución Educativa Ismael P. Borrero, a otras personas para visitar lugares culturales. 2007

El 54% de los estudiantes afirma que Algunas Veces invita y/o convida a otras personas a conocer lugares culturales, 28% Nunca y el 18% dicen que Siempre invitan a las personas a ir a dichos lugares.

17.APORTES QUE BRINDAN LOS LUGARES CULTURALES A LOS ESTUDIANTES

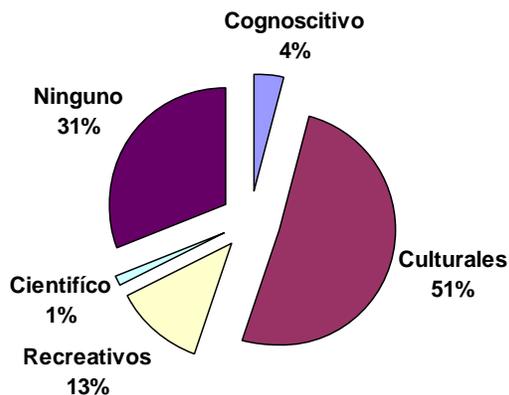


Gráfico 17. Aportes que brindan los lugares culturales a los estudiantes de los grados 10 y 11 del Institución Educativa Ismael Perdomo Borrero. 2007

El 51% de los estudiantes afirma que el aporte que brinda el lugar es Cultural, el 31% No le deja ningún aporte el lugar, el 13% Recreativo, el 4% Cognoscitivo y el 1% Científico.

18.MOTIVACIÓN REALIZADAS POR LOS PROFESORES A LOS ESTUDIANTES PARA VISITAR LOS LUGARES CULTURALES



Gráfico 18. Motivación realizadas por los profesores a los estudiantes de los grados 10 y 11 de la Institución Educativa Ismael Perdomo Borrero para visitar lugares culturales. 2007

El 50% de los estudiantes afirma que Algunas Veces los profesores los motiva a conocer sitios culturales, el 37% que Siempre y el 13% Nunca los han motivado a ir a dichos lugares.

19.PARTICIPACIÓN DE LOS ESTUDIANTES EN LAS ACTIVIDADES CULTURALES PROGRAMADAS POR EL MUNICIPIO Y LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS



Gráfico 19. Participación de los estudiantes de los grados 10 y 11 de la Institución Educativa Ismael Perdomo Borrero, en las actividades culturales programadas por el Municipio y las Instituciones Educativas. 2007

El 77% de los estudiantes participa Algunas Veces en las actividades programadas por el Municipio y las Instituciones Educativas, el 17% Siempre y el 6% Nunca ha asistido en estas actividades culturales.

20. PREFERENCIAS DE LOS ESTUDIANTES, HACIA LOS EVENTOS CULTURALES PROGRAMADOS POR EL MUNICIPIO Y LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS

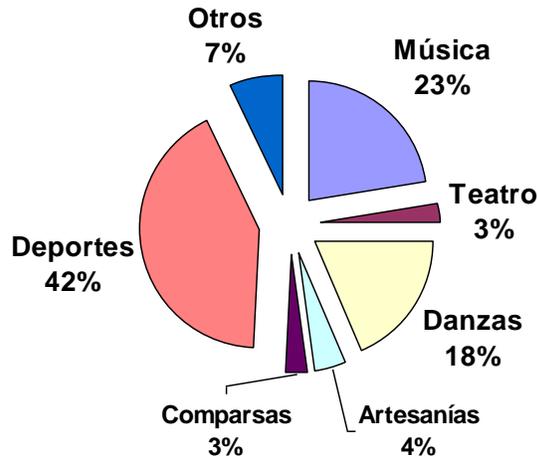


Gráfico 20. Preferencia de los estudiantes de los grados 10 y 11 del Institución Educativa Ismael Perdomo Borrero; hacia los eventos culturales programados por el Municipio y las Instituciones Educativas. 2007

El 42% de los estudiantes afirma que la actividad predilecta es el Deporte entre las programadas por el Municipio y las Instituciones Educativas, el 23% la Música, el 18% las Danzas, el 7% otros (teatro y comparsas), el 4% las Artesanías, el 3% el Teatro y el 3% las Comparsas.

21. MANERA COMO PARTICIPAN LOS ESTUDIANTES EN LOS EVENTOS CULTURALES PROGRAMADOS POR EL MUNICIPIO Y LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS

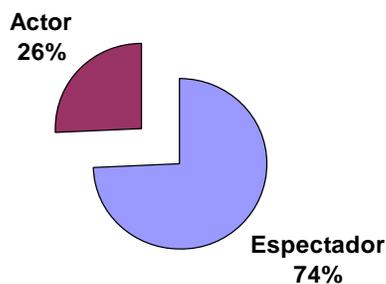


Gráfico 21. Manera como participan los estudiantes de los grados 10 y 11 de la I.E. Ismael P. Borrero en los Eventos Culturales programados por el Municipio y las Instituciones Educativas. 2007

El 74% de los estudiantes participa en las actividades culturales programadas por el Municipio y las Instituciones Educativas como Espectador y el 26% como Actor.

**22.FORMA DE ACOMPAÑAMIENTO DE LOS ESTUDIANTES EN LAS
ACTIVIDADES CULTURALES PROGRAMADAS POR EL MUNICIPIO Y LAS
INSTITUCIONES EDUCATIVAS**

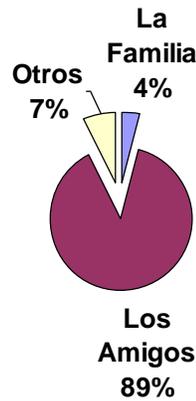


Gráfico 22. Forma de acompañamiento de los estudiantes de los grados 10 y 11 de la I.E. Ismael P. Borrero en las actividades culturales programadas por el Municipio y las Instituciones Educativas. 2007

El 89% de los estudiantes va acompañado de los Amigos (as) a las actividades culturales programadas por el Municipio y las Instituciones Educativas, el 7% con Otros (novio, compañeros estudio) y el 4% con la Familia.

23.DIFUSIÓN DE LOS HÁBITOS CULTURALES DE LOS ESTUDIANTES

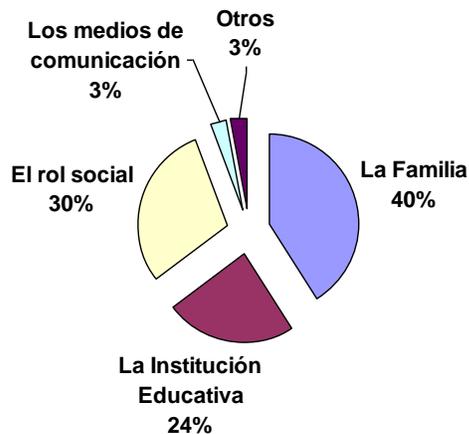


Gráfico 23. Difusión de los hábitos culturales de los estudiantes de los grados 10 y 11 de la I.E. Ismael P. Borrero. 2007

El 40% de los estudiantes afirma que los hábitos culturales es difundido por la Familia, el 30% el Rol social (amigos-as), el 24% la Institución Educativa, el 3% por los Medios de Comunicación y el 3% Otros (libros, todas las anteriores)

24. IDENTIFICACIÓN DE LOS OBJETOS COLECCIONADOS POR LOS ESTUDIANTES



Gráfico 24. Identificación de los objetos coleccionados por los estudiantes de los grados 10 y 11 de la Institución Educativa Ismael Perdomo Borrero. 2007

El 64% de los estudiantes colecciona Música, el 11% Farándula, el 8% Juegos, el 7% Películas, el 6% Instrumentos Deportivos, el 4% otros (no les interesa coleccionar)

25. LEGALIDAD DE LOS OBJETOS COLECCIONADOS POR LOS ESTUDIANTES

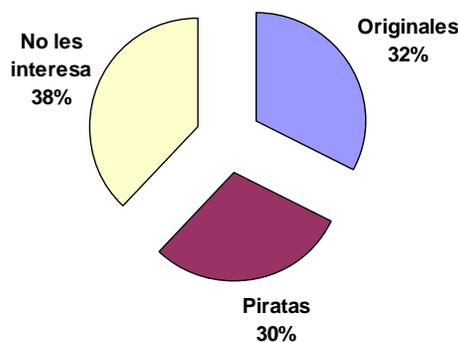


Gráfico 25. Legalidad de los objetos coleccionados por los estudiantes de los grados 10 y 11 de la Institución Educativa Ismael Perdomo Borrero. 2007

El 38% de los estudiantes afirma que No le interesa que los objetos sean originales o piratas para coleccionar, el 32% coleccionan objetos Originales y el 30% los coleccionan Piratas.

9.1.1.1. ANALISIS DE RESULTADOS POR GÉNERO DE LOS GRADOS 10 Y 11 DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA ISMAEL PERDOMO BORRERO

La población de los grados 10 y 11 de la Institución Educativa Ismael Perdomo Borrero, el 56.3% es del sexo femenino y el 43.7% es del sexo masculino. 2007. A continuación se exponen los resultados para lo cual debemos tener en cuenta que cuando se escribe “sexo femenino” se refiere a las estudiantes y cuando se redacta “sexo masculino” estamos aludiendo a los estudiantes.

1. EXPRESIONES ARTÍSTICAS PREFERIDAS POR LOS ESTUDIANTES

Sexo Femenino

El 21.2% del sexo femenino escoge la Música como expresión artística preferida, el 12.7% la Danza, el 7.5% la Pintura y Escultura, el 4.2% las Artesanías, el 4.2% Todas las anteriores, el 4.2% el Teatro, el 2.9% Ninguna de las anteriores y el 0% el Séptimo Arte (Cine). **(Ver tabla 5 Pág. 269)**

Sexo Masculino

El 25.4% del sexo masculino escoge la Música como expresión artística preferida, el 9.8% la Pintura y Escultura, el 2.8% la Danza, el 2.8% Todas las anteriores, el 1.4% las Artesanías, el 1.4% Ninguna de las anteriores, el 0% el Teatro y el 0% el Séptimo Arte (Cine). **(Ver tabla 5 Pág. 269)**

2. FRECUENCIA CON QUE LOS ESTUDIANTES PRACTICAN LAS EXPRESIONES ARTÍSTICAS PREFERIDAS

Sexo Femenino

El 40.8% del sexo femenino Algunas Veces práctica las expresiones artísticas preferidas, el 12.7% Siempre y el 2.8% Nunca la pone en práctica. **(Ver tabla 6 Pág. 269)**

Sexo Masculino

El 33.8% del sexo masculino Algunas Veces práctica las expresiones artísticas preferidas, el 8.5% Siempre y el 1.4% Nunca la pone en práctica. **(Ver tabla 6 Pág. 269)**

3. LUGARES FRECUENTADOS POR LOS ESTUDIANTES EN EL TIEMPO LIBRE

Sexo Femenino

El 28.3% del sexo femenino frecuenta los Parques en el tiempo libre, el 7.1% Bares, el 5.6% Bibliotecas, el 4.2% Centros Comerciales, el 4.2% Ninguna de las anteriores, el 2.8% al Gimnasio, el 2.8% Discotecas, el 1.4% al Cine, el 0% los Museos, el 0% el Teatro, el 0% el Club, 0% los Sitios de Video Juego, y el 0% Todas las Anteriores. **(Ver tabla 7 Pág. 270)**

Sexo Masculino

El 18.3% del sexo masculino frecuenta los Parques en el tiempo libre, el 11.3% va a sitios de Videojuegos, el 4.2% Todas las anteriores, el 4.2% Ninguna de las anteriores, el 2.8% a Bibliotecas, el 1.4% Museos, el 1.4% a Bares, el 0% a Teatros, el 0% a Cine, el 0% al Club, 0% al Gimnasio, el 0% a Discotecas y el 0% a Centros Comerciales. **(Ver tabla 7 Pág. 270)**

4. RAZONES QUE EXPRESAN LOS ESTUDIANTES PARA FRECUENTAR DICHOS ESPACIOS

Sexo Femenino

El 19.7% del sexo femenino frecuenta dichos espacios por Diversión, el 18.3% por Relajación, el 16.9% porque la Invitan, el 1.4% por Costumbre, el 0% para Aprender y el 0% por Moda. **(Ver tabla 8 Pág. 270)**

Sexo Masculino

El 15.5% del sexo masculino frecuenta dichos espacios por Relajación, el 11.3% por Diversión, el 8.5% para Aprender, el 5.6% porque lo Invitan, el 2.8% por Costumbre y el 0% por Moda. **(Ver tabla 8 Pág. 270)**

5. MEDIOS DE COMUNICACIÓN EMPLEADO POR LOS ESTUDIANTES EN EL TIEMPO LIBRE

Sexo Femenino

El 25.4% del sexo femenino utiliza en el tiempo libre La TV como medio de comunicación, EL 21.1% la Radio, el 5.6% el Internet, el 2.8% la Comunicación Oral (Tertulias) y el 1.4% la Prensa (Tiempo y Espectador) y Diario (Huila, la Nación). **(Ver tabla 9 Pág. 271)**

Sexo Masculino

El 29.7% del sexo masculino utiliza la TV como medio de comunicación en el tiempo libre, el 7% la Radio, el 7% el Internet, el 0% la Prensa (Tiempo y Espectador) y Diario (Huila, la Nación) y el 0% la Comunicación Oral (Tertulias) **(Ver tabla 9 Pág. 271)**

6. PERCEPCIONES DE LOS ESTUDIANTES SOBRE LAS ACTIVIDADES QUE REALIZA LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA, ADEMÁS DE LAS ACADÉMICAS

Sexo Femenino

El 29.6% del sexo femenino afirma que la Institución Educativa realiza actividades Culturales y Artística además de las académicas, el 22.5% Foros, el 4.2% Otros (Todas las anteriores, Poesía), el 0% Políticas y el 0% Religiosas. **(Ver tabla 10 Pág. 271)**

Sexo Masculino

El 19.7% del sexo masculino afirma que la Institución Educativa realiza Foros además de las académicas, el 12.7% que Culturales y Artísticas, el 11.3% Otros (Todas las anteriores, Encuentros Deportivos de Futbol), el 0% Políticas y el 0% Religiosas. **(Ver tabla 10 Pág. 271)**

7. OPINIÓN DE LOS ESTUDIANTES SOBRE LAS PROPUESTAS DE LOS MAESTROS DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA PARA CONSERVAR LA IDENTIDAD CULTURAL

Sexo Femenino

El 54.9% del sexo femenino afirma que los maestros Si proponen proyectos para la conservación de la Identidad Cultural y el 1.4% confirma lo contrario. **(Ver tabla 11 Pág. 272)**

Sexo Masculino

El 35.2% del sexo masculino afirma que los maestros Si proponen proyectos para la conservación de la identidad Cultural y el 8.5% confirma lo contrario **(Ver tabla 11 Pág. 272)**

8. IDENTIFICACIÓN DE LOS PROYECTOS QUE PROPONE LOS MAESTROS EN LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA

Sexo Femenino

El 21.1% del sexo femenino afirma que proponen más proyectos de Narrativa en la Institución Educativa, el 15.5% de Oratoria, el 8.5% de Danza, el 4.2% de Poesía, el 4.2% otros (todas la anteriores, deporte), el 2.8% Artes Visuales, el 0% Teatro y el 0% Música. **(Ver tabla 12 Pág. 272)**

Sexo Masculino

El 15.5% del sexo masculino afirma que proponen más proyectos de Narrativa en la Institución Educativa, el 8.5% de Oratoria, el 8.5% Otros (lectura, ensayo), el 5.6% Danza, 2.8% de Teatro, 1.4% Poesía, el 1.4% de Música y el 0% de Artes Visuales. **(Ver tabla 12 Pág. 272)**

9. RECONOCIMIENTO DE LOS MAESTROS QUE MAS PROPONEN PROYECTOS PARA LA CONSERVACIÓN DE LA IDENTIDAD CULTURAL

Sexo Femenino

El 40.8% del sexo femenino afirma que el profesor de Literatura es el que propone más proyectos en la Institución Educativa, el 14.1% el de Sociales, el 1.4% el de Artística, el 0% el de Ética, el 0% el de Ingles y el 0% otros. **(Ver tabla 13 Pág. 273)**

Sexo Masculino

El 25.4% del sexo masculino afirma que el profesor de Literatura es el que propone más proyectos en la Institución Educativa, el 11.3% el de Sociales, el 2.8% el de Ética, el 2.8% otros (Educación Física), el 1.4% el de Artística y el 0% el de Ingles. **(Ver tabla 13 Pág. 273)**

10.USO DE LOS RECURSOS INSTITUCIONALES, POR PARTE DE LOS ESTUDIANTES PARA EL DESARROLLO DE LOS PROYECTOS CULTURALES

Sexo Femenino

El 40.8% del sexo femenino Algunas veces utiliza los recursos institucionales para desarrollar los proyectos culturales, el 8.4% Nunca y el 7.1% que Siempre recurre a estos recursos. **(Ver tabla 14 Pág. 273)**

Sexo Masculino

El 26.8% del sexo masculino Algunas veces utiliza los recursos institucionales para desarrollar los proyectos culturales, el 12.7% Nunca los utiliza y el 4.2% que Siempre recurre a esos recursos. **(Ver tabla 14 Pág. 273)**

11.APOYO DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA PARA EL DESARROLLO DE LOS PROYECTOS CULTURALES

Sexo Femenino

El 33.8% del sexo femenino afirma que Algunas Veces la Institución Educativa apoya la realización de los proyectos culturales, el 21% Siempre y el 1.4% Nunca ha recibido apoyo por parte de la Institución Educativa. **(Ver tabla 15 Pág. 274)**

Sexo Masculino

El 29.6% del sexo masculino afirma que Algunas Veces la Institución Educativa apoya la realización de los proyectos culturales, el 8.5% Siempre y el 5.6% Nunca ha recibido apoyo por parte de la Institución Educativa. **(Ver tabla 15 Pág. 274)**

12. MOTIVO PARA QUE LOS ESTUDIANTES PARTICIPEN EN LOS EVENTOS CULTURALES REALIZADOS EN LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA

Sexo Femenino

El 26.8% del sexo femenino le Gusta participar en los eventos culturales realizados en la Institución Educativa, el 21.1% lo hace por Obligación Académica, y el 8.4% porque lo Identifica. **(Ver tabla 16 Pág. 274)**

Sexo Masculino

El 21.1% del sexo masculino participa por Obligación Académica en los eventos culturales realizados en la Institución Educativa, el 15.5% porque lo Identifica, y el 7.1% porque le Gusta. **(Ver tabla 16 Pág. 274)**

13. OPINIÓN DE LOS ESTUDIANTES SOBRE LOS EVENTOS CULTURALES REALIZADOS POR LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA

Sexo Femenino

El 25.4% del sexo femenino opina que los eventos culturales que realiza la Institución Educativa son Interesantes y Divertidos, el 18.2% No Opina, y el 12.7% son Monótonos. **(Ver tabla 17 Pág. 275)**

Sexo Masculino

El 18.3% del sexo masculino opina que los eventos culturales que realiza la Institución Educativa son Interesantes y Divertidos, el 14.1% son Monótonos y el 11.3% No Opina. **(Ver tabla 17 Pág. 275)**

14. LUGARES DE INTERÉS VISITADOS POR ESTUDIANTES Y PROFESORES DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA

Sexo Femenino

El 30.9% del sexo femenino ha visitado con los profesores Museos y/o Galerías, el 19.7% no han visitado lugar cultural alguno con los profesores, el 4.3% Otros (Inter-colegiados, San Agustín), el 1.4% a Salas de Teatro y Danza y el 0% a Conciertos Musicales. **(Ver tabla 18 Pág. 275)**

Sexo Masculino

El 29.6% del sexo masculino ha visitado con los profesores Museos y/o Galerías, el 9.8% no ha visitado lugar cultural alguno con los profesores, el 2.8% a Otros (Inter-colegiados, San Agustín), el 1.4% Salas de Teatro y Danza y el 0% a Conciertos Musicales. **(Ver tabla 18 Pág. 275)**

15. FRECUENCIA CON QUE LOS ESTUDIANTES VISITAN LUGARES CULTURALES

Sexo Femenino

El 28.2% del sexo femenino ha visitado el lugar cultural Una Sola Vez, el 22.5% Ninguna sola Vez, el 2.8% Dos Veces y 2.8% lo ha visitado Varias Veces. **(Ver tabla 19 Pág. 276)**

Sexo Masculino

El 23.9% del sexo masculino ha visitado el lugar cultural Una Sola Vez, 11.3% Ninguna sola Vez, el 5.6% lo ha visitado Varias Veces y el 2.8% solamente dos Veces. **(Ver tabla 19 Pág. 276)**

**16. MOTIVACIÓN REALIZADAS POR LOS ESTUDIANTES A OTRAS PERSONAS
PARA VISITAR LUGARES CULTURALES**

Sexo Femenino

El 30.9% del sexo femenino invita Algunas Veces a otras personas a ir a los lugares visitados, el 14.1% Nunca lo hace y el 11.3% Siempre Invita a las personas a visitar dichos lugares. **(Ver tabla 20 Pág. 276)**

Sexo Masculino

El 22.5% del sexo masculino invita Algunas Veces a otras personas a ir a los lugares visitados, el 14.1% Nunca lo hace y el 7.1% siempre Invita a las personas a ir a dichos lugares. **(Ver tabla 20 Pág. 276)**

**17. APORTES QUE BRINDAN LOS LUGARES CULTURALES A LOS
ESTUDIANTES**

Sexo Femenino

EL 28.2% del sexo femenino afirma que el aporte que deja los lugares visitados es Cultural, el 21.2% Ninguno, el 4.2% Cognoscitivo, el 2.8% Recreativos y el 0% científico. **(Ver tabla 21 Pág. 277)**

Sexo Masculino

El 22.6% del sexo masculino afirma que el aporte que deja los lugares visitados es Cultural, 9.8% Recreativos, 9.8% Ninguno, 1.4% Científico y 0% Cognoscitivo. **(Ver tabla 21 Pág. 277)**

**18. MOTIVACIÓN REALIZADAS POR LOS PROFESORES A LOS ESTUDIANTES
PARA VISITAR LOS LUGARES CULTURALES**

Sexo Femenino

EL 28.2% del sexo femenino afirma que los profesores Algunas Veces los invita a conocer lugares culturales, el 22.5% Siempre y el 5.6% Nunca lo han motivado a visitar dichos lugares. **(Ver tabla 22 Pág. 277)**

Sexo Masculino

El 22.5% del sexo masculino afirma que los profesores Algunas Veces los invita a conocer lugares culturales, el 14.1% Siempre y el 7% Nunca lo han motivado a visitar dichos lugares. **(Ver tabla 22 Pág. 277)**

**19. PARTICIPACIÓN DE LOS ESTUDIANTES EN LAS ACTIVIDADES
CULTURALES PROGRAMADAS POR EL MUNICIPIO Y LAS INSTITUCIONES
EDUCATIVAS**

Sexo Femenino

El 43.7% del sexo femenino participa Algunas veces en las Actividades programadas por el Municipio y las Instituciones Educativas, el 9.8% Siempre y el 2.8% Nunca participa en estas actividades. **(Ver tabla 23 Pág. 278)**

Sexo Masculino

El 33.8% del sexo masculino participa Algunas veces en las Actividades programadas por el Municipio y las Instituciones Educativas, el 7% Siempre y el 2.8% Nunca participa en estas actividades. **(Ver tabla 23 Pág. 278)**

20. PREFERENCIAS DE LOS ESTUDIANTES, HACIA LOS EVENTOS CULTURALES PROGRAMADOS POR EL MUNICIPIO Y LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS

Sexo Femenino

El 16.9% del sexo femenino afirma que la Danza es la actividad predilecta entre las programadas por el Municipio y las Instituciones Educativas, el 15.5% la Música, el 14.1% el Deporte, el 7% Otras (Teatro y Comparsas), el 1.4% el Teatro, el 1.4% la Artesanía y el 0% la Comparsa. **(Ver tabla 24 Pág. 278)**

Sexo Masculino

El 28.2% del sexo masculino afirma que el Deporte es la actividad predilecta entre las programadas por el Municipio y las Instituciones Educativas, el 7.1% la Música, el 2.8% la Artesanía, 2.8% la Comparsa, el 1.4% el Teatro, el 1.4% la Danza y el 0% Otro. **(Ver tabla 24 Pág. 278)**

21. MANERA COMO PARTICIPAN LOS ESTUDIANTES EN LOS EVENTOS CULTURALES PROGRAMADOS POR EL MUNICIPIO Y LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS

Sexo Femenino

El 47.3% del sexo femenino participa como Espectador en las actividades programadas por el Municipio y las Instituciones Educativas y el 8.6% participa como Actor. **(Ver tabla 25 Pág. 279)**

Sexo Masculino

El 27.1% del sexo masculino participa como Espectador en las actividades programadas por el Municipio y las Instituciones y el 17% participa como Actor **(Ver tabla 25 Pág. 279)**

22. FORMA DE ACOMPAÑAMIENTO DE LOS ESTUDIANTES EN LAS ACTIVIDADES CULTURALES PROGRAMADAS POR EL MUNICIPIO Y LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS

Sexo Femenino

El 50% del sexo femenino va acompañada con las Amigas (os) a las actividades Culturales programadas por el Municipio y las Instituciones Educativas, el 2.9% con la Familia y el 2.9% con Otros (Novio). **(Ver tabla 26 Pág. 279)**

Sexo Masculino

El 38.6% del sexo masculino va acompañado con los Amigos (as) a las actividades Culturales programadas por el Municipio y las Instituciones Educativas, el 4.3% con Otros (Compañeros de estudio) y el 1.4% va con la Familia. **(Ver tabla 26 Pág. 279)**

23. DIFUSIÓN DE LOS HÁBITOS CULTURALES DE LOS ESTUDIANTES

Sexo Femenino

El 22.6% del sexo femenino afirma que los hábitos culturales son difundidos por la Familia, el 15.5% por la Institución Educativa, el 15.5% por el Rol Social (amigos-as),

el 1.4% por Los Medios de Comunicación y el 1.4% por otros (Libros). **(Ver tabla 27 Pág. 280)**

Sexo Masculino

El 18.3% del sexo masculino afirma que los hábitos culturales son difundidos por la Familia, el 14% por el Rol Social (amigos-as), el 8.5% por la Institución Educativa, el 1.4% por los Medios de Comunicación y el 1.4% Otros (Todas las anteriores). **(Ver tabla 27 Pág. 280)**

24. IDENTIFICACIÓN DE LOS OBJETOS COLECCIONADOS POR LOS ESTUDIANTES

Sexo Femenino

El 38% del sexo femenino colecciona Música, el 9.9% Farándula, el 4.2% Otros (Nada les interesan), el 1.4% Instrumentos Deportivos, el 1.4% Juegos y el 1.4% Películas. **(Ver tabla 28 Pág. 280)**

Sexo Masculino

El 25.4% del sexo masculino colecciona Música, el 7% Juegos, el 5.6% Películas, 4.2% Instrumentos Deportivos, 1.4% Farándula y el 0% Otros. **(Ver tabla 28 Pág. 280)**

25. LEGALIDAD DE LOS OBJETOS COLECCIONADOS POR LOS ESTUDIANTES

Sexo Femenino

El 23.9% del sexo femenino No le interesa si los objetos adquiridos para coleccionar sean originales o piratas, el 22.5% colecciona objetos Originales y el 9.9% Piratas. **(Ver tabla 29 Pág. 281)**

Sexo Masculino

El 19.7% del sexo masculino afirma que los objetos adquiridos para coleccionar son Piratas, el 14.1% No les Interesa que sean originales o piratas y el 9.9% colecciona objetos Originales. **(Ver tabla 29 Pág. 281)**

9.1.2. ANALISIS GENERAL DE LOS GRADOS 10 Y 11 DE LA INSTITUCIÓN
EDUCATIVA JOSE MIGUEL MONTALVO

1. EXPRESIONES ARTÍSTICAS PREFERIDAS POR LOS ESTUDIANTES

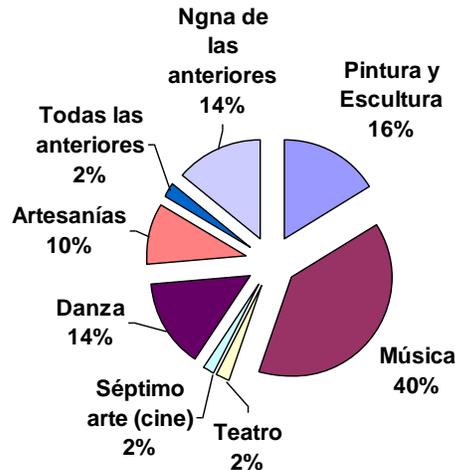


Gráfico 26. Expresiones Artísticas preferidas por los estudiantes de los grados 10 y 11 de la Institución Educativa José Miguel Montalvo. 2007

El 40% de los estudiantes escoge la Música como expresión artística preferida, el 16% la Pintura y Escultura; el 14% prefiere la Danza, 14% Ningunas de las anteriores, el 10% las Artesanías, el 2% el Teatro, el 2% el Séptimo Arte (cine) y el 2% Todas las anteriores.

2. FRECUENCIA CON QUE LOS ESTUDIANTES PRACTICAN LAS
EXPRESIONES ARTÍSTICAS PREFERIDAS

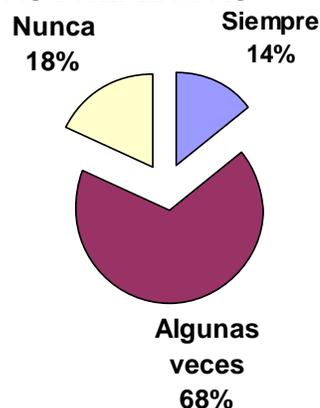


Gráfico 27. Frecuencia con que los estudiantes de los grados 10 y 11 de la Institución Educativa José Miguel Montalvo practican las expresiones artísticas preferidas. 2007

El 68% de los estudiantes Algunas Veces practican las expresiones artísticas preferidas, el 18% Nunca y el 14% Siempre la ponen en práctica.

LOS CONSUMOS ARTÍSTICOS DE LOS JOVENES DE LAS ÁREA URBANA Y RURAL DEL MUNICIPIO DE GIGANTE. 2007

PAULA ANDREA SERRANO BERMÚDEZ

3. LUGARES FRECUENTADOS POR LOS ESTUDIANTES EN EL TIEMPO LIBRE

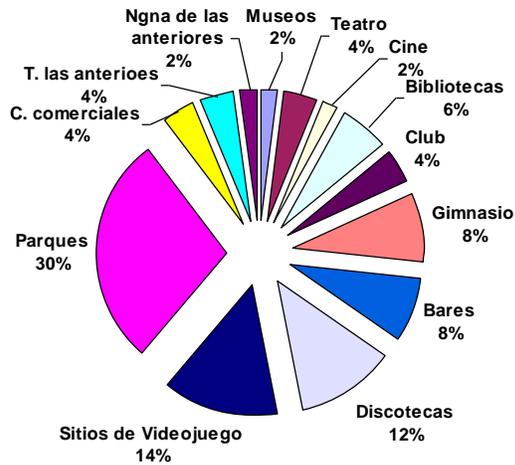


Gráfico 28. Lugares frecuentados por los estudiantes de los grados 10 y 11 de la Institución Educativa José Miguel Montalvo en el Tiempo Libre. 2007

El 30% de los estudiantes frecuentan en el tiempo libre los Parques, el 14% Sitios de Videojuegos, el 12% Discotecas, el 8% los Bares, el 6% Bibliotecas, el 4% el Teatro, el 4% el Gimnasio, 4% el Club, el 4% a los Centros Comerciales, el 4% a Todas las anteriores, el 2% los Museos, el 2% el Cine y el 2% Ningunas de las anteriores.

4. RAZONES QUE EXPRESAN LOS ESTUDIANTES PARA FRECUENTAR DICHS ESPACIOS

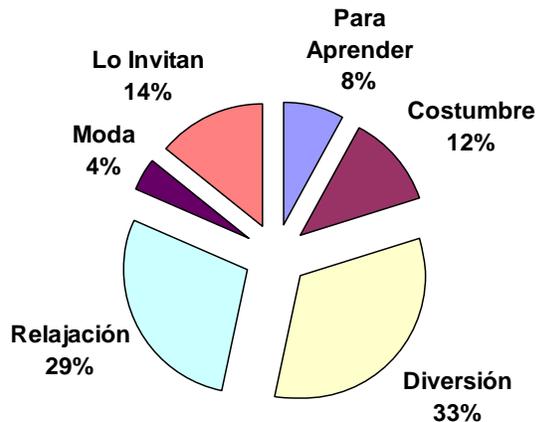


Gráfico 29. Razones que expresan los estudiantes de los grados 10 y 11 de la Institución Educativa José Miguel Montalvo, para frecuentar dichos espacios. 2007

El 33% de los estudiantes visita estos lugares por Diversión, el 29% por Relajación, 14% porque lo Invitan, 12% por Costumbre, el 8% para Aprender y el 4% lo hace por Moda.

5. MEDIOS DE COMUNICACIÓN EMPLEADO POR LOS ESTUDIANTES EN EL TIEMPO LIBRE

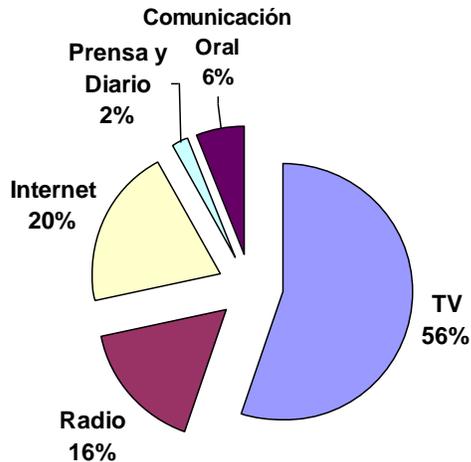


Gráfico 30. Medios de Comunicación empleado por los estudiantes de los grados 10 y 11 de la Institución Educativa José Miguel Montalvo, en el tiempo libre. 2007

El 56% de los estudiantes utiliza como medio de comunicación la TV en el tiempo libre, el 20% el Internet, el 16% la Radio, el 6% utiliza la Comunicación oral (Tertulias) y el 2% la Prensa (Tiempo y Espectador) y Diario (Huila y la Nación).

6. PERCEPCIONES DE LOS ESTUDIANTES SOBRE LAS ACTIVIDADES QUE REALIZA LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA, ADEMÁS DE LAS ACADÉMICAS

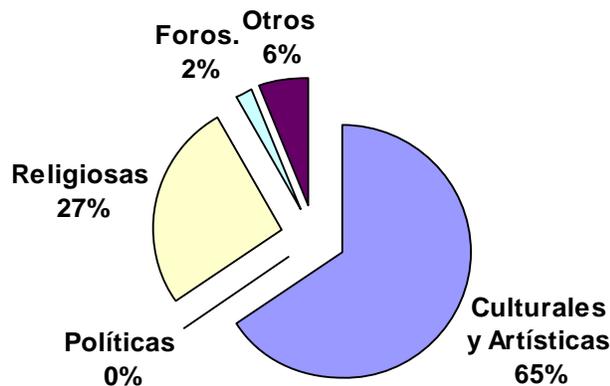


Gráfico 31. Percepciones de los estudiantes de los grados 10 y 11 sobre las actividades que realiza la Institución Educativa José Miguel Montalvo, además de las académicas. 2007

El 65% de los estudiantes afirma que la Institución Educativa realiza actividades Culturales y Artísticas además de las académicas, el 27% Religiosas, el 6% Otras (Todas las anteriores), el 2% Foros y el 0% Políticas.

7. OPINIÓN DE LOS ESTUDIANTES SOBRE LAS PROPUESTAS DE LOS MAESTROS DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA PARA CONSERVAR LA IDENTIDAD CULTURAL

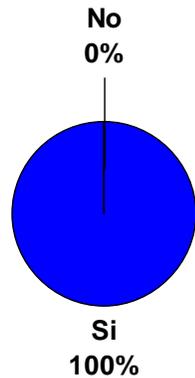


Gráfico 32. Opinión de los estudiantes de los grados 10 y 11 sobre las propuestas de los maestros de la Institución Educativa José Miguel Montalvo, para conservar la Identidad. 2007

El 100% los estudiantes afirma que los maestros Si proponen proyectos para conservar la identidad cultural y el 0% dice No.

8. IDENTIFICACIÓN DE LOS PROYECTOS QUE PROPONE LOS MAESTROS EN LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA

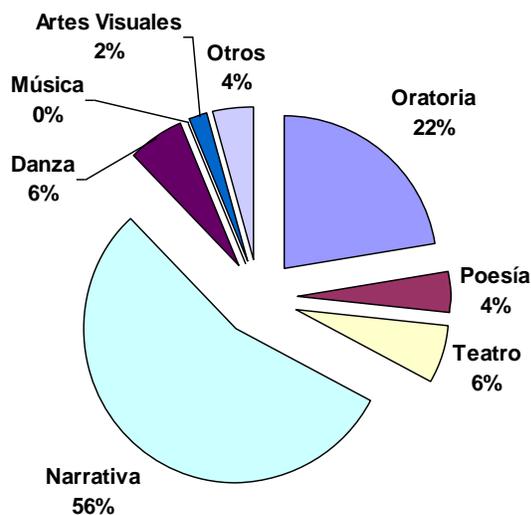


Gráfico 33. Identificación de los proyectos que proponen los maestros en la Institución Educativa José M. Montalvo. 2007

El 56% de los estudiantes afirma que los maestros proponen proyectos de Narrativa, el 22% Oratoria, el 6% de Teatro, el 6% Danza, el 4% Poesía, el 4% Otros (Todas las anteriores), el 2% de Artes Visuales y el 0% Música.

9. RECONOCIMIENTO POR ÁREAS DE LOS MAESTROS QUE MÁS PROPONEN PROYECTOS PARA LA CONSERVACIÓN DE LA IDENTIDAD CULTURAL

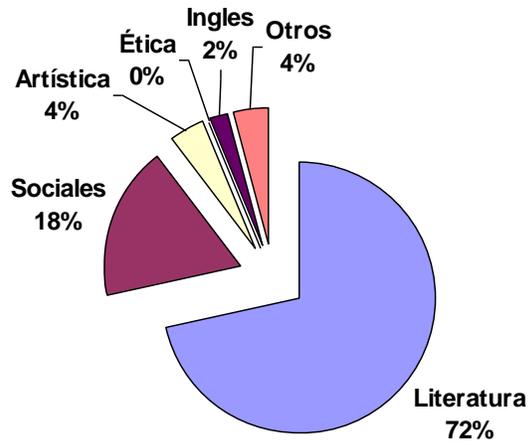


Gráfico 34. Reconocimiento por áreas de los Maestros que más proponen proyectos en la Institución Educativa José M. Montalvo, para la conservación de la Identidad Cultural. 2007

El 72% de los estudiantes afirma que el maestros que más proponen proyectos culturales es el de Literatura, el 18% el de Sociales, el 4% el de Artística, el 4% otros (Geografía), el 2% el de Inglés y el 0% el de ética.

10. USO DE LOS RECURSOS INSTITUCIONALES, POR PARTE DE LOS ESTUDIANTES PARA EL DESARROLLO DE LOS PROYECTOS CULTURALES

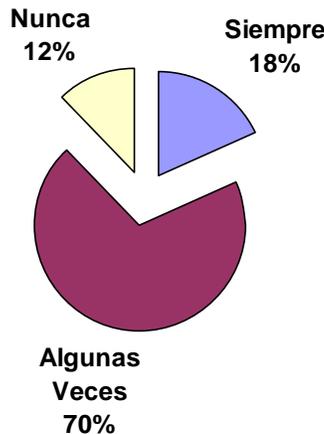


Gráfico 35. Uso de los recursos Institucionales, por parte de los estudiantes de los grados 10 y 11 de la Institución Educativa José Miguel Montalvo, para el desarrollo de los proyectos culturales. 2007

El 70% de los estudiantes Algunas Veces utiliza los recursos que ofrece La Institución Educativa para desarrollar los proyectos culturales, el 18% Siempre y el 12% Nunca recurre a ellos.

11. APOYO DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA PARA EL DESARROLLO DE LOS PROYECTOS CULTURALES

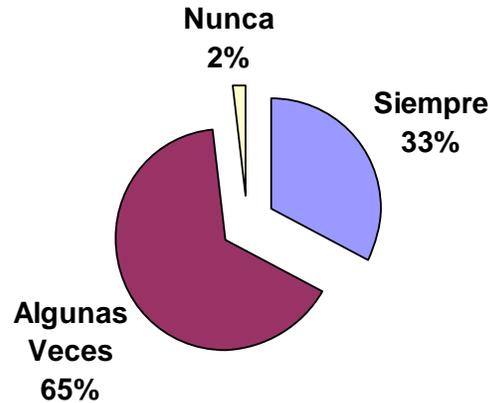


Gráfico 36. Apoyo de la Institución Educativa José M. Montalvo para el desarrollo de los Proyectos Culturales. 2007

El 65% de los estudiantes afirma que la Institución Educativa Algunas Veces apoya la realización de los proyectos culturales, el 33% Siempre y el 2% Nunca la Institución Educativa ha apoyado dichos Proyectos.

12. MOTIVO PARA QUE LOS ESTUDIANTES PARTICIPEN EN LOS EVENTOS CULTURALES REALIZADOS EN LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA

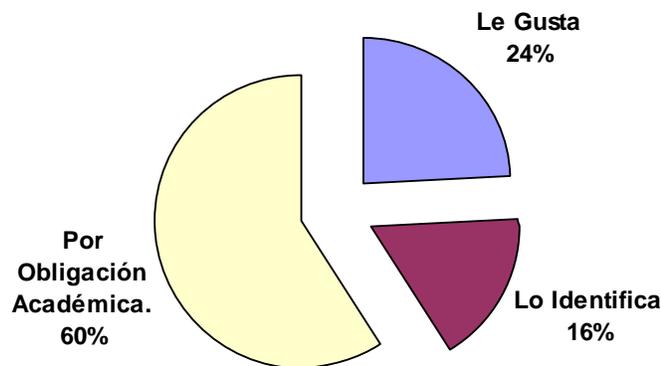


Gráfico 37. Motivo para que los estudiantes de los grados 10 y 11 participen en los Eventos Culturales realizados en la Institución Educativa José Miguel Montalvo. 2007

El 60% de los estudiantes participa en los eventos culturales que realiza la Institución Educativa por Obligación Académica, el 24% le Gusta y el 16% porque lo Identifica.

13. OPINIÓN DE LOS ESTUDIANTES SOBRE LOS EVENTOS CULTURALES REALIZADOS POR LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA

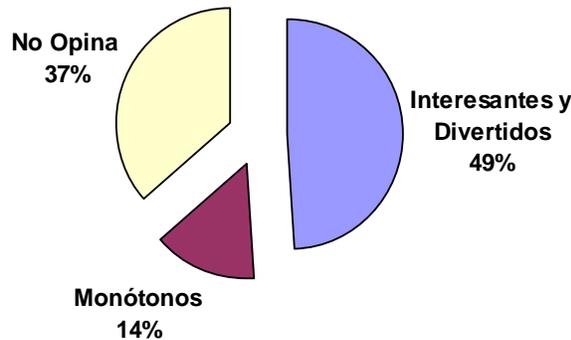


Gráfico 38. Opinión de los estudiantes los grados 10 y 11, sobre de los eventos culturales realizados por la Institución Educativa José Miguel Montalvo. 2007

El 49% de los estudiantes opina que los eventos culturales que realiza la Institución Educativa son Interesantes y Divertidos, el 37% No opina y el 14% dice que son Monótonos.

14. LUGARES DE INTERÉS VISITADOS POR ESTUDIANTES Y PROFESORES DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA

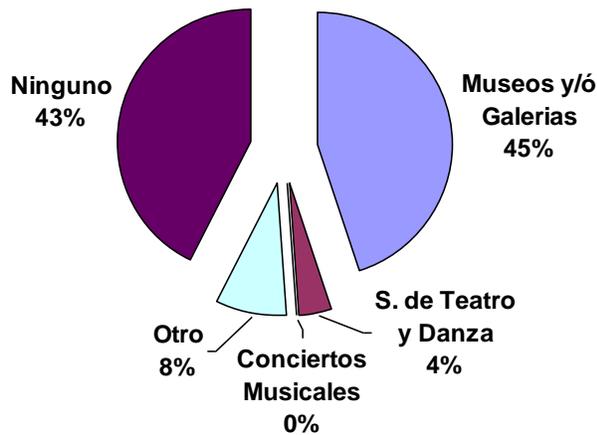


Gráfico 39. Lugares de interés visitados por estudiantes de los grados 10 y 11 y profesores de la Institución Educativa José Miguel Montalvo. 2007

El 45% de los estudiantes ha visitado con los profesores Museos y/o Galerías, el 43% no ha visitado lugar cultural alguno con los profesores, el 8% ha visitado Otros lugares (centros recreacionales, Parque de San Agustín), el 4% Salas de Teatro - Danza y el 0% Concursos Musicales.

15. FRECUENCIA CON QUE LOS ESTUDIANTES VISITAN LUGARES CULTURALES

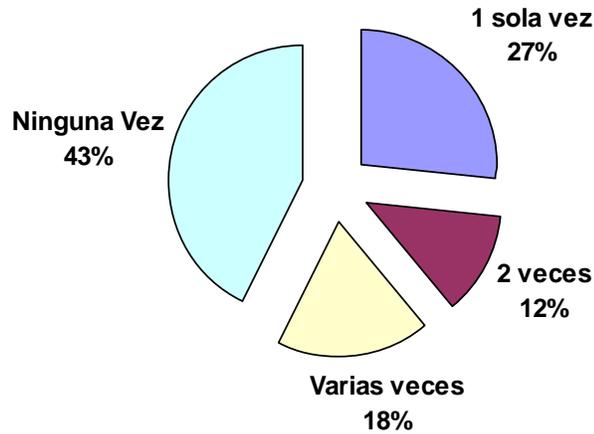


Gráfico 40. Frecuencia con que estudiantes de los grados 10 y 11 de la Institución Educativa José Miguel Montalvo, visitan lugares culturales. 2007

El 43% los estudiantes Ninguna vez ha visitado los lugares culturales con los profesores, 27% de los estudiantes afirma que lo ha visitado Una sola vez, el 18% Varias Veces y el 12% dos veces.

16. MOTIVACIÓN REALIZADAS POR LOS ESTUDIANTES A OTRAS PERSONAS PARA VISITAR LUGARES CULTURALES

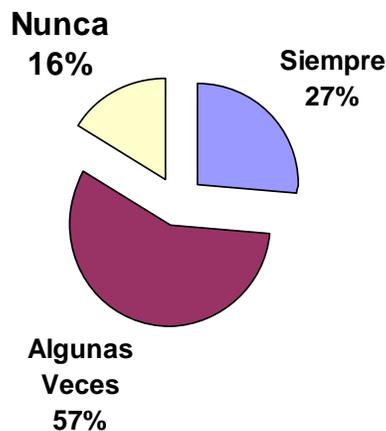


Gráfico 41. Motivación realizadas por los estudiantes de los grados 10 y 11 de la Institución Educativa José Miguel Montalvo, a otras personas a visitar lugares culturales. 2007

El 57% de los estudiantes afirma que Algunas Veces convida a otras personas a conocer sitios culturales, el 27% Siempre y el 16% Nunca ha motivado a otras personas a ir a los lugares culturales.

17. APORTES QUE BRINDAN LOS LUGARES CULTURALES A LOS ESTUDIANTES

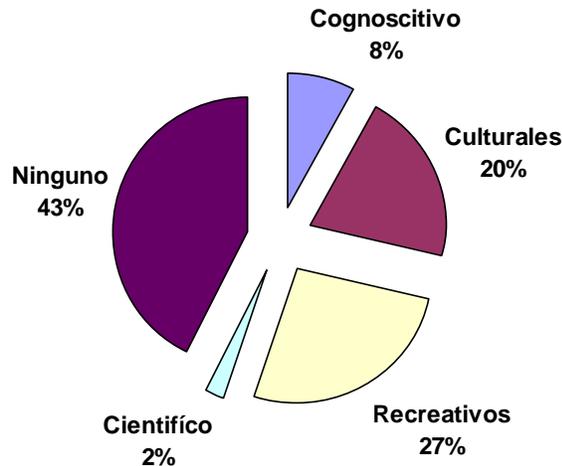


Gráfico 42. Aportes que brindan los lugares culturales a los estudiantes de los grados 10 y 11 de la Institución Educativa José Miguel Montalvo. 2007

El 43% de los estudiantes afirma que estos lugares no le dejan Ningún aporte, el 27% Recreativo, el 20% Cultural, el 8% Cognoscitivo y el 2% Científico.

18. MOTIVACIÓN REALIZADAS POR LOS PROFESORES A LOS ESTUDIANTES PARA VISITAR LOS LUGARES CULTURALES



Gráfico 43. Motivación realizadas por los profesores a los estudiantes de los grados 10 y 11 de la Institución Educativa José Miguel Montalvo, a visitar los lugares culturales. 2007

El 59% de los estudiantes afirma que Algunas veces los profesores los motivan a conocer sitios culturales, el 31% Siempre y el 10% Nunca los han motivado a visitar dichos lugares.

19. PARTICIPACIÓN DE LOS ESTUDIANTES EN LAS ACTIVIDADES CULTURALES PROGRAMADAS POR EL MUNICIPIO Y LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS

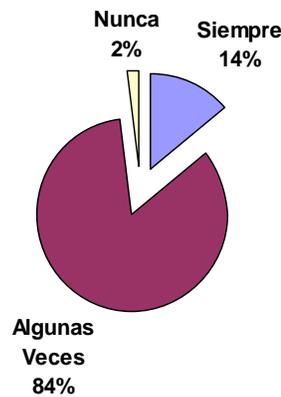


Gráfico 44. Participación de los estudiantes de los grados 10 y 11 de la Institución Educativa José Miguel Montalvo, en las actividades Culturales programadas por el Municipio y las Instituciones Educativas. 2007

El 84% de los estudiantes participa Algunas veces en las actividades programadas por el Municipio y las Instituciones Educativas, el 14% Siempre y el 2% Nunca ha participado en dichas actividades culturales.

20. PREFERENCIAS DE LOS ESTUDIANTES, HACIA LOS EVENTOS CULTURALES PROGRAMADOS POR EL MUNICIPIO Y LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS

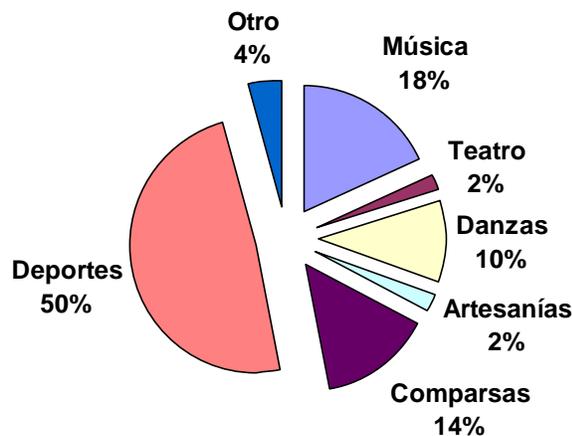


Gráfico 45. Preferencias de los estudiantes de los grados 10 y 11 de la Institución Educativa José Miguel Montalvo hacia los eventos culturales programados por el Municipio y las Instituciones Educativas. 2007

El 50% de los estudiantes escoge el Deporte como actividad predilecta entre las programadas por el Municipio y las Instituciones Educativas de Gigante, el 18% La Música, el 14% las Comparsas, el 10% las Danzas, 4% Otros (Todas las anteriores), el 2% el Teatro y el 2% las Artesanías.

21. MANERA COMO PARTICIPAN LOS ESTUDIANTES EN LOS EVENTOS CULTURALES PROGRAMADOS POR EL MUNICIPIO Y LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS

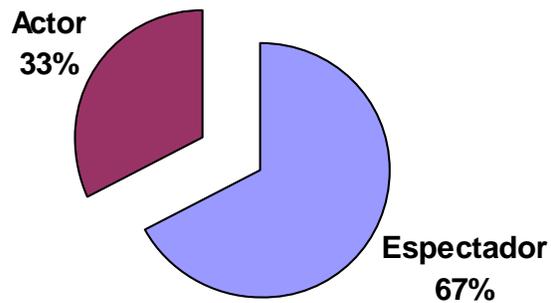


Gráfico 46. Manera como participan los estudiantes de los grados 10 y 11 de la Institución Educativa José M. Montalvo, en los eventos Culturales programados por el Municipio y las Instituciones Educativas. 2007

El 67% de los estudiantes participa en las actividades culturales como Espectador y el 33% como Actor.

22. FORMA DE ACOMPAÑAMIENTO DE LOS ESTUDIANTES EN LAS ACTIVIDADES CULTURALES PROGRAMADAS POR EL MUNICIPIO Y LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS

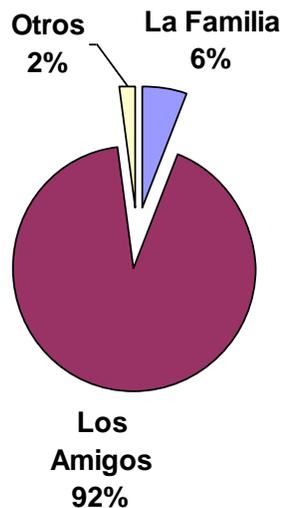


Gráfico 47. Forma de acompañamiento de los estudiantes de los grados 10 y 11 de La I.E. José M. Montalvo, en las actividades culturales programadas por el Municipio y las Instituciones Educativas. 2007

El 92% de los estudiantes participa en las actividades culturales con los Amigos (as), el 6% con la Familia y el 2% con Otros (novio, vecinos)

23. DIFUSIÓN DE LOS HÁBITOS CULTURALES DE LOS ESTUDIANTES

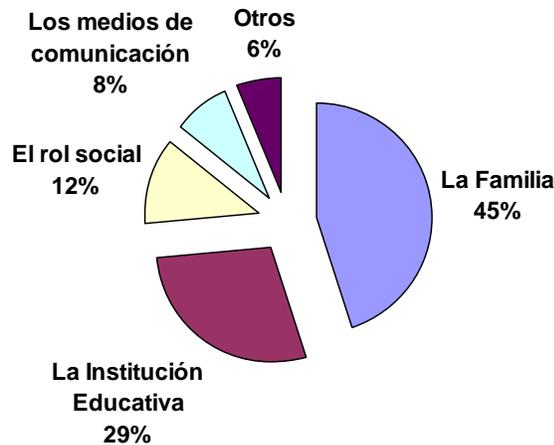


Gráfico 48. Difusión de los hábitos culturales de los estudiantes de los grados 10 y 11 de la Institución Educativa José Miguel Montalvo. 2007

El 45% de los estudiantes afirma que los hábitos culturales es difundido por la Familia, el 29% por la Institución Educativa, el 12% por el Rol social (amigos-as), el 8% por los Medios de Comunicación y el 6% por otros (Novio, Todas las anteriores)

24. IDENTIFICACIÓN DE LOS OBJETOS COLECCIONADOS POR LOS ESTUDIANTES

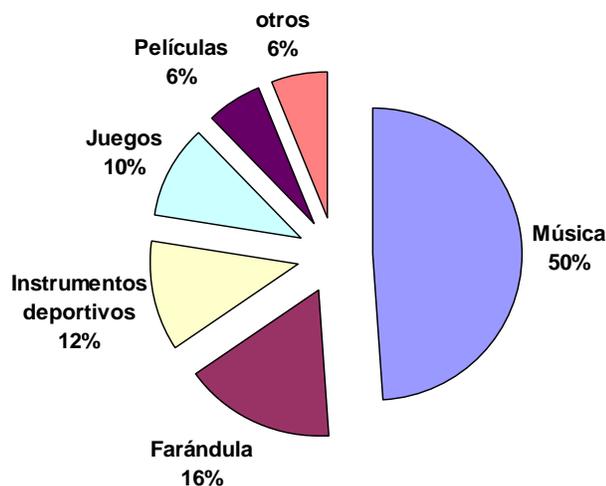


Gráfico 49. Identificación de los objetos coleccionados por los estudiantes de los grados 10 y 11 de la Institución Educativa José Miguel Montalvo. 2007

El 50% de los estudiantes colecciona Música, el 16% Farándula, el 12% Instrumentos Deportivos, el 10% Juegos, el 6% Películas, el 6% otros (Libros de Terror)

25. LEGALIDAD DE LOS OBJETOS COLECCIONADOS POR LOS ESTUDIANTES

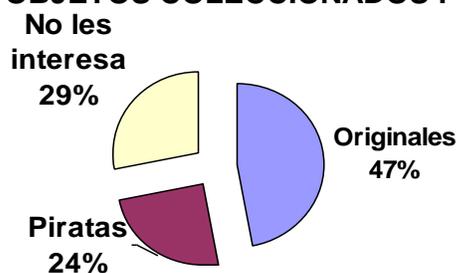


Gráfico 50. Legalidad de los objetos coleccionados por los estudiantes de los grados 10 y 11 de la Institución Educativa José Miguel Montalvo. 2007

El 47% de los estudiantes afirma que colecciona objetos Originales, el 29% No le Interesa que sea original o pirata y el 24% colecciona objetos Piratas

9.1.2.1. ANALISIS DE RESULTADOS POR GÉNERO DE LOS GRADOS 10 Y 11 DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA JOSÉ MIGUEL MONTALVO

La población de los grados 10 y 11 de la Institución Educativa José Miguel Montalvo, el 59.2% es del sexo femenino y el 40.8% es del sexo masculino. 2007. A continuación se exponen los resultados para lo cual debemos tener en cuenta que cuando se escribe “sexo femenino” se refiere a las estudiantes y cuando se redacta “sexo masculino” estamos aludiendo a los estudiantes.

1. EXPRESIONES ARTÍSTICAS PREFERIDAS POR LOS ESTUDIANTES

Sexo Femenino

El 22.4% del sexo femenino afirma que la expresión artística preferida es la Música, el 14.3% la Danza, el 8.2% la Pintura y Escultura, el 6.1% la Artesanía, el 4.1% Ninguna de las anteriores, el 2.1% el Teatro, el 2.1% el Séptimo Arte (Cine) y el 0% Todas las Anteriores. **(Ver tabla 5, Pág. 269)**

Sexo Masculino

El 16.3% del sexo masculino afirma que la expresión artística preferida es la Música, el 10.2% Ningunas de las Anteriores, el 8.2% Pintura y Escultura, el 4% las Artesanías, el 2.1% Todas las Anteriores, el 0% Teatro, el 0% el Séptimo Arte (cine) y el 0% la Danza. **(Ver tabla 5, Pág. 269)**

2. FRECUENCIA CON QUE LOS ESTUDIANTES PRACTICAN LAS EXPRESIONES ARTÍSTICAS PREFERIDAS

Sexo Femenino

El 46.9% del sexo femenino práctica Algunas Veces la expresión artística preferida, el 8.2% Siempre y el 4.1% Nunca la pone en práctica. **(Ver tabla 6, Pág. 269)**

Sexo Masculino

El 20.4% del sexo masculino práctica Algunas Veces la expresión artística preferida, el 14.4% Nunca y el 6% Siempre la práctica. **(Ver tabla 6, Pág. 269)**

3. LUGARES FRECUENTADOS POR LOS ESTUDIANTES EN EL TIEMPO LIBRE

Sexo Femenino

El 22% del sexo femenino frecuenta en el tiempo libre los Parques, el 6.1% el Gimnasio, el 6.1% las Discotecas, el 4.1% al Teatro, 4.1% a Bibliotecas, el 4.1% Bares, el 2.1% los Museos, el 2.1% al club, el 2.1% Sitios de Videojuegos, el 2.1% Centros Comerciales, el 2.1% Todas las Anteriores, el 2.1% Ninguna de las Anteriores y el 0% a Cines. **(Ver tabla 7, Pág. 270)**

Sexo Masculino

El 12.2% del sexo masculino frecuenta en el tiempo libre los Sitios de Videojuegos, el 6.1% Discotecas, el 6.1% Parques, el 4.1% Bares, el 2.1% el Cine, el 2.1% Bibliotecas, el 2.1% al club, el 2.1% al Gimnasio, el 2.1% Centros Comerciales, 2.1% a Todas las Anteriores, el 0% a Museos, el 0% a Teatro y el 0% a Ninguna de las anteriores. **(Ver tabla 7, Pág. 270)**

4. RAZONES QUE EXPRESAN LOS ESTUDIANTES PARA FRECUENTAR DICHOS ESPACIOS

Sexo Femenino

El 18.4% del sexo femenino frecuenta dichos lugares por Relajación, el 14.3% porque la Invitan, el 10.2% por Diversión, el 6.1% para Aprender, el 6.1% por Costumbre y el 4.1% por Moda. **(Ver tabla 8, Pág. 270)**

Sexo Masculino

El 22.4% del sexo masculino frecuenta estos lugares por Diversión, el 10.2% por Relajación, el 6.1% por Costumbre, el 2.1% Para Aprender, el 0% por Moda y el 0% Lo Invitan **(Ver tabla 8, Pág. 270)**

5. MEDIOS DE COMUNICACIÓN EMPLEADO POR LOS ESTUDIANTES EN EL TIEMPO LIBRE

Sexo Femenino

El 34.7% del sexo femenino ocupa en el tiempo libre la TV como medio de comunicación, el 8.2% la Radio, el 8.2% el Internet, el 6.1% la Comunicación oral (Tertulias) y el 2.2% la Prensa (Tiempo, Espectador) y Diario (Huila, La Nación) **(Ver tabla 9, Pág. 271)**

Sexo Masculino

El 20.2% del sexo masculino ocupa en el tiempo libre la TV como medio de comunicación, el 12.2% el Internet, el 8.2% la Radio, el 0% las Prensa (Tiempo, Espectador) y Diario (Huila, La Nación) y el 0% Comunicación Oral (Tertulias). **(Ver tabla 9, Pág. 271)**

6. PERCEPCIONES DE LOS ESTUDIANTES SOBRE LAS ACTIVIDADES QUE REALIZA LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA, ADEMÁS DE LAS ACADÉMICAS

Sexo Femenino

El 32.7% del sexo femenino afirma que la Institución Educativa realiza actividades Culturales y Artística además de las académicas, el 22.4% Religiosas, el 2.1% Foros, el 2.1% Otros (Lúdicas, Todas las Anteriores) y el 0% Políticas. **(Ver tabla 10, Pág. 271)**

Sexo Masculino

El 32.7% del sexo masculino afirma que la Institución Educativas realiza actividades Culturales y Artísticas además de las académicas, el 4.1% Religiosas, el 4.1% Otros (Todas las anteriores), el 0% Políticas y el 0% Foros. **(Ver tabla 10, Pág. 271)**

7. OPINIÓN DE LOS ESTUDIANTES SOBRE LAS PROPUESTAS DE LOS MAESTROS DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA, PARA CONSERVAR LA IDENTIDAD CULTURAL

Sexo Femenino

El 59.2% del sexo femenino afirma que los Maestros Si proponen proyectos para la conservación de la Identidad Cultural y el 0% dice No. **(Ver tabla 11, Pág. 272)**

Sexo Masculino

El 40.8% del sexo masculino afirma que los Maestros Si proponen proyectos para la conservación de la Identidad Cultural y el 0% dice No. **(Ver tabla 11, Pág. 272)**

8. IDENTIFICACIÓN DE LOS PROYECTOS QUE PROPONE LOS MAESTROS EN LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA

Sexo Femenino

El 32.7% del sexo femenino afirma que los maestros proponen más proyectos de Narrativa en la Institución Educativa, el 14.3 de Oratoria, el 4.1% de Poesía, el 4.1% de Teatro, el 4.1% de Danza, el 0% de Música, el 0% de Artes Visuales y el 0% Otros. **(Ver tabla 12, Pág. 272)**

Sexo Masculino

El 22.5% del sexo masculino afirma que los maestros propone más proyectos de Narrativa en la Institución Educativa, el 8.2% de Oratoria, el 4.1% Otros (Todas las Anteriores), el 2.1% de Teatro, 2.1% de Danza, el 2.1% de Artes Visuales, el 0% Poesía y el 0% de Música. **(Ver tabla 12, Pág. 272)**

9. RECONOCIMIENTO POR ÁREAS DE LOS MAESTROS QUE MÁS PROPONEN PROYECTOS PARA LA CONSERVACIÓN DE LA IDENTIDAD CULTURAL

Sexo Femenino

El 40.8% del sexo femenino afirma que el maestro de Literatura es el que propone más proyectos en la Institución Educativa para conservar la Identidad Cultural, el 12.2% el de Sociales, el 4.1% el de Artística, el 2% Otros (Geografía), el 0% el de Ética y el 0% el de Ingles. **(Ver tabla 13, Pág. 273)**

Sexo Masculino

El 30.6% del sexo masculino afirma que el maestro de Literatura es el que propone más proyectos en la Institución Educativa para conservar la Identidad Cultural, el 6% el de Sociales, el 2% el de Ingles, el 2% otros (Geografía), el 0% Artística y el 0% Ética. **(Ver tabla 13, Pág. 273)**

10. USO DE LOS RECURSOS INSTITUCIONALES, POR PARTE DE LOS ESTUDIANTES PARA EL DESARROLLO DE LOS PROYECTOS CULTURALES

Sexo Femenino

El 38.8% del sexo femenino Algunas Veces utiliza los recursos que ofrece la Institución Educativa para desarrollar los proyectos, el 12.2% Siempre recurre a ellos y el 8.2% Nunca los usa. **(Ver tabla 14, Pág. 273)**

Sexo Masculino

El 30.7% del sexo masculino Algunas Veces utiliza los recursos que ofrece la Institución Educativa para desarrollar los proyectos, el 6% Siempre recurre a ellos y el 4.1% Nunca los usa. **(Ver tabla 14, Pág. 273)**

11. APOYO DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA PARA EL DESARROLLO DE LOS PROYECTOS CULTURALES

Sexo Femenino

El 34.7% del sexo femenino afirma que la Institución Educativa Algunas Veces apoya la realización de los proyectos culturales, el 24% Siempre y el 0% Nunca. **(Ver tabla 15, Pág. 274)**

Sexo Masculino

El 30.6% del sexo masculino afirma que la Institución Educativa Algunas Veces apoya la realización de los proyectos culturales, el 8.7% Siempre los apoya y el 2% Nunca. **(Ver tabla 15, Pág. 274)**

12. MOTIVO PARA QUE LOS ESTUDIANTES PARTICIPEN EN LOS EVENTOS CULTURALES REALIZADOS EN LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA

Sexo Femenino

El 24.5% del sexo femenino participa en los eventos culturales que realiza la Institución Educativa Por Obligación Académica, el 20.4% porque le Gusta y el 14.3% porque lo Identifica. **(Ver tabla 16, Pág. 274)**

Sexo Masculino

El 34.7% del sexo masculino participa en los eventos culturales que realiza la Institución Educativa Por Obligación Académica, el 4.1% porque le Gusta y el 2% porque lo Identifica. **(Ver tabla 16, Pág. 274)**

13. OPINIÓN DE LOS ESTUDIANTES SOBRE LOS EVENTOS CULTURALES REALIZADOS POR LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA

Sexo Femenino

El 30.6% del sexo femenino afirma que los eventos culturales que realiza la Institución Educativa son Interesantes y Divertidos, el 24.5% No Opina y el 4.1% son Monótonos. **(Ver tabla 17, Pág. 275)**

Sexo Masculino

El 18.4% del sexo masculino afirma que los eventos culturales que realiza la Institución Educativa son Interesantes y Divertidos, el 12.2% No Opina y el 10.2% son Monótonos. **(Ver tabla 17, Pág. 275)**

14. LUGARES DE INTERÉS VISITADOS POR ESTUDIANTES Y PROFESORES DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA

Sexo Femenino

El 28.6% del sexo femenino no ha visitado Lugar cultural alguno con los profesores de la Institución Educativa, el 22.4% ha visitado Museos y Galerías, el 6.1% Otros (Centros Recreacionales, Parque de San Agustín), el 2% a Salas de Teatro y Danza y el 0% a Conciertos Musicales. **(Ver tabla 18, Pág. 275)**

Sexo Masculino

El 22.4% del sexo masculino ha visitado Museos y Galerías con los profesores de la Institución Educativa, el 14.3% no han visitado Lugar cultural alguno, el 2.1% Salas de Teatro y Danza, el 2.1% Otros (Centros Recreacionales) y el 0% a Conciertos Musicales. **(Ver tabla 18, Pág. 275)**

15. FRECUENCIA CON QUE LOS ESTUDIANTES VISITAN LUGARES CULTURALES

Sexo Femenino

El 28.6% del sexo femenino no ha visitado estos lugares con los profesores de la Institución Educativa, el 14.3% una sola Vez ha ido al lugar cultural, el 10.2% Varias Veces ha visitado estos lugares y el 6.1% dos veces. **(Ver tabla 19, Pág. 276)**

Sexo Masculino

El 14.3% del sexo masculino no ha visitado estos lugares con los profesores de la Institución Educativa, el 12.2% una sola Vez ha ido al lugar cultural, el 8.2% Varias Veces ha visitado estos lugares y el 6.1% dos veces. **(Ver tabla 19, Pág. 276)**

16. MOTIVACIÓN REALIZADAS POR LOS ESTUDIANTES A OTRAS PERSONAS PARA VISITAR LUGARES CULTURALES

Sexo Femenino

El 32.7% del sexo femenino convida Algunas Veces a otras personas a visitar lugares culturales, el 14.3% Siempre invita a las otras personas y el 12.2% Nunca. **(Ver tabla 20, Pág. 276)**

Sexo Masculino

El 24.5% del sexo masculino Algunas Veces convida a otras personas a visitar lugares culturales, el 12.2% Siempre invita a las otras personas y el 4.1% Nunca. **(Ver tabla 20, Pág. 276)**

17. APORTES QUE BRINDAN LOS LUGARES CULTURALES A LOS ESTUDIANTES

Sexo Femenino

El 28.6% del sexo femenino afirma que no deja Ningún aporte los lugares culturales, el 12.2% el aporte es Cultural, el 12.2% Recreativos, el 4.1% Cognoscitivo y el 2% Científico. **(Ver tabla 21, Pág. 277)**

Sexo Masculino

El 14.3% del sexo masculino afirma que no deja Ningún aporte los lugares culturales, el 14.3% el aporte es Recreativo, el 8.2% Cultural, el 4.1% Cognoscitivo y el 0% Científico. **(Ver tabla 21, Pág. 277)**

18. MOTIVACIÓN REALIZADAS POR LOS PROFESORES A LOS ESTUDIANTES PARA VISITAR LOS LUGARES CULTURALES

Sexo Femenino

El 36.7% del sexo femenino afirma que los profesores Algunas Veces los motiva a conocer lugares culturales, el 18.4% Siempre lo Motivan a visitar dichos lugares y el 4.1% Nunca. **(Ver tabla 22, Pág. 277)**

Sexo Masculino

El 22.4% del sexo masculino afirma que los profesores Algunas Veces los motiva a conocer lugares culturales, el 12.2% Siempre lo Motiva a conocer dichos lugares y el 6.2% Nunca. **(Ver tabla 22, Pág. 277)**

19. PARTICIPACIÓN DE LOS ESTUDIANTES EN LAS ACTIVIDADES CULTURALES PROGRAMADAS POR EL MUNICIPIO Y LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS

Sexo Femenino

El 44.9% del sexo femenino participa Algunas veces en las actividades culturales programadas por el Municipio y las Instituciones Educativas, el 12.2% Siempre participa y el 2% Nunca. **(Ver tabla 23, Pág. 278)**

Sexo Masculino

El 38.8% del sexo masculino participa Algunas veces en las actividades culturales programadas por el Municipio y las Instituciones Educativas, el 2% Siempre participa y el 0% Nunca. **(Ver tabla 23, Pág. 278)**

20. PREFERENCIAS DE LOS ESTUDIANTES, HACIA LOS EVENTOS CULTURALES PROGRAMADOS POR EL MUNICIPIO Y LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS

Sexo Femenino

El 16.3% del sexo femenino afirma que la actividad predilecta es la Música entre los eventos programados por el Municipio y las Instituciones Educativas, el 14.3% la Comparsa, el 14.3% el Deporte, el 10.2% la Danza, el 4.1% Otros (Todas las Anteriores), el 0% el Teatro y el 0% la Artesanía. **(Ver tabla 24, Pág. 278)**

Sexo Masculino

El 34.8% del sexo masculino afirma la actividad predilecta es el Deporte entre los eventos programados por el Municipio y las Instituciones Educativas, el 2% es la Música, el 2% el Teatro, el 2% la Artesanía, el 0% la Danza, 0% la Comparsa y el 0% Otros. **(Ver tabla 24, Pág. 278)**

21. MANERA COMO PARTICIPAN LOS ESTUDIANTES EN LOS EVENTOS CULTURALES PROGRAMADOS POR EL MUNICIPIO Y LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS

Sexo Femenino

El 40.8% del sexo femenino participa como Espectador en las actividades culturales programadas por el Municipio y las Instituciones Educativas y el 18.4% como Actor. **(Ver tabla 25, Pág. 279)**

Sexo Masculino

El 26.5% del sexo masculino participa como Espectador en las actividades culturales programadas por el Municipio y las Instituciones Educativas y el 14.3% como Actor. **(Ver tabla 25, Pág. 279)**

22. FORMA DE ACOMPAÑAMIENTO DE LOS ESTUDIANTES EN LAS ACTIVIDADES CULTURALES PROGRAMADAS POR EL MUNICIPIO Y LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS

Sexo Femenino

El 55.2% del sexo femenino va acompañado con los Amigos (as) a los eventos culturales programados por el Municipio y las Instituciones Educativas, el 4.1% con la Familia y el 0% Otros. **(Ver tabla 26, Pág. 279)**

Sexo Masculino

El 36.7% del sexo masculino va acompañado con los Amigos (as) a los eventos culturales programados por el Municipio y las Instituciones Educativas, el 2% con la Familia y el 2% con Otros (Vecinos) **(Ver tabla 26, Pág. 279)**

23. DIFUSIÓN DE LOS HÁBITOS CULTURALES DE LOS ESTUDIANTES

Sexo Femenino

El 24.5% del sexo femenino afirma que los hábitos culturales es difundido por la Familia, el 16.3% por la Institución Educativa, el 8.22% por el Rol Social (amigos-as), el 6% por los Medios de Comunicación y el 4.1% por Otros: el Novio, todas las anteriores. **(Ver tabla 27, Pág. 280)**

Sexo Masculino

El 20.54% del sexo masculino afirma que los hábitos culturales es difundido por la Familia, el 12.24% por la Institución Educativa, el 4.1% por el Rol Social (amigos-as), el 2% por los Medios de Comunicación y el 2% por Otros (Todas las anteriores) **(Ver tabla 27, Pág. 280)**

24. IDENTIFICACIÓN DE LOS OBJETOS COLECCIONADOS POR LOS ESTUDIANTES

Sexo Femenino

El 32.7% del sexo femenino colecciona Música, el 14.3% Farándula, el 4.1% Instrumentos Deportivos, el 4.1% Otros (Libros de Terror), el 2% Juegos y el 2% Películas. **(Ver tabla 28, Pág. 280)**

Sexo Masculino

El 16.1% del sexo masculino colecciona Música, el 8.2% Instrumentos Deportivos, el 8.2% Juegos, el 4.1% Películas, el 2.1% Farándula y el 2.1% otros (Todas las anteriores, o no le interesa) **(Ver tabla 28, Pág. 280)**

25. LEGALIDAD DE LOS OBJETOS COLECCIONADOS POR LOS ESTUDIANTES

Sexo Femenino

El 30.7% del sexo femenino colecciona objetos Originales, el 16.3% No le Interesan que sean originales ó piratas y el 12.2% los colección Piratas. **(Ver tabla 29, Pág. 281)**

Sexo Masculino

16.4% del sexo masculino colecciona objetos Originales, el 12.2% colecciona objetos Piratas y el 12.2% No le Interesa que sean originales o piratas. **(Ver tabla 29, Pág. 281)**

9.2. ANALISIS DE RESULTADOS EN LA ZONA RURAL

9.2.1. ANALISIS GENERAL DE LOS GRADOS 10 Y 11 DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA DE SILVANIA

1. EXPRESIONES ARTÍSTICAS PREFERIDAS POR LOS ESTUDIANTES



Gráfico 51. Expresiones artísticas preferidas por los estudiantes de los grados 10 y 11 de la Institución Educativa de Silvania. 2007

El 29% de los estudiantes prefiere la Pintura y Escultura como expresión artística preferida; el 29% escoge la Música, el 16% prefiere la Danza, el 11% las Artesanías, el 9% el Teatro, el 4% Todas las anteriores, el 2% Ningunas de las anteriores y el 0% el Séptimo arte (Cine)

2. FRECUENCIA CON QUE LOS ESTUDIANTES PRACTICAN LAS EXPRESIONES ARTÍSTICAS PREFERIDAS

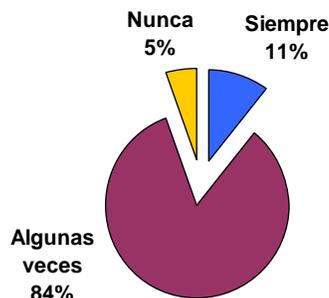


Gráfico 52. Frecuencia con que los estudiantes de los grados de 10 y 11 del Institución Educativa de Silvania practican las expresiones artísticas. 2007

El 84% de los estudiantes practica Algunas Veces las actividades artísticas preferidas, el 11% Siempre y el 5% Nunca la pone en práctica.

3. LUGARES FRECUENTADOS POR LOS ESTUDIANTES EN EL TIEMPO LIBRE



Gráfico 53. Lugares frecuentados por los estudiantes de los grados 10 y 11 de la Institución Educativa de Sylvania, en el tiempo libre. 2007

El 42% de los estudiantes frecuenta los Parques en el tiempo libre, el 14% Sitios de Videojuegos, el 13% las Discotecas, el 13% Ninguna de las anteriores, el 7% los Centros Comerciales, el 5% los Bares, el 4% Todas las anteriores, el 2% la Biblioteca, el 0% los Museos, el 0% Teatro, el 0% Cine, el 0% Gimnasio y el 0% al club.

4. RAZONES QUE EXPRESAN LOS ESTUDIANTES PARA FRECUENTAR DICHS ESPACIOS

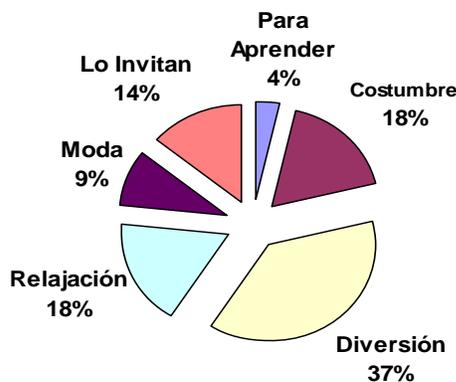


Gráfico 54. Razones que expresan los estudiantes de los grados 10 y 11 del Institución Educativa de Sylvania, para frecuentar dichos espacios. 2007

El 37% de los estudiantes frecuenta los lugares por Diversión, el 18% por Costumbre, el 18% por Relajación, el 14% porque lo Invitan, el 9% por Moda y el 4% para aprender.

5. MEDIOS DE COMUNICACIÓN EMPLEADO POR LOS ESTUDIANTES EN EL TIEMPO LIBRE

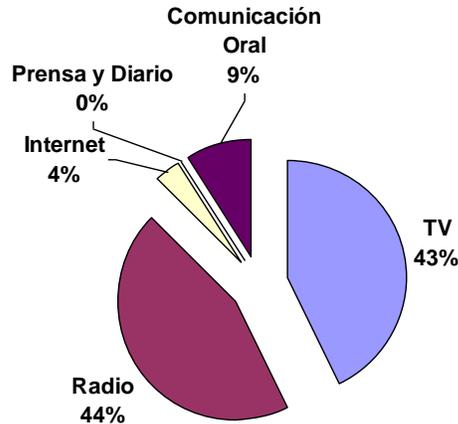


Gráfico 55. Medios de comunicación empleado por los estudiantes de los grados 10 y 11 de la Institución Educativa de Silvania, en el tiempo libre. 2007

El 44% de los estudiantes utiliza en el tiempo libre la Radio como medio de comunicación, el 43% la TV, el 9% la Comunicación oral (Tertulias), el 4% el Internet y el 0% la Prensa (Tiempo y Espectador) y Diario (del Huila, la Nación)

6. PERCEPCIONES DE LOS ESTUDIANTES SOBRE LAS ACTIVIDADES QUE REALIZA LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA, ADEMÁS DE LAS ACADÉMICAS

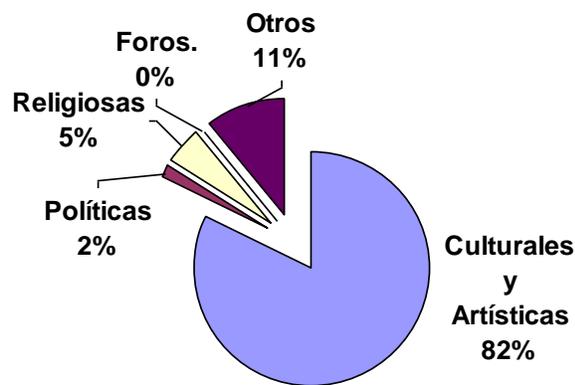


Gráfico 56. Percepciones de los Estudiantes sobre las actividades que realiza la Institución Educativa de Silvania, además de las académicas. 2007

El 82% de los estudiantes afirma que la Institución Educativa realiza actividades Culturales y Artísticas además de las académicas, el 11% Otras (Encuentros Deportivos), el 5% Religiosas, el 2% Políticas, y el 0% Foros.

7. OPINIÓN DE LOS ESTUDIANTES SOBRE LAS PROPUESTAS DE LOS MAESTROS DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA, PARA CONSERVAR LA IDENTIDAD CULTURAL

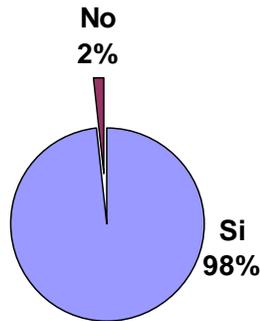


Gráfico 57. Opinión de los estudiantes de los grados 10 y 11, sobre las propuestas de los maestros de la Institución Educativa de Silvania, para conservar la Identidad Cultural. 2007

El 98% de los estudiantes afirma que los maestros Si proponen proyectos para conservar la identidad cultural y el 2% dice que no.

8. IDENTIFICACIÓN DE LOS PROYECTOS QUE PROPONEN LOS MAESTROS EN LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA

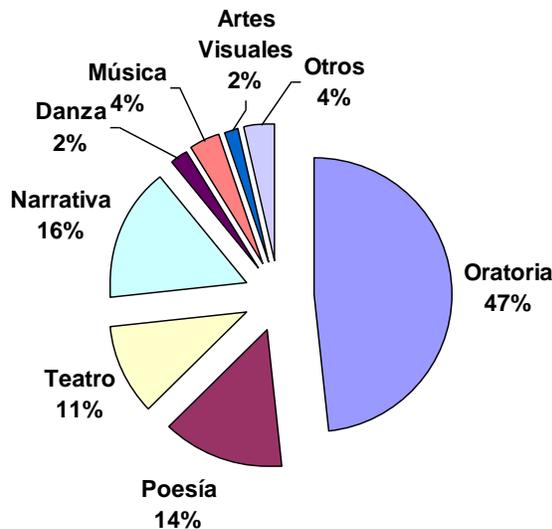


Gráfico 58. Identificación de los proyectos que proponen los maestros en la Institución Educativa de Silvania. 2007

El 47% de los estudiantes afirma que los maestros proponen proyectos de Oratoria, el 16% de Narrativa, el 14% de Poesía, el 11% de Teatro, el 4% de música, el 4% Otros (Ambientales), el 2% de Danza y el 2% de Artes Visuales.

9. RECONOCIMIENTO POR ÁREAS DE LOS MAESTROS QUE MÁS PROPONEN PROYECTOS PARA LA CONSERVACIÓN DE LA IDENTIDAD CULTURAL

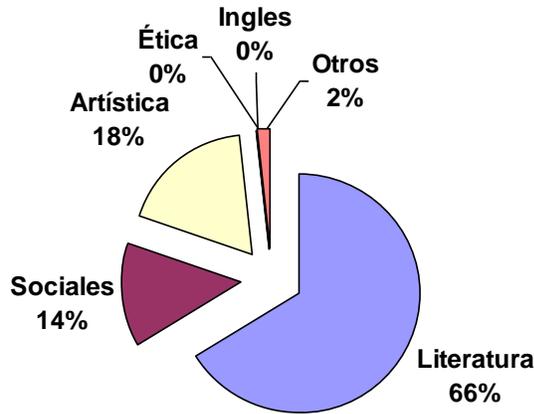


Gráfico 59. Reconocimiento por áreas de los maestros que más proponen proyectos para la conservación de la Identidad Cultural. 2007

El 66% de los estudiantes afirma que el maestro que más propone proyectos para conservar la identidad cultural es el de Literatura, el 18% el de Artística, el 14% el de Sociales, el 2% Otros (Biología, Historia, Religión) el 0% el de Ética y el 0% el de Inglés.

10. USO DE LOS RECURSOS INSTITUCIONALES, POR PARTE DE LOS ESTUDIANTES PARA EL DESARROLLO DE LOS PROYECTOS CULTURALES

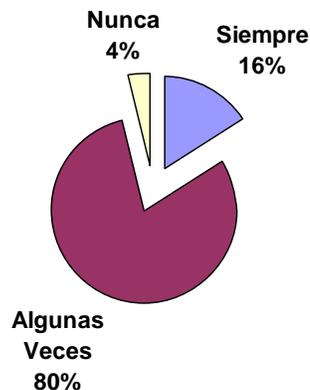


Gráfico 60. Uso de los recursos Institucionales, por parte de los estudiantes de los grados 10 y 11 de la I.E de Sylvania, para el desarrollo de los proyectos culturales. 2007

El 80% de los estudiantes utiliza Algunas Veces los recursos que ofrece la Institución Educativa para desarrollar los proyectos culturales, el 16% Siempre y el 4% Nunca recurre a ellos.

11. APOYO DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA PARA EL DESARROLLO DE LOS PROYECTOS CULTURALES

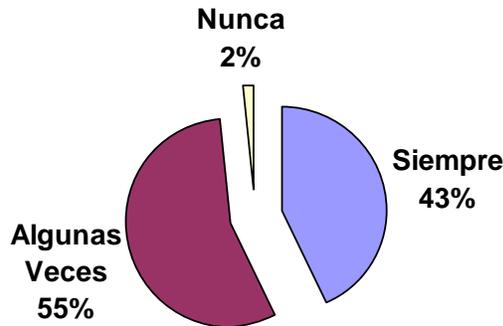


Gráfico 61. Apoyo de la Institución Educativa de Silvania para el desarrollo de los Proyectos Culturales. 2007

El 55% de los estudiantes afirma que la Institución Educativa Algunas Veces los apoya en el desarrollo de los proyectos culturales, el 43% Siempre y el 2% Nunca apoya el desarrollo de los proyectos.

12. MOTIVO PARA QUE LOS ESTUDIANTES PARTICIPEN EN LOS EVENTOS CULTURALES REALIZADOS EN LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA

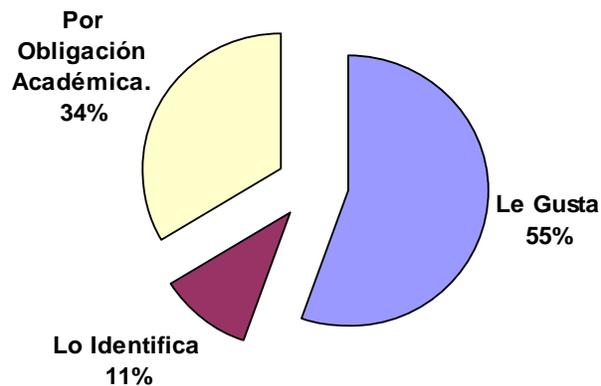


Gráfico 62. Motivo para que los estudiantes de los grados 10 y 11, participen en los eventos Culturales realizados en la Institución Educativa de Silvania. 2007

El 55% de los estudiantes participa en los eventos culturales que realiza la Institución Educativa porque Le Gusta, el 34% por Obligación Académica y el 11% porque lo Identifica.

**13. OPINIÓN DE LOS ESTUDIANTES SOBRE LOS EVENTOS CULTURALES
REALIZADOS POR LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA**

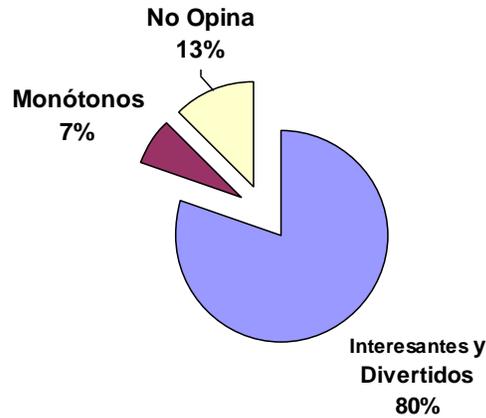


Gráfico 63. Opinión de los estudiantes de los grados 10 y 11, sobre los eventos culturales realizados por la Institución Educativa de Silvania. 2007

El 80% de los estudiantes opina que los eventos culturales que realiza la Institución Educativa son Interesantes y Divertidos, el 13% No opina y el 7% dice que son Monótonos.

**14. LUGARES DE INTERÉS VISITADOS POR ESTUDIANTES Y PROFESORES DE
LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA**

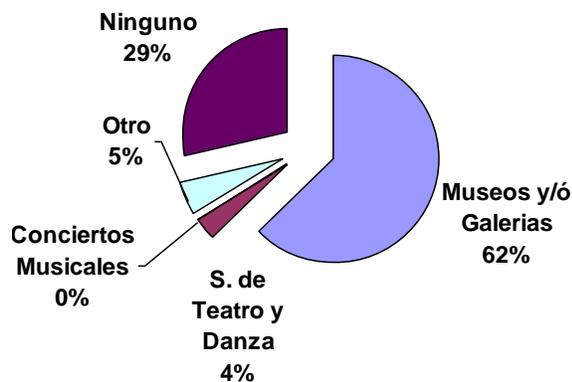


Gráfico 64. Lugares de interés visitados por los estudiantes de los grados 10 y 11 y profesores de la Institución Educativa de Silvania. 2007

El 62% de los estudiantes ha visitado con los profesores Museos y/o Galerías, el 29% no ha visitado lugar cultural alguno con los maestros, el 5% a visitado Otros lugares (Parques Turísticos, Centros Recreacionales), el 4% Salas de Teatro y Danza y el 0% Concursos Musicales.

15. FRECUENCIA CON QUE LOS ESTUDIANTES VISITAN LUGARES CULTURALES

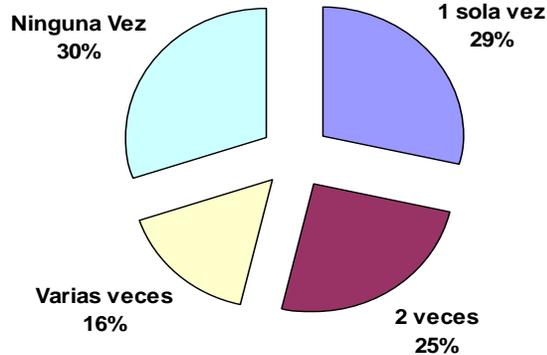


Gráfico 65. Frecuencia con que los estudiantes de los grados 10 y 11 de la Institución Educativa de Silvania visitan lugares culturales. 2007

El 30% de los estudiantes Ninguna sola vez ha visitado lugar cultural con los profesores de la Institución Educativa, el 29% afirma que lo ha visitado Una sola Vez, el 25% Dos veces y el 16% Varias Veces.

16. MOTIVACIÓN REALIZADAS POR LOS ESTUDIANTES A OTRAS PERSONAS PARA VISITAR LUGARES CULTURALES

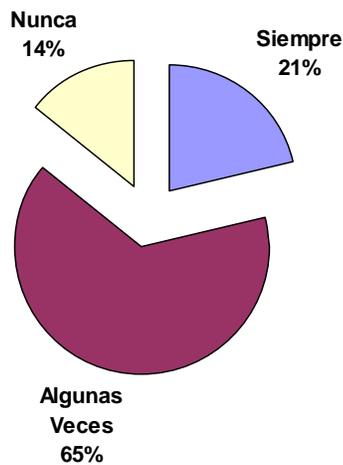


Gráfico 66. Motivación realizadas por los estudiantes de los grados 10 y 11 de la Institución Educativa de Silvania, a otras personas para visitar lugares culturales. 2007

El 65% de los estudiantes Algunas Veces invita y/o convida a otras personas a conocer sitios culturales, el 21% Siempre motiva a las personas a conocer dichos lugares y el 14% Nunca.

17. APORTES QUE BRINDAN LOS LUGARES CULTURALES A LOS ESTUDIANTES

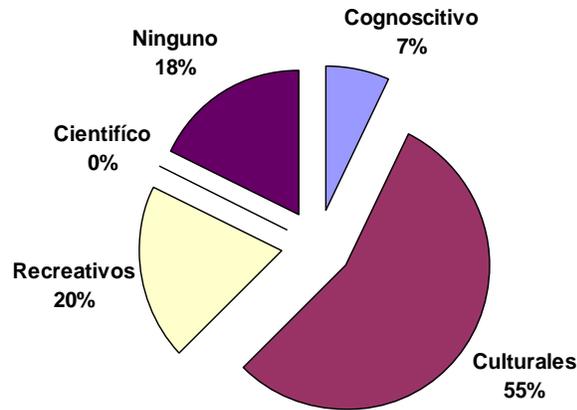


Gráfico 67. Aportes que brindan los lugares culturales a los estudiantes de los grados 10 y 11 de la Institución Educativa de Silvania. 2007

El 55% de los estudiantes afirma que el aporte que brinda los lugares visitados es Cultural, el 20% Recreativos, el 18% Ninguno, el 7% Cognoscitivo y el 0% científico.

18. MOTIVACIÓN REALIZADAS POR LOS PROFESORES A LOS ESTUDIANTES PARA VISITAR LOS LUGARES CULTURALES

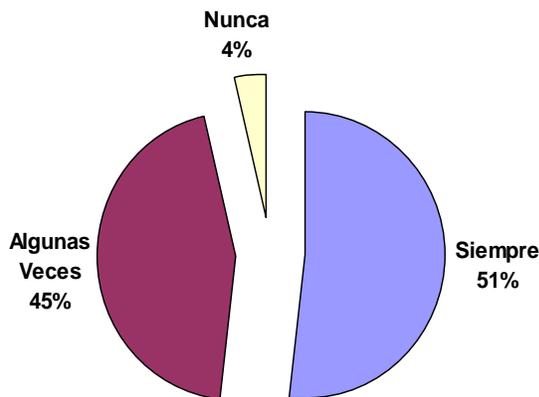


Gráfico 68. Motivación realizadas por los profesores a los estudiantes de los grados 10 y 11 de la Institución Educativa de Silvania, para visitar los Lugares Culturales. 2007

El 51% de los estudiantes afirma que los profesores Siempre los motivan a visitar lugares culturales, el 45% Algunas veces y el 4% Nunca lo han motivado a conocer dichos lugares.

19. PARTICIPACIÓN DE LOS ESTUDIANTES EN LAS ACTIVIDADES CULTURALES PROGRAMADAS POR EL MUNICIPIO Y LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS

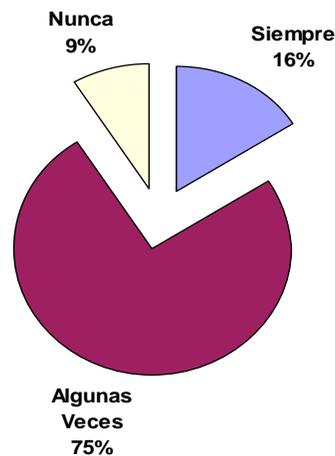


Gráfico 69. Participación de los estudiantes de los grados 10 y 11 del I.E de Silvania, en las actividades culturales programadas por el Municipio de Gigante y las Instituciones Educativas. 2007

El 75% de los estudiantes participa Algunas Veces en las actividades Culturales programadas por el Municipio y las Instituciones Educativas de Gigante, el 16% Siempre y el 9% Nunca ha participado en dichos eventos culturales.

20. PREFERENCIAS DE LOS ESTUDIANTES, HACIA LOS EVENTOS CULTURALES PROGRAMADOS POR EL MUNICIPIO Y LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS

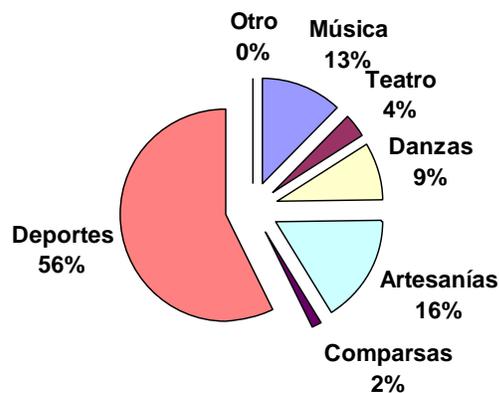


Gráfico 70. Preferencia de los estudiantes de los grados 10 y 11 de la I.E. de Silvania; hacia los eventos culturales programados por el Municipio y las Instituciones Educativas. 2007

El 56% de los estudiantes afirma que el Deporte es la actividad predilecta entre las programadas por el Municipio y las Instituciones Educativas, el 16% la Artesanía, el 13% la Música, el 9% la Danza, el 4% el Teatro, el 2% la Comparsa y el 0% otros.

21. MANERA COMO PARTICIPAN LOS ESTUDIANTES EN LOS EVENTOS CULTURALES PROGRAMADOS POR EL MUNICIPIO Y LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS

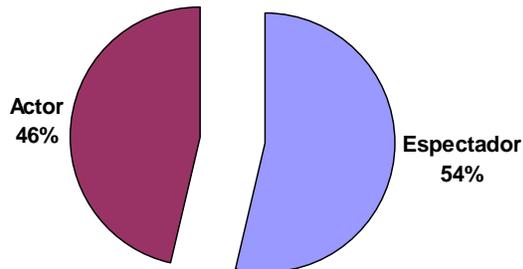


Gráfico 71. Manera como participan los estudiantes de los grados 10 y 11 de la I.E. de Silvania en los Eventos Culturales programados por el Municipio y las Instituciones Educativas. 2007

El 54% de los estudiantes participa en las actividades culturales programadas por el Municipio e Instituciones Educativas como Espectador y el 46% como Actor.

22. FORMA DE ACOMPAÑAMIENTO DE LOS ESTUDIANTES EN LAS ACTIVIDADES CULTURALES PROGRAMADAS POR EL MUNICIPIO Y LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS

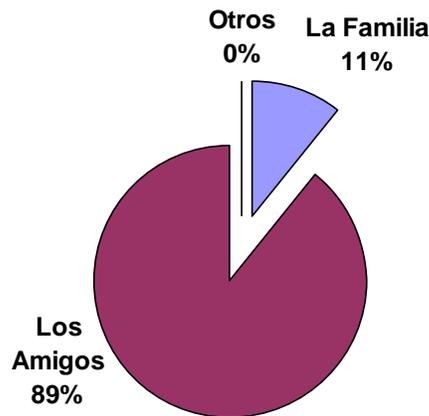


Gráfico 72. Forma de acompañamiento de los estudiantes de los grados 10 y 11 de la I.E. de Silvania en las actividades culturales programadas por el Municipio y las Instituciones Educativas. 2007

El 89% Los estudiantes participa en estas actividades culturales programadas por el Municipio y las Instituciones Educativas con los Amigos (as), el 11% con la Familia y el 0% con otros.

23. DIFUSIÓN DE LOS HÁBITOS CULTURALES DE LOS ESTUDIANTES

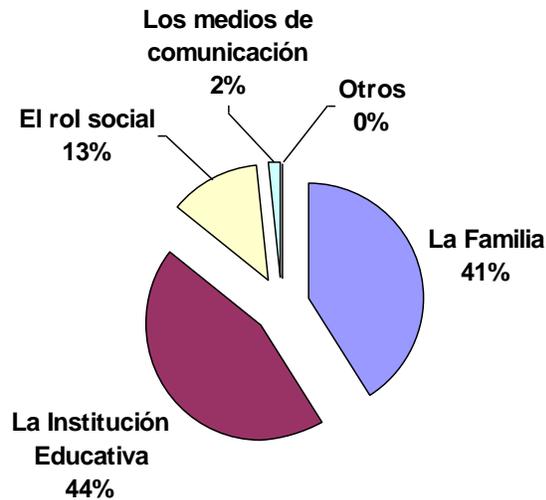


Gráfico 73. Difusión de los hábitos culturales de los estudiantes de los grados 10 y 11 de la Institución Educativa de Silvania. 2007

El 44% de los estudiantes afirma que los hábitos culturales es difundido por la Institución Educativa, el 41% por la Familia, el 13% el Rol Social (amigos-as), el 2% por los Medios de Comunicación y el 0% por Otros.

24. IDENTIFICACIÓN DE LOS OBJETOS COLECCIONADOS POR LOS ESTUDIANTES

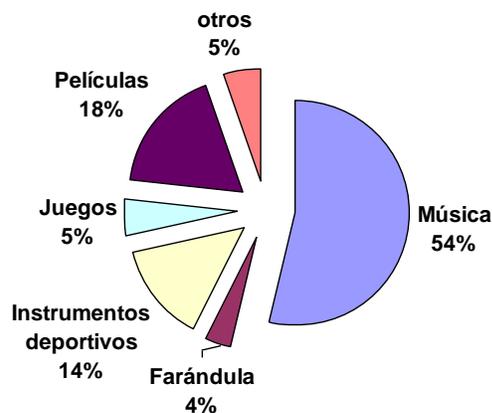


Gráfico 74. Identificación de los objetos coleccionados por los estudiantes de los grados 10 y 11 de la Institución Educativa de Silvania. 2007

El 54% de los estudiantes colecciona Música, el 18% Películas, el 14% Instrumentos Deportivos, el 5% Juegos, el 5% Otros (Recuerdos de Otros Lugares, Recuerdos de Infancia, Artesanías) y el 4% Farándula.

25. LEGALIDAD DE LOS OBJETOS COLECCIONADOS POR LOS ESTUDIANTES

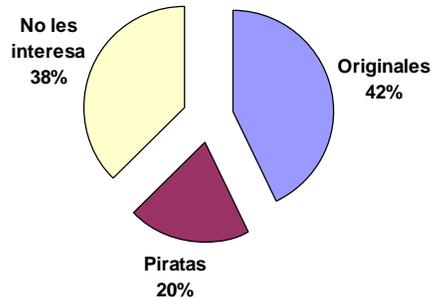


Gráfico 75. Legalidad de los objetos coleccionados por los estudiantes de los grados 10 y 11 de la Institución Educativa de Silvania. 2007

El 42% de los estudiantes afirma que los objetos adquiridos para coleccionar son Originales, el 38% No le Interesa que sea original o pirata y el 20% colecciona objetos Piratas.

9.2.1.1. ANALISIS DE RESULTADOS POR GÉNERO DE LOS GRADOS 10 Y 11 DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA DE SILVANIA

La población de los grados 10 y 11 de la Institución Educativa de Silvania, el 55.4% es del sexo femenino y el 40.6% es del sexo masculino. 2007. A continuación se exponen los resultados para lo cual debemos tener en cuenta que cuando se escribe “sexo femenino” se refiere a las estudiantes y cuando se redacta “sexo masculino” estamos aludiendo a los estudiantes.

1. EXPRESIONES ARTÍSTICAS PREFERIDAS POR LOS ESTUDIANTES

Sexo Femenino

El 16% del sexo femenino afirma que la Pintura y la Escultura es la expresión artística preferida, el 14.3% la Danza, el 10.7% la Música, el 8.9% la Artesanía, el 5.6% el Teatro, el 0% es Séptimo Artes (Cine), el 0% Todas las Anteriores y el 0% Ninguna de las Anteriores. **(Ver Tabla 5, Pág. 269)**

Sexo Masculino

El 19.6% del sexo masculino afirma que la Música es la expresión artística preferida, el 12.4% que la Pintura y la escultura, el 3.6% el Teatro, el 3.6% Todas las anteriores, el 1.8% la Danza, el 1.8% la Artesanía, el 1.8% Ninguna de las Anteriores y el 0% el Séptimo Arte (Cine) **(Ver Tabla 5, Pág. 269)**

2. FRECUENCIA CON QUE LOS ESTUDIANTES PRACTICAN LAS EXPRESIONES ARTÍSTICAS PREFERIDAS

Sexo Femenino

El 55.4% del sexo femenino práctica Algunas Veces las expresiones artísticas, el 0% Siempre y el 0% Nunca. **(Ver Tabla 6, Pág. 270)**

Sexo Masculino

El 28.6% del sexo masculino práctica Algunas Veces las expresiones Artísticas, el 10.6% Siempre y el 5.4% Nunca la práctica. **(Ver Tabla 6, Pág. 270)**

3. LUGARES FRECUENTADOS POR LOS ESTUDIANTES EN EL TIEMPO LIBRE

Sexo Femenino

EL 25% del sexo femenino frecuenta los Parques en el tiempo libre, el 10,7% las Discotecas, el 8.9% Ninguno de las anteriores, el 7.1% Centros Comerciales, el 1.8% el Bar, el 1.8% Todas las anteriores, el 0% Museos, el 0% Teatros, el 0% a Cine, el 0% Bibliotecas, el 0% al Club, el 0% al Gimnasio y el 0% a Sitios de Video Juego. **(Ver Tabla 7, Pág. 270)**

Sexo Masculino

El 17.9% del sexo masculino frecuenta los Parques en el tiempo libre, el 14.3% los Sitios de Videojuegos, el 3.6% Bares, el 3.6% Ninguna de las Anteriores, el 1.8% Bibliotecas, el 1.8% Discotecas, 1.8% Todas las anteriores, el 0% Museos, el 0% al Teatro, 0% al Cine, el 0% al Club, el 0% al Gimnasio y el 0% a Centros Comerciales. **(Ver Tabla 7, Pág. 270)**

4. RAZONES QUE EXPRESAN LOS ESTUDIANTES PARA FRECUENTAR DICHOS ESPACIOS

Sexo Femenino

El 19.6% del sexo femenino frecuenta dichos espacio por Diversión, el 14.3% por Costumbre, el 8.9% por Moda, el 5.4% por Relajación, el 5.4% porque la Invitan y el 1.8% para Aprender. **(Ver Tabla 8, Pág. 270)**

Sexo Masculino

El 17.9% del sexo masculino frecuenta estos espacios por Diversión, el 12.5% por Relajación, el 8.9% porque lo Invitan, el 3.6% por Costumbre, el 1.8% para Aprender y el 0% por Moda. **(Ver Tabla 8, Pág. 270)**

5. MEDIOS DE COMUNICACIÓN EMPLEADO POR LOS ESTUDIANTES EN EL TIEMPO LIBRE

Sexo Femenino

El 25% del sexo femenino utiliza en el tiempo libre la TV como Medio de Comunicación, el 23% la Radio, el 5.4% la Comunicación Oral (Tertulias), el 1.8% el Internet y el 0% la Prensa (Tiempo, el Espectador) y Diario (del Huila, la Nación) **(Ver Tabla 9, Pág. 271)**

Sexo Masculino

El 21.4% del sexo masculino utiliza en el tiempo libre la Radio como Medio de Comunicación, el 17.8% la TV, el 3.4% la Comunicación Oral (Tertulias), el 1.8% el Internet y el 0% la Prensa (Tiempo, Espectador) y Diario (Huila, la Nación) **(Ver Tabla 9, Pág. 271)**

6. PERCEPCIONES DE LOS ESTUDIANTES SOBRE LAS ACTIVIDADES QUE REALIZA LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA, ADEMÁS DE LAS ACADÉMICAS

Sexo Femenino

El 46.4% del sexo femenino afirma que la Institución Educativa realiza actividades Culturales y Artísticas además de las académicas, el 3.8% Otras (Encuentros Deportivos), el 3.6% Religiosas, el 1.7% Políticas y el 0% Foros. **(Ver Tabla 10, Pág. 271)**

Sexo Masculino

El 35.7% del sexo masculino afirma que la Institución Educativa realiza actividades Culturales y Artísticas además de las académicas, el 7% Otros (Encuentros Deportivos), el 1.8% Religiosas, el 0% Políticas y el 0% Foros. **(Ver Tabla 10, Pág. 271)**

7. OPINIÓN DE LOS ESTUDIANTES SOBRE LAS PROPUESTAS DE LOS MAESTROS DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA, PARA CONSERVAR LA IDENTIDAD CULTURAL

Sexo Femenino

El 53.6% del sexo femenino afirma que los maestros Si proponen proyectos para conservar la Identidad cultural y el 1.8% dice No. **(Ver Tabla 11, Pág. 272)**

Sexo Masculino

El 44.6% del sexo masculino afirma que los maestros Si proponen proyectos para conservar la identidad cultural, y el 0% dice que No. **(Ver Tabla 11, Pág. 272)**

8. IDENTIFICACIÓN DE LOS PROYECTOS QUE PROPONEN LOS MAESTROS EN LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA

Sexo Femenino

El 28.6% del sexo femenino afirma que los maestros proponen proyectos de Oratoria, el 10.7% de Narrativa, el 8.9% de Poesía, el 3.6% de Teatro, el 1.8% de Danza, el 1.8% de Música, el 0% de Artes Visuales y el 0% Otros. **(Ver Tabla 12, Pág. 272)**

Sexo Masculino

El 19.5% del sexo masculino afirma que los maestros proponen proyectos de Oratoria, el 7.1% de Teatro, el 5.4% de Poesía, el 5.4% de Narrativa, el 3.6% Otros (Ambientales, Todas las Anteriores), el 1.8% de Música, el 1.8% de Artes Visuales y el 0% de Danza. **(Ver Tabla 12, Pág. 272)**

9. RECONOCIMIENTO POR ÁREAS DE LOS MAESTROS QUE MÁS PROPONEN PROYECTOS PARA LA CONSERVACIÓN DE LA IDENTIDAD CULTURAL

Sexo Femenino

El 39.3% del sexo femenino afirma que el maestro de Literatura es el que más propone proyectos en la Institución Educativa para conservar la identidad cultural, el 8.9% el de Sociales, el 7.1% el de Artística, el 0% el de Ética, el 0% el de Ingles y el 0% Otros. **(Ver Tabla 13, Pág. 273)**

Sexo Masculino

El 26.8% del sexo masculino afirma que el maestro de Literatura es el que más propone proyectos en la Institución Educativa para conservar la identidad cultural, el 10.7% el de Artística, el 5.4% el de Sociales, el 1.4% Otros (Biología, Religión e Historia), el 0% el de Ética y el 0% el de Ingles. **(Ver Tabla 13, Pág. 273)**

10. USO DE LOS RECURSOS INSTITUCIONALES, POR PARTE DE LOS ESTUDIANTES PARA EL DESARROLLO DE LOS PROYECTOS CULTURALES

Sexo Femenino

El 41.1% del sexo femenino utiliza Algunas Veces los recursos que ofrece la Institución Educativa para desarrollar los proyectos culturales, el 12.5% Siempre recurre a estos recursos y el 1.8% Nunca. **(Ver Tabla 14, Pág. 273)**

Sexo Masculino

El 39.3% del sexo masculino utiliza Algunas Veces los recursos que ofrece la Institución Educativa para desarrollar los proyectos culturales, el 3.6% Siempre recurre a estos recursos y el 1.8% Nunca. **(Ver Tabla 14, Pág. 273)**

11. APOYO DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA PARA EL DESARROLLO DE LOS PROYECTOS CULTURALES

Sexo Femenino

El 28.6% del sexo femenino afirma que Algunas veces la Institución Educativa los apoya en la realización de los proyectos culturales, el 25% Siempre y el 1.8% Nunca ha recibido apoyo por parte de la Institución. **(Ver tabla 15 Pág. 274)**

Sexo Masculino

El 26.8%% del sexo masculino afirma que Algunas veces la Institución Educativa los apoya en la realización de los proyectos culturales, el 17.9% Siempre y el 0% Nunca ha recibido apoyo por parte de la Institución. **(Ver tabla 15 Pág. 274)**

12. MOTIVO PARA QUE LOS ESTUDIANTES PARTICIPEN EN LOS EVENTOS CULTURALES REALIZADOS EN LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA

Sexo Femenino

El 35.7% del sexo femenino participa en los eventos culturales realizados por la Institución Educativa porque le Gusta, el 17.9% Por Obligación Académica y el 1.8% porque lo Identifica. **(Ver tabla 16 Pág. 274)**

Sexo Masculino

El 19.6% del sexo masculino participa en los eventos culturales programados por la Institución Educativa porque le Gusta, el 16.1% Por Obligación Académica y el 8.9% porque lo Identifica. **(Ver tabla 16 Pág. 274)**

13. OPINIÓN DE LOS ESTUDIANTES SOBRE LOS EVENTOS CULTURALES REALIZADOS POR LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA

Sexo Femenino

El 44.6% del sexo Femenino afirma que los eventos culturales que realiza la Institución Educativa son Interesantes y Divertidos, el 5.4% son Monótonos y el 5.4% No Opina. **(Ver tabla 17 Pág. 275)**

Sexo Masculino

El 35.7% del sexo masculino afirma que los eventos culturales que realiza la Institución Educativa son Interesantes y Divertidos, el 7.1% No Opina y el 1.8% son Monótonos. **(Ver tabla 17 Pág. 275)**

14. LUGARES DE INTERÉS VISITADOS POR ESTUDIANTES Y PROFESORES DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA

Sexo Femenino

El 35.7% del sexo femenino ha visitado con los profesores de la Institución Educativa Museos y/o Galerías, el 14.3% no ha visitado lugar cultural alguno, el 3.6% a Salas de Teatro y Danza, el 1.8% Otros (Sitios Turísticos), y el 0% a Conciertos Musicales. **(Ver tabla 18 Pág. 275)**

Sexo Masculino

El 26.7% del sexo masculino ha visitado con los profesores de la Institución Educativa Museos y/o Galerías, el 14.3% no ha visitado lugar cultural alguno, el 3.6% Otros (Centros Recreacionales), el 0% a Salas de Teatro y Danza y el 0% a Conciertos Musicales. **(Ver tabla 18 Pág. 275)**

15. FRECUENCIA CON QUE LOS ESTUDIANTES VISITAN LUGARES CULTURALES

Sexo Femenino

El 16.1% del sexo femenino ha visitado el lugares cultural dos Veces, el 16.1% Ninguna sola vez ha ido a lugares culturales, el 14.3% una Sola Vez y el 8.9% a visitado estos lugares Varias Veces. **(Ver tabla 19 Pág. 276)**

Sexo Masculino

El 14.3% del sexo masculino ha visitado el lugar cultural una Sola Vez, el 14.3% Ninguna sola vez ha ido a lugares culturales, el 8.9% dos Veces y el 7.1% Varias Veces. **(Ver tabla 19 Pág. 276)**

16. MOTIVACIÓN REALIZADAS POR LOS ESTUDIANTES A OTRAS PERSONAS PARA VISITAR LUGARES CULTURALES

Sexo Femenino

El 30.4% del sexo femenino Algunas Veces convida a otras personas a conocer lugares culturales, el 16.1% Siempre y el 8.9% Nunca ha invitado a otras personas a visitar dichos lugares. **(Ver tabla 20 Pág. 276)**

Sexo Masculino

El 33.8% del sexo masculino Algunas Veces convidan a otras personas a conocer lugares culturales, el 5.4% Siempre y el 5.4% Nunca ha invitado a otras personas a visitar dichos lugares. **(Ver tabla 20 Pág. 276)**

17. APORTES QUE BRINDAN LOS LUGARES CULTURALES A LOS ESTUDIANTES

Sexo Femenino

El 35.7% del sexo femenino afirma que el aporte que brinda los lugares visitados es Cultural, el 12.5% Ninguno, el 3.6% Cognoscitivo, el 3.6% Recreativo y el 0% Científico. **(Ver tabla 21 Pág. 277)**

Sexo Masculino

El 19.5% del sexo masculino afirma que el aporte que brinda los lugares visitados es Cultural, el 16.1% Recreativo, el 5.4% Ninguno, el 3.6% Cognoscitivo y el 0% Científico. **(Ver tabla 21 Pág. 277)**

18. MOTIVACIÓN REALIZADAS POR LOS PROFESORES A LOS ESTUDIANTES PARA VISITAR LOS LUGARES CULTURALES

Sexo Femenino

El 26.8% del sexo femenino afirma que los profesores Siempre los motivan a conocer lugares culturales, el 25% Algunas Veces y el 3.6% Nunca. **(Ver tabla 22 Pág. 277)**

Sexo Masculino

El 25% del sexo masculino afirma que los profesores Siempre los motivan a conocer lugares culturales, el 19.6% Algunas Veces y el 0% Nunca. **(Ver tabla 22 Pág. 277)**

19. PARTICIPACIÓN DE LOS ESTUDIANTES EN LAS ACTIVIDADES CULTURALES PROGRAMADAS POR EL MUNICIPIO Y LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS

Sexo Femenino

El 37.5% del sexo femenino afirma que participa Algunas Veces en las actividades culturales programadas por el Municipio y las Instituciones Educativa, el 12.5% Siempre y el 5.4% Nunca ha participado en dichos eventos culturales. **(Ver tabla 23 Pág. 278)**

Sexo Masculino

El 37.5% del sexo masculino afirma que participa Algunas Veces en las actividades culturales programadas por el Municipio y las Instituciones Educativas, el 3.6% Siempre y el 3.6% Nunca han participado en dichos eventos culturales. **(Ver tabla 23 Pág. 278)**

20. PREFERENCIAS DE LOS ESTUDIANTES, HACIA LOS EVENTOS CULTURALES PROGRAMADOS POR EL MUNICIPIO Y LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS

Sexo Femenino

El 21.4% del sexo femenino afirma que el Deporte es la actividad predilecta entre los eventos culturales programadas por el Municipio y las Instituciones Educativas, el 14.3% las Artesanías, el 8.9% la Música, el 8.9% las Danzas, el 1.8% el Teatro, el 0% las Comparsas y el 0% Otros. **(Ver tabla 24 Pág. 278)**

Sexo Masculino

El 35.7% del sexo masculino afirma que el Deporte es la actividad predilecta entre los eventos culturales programadas por el Municipio y las Instituciones Educativas, el 3.9% la Música, el 1.8% el Teatro, el 1.8% las Artesanías, el 1.8% las Comparsas, el 0% las Danzas y el 0% Otros. **(Ver tabla 24 Pág. 278)**

21. MANERA COMO PARTICIPAN LOS ESTUDIANTES EN LOS EVENTOS CULTURALES PROGRAMADOS POR EL MUNICIPIO Y LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS

Sexo Femenino

El 33.9% del sexo femenino participa en las actividades culturales programados por el Municipio y las Instituciones Educativas como Espectador y el 21.4% como Actor. **(Ver tabla 25 Pág. 279)**

Sexo Masculino

El 25% del sexo masculino participa en las actividades culturales programadas por el Municipio y las Instituciones Educativas como Actor y el 19.6% como Espectador. **(Ver tabla 25 Pág. 279)**

22. FORMA DE ACOMPAÑAMIENTO DE LOS ESTUDIANTES EN LAS ACTIVIDADES CULTURALES PROGRAMADAS POR EL MUNICIPIO Y LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS

Sexo Femenino

El 46.4% del sexo femenino participa en los eventos culturales programados por el Municipio y las Instituciones Educativas, acompañada con los amigos (as), el 8.9% con la Familia y el 0% con Otros. **(Ver tabla 26 Pág. 279)**

Sexo Masculino

El 42.9% del sexo masculino participa en los eventos culturales programados por el Municipio y las Instituciones Educativas acompañados con los Amigos (as), el 1.8% con la Familia y el 0% con otros. **(Ver tabla 26 Pág. 276)**

23. DIFUSIÓN DE LOS HÁBITOS CULTURALES DE LOS ESTUDIANTES

Sexo Femenino

El 23.2% del sexo femenino afirma que los hábitos culturales son difundidos por la Familia, el 23.2% por la Institución Educativa, el 7.1% por el Rol Social (amigos-as), el 1.8% por los Medios de Comunicación y el 0% Otros. **(Ver tabla 27 Pág. 280)**

Sexo Masculino

El 21.4% del sexo masculino afirma que los hábitos culturales son difundidos por la Institución Educativa, el 17.8% por la Familia, el 5.4% por el Rol Social (amigos-as), el 0% por los Medios de Comunicación y el 0% por otros. **(Ver tabla 27 Pág. 280)**

24. IDENTIFICACIÓN DE LOS OBJETOS COLECCIONADOS POR LOS ESTUDIANTES

Sexo Femenino

El 41.1% del sexo femenino colecciona Música, el 5.4% Instrumentos Deportivos, el 3.6% Farándula, el 3.6% Otros (Recuerdos de Otros lugares, Recuerdos de la Infancia), el 1.8% Juegos y el 0% Películas. **(Ver tabla 28 Pág. 280)**

Sexo Masculino

El 17.9% del sexo masculino colecciona Películas, el 12.5% Música, el 8.9% Instrumentos Deportivos, el 3.5% Juegos, el 1.8% Otros (Artesanías) y el 0% Farándula. **(Ver tabla 28 Pág. 280)**

25. LEGALIDAD DE LOS OBJETOS COLECCIONADOS POR LOS ESTUDIANTES

Sexo Femenino

El 25.1% del sexo femenino colecciona objetos Originales, el 21.4% No le Interesa que sean originales o piratas y el 8.9% colecciona objetos Piratas. **(Ver tabla 29 Pág. 281)**

Sexo Masculino

El 17.8% del sexo masculino colecciona objetos Originales, el 16.1% No le Interesa que sean originales o piratas y el 10.7% colecciona objetos Piratas. **(Ver tabla 29 Pág. 281)**

9.2.2. ANALISIS GENERAL DE LOS GRADOS 10 Y 11 DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA JORGE VILLAMIL ORTEGA

1. EXPRESIONES ARTÍSTICAS PREFERIDAS POR LOS ESTUDIANTES

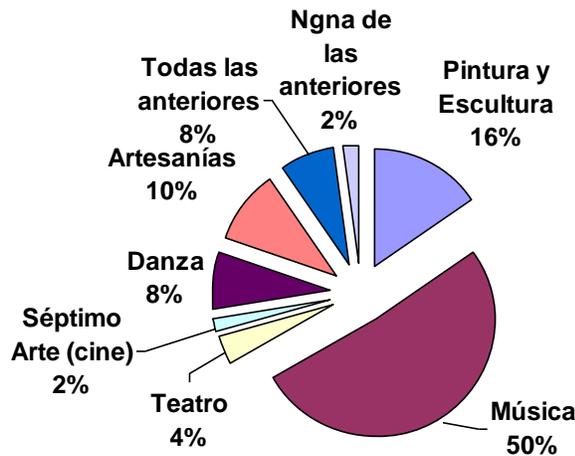


Gráfico 76. Expresiones artísticas preferidas de los estudiantes de los grados 10 y 11 de la Institución Educativa Jorge Villamil Ortega. 2007

El 50% de los estudiantes escoge la Música como expresión artística preferida, el 16% la Pintura y la Escultura, el 10% las Artesanías, el 8% prefiere la Danza, 8% Todas las anteriores, el 4% el Teatro, el 2% el Séptimo Arte (Cine) y el 2% Ningunas de las anteriores.

2. FRECUENCIA CON QUE LOS ESTUDIANTES PRACTICAN LAS EXPRESIONES ARTÍSTICAS PREFERIDAS



Gráfico 77. Frecuencia con que los estudiantes de los grados 10 y 11 del Institución Educativa Jorge Villamil Ortega practican las expresiones artísticas preferidas. 2007

El 66% de los estudiantes practica Algunas Veces las expresiones artísticas preferidas, el 28% Siempre la pone en práctica y el 6% Nunca.

3. LUGARES FRECUENTADOS POR LOS ESTUDIANTES EN EL TIEMPO LIBRE

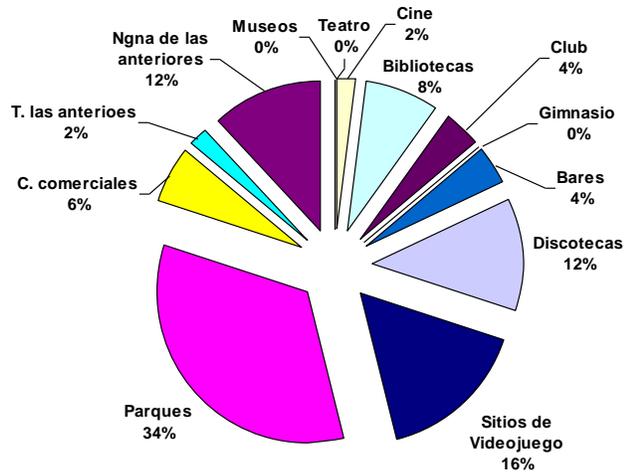


Gráfico 78. Lugares frecuentados por los estudiantes de los grados 10 y 11 de la Institución Educativa Jorge Villamil Ortega en el tiempo libre. 2007

El 34% de los estudiantes frecuenta los Parques en el tiempo libre, el 16% Sitios de Videojuegos, el 12% Discotecas, el 12% Ningunas de las anteriores, el 8% Bibliotecas, el 6% Centros Comerciales, el 4% al Club, el 4% los Bares, el 2% al Cine, el 2% Todas las anteriores, el 0% Museos, el 0% el Teatro y el 0% el Gimnasio.

4. RAZONES QUE EXPRESAN LOS ESTUDIANTES PARA FRECUENTAR DICHOS ESPACIOS

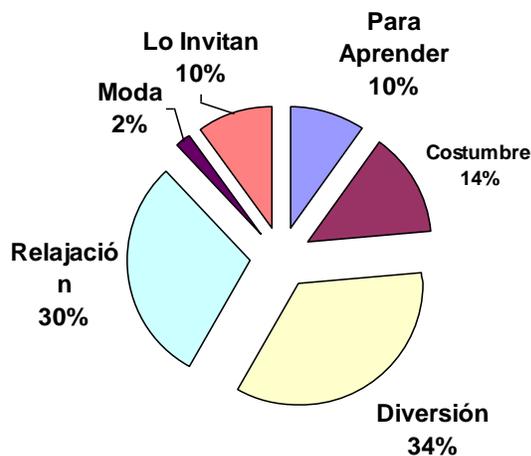


Gráfico 79. Razones que expresan los estudiantes de los grados 10 y 11 de la Institución Educativa Jorge Villamil Ortega para frecuentar dichos espacios. 2007

El 34% de los estudiantes visita el lugar por Diversión, el 30% por Relajación, el 14% por Costumbre, el 10% para Aprender, el 10% porque lo Invitan y el 2% por Moda.

5. MEDIOS DE COMUNICACIÓN EMPLEADO POR LOS ESTUDIANTES EN EL TIEMPO LIBRE

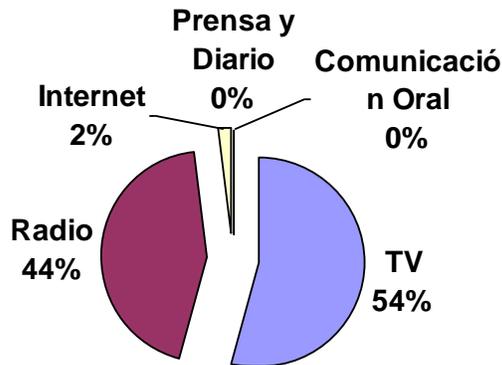


Gráfico 80. Medios de comunicación empleado por los estudiantes de la Institución Educativa Jorge V. Ortega, en el tiempo libre. 2007

El 54% de los estudiantes utiliza como medio de comunicación la TV en el tiempo libre, el 44% la Radio, el 2% el Internet, el 0% la Prensa (Tiempo, Espectador) y Diario (Huila y Nación) y el 0% utiliza la Comunicación oral (Tertulias)

6. PERCEPCIONES DE LOS ESTUDIANTES SOBRE LAS ACTIVIDADES QUE REALIZA LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA, ADEMÁS DE LAS ACADÉMICAS

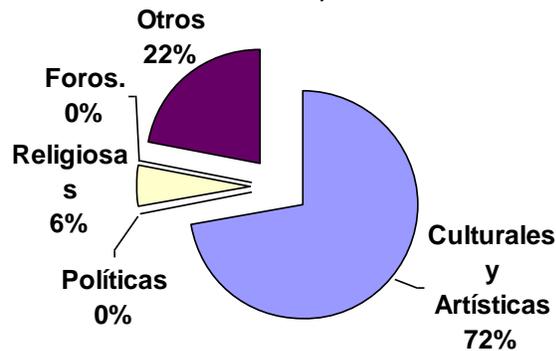


Gráfico 81. Percepciones de los Estudiantes sobre las actividades que realiza la Institución Educativa Jorge V. Ortega además de las académicas. 2007

El 72% de los estudiantes afirma que la Institución Educativa realiza actividades Culturales y Artísticas además de las académicas, el 22% Otras (Izadas de Bandera, Encuentros Deportivos y Recreativos, Medio Ambiente), el 6% Religiosas, el 0% Políticas y el 0% Foros.

7. OPINIÓN DE LOS ESTUDIANTES SOBRE LAS PROPUESTAS DE LOS MAESTROS DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA, PARA CONSERVAR LA IDENTIDAD CULTURAL

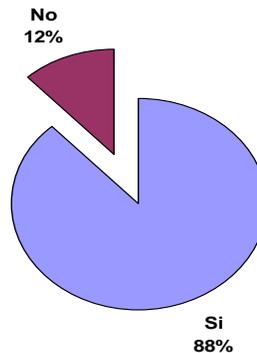


Gráfico 82. Opinión de los estudiantes de los grados 10 y 11, sobre las propuestas de los maestros de la Institución Educativa Jorge V. Ortega, para conservar la Identidad Cultural. 2007

El 88% de los estudiantes afirma que los maestros Si proponen proyectos para conservar la identidad cultural y el 12% dice No.

8. IDENTIFICACIÓN DE LOS PROYECTOS QUE PROPONEN LOS MAESTROS EN LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA

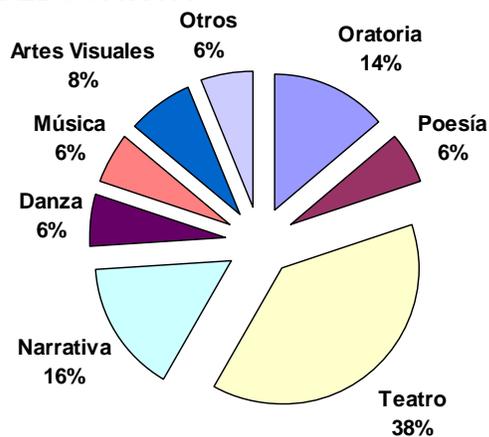


Gráfico 83. Identificación de los proyectos que proponen los maestros en la Institución Educativa Jorge V. Ortega. 2007

El 38% de los estudiantes afirma que los maestros proponen proyectos de Teatro, el 16% de Narrativa, el 14% de Oratoria, el 8% Artes Visuales, el 6% Poesía, el 6% Danza, el 6% Música y el 6% otros (Medio Ambiente, Pecuario, deportes).

9. RECONOCIMIENTO POR ÁREAS DE LOS MAESTROS QUE MÁS PROPONEN PROYECTOS PARA LA CONSERVACIÓN DE LA IDENTIDAD CULTURAL

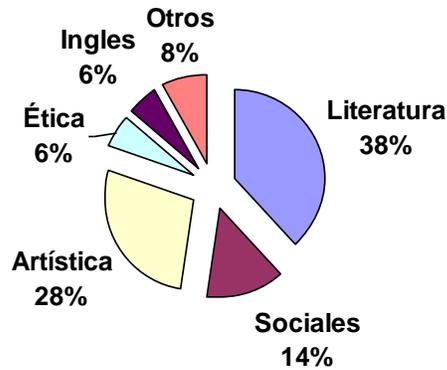


Gráfico 84. Reconocimiento por áreas de los maestros que más proponen proyectos para la conservación de la Identidad Cultural. 2007

El 38% de los estudiantes afirma que el maestro de Literatura propone más proyectos en la Institución Educativa para la conservación de la Identidad Cultural, el 28% el de Artística, el 14% el de Sociales, el 8% Otros (español, religión), el 6% el de ética y el 6% el de Inglés

10. USO DE LOS RECURSOS INSTITUCIONALES, POR PARTE DE LOS ESTUDIANTES PARA EL DESARROLLO DE LOS PROYECTOS CULTURALES

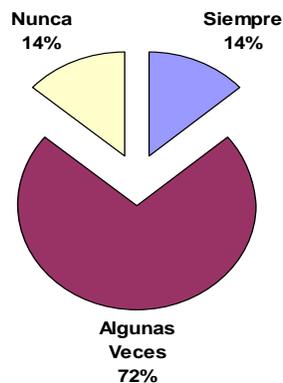


Gráfico 85. Uso de los recursos Institucionales por parte de estudiantes de los grados de 10 y 11 de la Institución Educativa Jorge V. Ortega, para el desarrollo de los proyectos culturales. 2007

El 72% de los estudiantes utiliza Algunas Veces los recursos que ofrece la Institución Educativa para desarrollar los proyectos culturales, el 14% Siempre recurre a dichos instrumentos y el 14% Nunca los utiliza.

11. APOYO DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA PARA EL DESARROLLO DE LOS PROYECTOS CULTURALES

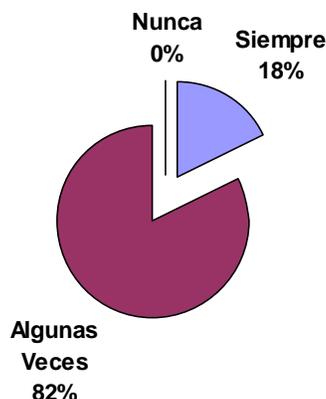


Gráfico 86. Apoyo de la Institución Educativa Jorge Villamil Ortega, para el desarrollo de los proyectos culturales. 2007

El 82% de los estudiantes afirma que Algunas Veces la Institución Educativa los apoya en el desarrollo de los proyectos culturales, el 18% Siempre y el 0% Nunca los ha recibido apoyo por parte de la Institución.

12. MOTIVO PARA QUE LOS ESTUDIANTES PARTICIPEN EN LOS EVENTOS CULTURALES REALIZADOS EN LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA

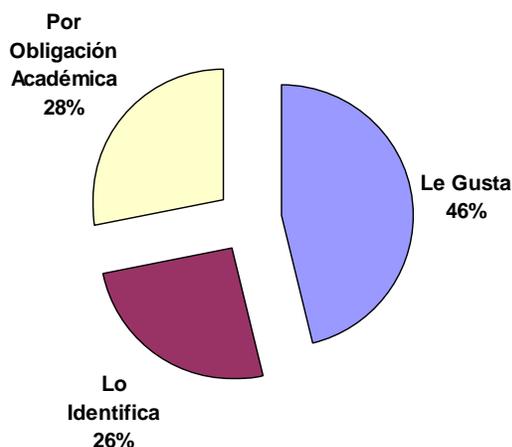


Gráfico 87. Motivo para que los estudiantes de los grados 10 y 11, participen en los eventos culturales realizados en la Institución Educativa Jorge Villamil Ortega. 2007

El 46% de los estudiantes participa en los eventos culturales realizados en la Institución Educativa porque le Gusta, el 28% por Obligación Académica y el 26% porque lo Identifica.

13. OPINIÓN DE LOS ESTUDIANTES SOBRE LOS EVENTOS CULTURALES REALIZADOS POR LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA

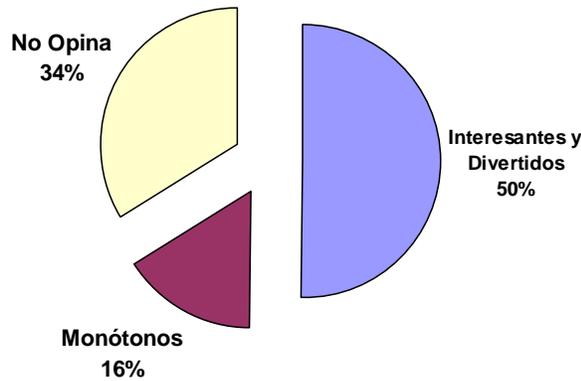


Gráfico 88. Opinión de los estudiantes de los grados 10 y 11, sobre los eventos culturales realizados por la Institución Educativa Jorge V. Ortega. 2007

El 50% de los estudiantes opina que los eventos culturales que realiza la Institución Educativa son Interesantes y Divertidos, el 34% No opina y el 16% son Monótonos.

14. LUGARES DE INTERÉS VISITADOS POR ESTUDIANTES Y PROFESORES DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA

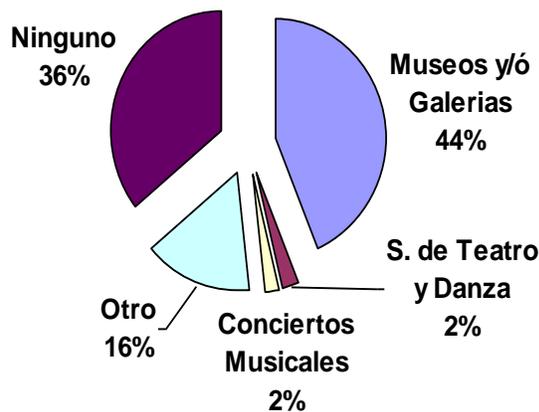


Gráfico 89. Lugares de interés visitados por los estudiantes de los grados 10 y 11 y profesores de la Institución Educativa Jorge Villamil Ortega. 2007

El 44% de los estudiantes ha visitado con los profesores Museos y/o Galerías, el 36% no ha visitado lugar cultural alguno con los maestros, el 16% ha visitado otros lugares (Centros Turísticos, Parques Arqueológico, la Piscícola de Gigante), el 2% Salas de Teatro y Danza y el 2% Concursos Musicales.

15. FRECUENCIA CON QUE LOS ESTUDIANTES VISITAN LUGARES CULTURALES

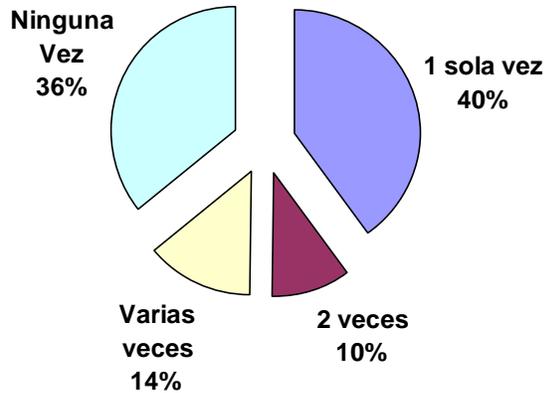


Gráfico 90. Frecuencia con que los estudiantes de los grados 10 y 11 de la Institución Educativa Jorge Villamil Ortega, visitan lugares culturales. 2007

El 40% de los estudiantes ha visitado Una sola Vez el lugar cultural con los profesores de la Institución Educativa, el 36% Ni una sola vez ha ido a un lugar cultural, el 14% Varias veces y el 2% Dos veces.

16. MOTIVACIÓN REALIZADAS POR LOS ESTUDIANTES A OTRAS PERSONAS PARA VISITAR LUGARES CULTURALES

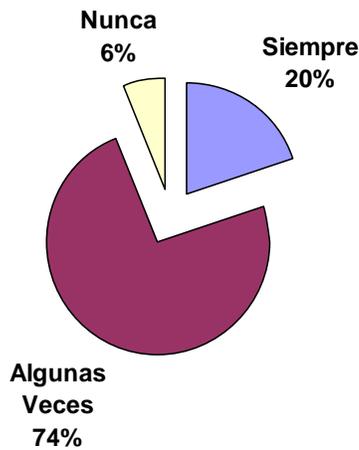


Gráfico 91. Motivación realizadas por los estudiantes de los grados de 10 y 11 de la Institución Educativa Jorge Villamil Ortega, a otras personas para visitar lugares culturales. 2007

El 74% de los estudiantes Algunas Veces motiva a otras personas a conocer lugares culturales, el 20% Siempre convida a otras personas a visitar dichos lugares y el 6% Nunca lo ha hecho.

17. APORTES QUE BRINDAN LOS LUGARES CULTURALES A LOS ESTUDIANTES

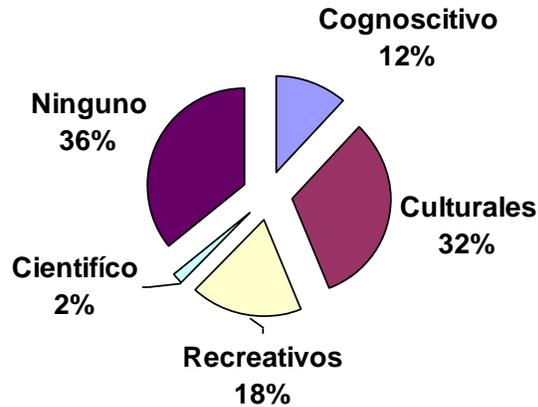


Gráfico 92. Aportes que les brindan los lugares a los estudiantes de los grados 10 y 11 de la Institución Educativa Jorge V. Ortega. 2007

El 36% de los estudiantes afirma que no le deja Ningún aporte los lugares culturales, el 32% Cultural, el 18% Recreativo, el 12% Cognoscitivo y el 2% Científico.

18. MOTIVACIÓN REALIZADAS POR LOS PROFESORES A LOS ESTUDIANTES PARA VISITAR LOS LUGARES CULTURALES



Gráfico 93. Motivación realizadas por los profesores a los estudiantes de los grados 10 y 11 de la Institución Educativa Jorge V. Ortega, para visitar los lugares culturales. 2007

El 64% de los estudiantes afirma que Algunas Veces los profesores los motivan a visitar lugares culturales, el 30% Siempre y el 6% Nunca lo ha motivado a conocer lugares culturales.

19. PARTICIPACIÓN DE LOS ESTUDIANTES EN LAS ACTIVIDADES CULTURALES PROGRAMADAS POR EL MUNICIPIO Y LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS

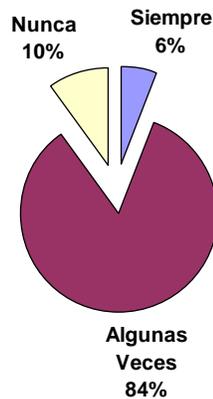


Gráfico 94. Participación de los estudiantes de los grados 10 y 11 de la I.E. Jorge V. Ortega, en las actividades culturales programadas por el Municipio y las Instituciones Educativas. 2007

El 84% de los estudiantes participa Algunas Veces en las actividades programadas por el Municipio y las Instituciones Educativas, el 10% Nunca ha participado en dichas eventos y el 6% Siempre está presente en estas actividades.

20. PREFERENCIAS DE LOS ESTUDIANTES, HACIA LOS EVENTOS CULTURALES PROGRAMADOS POR EL MUNICIPIO Y LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS

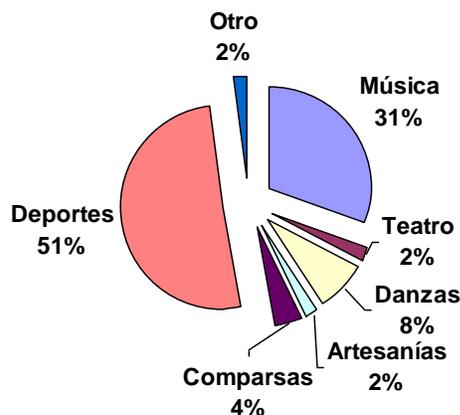


Gráfico 95. Preferencia de los estudiantes de los grados 10 y 11 del I.E. Jorge V. Ortega; hacia los eventos culturales programados por el Municipio y las Instituciones Educativas. 2007

El 51% de los estudiantes escoge los Deportes como actividad predilecta entre los eventos culturales programados por el Municipio y las Instituciones Educativas de Gigante, el 31% prefiere la Música, el 8% las Danzas, el 4% las Comparsas, el 2% Otros (Tenis de Mesa), el 2% el Teatro y el 2% las Artesanías.

21. MANERA COMO PARTICIPAN LOS ESTUDIANTES EN LOS EVENTOS CULTURALES PROGRAMADOS POR EL MUNICIPIO Y LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS

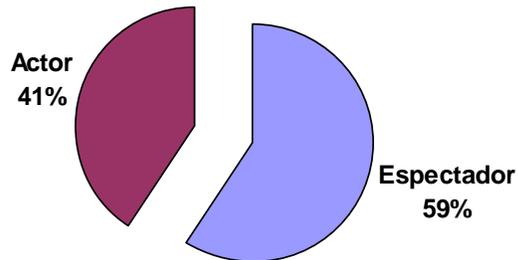


Gráfico 96. Manera como participan los estudiantes de los grados 10 y 11 de la I.E. Jorge V. Ortega en los Eventos Culturales programados por el Municipio y las Instituciones Educativas. 2007

El 59% de los estudiantes participa en las actividades culturales programados por el Municipio y las Instituciones Educativas como Espectador y el 41% como Actor.

22. FORMA DE ACOMPAÑAMIENTO DE LOS ESTUDIANTES EN LAS ACTIVIDADES CULTURALES PROGRAMADAS POR EL MUNICIPIO Y LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS

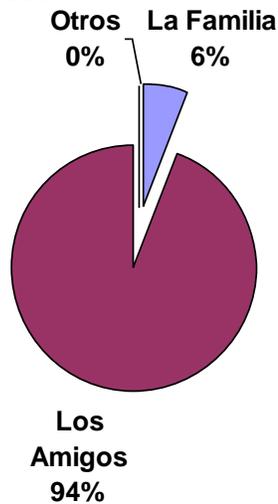


Gráfico 97. Forma de acompañamiento de los estudiantes de los grados 10 y 11 de la I.E. Jorge Villamil Ortega, en las actividades culturales programadas por el Municipio y las Instituciones Educativas. 2007

El 94% de los estudiantes participa en dichas actividades culturales con los Amigos (as), el 6% con la Familia y el 0% con otros (vecinos).

23. DIFUSIÓN DE LOS HÁBITOS CULTURALES DE LOS ESTUDIANTES

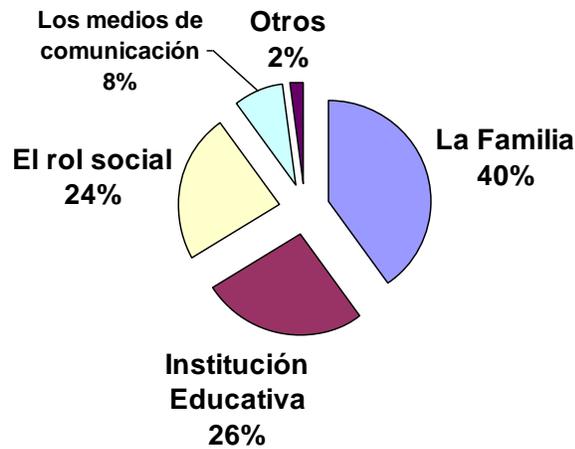


Gráfico 98. Difusión de los hábitos culturales de los estudiantes de los grados 10 y 11 de la I.E. Jorge V. Ortega. 2007

El 40% de los estudiantes afirma que los hábitos culturales es difundido por la Familia, el 26% la Institución Educativa, el 24% el Rol social (amigos-as), el 8% por los Medios de Comunicación y el 2% por otros (Todas las anteriores)

24. IDENTIFICACIÓN DE LOS OBJETOS COLECCIONADOS POR LOS ESTUDIANTES

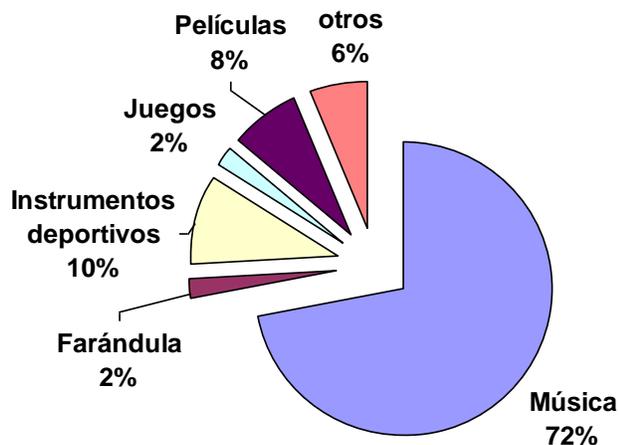


Gráfico 99. Identificación de los objetos coleccionados por los estudiantes de los grados 10 y 11 de la Institución Educativa Jorge Villamil Ortega. 2007

El 72% de los estudiantes colecciona Música, el 10% Instrumentos Deportivos, el 8% Películas, el 6% Otros (Monedas), el 2% Farándula y el 2% Juegos.

25. LEGALIDAD DE LOS OBJETOS COLECCIONADOS POR LOS ESTUDIANTES

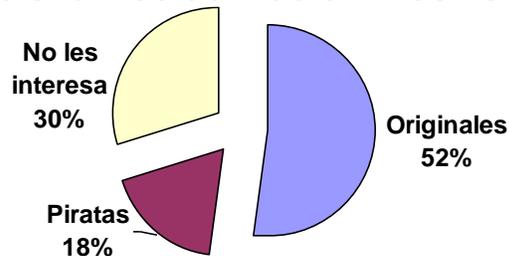


Gráfico 100. Legalidad de los objetos coleccionados por los estudiantes de los grados 10 y 11 de la Institución Educativa Jorge Villamil Ortega. 2007

52% de los estudiantes afirma que los objetos adquiridos para coleccionar son Originales, el 30% No le interesa que sean originales o piratas y el 18% los prefiere Piratas.

9.2.2.1. ANALISIS DE RESULTADOS POR GÉNERO DE LOS GRADOS 10 Y 11 DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA JORGE VILLAMIL ORTEGA

La población de los grados 10 y 11 de la Institución Educativa Jorge Villamil Ortega, el 46% es del sexo femenino y el 54% pertenece al sexo masculino. 2007. A continuación se exponen los resultados para lo cual debemos tener en cuenta que cuando se escribe "sexo femenino" se refiere a las estudiantes y cuando se redacta "sexo masculino" estamos aludiendo a los estudiantes.

1. EXPRESIONES ARTÍSTICAS PREFERIDAS POR LOS ESTUDIANTES

Sexo Femenino

El 22% del sexo femenino escoge la Música como expresión artística preferida, el 6% la Danza, el 6% las Artesanías, el 4% la Pintura y la Escultura, el 4% Todas las Anteriores, el 2% el Séptimo arte (Cine), el 2% Ninguna de las Anteriores y el 0% el Teatro. **(Ver Tabla 5 Pág. 269)**

Sexo Masculino

El 30% del sexo masculino escoge la Música como expresión artística preferida, el 10% la Pintura y Escultura, el 4% el Teatro, el 4% las Artesanías, 4% Todas las Anteriores, el 2% la Danza, el 0% el Séptimo Arte (Cine) y el 0% Ninguna de las anteriores. **(Ver Tabla 5 Pág. 269)**

2. FRECUENCIA CON QUE LOS ESTUDIANTES PRACTICAN LAS EXPRESIONES ARTÍSTICAS PREFERIDAS

Sexo Femenino

El 30% del sexo femenino practica Algunas veces las expresiones artísticas preferidas, el 14% Siempre la pone en práctica y el 2% Nunca. **(Ver Tabla 6 Pág. 269)**

Sexo Masculino

El 36% del sexo masculino practica Algunas veces las expresiones artísticas preferidas, el 14% Siempre la pone en práctica y el 4% Nunca. **(Ver Tabla 6 Pág.269)**

3. LUGARES FRECUENTADOS POR LOS ESTUDIANTES EN EL TIEMPO LIBRE

Sexo Femenino

El 18% del sexo femenino frecuenta los Parques en el tiempo libre, el 6% las Bibliotecas, el 6% Discotecas, el 4% Sitios de Videojuegos, el 4% Centros Comerciales, el 4% Ninguna de las anteriores, el 2% el Cine, el 2% Bares, el 0% Museos, el 0% el Teatro, el 0% al club, el 0% al Gimnasio y el 0% Todas las Anteriores. **(Ver Tabla 7 Pág. 270)**

Sexo Masculino

El 16% del sexo masculino frecuenta los Parques en el tiempo libre, el 12% Sitios de Videojuego, el 8% Ninguna de las anteriores, el 6% Discotecas, el 4% al Club, el 2% en la Biblioteca, el 2% Bares, el 2% Centros Comerciales, el 2% Todas las Anteriores, el 0% Museos, el 0% al Teatro, el 0% Cine y el 0% Gimnasio. **(Ver Tabla 7 Pág. 270)**

4. RAZONES QUE EXPRESAN LOS ESTUDIANTES PARA FRECUENTAR DICHOS ESPACIOS

Sexo Femenino

El 20% del sexo femenino frecuenta el lugar por Diversión, el 10% por Relajación, el 6% para Aprender, el 6% por Costumbre, el 2% por Moda y el 2% porque lo Invita. **(Ver Tabla 8 Pág. 270)**

Sexo Masculino

El 20% del sexo masculino frecuenta el lugar por Relajación, el 14% por Diversión, el 8% por Costumbre, el 8% porque lo Invita, el 4% para Aprender y el 0% por Moda. **(Ver Tabla 8 Pág. 270)**

5. MEDIOS DE COMUNICACIÓN EMPLEADO POR LOS ESTUDIANTES EN EL TIEMPO LIBRE

Sexo Femenino

El 26% del sexo femenino utiliza en el tiempo libre la Radio como medio de comunicación, el 18% la TV, el 2% el Internet, el 0% la Prensa (Tiempo, Espectador) y Diario (Huila, la Nación) y el 0% la Comunicación Oral. **(Ver Tabla 9 Pág. 271)**

Sexo Masculino

El 36% del sexo masculino utiliza en el tiempo libre la TV como medio de comunicación, el 18% La Radio, el 0% el Internet, el 0% la Prensa (Tiempo, Espectador) y Diario (Huila, la Nación) y el 0% la Comunicación Oral (Tertulias). **(Ver Tabla 9 Pág. 271)**

6. PERCEPCIONES DE LOS ESTUDIANTES SOBRE LAS ACTIVIDADES QUE REALIZA LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA, ADEMÁS DE LAS ACADÉMICAS

Sexo Femenino

El 32% del sexo femenino afirma que la Institución Educativa realiza actividades Culturales y Artísticas además de las académicas, el 10% Otras (Eventos Deportivos y Recreacionales), el 4% Religiosas, el 0% Políticas y el 0% Foros. **(Ver Tabla 10 Pág. 271)**

Sexo Masculino

El 40% del sexo masculino afirma que la Institución Educativa realiza actividades Culturales y Artísticas además de las académicas, el 12% Otras (actividades Deportivas, Agrícolas), el 2% Religiosas, el 0% Políticas y el 0% Foros. **(Ver Tabla 10 Pág. 271)**

7. OPINIÓN DE LOS ESTUDIANTES SOBRE LAS PROPUESTAS DE LOS MAESTROS DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA, PARA CONSERVAR LA IDENTIDAD CULTURAL

Sexo Femenino

El 40% del sexo femenino afirma que los maestros Si proponen proyectos para conservar la identidad cultural y el 6% dice No. **(Ver Tabla 11 Pág. 272)**

Sexo Masculino

El 48% del sexo masculino afirma que los maestros Si proponen proyectos para conservar la identidad cultural y el 6% dice No. **(Ver Tabla 11 Pág. 272)**

8. IDENTIFICACIÓN DE LOS PROYECTOS QUE PROPONEN LOS MAESTROS EN LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA

Sexo Femenino

El 14% del sexo femenino afirma que los maestros proponen proyectos de Teatro, el 10% de Oratoria, el 6% de Narrativa, el 6% de Música, el 4% de Poesía, el 4% de Artes Visuales, el 2% Otros (Medio Ambiente, deportes) y el 0% de Danza. **(Ver Tabla 12 Pág. 272)**

Sexo Masculino

El 24% del sexo masculino afirma que los maestros proponen proyectos de Teatro, el 10% de Narrativa, el 6% de Danza, el 4% de Oratoria, el 4% de Artes Visuales, el 4% Otros (Medio Ambiente, Pecuarios), el 2% de Poesía y el 0% de Música. **(Ver Tabla 12 Pág. 272)**

9. RECONOCIMIENTO POR ÁREAS DE LOS MAESTROS QUE MÁS PROPONEN PROYECTOS PARA LA CONSERVACIÓN DE LA IDENTIDAD CULTURAL

Sexo Femenino

El 18% del sexo femenino afirma que el maestro de Literatura propone más proyectos para conservar la identidad cultural, el 12% el de Artística, el 6% el de Sociales, el 6% el de Ingles, el 2% el de Ética y el 2% Otros. (Educación Física). **(Ver Tabla 13 Pág.273)**

Sexo Masculino

El 20% del sexo masculino afirma que el maestro de Literatura propone más proyectos para conservar la identidad cultural, el 16% el de Artística, el 8% el de Sociales, el 6% Otros (Religión), el 4% el de Ética y el 0% el de Ingles. **(Ver Tabla 13 Pág. 273)**

10. USO DE LOS RECURSOS INSTITUCIONALES, POR PARTE DE LOS ESTUDIANTES PARA EL DESARROLLO DE LOS PROYECTOS CULTURALES

Sexo Femenino

El 32% del sexo femenino Algunas Veces utiliza los recursos que ofrece la Institución Educativa para desarrollar los proyectos, el 8% Siempre y el 6% Nunca recurre a ellos. **(Ver Tabla 14 Pág. 273)**

Sexo Masculino

El 40% del sexo masculino Algunas Veces utiliza los recursos que ofrece la Institución Educativa para desarrollar los proyectos, el 8% Nunca los utiliza y el 6% Siempre recurre a ellos. **(Ver Tabla 14 Pág. 273)**

11. APOYO DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA PARA EL DESARROLLO DE LOS PROYECTOS CULTURALES

Sexo Femenino

El 34% del sexo femenino afirma que Algunas Veces la Institución Educativa apoya para el desarrollo de los proyectos culturales, el 12% Siempre y el 0% Nunca. **(Ver Tabla 15 Pág. 274)**

Sexo Masculino

El 48% del sexo masculino afirma que Algunas Veces la Institución Educativa apoya para el desarrollo de los proyectos culturales, el 6% Siempre y el 0% Nunca. **(Ver Tabla 15 Pág. 274)**

12. MOTIVO PARA QUE LOS ESTUDIANTES PARTICIPEN EN LOS EVENTOS CULTURALES REALIZADOS EN LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA

Sexo Femenino

El 22% del sexo femenino participa en los eventos culturales realizados en la Institución Educativa porque le Gusta, el 14% Por Obligación Académica y el 10% porque lo Identifica. **(Ver Tabla 16 Pág. 274)**

Sexo Masculino

El 24% del sexo masculino participa en los eventos culturales realizados en la Institución Educativa porque le Gusta, el 16% porque lo Identifica y el 14% por Obligación Académica. **(Ver Tabla 16 Pág. 274)**

13. OPINIÓN DE LOS ESTUDIANTES SOBRE LOS EVENTOS CULTURALES REALIZADOS POR LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA

Sexo Femenino

El 26% del sexo femenino opina que los eventos culturales realizados en la Institución Educativa son Interesantes y Divertidos, el 18% No Opina y el 2% son Monótonos. **(Ver Tabla 17 Pág. 275)**

Sexo Masculino

El 24% del sexo masculino opina que los eventos culturales realizados en la Institución Educativa son Interesantes y Divertidos, el 16% No Opina y el 14% son Monótonos. **(Ver Tabla 17 Pág. 275)**

14. LUGARES DE INTERÉS VISITADOS POR ESTUDIANTES Y PROFESORES DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA

Sexo Femenino

El 22% del sexo femenino ha visitado con los profesores Museos y Galerías, el 12% No ha visitado lugar cultural alguno, el 8% Otros (Centros Turísticos), el 2% Salas de Teatros/Danza y 2% Conciertos Musicales. **(Ver Tabla 18 Pág.275)**

Sexo Masculino

El 24% del sexo masculino no ha visitado lugar cultural alguno con los profesores, el 22% Museos y Galerías, el 8% Otros (Centros turísticos), el 0% Salas de Teatro/Danza y el 0% Conciertos Musicales. **(Ver Tabla 18 Pág. 275)**

15. FRECUENCIA CON QUE LOS ESTUDIANTES VISITAN LUGARES CULTURALES

Sexo Femenino

El 20% del sexo femenino ha visitado el lugar Una sola Vez, el 12% Ni una sola vez ha visitado lugares culturales con los profesores de la Institución Educativa, el 8% Varias Veces y el 6% Dos Veces. **(Ver Tabla 19 Pág. 276)**

Sexo Masculino

El 24% del sexo masculino Ni una sola vez ha visitado lugares culturales con los profesores de la Institución Educativa, el 20% Una sola Vez, el 8% Varias Veces y el 6% Dos Veces. **(Ver Tabla 19 Pág.276)**

16. MOTIVACIÓN REALIZADAS POR LOS ESTUDIANTES A OTRAS PERSONAS PARA VISITAR LUGARES CULTURALES

Sexo Femenino

El 24% del sexo femenino Algunas veces motiva a otras personas a conocer lugares culturales, el 16% Siempre motiva a las personas a conocer dichos lugares y el 6% Nunca. **(Ver Tabla 20 Pág. 276)**

Sexo Masculino

El 50% del sexo masculino Algunas veces motiva a otras personas a conocer lugares culturales, el 4% Siempre y el 0% Nunca ha convidado a otras personas a visitar dichos lugares. **(Ver Tabla 20 Pág. 276)**

17. APORTES QUE BRINDAN LOS LUGARES CULTURALES A LOS ESTUDIANTES

Sexo Femenino

El 18% del sexo femenino afirma que el aporte que brinda los lugares visitados es Cultural, el 12% Ninguno, el 10% Recreativos, el 4% Cognoscitivo y el 2% Científico. **(Ver Tabla 21 Pág. 277)**

Sexo Masculino

El 24% del sexo masculino afirma que no le deja Ningún aporte dicho lugar, el 14% Cultural, el 8% Cognoscitivo, el 8% Recreativo y el 0% Científico. **(Ver Tabla 21 Pág. 277)**

18. MOTIVACIÓN REALIZADAS POR LOS PROFESORES A LOS ESTUDIANTES PARA VISITAR LOS LUGARES CULTURALES

Sexo Femenino

El 28% del sexo femenino afirma que Algunas Veces los profesores los motivan a conocer lugares culturales, el 16% Siempre y el 2% Nunca los invitan a visitar dichos lugares. **(Ver Tabla 22 Pág. 277)**

Sexo Masculino

El 36% del sexo masculino afirma que Algunas Veces los profesores los motivan a conocer lugares culturales, el 14% Siempre y el 4% Nunca los invitan. **(Ver Tabla 22 Pág. 277)**

19. PARTICIPACIÓN DE LOS ESTUDIANTES EN LAS ACTIVIDADES CULTURALES PROGRAMADAS POR EL MUNICIPIO Y LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS

Sexo Femenino

El 40% del sexo femenino Algunas Veces participa en las actividades culturales programadas por el Municipio y las Instituciones Educativas, el 4% Nunca y el 2% Siempre participa en dichos eventos. **(Ver Tabla 23 Pág. 278)**

Sexo Masculino

El 44% del sexo masculino Algunas Veces participa en las actividades culturales programadas por el Municipio y las Instituciones Educativas, el 6% Nunca y el 4% Siempre participa en dichos eventos. **(Ver Tabla 23 Pág. 278)**

20. PREFERENCIAS DE LOS ESTUDIANTES, HACIA LOS EVENTOS CULTURALES PROGRAMADOS POR EL MUNICIPIO Y LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS

Sexo Femenino

El 18.4% del sexo femenino escoge la Música como actividad predilecta entre los eventos culturales programados por el Municipio y las Instituciones Educativas, El 18.4% el Deporte, el 8.2% las Danzas, el 2.1% las Comparsas, el 2% Otros (Las Bandas), el 0% el Teatro y el 0% las Artesanías. **(Ver Tabla 24 Pág. 278)**

Sexo Masculino

El 32.7% del sexo masculino escoge el Deporte como actividad predilecta entre los eventos culturales programados por el Municipio y las Instituciones Educativas, el 12.2% la Música, el 2% el Teatro, el 2% las Artesanías, el 2% las Comparsas, el 0% las Danzas y el 0% Otros. **(Ver Tabla 24 Pág. 278)**

21. MANERA COMO PARTICIPAN LOS ESTUDIANTES EN LOS EVENTOS CULTURALES PROGRAMADOS POR EL MUNICIPIO Y LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS

Sexo Femenino

El 38.8% del sexo femenino participa en los eventos culturales programados por el Municipio y las Instituciones Educativas como Espectador y el 8% como Actor. **(Ver Tabla 25 Pág. 279)**

Sexo Masculino

El 32.7% del sexo masculino participa en las actividades culturales programadas por el Municipio y las Instituciones Educativas como Actor y el 20.4% como Espectador. **(Ver Tabla 25 Pág. 279)**

**22. FORMA DE ACOMPAÑAMIENTO DE LOS ESTUDIANTES EN LAS
ACTIVIDADES CULTURALES PROGRAMADAS POR EL MUNICIPIO Y LAS
INSTITUCIONES EDUCATIVAS**

Sexo Femenino

El 42% del sexo femenino va acompañado con las amigas (aos) a los eventos culturales programados por el Municipio y las Instituciones Educativas, el 4% con la Familia y el 0% con Otros. **(Ver Tabla 26 Pág. 279)**

Sexo Masculino

El 52% del sexo masculino va acompañado con los amigos (as) a los eventos culturales programados por el Municipio y las Instituciones Educativas, el 2% con la Familia y el 0% con Otros. **(Ver Tabla 26 Pág. 279)**

23. DIFUSIÓN DE LOS HÁBITOS CULTURALES DE LOS ESTUDIANTES

Sexo Femenino

El 20% del sexo femenino afirma que sus hábitos culturales son difundidos por la Familia, el 14% el Rol Social (amigos-as), el 10% por la Institución Educativa, el 2% por los Medios de Comunicación y el 0% por otros. **(Ver Tabla 27 Pág. 280)**

Sexo Masculino

El 20% del sexo masculino afirma que sus hábitos culturales son difundidos por la Familia, el 16% por la Institución Educativa, el 10% por el Rol Social (amigos-as), el 6% los Medios de Comunicación y el 2% Otros. (Todas las anteriores). **(Ver Tabla 27 Pág. 280)**

**24. IDENTIFICACIÓN DE LOS OBJETOS COLECCIONADOS POR LOS
ESTUDIANTES**

Sexo Femenino

El 40% del sexo femenino colecciona Música, el 2% Farándula, el 2% Instrumentos Deportes, el 2% Películas, el 0% Juegos y el 0% Otros. **(Ver Tabla 28 Pág. 280)**

Sexo Masculino

El 32% del sexo masculino colecciona Música, el 8% Instrumentos Deportivos, el 6% Películas, el 6% otros (Botellas, canicas), el 2% Juegos y el 0% Farándula. **(Ver Tabla 28 Pág. 280)**

25. LEGALIDAD DE LOS OBJETOS COLECCIONADOS POR LOS ESTUDIANTES

Sexo Femenino

El 40% del sexo femenino colecciona objetos Originales, el 6% No le Interesa que sean originales o piratas, el 0% colecciona objetos Piratas. **(Ver Tabla 29 Pág. 281)**

Sexo Masculino

El 24% del sexo masculino No le Interesa que sean originales o piratas los objetos para coleccionar, el 18% coleccionan Piratas y el 12% Originales. **(Ver Tabla 29 Pág. 281)**

9.2.3. ANALISIS GENERAL DE LOS GRADOS 10 Y 11 DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA NORMAL SUPERIOR

1. EXPRESIONES ARTÍSTICAS PREFERIDAS POR LOS ESTUDIANTES



Gráfico 101. Expresiones artísticas preferidas de los estudiantes de los grados 10 y 11 de la Institución Educativa Normal Superior. 2007

El 31% de los estudiantes escoge la Música como expresión artística preferida, el 29% la Danza, el 14% La Pintura y Escultura, el 9% las Artesanías, el 7% el Teatro, el 4% Todas las Anteriores, el 3% el Séptimo Arte (Cine) y el 3% Ningunas de las Anteriores

2. FRECUENCIA CON QUE LOS ESTUDIANTES PRACTICAN LAS EXPRESIONES ARTÍSTICAS PREFERIDAS

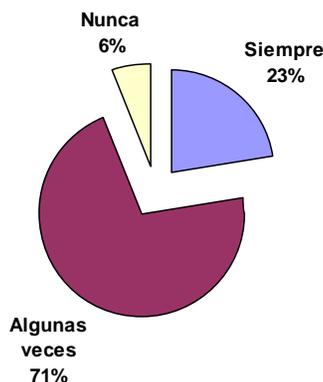


Gráfico 102. Frecuencia con que los estudiantes de los grados 10 y 11 de la Institución Educativa Normal Superior, practican las expresiones artísticas preferidas. 2007

El 71% de los estudiantes practica Algunas veces las expresiones artísticas preferidas, el 23% Siempre y el 6% Nunca la pone en práctica.

3. LUGARES FRECUENTADOS POR LOS ESTUDIANTES EN EL TIEMPO LIBRE

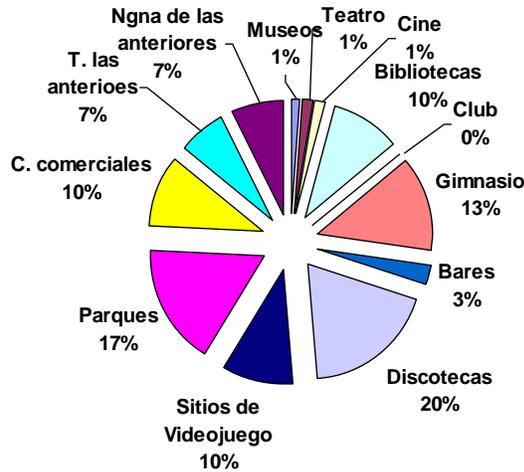


Gráfico 103. Lugares frecuentados por los estudiantes de los grados 10 y 11 de la Institución Educativa Normal Superior, en el tiempo libre. 2007

El 20% de los estudiantes frecuenta las Discotecas en el tiempo libre, el 17% los Parques, el 13% al Gimnasio, el 10% las Bibliotecas, el 10% los Sitios de Videojuegos, el 10% los Centros Comerciales, el 7% Todas las Anteriores, el 7% Ningunas de las anteriores, el 3% Bares, el 1% Museos, el 1% Teatro, el 1% Cine y el 0% Club.

4. RAZONES QUE EXPRESAN LOS ESTUDIANTES PARA FRECUENTAR DICHOS ESPACIOS

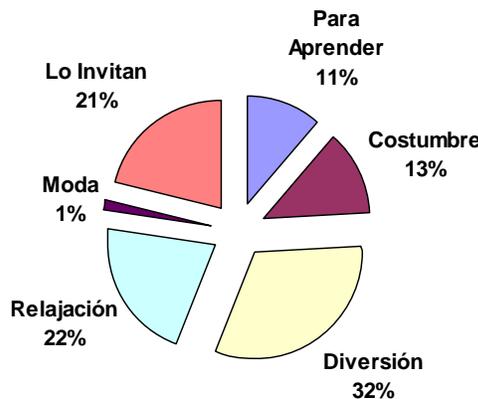


Gráfico 104. Razones que expresan los estudiantes de los grados 10 y 11 de la Institución Educativa Normal Superior, para frecuentar dichos lugares. 2007

El 32% de los estudiantes frecuenta dichos espacios por Diversión, el 22% por Relajación, el 21% porque lo (a) Invitan, el 13% por Costumbre, el 11% para Aprender y el 1% por Moda.

5. MEDIOS DE COMUNICACIÓN EMPLEADO POR LOS ESTUDIANTES EN EL TIEMPO LIBRE

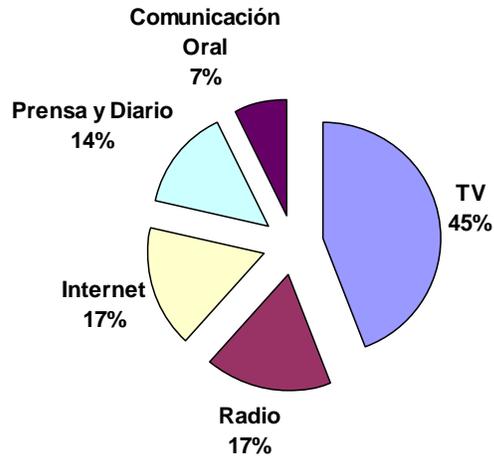


Gráfico 105. Medios de comunicación empleado por los estudiantes de los grados 10 y 11 de la Institución Educativa Normal Superior, en el tiempo libre. 2007

El 45% de los estudiantes ocupa en el tiempo libre la TV como medio de comunicación, el 17% la Radio, el 17% el Internet, el 14% la Prensa (Tiempo Espectador) y Diario (Huila, la Nación) y el 7% utiliza la Comunicación oral (Tertulias)

6. PERCEPCIONES DE LOS ESTUDIANTES SOBRE LAS ACTIVIDADES QUE REALIZA LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA, ADEMÁS DE LAS ACADÉMICAS

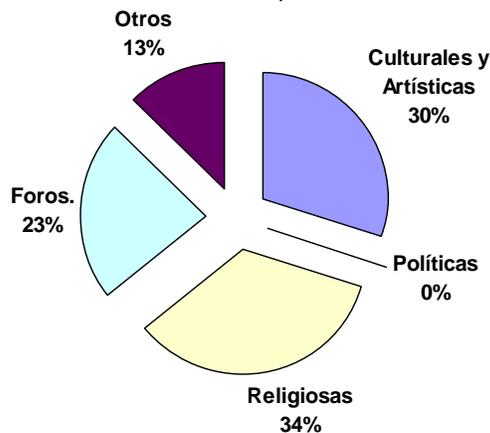


Gráfico 106. Percepciones de los Estudiantes sobre las actividades que realiza la Institución Educativa Normal Superior, además de las académicas. 2007

El 34% de los estudiantes afirma que la Institución Educativa realiza actividades Religiosas además de las académicas, el 30% Culturales y Artísticas, el 23% Foros, el 13% Otras (Concursos de Deletreo en Ingles, Encuentros Deportivos, Oratoria) y el 0% Políticas.

7. OPINIÓN DE LOS ESTUDIANTES SOBRE LAS PROPUESTAS DE LOS MAESTROS DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA, PARA CONSERVAR LA IDENTIDAD CULTURAL



Gráfico 107. Opinión de los estudiantes de los grados 10 y 11, sobre las propuestas de los maestros de la Institución Educativa Normal Superior, para conservar la Identidad Cultural. 2007

El 97% los estudiantes afirma que los maestros Si proponen proyectos para la conservación de la identidad cultural y el 3% dice No.

8. IDENTIFICACIÓN DE LOS PROYECTOS QUE PROPONEN LOS MAESTROS EN LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA

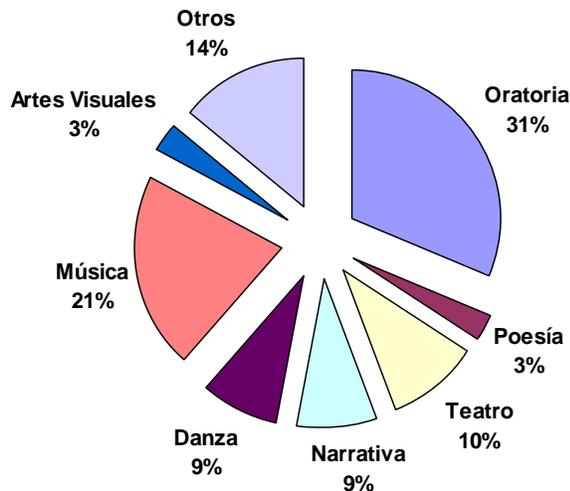


Gráfico 108. Identificación de los proyectos que proponen los maestros en la Institución Educativa Normal Superior. 2007

El 31% de los estudiantes afirma que los maestros proponen proyectos de Oratoria, el 21% de Música, el 14% Otros (Concursos de deletreo en Ingles, Foros Pedagógicos, Todas las anteriores), el 10% de Teatro, el 9% de Narrativa, el 9% de Danza, el 3% de Poesía y el 3% de Artes Visuales.

9. RECONOCIMIENTO POR ÁREAS DE LOS MAESTROS QUE MÁS PROPONEN PROYECTOS PARA LA CONSERVACIÓN DE LA IDENTIDAD CULTURAL

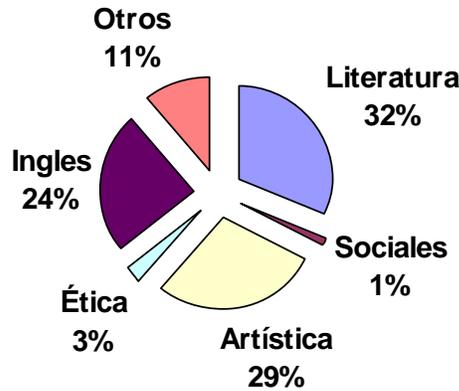


Gráfico 109. Reconocimiento por áreas de los maestros que más proponen proyectos para la conservación de la Identidad Cultural. 2007

El 32% de los estudiantes afirma que el maestro de Literatura propone más proyectos para conservar la identidad cultural, el 29% el de Artística, el 24% el de Ingles, el 11% Otros (Religión, Música, filosofía, pedagogía), el 3% el de Ética y el 1% el de Sociales.

10.USO DE LOS RECURSOS INSTITUCIONALES, POR PARTE DE LOS ESTUDIANTES PARA EL DESARROLLO DE LOS PROYECTOS CULTURALES

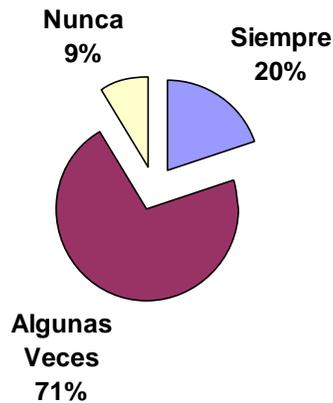


Gráfico 110. Uso de los recursos institucionales, por parte de los estudiantes de los grados 10 y 11 de la Institución Educativa Normal Superior, para el desarrollo de los proyectos Culturales. 2007

El 71% de los estudiantes utiliza Algunas Veces los recursos que ofrece la Institución Educativa para desarrollar los proyectos culturales, el 20% Siempre recurre a ellos y el 9% Nunca los utiliza.

**11. APOYO DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA PARA EL DESARROLLO DE LOS
PROYECTOS CULTURALES**



Gráfico 111. Apoyo de la Institución Educativa Normal Superior, para el desarrollo de los proyectos culturales. 2007

El 73% Los estudiantes afirma que la Institución Educativa Algunas Veces los apoya para el desarrollo de los proyectos culturales, un 26% Siempre y el 1% Nunca apoya el desarrollo de los proyectos culturales.

**12. MOTIVO PARA QUE LOS ESTUDIANTES PARTICIPEN EN LOS EVENTOS
CULTURALES REALIZADOS EN LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA**

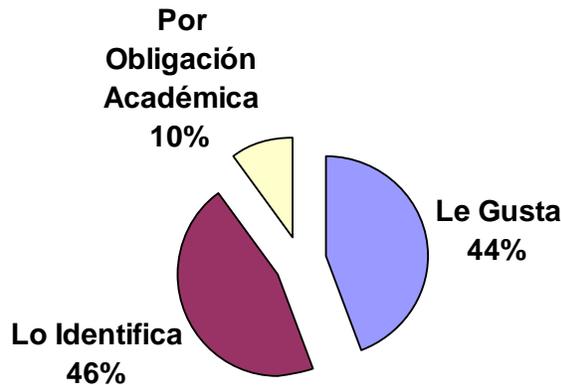


Gráfico 112. Motivo para que los estudiantes de los grados 10 y 11, participen en los eventos culturales realizados en la Institución Educativa Normal Superior. 2007

El 46% de los estudiantes participa en los eventos culturales programados por la Institución Educativa porque lo Identifica, el 44% le Gusta y el 10% por Obligación Académica.

13.OPINIÓN DE LOS ESTUDIANTES SOBRE LOS EVENTOS CULTURALES REALIZADOS POR LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA

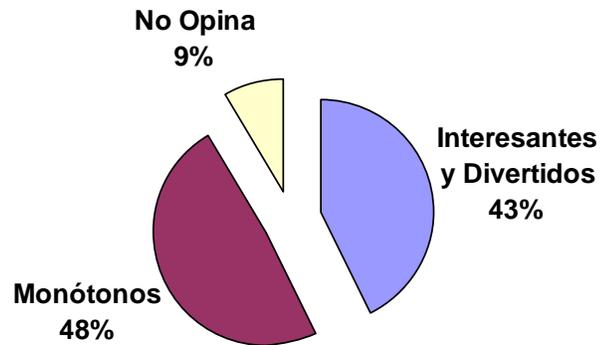


Gráfico 113. Opinión de los estudiantes de los grados 10 y 11, sobre los eventos culturales que realizados por la Institución Educativa Normal Superior. 2007

El 48% de los estudiantes opina que los eventos culturales realizados en la Institución Educativa son Monótonos, el 43% son Interesantes y divertidos y el 9% No opina.

14.LUGARES DE INTERÉS VISITADOS POR ESTUDIANTES Y PROFESORES DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA

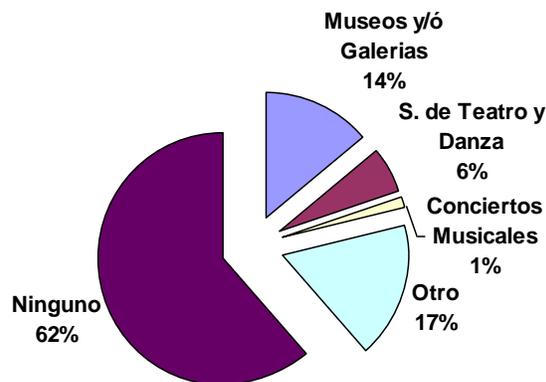


Gráfico 114. Lugares de Interés visitados por los estudiantes de los grados 10 y 11 y profesores de la Institución Educativa Normal Superior. 2007

El 62% de los estudiantes no ha visitado lugar cultural con los profesores de la Institución Educativa, el 17% ha visitado otros lugares (Pueblos de la región, Boyacá, Bogotá, sitios Turísticos), el 14% Museos y/o Galerías, el 6% Salas de Teatro/Danza y el 1% Conciertos Musicales.

15.FRECUENCIA CON QUE LOS ESTUDIANTES VISITAN LUGARES CULTURALES

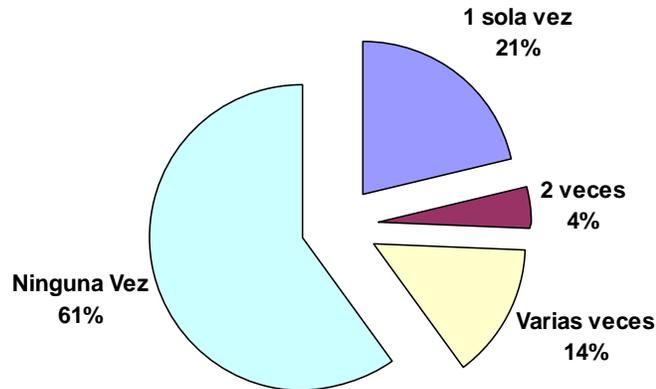


Gráfico 115. Frecuencia con que los estudiantes de los grados 10 y 11 de la Institución Educativa Normal Superior, visitan lugares culturales. 2007

El 61% de los estudiantes Ni una sola vez ha ido a lugares culturales con los profesores de la Institución Educativa, el 21% Una sola vez, el 14% Varias veces y el 4% Dos Veces.

16.MOTIVACIÓN REALIZADAS POR LOS ESTUDIANTES A OTRAS PERSONAS PARA VISITAR LUGARES CULTURALES

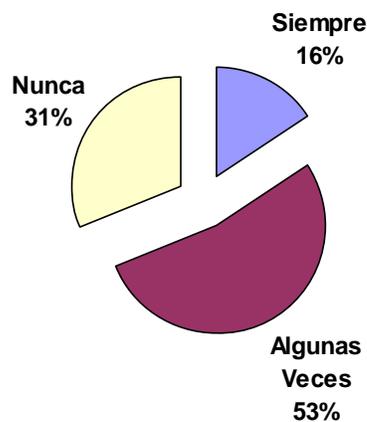


Gráfico 116. Motivación realizadas por los estudiantes de los grados 10 y 11 de la Institución Educativa Normal Superior, a otras personas a visitar lugares culturales. 2007

El 53% de los estudiantes invita y/o convida Algunas Veces a otras personas a visitar lugares culturales, el 31% Nunca lo ha hecho y el 16% que Siempre.

17. APORTES QUE BRINDAN LOS LUGARES CULTURALES A LOS ESTUDIANTES

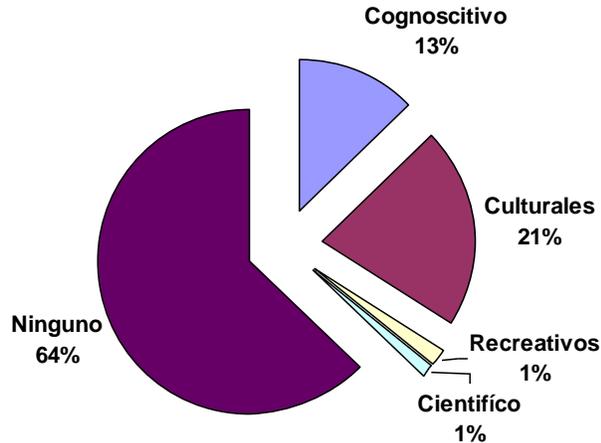


Gráfico 117. Aportes que brindan los lugares culturales a los estudiantes de los grados 10 y 11 de la Institución Educativa Normal Superior. 2007

El 64% de los estudiantes afirma que los lugares culturales no dejan Ningún aporte, el 21% Cultural, el 13% Cognoscitivo, el 1% Recreativo y el 1% Científico.

18. MOTIVACIÓN REALIZADAS POR LOS PROFESORES A LOS ESTUDIANTES PARA VISITAR LOS LUGARES CULTURALES

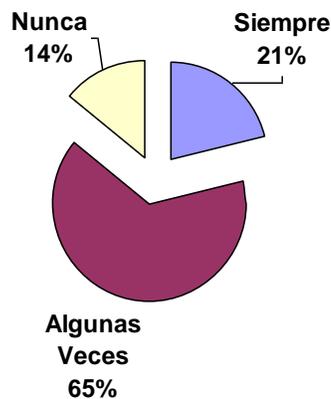


Gráfico 118. Motivación realizadas por los profesores a los estudiantes de los grados 10 y 11 de la Institución Educativa Normal Superior, para visitar los lugares culturales. 2007

El 65% de los estudiantes afirma que los profesores los motivan Algunas Veces a conocer lugares culturales, el 21% Siempre y el 14% Nunca lo han convalidado a asistir dichos lugares culturales.

19. PARTICIPACIÓN DE LOS ESTUDIANTES EN LAS ACTIVIDADES CULTURALES PROGRAMADAS POR EL MUNICIPIO Y LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS

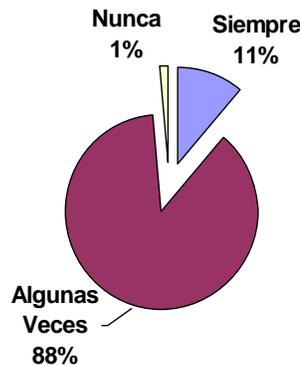


Gráfico 119. Participación de los estudiantes de los grados 10 y 11 de la I.E. Normal Superior, en las actividades culturales programadas por el Municipio y las Instituciones Educativas. 2007

El 88% de los estudiantes participa Algunas Veces en las actividades culturales programadas por el Municipio y las Instituciones Educativas, el 11% Siempre y el 1% Nunca ha participado en dichas actividades.

20. PREFERENCIAS DE LOS ESTUDIANTES, HACIA LOS EVENTOS CULTURALES PROGRAMADOS POR EL MUNICIPIO Y LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS

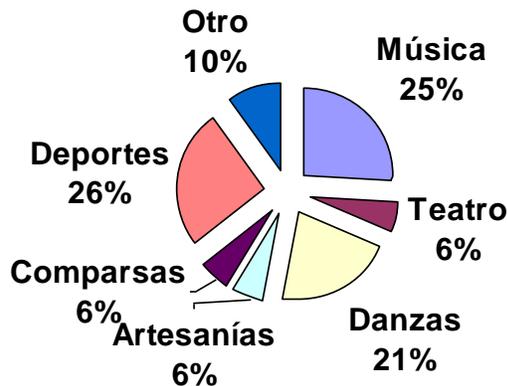


Gráfico 120. Preferencia de los estudiantes de los grados 10 y 11 de la I.E Normal Superior, hacia los eventos culturales programados por el Municipio y las Instituciones Educativas. 2007

EL 26% de los estudiantes escoge el Deporte como actividad predilecta entre los eventos culturales programadas por el Municipio y las Instituciones Educativas de Gigante, el 25% la Música, el 21% las Danzas, el 10% otros (Concurso de Oratoria, Periodismo, todas las anteriores, pintura y escultura), el 6% Teatro, el 6% las Artesanías y el 6% las Comparsas.

21.MANERA COMO PARTICIPAN LOS ESTUDIANTES EN LOS EVENTOS CULTURALES PROGRAMADOS POR EL MUNICIPIO Y LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS

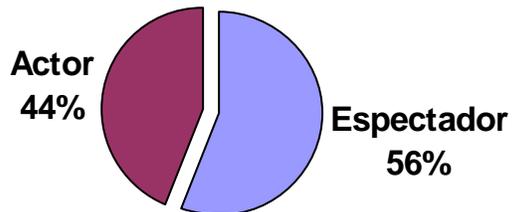


Gráfico 121. Manera como participan los estudiantes de los grados 10 y 11 de la I.E Normal Superior, en los eventos culturales programados por el Municipio y las Instituciones Educativas. 2007

El 56% de los estudiantes participa en los eventos culturales programados por el Municipio y las Instituciones Educativas como Espectador y el 44% como Actor.

22.FORMA DE ACOMPAÑAMIENTO DE LOS ESTUDIANTES EN LAS ACTIVIDADES CULTURALES PROGRAMADAS POR EL MUNICIPIO Y LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS

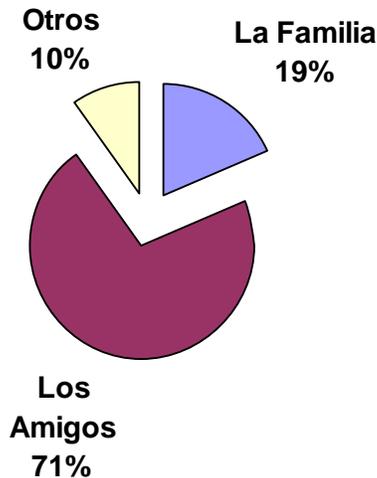


Gráfico 122. Forma de acompañamiento de los estudiantes de los grados 10 y 11 de la I.E Normal Superior, en las actividades culturales programados por el Municipio y las Instituciones Educativas. 2007

El 71% de los estudiantes va acompañado con los amigos (as) a las actividades culturales programadas por el Municipio y las Instituciones Educativas, el 19% con la Familia y el 10% con otros (Compañeros de estudio y trabajo).

23. DIFUSIÓN DE LOS HÁBITOS CULTURALES DE LOS ESTUDIANTES

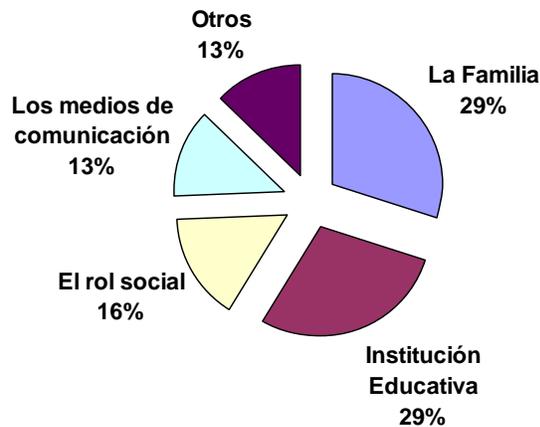


Gráfico 123. Difusión de los hábitos culturales de los estudiantes de los grados 10 y 11 de la Institución Educativa Normal Superior. 2007

El 29% de los estudiantes afirma que los hábitos culturales es difundido por la Familia, el 29% por la Institución Educativa, el 16% el Rol social (amigos-as), el 13% por los Medios de Comunicación y el 13% Otros (Maestros, Todos los anteriores).

24. IDENTIFICACIÓN DE LOS OBJETOS COLECCIONADOS POR LOS ESTUDIANTES

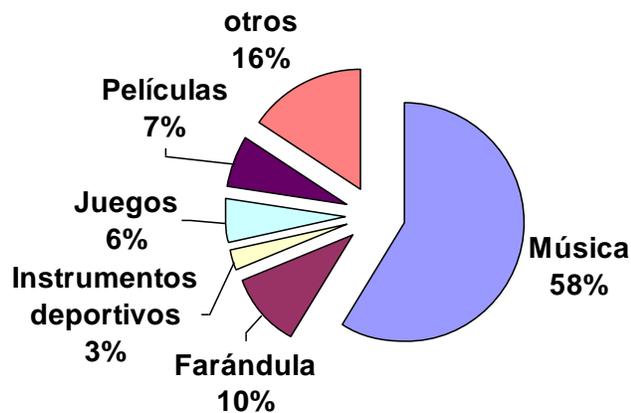


Gráfico 124. Identificación de los objetos coleccionados por los estudiantes de los grados 10 y 11 de la Institución Educativa Normal Superior. 2007

El 58% de los estudiantes colecciona Música, el 16% Otros (dibujos, libros de novela, cosméticos), el 10% Farándula, el 7% Películas, el 6% Juegos, el 3% Instrumentos Deportivos.

25. LEGALIDAD DE LOS OBJETOS COLECCIONADOS POR LOS ESTUDIANTES

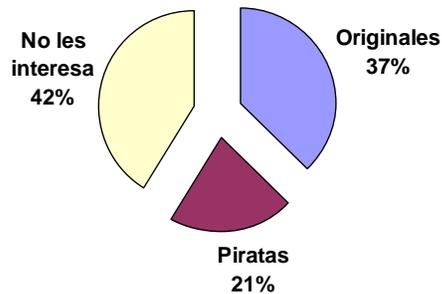


Gráfico 125. Legalidad de los objetos coleccionados por los estudiantes de los grados 10 y 11 de la I.E Normal Superior. 2007

El 42% de los estudiante No le Interesa que los objetos para coleccionar sean originales o piratas, el 37% colecciona objetos Originales y el 21% Piratas

9.2.3.1. ANALISIS DE RESULTADOS POR GÉNERO DE LOS GRADOS 10 Y 11 DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA NORMAL SUPERIOR

La población de los grados 10^o y 11^o de la Institución Educativa Normal Superior, el 81.5% es del sexo femenino y el 18.5% es del sexo masculino. 2007. A continuación se exponen los resultados para lo cual debemos tener en cuenta que cuando se escribe “sexo femenino” se refiere a las estudiantes y cuando se redacta “sexo masculino” estamos aludiendo a los estudiantes.

1. EXPRESIONES ARTÍSTICAS PREFERIDAS POR LOS ESTUDIANTES

Sexo Femenino

El 25.8% del sexo femenino escoge la Música como expresión artística preferida, el 25.8% la Danza, el 10% la Pintura y Escultura, el 8.6% las Artesanías, el 7.1% el Teatro, el 1.4% es Séptimo Arte (Cine), el 1.4% Todas las anteriores y el 1.4% Ninguna de las anteriores. **(Ver Tabla 5 Pág. 269)**

Sexo Masculino

El 5.7% del sexo masculino escoge la Música como expresión artística preferida, el 4.3% la Pintura y Escultura, el 2.9% la Danza, el 2.8% Todas las Anteriores, el 1.4% el Séptimo Arte (Cine), el 1.4% Ninguna de las anteriores, el 0% el Teatro y el 0% las Artesanías. **(Ver Tabla 5 Pág. 269)**

2. FRECUENCIA CON QUE LOS ESTUDIANTES PRACTICAN LAS EXPRESIONES ARTÍSTICAS PREFERIDAS

Sexo Femenino

El 60% del sexo femenino práctica Algunas Veces la expresión artística preferida, el 20% Siempre la pone en práctica y el 1.4% Nunca. **(Ver Tabla 6 Pág. 269)**

Sexo Masculino

El 11.4% del sexo masculino práctica Algunas Veces la expresión artística preferida, el 4.3% Nunca y el 2.9% Siempre la ponen en práctica. **(Ver Tabla 6 Pág. 269)**

3. LUGARES FRECUENTADOS POR LOS ESTUDIANTES EN EL TIEMPO LIBRE

Sexo Femenino

El 15.8% del sexo femenino frecuenta los Parques en el tiempo libre, el 14.3% en las Discotecas, el 12.9% en el Gimnasio, el 8.6% Centros Comerciales, el 7.5% Ninguna de las Anteriores, el 7.1% Todas las anteriores, el 7% Bibliotecas, el 2.9% Bares, el 1.4% Museos, el 1.4% el Teatro, el 1.4% el Cine, 1.4% Sitios de Videojuegos y el 0% el Club. **(Ver Tabla 7 Pág. 270)**

Sexo Masculino

El 8.6% del sexo masculino frecuenta los Sitios de Videojuegos, el 4.2% Discotecas, el 2.9% Bibliotecas, el 1.4% Parques, el 1.4% Centros Comerciales, el 0% Museos, el 0% Teatro, el 0% el Cine, el 0% el Club, el 0% Gimnasio, el 0% Bares, el 0% Todas las Anteriores y el 0% Ninguna de las anteriores. **(Ver Tabla 7 Pág. 270)**

4. RAZONES QUE EXPRESAN LOS ESTUDIANTES PARA FRECUENTAR DICHOS ESPACIOS

Sexo Femenino

El 21.4% del sexo femenino frecuenta los lugares porque la Invitan, el 20% por Relajación, el 17.14% por Diversión, el 11.43% por Costumbre, el 10% para Aprender y el 1.43% por Moda. **(Ver Tabla 8 Pág. 270)**

Sexo Masculino

El 14.3% del sexo masculino frecuenta los lugares por Diversión, el 1.43% para Aprender, el 1.43% por Costumbre, el 1.43% por Relajación, el 0% por Moda y el 0% porque lo Invitan. **(Ver Tabla 8 Pág. 270)**

5. MEDIOS DE COMUNICACIÓN EMPLEADO POR LOS ESTUDIANTES EN EL TIEMPO LIBRE

Sexo Femenino

El 32.9% del sexo femenino utiliza como medio de comunicación la TV en el tiempo libre, el 17.1% la Radio, el 14.3% la Prensa (Tiempo, Espectador) y Diario (Huila, la Nación), el 12.9% el Internet y el 4.3% la Comunicación Oral (Tertulias) **(Ver Tabla 9 Pág. 271)**

Sexo Masculino

El 11.4% del sexo masculino utiliza como medio de comunicación la TV en el tiempo libre, el 4.3% el Internet, el 2.9% la Comunicación Oral (Tertulias), el 0% la Radio y el 0% la Prensa (Tiempo, Espectador) y Diario (del Huila, la Nación) **(Ver Tabla 9 Pág. 271)**

6. PERCEPCIONES DE LOS ESTUDIANTES SOBRE LAS ACTIVIDADES QUE REALIZA LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA, ADEMÁS DE LAS ACADÉMICAS

Sexo Femenino

El 27.1% del sexo femenino afirma que la Institución Educativa realiza actividades Religiosas además de las académicas, el 24.3% que Culturales y Artísticas, el 20% Foros, el 10% Otras (Concursos de Deletreo en Ingles, Encuentros Deportivos, Oratoria) y el 0% Políticas. **(Ver Tabla 10 Pág. 271)**

Sexo Masculino

El 7.1% del sexo masculino afirma que la Institución Educativa realiza actividades Religiosas además de las académicas, el 5.7% que Culturales y Artísticas, el 2.9% Foros, el 2.9% Otras (Encuentros Deportivos) y el 0% Políticas. **(Ver Tabla 10 Pág. 271)**

7. OPINIÓN DE LOS ESTUDIANTES SOBRE LAS PROPUESTAS DE LOS MAESTROS DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA, PARA CONSERVAR LA IDENTIDAD CULTURAL

Sexo Femenino

El 78.6% del sexo femenino afirma que los maestros Si proponen proyectos para la conservación de la identidad cultural y el 2.9% No. **(Ver Tabla 11 Pág. 272)**

Sexo Masculino

El 18.6% del sexo masculino afirma que los maestros Si proponen proyectos para la conservación de la identidad cultural y el 0% No. **(Ver Tabla 11 Pág. 272)**

8. IDENTIFICACIÓN DE LOS PROYECTOS QUE PROPONEN LOS MAESTROS EN LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA

Sexo Femenino

El 27% del sexo femenino afirma que los maestros proponen proyectos de Oratoria, el 15.7% de Música, el 12.8% Otros (Deletreo de Ingles, Foros Pedagógicos, Todas las Anteriores), el 8.6% de Teatro, el 7% Narrativa, el 4.3% de Danza, el 2.8% Poesía y el 2.5% de Artes Visuales **(Ver Tabla 12 Pág. 272)**

Sexo Masculino

El 5.7% del sexo masculino afirma que los maestros proponen proyectos de Música, el 4.3% de Oratoria, el 4.3% de Danza, el 1.4% de Teatro, 1.4% Narrativa, el 1.4% Otros (Deletreo de Ingles, Todas las Anteriores), el 0% Poesía y el 0% de Artes Visuales. **(Ver Tabla 12 Pág. 272)**

9. RECONOCIMIENTO POR ÁREAS DE LOS MAESTROS QUE MÁS PROPONEN PROYECTOS PARA LA CONSERVACIÓN DE LA IDENTIDAD CULTURAL

Sexo Femenino

El 27% del sexo femenino afirma que el maestro de Literatura es el que proponen más proyectos para conservar la identidad cultural, el 21.4% el de Ingles, el 20% el de Artística, el 11.4% Otros (Religión, Música, Filosofía, Pedagogía, todas los anteriores), el 1.4% el de Sociales y el 0% el de Ética. **(Ver Tabla 13 Pág. 273)**

Sexo Masculino

El 8.6% del sexo masculino afirma que el maestro de artística es el que proponen más proyectos para conservar la identidad cultural, el 4.3% el de Literatura, el 2.9% el de Ética, el 2.8% el de Ingles, el 0% el de Sociales y el 0% Otros. **(Ver Tabla 13 Pág. 273)**

10. USO DE LOS RECURSOS INSTITUCIONALES, POR PARTE DE LOS ESTUDIANTES PARA EL DESARROLLO DE LOS PROYECTOS CULTURALES

Sexo Femenino

El 58.6% del sexo femenino utiliza Algunas Veces los recursos que ofrece la Institución Educativa para desarrollar los proyectos, el 15.7% Siempre recurre a ellos y el 7.1% Nunca. **(Ver Tabla 14 Pág. 273)**

Sexo Masculino

El 12.9% del sexo masculino utiliza Algunas Veces los recursos que ofrece la Institución Educativa para desarrollar los proyectos, el 4.3% Siempre recurre a ellos y el 1.4% Nunca. **(Ver Tabla 14 Pág. 273)**

11. APOYO DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA PARA EL DESARROLLO DE LOS PROYECTOS CULTURALES

Sexo Femenino

El 58.6% del sexo femenino afirma que la Institución Educativa Algunas Veces apoya el desarrollo de los proyectos culturales, el 21% Siempre y el 1.4% Nunca ha recibido apoyo por parte de la Institución. **(Ver Tabla 15 Pág. 274)**

Sexo Masculino

El 14.3% del sexo masculino afirma que la Institución Educativa Algunas Veces apoya el desarrollo de los proyectos culturales, el 4.3% Siempre y el 0% Nunca ha recibido apoyo por parte de la Institución. **(Ver Tabla 15 Pág. 274)**

12. MOTIVO PARA QUE LOS ESTUDIANTES PARTICIPEN EN LOS EVENTOS CULTURALES REALIZADOS EN LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA

Sexo Femenino

El 40% del sexo femenino participa en los eventos culturales realizados en la Institución Educativa porque lo Identifica, el 37% porque le Gusta y el 4.3% por Obligación Académica. **(Ver Tabla 16 Pág. 274)**

Sexo Masculino

El 7% del sexo masculino participa en los eventos culturales realizados en la Institución Educativa porque le Gusta, el 5.7% porque lo Identifica y el 5.7% por Obligación Académica. **(Ver Tabla 16 Pág. 274)**

13. OPINIÓN DE LOS ESTUDIANTES SOBRE LOS EVENTOS CULTURALES REALIZADOS POR LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA

Sexo Femenino

El 47% del sexo femenino opina que los eventos culturales realizados en la Institución Educativa son Monótonos, el 30% Interesantes y divertidas y el 4.3% No Opina. **(Ver Tabla 17 Pág. 275)**

Sexo Masculino

El 12.6% del sexo masculino opina que los eventos culturales realizados en la Institución Educativa son Interesantes, el 4.3% No Opina y el 1.4% son Monótonos. **(Ver Tabla 17 Pág. 275)**

14. LUGARES DE INTERÉS VISITADOS POR ESTUDIANTES Y PROFESORES DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA

Sexo Femenino

El 48.6% del sexo femenino no ha Visitado lugar cultural alguno con los profesores de la Institución Educativa, el 14.3% Otros lugares (Sitios Turísticos, Boyacá, Bogotá), el 11.4% Museos y Galerías, el 5.7% Salas de Teatro y Danza y el 1.4% Conciertos Musicales. **(Ver Tabla 18 Pág. 275)**

Sexo Masculino

El 12.9% del sexo masculino no ha Visitado lugar cultural alguno con los profesores de la Institución Educativa, el 2.9% Museos y Galerías, el 2.8% Otros lugares (Pueblos de la Región del Huila), el 0% Salas de Teatro y Danza y el 0% Conciertos Musicales. **(Ver Tabla 18 Pág. 275)**

15. FRECUENCIA CON QUE LOS ESTUDIANTES VISITAN LUGARES CULTURALES

Sexo Femenino

El 48.6% de sexo femenino Ni una sola vez han ido a lugares culturales con los maestros de la Institución Educativa, el 17% Una sola Vez, el 12.9% Varias Veces y el 2.9% dos Veces. **(Ver Tabla 19 Pág. 276)**

Sexo Masculino

El 11.4% de sexo masculino Ni una sola vez han ido a lugares culturales con los maestros de la Institución Educativa, el 4.3% Una sola Vez, 1.5% dos Veces y 1.4% Varias Veces. **(Ver Tabla 19 Pág. 276)**

16. MOTIVACIÓN REALIZADAS POR LOS ESTUDIANTES A OTRAS PERSONAS PARA VISITAR LUGARES CULTURALES

Sexo Femenino

El 45.8% del sexo femenino convida Algunas veces a otras personas a conocer lugares culturales, el 24.3% Nunca y el 11.4% Siempre motiva a las personas a visitar dichos lugares. **(Ver Tabla 20 Pág. 276)**

Sexo Masculino

El 7.1% del sexo masculino convida Algunas veces a otras personas a conocer lugares culturales, el 7.1% Nunca y el 4.3% Siempre motiva a las personas a visitar dichos lugares. **(Ver Tabla 20 Pág. 276)**

17. APORTES QUE BRINDAN LOS LUGARES CULTURALES A LOS ESTUDIANTES

Sexo Femenino

El 50% del sexo femenino afirma que los lugares culturales no dejan Ningún aporte alguno, el 18.6% Cultural, el 10% Cognoscitivo, el 1.4% Recreativo y el 1.4% Científico. **(Ver Tabla 21 Pág. 277)**

Sexo Masculino

El 12.9% del sexo masculino afirma que los lugares culturales no dejan aporte alguno, el 2.9% Cultural, el 2.9% Cognoscitivo, el 0% Recreativo y el 0% Científico. **(Ver Tabla 21 Pág. 277)**

18. MOTIVACIÓN REALIZADAS POR LOS PROFESORES A LOS ESTUDIANTES PARA VISITAR LOS LUGARES CULTURALES

Sexo Femenino

El 51.4% del sexo femenino afirma que los maestros Algunas Veces los motiva a conocer sitios culturales, el 17% Siempre y el 12.9% Nunca lo ha motivado a conocer dichos lugares **(Ver Tabla 22 Pág. 277)**

Sexo Masculino

El 12.9% del sexo masculino afirma que los maestros Algunas Veces los motiva a conocer sitios culturales, el 4.3% Siempre y el 1.4% Nunca lo ha motivado a conocer dichos lugares. **(Ver Tabla 22 Pág. 277)**

**19. PARTICIPACIÓN DE LOS ESTUDIANTES EN LAS ACTIVIDADES CULTURALES
PROGRAMADAS POR EL MUNICIPIO Y LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS**

Sexo Femenino

El 72.9% del sexo femenino participa Algunas Veces en las actividades culturales programadas por el Municipio y las Instituciones Educativas, el 8.6% Siempre asiste a estos eventos culturales y el 0% nunca ha participado en estas actividades. **(Ver Tabla 23 Pág. 278)**

Sexo Masculino

El 14.3% del sexo masculino participa Algunas Veces en las actividades culturales programadas por el Municipio y las Instituciones Educativas, el 2.9% Siempre asiste a estos eventos culturales y el 1.3% nunca ha participado en estas actividades. **(Ver Tabla 23 Pág. 278)**

**20. PREFERENCIAS DE LOS ESTUDIANTES, HACIA LOS EVENTOS CULTURALES
PROGRAMADOS POR EL MUNICIPIO Y LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS**

Sexo Femenino

El 22.9% del sexo femenino escoge la Música como actividad predilecta entre los eventos culturales programados por el Municipio y las Instituciones Educativas de Gigante, el 20% las Danzas, el 15.7% los Deportes, el 10% Otros (Concurso de Oratoria, Pintura y escultura, periodismo, todas las anteriores), el 5.7% las Artesanías, el 4.3% el Teatro y el 2.9% las Comparsas. **(Ver Tabla 24 Pág. 278)**

Sexo Masculino

El 10% del sexo masculino escoge los Deportes como actividad predilecta entre los eventos culturales programados por el Municipio y las Instituciones Educativas de Gigante, el 2.9% las Comparsas, el 2.8% la Música, el 1.4% el Teatro, el 1.4% las Danzas, el 0% las Artesanías y el 0% Otros. **(Ver Tabla 24 Pág. 278)**

**21. MANERA COMO PARTICIPAN LOS ESTUDIANTES EN LOS EVENTOS
CULTURALES PROGRAMADOS POR EL MUNICIPIO Y LAS INSTITUCIONES
EDUCATIVAS**

Sexo Femenino

El 48.6% de sexo femenino participa en los eventos culturales programados por el Municipio y las Instituciones Educativas como Espectador y el 32.9%% como Actor. **(Ver Tabla 25 Pág. 279)**

Sexo Masculino

El 11.4% de sexo Masculino participa en los eventos culturales programados por el Municipio y las Instituciones Educativas como Actor y el 7.1% como Espectador. **(Ver Tabla 25 Pág. 279)**

22. FORMA DE ACOMPAÑAMIENTO DE LOS ESTUDIANTES EN LAS ACTIVIDADES CULTURALES PROGRAMADAS POR EL MUNICIPIO Y LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS

Sexo Femenino

El 57.1% del sexo femenino va acompañada con las Amigas (os) a las actividades culturales programadas por el Municipio y las Instituciones Educativas, el 15.7% con la Familia y el 8.6% Otros (Compañeros de Estudio y trabajo). **(Ver Tabla 26 Pág. 279)**

Sexo Masculino

El 14.3% del sexo masculino va acompañados con los Amigos (os) a las actividades culturales programadas por el Municipio y las Instituciones Educativas, el 2.9% con la Familia y el 1.4% Otros (Compañeros de trabajo) **(Ver Tabla 26 Pág. 279)**

23. DIFUSIÓN DE LOS HÁBITOS CULTURALES DE LOS ESTUDIANTES

Sexo Femenino

El 25.7% del sexo femenino afirma que los hábitos culturales es difundido por la Familia, el 24.3% por la Institución Educativa, el 11.5% por el Rol social (amigos-as), el 10% por los Medios de Comunicación y el 10% por otros (Maestros, todos los anteriores). **(Ver Tabla 27 Pág. 280)**

Sexo Masculino

El 4.3% del sexo masculino afirma que los hábitos culturales es difundido por la Familia, el 4.3% por la Institución Educativa, el 4.3% por el Rol social (amigos-as), el 2.8% por los Medios de Comunicación y el 2.8% por otros (Maestros, todos los anteriores). **(Ver Tabla 27 Pág. 280)**

24. IDENTIFICACIÓN DE LOS OBJETOS COLECCIONADOS POR LOS ESTUDIANTES

Sexo Femenino

El 50% del sexo femenino colecciona Música, el 11% Otros (Dibujos, libros, Cosméticos), el 10% Farándula, el 5.7% Películas, el 2.9% Instrumentos Deportivos y el 1.4% Juegos. **(Ver Tabla 28 Pág. 280)**

Sexo Masculino

El 8.6% del sexo masculino colecciona Música, el 4.3% Juegos, el 4.3% Otros (libros), el 1.4% Películas, el 0% Farándula y 0% Instrumentos Deportivos. **(Ver Tabla 28 Pág. 280)**

25. LEGALIDAD DE LOS OBJETOS COLECCIONADOS POR LOS ESTUDIANTES

Sexo Femenino

El 32.9% del sexo femenino colecciona objetos Originales, el 32.9% No le Interesa que sean originales o piratas y el 15.7% los objetos son Piratas. **(Ver Tabla 29 Pág. 281)**

Sexo Masculino

El 8.6% del sexo masculino No le Interesa que los objetos para coleccionar sean originales o piratas, el 5.7% los objetos adquiridos son Piratas y el 4.3% son Originales. **(Ver Tabla 29 Pág. 281)**

9.2.4. ANALISIS GENERAL DE LOS GRADOS 10 Y 11 DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA JORGE ELICER GAITÁN

1. EXPRESIONES ARTÍSTICAS PREFERIDAS POR LOS ESTUDIANTES

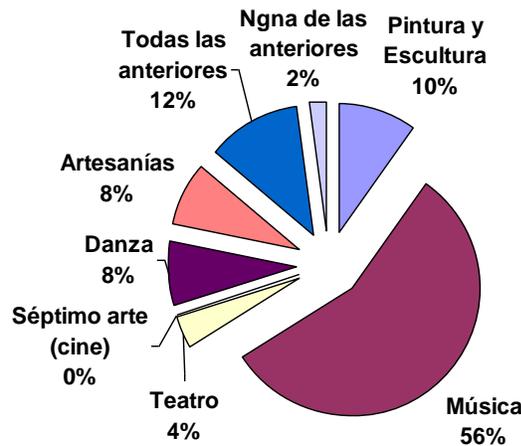


Gráfico 126. Expresiones artísticas preferidas de los estudiantes de los grados 10 y 11 de la Institución Educativa Jorge Eliécer Gaitán. 2007

El 56% de los estudiantes prefiere la Música como expresión artística preferida, el 12% Todas las anteriores, el 10% la Pintura y Escultura, el 8% escoge la Danza, el 8% las Artesanías, el 4% el Teatro, el 2% Ninguna de anteriores y el 0% el Séptimo Arte (Cine).

2. FRECUENCIA CON QUE LOS ESTUDIANTES PRACTICAN LAS EXPRESIONES ARTÍSTICAS PREFERIDAS

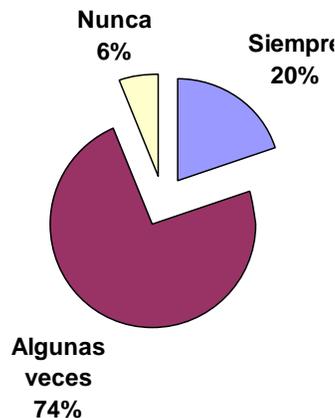


Gráfico 127. Frecuencia con la que los estudiantes de los grados 10 y 11 de la Institución Educativa Jorge Eliécer Gaitán practican las expresiones artísticas preferidas. 2007

El 74% de los estudiantes Algunas Veces practica las actividades artísticas preferidas, el 20% Siempre y el 6% Nunca la pone en práctica.

LOS CONSUMOS ARTÍSTICOS DE LOS JOVENES DE LAS ÁREA URBANA Y RURAL DEL MUNICIPIO DE GIGANTE. 2007

PAULA ANDREA SERRANO BERMÚDEZ

3. LUGARES FRECUENTADOS POR LOS ESTUDIANTES EN EL TIEMPO LIBRE

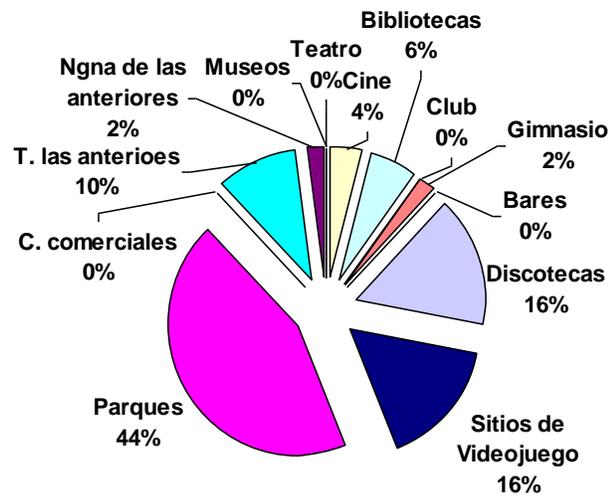


Gráfico 128. Lugares frecuentados por los estudiantes de los grados 10 y 11 de la Institución Educativa Jorge Eliécer Gaitán, en el tiempo libre. 2007

El 44% de los estudiantes frecuenta los Parques en el tiempo libre, el 16% las Discotecas, el 16% los Sitios de Videojuegos, el 10% Todas las anteriores, el 6% las Bibliotecas, el 4% el Cine, el 2% el Gimnasio, el 2% Ningunas de las anteriores, el 0% los Museos, el 0% el Teatro, el 0% el Club, el 0% los Bares y el 0% a los Centros comerciales.

4. RAZONES QUE EXPRESAN LOS ESTUDIANTES PARA FRECUENTAR DICHOS ESPACIOS

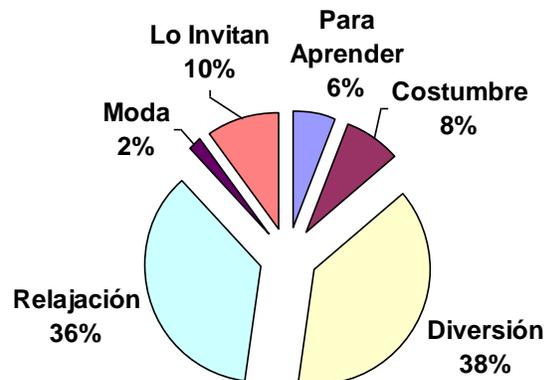


Gráfico 129. Razones que expresan los estudiantes de los grados 10 y 11 de la Institución Educativa Jorge Eliécer Gaitán, para frecuentar dichos espacios. 2007

El 38% de los estudiantes visita los lugares por Diversión, el 36% por Relajación, el 10% porque lo (a) Invitan, el 8% por Costumbre, 6 % para Aprender y 2% por Moda.

5. MEDIOS DE COMUNICACIÓN EMPLEADO POR LOS ESTUDIANTES EN EL TIEMPO LIBRE

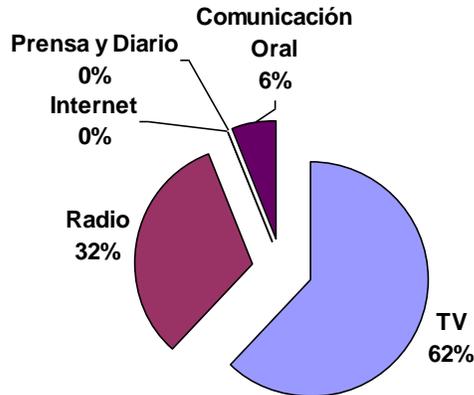


Gráfico 130. Medios de comunicación empleado por los estudiantes de los grados 10 y 11 de la Institución Educativa Jorge Eliécer Gaitán, en el tiempo libre. 2007

El 62% de los estudiantes utiliza como medio de comunicación la TV en el tiempo libre, el 32% la Radio, el 6% utiliza la Comunicación oral (Tertulias), el 0% el Internet y el 0% la Prensa (Tiempo y Espectador) y Diario (Huila, la Nación)

6. PERCEPCIONES DE LOS ESTUDIANTES SOBRE LAS ACTIVIDADES QUE REALIZA LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA, ADEMÁS DE LAS ACADÉMICAS

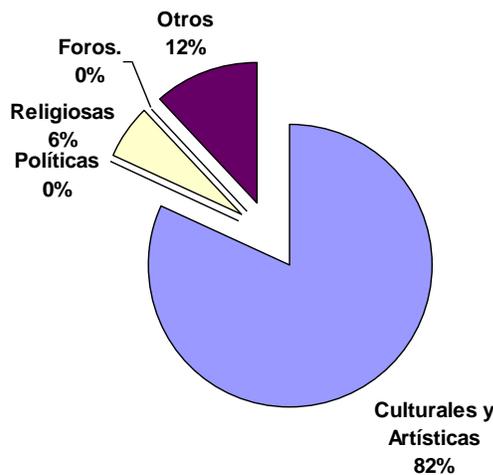


Gráfico 131. Percepciones de los Estudiantes sobre las actividades que realiza la Institución Educativa Jorge Eliécer Gaitán, además de las Académicas. 2007

El 82% de los estudiantes afirma que la Institución Educativa realiza actividades Culturales y Artísticas además de las académicas, el 12% Otras (Encuentros deportivos), el 6% Religiosas, el 0% Políticas y el 0% Foros.

7. OPINIÓN DE LOS ESTUDIANTES SOBRE LAS PROPUESTAS DE LOS MAESTROS DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA, PARA CONSERVAR LA IDENTIDAD CULTURAL

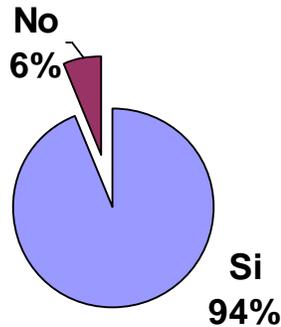


Gráfico 132. Opinión de los estudiantes de los grados 10 y 11, sobre las propuestas de los maestros de la Institución Educativa Jorge Eliécer Gaitán, para conservar la identidad cultural. 2007

El 94% los estudiantes afirma que los maestros Si proponen proyectos para conservar la identidad cultural y el 6% dice No.

8. IDENTIFICACIÓN DE LOS PROYECTOS QUE PROPONEN LOS MAESTROS EN LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA

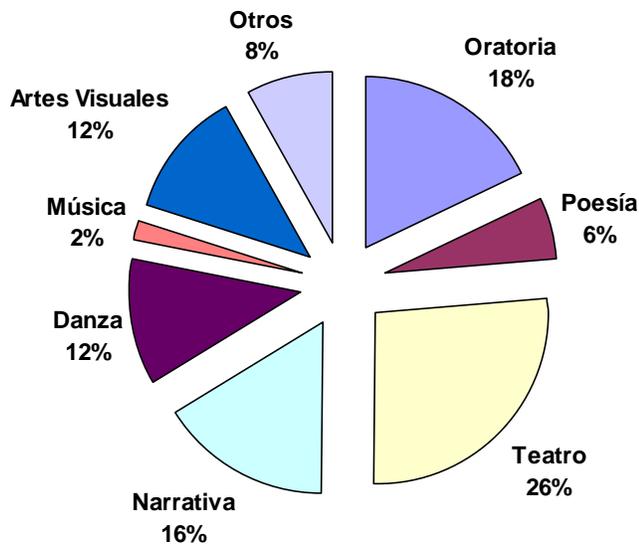


Gráfico 133. Identificación de los proyectos que proponen los maestros en la Institución Educativa Jorge Eliécer Gaitán. 2007

El 26% de los estudiantes afirma que los maestros proponen proyectos de Teatro, el 18% Oratoria, el 16% de Narrativa, el 12% Danza, el 12% de Artes Visuales, el 8% Otros (Deporte, Medio Ambiente), el 6% Poesía y el 2% de Música.

9. RECONOCIMIENTO POR ÁREAS DE LOS MAESTROS QUE MÁS PROPONEN
PROYECTOS PARA LA CONSERVACIÓN DE LA IDENTIDAD CULTURAL

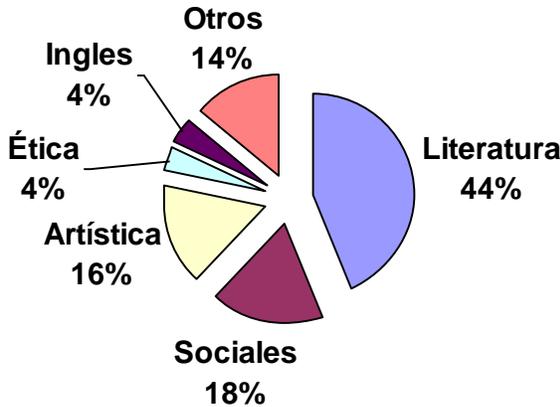


Gráfico 134. Reconocimiento por áreas de los maestros que más proponen proyectos para la conservación de la Identidad Cultural. 2007

El 44% de los estudiantes afirma que el maestro de Literatura es el que más propone proyectos para conservar la identidad cultural, el 18% el de Sociales, el 16% el de Artística, el 14% Otros (Educación Física, religión), el 4% el de Ética y el 4% el de Inglés.

10. USO DE LOS RECURSOS INSTITUCIONALES, POR PARTE DE LOS
ESTUDIANTES PARA EL DESARROLLO DE LOS PROYECTOS CULTURALES

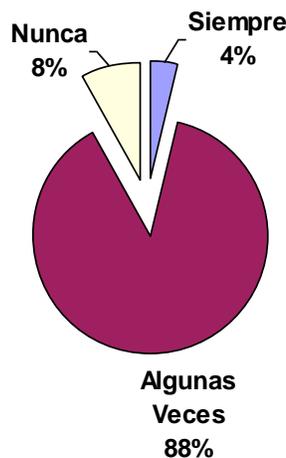


Gráfico 135. Uso de los recursos Institucionales, por parte de los estudiantes de los grados 10 y 11 de la Institución Educativa Jorge Eliécer Gaitán, para el desarrollo de los proyectos culturales. 2007

El 88% de los estudiantes utiliza Algunas Veces los recursos que ofrece la Institución Educativa para desarrollar los proyectos culturales, el 8% Nunca los utiliza y el 4% Siempre recurre a ellos.

**11. APOYO DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA PARA EL DESARROLLO DE LOS
PROYECTOS CULTURALES**

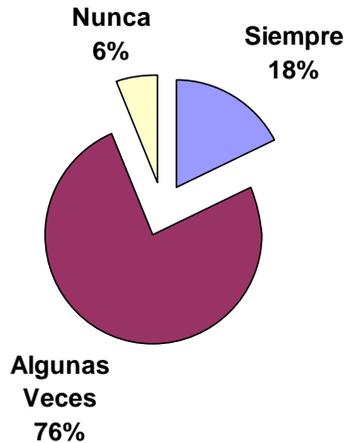


Gráfico 136. Apoyo de la Institución Educativa Jorge Eliécer Gaitán, para el desarrollo de los proyectos culturales. 2007

El 76% de los estudiantes afirma que Algunas Veces la Institución Educativa apoya el desarrollo de los proyectos culturales, el 18% Siempre y el 6% Nunca recibe apoyo por parte de la Institución para la ejecución de los proyectos.

**12. MOTIVO PARA QUE LOS ESTUDIANTES PARTICIPEN EN LOS EVENTOS
CULTURALES REALIZADOS EN LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA**

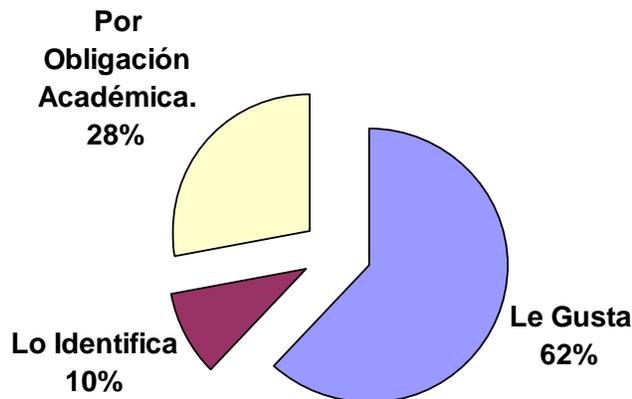


Gráfico 137. Motivo para que los estudiantes de los grados 10 y 11, participen en los eventos culturales realizados en la Institución Educativa Jorge Eliécer Gaitán. 2007

El 62% de los estudiantes participa en los eventos culturales realizados en la Institución Educativa porque le Gusta, el 28% por Obligación Académica y el 10% porque lo Identifica.

13. OPINIÓN DE LOS ESTUDIANTES SOBRE LOS EVENTOS CULTURALES REALIZADOS POR LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA

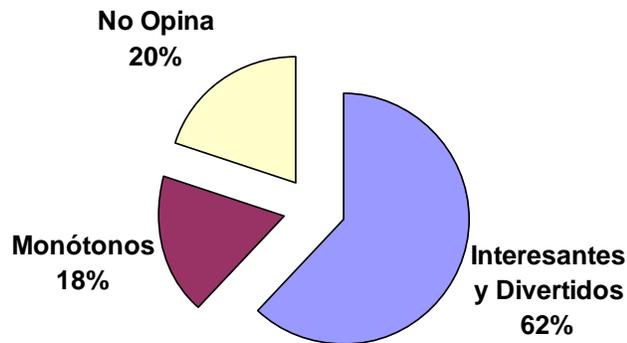


Gráfico 138. Opinión de los estudiantes de los grados 10 y 11, sobre los eventos culturales realizados por la Institución Educativa Jorge Eliécer Gaitán. 2007

El 62% de los estudiantes opina que los eventos culturales realizados en la Institución Educativa son Interesantes y Divertidos, el 20% No Opina y el 18% son Monótonos.

14. LUGARES DE INTERÉS VISITADOS POR ESTUDIANTES Y PROFESORES DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA

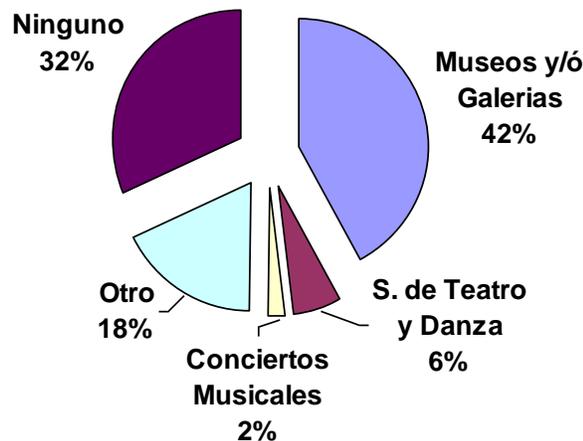


Gráfico 139. Lugares de interés visitados por los estudiantes de los grados 10 y 11 y profesores de la Institución Educativa Jorge Eliécer Gaitán. 2007

El 42% de los estudiantes ha visitado con los profesores Museos y/o Galerías, el 32% no ha visitado lugar cultural alguno con los maestros, el 18% ha ido a otros lugares (Centros Turísticos), el 6% Salas de Teatro - Danza y el 2% Conciertos Musicales.

15.FRECUENCIA CON QUE LOS ESTUDIANTES VISITAN LUGARES CULTURALES

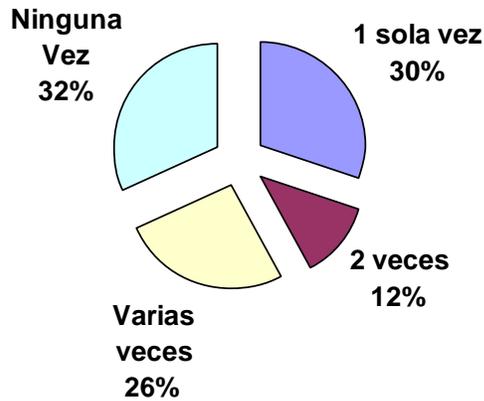


Gráfico 140. Frecuencia con que los estudiantes de los grados 10 y 11 de la Institución Educativa Jorge Eliécer Gaitán, visitan lugares culturales. 2007

El 32% de los estudiantes no ha visitado lugar cultural alguno con los profesores de la Institución Educativa, el 30% ha visitado el lugar Una sola vez, el 26% Varias veces y el 12% Dos veces.

16.MOTIVACIÓN REALIZADAS POR LOS ESTUDIANTES A OTRAS PERSONAS PARA VISITAR LUGARES CULTURALES

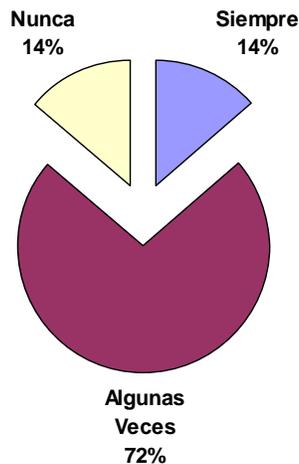


Gráfico 141. Motivación realizadas por los estudiantes de los grados 10 y 11 de la Institución Educativa Jorge Eliécer Gaitán, a otras personas para visitar lugares culturales. 2007

El 72% de los estudiantes Algunas Veces invita y/o convida a otras personas a conocer sitios culturales, el 14% Siempre convida a otras personas a visitar dichos lugares y el 14% Nunca.

17. APORTES QUE BRINDAN LOS LUGARES CULTURALES A LOS ESTUDIANTES

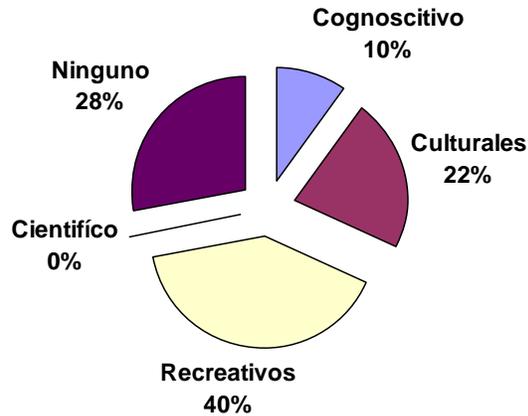


Gráfico 142. Aportes que brindan los lugares culturales a los estudiantes de los grados 10 y 11 de la Institución Educativa Jorge Eliécer Gaitán. 2007

El 40% de los estudiantes afirma que el aporte que brinda el lugar visitado es Recreativo, el 28% Ninguno, el 22% Cultural, el 10% Cognoscitivo y el 0% Científico.

18. MOTIVACIÓN REALIZADAS POR LOS PROFESORES A LOS ESTUDIANTES PARA VISITAR LOS LUGARES CULTURALES



Gráfico 143. Motivación realizadas por los profesores a los estudiantes de los grados 10 y 11 de la Institución Educativa Jorge Eliécer Gaitán, para visitar los lugares culturales. 2007

El 58% de los estudiantes afirma que Algunas Veces los profesores los motivan a conocer sitios culturales, el 32% Siempre y el 10% Nunca lo han convido a visitar dichos lugares.

19. PARTICIPACIÓN DE LOS ESTUDIANTES EN LAS ACTIVIDADES CULTURALES PROGRAMADAS POR EL MUNICIPIO Y LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS

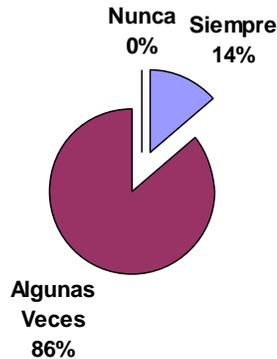


Gráfico 144. Participación de los estudiantes de los grados 10 y 11 de la Institución Educativa Jorge Eliécer Gaitán, en las actividades culturales programadas por el Municipio y las Instituciones Educativas. 2007

El 86% de los estudiantes Algunas Veces participa en las actividades culturales programadas por el Municipio y las Instituciones Educativas, el 14% Siempre está presente en estos eventos y el 0% Nunca.

20. PREFERENCIAS DE LOS ESTUDIANTES, HACIA LOS EVENTOS CULTURALES PROGRAMADOS POR EL MUNICIPIO Y LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS

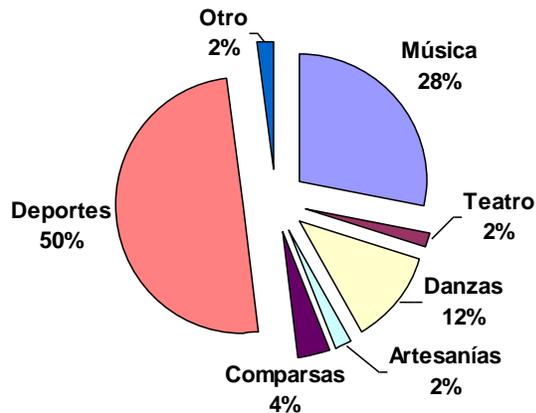


Gráfico 145. Preferencia de los estudiantes de los grados 10 y 11 del I.E. Jorge Eliécer Gaitán, hacia los eventos culturales programados por el Municipio y las Instituciones Educativas. 2007

El 50% de los estudiantes prefiere los Deportes como actividad cultural predilecta entre los eventos culturales programados por el Municipio y las Instituciones Educativas, el 28% escoge la Música, el 12% las Danzas, el 4% las Comparsas, el 2% el Teatro, el 2% las Artesanías y el 2% Otros (Banda Municipal).

21.MANERA COMO PARTICIPAN LOS ESTUDIANTES EN LOS EVENTOS CULTURALES PROGRAMADOS POR EL MUNICIPIO Y LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS

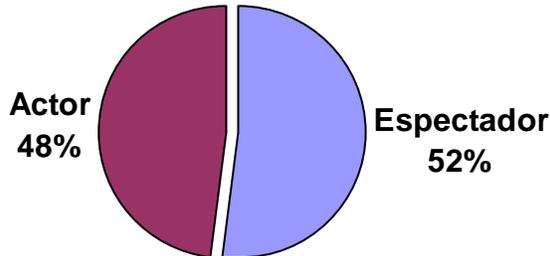


Gráfico 146. Manera como participan los estudiantes de los grados 10 y 11 de la I.E. Jorge Eliécer Gaitán en los Eventos Culturales programados por el Municipio y las Instituciones Educativas. 2007

El 52% de los estudiantes participa en los eventos culturales programados por el Municipio y las Instituciones Educativas como Espectador y el 48% como Actor.

22.FORMA DE ACOMPAÑAMIENTO DE LOS ESTUDIANTES EN LAS ACTIVIDADES CULTURALES PROGRAMADAS POR EL MUNICIPIO Y LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS

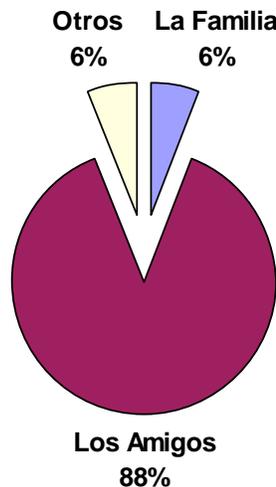


Gráfico 147. Forma de acompañamiento de los estudiantes de los grados 10 y 11 de la I.E Jorge Eliécer Gaitán, en las actividades culturales programadas por el Municipio y las Instituciones Educativas. 2007

El 88% de los estudiantes van acompañados de los Amigos (as) a las actividades culturales programadas por el Municipio y las Instituciones Educativas, el 6% con la Familia, y el 6% con otros (Profesores, compañeros de estudio).

23. DIFUSIÓN DE LOS HÁBITOS CULTURALES DE LOS ESTUDIANTES

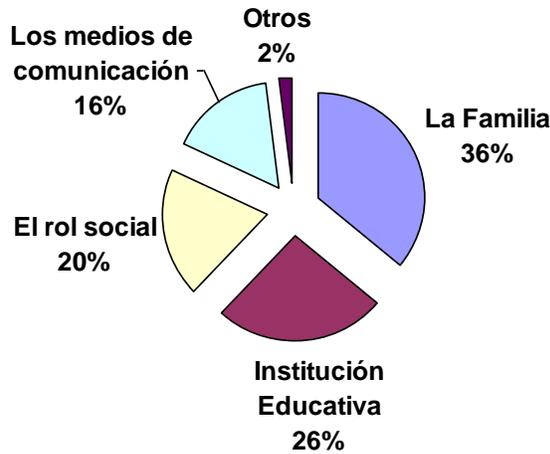


Gráfico 148. Difusión de los hábitos culturales de los estudiantes de los grados 10 y 11 de la I.E Jorge Eliécer Gaitán. 2007

El 36% de los estudiantes afirma que los hábitos culturales es difundido por la Familia, el 26% por la Institución Educativa, el 20% por el Rol social (amigos-as), el 16% por los Medios de Comunicación y el 2% Otros (vecinos)

24. IDENTIFICACIÓN DE LOS OBJETOS COLECCIONADOS POR LOS ESTUDIANTES

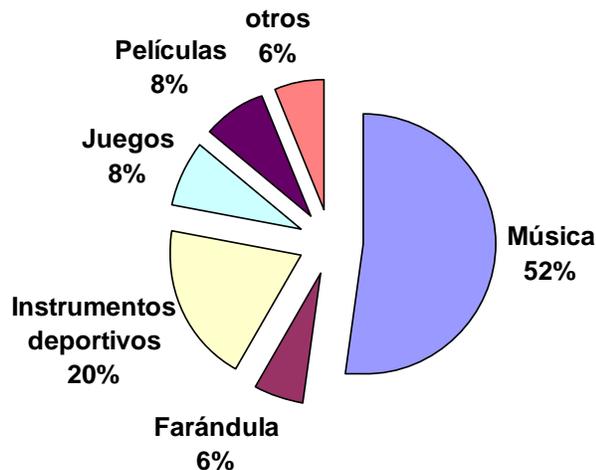


Gráfico 149. Identificación de los objetos coleccionados por los estudiantes de los grados 10 y 11 de la I.E Jorge Eliécer Gaitán. 2007

El 52% de los estudiantes colecciona Música, el 20% Instrumentos Deportivos, el 8% Juegos, el 8% Películas, el 6% Farándula y el 6% otros (Botellas, Canicas)

25. LEGALIDAD DE LOS OBJETOS COLECCIONADOS POR LOS ESTUDIANTES

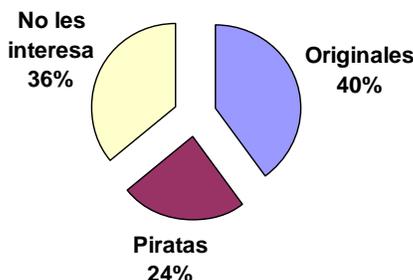


Gráfico 150. Legalidad de los objetos coleccionados por los estudiantes de los grados 10 y 11 de la Institución Educativa Jorge Eliécer Gaitán. 2007

El 40% de los estudiantes colecciona los objetos Originales, el 36% No le Interesa que sean originales o piratas y el 24% los colecciona Piratas.

9.2.4.1. ANALISIS DE RESULTADOS POR GÉNERO DE LOS GRADOS 10 Y 11 DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA JORGE ELICER GAITÁN

La población de los grados 10^o y 11^o de la Institución Educativa Jorge Eliecer Gaitán, el 36% es del sexo femenino y el 64% es del sexo masculino. 2007. A continuación se exponen los resultados para lo cual debemos tener en cuenta que cuando se escribe “sexo femenino” se refiere a las estudiantes y cuando se redacta “sexo masculino” estamos aludiendo a los estudiantes.

1. EXPRESIONES ARTÍSTICAS PREFERIDAS POR LOS ESTUDIANTES

Sexo Femenino

El 24% del sexo femenino elige la Música como expresión artística preferida, el 4% la Pintura y Escultura, el 4% las Artesanías, el 2% las Danzas, el 2% Todas las Anteriores, el 0% el Teatro, el 0% el Séptimo Arte (Cine) y el 0% Ningunas de las Anteriores (**Ver Tabla 5 Pág. 269**)

Sexo Masculino

El 32% del sexo masculino elige la Música como expresión artística preferida, el 10% Todas las anteriores, el 6% la Pintura y Escultura, 6% prefiere la Danza, el 4% el Teatro, el 4% las Artesanías, el 2% Ninguna de las Anteriores y el 0% el Séptimo Arte (Cine). (**Ver Tabla 5 Pág. 269**)

2. FRECUENCIA CON QUE LOS ESTUDIANTES PRACTICAN LAS EXPRESIONES ARTÍSTICAS PREFERIDAS

Sexo Femenino

El 28% del sexo femenino práctica Algunas Veces las expresiones artísticas preferidas, el 8% Siempre la pone en práctica y el 0% Nunca. (**Ver Tabla 6 Pág. 269**)

Sexo Masculino

El 46% del sexo masculino práctica Algunas Veces las expresiones artísticas preferidas, el 12% Siempre la pone en práctica y el 6% Nunca. (**Ver Tabla 6 Pág. 269**)

3. LUGARES FRECUENTADOS POR LOS ESTUDIANTES EN EL TIEMPO LIBRE

Sexo Femenino

El 18% del sexo femenino frecuenta los Parques en el tiempo libre, el 6% las Discotecas, el 6% Todas las anteriores, el 4% Sitios de Videojuegos, el 2% Ninguna de las Anteriores, el 0% los Museos, el 0% el Teatro, el 0% el Cine, el 0% las Bibliotecas, el 0% el Gimnasio, el 0% el Club, el 0% los Bares y el 0% los Centros comerciales. **(Ver Tabla 7 Pág. 270)**

Sexo Masculino

El 26% del sexo masculino frecuenta los Parques en el tiempo libre, el 12% Sitios de Videojuegos, el 10% Discotecas, el 6% Bibliotecas, el 4% el Cine, el 4% Todas las Anteriores, el 2% al Gimnasio, el 0% los Museos, el 0% el Teatro, el 0% el Club, el 0% los Bares, el 0% los Centros comerciales y el 0% Ninguna de las Anteriores. **(Ver Tabla 7 Pág. 270)**

4. RAZONES QUE EXPRESAN LOS ESTUDIANTES PARA FRECUENTAR DICHOS ESPACIOS

Sexo Femenino

El 12% del sexo femenino frecuenta dichos lugares por Diversión, el 12% por Relajación, el 6% por Costumbre, el 4% porque la Invitan, el 2% para Aprender y el 0% por Moda. **(Ver Tabla 8 Pág. 270)**

Sexo Masculino

El 24% del sexo masculino frecuenta dichos lugares por Diversión, el 24% por Relajación, el 6% porque lo Invitan, el 4% para Aprender, el 2% por Costumbre y el 2% por Moda. **(Ver Tabla 8 Pág. 270)**

5. MEDIOS DE COMUNICACIÓN EMPLEADO POR LOS ESTUDIANTES EN EL TIEMPO LIBRE

Sexo Femenino

El 18% del sexo femenino utiliza como medio de comunicación la Radio en el tiempo libre, el 14% la TV, el 4% la Comunicación oral (Tertulias), el 0% el Internet y el 0% la Prensa (Tiempo y Espectador) y Diario (Huila, la Nación) **(Ver Tabla 9 Pág. 271)**

Sexo Masculino

El 48% del sexo masculino utiliza como medio de comunicación la TV en el tiempo libre, el 14% la Radio, el 2% la Comunicación oral (Tertulias), el 0% el Internet y el 0% la Prensa (Tiempo y Espectador) y Diarios (del Huila, la Nación). **(Ver Tabla 9 Pág. 271)**

6. PERCEPCIONES DE LOS ESTUDIANTES SOBRE LAS ACTIVIDADES QUE REALIZA LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA, ADEMÁS DE LAS ACADÉMICAS

Sexo Femenino

El 30% del sexo femenino afirma que la Institución Educativa realiza actividades Culturales y Artística además de las académicas, el 4% Otros (Encuentros Deportivos), el 2% Religiosas, el 0% Políticas y el 0% Foros. **(Ver Tabla 10 Pág. 271)**

Sexo Masculino

El 52% del sexo masculino afirma que la Institución Educativa realiza actividades Culturales y Artística además de las académicas, el 8% Otros (Encuentros Deportivos), el 4% Religiosas, el 0% Políticas y el 0% Foros. **(Ver Tabla 10 Pág. 271)**

7. OPINIÓN DE LOS ESTUDIANTES SOBRE LAS PROPUESTAS DE LOS MAESTROS DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA, PARA CONSERVAR LA IDENTIDAD CULTURAL

Sexo Femenino

El 34% del sexo femenino afirma que los maestros Si proponen proyectos para conservar la identidad cultural y el 2% dice que No. **(Ver Tabla 11 Pág. 272)**

Sexo Masculino

El 60% del sexo masculino afirma que los maestros Si proponen proyectos para conservar la identidad cultural y el 4% dice que No. **(Ver Tabla 11 Pág. 272)**

8. IDENTIFICACIÓN DE LOS PROYECTOS QUE PROPONEN LOS MAESTROS EN LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA

Sexo Femenino

El 8% del sexo femenino afirma que los maestros proponen proyectos de Teatro, el 8% de Artes Visuales, el 6% de Narrativa, el 6% de Danza, el 4% de Oratoria, el 2% de Poesía, el 2% Otros (Medio Ambiente, deportes) y el 0% de Música. **(Ver Tabla 12 Pág. 272)**

Sexo Masculino

El 18% del sexo masculino afirma que los maestros proponen proyectos de Teatro, el 14% de Oratoria, el 10% de Narrativa, el 6% de Danza, el 6% Otros (Medio Ambiente, deportes), el 4% de Poesía, el 4% de Artes Visuales y el 2% de Música. **(Ver Tabla 12 Pág. 272)**

9. RECONOCIMIENTO POR ÁREAS DE LOS MAESTROS QUE MÁΣ PROPONEN PROYECTOS PARA LA CONSERVACIÓN DE LA IDENTIDAD CULTURAL

Sexo Femenino

El 18% del sexo femenino afirma que el maestro de Literatura es el que propone más proyectos para la conservación de la identidad cultural, el 8% Otros (Educación Física), el 6% el de Artística, el 2% Ética, el 2% el de Ingles y el 0% el de Sociales. **(Ver Tabla 13 Pág. 273)**

Sexo Masculino

El 26% del sexo masculino afirma que el maestro de Literatura es el que propone más proyectos para la conservación de la identidad cultural, el 18% el de Sociales, el 10% el de Artística, el 6% Otros (Religión), el 2% Ética y el 2% el de Ingles. **(Ver Tabla 13 Pág. 273)**

10. USO DE LOS RECURSOS INSTITUCIONALES, POR PARTE DE LOS ESTUDIANTES PARA EL DESARROLLO DE LOS PROYECTOS CULTURALES

Sexo Femenino

El 30% del sexo femenino utiliza Algunas Veces los recursos que ofrece la Institución Educativa para desarrollar los proyectos culturales, el 4% Nunca y el 2% Siempre recurre a ellos. **(Ver Tabla 14 Pág. 273)**

Sexo Masculino

El 58% del sexo masculino utiliza Algunas Veces los recursos que ofrece la Institución Educativa para desarrollar los proyectos culturales, el 4% Nunca y el 2% Siempre recurre a ellos. **(Ver Tabla 14 Pág. 273)**

11. APOYO DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA PARA EL DESARROLLO DE LOS PROYECTOS CULTURALES

Sexo Femenino

El 28% del sexo femenino afirma que Algunas Veces la Institución Educativa apoya el desarrollo de los proyectos culturales, el 4% Siempre y el 4% Nunca ha recibido apoyo por parte de la Institución. **(Ver Tabla 15 Pág. 274)**

Sexo Masculino

El 48% del sexo masculino afirma que Algunas Veces la Institución Educativa apoya el desarrollo de los proyectos culturales, el 14% Siempre y el 2% Nunca ha recibido apoyo por parte de la Institución. **(Ver Tabla 15 Pág. 274)**

12. MOTIVO PARA QUE LOS ESTUDIANTES PARTICIPEN EN LOS EVENTOS CULTURALES REALIZADOS EN LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA

Sexo Femenino

El 24% del sexo femenino participa en los eventos culturales realizados en la Institución Educativa porque le Gusta, el 8% por Obligación Académica y el 4% porque lo Identifica. **(Ver Tabla 16 Pág. 274)**

Sexo Masculino

El 38% del sexo masculino participan en los eventos culturales realizados en la Institución Educativa porque le Gusta, el 20% por Obligación Académica y el 6% porque lo Identifica. **(Ver Tabla 16 Pág. 274)**

13. OPINIÓN DE LOS ESTUDIANTES SOBRE LOS EVENTOS CULTURALES REALIZADOS POR LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA

Sexo Femenino

El 24% del sexo femenino opina que los eventos culturales realizados en la Institución Educativa son Interesantes y divertidos, el 10% No Opina y el 2% son Monótonos. **(Ver Tabla 17 Pág. 275)**

Sexo Masculino

El 38% del sexo masculino opina que los eventos culturales realizados en la Institución Educativa son Interesantes y divertidos, el 16% son Monótonos y el 10% No Opina. **(Ver Tabla 17 Pág. 275)**

14. LUGARES DE INTERÉS VISITADOS POR ESTUDIANTES Y PROFESORES DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA

Sexo Femenino

El 12% del sexo femenino ha visitado con los profesores de la Institución Educativa Museos y/o Galerías, el 12% No ha visitado lugar cultural alguno con los profesores, el 8% Otros (Centros Turísticos), el 4% Salas de Teatro-Danza y el 0% Conciertos Musicales. **(Ver Tabla 18 Pág. 275)**

Sexo Masculino

El 30% del sexo masculino ha visitado con los profesores de la Institución Educativa Museos y/o Galerías, el 20% No ha visitado lugar cultural alguno con los profesores, el 10% Otros (Centros Turísticos), el 2% Salas de Teatro-Danza y el 2% Conciertos Musicales. **(Ver Tabla 18 Pág. 275)**

15. FRECUENCIA CON QUE LOS ESTUDIANTES VISITAN LUGARES CULTURALES

Sexo Femenino

El 16% del sexo femenino ha ido Una sola Vez al lugar cultural con el profesor (es), el 12% Ni una sola vez, el 6% Varias Veces y el 2% Dos Veces. **(Ver Tabla 19 Pág. 276)**

Sexo Masculino

El 20% del sexo masculino han ido a los lugares culturales Varias Veces, el 20% Ni una sola Vez, el 14% Una sola Vez y el 10% Dos Veces. **(Ver Tabla 19 Pág. 276)**

16. MOTIVACIÓN REALIZADAS POR LOS ESTUDIANTES A OTRAS PERSONAS PARA VISITAR LUGARES CULTURALES

Sexo Femenino

El 24% del sexo femenino Algunas Veces motiva a otras personas conocer sitios culturales, el 10% Nunca y el 2% Siempre convidan a las personas a visitar dichos lugares. **(Ver Tabla 20 Pág. 276)**

Sexo Masculino

El 48% del sexo masculino motiva Algunas Veces a otras personas conocer sitios culturales, el 12% Siempre convidan a las personas a visitar dichos lugares y el 2% Nunca. **(Ver Tabla 20 Pág. 276)**

17. APORTES QUE BRINDAN LOS LUGARES CULTURALES A LOS ESTUDIANTES

Sexo Femenino

El 16% del sexo femenino afirman que los lugares visitados les dejan aportes Recreativos, el 12% Ninguno, el 6% Culturales, el 2% Cognoscitivo y el 0% Científico. **(Ver Tabla 21 Pág. 277)**

Sexo Masculino

El 24% del sexo masculino afirman que los lugares visitados les deja aportes Recreativos, el 16% Culturales, el 16% Ninguno, el 8% Cognoscitivo y el 0% Científico. **(Ver Tabla 21 Pág. 277)**

18. MOTIVACIÓN REALIZADAS POR LOS PROFESORES A LOS ESTUDIANTES PARA VISITAR LOS LUGARES CULTURALES

Sexo Femenino

El 20% del sexo femenino afirma que Algunas Veces los maestros los motivan a conocer sitios culturales, el 10% Siempre los invitan a visitar dichos lugares y el 6% Nunca. **(Ver Tabla 22 Pág. 277)**

Sexo Masculino

El 38% del sexo masculino afirman que Algunas Veces los maestros los motivan a conocer sitios culturales, el 22% Siempre lo invitan a conocer dichos lugares y el 4% Nunca. **(Ver Tabla 22 Pág. 277)**

19. PARTICIPACIÓN DE LOS ESTUDIANTES EN LAS ACTIVIDADES CULTURALES PROGRAMADAS POR EL MUNICIPIO Y LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS

Sexo Femenino

El 32% del sexo femenino participa Algunas Veces en los eventos culturales programados por el Municipio y las Instituciones Educativas, el 4% Siempre asiste a dichos eventos y el 0% Nunca. **(Ver Tabla 23 Pág. 278)**

Sexo Masculino

El 54% del sexo masculino participa Algunas Veces en los eventos culturales programados por el Municipio y las Instituciones Educativas, el 10% Siempre asiste a dichos eventos y el 0% Nunca. **(Ver Tabla 23 Pág. 278)**

20. PREFERENCIAS DE LOS ESTUDIANTES, HACIA LOS EVENTOS CULTURALES PROGRAMADOS POR EL MUNICIPIO Y LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS

Sexo Femenino

El 12% del sexo femenino escoge la Música como actividad predilecta entre los eventos culturales que realiza el Municipio y las Instituciones Educativas, el 10% los Deportes, el 6% las Danzas, el 4% las Comparsas, el 2% las Artesanías, el 2% Otras (Banda Municipal) y el 0% el Teatro. **(Ver Tabla 24 Pág. 278)**

Sexo Masculino

El 40% del sexo masculino escoge el Deporte como actividad predilecta entre los eventos culturales que realiza el Municipio y las Instituciones Educativas, el 16% la Música, el 6% las Danzas, el 2% el Teatro, el 0% las Artesanías, el 0% las Comparsas y el 0% Otros. **(Ver Tabla 24 Pág. 278)**

21. MANERA COMO PARTICIPAN LOS ESTUDIANTES EN LOS EVENTOS CULTURALES PROGRAMADOS POR EL MUNICIPIO Y LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS

Sexo Femenino

El 28% del sexo femenino participa en los eventos culturales programados por el Municipio y las Instituciones Educativas como Espectador y el 8% como Actor. **(Ver Tabla 25 Pág. 279)**

Sexo Masculino

El 40% del sexo masculino participa en los eventos culturales programados por el Municipio y las Instituciones Educativas como Actor y el 24% como Espectador. **(Ver Tabla 25 Pág. 279)**

22. FORMA DE ACOMPAÑAMIENTO DE LOS ESTUDIANTES EN LAS ACTIVIDADES CULTURALES PROGRAMADAS POR EL MUNICIPIO Y LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS

Sexo Femenino

El 30% del sexo femenino van acompañados con las Amigas a las actividades culturales programados por el Municipio y las Instituciones Educativas, el 4% con Otros (Profesores, compañeros de estudio) y el 2% con la Familia. **(Ver Tabla 26 Pág. 279)**

Sexo Masculino

El 58% del sexo masculino van acompañados con los Amigos (as) a las actividades culturales programadas por el Municipio y las Instituciones Educativas, el 4% con la Familia y el 2% con Otros (Profesores, compañeros de estudio). **(Ver Tabla 26 Pág. 279)**

23. DIFUSIÓN DE LOS HÁBITOS CULTURALES DE LOS ESTUDIANTES

Sexo Femenino

El 12% del sexo femenino afirma que los hábitos culturales son difundidos por la Familia, el 10% por la Institución Educativa, el 10% por el Rol Social (amigos-as), el 4% por los Medios de Comunicación y el 0% por Otros. **(Ver Tabla 27 Pág. 280)**

Sexo Masculino

El 24% del sexo masculino afirma que los hábitos culturales son difundidos por la Familia, el 16% por la Institución Educativa, el 12% por los Medios de Comunicación, el 10% por el Rol Social (amigos-as) y el 2% por Otros (Vecinos) **(Ver Tabla 27 Pág. 280)**

24. IDENTIFICACIÓN DE LOS OBJETOS COLECCIONADOS POR LOS ESTUDIANTES

Sexo Femenino

El 22% del sexo femenino colecciona Música, el 6% Juegos, el 4% Farándula, el 2% Instrumentos Deportivos, el 2% Otros (recuerdos de viajes) y el 0% Películas. **(Ver Tabla 28 Pág. 280)**

Sexo Masculino

El 30% del sexo masculino colecciona Música, el 18% Instrumentos Deportivos, el 8% Películas, el 4% Otros (Botellas, Canicas), el 2% Farándula y el 2% Juegos. **(Ver Tabla 28 Pág. 280)**

25. LEGALIDAD DE LOS OBJETOS COLECCIONADOS POR LOS ESTUDIANTES

Sexo Femenino

El 20% del sexo femenino colecciona objetos Originales, el 12% No le Interesa que los objetos sean originales o piratas y el 4% colecciona objetos Piratas **(Ver Tabla 29 Pág. 281)**

Sexo Masculino

El 24% del sexo masculino No le interesan que los objetos para coleccionar sean originales o piratas, el 20% colecciona objetos Originales y el 20% los objetos son Piratas. **(Ver Tabla 29 Pág. 281)**

10. COMPARACIÓN DE LOS GRADOS 10 Y 11, ENTRE LA ZONA URBANA Y LA RURAL DEL MUNICIPIO DE GIGANTE

1. EXPRESIONES ARTÍSTICAS PREFERIDAS POR LOS ESTUDIANTES

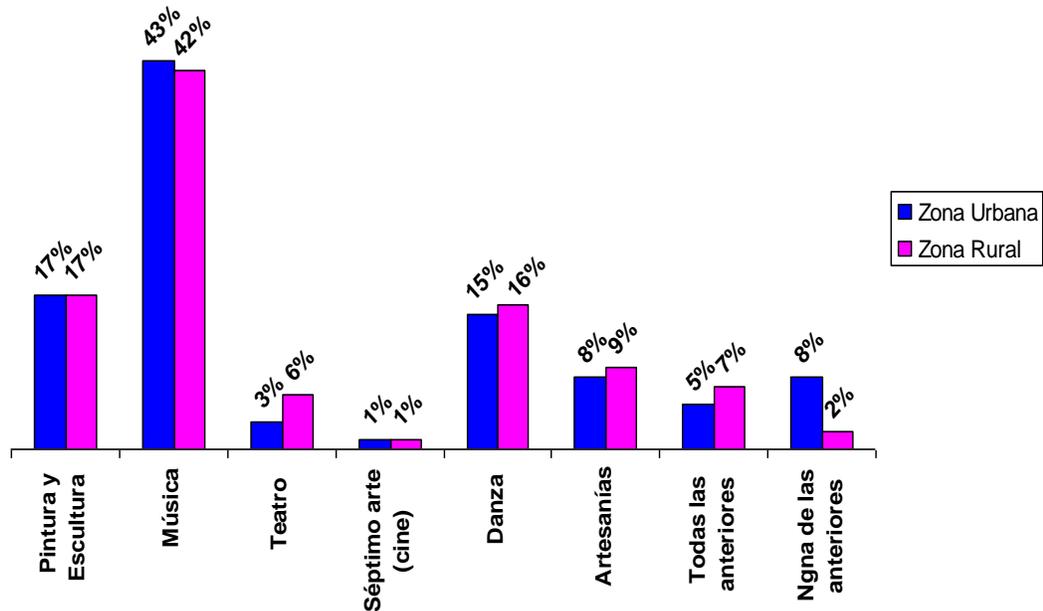


Gráfico 151. Expresiones artísticas preferidas de los estudiantes de los grados 10 y 11 de las Instituciones Educativas de la zona Urbana y Rural del Municipio de Gigante. 2007

Zona Urbana

El 43% de los estudiantes escoge la Música como expresión artística preferida, el 17% prefiere la Pintura y Escultura, el 15% la Danza, el 8% las Artesanías, el 8% Ninguna de las Anteriores, el 5% Todas las Anteriores, el 3% el Teatro y el 1% el Séptimo Arte (Cine).

Zona Rural

El 42% de los estudiantes escoge la Música como expresión artística preferida, el 17% prefiere la Pintura y Escultura, el 16% por la Danza, 9% las Artesanías, el 7% Todas las Anteriores, el 6% el teatro, el 2% Ningunas de las anteriores y el 1% el Séptimo Arte (Cine)

2. FRECUENCIA CON QUE LOS ESTUDIANTES PRACTICAN LAS EXPRESIONES ARTÍSTICAS PREFERIDAS

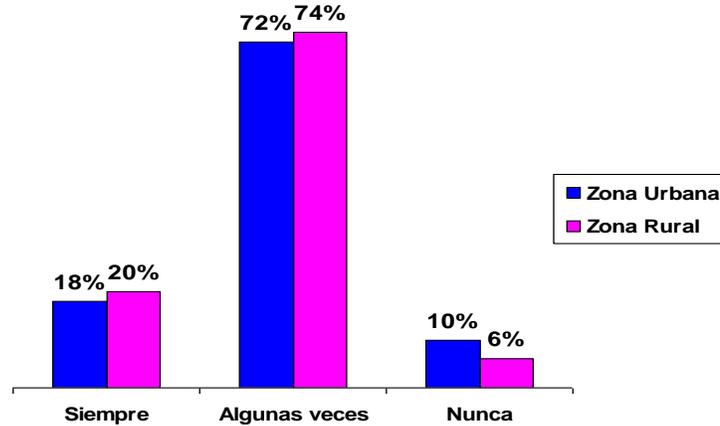


Gráfico 152. Frecuencia con que los estudiantes de los grados 10 y 11 de las Instituciones Educativas de la zona Urbana y Rural del Municipio de Gigante, practican las expresiones artísticas preferidas. 2007

Zona Urbana

El 72% de los estudiantes Algunas Veces practican la expresión artística preferida, el 18% Siempre la ponen en práctica y el 10% Nunca.

Zona Rural

El 74% de los estudiantes Algunas Veces practican la expresión artística preferida, el 20% Siempre la pone en práctica y el 6% Nunca.

3. LUGARES FRECUENTADOS POR LOS ESTUDIANTES EN EL TIEMPO LIBRE

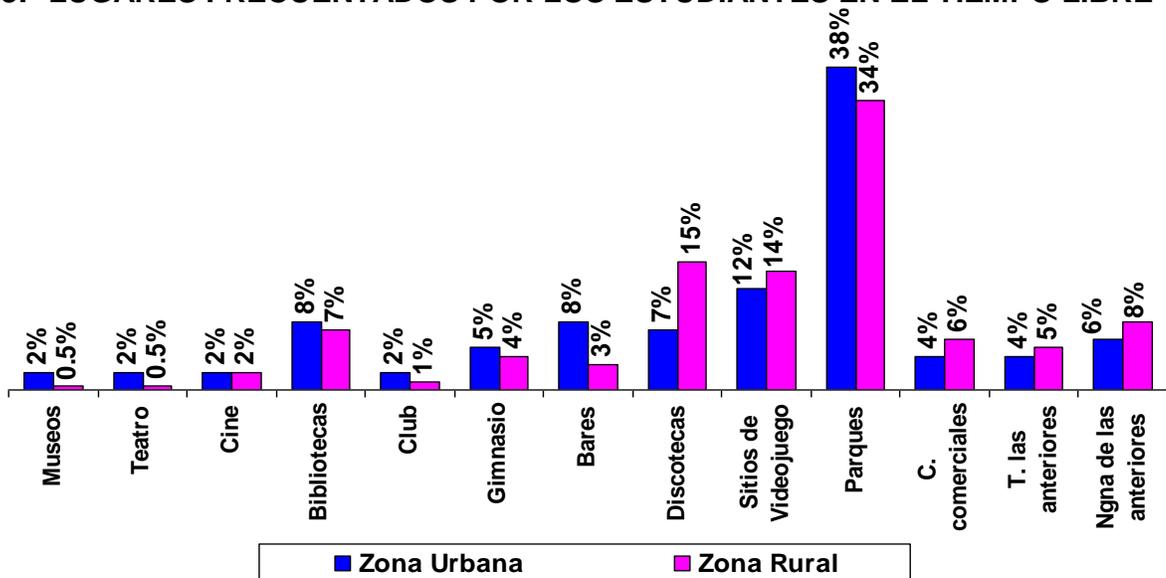


Gráfico 153. Lugares frecuentados por los estudiantes de los grados 10 y 11 de las Instituciones Educativas de la zona Urbana y Rural del Municipio de Gigante, en el tiempo libre. 2007

Zona Urbana

El 38% de los estudiantes frecuentan los Parques en el tiempo libre, el 12% los Sitios de Videojuegos, el 8% las Bibliotecas, el 8% los Bares, el 7% las Discotecas, el 6% Ninguna de las Anteriores, el 5% el Gimnasio, el 4% Centros Comerciales, el 4% Todas las Anteriores, el 2% Museos, el 2% Teatro, el 2% el Cine y el 2% al Club.

Zona Rural

El 34% de los estudiantes frecuentan los Parques en el tiempo libre, el 15% las Discotecas, el 14% Sitios de Videojuegos, el 8% Ninguna de las Anteriores, el 7% Bibliotecas, el 6% Centros Comerciales, 5% Todas las Anteriores, 4% el Gimnasio, el 3% los Bares, el 2% el Cine, el 1% el Club, el 0.5% los Museos y el 0.5% el Teatro.

4. RAZONES QUE EXPRESAN LOS ESTUDIANTES PARA FRECUENTAR DICHOS ESPACIOS

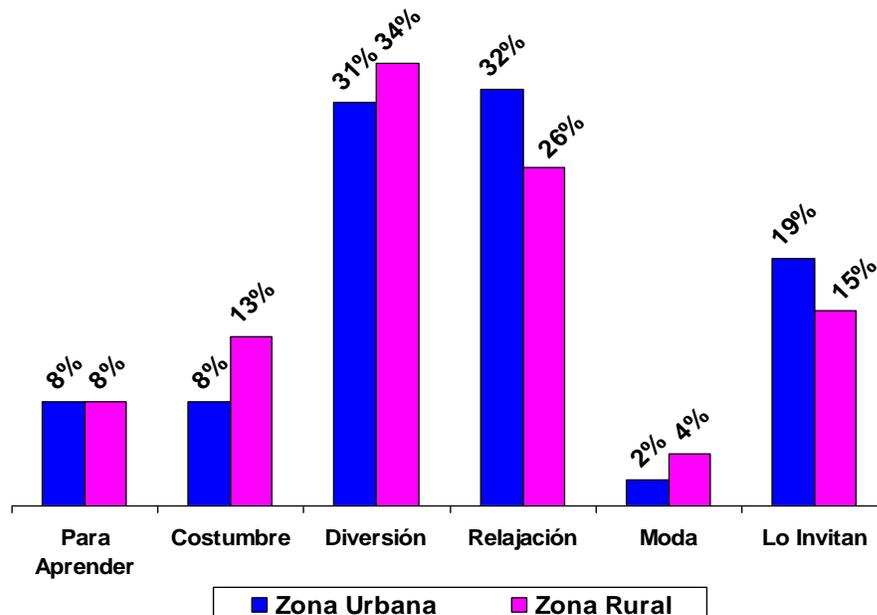


Gráfico 154. Razones que expresan los estudiantes de los grados 10 y 11 de las Instituciones Educativas de la zona Urbana y Rural del Municipio de Gigante, para frecuentar dichos espacios. 2007

Zona Urbana

El 32% de los estudiantes frecuenta los lugares por Relajación, el 31% por Diversión, el 19% porque lo Invitan, el 8% para Aprender, el 8% por Costumbre y el 2% por Moda.

Zona Rural

El 34% de los estudiantes frecuenta los lugares por Diversión, el 26% por Relajación, el 15% porque lo Invitan, el 13% por Costumbre, el 8% para Aprender y el 4% por Moda.

5. MEDIOS DE COMUNICACIÓN EMPLEADO POR LOS ESTUDIANTES EN EL TIEMPO LIBRE

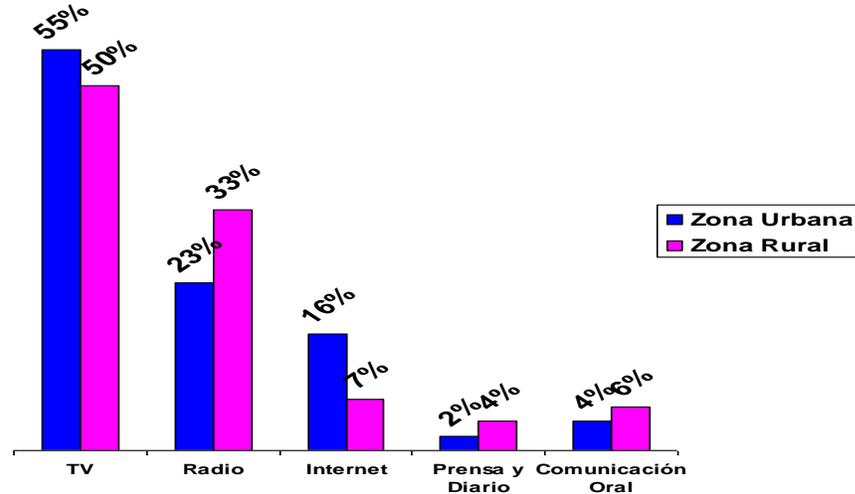


Gráfico 155. Medios de comunicación empleado por los estudiantes de los grados 10 y 11 de las Instituciones Educativas de la zona Urbana y Rural del Municipio de Gigante, en el tiempo libre. 2007

Zona Urbana

El 55% de los estudiantes utiliza como medio de comunicación la TV en el tiempo libre, el 23% la Radio, el 16% el Internet, el 4% la Comunicación Oral (Tertulias) y el 2% la Prensa (Tiempo, Espectador) y Diario (Huila, la Nación).

Zona Rural

El 50% de los estudiantes utiliza como medio de comunicación la TV en el tiempo libre, el 33% la Radio, el 7% el Internet, el 6% la Comunicación Oral (Tertulias) y el 4% la Prensa (Tiempo, Espectador) y Diario (Huila, la Nación).

6. PERCEPCIONES DE LOS ESTUDIANTES SOBRE LAS ACTIVIDADES QUE REALIZA LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA, ADEMÁS DE LAS ACADÉMICAS

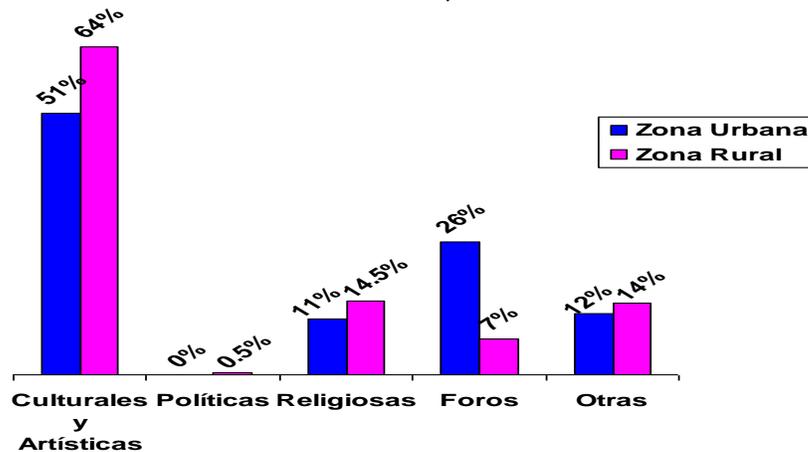


Gráfico 156. Percepciones de los Estudiantes sobre las actividades que realizan las Instituciones Educativas de la zona Urbana y Rural del Municipio de Gigante, además de las Académicas. 2007

Zona Urbana

El 51% de los estudiantes afirman que las Instituciones Educativas realizan actividades Culturales y Artísticas además de las académicas, el 26% Foros, el 12% Otras (Poesía, Lúdicas, T.las anteriores), el 11% Religiosas y el 0% Políticas.

Zona Rural

El 64% de los estudiantes afirman que las Instituciones Educativas realizan actividades Culturales y Artísticas además de las académicas, el 14.5% Religiosas, el 14% Otras (Encuentros Deportivos y Recreativos, Actividades Agrícolas, Concurso de Deletreo en Ingles), el 7% Foros y el 0.5% Políticas.

7. OPINIÓN DE LOS ESTUDIANTES SOBRE LAS PROPUESTAS DE LOS MAESTROS DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA, PARA CONSERVAR LA IDENTIDAD CULTURAL

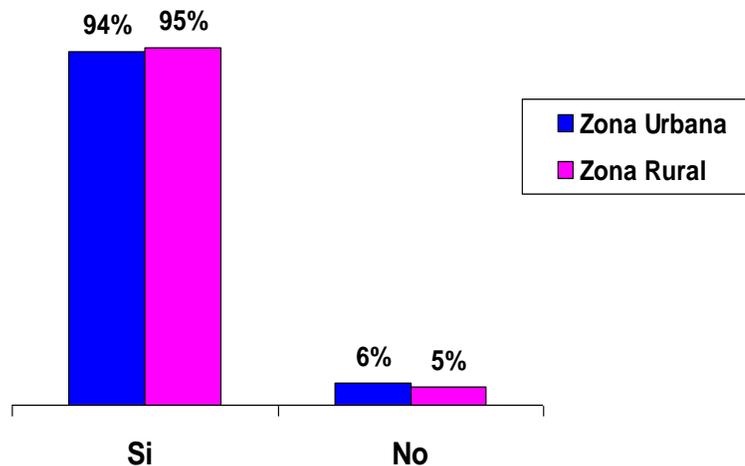


Gráfico 157. Opinión de los estudiantes de los grados 10 y 11, sobre las propuestas de los maestros de las Instituciones Educativas de la zona Urbana y Rural del Municipio de Gigante, para conservar la identidad cultural. 2007

Zona Urbana

El 94% de los estudiantes afirman que los maestros de las Instituciones Educativas Si proponen proyectos para conservar la identidad cultural y el 6% dice No.

Zona Rural

El 95% de los estudiantes afirman que los maestros de la Instituciones Educativas Si proponen proyectos para conservar la identidad cultural y el 5% dice No.

8. IDENTIFICACIÓN DE LOS PROYECTOS QUE PROPONEN LOS MAESTROS EN LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA

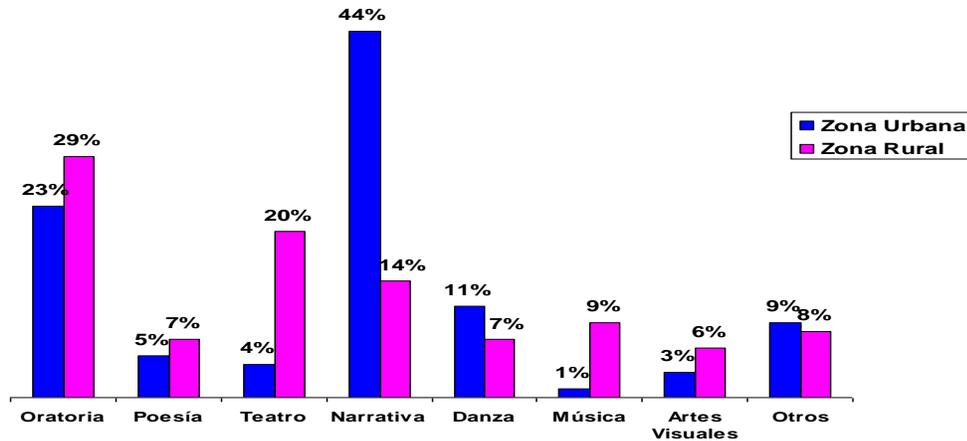


Gráfico 158. Identificación de los proyectos que proponen los maestros en las Instituciones Educativas de la zona Urbana y Rural del Municipio de Gigante. 2007

Zona Urbana

El 44% de los estudiantes afirman que los maestros de las Instituciones Educativas proponen proyectos de Narrativa, el 23% de Oratoria, el 11% de Danza, el 9% Otros (Danzas, Foros, Lectura, Ensayo, todas las anteriores), el 5% Poesía, 4% Teatro, el 3% Artes Visuales y el 1% Música.

Zona Rural

El 29% de los estudiantes afirman que los maestros de las Instituciones Educativas proponen proyectos de Oratoria, el 20% de Teatro, el 14% de Narrativa, el 9% de Música, el 8% Otros (Medio Ambiente, Deletreo en Ingles, Foros Pedagógicos, Pecuario, Deporte, todas las Anteriores), el 7% de Poesía, el 7% de Danza y el 6% de Artes Visuales.

9. RECONOCIMIENTO POR ÁREAS DE LOS MAESTROS QUE MÁS PROPONEN PROYECTOS PARA LA CONSERVACIÓN DE LA IDENTIDAD CULTURAL

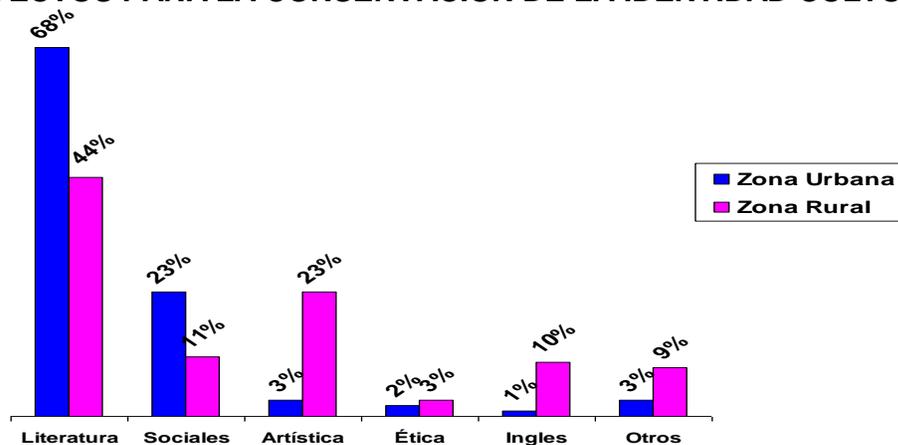


Gráfico 159. Reconocimiento por áreas de los maestros que más proponen proyectos en las Instituciones Educativas, para conservar la Identidad Cultural. 2007

Zona Urbana

El 68% de los estudiantes afirman que los maestros de Literatura son los que proponen más proyectos para conservar la Identidad Cultural, el 23% el de Sociales, el 3% el de Artística, el 3% Otros (Filosofía, Educación Física, Geografía), el 2% el de Ética y el 1% el de Ingles

Zona Rural

El 44% de los estudiantes afirman que los maestros de Literatura son los que proponen más proyectos para conservar la Identidad Cultural, el 23% el de Artística, el 11% el de Sociales, el 10% el de Ingles, el 9% Otros (Español, Historia, Religión, Educación Física, Música, Filosofía, Pedagogía) y el 3% el de Ética.

10.USO DE LOS RECURSOS INSTITUCIONALES, POR PARTE DE LOS ESTUDIANTES PARA EL DESARROLLO DE LOS PROYECTOS CULTURALES

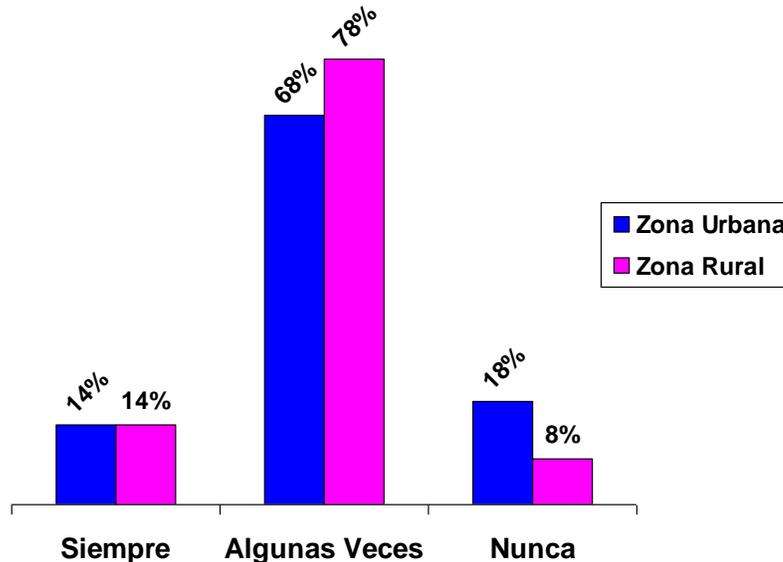


Gráfico 160. Uso de los recursos Institucionales, por parte de los Estudiantes de los grados 10 y 11 de las Instituciones Educativas de la zona Urbana y Rural del Municipio de Gigante, para el desarrollo de los proyectos culturales. 2007

Zona Urbana

El 68% de los estudiantes utilizan Algunas Veces los recursos que ofrecen las Instituciones Educativas para el desarrollo los proyectos culturales, el 18% Nunca recurre a ellos y el 14% Siempre los utilizan.

Zona Rural

El 78% de los estudiantes utilizan Algunas Veces los recursos que ofrecen las Instituciones Educativas para el desarrollo de los proyectos culturales, el 14% Siempre recurre a ellos y el 8% Nunca los utilizan.

11. APOYO DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA PARA EL DESARROLLO DE LOS PROYECTOS CULTURALES

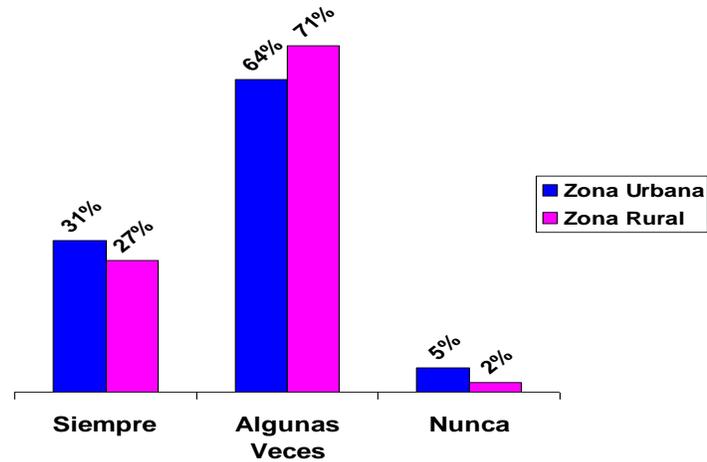


Gráfico 161. Apoyo de las Instituciones Educativas de la zona Urbana y Rural del Municipio de Gigante, para el desarrollo de los proyectos culturales. 2007

Zona Urbana

El 64% de los estudiantes afirman que las Instituciones Educativas Algunas Veces los apoyan para el desarrollo de los proyectos culturales, el 31% Siempre y el 5% Nunca.

Zona Rural

El 71% de los estudiantes afirman que la Instituciones Educativas Algunas Veces los apoyan para el desarrollo de los proyectos culturales, el 27% Siempre y el 2% Nunca.

12. MOTIVO PARA QUE LOS ESTUDIANTES PARTICIPEN EN LOS EVENTOS CULTURALES REALIZADOS EN LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA

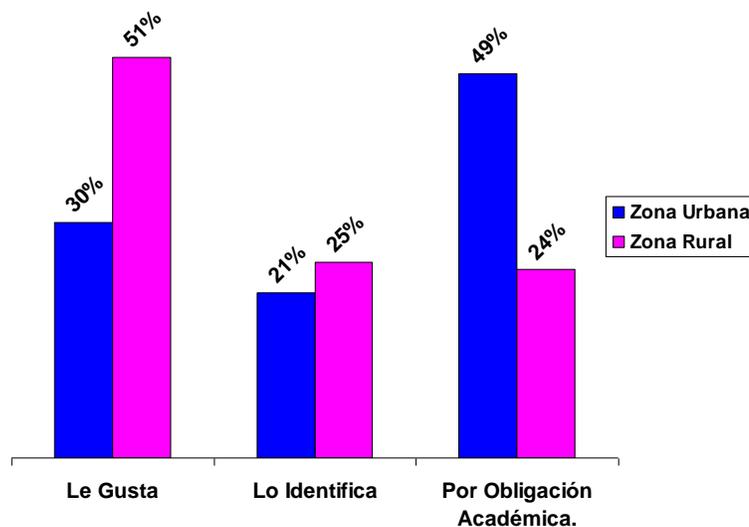


Gráfico 162. Motivo para que los estudiantes de los grados 10 y 11, participen en los eventos culturales realizados en la Instituciones Educativas. 2007

Zona Urbana

El 49% de los estudiantes participan en los eventos culturales realizados en las Instituciones Educativas por Obligación Académica, el 30% porque le Gusta y el 21% porque lo Identifica.

Zona Rural

El 51% de los estudiantes participan en estas eventos culturales realizados en la Instituciones Educativas porque le Gusta, el 25% porque lo Identifica y el 24% Por Obligación Académica.

**13.OPINIÓN DE LOS ESTUDIANTES SOBRE LOS EVENTOS CULTURALES
REALIZADOS POR LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA**

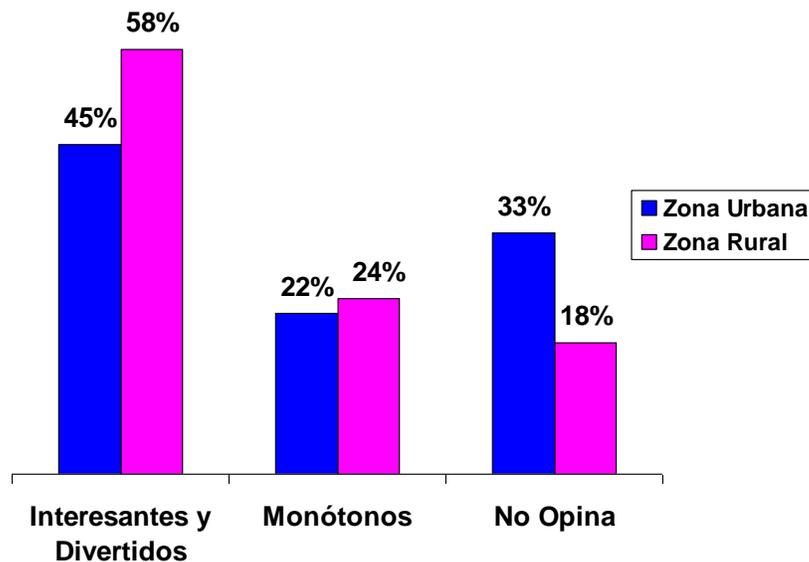


Gráfico 163. Opinión de los estudiantes de los grados 10 y 11, sobre los eventos culturales realizados en las Instituciones Educativas de la zona Urbana y Rural del Municipio de Gigante. 2007

Zona Urbana

El 45% de los estudiantes opinan que los eventos culturales realizados en las Instituciones Educativas son Interesantes y Divertidos, el 33% No Opina y el 22% son Monótonos.

Zona Rural

El 58% de los estudiantes opinan que los eventos culturales realizados en las Instituciones Educativas son Interesantes y Divertidos, el 24% son Monótonos y el 18% No Opina.

14. LUGARES DE INTERÉS VISITADOS POR ESTUDIANTES Y PROFESORES DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA

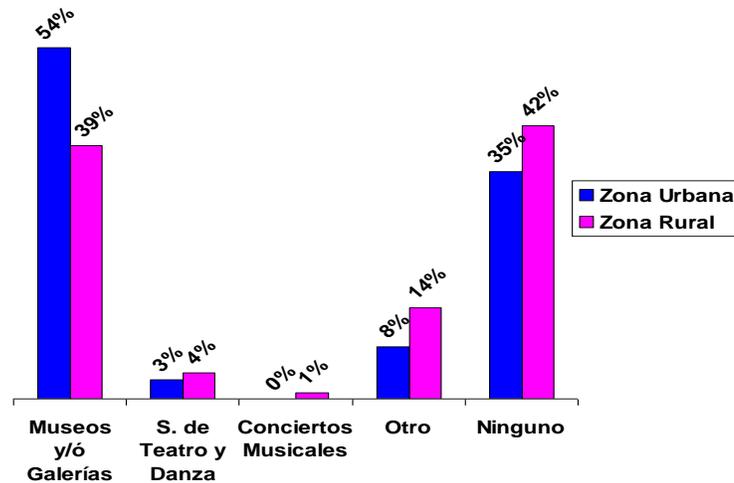


Gráfico 164. Lugares de interés visitados por estudiantes de los grados 10 y 11, y los profesores de las Instituciones Educativas de la zona Urbana y Rural del Municipio de Gigante. 2007

Zona Urbana

El 54% de los estudiantes han visitado con los profesores de las Instituciones Educativas Museos y/o Galerías, el 35% No han visitado lugar cultural alguno con los maestros, el 8% Otros Lugares (Centros Recreacionales, Inter-colegiados), el 3% Salas de Teatro y Danza y el 0% Conciertos Musicales.

Zona Rural

El 42% de los estudiantes no han visitado lugar cultural alguno con los profesores de las Instituciones Educativas, el 39% han visitado con los maestros Museos y/o Galerías, el 14% Otros lugares (Sitios Recreacionales, S. Turísticos, Boyacá, Bogotá, Pueblos de la Región del Huila, La Piscícola de Gigante), el 4% Salas de Teatro y Danza y el 1% Conciertos Musicales.

15. FRECUENCIA CON QUE LOS ESTUDIANTES VISITAN LUGARES CULTURALES

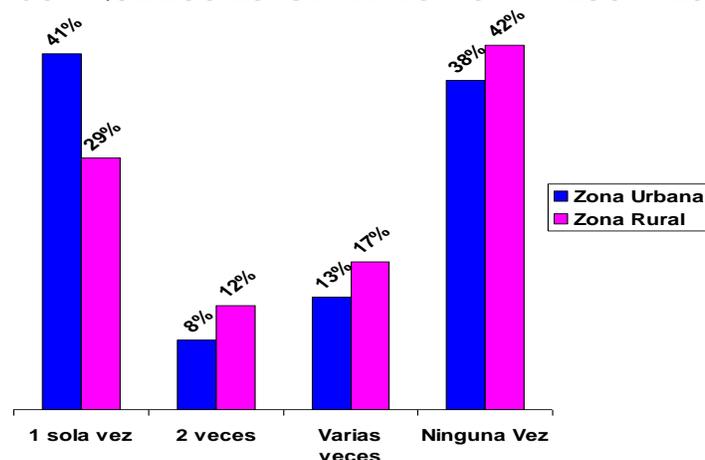


Gráfico 165. Frecuencia con que los estudiantes de los grados 10 y 11 de las Instituciones Educativas de la zona Urbana y Rural del Municipio de Gigante, visitan lugares culturales. 2007

Zona Urbana

El 41% de los estudiantes han visitado Una sola vez el lugar cultural con los profesores de la Institución Educativa, el 38% Ni una sola vez han ido a dichos lugares con los maestros, el 13% Varias Veces y el 8% Dos Veces.

Zona Rural

El 42% de los estudiantes No han visitado lugar cultural alguno con los profesores, el 29% Una Sola Vez, el 17% Varias Veces y el 12% Dos Veces.

**16. MOTIVACIÓN REALIZADAS POR LOS ESTUDIANTES A OTRAS PERSONAS
PARA VISITAR LUGARES CULTURALES**

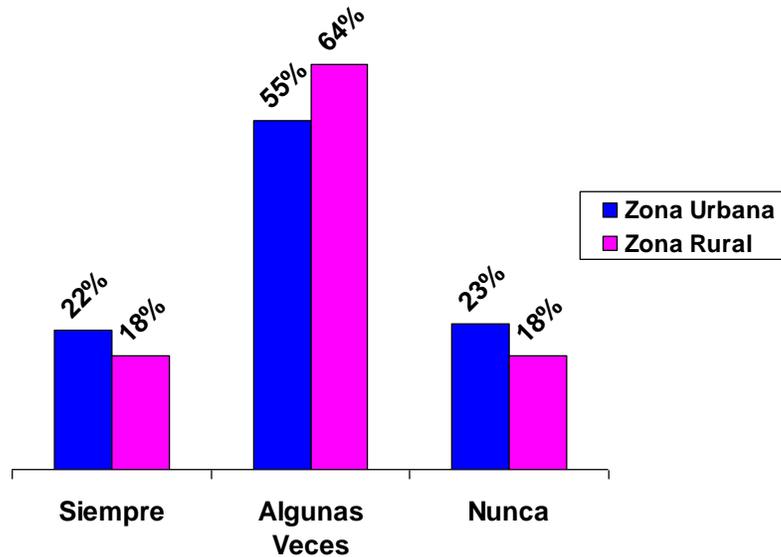


Gráfico 166. Motivación realizadas por los estudiantes de los grados 10 y 11 de las Instituciones Educativas de la zona Urbana y Rural del Municipio de Gigante, a otras personas para visitar lugares culturales. 2007

Zona Urbana

El 55% de los estudiantes convidan o motivan Algunas Veces a otras personas conocer sitios culturales, el 23% Nunca y el 22% Siempre invitan a las personas a visitar dichos lugares.

Zona Rural

El 64% de los estudiantes convidan o motivan Algunas Veces a otras personas conocer sitios culturales, el 18% Siempre invitan a las personas a visitar dichos lugares y el 18% Nunca.

LOS CONSUMOS ARTÍSTICOS DE LOS JOVENES DE LAS ÁREA URBANA Y RURAL DEL MUNICIPIO DE GIGANTE. 2007

PAULA ANDREA SERRANO BERMÚDEZ

17. APORTES QUE BRINDAN LOS LUGARES CULTURALES A LOS ESTUDIANTES

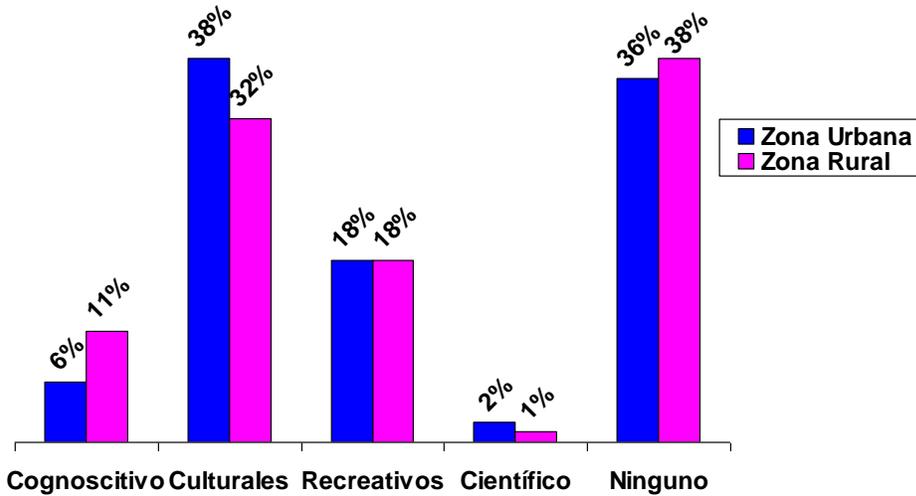


Gráfico 167. Aportes que brindan los lugares culturales a los estudiantes de los grados 10 y 11 de las Instituciones Educativas de la zona Urbana y Rural del Municipio de Gigante. 2007

Zona Urbana

El 38% de los estudiantes afirman que el aporte que les brindan los lugares visitados es Cultural, el 36% Ninguno, el 18% Recreativos, el 6% Cognoscitivo y el 2% Científico.

Zona Rural

El 38% de los estudiantes afirman que los lugares no les dejan ningún aporte, el 32% el aporte es cultural, el 18% Recreativos, el 11% Cognoscitivo y el 1% Científico.

18. MOTIVACIÓN REALIZADAS POR LOS PROFESORES A LOS ESTUDIANTES PARA VISITAR LOS LUGARES CULTURALES

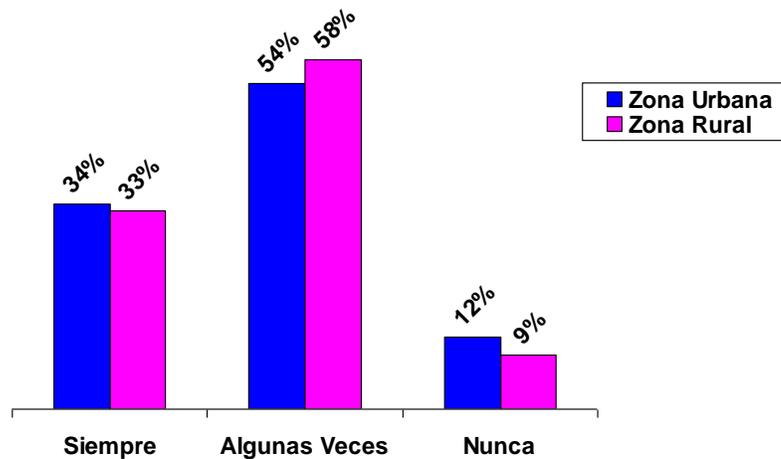


Gráfico 168. Motivación realizadas por los profesores a los estudiantes de los grados 10 y 11 de las Instituciones Educativas de la zona Urbana y Rural del Municipio de Gigante, para visitar los lugares culturales. 2007

Zona Urbana

El 54% de los estudiantes afirman que Algunas Veces los profesores los motivan a conocer sitios culturales, el 34% Siempre los motivan visitar lugares culturales y el 12% Nunca.

Zona Rural

El 58% de los estudiantes afirman que Algunas Veces los profesores los motivan a conocer lugares culturales, el 33% Siempre los motivan a conocer lugares culturales y el 9% Nunca.

19. PARTICIPACIÓN DE LOS ESTUDIANTES EN LAS ACTIVIDADES CULTURALES PROGRAMADAS POR EL MUNICIPIO Y LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS

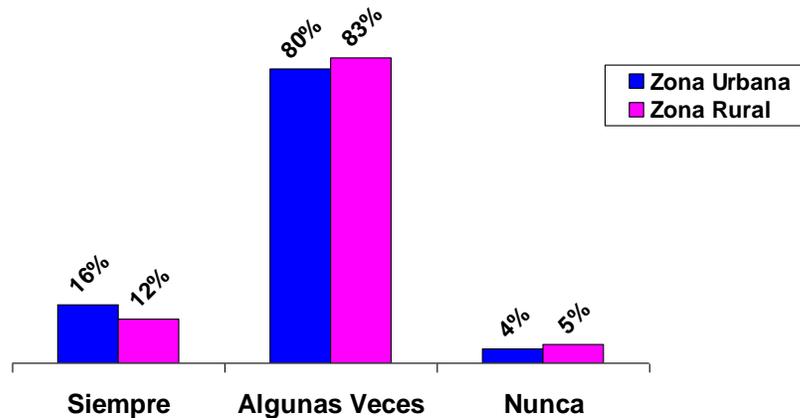


Gráfico 169. Participación de los estudiantes de los grados 10 y 11 de las I. E. de la zona Urbana y Rural, en las actividades culturales programadas por el Municipio de Gigante y las Instituciones Educativas. 2007

Zona Urbana

El 80% de los estudiantes participan Algunas Veces en las actividades programadas por el Municipio y las Instituciones Educativas, el 16% Siempre asisten a dichas eventos y el 4% Nunca han participado en estas actividades

Zona Rural

El 83% de los estudiantes participan Algunas Veces en las actividades programadas por el Municipio y las Instituciones Educativas, el 12% Siempre asisten a dichos eventos y el 5% Nunca han participado en estas actividades

20. PREFERENCIAS DE LOS ESTUDIANTES, HACIA LOS EVENTOS CULTURALES PROGRAMADOS POR EL MUNICIPIO Y LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS

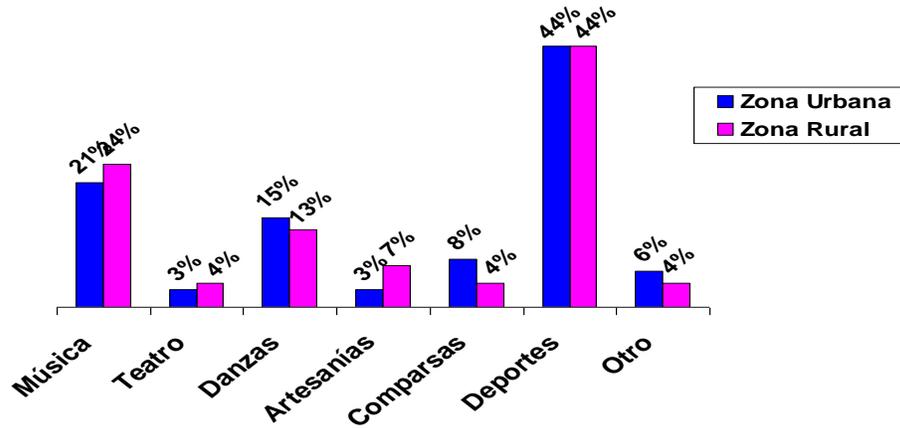


Gráfico 170. Preferencia de los estudiantes de los grados 10 y 11 de las I.E. de la Zona Urbana y Rural; hacia los eventos culturales programados por el Municipio y las Instituciones Educativas. 2007

Zona Urbana

El 44% de los estudiantes prefieren los Deportes como actividad predilecta entre los eventos culturales realizados en el Municipio y las Instituciones Educativas, el 21% la Música, el 15% las Danzas, el 8% las Comparsas, el 6% Otras (Todas las anteriores), el 3% el Teatro y el 3% las Artesanías.

Zona Rural

El 44% de los estudiantes prefieren los Deportes como actividad predilecta entre los eventos culturales realizados el Municipio y las Instituciones Educativas, el 24% la Música, el 13% las Danzas, el 7% las Artesanías, el 4% el Teatro, el 4% las Comparsas y el 4% Otros (Tenis de Mesa, Concurso de Oratoria, Pintura y Escultura, Periodismo, la Banda Municipal, todas las anteriores).

21. MANERA COMO PARTICIPAN LOS ESTUDIANTES EN LOS EVENTOS CULTURALES PROGRAMADOS POR EL MUNICIPIO Y LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS

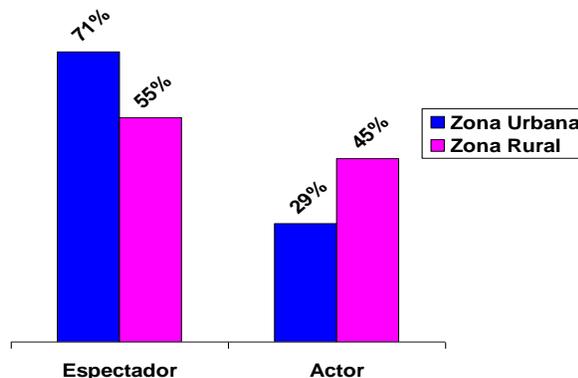


Gráfico 171. Manera como participan los estudiantes de los grados 10 y 11 de las I.E. de la zona Urbana y Rural, en los eventos culturales programados por el Municipio de Gigante y las Instituciones Educativas. 2007

Zona Urbana

El 71% de los estudiantes participan en los eventos culturales programados por el Municipio y las Instituciones Educativas como Espectador y el 29% como Actor.

Zona Rural

El 55% de los estudiantes participan en los eventos culturales programados por el Municipio y las Instituciones Educativas como Espectador y el 45% como Actor.

**22.FORMA DE ACOMPAÑAMIENTO DE LOS ESTUDIANTES EN LAS
ACTIVIDADES CULTURALES PROGRAMADAS POR EL MUNICIPIO Y LAS
INSTITUCIONES EDUCATIVAS**

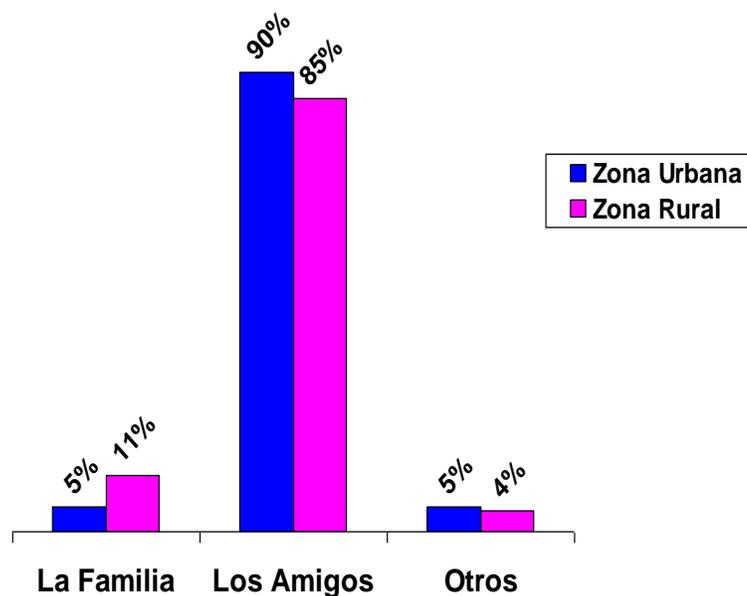


Gráfico 172. Forma de acompañamiento de los estudiantes de los grados de 10 y 11 de las I.E. de la zona Urbana y Rural, en las actividades culturales programadas por el Municipio y las Instituciones Educativas. 2007

Zona Urbana

El 90% de los estudiantes van acompañados con los Amigos (as) a las actividades culturales programadas por el Municipio y las Instituciones Educativas, el 5% con la Familia y el 5% con Otros (Novio, Vecinos, Compañeros de estudio)

Zona Rural

EL 85% de los estudiantes van acompañado con los amigos (as) a las actividades culturales programadas por el Municipio y las Instituciones Educativas, el 11% con la Familia y el 4% con Otros (Compañeros de trabajo, Miembros del grupo musical, Vecinos, con la Institución Educativa)

23. DIFUSIÓN DE LOS HÁBITOS CULTURALES DE LOS ESTUDIANTES

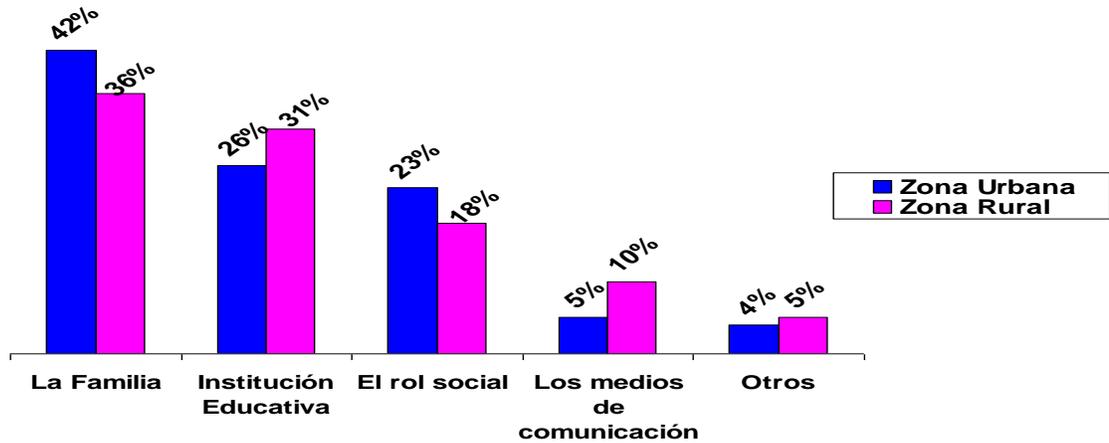


Gráfico 173. Difusión de los hábitos culturales de los estudiantes de los grados 10 y 11 de las Instituciones Educativas de la zona Urbana y Rural. 2007

Zona Urbana

El 42% de los estudiantes afirman que los hábitos culturales son difundidos por la Familia, el 26% por la Institución Educativa, el 23% por el Rol Social (Amigos-as), el 5% por los Medios de Comunicación y el 4% por Otros (Libros, Novio, todas las anteriores).

Zona Rural

El 36% de los estudiantes afirman que los hábitos culturales son difundidos por la Familia, el 31% por la Institución Educativa, el 18% por el Rol Social (amigos-as), el 10% por los Medios de Comunicación y el 5% por Otros (Maestros, Vecinos, Todas las anteriores).

24. IDENTIFICACIÓN DE LOS OBJETOS COLECCIONADOS POR LOS ESTUDIANTES

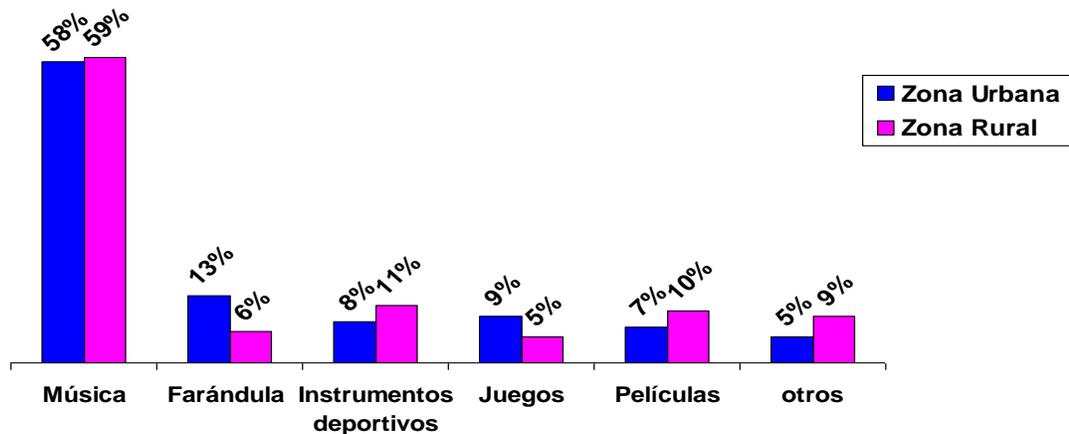


Gráfico 174. Identificación de los objetos coleccionados por los estudiantes de los grados de 10 y 11 de las Instituciones Educativas de la zona Urbana y Rural. 2007

Zona Urbana

El 58% de los estudiantes coleccionan Música, el 13% Farándula, el 9% Juegos, el 8% Instrumentos Deportivos, el 7% Películas y el 5% Otros (Libros de Terror, Novelas).

Zona Rural

El 59% de los estudiantes coleccionan Música, el 11% Instrumentos Deportivos, el 10% Películas, el 9% Otros (Monedas, Dibujos, Libros, Cosméticos, Novelas, Recuerdos de viajes, Botellas, canicas, Recuerdos de la Infancia, Artesanías), el 6% Farándula y el 5% Juegos.

25. LEGALIDAD DE LOS OBJETOS COLECCIONADOS POR LOS ESTUDIANTES

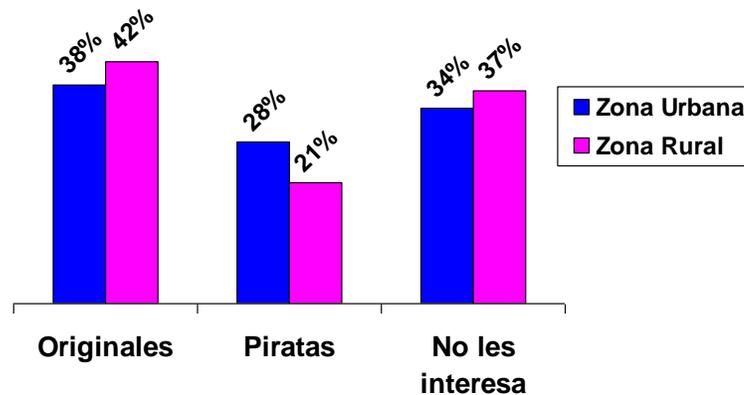


Gráfico 175. Legalidad de los objetos coleccionados por los estudiantes de los grados de 10 y 11 de las Instituciones Educativas de la zona Urbana y Rural. 2007

Zona Urbana

El 38% de los estudiantes coleccionan objetos Originales, el 34% No les Interesa que sean originales o piratas y el 28% coleccionan los objetos Piratas.

Zona Rural

El 42% de los estudiantes coleccionan objetos Originales, el 37% No les Interesan que sean originales o piratas y el 21% coleccionan los objetos Piratas.

10.1. COMPARACIÓN POR GÉNERO DE LOS GRADOS 10 Y 11 DE LA ZONA URBANA Y RURAL DEL MUNICIPIO DE GIGANTE

En la zona Urbana el 57.5% es del sexo femenino y el 42.5% es del sexo masculino. Y en la zona Rural el 57.1% es del sexo femenino y el 42.9% del sexo masculino. A continuación se exponen los resultados para lo cual debemos tener en cuenta que cuando se escribe “sexo femenino” se refiere a las estudiantes y cuando se redacta “sexo masculino” estamos aludiendo a los estudiantes.

1. EXPRESIONES ARTÍSTICAS PREFERIDAS POR LOS ESTUDIANTES

ZONA URBANA

Sexo Femenino

El 21.7% del sexo femenino elige la Música como expresión artística preferida, el 13.3% la Danza, el 7.5% la Pintura y Escultura, el 5% las Artesanías, el 3.3% el Teatro, el 3.3% Ninguna de las Anteriores, el 2.5% Todas las Anteriores y el 0.8% el Séptimo Arte (Cine) **(Ver Tabla 30 Pág. 282)**

Sexo Masculino

El 21.7% del sexo masculino elige la Música como expresión artística preferida, el 9.2% la Pintura y Escultura, el 5% Ninguna de las Anteriores, el 2.5% las Artesanías, el 2.5% Todas las Anteriores, el 0% Teatro y el 0% el Séptimo Arte (Cine) **(Ver Tabla 30 Pág. 282)**

ZONA RURAL

Sexo Femenino

El 20.4% del sexo femenino elige la Música como expresión artística preferida, el 13.3% la Danza, 8.8% la Pintura y Escultura, el 7.1% las Artesanías, el 3.5% el Teatro, el 1.8% Todas las Anteriores, el 0.9% el Séptimo Arte (cine) y el 0.9% Ninguna de las Anteriores. **(Ver Tabla 30 Pág. 282)**

Sexo Masculino

El 20.4% del sexo masculino elige la Música como expresión artística preferida, el 7.9% la Pintura y Escultura, el 4.9% Todas las Anteriores, el 3.1% la Danza, el 2.7% el Teatro, 2.2% las Artesanías, el 1.3% Ninguna de las anteriores y el 0.4% el Séptimo Arte (cine) **(Ver Tabla 30 Pág. 282)**

2. FRECUENCIA CON QUE LOS ESTUDIANTES PRACTICAN LAS EXPRESIONES ARTÍSTICAS PREFERIDAS

ZONA URBANA

Sexo Femenino

El 43.4% del sexo femenino práctica Algunas Veces las expresiones artísticas preferidas, el 10.8% Siempre la pone en práctica y el 3.3% Nunca la ejercitan. **(Ver Tabla 31 Pág. 282)**

Sexo Masculino

El 28.3% del sexo masculino práctica Algunas Veces las expresiones artísticas preferidas, el 7.5% Siempre la ponen en práctica y el 6.7% Nunca la ejercitan. **(Ver Tabla 31 Pág. 282)**

ZONA RURAL

Sexo Femenino

El 45.1% del sexo femenino Algunas Veces practican las expresiones artísticas preferidas, el 11.1% Siempre la pone en práctica y el 0.9% Nunca la ejercitan. **(Ver Tabla 31 Pág. 282)**

Sexo Masculino

El 28.8% del sexo masculino Algunas Veces practican las expresiones artísticas preferidas, el 9.3% Siempre las ponen en práctica y el 4.9% Nunca las ejercitan. **(Ver Tabla 31 Pág. 282)**

3. LUGARES FRECUENTADOS POR LOS ESTUDIANTES EN EL TIEMPO LIBRE

ZONA URBANA

Sexo Femenino

El 25.8% del sexo femenino frecuentan los Parques en el tiempo libre, el 5.8% los Bares, el 5.4% las Bibliotecas, el 4.2% el Gimnasio, el 4.2% las Discotecas, el 3.3% Centros Comerciales, el 3.3% Ninguna de las Anteriores, el 1.7% el Teatro, el 0.8% los Museos, el 0.8% el Cine, 0.8% el Club, el 0.8% Sitios de Videojuegos y el 0.8% Todas las Anteriores. **(Ver Tabla 32 Pág. 282)**

Sexo Masculino

El 13.3% del sexo masculino frecuentan los Parques en el tiempo libre, el 11.7% los Sitios de Videojuegos, el 3.3% Todas las Anteriores, el 2.5% las Bibliotecas, el 2.5% Bares, el 2.5% Discotecas, el 2.5% Ninguna de las anteriores, el 0.8% el Teatro, el 0.8% el Cine, el 0.8% el Club, el 0.8% el Gimnasio, el 0.8% Centros Comerciales y el 0% el Teatro. **(Ver Tabla 32 Pág. 282)**

ZONA RURAL

Sexo Femenino

El 19% del sexo femenino frecuentan los Parques en el tiempo libre, el 9.7% las Discotecas, el 5.8% Ninguna de las anteriores, el 5.3% Centros Comerciales, el 4% el Gimnasio, el 4% Todas las anteriores, 3.5% Bibliotecas, el 2.2% Sitios de Videojuegos, 1.8% Bares, el 0.9% Cine, el 0.4% Museos, el 0.4% el Teatro y el 0% Club. **(Ver Tabla 32 Pág. 282)**

Sexo Masculino

El 14.2% del sexo masculino frecuentan los Parques en el tiempo libre, el 11.5% Sitios de Videojuegos, 5.3% Discotecas, el 3.1% Bibliotecas, el 2.7% Ninguna de las Anteriores, el 1.8% Todas las Anteriores, el 1.3% Bares, el 0.9% el Cine, el 0.9% el Club, el 0.9% Centros Comerciales, el 0.4% el Gimnasio, el 0% los Museos y el 0% el Teatro. **(Ver Tabla 32 Pág. 282)**

4. RAZONES QUE EXPRESAN LOS ESTUDIANTES PARA FRECUENTAR DICHOS ESPACIOS

ZONA URBANA

Sexo Femenino

El 18.5% del sexo femenino frecuentan los espacios por Relajación, el 15.8% por Diversión, el 15.8% porque lo Invitan, el 3.3% por Costumbre, el 2.5% para Aprender y el 1.7% por Moda. **(Ver Tabla 33 Pág. 283)**

Sexo Masculino

El 15.8% del sexo masculino frecuentan los espacios por Diversión, el 13.3% por Relajación, el 5.8% para Aprender, 4.2% por Costumbre, el 3.3% porque lo Invitan y el 0% por Moda. **(Ver Tabla 33 Pág. 283)**

ZONA RURAL

Sexo Femenino

El 17.3% del sexo femenino frecuentan los espacios por Diversión, el 12.4% por Relajación, el 9.7% por costumbre, el 9.3% porque lo Invitan, el 5.3% Para Aprender y el 3.1% por Moda. **(Ver Tabla 33 Pág. 283)**

Sexo Masculino

El 17.7% del sexo masculino frecuentan los espacios por Diversión, el 13.3% por Relajación, el 5.3% porque lo Invitan, el 3.5% por Costumbre, el 2.7% para Aprender y el 0.4% por Moda. **(Ver Tabla 33 Pág. 283)**

5. MEDIOS DE COMUNICACIÓN EMPLEADO POR LOS ESTUDIANTES EN EL TIEMPO LIBRE

ZONA URBANA

Sexo Femenino

El 29.2% del sexo femenino utilizan como medio de comunicación la TV en el tiempo libre, el 15.8% la Radio, el 6.7% el Internet, el 4.2% la Comunicación Oral (Tertulias) y el 1.7% la Prensa (El Tiempo, el Espectador) y Diario (del Huila, la Nación). **(Ver Tabla 34 Pág. 283)**

Sexo Masculino

El 25.8% del sexo masculino utilizan como medio de comunicación la TV en el tiempo libre, el 9.2% el Internet, el 7.5% la Radio, el 0% la Prensa (El Tiempo, el Espectador) y Diario (del Huila, la Nación) y el 0% Comunicación Oral (Tertulias). **(Ver Tabla 34 Pág. 283)**

ZONA RURAL

Sexo Femenino

El 23.5% del sexo femenino utilizan como medio de comunicación la TV en el tiempo libre, el 20.8% la Radio, el 4.9% el Internet, el 4.4% la Prensa (El Tiempo, el Espectador) y Diario (del Huila, la Nación) y el 3.5% la Comunicación Oral (Tertulias). **(Ver Tabla 34 Pág. 283)**

Sexo Masculino

El 26.5% del sexo masculino utilizan como medio de comunicación la TV, el 12.4% la Radio, el 2.2% la Comunicación Oral (Tertulias), el 1.8% el Internet, el 0% la Prensa (El Tiempo, el Espectador) y Diario (del Huila, la Nación). **(Ver Tabla 34 Pág. 283)**

6. PERCEPCIONES DE LOS ESTUDIANTES SOBRE LAS ACTIVIDADES QUE REALIZA LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA, ADEMÁS DE LAS ACADÉMICAS

ZONA URBANA

Sexo Femenino

El 30.8% del sexo femenino afirman que las Instituciones Educativas realizan actividades culturales y Artística además de las académicas, el 14.2% Foros, el 9.2% Religiosas, el 3.3% Otros (Poesía, Foros y Artísticas, Lúdicas, Todas las Anteriores) y el 0% Políticas. **(Ver Tabla 35 Pág. 283)**

Sexo Masculino

El 20.8% del sexo masculino afirman que las Instituciones Educativas realizan actividades culturales y Artística además de las académicas, el 11.7% Foros, el 8.3% Otros (Encuentros Deportivos, Todas las Anteriores), el 1.7% las Artesanías y el 0% Políticas. **(Ver Tabla 35 Pág. 283)**

ZONA RURAL

Sexo Femenino

El 32.7% del sexo femenino afirman que las Instituciones Educativas realizan actividades culturales y Artística además de las académicas, el 10.6% Religiosas, el 7.1% Otras (Encuentros y jornadas Deportivas, Recreativos, Concurso de Deletreo de Ingles, Oratoria), el 6.2% Foros y el 0.4% Políticas. **(Ver Tabla 35 Pág. 283)**

Sexo Masculino

El 31% del sexo masculino afirman que las Instituciones Educativas realizan actividades culturales y Artística, el 7.1% Otros (Encuentros deportivos, Actividades Agrícolas), el 4% Religiosas, el 0.9% Foros y el 0% Políticas. **(Ver Tabla 35 Pág. 283)**

7. OPINIÓN DE LOS ESTUDIANTES SOBRE LAS PROPUESTAS DE LOS MAESTROS DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA, PARA CONSERVAR LA IDENTIDAD CULTURAL

ZONA URBANA

Sexo Femenino

El 56.7% del sexo femenino afirman que los maestros Si proponen proyectos para la conservación de la Identidad Cultural y el 0.8% afirman que No. **(Ver Tabla 36 Pág. 283)**

Sexo Masculino

El 37.5% del sexo masculino afirman que los maestros Si proponen proyectos para la conservación de la Identidad Cultural y el 5% afirman que No. **(Ver Tabla 36 Pág. 283)**

ZONA RURAL

Sexo Femenino

El 54% del sexo femenino afirman que los maestros Si proponen proyectos para la conservación de la Identidad Cultural y el 3.1% afirman que No. **(Ver Tabla 36 Pág. 283)**

Sexo Masculino

El 40.7% del sexo masculino afirman que los maestros Si proponen proyectos para la conservación de la Identidad Cultural y el 2.2% afirman que No. **(Ver Tabla 36 Pág. 283)**

8. IDENTIFICACIÓN DE LOS PROYECTOS QUE PROPONEN LOS MAESTROS EN LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA

ZONA URBANA

Sexo Femenino

El 25.8% del sexo femenino afirman que los maestros proponen proyectos de Narrativa, el 15% de Oratoria, el 6.7% de Danza, el 4.2% de Poesía, el 2.5% Otros (Deportes, Todas las anteriores), el 1.7% de Teatro, el 1.7% de Artes Visuales y el 0% de Música. **(Ver Tabla 37 Pág. 283)**

Sexo Masculino

El 18.3% del sexo masculino afirman que los maestros proponen proyectos de Narrativa, el 8.3% de Oratoria, el 6.7% Otros (Lectura, Ensayo, Todas las Anteriores), el 4.2% de Danza, el 2.5% de Teatro, el 0.8% de Poesía, el 0.8% de Música y el 0.8% de Artes Visuales. **(Ver Tabla 37 Pág. 283)**

ZONA RURAL

Sexo Femenino

El 18.6% del sexo femenino afirman que los maestros proponen proyectos de Oratoria, el 8.4% de Teatro, el 7.5% de Narrativa, el 6.6% de Música, el 4.9% Otros (Medio Ambiente, Deportes, Deletreo de Ingles, Foros Pedagógicos, Todas las Anteriores), el 4.4% de Poesía, el 3.5% de Artes Visuales y el 3.1% de Danza. **(Ver Tabla 37 Pág. 283)**

Sexo Masculino

El 11.5% del sexo masculino afirman que los maestros proponen proyectos de Teatro, el 10.2% de Oratoria, el 6.2% de Narrativa, el 4% de Danza, el 3.5% Otros (Deletreo de Ingles, Medio Ambiente, Pecuario), el 2.7% de Poesía, el 2.7% de Música y el 2.2% Artes Visuales. **(Ver Tabla 37 Pág. 283)**

**9. RECONOCIMIENTO POR ÁREAS DE LOS MAESTROS QUE MÁS PROPONEN
PROYECTOS PARA LA CONSERVACIÓN DE LA IDENTIDAD CULTURAL**

ZONA URBANA

Sexo Femenino

El 40.8% del sexo femenino afirman que los maestros de Literatura son los que más proponen proyectos para la conservación de la Identidad Cultural, el 13.4% el de Sociales, el 2.5% el de Artística, el 0.8% Otros (Geografía, Filosofía), el 0% el de Ética y el 0% el de Ingles. **(Ver Tabla 38 Pág. 284)**

Sexo Masculino

El 28% del sexo masculino afirman que los maestros de Literatura son los que más proponen proyectos para la conservación de la Identidad Cultural, el 9.2% el de Sociales, el 2.5% Otros (Educación Física, Geografía), el 1.7% el de Ética, el 0.8% el de Artística y el 0.8% el de Ingles. **(Ver Tabla 38 Pág. 284)**

ZONA RURAL

Sexo Femenino

El 26.1% del sexo femenino afirman que los maestros de Literatura son los que más proponen proyectos para la conservación de la Identidad Cultural, el 11.9% el de Artística, el 8.4% el de Ingles, el 5.8% Otros (Religión, Música, Filosofía, Pedagogía), el 4% el de sociales y el 0.9% el de Ética. **(Ver Tabla 38 Pág. 284)**

Sexo Masculino

El 18.1% del sexo masculino afirman que los maestros de Literatura son los que más proponen proyectos para la conservación de la Identidad Cultural, el 11.1% el de Artística, el 7.1% el de Sociales, el 3.1% Otros (Educación Física, Historia, Religión, Español), el 2.2% el de Ética y el 1.3% el de Ingles. **(Ver Tabla 38 Pág. 284)**

10. USO DE LOS RECURSOS INSTITUCIONALES, POR PARTE DE LOS ESTUDIANTES PARA EL DESARROLLO DE LOS PROYECTOS CULTURALES

ZONA URBANA

Sexo Femenino

El 40% del sexo femenino utilizan Algunas Veces los recursos que ofrecen las Instituciones Educativas para el desarrollo de los proyectos culturales, el 9.2% Siempre recurre a ellos y el 8.3% Nunca. **(Ver Tabla 39 Pág. 284)**

Sexo Masculino

El 28.3% del sexo masculino utilizan Algunas Veces los recursos que ofrecen las Instituciones Educativas para el desarrollo de los proyectos culturales, el 9.2% Nunca y el 5% Siempre recurre a ellos. **(Ver Tabla 39 Pág. 284)**

ZONA RURAL

Sexo Femenino

El 42% del sexo femenino utilizan Algunas Veces los recursos que ofrecen las Instituciones Educativas para el desarrollo de los proyectos culturales, el 10.2% Siempre recurre a ellos y el 4.9% Nunca. **(Ver Tabla 39 Pág. 284)**

Sexo Masculino

El 35.4% del sexo masculino Algunas Veces utiliza los recursos que ofrecen Instituciones Educativas para el desarrollo de los proyectos culturales, el 4% Siempre recurre a ellos y el 3.5% Nunca. **(Ver Tabla 39 Pág. 284)**

11. APOYO DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA PARA EL DESARROLLO DE LOS PROYECTOS CULTURALES

ZONA URBANA

Sexo Femenino

El 34.2% del sexo femenino afirman que Algunas Veces las Instituciones Educativas los apoyan en el desarrollo de los proyectos culturales, el 22.5% Siempre y el 0.8% Nunca. **(Ver Tabla 40 Pág. 284)**

Sexo Masculino

El 30% del sexo masculino afirman que Algunas Veces las Instituciones Educativas los apoyan en el desarrollo de los proyectos culturales, el 8.3% Siempre y el 4.2% Nunca. **(Ver Tabla 40 Pág. 284)**

ZONA RURAL

Sexo Femenino

El 38.9% del sexo femenino afirman que Algunas Veces las Instituciones Educativas los apoyan en el desarrollo de los proyectos culturales, el 16.4% Siempre y el 1.8% Nunca. **(Ver Tabla 40 Pág. 284)**

Sexo Masculino

El 32.3% del sexo masculino afirman que Algunas Veces las Instituciones Educativas los apoyan en el desarrollo de los proyectos culturales, el 10.2% Siempre y el 0.4% Nunca. **(Ver Tabla 40 Pág. 284)**

12. MOTIVO PARA QUE LOS ESTUDIANTES PARTICIPEN EN LOS EVENTOS CULTURALES REALIZADOS EN LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA

ZONA URBANA

Sexo Femenino

El 24.2% del sexo femenino participan en las eventos culturales realizados en la Instituciones Educativas porque le Gusta, el 22.5% Por Obligación Académica y el 10% porque lo Identifica. **(Ver Tabla 41 Pág. 284)**

Sexo Masculino

El 26.7% del sexo masculino participan en las eventos culturales realizados en la Instituciones Educativas por Obligación Académica, el 10.8% porque lo Identifica y el 5.8% porque le Gusta. **(Ver Tabla 41 Pág. 284)**

ZONA RURAL

Sexo Femenino

El 30.5% del sexo femenino participan en las eventos culturales realizados en la Instituciones Educativas porque el Gusta, el 15.9% porque lo Identifica y el 10.6% Por Obligación Académica. **(Ver Tabla 41 Pág. 284)**

Sexo Masculino

El 20.8% del sexo masculino participan en las eventos culturales realizados en la Instituciones Educativas porque le Gusta, el 13.4% por Obligación Académica y el 8.8% porque lo Identifica. **(Ver Tabla 41 Pág. 284)**

13. OPINIÓN DE LOS ESTUDIANTES SOBRE LOS EVENTOS CULTURALES REALIZADOS POR LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA

ZONA URBANA

Sexo Femenino

El 27.5% del sexo femenino opinan que los eventos culturales que realizan la Instituciones Educativas son Interesantes y Divertidos, el 20.8% No Opinan y el 9.2% son Monótonos. **(Ver Tabla 42 Pág. 284)**

Sexo Masculino

El 18.3% del sexo masculino opinan que los eventos culturales que realizan la Instituciones Educativas son Interesantes y Divertidos, el 12.5% son Monótonos y el 11.7% No Opinan. **(Ver Tabla 41 Pág. 284)**

ZONA RURAL

Sexo Femenino

El 31.6% del sexo femenino opinan que los eventos culturales que realizan la Instituciones Educativas son Interesantes y Divertidos, el 16.8% son Monótonos y el 8.8% No Opinan. **(Ver Tabla 42 Pág. 284)**

Sexo Masculino

El 26.6% del sexo masculino opinan que los eventos culturales que realizan la Institución Educativa son Interesantes y Divertidos, el 8.8% No Opinan y el 7.5% son Monótonos. **(Ver Tabla 42 Pág. 284)**

**14. LUGARES DE INTERÉS VISITADOS POR ESTUDIANTES Y PROFESORES DE LA
INSTITUCIÓN EDUCATIVA**

ZONA URBANA

Sexo Femenino

EL 27.5% del sexo femenino han visitado con los profesores de las Instituciones Educativas Museos y/o Galerías, el 23.3% No han visitado lugar cultural alguno con los maestros, el 5% Otros (Centros Recreacionales, Inter-colegiados), el 1.7% Salas de Teatro y Danza y el 0% Conciertos Musicales. **(Ver Tabla 43 Pág. 285)**

Sexo Masculino

El 26.7% del sexo masculino han visitado con los profesores de las Instituciones Educativas Museos y/o Galerías, el 11.7% No han visitado lugar cultural alguno con los maestros, el 2.5% Otros (San Agustín), el 1.7% Salas de Teatro y Danza y el 0% Conciertos Musicales. **(Ver Tabla 43 Pág. 285)**

ZONA RURAL

Sexo Femenino

El 23.9% del sexo femenino no han Visitado lugar cultural alguno con los maestros de las Instituciones Educativas, el 19.9% Museos y Galerías, el 8.4% Otros (Centros Turísticos, Boyacá, Bogotá), el 4% % Salas de Teatro y Danza y el 0.9% Conciertos Musicales. **(Ver Tabla 43 Pág. 285)**

Sexo Masculino

El 19% del sexo masculino han visitado con los profesores de las Instituciones Educativas Museos y/o Galerías, el 17.3% No han visitado lugar cultural alguno con los maestros, el 5.8% Otros (Centros Recreacionales, Pueblos de la Región del Huila, Piscícola de Gigante), el 0.4% Salas de Teatro y Danza y el 0.4% Conciertos Musicales. **(Ver Tabla 43 Pág. 285)**

15. FRECUENCIA CON QUE LOS ESTUDIANTES VISITAN LUGARES CULTURALES

ZONA URBANA

Sexo Femenino

El 25% del sexo femenino no han ido ni sola una vez a estos lugares con los maestros de las Instituciones Educativas, el 22.5% Una sola Vez, el 5.8% Varias Veces y el 4.2% Dos Veces. **(Ver Tabla 44 Pág. 285)**

Sexo Masculino

El 19.2% del sexo masculino han visitado los lugares culturales con los profesores Una Sola Vez, el 12.5% Ni Una sola Vez, el 6.7% Varias Veces, el 4.2% Dos Veces. **(Ver Tabla 44 Pág. 285)**

ZONA RURAL

Sexo Femenino

El 24.3% del sexo femenino no han ido ni una sola vez a lugares culturales con los maestros de las Instituciones Educativas, el 16.8% Una sola Vez, el 9.3% Varias Veces y el 6.6% Dos Veces. **(Ver Tabla 44 Pág. 285)**

Sexo Masculino

El 16.8% del sexo masculino no han ido ni una sola vez a lugares culturales con los maestros de las Instituciones Educativas, el 12.4% Una Sola Vez, el 8% Varias Veces y el 5.8% Dos Veces. **(Ver Tabla 44 Pág. 285)**

**16. MOTIVACIÓN REALIZADAS POR LOS ESTUDIANTES A OTRAS PERSONAS
PARA VISITAR LUGARES CULTURALES**

ZONA URBANA

Sexo Femenino

El 31.7% del sexo femenino invitan Algunas Veces a otras personas a conocer lugares culturales visitados, el 13.3% Nunca y el 12.5% Siempre. **(Ver Tabla 45 Pág. 285)**

Sexo Masculino

El 23.3% del sexo masculino invitan Algunas Veces a otras personas a conocer lugares culturales visitados, el 10% Nunca y el 9.2% Siempre. **(Ver Tabla 45 Pág. 285)**

ZONA RURAL

Sexo Femenino

El 32.3% del sexo femenino invitan Algunas Veces a otras personas a conocer lugares culturales visitados, el 13.3% Nunca y el 11.5% Siempre. **(Ver Tabla 45 Pág. 285)**

Sexo Masculino

El 32.3% del sexo masculino invitan Algunas Veces a otras personas a conocer lugares culturales visitados, el 6.2% Siempre y el 4.4% Nunca. **(Ver Tabla 45 Pág. 285)**

17. APORTES QUE BRINDAN LOS LUGARES CULTURALES A LOS ESTUDIANTES

ZONA URBANA

Sexo Femenino

El 24.2% del sexo femenino afirman que no les dejan aportes los lugares, el 21.6% Culturales, el 6.7% Recreativos, el 4.2% Cognoscitivo y el 0.8% Científico. **(Ver Tabla 46 Pág. 285)**

Sexo Masculino

El 16.6% del sexo masculino afirman que el aporte que brindan los lugares visitados es Cultural, el 11.7% Recreativos, el 11.7% no les dejan aporte alguno, el 1.7% Cognoscitivos y el 0.8% Científico. **(Ver Tabla 46 Pág. 285)**

ZONA RURAL

Sexo Femenino

El 23.9% del sexo femenino afirman que no les Dejan aporte los lugares, el 19.9% Culturales, el 7.1% Recreativos, el 5.3% Cognoscitivo y el 0.9% Científico. **(Ver Tabla 46 Pág. 285)**

Sexo Masculino

El 14.1% del sexo masculino afirman que no les Dejan ningún aporte dichos lugares, 12.4% Culturales, el 11.1% Recreativos, el 5.3% Cognoscitivo y el 0% Científico. **(Ver Tabla 46 Pág. 285)**

**18. MOTIVACIÓN REALIZADAS POR LOS PROFESORES A LOS ESTUDIANTES
PARA VISITAR LOS LUGARES CULTURALES**

ZONA URBANA

Sexo Femenino

El 31.7% del sexo femenino afirman que Algunas Veces los profesores los motivan a conocer lugares culturales, el 20.8% Siempre y el 5% Nunca. **(Ver Tabla 47 Pág. 285)**

Sexo Masculino

El 22.5% del sexo masculino afirman que Algunas Veces los profesores los motivan a conocer lugares culturales, el 13.3% Siempre y el 6.7% Nunca. **(Ver Tabla 47 Pág. 285)**

ZONA RURAL

Sexo Femenino

El 32.7% del sexo masculino afirman que Algunas Veces los profesores los motivan a conocer lugares culturales, el 17.7% Siempre y el 6.6% Nunca. **(Ver Tabla 47 Pág. 285)**

Sexo Masculino

El 25.2% del sexo masculino afirman que Algunas Veces los profesores los motivan a conocer lugares culturales, el 15.5% Siempre y el 2.3% Nunca. **(Ver Tabla 47 Pág. 285)**

19. PARTICIPACIÓN DE LOS ESTUDIANTES EN LAS ACTIVIDADES CULTURALES PROGRAMADAS POR EL MUNICIPIO Y LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS

ZONA URBANA

Sexo Femenino

El 44.2% del sexo femenino participan Algunas Veces en la actividades culturales programadas por el Municipio y las Instituciones Educativas, el 10.8% Siempre asisten a estos eventos y el 2.5% Nunca. **(Ver Tabla 48 Pág. 286)**

Sexo Masculino

El 35.8% del sexo masculino participan Algunas Veces en la actividades culturales programadas por el Municipio y las Instituciones Educativas, el 5% Siempre asisten a estos eventos y el 1.7% Nunca. **(Ver Tabla 48 Pág. 286)**

ZONA RURAL

Sexo Femenino

El 47.8% del sexo femenino participan Algunas Veces en la actividades culturales programadas por el Municipio y las Instituciones Educativas, el 7.1% Siempre asisten a estos eventos y el 2.2% Nunca. **(Ver Tabla 48 Pág. 286)**

Sexo Masculino

El 35.4% del sexo masculino participan Algunas Veces en la actividades culturales programadas por el Municipio y las Instituciones Educativas, el 4.9% Siempre asisten a estos eventos y el 2.7% Nunca han ido a dichos eventos. **(Ver Tabla 48 Pág. 286)**

20. PREFERENCIAS DE LOS ESTUDIANTES, HACIA LOS EVENTOS CULTURALES PROGRAMADOS POR EL MUNICIPIO Y LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS

ZONA URBANA

Sexo Femenino

El 15.9% del sexo femenino escoge la Música como actividad predilecta entre las programadas por el Municipio y las Instituciones Educativas, el 14.2% las Danzas, el 14.2% los Deportes, el 5.8% las Comparsas, el 5.8% Otros (Todas las anteriores), el 0.8% el Teatro y el 0.8% las Artesanías. **(Ver Tabla 49 Pág. 286)**

Sexo Masculino

El 30.8% del sexo masculino escoge los Deportes como actividad predilecta entre las programadas por el Municipio y las Instituciones Educativas, el 5% la Música, el 2.5% las Artesanías, el 1.7% el Teatro, el 1.7% las Comparsas, el 0.8% las Danzas y el 0% Otros. **(Ver Tabla 49 Pág. 286)**

ZONA RURAL

Sexo Femenino

El 16.4% del sexo femenino escoge los Deportes como actividad predilecta entre las programadas por el Municipio y las Instituciones Educativas, el 16% la Música, el 11.5% las Danzas, el 5.8% las Artesanías, el 4% Otros (Concurso de Oratoria, Pintura y Escultura; Periodismo, Banda Municipal), el 2.3% las Comparsas y el 1.8% el Teatro. **(Ver Tabla 49 Pág. 286)**

Sexo Masculino

El 27.9% del sexo masculino escoge los Deportes como actividad predilecta entre las programadas por el Municipio y las Instituciones Educativas, el 8% la Música, el 1.8% el teatro, 1.8% las Danzas, el 1.8% las Comparsas, el 0.9% las Artesanías y el 0% Otros. **(Ver Tabla 49 Pág. 286)**

21. MANERA COMO PARTICIPAN LOS ESTUDIANTES EN LOS EVENTOS CULTURALES PROGRAMADOS POR EL MUNICIPIO Y LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS

ZONA URBANA

Sexo Femenino

El 44.4% del sexo femenino participan en los eventos culturales programados por el Municipio y las Instituciones Educativas como Espectador y el 12.7% como Actor. **(Ver Tabla 50 Pág. 286)**

Sexo Masculino

El 26.9% del sexo masculino participan en los eventos culturales programados por el Municipio y las Instituciones Educativas como Espectador y el 16% como Actor. **(Ver Tabla 50 Pág. 286)**

ZONA RURAL

Sexo Femenino

El 38.21% del sexo femenino participan en los eventos culturales programados por el Municipio y las Instituciones Educativas como Espectador y el 19.1% como Actor. **(Ver Tabla 50 Pág. 286)**

Sexo Masculino

El 25.7% del sexo masculino participan en los eventos culturales programados por el Municipio y las Instituciones Educativas como Actor y el 17% como Espectador. **(Ver Tabla 50 Pág. 286)**

22. FORMA DE ACOMPAÑAMIENTO DE LOS ESTUDIANTES EN LAS ACTIVIDADES CULTURALES PROGRAMADAS POR EL MUNICIPIO Y LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS

LOS CONSUMOS ARTÍSTICOS DE LOS JOVENES DE LAS ÁREA URBANA Y RURAL DEL MUNICIPIO DE GIGANTE. 2007

PAULA ANDREA SERRANO BERMÚDEZ

ZONA URBANA

Sexo Femenino

El 51.8% del sexo femenino van acompañados con los Amigos (as) a las actividades culturales que programa el Municipio y las Instituciones Educativas, el 3.5% con la Familia y el 1.8% con Otros (Novio, Todas las Anteriores). **(Ver Tabla 51 Pág. 286)**

Sexo Masculino

El 37.6% del sexo masculino van acompañados con los Amigos (as) a las actividades culturales que programa el Municipio y las Instituciones Educativas, 3.5% con Otros (Compañeros, Vecinos) y el 1.8% con la Familia. **(Ver Tabla 51 Pág. 286)**

ZONA RURAL

Sexo Femenino

El 45.2% del sexo femenino van acompañados con los Amigos (as) a las actividades culturales que programa el Municipio y las Instituciones Educativas, el 8.5% con la Familia y el 3.6% con Otros (Vecinos, Compañeros de Estudio y Trabajo, Profesores). **(Ver Tabla 51 Pág. 286)**

Sexo Masculino

El 38.9% del sexo masculino van acompañados con los Amigos (as) a las actividades culturales que programa el Municipio y las Instituciones Educativas, el 2.8% con la Familia y el 1% con Otros (Vecinos, Compañeros de Trabajo, con la Institución Educativa) **(Ver Tabla 51 Pág. 286)**

23. DIFUSIÓN DE LOS HÁBITOS CULTURALES DE LOS ESTUDIANTES

ZONA URBANA

Sexo Femenino

El 23.3% del sexo femenino afirman que los hábitos culturales son difundidos por la Familia, el 15.8% por la Institución Educativa, el 12.5% por el Rol Social, el 3.3% por los Medios de Comunicación y el 2.5% por Otros (Libros, Novio, Todas la Anteriores). **(Ver Tabla 52 Pág. 286)**

Sexo Masculino

El 19.2% del sexo masculino afirman que los hábitos culturales son difundidos por la Familia, el 10% por la Institución Educativa, el 10% por el Rol Social, el 1.7% los Medios de Comunicación y el 1.7% por Otros (T. las anteriores) **(Ver Tabla 52 Pág. 286)**

ZONA RURAL

Sexo Femenino

El 20.8% del sexo femenino afirman que los hábitos culturales son difundidos por la Familia, el 17.7% por la Institución Educativa, el 10.6% por el Rol Social, el 4.9% por los Medios de Comunicación y el 3% por Otros (Maestros, Vecinos). **(Ver Tabla 52 Pág. 286)**

Sexo Masculino

El 15.5% del sexo masculino afirman que los hábitos culturales son difundidos por la Familia, el 13.7% por la Institución Educativa, el 7.1% por el Rol Social, el 4.9% los Medios de Comunicación y el 1.8% por Otros (Vecinos, Todas las anteriores) **(Ver Tabla 52 Pág. 286)**

24. IDENTIFICACIÓN DE LOS OBJETOS COLECCIONADOS POR LOS ESTUDIANTES

ZONA URBANA

Sexo Femenino

El 35.8% del sexo femenino colecciona Música, el 11.7% Farándula, el 4.2% Otros (Libros de Terror), 2.5% Instrumentos Deportivos, 1.7% Juegos y el 1.7% Películas. **(Ver Tabla 53 Pág. 287)**

Sexo Masculino

El 21.6% del sexo masculino colecciona Música, el 7.5% Juegos, el 5.8% Instrumentos Deportivos, el 5% Películas, el 1.7% Farándula y el 0.8% Otros (Libros). **(Ver Tabla 53 Pág. 287)**

ZONA RURAL

Sexo Femenino

El 39.4% % del sexo femenino colecciona Música, el 5.3% Farándula, el 4.9% Otros (Dibujos, libros, Novelas, Cosméticos, Recuerdos de Viajes), el 3% Instrumentos Deportivos, el 2.2% Juegos y el 2.2% Películas. **(Ver Tabla 53 Pág. 287)**

Sexo Masculino

El 19.5% del sexo masculino colecciona Música, el 8% Instrumentos Deportivos, el 8% Películas, el 4% Otros (Botellas, Canicas, Artesanías, Libros), 3.1% Juegos, el 0.4% Farándula. **(Ver Tabla 53 Pág. 287)**

25. LEGALIDAD DE LOS OBJETOS COLECCIONADOS POR LOS ESTUDIANTES

ZONA URBANA

Sexo Femenino

El 25.8% del sexo femenino coleccionan objetos Originales, el 20.8% No les Interesa que sean originales o piratas y el 10.8% los objetos son Piratas. **(Ver Tabla 54 Pág. 287)**

Sexo Masculino

El 16.7% del sexo masculino los objetos que coleccionan son Piratas, el 13.4% No les Interesa que sean originales o piratas y el 12.5% colecciona objetos Originales. **(Ver Tabla 54 Pág. 287)**

ZONA RURAL

Sexo Femenino

El 29.6% del sexo femenino los objetos que coleccionan son Originales, el 19.5% No les Interesa que sean originales o piratas y el 8% coleccionan objetos Piratas. **(Ver Tabla 54 Pág. 287)**

Sexo Masculino

El 17.3% del sexo masculino No les interesa que los objetos sean originales o piratas, el 12.8% colecciona objetos Originales y el 12.8% Piratas. **(Ver Tabla 54 Pág. 287)**

11. ANALISIS GENERAL DE LOS GRADOS 10 Y 11 DE LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS DEL MUNICIPIO DE GIGANTE

1. EXPRESIONES ARTÍSTICAS PREFERIDAS POR LOS ESTUDIANTES

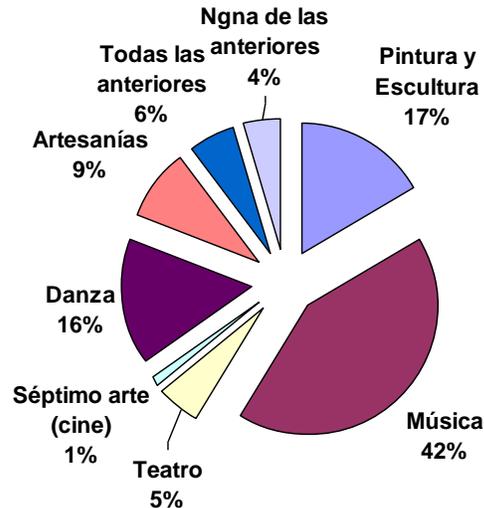


Gráfico 176. Expresiones artísticas preferidas por los estudiantes de los grados de 10 y 11 de las Instituciones Educativas del Municipio de Gigante. 2007

El 42% de los estudiantes escoge la Música como expresión artísticas preferida, el 17% la Pintura y Escultura, el 16% las Danzas, el 9% las Artesanías, el 6% Todas las Anteriores, el 5% el Teatro, el 4% Ninguna de las Anteriores y el 1% es Séptimo Arte (Cine)

2. FRECUENCIA CON QUE LOS ESTUDIANTES PRACTICAN LAS EXPRESIONES ARTÍSTICAS PREFERIDAS



Gráfico 177. Frecuencia con que los estudiantes de los grados de 10 y 11 de las Instituciones Educativas del Municipio de Gigante, practican las expresiones artísticas preferidas. 2007

El 73% de los estudiantes Algunas Veces practican las actividades artísticas preferidas, el 20% Siempre y el 7% Nunca las ponen en práctica.

3. LUGARES FRECUENTADOS POR LOS ESTUDIANTES EN EL TIEMPO LIBRE

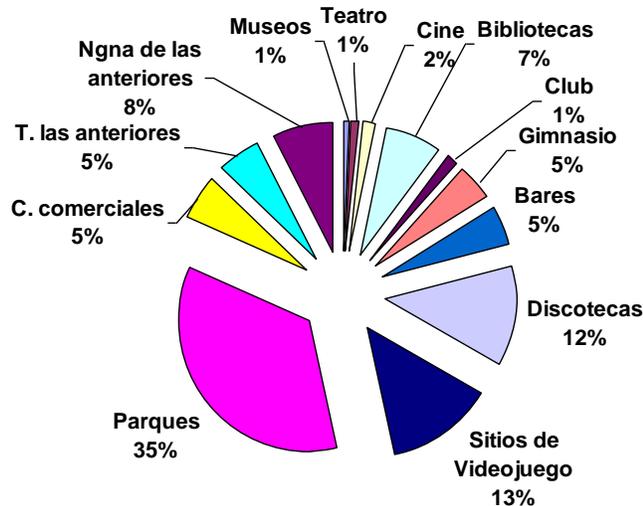


Gráfico 178. Lugares frecuentados por los estudiantes de los grados de 10 y 11 de las Instituciones Educativas del Municipio de Gigante, en el tiempo libre. 2007

El 35% de los estudiantes frecuenta los Parques en el tiempo libre, el 13% Sitios de Videojuegos, el 12% las Discotecas, el 8% Ninguna de las Anteriores, el 7% las Bibliotecas, el 5% el Gimnasio, el 5% los Bares, el 5% los Centros Comerciales, el 5% Todas las Anteriores, el 2% el Cine, el 1% el Club, el 1% los Museos y el 1% el Teatro.

4. RAZONES QUE EXPRESAN LOS ESTUDIANTES PARA FRECUENTAR DICHOS ESPACIOS

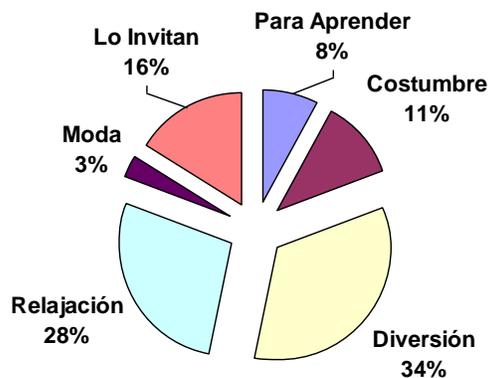


Gráfico 179. Razones que expresan los estudiantes de los grados de 10 y 11 de las Instituciones Educativas del Municipio de Gigante, para frecuentar dichos espacios. 2007

El 34% de los estudiantes frecuentan los lugares por Diversión, el 28% por Relajación, el 16% porque lo o la Invitan, el 11% por Costumbre, el 8% para Aprender y el 3% por Moda.

5. MEDIOS DE COMUNICACIÓN EMPLEADO POR LOS ESTUDIANTES EN EL TIEMPO LIBRE

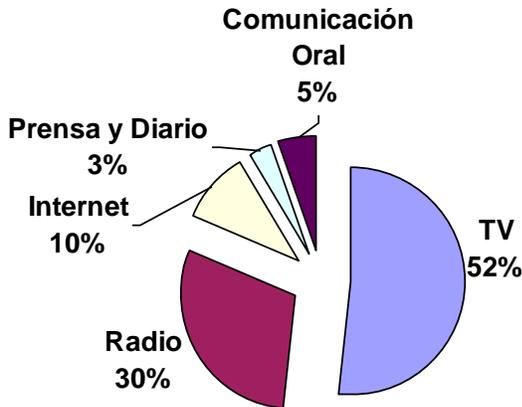


Gráfico 180. Medios de comunicación empleado por los estudiantes de los grados de 10 y 11 de las Instituciones Educativas del Municipio de Gigante, en el tiempo libre. 2007

El 52% de los estudiantes utiliza como medio de comunicación la TV en el tiempo libre, el 30% la Radio, el 10% el Internet, el 5% la Comunicación oral (Tertulias) y el 3% la Prensa (Tiempo, Espectador) y Diario (Huila, la Nación)

6. PERCEPCIONES DE LOS ESTUDIANTES SOBRE LAS ACTIVIDADES QUE REALIZA LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA, ADEMÁS DE LAS ACADÉMICAS

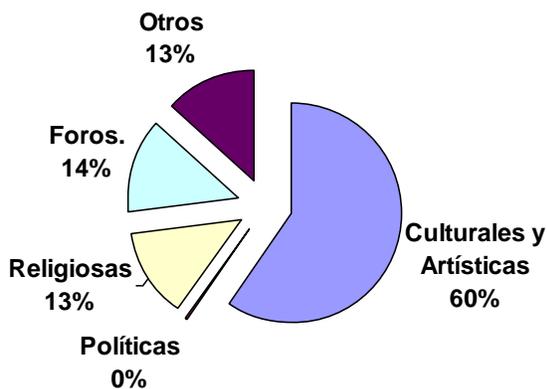


Gráfico 181. Percepciones de los estudiantes sobre las actividades que realizan las Instituciones Educativas del Municipio de Gigante, además de las Académicas. 2007

EL 60% de los estudiantes afirma que las Instituciones realizan actividades Culturales y Artísticas además de las académicas, el 14% Foros, el 13% Otras (Poesía, Encuentros Deportivos y Recreativos, Actividades Agrícolas, Concurso de Deletreo en Ingles, Oratorias), el 13% Religiosas y el 0% Políticas.

7. OPINIÓN DE LOS ESTUDIANTES SOBRE LAS PROPUESTAS DE LOS MAESTROS DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA, PARA CONSERVAR LA IDENTIDAD CULTURAL

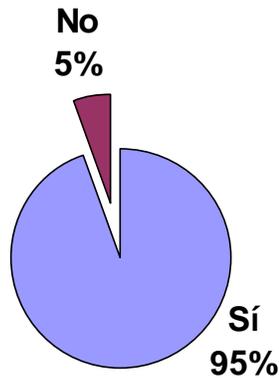


Gráfico 182. Opinión de los estudiantes sobre las propuestas de los maestros de las Instituciones Educativas del Municipio de Gigante, para conservar la Identidad Cultural. 2007

El 95% los estudiantes afirma que los maestros Si proponen proyectos para conservar la identidad cultural y el 5% afirman que No.

8. IDENTIFICACIÓN DE LOS PROYECTOS QUE PROPONEN LOS MAESTROS EN LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA

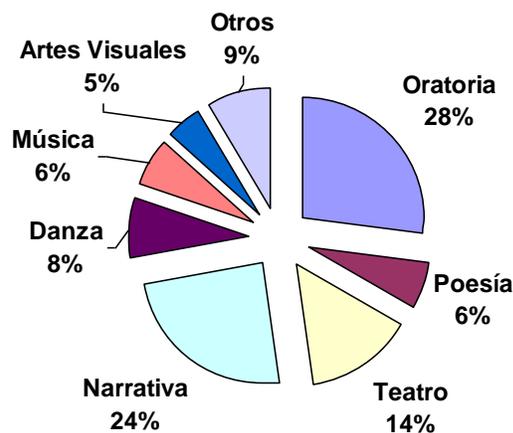


Gráfico 183. Identificación de los proyectos que proponen los maestros en las Instituciones Educativas del Municipio de Gigante. 2007

El 28% de los estudiantes afirma que los maestros proponen proyectos de Oratoria, el 24% de Narrativa, el 14% de Teatro, el 9% Otros (Medio Ambiente, Ensayo, Deletreo de Ingles, Foros Pedagógicos, Pecuario, Encuentros Deportivos), el 8% de Danza, el 6% de Poesía, el 6% de Música y el 5% de Artes Visuales.

9. RECONOCIMIENTO POR ÁREAS DE LOS MAESTROS QUE MÁS PROPONEN PROYECTOS PARA LA CONSERVACIÓN DE LA IDENTIDAD CULTURAL

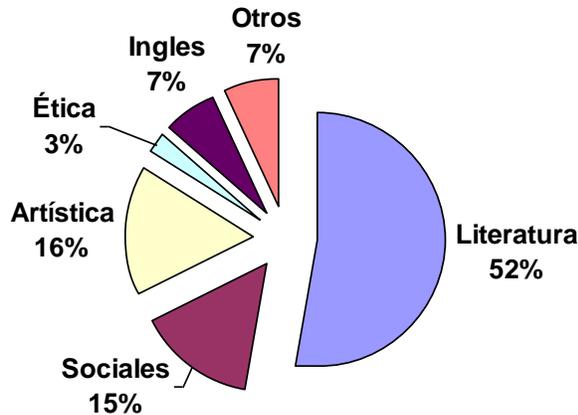


Gráfico 184. Reconocimientos por áreas de los maestros que más proponen proyectos en las Instituciones Educativas del Municipio de Gigante, para la conservación de la Identidad Cultural. 2007

El 52% de los estudiantes afirma que los maestros de Literatura son los que proponen más proyectos para conservar la identidad cultural, el 16% el de Artística, el 15% el de Sociales, el 7% el de Inglés, el 7% Otros (Biología, Religión, Educación Física, Filosofía, Geografía, Historia, Música, Pedagogía) y el 3% Ética.

10. USO DE LOS RECURSOS INSTITUCIONALES, POR PARTE DE LOS ESTUDIANTES PARA EL DESARROLLO DE LOS PROYECTOS CULTURALES

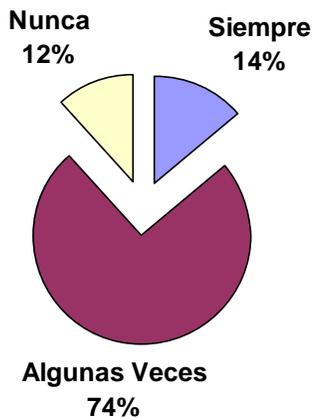


Gráfico 185. Uso de los recursos Institucionales, por parte de los estudiantes de los grados 10 y 11 de las Instituciones Educativas del Municipio de Gigante, para el desarrollo de los proyectos culturales. 2007

El 74% de los estudiantes Algunas Veces utilizan los recursos de la Institución Educativa para el desarrollo de los proyectos culturales, el 14% Siempre y el 12% Nunca recurre a ellos.

**11. APOYO DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA PARA EL DESARROLLO DE LOS
PROYECTOS CULTURALES**

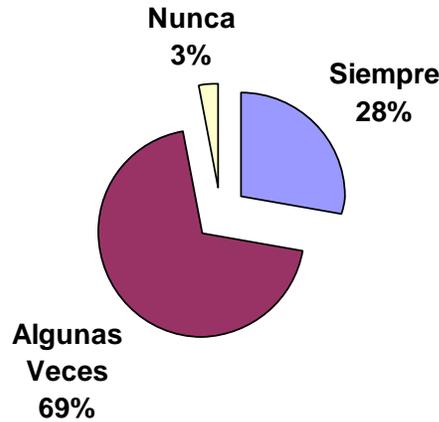


Gráfico 186. Apoyo de las Instituciones Educativas del Municipio de Gigante, para el desarrollo de los proyectos culturales. 2007

EL 69% de los estudiantes afirman que las Instituciones Educativas Algunas Veces los apoyan en el desarrollo de los proyectos culturales, el 28% Siempre y el 3% Nunca.

**12. MOTIVO PARA QUE LOS ESTUDIANTES PARTICIPEN EN LOS EVENTOS
CULTURALES REALIZADOS EN LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA**

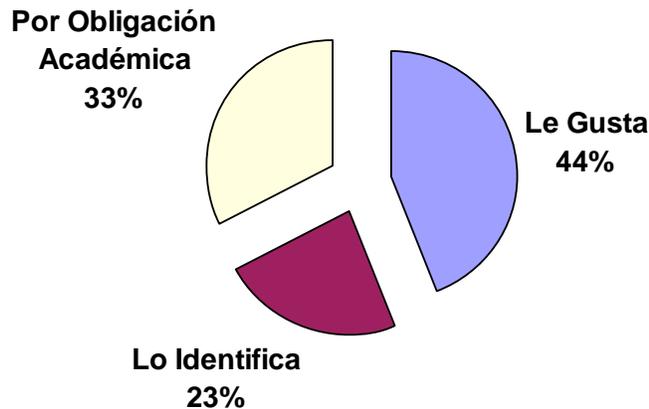


Gráfico 187. Motivo para que los estudiantes participen en los eventos culturales que realizan las Instituciones Educativas. 2007

El 44% de los estudiantes afirman que participan en los eventos culturales realizados en las Instituciones Educativas porque le Gusta, el 33% por Obligación Académica y el 23% porque lo Identifica.

**13. OPINIÓN DE LOS ESTUDIANTES SOBRE LOS EVENTOS CULTURALES
REALIZADOS POR LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA**

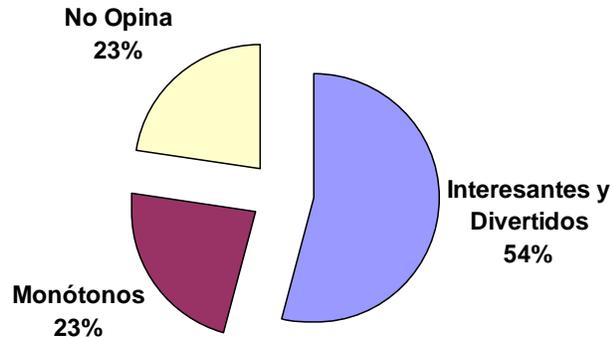


Gráfico 188. Opinión de los estudiantes de los grados 10 y 11, sobre los eventos culturales que realizan las Instituciones Educativas del Municipio de Gigante. 2007

El 54% de los estudiantes afirman que los eventos culturales realizados por las Instituciones Educativas son Interesante y Divertidos, el 23% Monótonos y el 23% No Opina.

**14. LUGARES DE INTERÉS VISITADOS POR ESTUDIANTES Y PROFESORES DE
LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA**

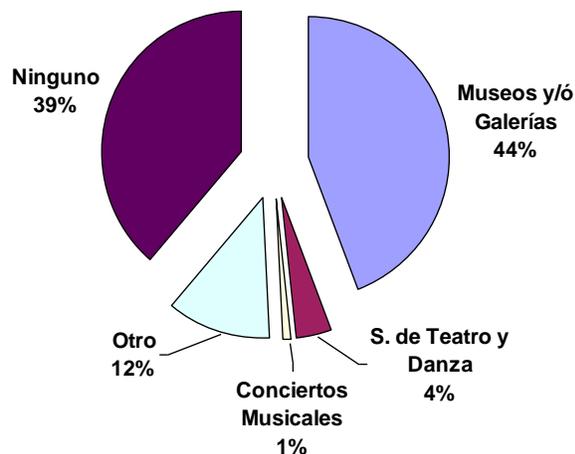


Gráfico 189. Lugares de interés visitados por los estudiantes de los grados 10 y 11, y profesores de las Instituciones Educativas del Municipio de Gigante. 2007

El 44% de los estudiantes han visitado con los profesores Museos y/o Galerías, el 39% no han visitado lugar cultural alguno con los maestros, el 12% Otros (Boyacá, Bogotá, Pueblos de la Región del Huila, Sitios Turísticos, Centros Recreacionales, Piscícola de Gigante), el 4% Salas de Teatro y Danza y el 1% Concierdos Musicales.

15. FRECUENCIA CON QUE LOS ESTUDIANTES VISITAN LUGARES CULTURALES

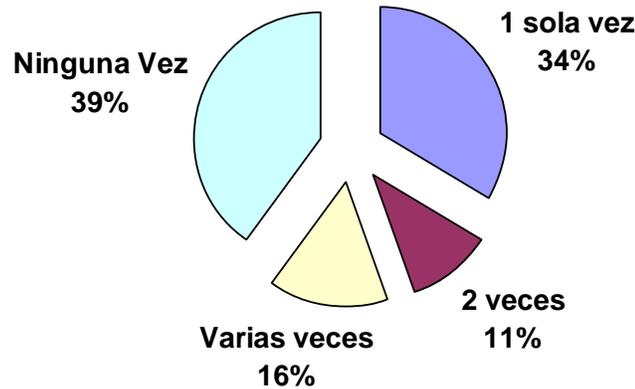


Gráfico 190. Frecuencia con que los estudiantes de los grados 10 y 11 de las Instituciones Educativas del Municipio de Gigante, visitan lugares culturales. 2007

El 39% de los estudiantes afirman que No han ido ni una sola vez a lugares culturales con los profesores de las Instituciones Educativas, el 34% Una Sola Vez, el 16% Varias Veces y el 11% Dos Veces.

16. MOTIVACIÓN REALIZADAS POR LOS ESTUDIANTES A OTRAS PERSONAS PARA VISITAR LUGARES CULTURALES

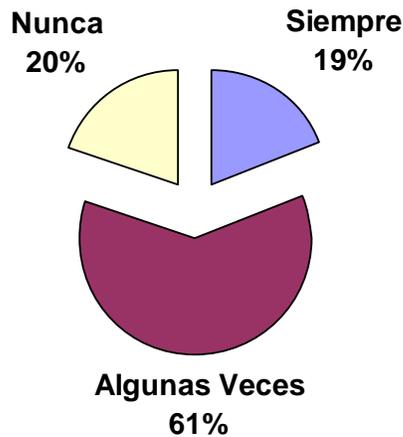


Gráfico 191. Motivación realizadas por los estudiantes de los grados 10 y 11 de las Instituciones Educativas del Municipio de Gigante, a otras personas para visitar lugares culturales. 2007

El 61% de los estudiantes afirman que Algunas Veces invitan y/o convidan a otras personas a conocer lugares culturales, el 20% Nunca y el 19% Siempre han motivado a las personas a visitar dichos lugares.

17. APORTES QUE BRINDAN LOS LUGARES CULTURALES A LOS ESTUDIANTES

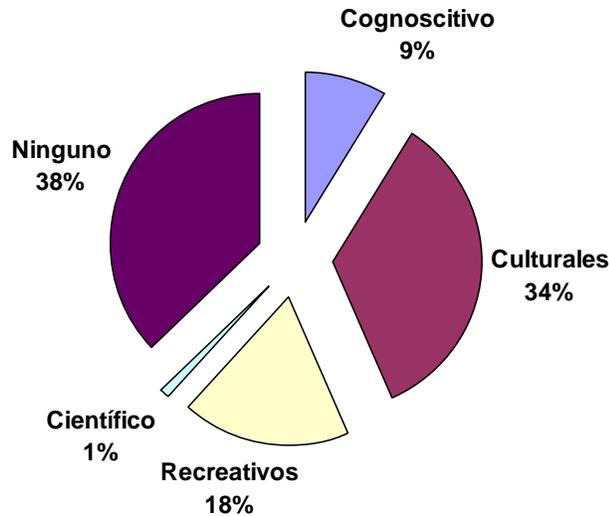


Gráfico 192. Aportes que brindan los lugares culturales a los estudiantes de los grados 10 y 11 de las Instituciones Educativas del Municipio de Gigante. 2007

El 38% de los estudiantes afirman que los lugares no les dejan Ningún aporte, el 34% Culturales, el 18% Recreativos, el 9% Cognoscitivo y el 1% Científico.

18. MOTIVACIÓN REALIZADAS POR LOS PROFESORES A LOS ESTUDIANTES PARA VISITAR LOS LUGARES CULTURALES

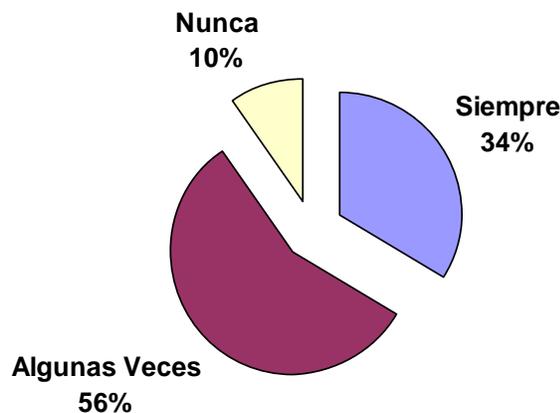


Gráfico 193. Motivación realizadas por los profesores a los estudiantes de los grados 10 y 11 de las Instituciones Educativas del Municipio de Gigante, para visitar lugares culturales. 2007

El 56% de los estudiantes afirman que Algunas Veces los profesores los motivan a conocer lugares culturales, el 34% Siempre y el 10% Nunca.

19. PARTICIPACIÓN DE LOS ESTUDIANTES EN LAS ACTIVIDADES CULTURALES PROGRAMADAS POR EL MUNICIPIO Y LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS



Gráfico 194. Participación de los estudiantes de los grados 10 y 11, en las actividades culturales programadas por el Municipio de Gigante y las Instituciones Educativas. 2007

El 82% de los estudiantes Algunas Veces participan en las actividades programadas por el Municipio y las Instituciones Educativas, el 13% Siempre y el 5% Nunca han asistido en estos eventos.

20. PREFERENCIAS DE LOS ESTUDIANTES, HACIA LOS EVENTOS CULTURALES PROGRAMADOS POR EL MUNICIPIO Y LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS

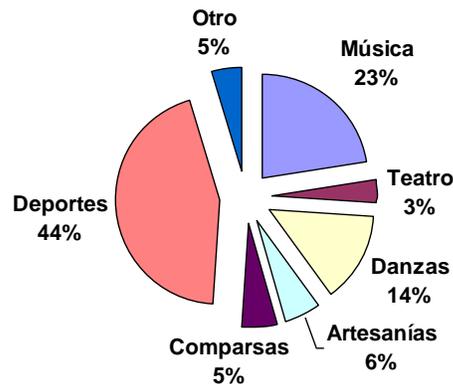


Gráfico 195. Preferencias de los estudiantes de los grados 10 y 11, hacia los eventos culturales programados por el Municipio y las Instituciones Educativas. 2007

El 44% de los estudiantes prefieren los Deportes como actividad predilecta entre los eventos culturales programados por el Municipio y las Instituciones Educativas, el 23% la Música, el 14% las Danzas, el 6% las Artesanías, el 5% las Comparsas, el 5% Otros (Tenis de Mesa, Banda Municipal, Concurso de oratoria, Pintura y Escultura, Todas las Anteriores) y el 3% el Teatro.

21. MANERA COMO PARTICIPAN LOS ESTUDIANTES EN LOS EVENTOS CULTURALES PROGRAMADOS POR EL MUNICIPIO Y LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS

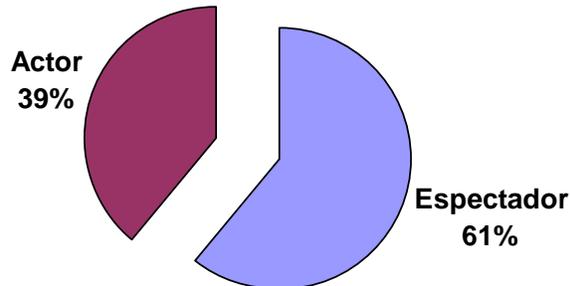


Gráfico 196. Manera como participan los estudiantes de los grados 10 y 11, en los eventos culturales programadas por el Municipio de Gigante y las Instituciones Educativas. 2007

El 61% de los estudiantes participan en los eventos culturales programados por el Municipio y las Instituciones Educativas como Espectador y el 39% como Actor.

22. FORMA DE ACOMPAÑAMIENTO DE LOS ESTUDIANTES EN LAS ACTIVIDADES CULTURALES PROGRAMADAS POR EL MUNICIPIO Y LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS

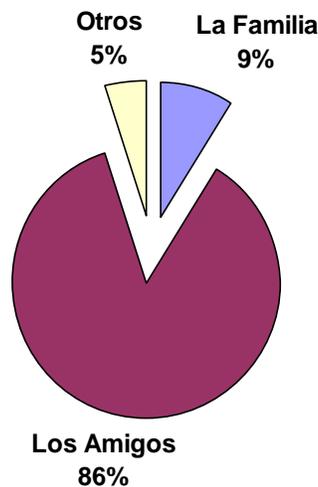


Gráfico 197. Forma de acompañamiento de los estudiantes de los grados 10 y 11, en las actividades culturales programadas por el Municipio y las Instituciones Educativas. 2007

El 86% de los estudiantes participan en las actividades culturales programadas por el Municipio y las Instituciones Educativas con los Amigos (as), el 9% con la Familia y el 5% con Otros (Maestros, Institución Educativa, Compañeros de Trabajo y estudio, Vecinos, Novio).

23. DIFUSIÓN DE LOS HÁBITOS CULTURALES DE LOS ESTUDIANTES

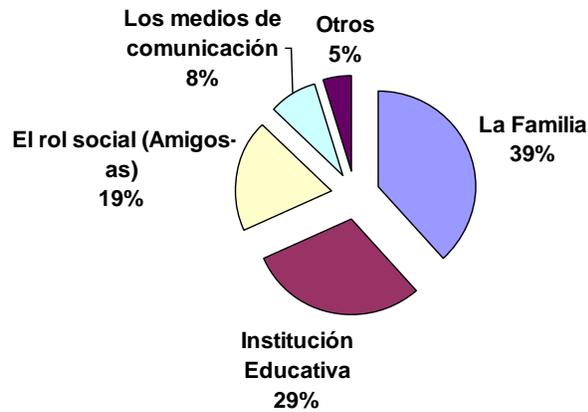


Gráfico 198. Difusión de los hábitos culturales de los estudiantes de los grados 10 y 11 de las Instituciones Educativas del Municipio de Gigante.2007

El 39% de los estudiantes afirman que los hábitos culturales son difundidos por la Familia, el 29% por la Institución Educativa, el 19% por el Rol social (amigos-as), el 8% por los Medios de Comunicación y el 5% por Otros (Maestros, Libros, Vecinos, Todas las Anteriores).

24. IDENTIFICACIÓN DE LOS OBJETOS COLECCIONADOS POR LOS ESTUDIANTES

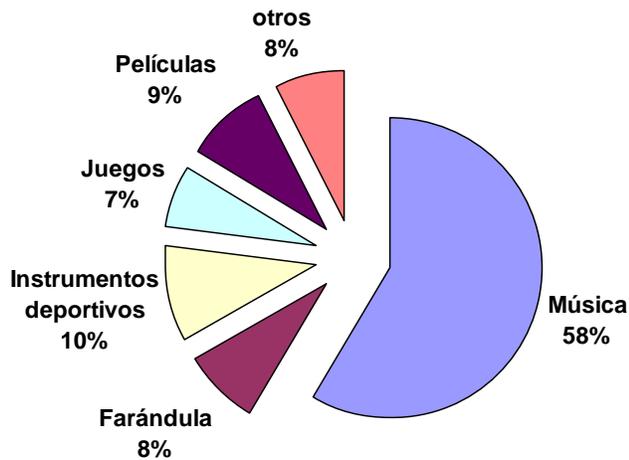


Gráfico 199. Identificación de los objetos coleccionados por los estudiantes de los grados 10 y 11 de las Instituciones Educativas de Gigante. 2007

El 58% de los estudiantes coleccionan Música, el 10% Instrumentos Deportivos, el 9% Películas, el 8% Farándula, el 8% Otros (Libros de Terror, Novelas, Recuerdos de Viajes, Botellas, Canicas, Monedas, Artesanías, Recuerdos de Infancia, Dibujos, Cosméticos) y el 7% Juegos.

25. LEGALIDAD DE LOS OBJETOS COLECCIONADOS POR LOS ESTUDIANTES

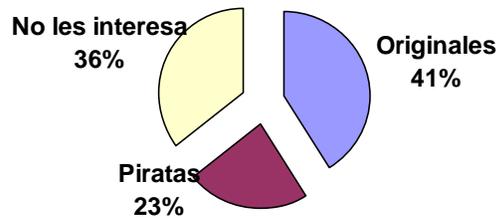


Gráfico 200. Legalidad de los objetos adquiridos por los estudiantes de los grados 10 y 11 de las Instituciones Educativas de Gigante. 2007

El 41% de los estudiantes afirman que coleccionan objetos Originales, el 36% No Les Interesa que sean originales o piratas y el 23% coleccionan objetos Piratas.

11.1. ANALISIS GENERAL POR GÉNERO DE LOS GRADOS 10 Y 11 DE LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS DE GIGANTE

La población de los grados 10º y 11º de las Instituciones Educativas del Municipio de Gigante, el 57.3% es del sexo femenino y el 42.7% es del sexo masculino. 2007. A continuación se exponen los resultados para lo cual debemos tener en cuenta que cuando se escribe “sexo femenino” se refiere a las estudiantes y cuando se redacta “sexo masculino” estamos aludiendo a los estudiantes.

1. EXPRESIONES ARTÍSTICAS PREFERIDAS POR LOS ESTUDIANTES

Sexo Femenino

El 21.1% del sexo femenino escoge la Música como expresión Artística preferida, el 13.3% las Danzas, el 8.4% la Pintura y Escultura, el 6.4% las Artesanías, el 3.5% el Teatro el 2% Todas las Anteriores, el 1.7% Ninguna de las Anteriores y el 0.9% el Séptimo Arte (Cine). **(Ver Tabla 55 Pág. 287)**

Sexo Masculino

El 20.8% del sexo masculino escoge la Música como expresión Artística preferida, el 8.4% la Pintura y Escultura, el 4.1% Todas las Anteriores, el 2.6% las Danza, el 2.6% Ninguna de las Anteriores, el 2.3% las Artesanías, el 1.7% el Teatro y el 0.3% el Séptimo Arte (Cine). **(Ver Tabla 55 Pág. 287)**

2. FRECUENCIA CON QUE LOS ESTUDIANTES PRACTICAN LAS EXPRESIONES ARTÍSTICAS PREFERIDAS

Sexo Femenino

El 44.5% del sexo femenino Algunas Veces practican las expresiones artística preferida, el 11% Siempre la ponen en práctica y el 1.7% Nunca. **(Ver Tabla 56 Pág. 287)**

Sexo Masculino

El 28.6% del sexo masculino Algunas Veces practican la expresión artística preferida, el 8.7% Siempre la ponen en práctica y el 5.5% Nunca. **(Ver Tabla 56 Pág. 287)**

3. LUGARES FRECUENTADOS POR LOS ESTUDIANTES EN EL TIEMPO LIBRE

Sexo Femenino

El 21.4% del sexo femenino frecuenta los Parques en el tiempo libre, el 7.8% las Discotecas, el 4.9% Ninguna de las anteriores, el 4.6% Centros Comerciales, el 4.2% las Bibliotecas, el 4.1% el Gimnasio, el 3.2% Bares, el 2.9% Todas las Anteriores, el 1.7% Sitios de Videojuegos, el 0.8% el Teatro, el 0.8% el Cine, el 0.6% los Museos y el 0.3% el Club. **(Ver Tabla 57 Pág. 287)**

Sexo Masculino

El 13.9% del sexo masculino frecuenta los Parques en el tiempo libre, el 11.6% los Sitios de Videojuegos, el 4.3% las Discotecas, el 2.9% las Bibliotecas, el 2.7% Ninguna de las Anteriores, el 2.3% Todas las Anteriores, el 1.7% los Bares, el 0.8% el Cine, el 0.8% el Club, 0.8% Centros Comerciales, el 0.6% el Gimnasio, el 0.3% los Museos y el 0% el Teatro. **(Ver Tabla 57 Pág. 287)**

4. RAZONES QUE EXPRESAN LOS ESTUDIANTES PARA FRECUENTAR DICHOS ESPACIOS

Sexo Femenino

El 16.8% del sexo femenino frecuenta los lugares por Diversión, el 14.5% por Relajación, el 11.7% porque la Invitan, el 7.5% por Costumbre, el 4.3% Para Aprender y el 2.6% por Moda. **(Ver Tabla 58 Pág. 288)**

Sexo Masculino

El 17.1% del sexo masculino frecuenta los lugares por Diversión, el 13.3% por Relajación, el 4.6% porque lo Invitan, el 3.7% para Aprender, el 3.7% por Costumbre y el 0.3% por Moda. **(Ver Tabla 58 Pág. 288)**

5. MEDIOS DE COMUNICACIÓN EMPLEADO POR LOS ESTUDIANTES EN EL TIEMPO LIBRE

Sexo Femenino

El 25.4% del sexo femenino utiliza como medio de comunicación la TV en el tiempo libre, el 19.1% la Radio, el 5.5% el Internet, el 4% la Comunicación oral (Tertulias) y el 3.5% la Prensa (Tiempo y Espectador) y Diario (Huila, la Nación). **(Ver Tabla 59 Pág. 288)**

Sexo Masculino

El 26.3% del sexo masculino utiliza como medio de comunicación la TV en el tiempo libre, el 10.7% la Radio, el 4.3% el Internet, el 1.4% la Comunicación oral (Tertulias) y el 0% la Prensa (Tiempo y Espectador) y Diario (Huila, la Nación). **(Ver Tabla 59 Pág. 288)**

6. PERCEPCIONES DE LOS ESTUDIANTES SOBRE LAS ACTIVIDADES QUE REALIZA LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA, ADEMÁS DE LAS ACADÉMICAS

Sexo Femenino

El 32.1% del sexo femenino afirma que las Instituciones Educativas realizan actividades Culturales y Artísticas además de las académicas, el 10.1% Religiosas, el 9% Foros, el 5.8% Otras (Concurso de deletreo en Ingles, Encuentros Deportivos y Recreativos, Poesía) y el 0.3% Políticas. **(Ver Tabla 60 Pág. 288)**

Sexo Masculino

El 27.5% del sexo masculino afirman que las Instituciones Educativas realizan actividades Culturales y Artísticas además de las académicas, el 7.5% Otros (Actividades Agrícolas, Encuentros Deportivos y Recreativos, Todas las Anteriores), 4.6% Foros, el 3.1% Religiosas y el 0% Políticas. **(Ver Tabla 60 Pág. 288)**

7. OPINIÓN DE LOS ESTUDIANTES SOBRE LAS PROPUESTAS DE LOS MAESTROS DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA, PARA CONSERVAR LA IDENTIDAD CULTURAL

Sexo Femenino

El 54.9% del sexo femenino afirma que los maestros Si proponen proyectos para conservar la identidad cultural y el 2.3% afirman que No. **(Ver Tabla 61 Pág. 288)**

Sexo Masculino

El 39.6% del sexo masculino afirma que los maestros Si proponen proyectos para conservar la identidad cultural y el 3.2% afirman que No. **(Ver Tabla 61 Pág. 288)**

8. IDENTIFICACIÓN DE LOS PROYECTOS QUE PROPONEN LOS MAESTROS EN LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA

Sexo Femenino

El 17.3% del sexo femenino afirma que los profesores proponen proyectos de Oratoria, el 13.9% de Narrativa, el 6.1% de Teatro, el 4.3% de Poesía, el 4.3% de Danza, el 4.3% de Música, el 4.1% Otros (Medio Ambiente, Deportes, Deletreo de Ingles, Foros Pedagógicos, Todas las Anteriores) y el 2.9% de Artes Visuales. **(Ver Tabla 62 Pág. 288)**

Sexo Masculino

El 10.4% del sexo masculino afirma que los profesores proponen proyectos de Narrativa, el 9.5% de Oratoria, el 8.4% de Teatro, el 4.6% Otros (Foros, de Lectura, Ensayo, Deletreo de Ingles, Medio Ambiente, Deportes, Pecuario), el 4% de Danza, el 2.1% de Poesía, el 2.1% de Música y el 1.7% de Artes Visuales. **(Ver Tabla 62 Pág. 288)**

9. RECONOCIMIENTO POR ÁREAS DE LOS MAESTROS QUE MÁS PROPONEN PROYECTOS PARA LA CONSERVACIÓN DE LA IDENTIDAD CULTURAL

Sexo Femenino

El 31.2% del sexo femenino afirma que los maestros de Literatura son los que más proponen proyectos para la conservación de la Identidad Cultural, el 8.7% el de Artística, el 7.2% el de Sociales, el 5.5% el de Ingles, el 4.1% Otros (Geografía, Filosofía, Pedagogía, Religión, Música, Biología) y el 0.6% el de Ética. **(Ver Tabla 63 Pág. 288)**

Sexo Masculino

El 21.3% del sexo masculino afirman que los maestros de Literatura son los que más proponen proyectos para la conservación de la identidad Cultural, el 7.8% el de Sociales, el 7.5% el de Artística, el 2.9% Otros (Educación Física, Historia, Religión, Geografía, Filosofía), el 2% el de Ética y el 1.2% el de Ingles. **(Ver Tabla 63 Pág. 288)**

10. USO DE LOS RECURSOS INSTITUCIONALES, POR PARTE DE LOS ESTUDIANTES PARA EL DESARROLLO DE LOS PROYECTOS CULTURALES

Sexo Femenino

El 41.3% del sexo femenino Algunas Veces utilizan los recursos que ofrecen las Instituciones Educativas para el desarrollo de los proyectos culturales, el 9.8% Siempre recurre a ellos y el 6.2% Nunca. **(Ver Tabla 64 Pág. 289)**

Sexo Masculino

El 32.9% del sexo masculino Algunas Veces utilizan los recursos que ofrece las Instituciones Educativas para el desarrollo de los proyectos culturales, el 5.5% Nunca y el 4.3% Siempre recurre a ellos. **(Ver Tabla 64 Pág. 289)**

11. APOYO DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA PARA EL DESARROLLO DE LOS PROYECTOS CULTURALES

Sexo Femenino

El 37.3% del sexo femenino afirma que Algunas Veces las Instituciones Educativas los apoyan en el desarrollo de los proyectos culturales, el 18.5% Siempre y el 1.5% Nunca. **(Ver Tabla 65 Pág. 289)**

Sexo Masculino

El 31.5% del sexo masculino afirman que Algunas Veces las Instituciones Educativas los apoyan en el desarrollo de los proyectos culturales, el 9.5% Siempre y el 1.7% Nunca. **(Ver Tabla 65 Pág. 289)**

12. MOTIVO PARA QUE LOS ESTUDIANTES PARTICIPEN EN LOS EVENTOS CULTURALES REALIZADOS EN LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA

Sexo Femenino

El 28.4% del sexo femenino participa en los eventos culturales realizados en las Instituciones Educativas porque le Gusta, el 14.7% Por Obligación Académica y el 14.2% porque lo Identifica. **(Ver Tabla 66 Pág. 289)**

Sexo Masculino

El 17.9% del sexo masculino participa en los eventos culturales realizados en la Institución Educativa por Obligación Académica, el 15.6% porque le Gusta y el 9.2% porque lo Identifica. **(Ver Tabla 66 Pág. 289)**

13. OPINIÓN DE LOS ESTUDIANTES SOBRE LOS EVENTOS CULTURALES REALIZADOS POR LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA

Sexo Femenino

El 30.1% del sexo femenino afirma que los eventos culturales realizados en las Instituciones Educativas son Interesantes y Divertidos, el 14.2% son Monótonos y el 13% No Opina. **(Ver Tabla 67 Pág. 289)**

Sexo Masculino

El 23.7% del sexo femenino afirman que los eventos culturales realizados en las Instituciones Educativas son Interesantes y Divertidos, el 9.8% No Opina y el 9.3% son Monótonos. **(Ver Tabla 67 Pág. 289)**

14. LUGARES DE INTERÉS VISITADOS POR ESTUDIANTES Y PROFESORES DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA

Sexo Femenino

El 23.7% del sexo femenino no han visitado lugar cultural alguno con los profesores de las Instituciones Educativas, el 22.5% han visitado Museos y Galerías, el 7.2% Otros (Centros Recreacionales, C. Turísticos, Boyacá, Bogotá, Inter-colegiados), el 3.2% Salas de Teatro y Danza y 0.6% Conciertos Musicales. **(Ver Tabla 68 Pág. 289)**

Sexo Masculino

El 21.7% del sexo masculino han visitado Museos y Galerías, el 15.3% No han visitado lugar alguno con los profesores de las Instituciones Educativas, el 4.6% Otros (Pueblos de la región del Huila, Piscícola de Gigante, Centros Recreacionales), el 0.9% Salas de Teatro y Danza y el 0.3% Conciertos Musicales. **(Ver Tabla 68 Pág. 289)**

15. FRECUENCIA CON QUE LOS ESTUDIANTES VISITAN LUGARES CULTURALES

Sexo Femenino

El 24.6% del sexo femenino no han Visitado ni una vez estos lugares culturales con los profesores de las Instituciones Educativas, el 18.8% Una sola Vez, el 8.1% Varias Veces y el 5.8% Dos Veces. **(Ver Tabla 69 Pág. 289)**

Sexo Masculino

El 15.3% del sexo masculino no han Visitado ni una vez estos lugares culturales con los profesores de las Instituciones Educativas, el 14.7% Una sola Vez, el 7.5% Varias Veces y el 5.2% Dos Veces. **(Ver Tabla 69 Pág. 289)**

16. MOTIVACIÓN REALIZADAS POR LOS ESTUDIANTES A OTRAS PERSONAS PARA VISITAR LUGARES CULTURALES

Sexo Femenino

El 32.1% del sexo femenino afirma que Algunas Veces han motivado a otras personas a conocer lugares culturales, el 13.3% Nunca y el 11.8% Siempre. **(Ver Tabla 70 Pág. 290)**

Sexo Masculino

El 29.2% del sexo masculino afirma que Algunas Veces han motivado a otras personas a conocer lugares culturales, el 7.2% Siempre y el 6.4% Nunca. **(Ver Tabla 70 Pág. 290)**

17. APORTES QUE BRINDAN LOS LUGARES CULTURALES A LOS ESTUDIANTES

Sexo Femenino

El 24% del sexo femenino afirma que los lugares no les deja ningún aporte, el 20.4% que Cultural, el 6.9% Recreativos, el 4.9% Cognoscitivo y el 0.9% Científico. **(Ver Tabla 71 Pág. 290)**

Sexo Masculino

El 13.9% del sexo masculino afirma que los lugares les deja aportes Culturales, el 13.3% Ninguno, el 11.3% Recreativos, el 4.1% Cognoscitivo y el 0.3% Científico. **(Ver Tabla 71 Pág. 290)**

**18. MOTIVACIÓN REALIZADAS POR LOS PROFESORES A LOS ESTUDIANTES
PARA VISITAR LOS LUGARES CULTURALES**

Sexo Femenino

El 32.4% del sexo femenino afirma que Algunas Veces los profesores los motivan a conocer lugares culturales, el 18.7% Siempre y el 1% Nunca. **(Ver Tabla 72 Pág. 290)**

Sexo Masculino

El 24.3% del sexo masculino afirma que Algunas Veces los profesores los motivan a conocer lugares culturales, el 14.7% Siempre y el 3.8% Nunca. **(Ver Tabla 72 Pág. 290)**

**19. PARTICIPACIÓN DE LOS ESTUDIANTES EN LAS ACTIVIDADES CULTURALES
PROGRAMADAS POR EL MUNICIPIO Y LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS**

Sexo Femenino

El 46.5% del sexo femenino Algunas Veces participan en las actividades programadas por el Municipio y las Instituciones Educativas, el 8.4% Siempre asisten a estos eventos y el 2.3% Nunca. **(Ver Tabla 73 Pág. 290)**

Sexo Masculino

El 35.6% del sexo masculino participan Algunas Veces en las actividades programadas por el Municipio y las Instituciones Educativas, el 4.9% Siempre asisten a estos eventos y el 2.3% Nunca. **(Ver Tabla 73 Pág. 290)**

**20. PREFERENCIAS DE LOS ESTUDIANTES, HACIA LOS EVENTOS CULTURALES
PROGRAMADOS POR EL MUNICIPIO Y LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS**

Sexo Femenino

El 15.8% del sexo femenino prefieren la Música como actividad predilecta entre los eventos culturales programados por el Municipio y las Instituciones Educativas, el 15.6% los Deportes, el 12.4% las Danzas, el 4.6% Otras (Banda Municipal, Concurso de Oratoria, Pintura y Escultura, Periodismo), el 4.2% las Artesanías, el 3.5% las Comparsas y el 1.5% el Teatro. **(Ver Tabla 74 Pág. 290)**

Sexo Masculino

El 28.9% del sexo masculino prefieren los Deportes como actividad predilecta entre los eventos culturales programados por el Municipio y las Instituciones Educativas, el 6.9% la Música, el 1.8% el Teatro, el 1.8% las Comparsas, el 1.5% las Danzas, el 1.5% las Artesanías y el 0% Otros. **(Ver Tabla 74 Pág. 290)**

**21. MANERA COMO PARTICIPAN LOS ESTUDIANTES EN LOS EVENTOS
CULTURALES PROGRAMADOS POR EL MUNICIPIO Y LAS INSTITUCIONES
EDUCATIVAS**

Sexo Femenino

El 40% del sexo femenino participa en los eventos culturales programados por el Municipio y las Instituciones Educativas como Espectador y el 16.9% como Actor. **(Ver Tabla 75 Pág. 290)**

Sexo Masculino

El 22.4% del sexo masculino participa en los eventos culturales programados por el Municipio y las Instituciones Educativas como Actor y el 20.4% como Espectador. **(Ver Tabla 75 Pág. 290)**

22. FORMA DE ACOMPAÑAMIENTO DE LOS ESTUDIANTES EN LAS ACTIVIDADES CULTURALES PROGRAMADAS POR EL MUNICIPIO Y LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS

Sexo Femenino

El 47.5% del sexo femenino van acompañadas con los Amigas (os) a las actividades culturales programados por el Municipio y las Instituciones Educativas, el 6.7% con la Familia y el 3% con Otros (Compañeros de estudio y Trabajo, Novio, Maestros, Todas las Anteriores.) **(Ver Tabla 76 Pág. 291)**

Sexo Masculino

El 38.6% del sexo masculino van acompañados con los Amigos (as) a las actividades culturales programados por el Municipio y las Instituciones Educativas, el 2.4% con la Familia y el 1.8% con Otros (Vecinos, Compañeros de estudio, Maestros, Todas las Anteriores.) **(Ver Tabla 76 Pág. 291)**

23. DIFUSIÓN DE LOS HÁBITOS CULTURALES DE LOS ESTUDIANTES

Sexo Femenino

El 21.7% de sexo femenino afirman que los hábitos culturales son difundidos por la Familia, el 17% por la Institución Educativa, el 11.3% por el Rol Social (amigos-as), el 4.3% Los Medios de Comunicación y el 3% por Otros (Novio, Maestros, Libros, Todas las anteriores) **(Ver Tabla 77 Pág. 291)**

Sexo Masculino

El 16.8% del sexo masculino afirman que los hábitos culturales son difundidos por la Familia, el 12.4% por la Institución Educativa, el 8% por el Rol Social (amigos-as), el 3.8% Los Medios de Comunicación y el 1.7% por Otros (Vecinos, libros, Todas las anteriores) **(Ver Tabla 77 Pág. 291)**

24. IDENTIFICACIÓN DE LOS OBJETOS COLECCIONADOS POR LOS ESTUDIANTES

Sexo Femenino

El 38.2% del sexo femenino colecciona Música, el 7.5% Farándula, el 4.5% Otros (Dibujos, libros de terror, novelas, cosméticos, recuerdos de Viajes), el 3% Instrumentos Deportivos, el 2% Juegos y el 2% Películas. **(Ver Tabla 78 Pág. 291)**

Sexo Masculino

El 20.1% del sexo masculino colecciona Música, el 7.2% Instrumentos Deportivos, el 7% Películas, el 4.6% Juegos, el 3% Otros (Botellas, Canicas, Artesanías, Monedas, libros) y el 0.9% Farándula. **(Ver Tabla 78 Pág. 291)**

25. LEGALIDAD DE LOS OBJETOS COLECCIONADOS POR LOS ESTUDIANTES

Sexo Femenino

El 28% del sexo femenino colecciona los objetos Originales, el 20% No le Interesan que sean originales o piratas y el 9% coleccionan objetos Piratas. **(Ver Tabla 79 Pág. 291)**

Sexo Masculino

El 15.9% del sexo masculino No le interesan coleccionar objetos originales o piratas, el 14.4% coleccionan objetos Piratas y el 12.7% Originales. **(Ver Tabla 79 Pág. 291)**

12. DISCUSIONES

En el siguiente apartado se tomaron en cuenta las Instituciones Educativas tanto de las Zonas Urbana como de la Zona Rural, para los respectivos análisis se tuvo en cuenta las respuestas con mayores porcentajes junto con las de menor porcentaje. También se observaron las respuestas emitidas por género (femenino y masculino) y las percepciones de los docentes, esta última se tendrá en cuenta en algunos puntos claves, ya sea para complementarlos o fortalecer su veracidad.

12.1. EXPRESIONES ARTÍSTICAS PREFERIDAS POR LOS ESTUDIANTES Y FRECUENCIA CON QUE LAS PRACTICAN

En cuanto a las Instituciones Educativas de la Zona Urbana: Ismael Perdomo Borrero y José Miguel Montalvo, los estudiantes de ambos géneros toman en su mayoría la Música como expresión artística preferida, mientras que muy pocos son los que optan por el Séptimo Arte (Cine) y el Teatro.

En la Zona Rural la Institución Educativa de Sylvania eligen en mayoría la Pintura y Escultura, y en segundo lugar (con una mínima diferencia) La Música como expresión artística preferida. En las Instituciones Educativas Jorge Villamil Ortega y Jorge Eliécer Gaitán optan principalmente por la Música y en la Institución Educativa Normal Superior los estudiantes eligen primero la Música y en segundo lugar la Danza, con una mínima diferencia, concluyendo que tienen en común que muy poco eligen el Séptimo arte.

En general las poblaciones de ambos sexos han identificado la música como el consumo preferido. Sin embargo el sexo femenino escoge en un segundo lugar las Danzas seguido por Pintura y Escultura. Respecto al sexo masculino en segundo lugar escogen Pintura y Escultura.

Si tomamos en cuenta la información facilitada por los profesores, afirman que los jóvenes oyen principalmente reggaetones, vallenatos y la música electrónica; esto puede definirse desde el punto de vista de Juan Acha como un arte masivo y trivial: *“masivo porque Nos hace tomar por artístico el placer que se siente el receptor en el hecho de apreciar o escuchar una obra de arte por su importancia mundial y trivial cuyo goce no requiere esfuerzos intelectuales ni sensitivos, y menos aun críticos: la sensibilidad deviene conformismo y prefiere las actividades vegetativas”⁸¹.*

⁸¹ ACHA, Juan. Los consumos artísticos y sus efectos. México, Ed. Trillas 1988. pág. 97 y 241

Respecto a la frecuencia con que los estudiantes practican las expresiones artísticas de su predilección, podemos decir que en las Instituciones Educativas de la Zona Urbana y la Zona Rural la mayoría de los estudiantes tanto del sexo femenino como masculino “Practican Algunas Veces las expresión artística”, son muy pocos los que “Siempre” o “Nunca” la ponen en práctica, esto depende principalmente de *Hábitus*⁸²; como lo plantea Pierre Bourdieu, ya que para el autor, los gustos y determinaciones de los seres humanos son establecidos por las condiciones de existencia que cada clase imponen es decir maneras de clasificar, apreciar, desear y sentir lo “necesario”.

12.2. LUGARES FRECUENTADOS POR LOS ESTUDIANTES EN EL TIEMPO LIBRE Y RAZONES PARA FRECUENTAR DICHO ESPACIOS

La mayoría de los estudiantes de las Instituciones Educativas de la Zona Urbana y Rural, frecuentan principalmente los Parques como medio de distracción y relajación debido a la carencia de recursos para frecuentar otros lugares; a excepción de La Institución Educativa Normal Superior de la zona rural, que acostumbran los y las estudiantes ir principalmente a las Discotecas y en segundo plano los Parques (mínima diferencia a la anterior), por otro lado son muy pocos los estudiantes de las Instituciones Educativas de las dos Zonas que van a las Bibliotecas, al Gimnasio y los Bares; y casi nada al Teatro, el Séptimo arte (Cine) y los Clubs.

En suma los estudiantes de los dos géneros (femenino y masculino) y de La Zona Rural y Urbana frecuentan principalmente los Parques, sin embargo en un segundo lugar, el sexo femenino frecuentan las Discotecas, mientras el sexo masculino frecuentan los sitios de Videojuegos; respecto a esto último Canclini afirma que: *“Hay tecnologías de distinto signo, cada una con varias posibilidades de desarrollo y articulación con las otras, además los sentidos de las tecnologías se construyen según los modos en que se institucionalizan y se socializan; la simple innovación formal de los videojuegos implica cambios culturales, pero el signo final depende de los usos que les asignan. Agrietan las órdenes que clasifican y distinguían las tradiciones culturales,*

⁸² *Hábitus*: es la traducción latina que Aquino y Boecio dan al concepto aristotélico de *hexis*. En estos autores, el hábitus juega un papel clave como término intermedio, por un lado, entre el acto y la potencia -mediante el hábitus se transforma la potencialidad inscrita genéricamente en los seres en una capacidad concreta de realizar actos-, y por otro, entre lo exterior y lo interior -explicaría la interiorización de lo externo, ligando así la historia pasada a las actualizaciones presentes-. Esta problemática sería desarrollada, ya en nuestro siglo, fundamentalmente por la fenomenología -Husserl y Merleau-Ponty- que proporciona ya una teorización sistemática -pero siempre en términos de percepción y acción individual- del concepto proporcionando unos análisis de la percepción y la acción individual que serán retomados por Bourdieu. Por otro lado, el concepto se encuentra también en la obra de algunos sociólogos clásicos: Durkheim, Mauss y Weber lo utilizan -sin definirlo ni teorizarlo-; y otros autores, como Mannheim, utilizan conceptos -en su caso "estratificación de la experiencia"- muy similares en su función teórica.

debilitan el sentido histórico y las concepciones macro-estructurales en beneficio de relaciones intensas y esporádicas con objetos aislados, con sus signos e imágenes.”⁸³

Por ello Guillermo Orozco plantea estrategias de atenuación de las influencias de los medios tecnológicos donde *“los sujetos sean capaces de tomar distancias de los medios y sus mensajes, para ser reflexivos, críticos, independientes y creativos; en ello se establece el tema de “conocer para Intervenir”, también una “Alfabetización de los Medios”, conllevando a que los receptores se transformen en analistas de mensajes capaces de “leer” reflexivamente los géneros audiovisuales.”⁸⁴*

En cuanto a las razones para frecuentar dichos lugares varían: en la zona Urbana los y las estudiantes de La Institución Educativa Ismael Perdomo Borrero frecuentan los lugares principalmente por Relajación y en segundo lugar por Diversión, mientras los y las estudiantes de la Institución Educativa José Miguel Montalvo es lo contrario, primero por Diversión y segundo por Relajación.

Los estudiantes de los dos géneros (femenino y masculino) de la Zona Rural; de las Instituciones Educativas de Sylvania y Normal Superior frecuentan los lugares principalmente por Diversión; mientras que las Instituciones Educativas Jorge V. Ortega y Jorge E. Gaitán optan primero por la Diversión y en segundo lugar por Relajación; los y las estudiantes de la Zonas Urbana y Rural coinciden que muy pocos frecuentan los lugares por Moda.

*Bourdieu, resume: “la razón de la asistencia a estos lugares se debe a que encuentran un placer subjetivo, inherente a la vivencia de experiencias colectivas y al desarrollo interpersonal”.*⁸⁵ Retomando nuevamente el término *Hábitus*, entendido a los esquemas de obrar, pensar y sentir asociados a la posición social. El *Hábitus* hace que personas de un entorno social homogéneo tiendan a compartir estilos de vida parecidos. Además están determinados tanto por el nivel educativo de las personas como por su ocupación y rol social.

⁸³ GARCÍA CANCLINI, Néstor, Culturas híbridas: estrategias para entrar y salir de la modernidad. México, Ed. Grijalbo, 1989; Págs. 284, 286 y 287.

⁸⁴ SUNKEL, Guillermo; El consumo cultural en América latina: construcción teórica y líneas de investigación. Santa fe de Bogotá, Ed. Convenio Andrés Bello, 1999. pág. 68-84.

⁸⁵ BOURDIEU, Pierre; La distinción: criterios y bases sociales del gusto. Madrid, Ed. Tauros 1979 (1988) pág. 21, 59, 60, 110, 134, 137, 142, 263, 334, 439, 470, 472.

12.3. MEDIOS DE COMUNICACIÓN EMPLEADO POR LOS ESTUDIANTES EN EL TIEMPO LIBRE

La mayoría de los y las estudiantes de las Instituciones educativas de la Zona Urbana y Rural; utilizan como medio comunicación y/o información la TV en el tiempo libre, a excepción del sexo masculino de la Zona Rural que escogen primero la Radio y luego la TV (mínima diferencia), en un tercer lugar se encuentra el Internet, y la Comunicación Oral (Tertulias), muy pocos son los estudiantes que emplean la Prensa (Tiempo y Espectador) y el Diario (el Huila, la Nación).

Según Canclini, los Mass-medios son los *“instrumentos que utiliza la tecnología para difundir y crear nuevos hábitos de consumo para el beneficio de la industria capitalista”*⁸⁶ complementa afirmando *“Los medios electrónicos de comunicación muestran notable continuidad con las culturas populares tradicionales, en tanto que ambos son teatralizaciones imaginarias de lo social. No hay una realidad que el folclor represente auténticamente, en tanto los medios la deforman”* y añade *“Nos acostumbró a que lo popular precisamente por ser el lugar del éxito, sea también el de la fugacidad y el olvido... lo popular masivo es lo que no permanece, no se acumula como experiencia ni se enriquece con lo adquirido”*⁸⁷

Y Sunkel Afirma; que para ello *“la TV organiza una programación, que contiene una rentabilidad asegurada, ya que cubre una diversa satisfacción y distracción en los géneros, edades y status; como el tiempo de ocio, cubre y devela la forma del tiempo del trabajo: la serie; o la estética de la repetición: las telenovelas”*⁸⁸ Por eso la TV es el medio más solicitado principalmente por el sexo femenino; en cambio el sexo masculino escucha con mayor frecuencia la radio.

Para completar se puede retomar a Jesús Martín Barbero; quien afirma: *“Los medios de comunicación no son un puro fenómeno comercial, no son un puro fenómeno de manipulación ideológica, son un fenómeno cultural a través del cual la gente, ...vive la constitución del fenómeno de su vida”*⁸⁹ en otras palabras son espacios de construcción de Identidades; logrando atrapar a los estudiantes de los dos géneros; difundiendo en ellos modos de hablar, moverse y reconocerse, y en última instancia crear en el subconsciente de individuo una serie de necesidades innecesarias; y complementa

⁸⁶ GARCÍA CANCLINI, Néstor, Culturas híbridas: estrategias para entrar y salir de la modernidad. México, Ed. Grijalbo, 1989. pág. 86.

⁸⁷ *Ibíd.* pág. 240 y 242.

⁸⁸ SUNKEL, Guillermo; El consumo cultural en América latina: construcción teórica y líneas de investigación. Santa fe de Bogotá; Ed. Convenio Andrés Bello, 1999. pág. 6 y 9

⁸⁹ BARBERO, Jesús Martín. Del los medios a las mediaciones: comunicación, cultura y hegemonía. Barcelona: Ed. Gustavo Gil, 1987. pág. 231

ese “Imaginario colectivo es la materia prima con que trabajan los medios, es ahí que las esperanzas de las masas populares son cotidianamente atrapados y vueltas contra esas mismas masas.”⁹⁰

12.4. PERCEPCIONES DE LOS ESTUDIANTES SOBRE LAS ACTIVIDADES QUE REALIZA LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA, ADEMÁS DE LAS ACADÉMICAS

La mayoría de los estudiantes de los dos géneros (femenino y masculino) coinciden en afirmar que las Instituciones Educativas de la Zona Rural y Urbana, realizan principalmente Actividades Culturales y Artística; la Institución Educativa Ismael Perdomo Borrero realizan en un segundo lugar Foros (mínima diferencia), a excepción de la Institución Educativa Normal Superior quienes realizan principalmente actividades Religiosas; y muy pocos estudiantes de los dos géneros afirman que las Instituciones Educativas de las dos Zonas realizan actividades Políticas.

Según las entrevistas de los maestros, quienes afirman que todos los maestros buscan implementar en los estudiantes de los dos géneros (femenino y masculino), la Identidad Cultural, debido a la exigencia del currículo pedagógico, poniéndolo en práctica en diversas actividades culturales, cabe destacar que las Instituciones Educativas junto con los maestros cumplen con las exigencias curriculares del MEN y lo establecido por Villalba (Huilensidad), de la mejor forma, a pesar de que muchas de las Instituciones no disponen de los recursos necesarios y especialmente de maestros especializados en el área del arte.

Canclini complementa afirmando que “la escuela es un escenario clave para la teatralización del patrimonio. Trasmite en cursos sistemáticos el saber sobre los bienes que constituye el acervo natural e histórico de la sociedad”⁹¹ he aquí, la importancia de la Educación en la orientación en el buen uso de los recursos que ofrecen los Medios Tecnológicos y de Comunicación para el desarrollo integral y crítico-reflexivo e investigativo del estudiante.

12.5. OPINIÓN E IDENTIFICACIÓN DE LOS ESTUDIANTES SOBRE LAS PROPUESTAS DE PROYECTOS CULTURALES Y RECONOCIMIENTO DE LOS MAESTROS QUE PROPONEN DICHS PROYECTOS PARA LA CONSERVACIÓN DE LA IDENTIDAD CULTURAL

⁹⁰ SUNKEL, Guillermo; El consumo cultural en América Latina: construcción teórica y líneas de investigación. Santa fe de Bogotá; Ed. Convenio Andrés Bello, 1999. pág. 3

⁹¹ GARCÍA CANCLINI, Néstor, Culturas híbridas: estrategias para entrar y salir de la modernidad. México, Ed. Grijalbo, 1989. pág. 154

En La Zona Urbana y Rural los estudiantes los dos géneros coinciden en afirmar que los maestros de las Instituciones Educativas sí proponen proyectos para conservar la Identidad Cultural mediante Actividades Culturales y Artísticas, muy pocos estudiantes afirman lo contrario, y como se dijo anteriormente sobre las entrevistas de los maestros, quienes afirman que cumplen con las exigencias curriculares impuestas por el Ministerio de Educación Nacional.

Según los y las estudiantes, los Proyectos propuestos en las Instituciones Educativas de la Zona Urbana: Ismael P. Borrero y José M. Montalvo, junto con la Institución Educativa Jorge Villamil Ortega (Zona Rural), son principalmente de Narrativa; mientras que en la zona Rural las Instituciones Educativas de Silvania y Normal Superior los y las estudiantes afirman que los maestros proponen principalmente proyectos de Oratoria; en la Institución Jorge Eliécer Gaitán los profesores exponen proyectos de Teatro; son muy pocos los estudiantes de los dos géneros y las dos Zonas que afirman que los maestros proponen proyectos de Música, Artes Visuales, Poesía y Otros (Medio Ambiente, Pecuario, Deportes, Concursos de deletreo en Inglés, y otros)

En cuanto a los maestros que proponen más los proyectos Culturales para conservar la Identidad Cultural, son principalmente los de Literatura, en un segundo lugar están los maestros de Sociales, muy pocos estudiantes de los dos géneros de la Zona Urbana y Rural nombran los maestros de Artística, de Inglés y Ética a excepción de la Normal Superior que pocos estudiantes nombran al profesor de sociales.

Los maestros entrevistados, afirman que las áreas de Literatura y Sociales por ser áreas de humanidades tienen más facilidad y asequibilidad con la cultura, permitiéndoles evocar y poner en práctica actividades de nuestro patrimonio cultural.

Desde el punto de vista de Canclini *"la educación es un soporte indispensable para cualquier desarrollo cultural. Pasamos 12, 16 años formándonos para situarnos en la sociedad."*⁹² Siendo la educación un Laboratorio Social, por ello la educación ha tenido en cuenta que *"La situación ha cambiado con las nuevas tecnologías y la multiculturalidad se ha acentuado. Eso crea nuevas exigencias de comprensión de los otros que antes eran menos imperiosas, de tal forma que habrá que educar para vivir en sociedades multiculturales."*⁹³ Sin dejar a un lado la Identidad Cultural, redefiniendo nuevas estrategias pedagógicas en pro del desarrollo social y cultural.

⁹² C. MORÁN - Artículo: Canclini defiende la escuela como espacio de integración. Madrid - 17/02/2003. www.elpais.com/articulo/educacion/Canclini/defiende/escuela/espacio/integracion/elpepusocedu/20030217/elpepiedu_7/Tes. Consultado el 3 de enero del 2008.

⁹³ *Ibíd.*

Es de destacar el siguiente apunte de Juan Acha: *“A través de la educación o del intercambio el humano hereda conocimientos e instrumentos del sistema seleccionado, y luego elige problemas y soluciones dentro de la tradición de su país”*⁹⁴ En otras palabras, se apropia de los principios, medios y fines cognoscitivos y comunicativos del género o tendencia, y trabaja con una selección personal de ellos. *“Generando en el Ser Humano Efectos Sistémicos donde lo consumido por los sentidos se transforman experiencias o se concretan en conocimientos (teorías o medios intelectuales de producción y de consumo), que van más allá de lo transitorio de los comportamientos y se instituyen en testimonios o productos duraderos.”*⁹⁵ De acuerdo a impacto entre objeto-sujeto.

12.6. USO DE LOS RECURSOS INSTITUCIONALES, POR PARTE DE LOS ESTUDIANTES PARA EL DESARROLLO DE LOS PROYECTOS CULTURALES

La mayoría de los estudiantes de los dos géneros (femenino y masculino) de las Zonas Urbana y Rural, afirman que algunas veces utilizan los recursos que ofrece La Institución Educativa, para desarrollar los proyectos, son muy pocos los que Siempre o Nunca los utilizan, el manejo o uso de los recursos dependen según *Bourdieu*, del *Hábitus* donde se constituye en el origen de las prácticas y usos culturales y su eficacia se percibe en la educación.

Para aclarar el significado de *Hábitus* por *Bourdieu* *“Estructura estructurante, que organiza las prácticas y la percepción de las prácticas [...] es también estructura estructurada: el principio del mundo social es a su vez producto de la incorporación de la división de clases sociales.[...] Sistema de esquemas generadores de prácticas que expresa de forma sistémica la necesidad y las libertades inherentes a la condición de clase y la diferencia constitutiva de la posición, el Hábitus aprehende las diferencias de condición, que retiene bajo la forma de diferencias entre unas prácticas enclasadadas y enclasantes”*⁹⁶

12.7. APOYO DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA PARA EL DESARROLLO DE DICHS PROYECTOS CULTURALES

Los estudiantes de los dos géneros de la Zonas Urbana y Rural, coinciden en afirmar que Algunas Veces las Instituciones Educativas los apoyan en la realización y

⁹⁴ ACHA, Juan. El consumo artístico y sus efectos. México, Ed. Trillas 1988. pág. 72

⁹⁵ *Ibíd.* pág. 259

⁹⁶BOURDIEU, Pierre; La distinción. Madrid, Ed. Tauros 1979 (88), pág. 170-171.

desarrollo de los proyectos culturales propuestos, muy pocos afirman que siempre y nunca. Retomando a *Bourdieu*, el apoyo de la Institución Educativa se clasificaría en una de las categorías del *Hábitus: Lo Institucionalizado*, donde la enseñanza y el apoyo racional del arte y la cultura en la Institución Educativa, “proporciona sustitutos a la experiencia directa, ofrece una serie de atajos al largo camino de la familiarización, hace posible unas prácticas que son productos del concepto y de la regla en vez de surgir de la pretendida espontaneidad del gusto, ofreciendo así un recurso a los que esperan recuperar el tiempo perdido”.⁹⁷

Juan Acha hace énfasis en: “Las valoraciones artísticas son las que se desempeñan en las operaciones teóricas que se consideran importantes para valorar las obras de arte en forma objetiva, razonada y artística.”⁹⁸ una de las meta que buscan las mismas Instituciones Educativas.

12.8. MOTIVO Y OPINIÓN PARA QUE LOS ESTUDIANTES PARTICIPEN EN LOS EVENTOS CULTURALES REALIZADOS EN LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA

En la Zona Urbana la mayoría de los estudiantes de los dos géneros participan en las actividades culturales por Obligación Académica, Mientras que en la Zona Rural participan los y las estudiantes porque les Gusta a excepción de la Institución Educativa Normal donde gran parte de los y las estudiantes participan porque los Identifican y en segundo lugar con una mínima diferencia porque les Gusta.

En cuanto a la opinión de los estudiantes del sexo femenino y sexo masculino; sobre los eventos culturales que realizan las Instituciones Educativas afirman que son Interesantes y Divertidos muy pocos dicen que son Monótonos, a excepción de la Institución Educativa Normal Superior que la mayoría de los estudiantes afirman que los eventos son Monótonos y muy pocos No Opina.

Teniendo en cuenta las entrevistas de los profesores, se puede complementar afirmando que; las Instituciones Educativas Sí realizan actividades Culturales y Artísticas, tratándoles de llegar y cultivar en los jóvenes una apropiación de lo autóctono de una manera espontánea y dinámica, sin embargo en la zona urbana los jóvenes muy difícilmente participan en estas actividades y cuando participan lo hacen por la nota (obligación académica).

⁹⁷ *Ibíd.* Págs. 65, 72, 91, 356.

⁹⁸ ACHA, Juan. El consumo artístico y sus efectos. México, Ed. Trillas 1988. pág. 166 y 185

En contraposición con los jóvenes de la zona rural quienes participan en estas actividades más por gusto, y se esfuerzan de una u otra manera de llevar algo preparado para salir bien en estos eventos, principalmente cuando se realizan Inter.-colegiados, con el fin de darse a conocer; lo curioso es que los grados inferiores (6º y 7º), son los que más les ponen interés, pero infortunadamente a medida que van ascendiendo de grado van perdiendo este espíritu creativo y de participación.

Retomando nuevamente a *Pierre Bourdieu*, con el concepto de *Hábitus* nombra la “categoría objetivado, compuesta por el estilo de vida, y dividen los sistemas de signos socialmente clasificados por la misma distribución del capital social y educativo; resulta global de una relación de fuerzas, en sistema de diferencias percibidas, de propiedades distintivas, es decir, en distribución del capital simbólico, capital legítimo en su verdad objetiva; el *Hábitus* es el principio generador de éstas, pero de acuerdo con las coyunturas y las circunstancias en contextos específicos es decir nos alerta a no olvidar los límites que imponen las condiciones objetivas, y las negociaciones que las personas establecen con sus propias tradiciones y costumbres.⁹⁹

12.9. LUGARES DE INTERÉS VISITADOS POR ESTUDIANTES Y PROFESORES, FRECUENCIA CON QUE LOS VISITAN Y LOS APORTES QUE LES BRINDAN DICHS LUGARES

En la Zona Urbana y Rural la mayoría de los estudiantes de los dos géneros (femenino y masculino) han visitado con los profesores de la Institución Educativa Museos y/o Galerías, a excepción de la Institución Educativa Normal Superior donde los y las estudiantes afirman que no han visitado o conocido lugar cultural alguno con los maestros de su Institución Educativa, muy pocos estudiantes del sexo femenino y masculino, de las diferentes Instituciones Educativas confirman que han Visitado Salas de Teatro y Danza o han ido a Conciertos Musicales.

La frecuencia con que los estudiantes de los dos géneros han visitado el lugar cultural una sola Vez, y en segundo lugar los estudiantes afirman que no han visitado ni una vez dichos lugares culturales, muy pocos los y las estudiantes de las Instituciones Educativas (Urbana y Rural) han visitado estos lugares Dos y Varias veces.

Por otro lado los lugares culturales les dejan a la mayoría de los estudiantes de los dos géneros: de las Instituciones Educativas Ismael P. Borrero (Zona Urbana) de Sylvania (Zona Rural) aportes culturales; mientras los estudiantes de la Instituciones

⁹⁹ BOURDIEU, Pierre y LOÏC J. D. Wacquant. (1995) *Respuestas. por una antropología reflexiva*. México: Grijalbo. Pág. 90

Educativas José M. Montalvo (Zona Urbana), Jorge V. Ortega y Normal Superior (Zona Rural), afirman que estos lugares no les deja ningún aporte; la Institución Educativa Jorge E. Gaitán (Zona Rural) los y las estudiantes afirman que dichos lugares les dejan aportes Recreativos.

Para Bourdieu, *“los cambios y transformaciones de los modelos culturales y de valores no son el resultado de sustituciones mecánicas entre lo que se recibe del exterior y lo propio, entre las tradiciones y las costumbres del lugar de origen y el nuevo contexto en que se encuentran.”*¹⁰⁰ Como se dijo anteriormente el *Hábitus* nos alerta a no olvidar los límites que imponen las condiciones objetivas, y las negociaciones que las personas establecen con sus propias tradiciones y costumbres.

Y como expresa Juan Acha, *“se concretan los efectos como nuevos comportamientos sociales”*. Desarrollándose así las *“operaciones sensoriales, encargadas de proporcionar la información visual a toda la parte de la sensibilidad y de la mente, esto lo hace de una forma que las sensaciones manifiesten la sensibilidad para el ser humano, las cuales son tomadas por los sentidos que son las que se encargan de manejar, procesar esta información y tomar conciencia de la misma, convirtiéndolas en ideas”*¹⁰¹

Los profesores entrevistados coinciden en afirmar las causas que limitan o dificultan las salidas pedagógicas a museos, parques arqueológicos y otros; es debido a la carencia de recursos económicos por parte de las familias y de las mismas Instituciones Educativas, la normatividad que protege a los menores y se convierte en un tramitología para desarrollar cualquier actividad, el desinterés y desmotivación por lo anterior, conllevan al desconocimiento de otras zonas para aprender de otras culturas, costumbres, creencias e ideologías entre otros.

12.10. MOTIVACIÓN REALIZADA POR ESTUDIANTES A OTRAS PERSONAS Y PROFESORES A ESTUDIANTES PARA VISITAR LUGARES CULTURALES

La mayoría de los estudiantes de los dos géneros (femenino y masculino), afirman que Algunas Veces invitan y/o convidan a otras personas a conocer lugares culturales, hayan o no Visitados dichos lugares con los profesores de la Institución Educativa, muy pocos los que Siempre o Nunca.

¹⁰⁰ SAFA BARRAZA, Patricia, Revista Universidad de Guadalajara, México. El concepto de hábitus de Pierre Bourdieu y el estudio de las culturas populares de México. <http://www.cge.udg.mx/revistaudg/rug24/bourdieu3.html>. consultado el 3 de enero del 2008.

¹⁰¹ ACHA, Juan. El consumo artístico y sus efectos. México, Ed. Trillas 1988. pág.: 119-145

Por otro lado los estudiantes del sexo femenino y masculino, de las Instituciones Educativas de la Zona Urbana y Rural, afirman que Algunas Veces los profesores los motivan a visitar y conocer lugares culturales, muy pocos los que dicen que Siempre los motivan y Nunca.

Acha afirma que *“Las percepciones son diferentes cuando actúan con diferentes principios y medios, fines y grados, además la percepción consta de operaciones sensoriales, sensitivas y teoréticas en estrecha interdependencia, cada individuo percibe diferente o no ve las mismas partes ni éstas con las mismas prioridades o intensidades; esto depende del espacio o campo visual ya que vemos diferentes componentes o realidades, de los cuales se eligen los que resultan más interesantes; en rigor, se entabla una relación dialéctica entre el objeto y el sujeto”*¹⁰²; y donde registra estos en acontecimientos llevándolos a difundir y/o comunicar a otras personas.

Juan Acha complementa nombrando el *Efecto social* afirmando; *“El ser social se refleja en parte en la conciencia social del hombre común, el resto va a la inconsciencia y subconsciencia del mismo individuo. La naturaleza de los efectos sociales de la cultura y el arte es ahora ideológica en cada una de sus formas, la estética, la artística y la temática, y en cada uno de sus alcances: dominantes, residuales o emergentes. Pero el ser humano concretan sus respectivos efectos en experiencias sensoriales, sensitivas o mentales, y las ideologías subyacen en ellos.”*¹⁰³ De acuerdo al capital social y educativo según Bourdieu.¹⁰⁴

12.11. PARTICIPACIÓN Y PREFERENCIAS DE LOS ESTUDIANTES EN LAS ACTIVIDADES CULTURALES PROGRAMADAS POR EL MUNICIPIO Y LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS

La mayoría de los estudiantes de los dos géneros (femenino y masculino), de las Instituciones Educativas de la Zona Urbana y Rural, coinciden en afirmar que Algunas Veces participan en las actividades programadas por el Municipio de Gigante y sus Instituciones Educativas, muy pocos estudiantes afirman que nunca han participado en dichos eventos culturales. Se puede retomar nuevamente las entrevistas de los profesores cuando afirman que los y las estudiantes tanto de la zona rural como de la urbana participan en los eventos culturales con agrado sólo cuando hay un premio de por medio (económico o un bien de interés para ellos), de lo contrario no participan o no se motivan a ir a estos eventos culturales.

¹⁰² ACHA, Juan. El consumo artístico y sus efectos. México, Ed. Trillas 1988. pág. 121, 127, 129

¹⁰³ *Ibíd.*; pág. 277

¹⁰⁴ BOURDIEU, Pierre; La distinción: criterios y bases sociales del gusto. Madrid, Ed. Tauros. 1979 (1988)

Por otro lado la mayoría de los estudiantes de las dos zonas (Urbana y Rural) y de los dos géneros (femenino y masculino), prefieren los Deportes como actividad predilecta entre los eventos culturales programados por el Municipio y las Instituciones Educativas de Gigante, a excepción de la Normal Superior que por una mínima diferencia los estudiantes escogen en segundo lugar la Música y después las Danzas, son pocos los y las estudiantes que escogen las Comparsas, las Artesanías y Otros.

En síntesis los y las estudiantes escogen principalmente las actividades deportivas, que son otros consumos culturales que le generan satisfacción, según *Bourdieu*, donde *“el consumo se produce a partir de la pertenencia a las clases sociales y gustos formados, dependiendo del Hábitus, que enseña y acostumbra al individuo, desarrollando ideas en el medio donde vive, desempeña sus oficios y necesidades. Por otro lado las prácticas en las que manifiesta la distinción de los estudiantes como: deportes, juegos, distracciones culturales; es porque existe en la unidad originariamente sintética del Hábitus, un principio unificador y generador de todas las prácticas.”*¹⁰⁵

12.12. MANERA COMO PARTICIPAN Y FORMA DE ACOMPAÑAMIENTO DE LOS ESTUDIANTES EN LAS ACTIVIDADES CULTURALES PROGRAMADAS POR EL MUNICIPIO Y LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS

La mayoría de los y las estudiantes de las Instituciones Educativas de la Zona Urbana, participan en los eventos culturales principalmente como Espectador, son pocos los que lo hace como Actor, sin embargo en la zona Rural hay una relativa igualdad en la participación de los estudiantes como Espectador y como Actor, ya que el sexo masculino participa principalmente como Actor, mientras que el sexo femenino lo hace como Espectador. En cuanto al acompañamiento los estudiantes de los dos géneros, asisten a estas actividades principalmente con los Amigos o amigas, muy pocos van con la Familia u Otros.

En las entrevistas de los maestros, afirman que los estudiantes de los dos géneros y de las Instituciones Educativas de la zona urbana muy difícilmente participan como actores, y se limitan como simples espectadores en los eventos culturales programados por el Municipio de Gigante; en contraposición de los y las estudiantes de las Instituciones Educativas de la zona rural, quienes participan en estas actividades como actores, y se esfuerzan de una u otra manera de llevar algo preparado para sobresalir en los eventos culturales.

¹⁰⁵ BOURDIEU, Pierre; *La distinción: criterios y bases sociales del gusto*. Madrid, Ed. Tauros 1979 (1988), pág. 12, 16, 17, 28, 30, 78, 79, 165, 223, 228, 240, 317, 431, 437, 467.

Aquí entran también tres categorías del *Hábitus*, las cuales se encuentra, lo *"Individualizado"*, se caracteriza por el gusto, propensión y aptitud para la apropiación de una clase determinada de objetos o de prácticas sociales y se encuentra en la base del estilo de vida. Está influenciada por lo *Estratificado*, se caracteriza por las posturas objetivas y subjetivamente estéticas que suponen un determinado estatus social, es decir forma con quien estar, como de hablar, moverse, actuar y otras tantas ocasiones de probar o afirmar la posición ocupada en el espacio social."¹⁰⁶ Complementada por la categoría *Institucionalizada*.

Según Juan Acha, *"Pocos hombres disponen de la educación necesaria para emprender consumos auténticos. Además, quienes disponen de ella están forzados a centrarse en intereses limitados a una clase, género o tendencia artística."*¹⁰⁷

12.13. DIFUSIÓN DE LOS HÁBITOS CULTURALES DE LOS ESTUDIANTES

La mayoría de los estudiantes de los dos géneros (femenino y masculino) de las Instituciones Educativas Ismael Perdomo Borrero y José Miguel Montalvo de la Zona Urbana, y las Instituciones Educativas Jorge Villamil Ortega y Jorge Eliécer Gaitán de la Zona Rural, afirman que sus hábitos culturales son difundidos por la Familia; las Instituciones Educativas de Sylvania y Normal Superior la mayoría de los estudiantes afirman que sus hábitos culturales son difundidos por la misma Institución Educativa y en segundo lugar y con una mínima diferencia por la Familia.

En resumen los estudiantes del sexo femenino y masculino, de la Zona Urbana y la zona Rural coinciden que sus hábitos culturales son difundidos por la Familia, considerada como célula básica de la sociedad, donde el individuo adquiere sus primeros valores, sus primeras normas de comportamiento, sus primeros sentimientos y esto determinará su personalidad y forma de vivir; por ello Sunkel retoma la familia como unidad básica de audiencia, ya que la familia representa para la mayorías la situación primordial de reconocimiento, y es el núcleo *"de las relaciones cortas y la proximidad de la TV."*¹⁰⁸

¹⁰⁶ Ibíd. pág. 21, 59, 60, 65, 72, 110, 134, 137, 142, 170, 171, 263, 334, 439, 470, 472

¹⁰⁷ ACHA, Juan, El consumo artístico y sus efectos. México, Ed. Trillas, pág. 227

¹⁰⁸ SUNKEL, Guillermo; El consumo cultural en América latina: construcción teórica y líneas de investigación. Santa fe de Bogotá; Ed. Convenio Andrés Bello, 1999. pág. 6 y 7

12.14. IDENTIFICACIÓN Y LEGALIDAD DE LOS OBJETOS COLECCIONADOS POR LOS ESTUDIANTES

La mayoría de los estudiantes de los dos géneros (femenino y masculino) de las Instituciones Educativas de la Zona Urbana y Rural, coleccionan Música, muy pocos coleccionan otras cosas (Libros de Terror, Monedas, Botellas, Canicas), Farándula e Instrumentos Deportivos. Desde Canclini, *“No hay un sistema arquitectónico homogéneo y se van perdiendo los perfiles diferenciales de los barrios. Se entremezclan permitiendo que cada usuario pueda hacer su propia colección”*¹⁰⁹ a su gusto y manera.

En cuanto a la legalidad la mayoría de los y las estudiantes de las Instituciones Educativas Ismael P. Borrero (Zona Urbana) y Normal Superior (Zona Rural), manifiestan que No les interesa que los objetos para coleccionar sean originales o piratas; mientras los estudiantes de la Institución José M. Montalvo (Zona Urbana) y las Instituciones Educativas de Sylvania, Jorge V. Ortega y Jorge E. Gaitán coleccionan esencialmente objetos Originales.

Desde Canclini, el consumo *“propone insertar la racionalidad económica de la expansión del capital y la reproducción de la fuerza de trabajo en el triple escenario: político, simbólico y comunicativo en que las clases y los grupos compiten por la apropiación del producto social, organizan su distinción como sujetos individuales y colectivos, y se integran intercambiando significados, compartiendo el sentido mediante rituales cotidianos que más que en las tradicionales y fuertes comunidades de antaño se apoyan hoy en “móviles pactos de lectura” en decir propone internacionalizar la libertad del intercambio de lectura comunicando, socializando y globalizando los mercados culturales”*¹¹⁰.

*“El consumo no es sólo reproducción de fuerzas, sino producción de sentidos: lugar de una lucha que no se agota en la posesión de los objetos, pues pasa más decisivamente por los usos que les dan forma social y en los que se inscriben demandas y dispositivos de acción que provienen de diferentes competencias culturales”*¹¹¹

¹⁰⁹ GARCÍA CANCLINI, Néstor, Culturas híbridas: estrategias para entrar y salir de la modernidad. México, Ed. Grijalbo, 1989. pág. 283

¹¹⁰ SUNKEL, Guillermo; El consumo cultural en América Latina: construcción teórica y líneas de investigación. Santa fe de Bogotá; Ed. Convenio Andrés Bello, 1999. pág. 17

¹¹¹ BARBERO, Jesús Martín. De los medios las mediaciones: comunicación, cultura y hegemonía. Barcelona: Ed. Gustavo Gil, 1987. pág. 231

13. CONCLUSIONES

Basados en los objetivos planteados en esta investigación y los resultados obtenidos en ella podemos llegar a las siguientes conclusiones:

1. Respecto a los consumos culturales de los estudiantes del Municipio de Gigante, tanto de la zona rural como urbana, podemos decir que se basan en la escucha de música denominada por el campo de los especialistas como “meso música”¹¹² y dentro del sector de los medios con la denominación de música popular; si tenemos en cuenta esta acepción no es la más acertada, dado que lo popular se correlaciona con el arte vernáculo o tradicional.

Sin embargo, interpretando a Canclini, se comprende generalmente como música comercial o llamada popular dentro de las clasificaciones del arte. En este sentido, la música más escuchada por los estudiantes mencionados es llamado reggaetón, vallenatos, rancheras y música comúnmente identificada como “música para lavar y planchar”, es decir, baladas producidas desde los años 60.

Por consiguiente, en el tiempo libre los estudiantes emplean como medio de información La TV y la Radio; desde el punto de vista de los especialistas, dichos medios son los Instrumentos utilizados por las tecnologías para difundir y crear hábitos de consumo.

Por otro lado, los lugares más frecuentados por ellos son los parques, discotecas y videojuegos, como lugares de distracción y relajación; lo anterior trae como consecuencia la subvaloración a la Comunicación oral entre joven-adulto y la declinación por la lectura.

En cuanto a la participación de los estudiantes en los eventos culturales y artísticos realizados en las Instituciones Educativas, encontramos que los estudiantes de la zona urbana lo hacen como una obligación académica; en contraposición con los estudiantes de la zona rural, quienes se motivan por una participación voluntaria. En estos eventos encontramos un común denominador en ambas zonas, que son los estudiantes de los grados inferiores (6º y 7º) los que más se disponen y colaboran en estas actividades; lo curioso es que a medida que se asciende de grado se va

¹¹² VEGA, Carlos. *Meso música, un ensayo sobre la música de todos*. Revista musical chilena. http://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0716-27901997018800004&script=sci_arttext. Consultad el 16 de Mayo de 2008. Según este teórico de la música con la categoría de “meso música” se refiere a toda la producción musical que se encuentra entre la música clásica y la música folclórica.

perdiendo el interés y el espíritu creativo, desarrollando el concepto superfluo, dentro del argot estudiantil: “hacer el oso”.

Respecto a las actividades preferidas por ellos son las deportivas. Tales eventos son programadas por las Instituciones y el Municipio de Gigante; a las que asisten acompañados por sus amigos y/o amigas.

2. Estudiando y analizando los consumos artísticos y culturales preferidos por los estudiantes en mención, se encontró que la música se propaga por medio de la radio, siendo los adolescentes los oyentes más fieles a este medio en el Municipio de Gigante. De manera similar a los grandes centros urbanos, la radio constituye el medio de difusión más asequible de los alumnos; de hecho, coleccionan fácilmente los éxitos más divulgados, sea mediante CD piratas ó la descargan a través de la Internet y las pasan a sus Memorias USB que poseen auriculares para escucharla, e incluso a través de las USB pueden sintonizar las estaciones de Radio.

En cuanto a la música, los maestros entrevistados afirman que los jóvenes la escuchan, pero no la practican y, los que participan en determinadas actividades culturales como danza y teatro, las presentan sin preparación ó esfuerzo alguno; según los docentes “como para salir del paso o por una nota”.

Debido a la carencia de recursos económicos los estudiantes o jóvenes se ven abocados a frecuentar los parques en su tiempo libre como lugares de distracción y relajación, además son ideales para las relaciones interpersonales; en cambio la asistencia a Discotecas y Sitios de Videojuegos es con sentido recreacional y diversión, ya sea individual ó colectiva.

Es de anotar que los maestros que más proponen proyectos culturales para preservar la Identidad Cultural son los de Literatura, seguidos por los de Sociales debido a la exigencia del currículo pedagógico y especialmente por ser áreas de humanidades que permiten evocar y poner en práctica actividades de nuestro patrimonio cultural. Cabe destacar que las Instituciones Educativas junto con los maestros cumplen con las exigencias curriculares del MEN de la mejor forma, a pesar que muchas de las Instituciones no disponen de los recursos necesarios y primordialmente de maestros especializados en el área del arte.

Según lo mencionado, las Instituciones Educativas que se han propuesto cultivar parte de nuestra Identidad Cultural se encuentra la: Institución Educativa José Miguel Montalvo con la “Fogata Narrativa” y la “La Feria de la Tecnología y la Ciencia”; la Institución Educativa de Silvania con “La Feria del Arte y Tecnología”; en el Colegio

Zósimo Suárez con “El Abrazo-Terapia”, en la Institución Educativa Ismael Perdomo Borrero el “Foro de Filosofía”; en Institución Educativa Normal Superior con “Concurso de Deletreo de Ingles” y “Canción en Ingles”; dichos eventos se realizan principalmente a finales del año, donde los estudiantes aplican sus conocimientos adquiridos durante el transcurso este.

La razón que motiva a los estudiantes a participan en los actos culturales con agrado, se debe a asignación de premios, ya sean económicos o representados por intereses para ellos. Además prefieren asistir a estos eventos culturales, acompañados de sus amigos ó amigas; hábitos que han sido difundidos según ellos, por la Familia y complementado por las Instituciones Educativas.

Ahora bien, es de advertir que los profesores entrevistados coinciden en afirmar que las causas que limiten o dificultan las salidas pedagógicas a museos, parques arqueológicos y otras instituciones culturales, es debido a la carencia de recursos económicos por parte de las familias y de las mismas Instituciones Educativas. Así mismo la normatividad que protege a los menores, se convierte en una secuencia de diligencias ó “tramitología” para desarrollar cualquier actividad; produciendo como efecto el desinterés y la desmotivación. Como resultado de lo anterior, conllevan al desconocimiento de otras culturas, costumbres, creencias e ideologías, entre otros. De no implementarse los anteriores impedimentos, se les permitiría a los estudiantes crecer y obtener otras visiones del mundo.

Sin embargo, también existen actitudes negativas de los estudiantes que habitan la zona urbana quienes han mostrado renuencia frente a la visita de museos, cuando expresan que “no les motiva entrar a ver huesos y piedras”; paradójicamente, los estudiantes de la zona rural son todo lo contrario.

3. Comparando gustos y preferencias de los consumos artísticos y culturales de los estudiantes del Municipio de Gigante y teniendo en cuenta los géneros se encontró en primer lugar que los dos sexos coinciden en preferir escuchar la música como principal actividad artística y cultural, a través de distintos medios.

En lo que corresponde al medio de información más utilizado en la zona urbana es la TV en el tiempo libre; mientras que en la zona Rural este medio es utilizado especialmente por el sexo femenino ya que el sexo masculino escucha la Radio, mientras se encuentra desarrollando otras actividades diferentes al estudio.

Con respecto a que los parques son los lugares más frecuentados por los jóvenes de los dos géneros en el tiempo libre como medio de distracción y relajación; se encontró

en un segundo lugar que el sexo femenino frecuenta las discotecas y el sexo masculino frecuenta los sitios de Videojuegos.

En cuanto a la participación en los eventos programados por el Municipio y las Instituciones Educativas, la hacen como espectadores a excepción del sexo masculino de la zona rural, a quienes les gusta participar en dichos eventos como actores; en cuanto a la actividad predilecta de los estudiantes del sexo femenino y masculino concuerdan en la afición al Deporte.

En resumen se puede deducir que entre las principales preferencias de los estudiantes del Municipio del Gigante cuentan con la escucha de música, la afición al deporte y el ocio lúdico (asistencia a las discotecas, sitios de videojuego, los parques, el callejear y otros). Sin embargo, estas mismas actividades que debieran desarrollarse como complemento y equilibrio de la vida productiva, se emplean como evasión de las responsabilidades y obligaciones que deben cumplir como estudiantes, como ciudadanos y como hijo ó hija.

Y por otro lado, la mayoría de la juventud de hoy ya no participa en los eventos culturales programados por las Instituciones en general, debido a que se encuentran absorbidos por los Mass medios y si lo hacen no son conscientes de la realidad que los rodea. Esta situación se presenta en razón a que se masificaron a causa de las estrategias empleadas por el capitalismo; de hecho, los diversos medio de comunicación ha facilitado ejercer el control sobre los consumos de los pueblos desfavorecidos.

14. RECOMENDACIONES

A partir del análisis que se efectuó a los estudiantes de los grados 10 y 11 de las Instituciones Educativas de la zona urbana y rural del Municipio de Gigante se encontró que la razón del porque los estudiantes no consumen el arte autóctono o propio no es porque las Instituciones Educativas no la propagan, ya como se dijo anteriormente tanto las Instituciones Educativas como los maestros que la conforman buscan cumplir con las exigencias curriculares del MEN de la mejor forma, eso incluye la Huilensidad establecido por el gobierno de Villalba.

La cuestión es que los jóvenes solo participa en estas actividades siempre y cuando haya un premio de por medio, como sucede en el evento cultural la Narrativa realizado por la Institución Educativa José Miguel Montalvo y propuesto en el año 2004 por la actual Rectora Gladys Burbano Palacio; que se realiza una vez al año y cuyos premios son efectivo (en la categoría pre-infantil, infantil y juvenil), por esta razón los estudiantes de todas las Instituciones (primaria y secundaria), se presentan en esta actividad con gran entusiasmo y cada año que pasa mejoran la calidad de la participación.

Por tal razón planteo las siguientes recomendaciones.

1. Lo primero es incrementar la intensidad horaria de una a dos horas.
2. Que haya profesores especializados en la materia de artística o en tal caso un profesor (a) que ocupe su intensidad horaria en dos o más colegios (cátedra), con el fin de propiciar encuentros entre estos; y que se ocupen única y exclusivamente en su área.
3. Que los colegios realicen concursos de eventos culturales en todas las categorías, con el fin de escoger a los mejores y hacer inter-colegiados a nivel Municipal en el día de los cumpleaños del Municipio de Gigante u otra fecha especial, para seleccionar los mejores grupos y brindarles la oportunidad de concursar en otros lugares ya sea a nivel Departamental o Nacional.
4. Que el Municipio de Gigante gestione en las diferentes universidades que ofrecen la cátedra de educación artística, como es la Universidad Surcolombiana, solicitando practicantes especializados en el área, para que desarrollen ya sea en las Instituciones Educativas o en la misma Casa de la Cultura del Municipio dichas disciplinas.

5. Que la casa de la cultura del Municipio contrate profesores especializados en el área y asigne horario para vincular a las Instituciones Educativas. Con el fin de organizar semana cultural a nivel Municipal integrando a todas las Instituciones Educativas.
6. Que el Municipio o el Departamento asigne recursos destinados a la motivación y promoción del rescate de la Identidad Cultural, teniendo en cuenta las propuestas dadas o aportadas por los profesores que buscan dicho fin; como el de la profesora Olivella Bermúdez Ardila que en ocasiones anteriores ha propuesto proyectos alternativos para conservar la Identidad; en la que dice:

“El estudio para ellos es una cuestión secundaria y pues una forma de incentivarlos o estimularlos para que estudien y participen en los diferentes eventos que se desarrollan; me parecería bueno realizar un proyecto donde le diga que se les va dar una excursión a determinado museo, parque arqueológico, asistir y/o a participar a temporadas de teatro o de danza; a ciudades como Manizales, Bogotá, Pasto, Cartagena inclusive exposiciones visuales; sería interesante llevarlos para que vean de cerca como es el teatro, la danza, la pintura de otras culturas y también para darnos a conocer e intercambiar ideas, costumbres entre otras y así desarrollar en ellos la apropiación de su identidad y se sientan orgullosos de sí mismos.”

“Dicha propuesta sería para los diez mejores estudiantes de cada institución, pero que los costos de este proyecto sean sufragados por el Municipio o el Departamento, pero para ser seleccionados entre los diez mejores de la institución deben ser estudiantes integrales: excelente rendimiento académico y disciplinario, excelente participación en actividades culturales, obtenga buen puntaje en los simulacros ICFES, respeto y tolerancia hacia los demás y al medio ambiente, con buenas relaciones interpersonales y con un alto compromiso y responsabilidad con las actividades que se le asignan.” A esto se le puede agregar que no solo se desarrollaría la identidad cultural sino que también se estimularía el deseo de superación.

BIBLIOGRAFÍA

LIBROS

ACHA, Juan: Consumo Cultural Artístico y sus Efectos. Universidad Nacional Autónoma de México. México. Ed. Trillas, 1988.

BARBERO, Jesús Martín. Del Los Medios Las Mediaciones: Comunicación, Cultura y Hegemonía. Barcelona: Editorial Gustavo Gil, 1987

BOURDIEU, Pierre; La Distinción: Criterios y Bases Sociales del Gusto. Madrid, Ed. Tauros, 1979 (1988).

GARCÍA CANCLINI, Néstor. Consumidores y Ciudadanos: Conflictos multiculturales de la globalización. México: Grijalbo. 1995.

GARCÍA CANCLINI, Néstor. Culturas Híbridas: Estrategia para entrar y Salir de la Modernidad; México. Ed. Grijalbo, 1989.

RAMÍREZ LOSADA Ofelia y PACHÓN MALDONADO Ana Lucinda. Una Forma Para Entender La Ciudad: Relaciones Sociales y Prácticas Culturales en Tres Escenarios de Mercado. Neiva, Ed. Universidad Surcolombiana. 2004.

SUNKEL, Guillermo; El Consumo Cultural En América Latina: Construcción Teórica y Líneas De Investigación. Santa fe de Bogotá. Ed. Convenio Andrés Bello. 1999

GIGANTE; Monografía y Geografía: Homenaje de sus Hijos en el Bicentenario de su fundación, Gigante es vuestro; Neiva: Empresa de Publicaciones del Huila, 29 de septiembre de 1989.

LEY GENERAL DE CULTURA DE LA REPÚBLICA DE COLOMBIA. LEY 397 DE 1997.

TESIS

CONSUMOS ARTISTICOS EN LA POBLACIÓN UNIVERSITARIA DE NEIVA. 2006, Autores: Anderson Trujillo Quesada, Milena Córdoba Perdomo y Fania T. Montaña.

BIBLIOTECAS VIRTUALES

Microsoft Encarta 2008. Microsoft Corporation.

Enciclopedia Electrónica Wikipedia: Texto de la Licencia de documentación libre de GNU. Free Documentation License (GFDL). <http://es.wikipedia.org/>. Consultada el 3 de enero del 2008.

MINISTERIO DE CULTURA DE COLOMBIA. <http://www.mincultura.gov.co/>. Consultada el 3 de enero del 2008

GOBERNACIÓN DEL DEPARTAMENTO DEL HUILA. Cátedra de La Huilensidad, Se consultaron los siguientes Proyectos:

MONTEALEGRE SANCHEZ, Humberto, SANCHEZ MONTEALEGRE, Hernando y otros, "Patrimonio Cultural de El Gigante", en Documento Monográfico e Inventario de Patrimonio Cultural Zona Centro-Huila, 1995.

MONTEALEGRE SANCHEZ, Humberto, Historia Económica y Social de El Gigante Colonial 1680-1800, Neiva 2005.

TEXTOS VIRTUALES

María J. Villa, 2000: "Una aproximación teórica al periodismo cultural", en Revista Latina de Comunicación Social, número 35, de noviembre de 2000 [extra "La comunicación social en Argentina"], La Laguna (Tenerife), en la siguiente dirección electrónica (URL): <http://www.ull.es/publicaciones/latina/09villa2.htm>. Consultado 3 de enero del 2008

UNESCO. *Declaración de México 1982* <http://www.unesco.org/>. Consultado el 3 de enero del 2008

C. MORÁN. Artículo: Canclini Defiende La Escuela Como Espacio De Integración. Madrid. Escrito el 17 de febrero del 2003. www.elpais.com/articulo/educacion/Canclini/defiende/escuela/espacio/integracion/elpepusocedu/20030217elpepedu_7/Tes . Consultado 3 de enero del 2008

SAFA BARRAZA, Patricia, Revista Universidad de Guadalajara, México. El concepto de Hábitus de Pierre Bourdieu y el estudio de las culturas populares de

México. <http://www.cge.udg.mx/revistaudg/rug24/bourdieu3.html>. Consultado 3 de enero del 2008

GONZÁLEZ ARENCIBIA Mario. Artículo: Globalización cultural una aproximación conceptual. <http://www.monografias.com/trabajos11/revcult/revcult.shtml>. Consultado el 3 de enero del 2008

VEGA, Carlos. *Meso música, Ensayo sobre la música de todos.* Revista musical chilena. http://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0716-27901997018800004&script=sci_arttext. Consultad el 16 de Mayo de 2008.

APÉNDICES

LOS CONSUMOS ARTÍSTICOS DE LOS JOVENES DE LAS ÁREA URBANA Y RURAL DEL MUNICIPIO DE GIGANTE. 2007

PAULA ANDREA SERRANO BERMÚDEZ

Técnica No 1: Encuesta A Estudiantes

Universidad Surcolombiana; Facultad de Educación, Programa de Licenciatura En Educación Básica; Con Énfasis En Educación Artística.

Objetivo: Conocer y analizar en los grados de 10 y 11 de las Instituciones del Municipio de Gigante los consumos CULTURALES Y ARTÍSTICOS, con el propósito de plantear la creación de propuestas alternativas para el desarrollo cultural, social e individual en la población señalada.

Institución: _____ Oficial _____ Privada _____
Grado: 10__ 11__ Edad _____ Sexo: F__ M__ Estrato _____

NOTA: Por favor lea con atención y conteste honestamente las siguientes preguntas señalando con una **X**.

1. ¿Cuál es su expresión artística preferida?

- a. ___ Pintura y Escultura b. ___ Música c. ___ Teatro
d. ___ Séptimo arte (cine) e. ___ Danza f. ___ Artesanías
g. ___ Todas las anteriores h. ___ Ninguna de las anteriores.

2. ¿La práctica en su tiempo libre?

- a. ___ Siempre b. ___ Algunas veces c. ___ Nunca

3. ¿Qué lugar frecuenta en su tiempo libre?

- a. ___ Museo b. ___ Teatro c. ___ Cine
d. ___ Bibliotecas e. ___ Club f. ___ Gimnasio
g. ___ Bares h. ___ Discotecas i. ___ Sitios de video juegos
j. ___ Parques k. ___ Centros comerciales.
l. ___ Todas las anteriores m. ___ Ninguna de las anteriores.

4. ¿Por qué visita usted estos lugares?

- a. ___ Para aprender b. ___ Por Costumbre c. ___ Por Diversión
d. ___ Por Relajación e. ___ Por Moda. f. ___ Porque lo invitan

5. ¿Cuál es el medio de comunicación que ocupa más en su tiempo libre?

- a. ___ TV b. ___ Radio
c. ___ Internet d. ___ Prensa Y Diarios
e. ___ Comunicación oral (tertulia)

6. ¿Qué actividades realiza su colegio además de las académicas?

- a. ___ Culturales y Artísticas b. ___ Políticas c. ___ Religiosas
d. ___ Foros. e. ___ otros.Cuál _____

7. ¿Sus maestros proponen proyectos que conlleven a la conservación de la identidad cultural?

- a. ___ Si b. ___ No

8. ¿Qué proyectos proponen sus maestros?

- a. ___ Oratoria b. ___ Poesía. c. ___ Teatro.
d. ___ Narrativa. e. ___ Danza f. ___ Música
g. ___ Artes Visuales h. ___ Otros; cual: _____

9. ¿Qué maestros proponen más estos proyectos?

- a. ___ Literatura. b. ___ Sociales c. ___ Artística
d. ___ Ética e. ___ Inglés f. ___ Otro,Cuál: _____

10. ¿Utiliza los recursos de la Institución para realizar dichos proyectos?

- a. ___ Siempre b. ___ Algunas veces c. ___ Nunca

**LOS CONSUMOS ARTÍSTICOS DE LOS JOVENES DE LAS ÁREA URBANA Y RURAL
DEL MUNICIPIO DE GIGANTE. 2007**

PAULA ANDREA SERRANO BERMÚDEZ

- 11.** ¿Su Institución apoya la realización de dichos proyectos?
a. ___ Siempre b. ___ Algunas veces c. ___ Nunca
- 12.** Usted participa en estos eventos porque:
a. ___ Le gusta b. ___ se siente identificado c. ___ Por obligación académica
- 13.** ¿Qué opina de los eventos Culturales que realizan en su institución?
a. ___ Interesantes y divertidos b. ___ Monótonos c. ___ No opina
- 14.** ¿Cuál de los siguientes lugares, ha visitado con sus profesores?
a. ___ Museos y/ó Galerías. b. ___ Salas de Teatro y danza
c. ___ Conciertos Musicales d. ___ Otro. Cuál: _____
e. ___ Ninguno
- 15.** ¿Con qué frecuencia ha asistido a estos lugares?
a. ___ Una sola vez b. ___ Dos veces
c. ___ Varias veces d. ___ Ninguna vez.
- 16.** ¿Motiva a las demás personas a asistir a los lugares visitados?
a. ___ Siempre b. ___ Algunas veces c. ___ Nunca
- 17.** ¿Qué aporte le han brindado estos lugares?
a. ___ Cognoscitivo b. ___ Culturales
c. ___ Recreativo d. ___ Científico
- 18.** Los profesores ¿lo motivan a asistir a estos lugares?
a. ___ Siempre b. ___ Algunas veces c. ___ Nunca
- 19.** ¿Participa en las actividades culturales programadas por el Municipio y las diferentes Instituciones Educativas?
a. ___ Siempre b. ___ Algunas veces c. ___ Nunca
- 20.** Entre los eventos municipales e institucionales ¿Cuál es tu actividad predilecta?
a. ___ Música b. ___ Teatro c. ___ Danzas
d. ___ artesanías e. ___ Comparsas f. ___ Deportes
g. ___ Otro, cual: _____
- 21.** Lo hace como:
a. ___ Espectador b. ___ Actor
- 22.** Participa usted en estas actividades culturales con:
a. ___ La Familia b. ___ Los Amigos c. ___ Otros, : _____
- 23.** Sus hábitos culturales son difundidos por:
a. ___ La Familia b. ___ La Institución Educativa
c. ___ El rol social (Amigos) d. ___ Los medios de comunicación
e. ___ Otros, cual _____
- 24.** Se preocupa por coleccionar:
a. ___ Música b. ___ Farándula (revistas) c. ___ Instrumentos deportivos
d. ___ Juegos e. ___ Películas f. ___ otros, cual: _____
- 25.** Los objetos adquiridos para coleccionar son:
a. ___ Originales b. ___ Piratas c. ___ No les interesa

Técnica No 2: Entrevista A Docentes

**Universidad Surcolombiana; Facultad de Educación, Programa de Licenciatura En
Educación Básica; Con Énfasis En Educación Artística.**

Objetivo: Conocer y analizar en los grados de 10º y 11º de las Instituciones Educativas del Municipio de Gigante los consumos CULTURALES Y ARTÍSTICOS, con el propósito de plantear la creación de propuestas alternativas para el desarrollo cultural, social e individual en la población señalada.

Institución Educativa: _____

Formación Profesional: _____

Área: _____

1. ¿En qué actividad cultural hay más participación por parte de los estudiantes; si en el teatro, la danza, la música o las artes visuales?
2. ¿Es fácil o difícil la participación de los estudiantes en las actividades culturales realizadas en la institución?
3. ¿Qué actividades culturales son las más preferidas por los jóvenes?
4. ¿Cuáles son los grados que participan más en estas actividades culturales?
5. Cuando se realiza las actividades culturales inter-colegiados, ¿Cuál ha visto usted que ha tenido mayor participación y apropiación; el sector urbano o el rural? ¿Por qué?
6. Mediante ¿Qué actividades pedagógicas, la Institución promueve la conservación de la identidad cultural?
7. Programa usted salidas pedagógicas con los estudiantes, ¿Cómo cuales?, ¿con que fin? y ¿con que frecuencia las realiza?
8. ¿Cuáles son los obstáculos o las dificultades que se presenta en las salidas y en el desarrollo de las actividades culturales y pedagógicas que programa?
9. ¿Qué estrategias plante para resolver o sortear dichas las dificultades?

Técnica No 3: Entrevista A Eduardo Rojas, Supervisor ya Pensionado Del Municipio de Gigante

**Universidad Surcolombiana; Facultad de Educación, Programa de Licenciatura En
Educación Básica; Con Énfasis En Educación Artística.**

Objetivo: Conocer y analizar en los grados de 10º y 11º de las Instituciones Educativas del Municipio de Gigante los consumos CULTURALES Y ARTÍSTICOS, con el propósito de plantear la creación de propuestas alternativas para el desarrollo cultural, social e individual en la población señalada.

1. ¿Cómo ve la juventud de hoy en la participación cultural del municipio de Gigante?
2. ¿Cuáles son los aportes de las personas de la tercera edad en la conservación del patrimonio cultural?
3. ¿Cómo ve el apoyo de la clase política en la cultura del municipio de Gigante y del departamento?
4. Dentro del presente Gobierno de Villalba ¿Qué receptividad ve usted en la juventud para con estos programas culturales?, si se mantiene, si se va ampliar, o cree que el próximo gobernador va a seguir mejorando y apoyando estos programas.
5. ¿Qué limitaciones ve usted en el desarrollo de los diversos proyectos culturales que se desarrolla en el municipio y en el departamento?
6. ¿Cuál cree que sea las estrategias a seguir para que nuestra identidad cultural se mantenga, y que sea un área de mucha aceptación por parte de la juventud del municipio?

TABLAS

**LOS CONSUMOS ARTÍSTICOS DE LOS JOVENES DE LAS ÁREA URBANA Y RURAL
DEL MUNICIPIO DE GIGANTE. 2007**

PAULA ANDREA SERRANO BERMÚDEZ

**TABULACIÓN DE ENCUESTAS A ESTUDIANTES DE LOS GRADOS 10 Y 11,
DEL MUNICIPIO DE GIGANTE POR INSTITUCIÓN Y GENERO**

1. EXPRESIONES ARTÍSTICAS PREFERIDAS POR LOS ESTUDIANTES										
ZONA	INSTITUCIÓN EDUCATIVA	SEXO	Pintura y Escultura	Música	Teatro	Séptimo arte (cine)	Danza	Artesanías	Todas las anteriores	Ninguna de las anteriores
ZONA URBANA	Ismael P. Borrero	F	7.5%	21.2%	4.2%	0%	12.7%	4.2%	4.2%	2.9%
		M	9.8%	25.4%	0%	0%	2.8%	1.4%	2.8%	1.4%
	José M. Montalvo	F	8.2%	22.4%	2.1%	2.1%	14.3%	6.1%	0%	4.1%
		M	8.2%	16.3%	0%	0%	0%	4%	2.1%	10.2%
ZONA RURAL	De Silvania	F	16. %	10.7%	5.6%	0%	14.3%	8.9%	0%	0%
		M	12.4%	19.6%	3.6%	0%	1.8%	1.8%	3.6%	1.8%
	Jorge V. Ortega	F	4%	22%	0%	2%	6%	6%	4%	2%
		M	10%	30%	4%	0%	2%	4%	4%	0%
	Normal Superior	F	10%	25.8%	7.1%	1.4%	25.8%	8.6%	1.4%	1.4%
		M	4.3%	5.7%	0%	1.4%	2.9%	0%	2.8%	1.4%
	Jorge E. Gaitán	F	4%	24%	0%	0%	2%	4%	2%	0%
		M	6%	32%	4%	0%	6%	4%	10%	2%

Tabla 5. Expresiones artísticas preferidas por los estudiantes de los grados 10 y 11, de las Instituciones Educativas del Municipio de Gigante. 2007

2. FRECUENCIA CON QUE LOS ESTUDIANTES PRACTICAN LAS EXPRESIONES ARTÍSTICAS PREFERIDAS					
ZONA	INSTITUCIÓN EDUCATIVA	SEXO	Siempre	Algunas veces	Nunca
ZONA URBANA	Ismael P. Borrero	Femenino	12.7%	40.8%	2.8%
		Masculino	8.5%	33.8%	1.4%
	José M. Montalvo	Femenino	8.2%	46.9%	4.1%
		Masculino	6%	20.4%	14.4%
ZONA RURAL	De Silvania	Femenino	0%	55.4%	0%
		Masculino	10.6%	28.6%	5.4%
	Jorge V. Ortega	Femenino	14%	30%	2%
		Masculino	14%	36%	4%
	Normal Superior	Femenino	20%	60%	1.4%
		Masculino	2.9%	11.4%	4.3%
	Jorge E. Gaitán	Femenino	8%	28%	0%
		Masculino	12%	46%	6%

Tabla 6. Frecuencia con que los estudiantes de los grados 10 y 11 de las Instituciones Educativas del Municipio de Gigante, practican las expresiones artísticas preferidas. 2007

**LOS CONSUMOS ARTÍSTICOS DE LOS JOVENES DE LAS ÁREA URBANA Y RURAL
DEL MUNICIPIO DE GIGANTE. 2007**

PAULA ANDREA SERRANO BERMÚDEZ

3. LUGARES FRECUENTADOS POR LOS ESTUDIANTES EN EL TIEMPO LIBRE																
ZONA	INSTITUCIÓN EDUCATIVA	SEXO	Museos	Teatro	Cine	Bibliotecas	Club	Gimnasio	Bares	Discotecas	Sitios de Videojuego	Parques	C. comerciales	T. las anteriores	Ngrna. de las anteriores	
ZONA URBANA	Ismael P. Borrero	F	0%	0%	1.4%	5.6%	0%	2.8%	7.1%	2.8%	0%	28.3%	4.2%	0%	4.2%	
		M	1.4%	0%	0%	2.8%	0%	0%	1.4%	0%	11.3%	18.3%	0%	4.2%	4.2%	
	José M. Montalvo	F	2.1%	4.1%	0%	4.1%	2.1%	6.1%	4.1%	6.1%	2.1%	22%	2.1%	2.1%	2.1%	
		M	0%	0%	2.1%	2.1%	2.1%	2.1%	4.1%	6.1%	12.2%	6.1%	2.1%	2.1%	0%	
ZONA RURAL	De Sylvania	F	0%	0%	0%	0%	0%	0%	1.8%	10.7%	0%	25%	7.1%	1.8%	8.9%	
		M	0%	0%	0%	1.8%	0%	0%	3.6%	1.8%	14.3%	17.9%	0%	1.8%	3.6%	
	Jorge V. Ortega	F	0%	0%	2%	6%	0%	0%	2%	6%	4%	18%	4%	0%	4%	
		M	0%	0%	0%	2%	4%	0%	2%	6%	12%	16%	2%	2%	8%	
	Normal Superior	F	1.4%	1.4%	1.4%	7%	0%	12.9%	2.9%	14.3%	1.4%	15.8%	8.6%	7.1%	7.5%	
		M	0%	0%	0%	2.9%	0%	0%	0%	4.2%	8.6%	1.4%	1.4%	0%	0%	
	Jorge E. Gaitán	F	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	6%	4%	18%	0%	6%	2%
		M	0%	0%	4%	6%	0%	2%	0%	0%	10%	12%	26%	0%	4%	0%

Tabla 7. Lugares frecuentados por los estudiantes de los grados 10 y 11 de las Instituciones Educativas del Municipio de Gigante, en el tiempo libre. 2007

4. RAZONES QUE EXPRESAN LOS ESTUDIANTES PARA FRECUENTAR DICHS ESPACIOS								
ZONA	INSTITUCIÓN EDUCATIVA	SEXO	Para Aprender	Costumbre	Diversión	Relajación	Moda	Lo Invitan
ZONA URBANA	Ismael P. Borrero	F	0%	1.4%	19.7%	18.3%	0%	16.9%
		M	8.5%	2.8%	11.3%	15.5%	0%	5.6%
	José M. Montalvo	F	6.1%	6.1%	10.2%	18.4%	4.1%	14.3%
		M	2.1%	6.1%	22.4%	10.2%	0%	0%
ZONA RURAL	De Sylvania	F	1.8%	14.3%	19.6%	5.4%	8.9%	5.4%
		M	1.8%	3.6%	17.9%	12.5%	0%	8.9%
	Jorge V. Ortega	F	6%	6%	20%	10%	2%	2%
		M	4%	8%	14%	20%	0%	8%
	Normal Superior	F	10%	11.43%	17.14%	20%	1.43%	21.4%
		M	1.43%	1.43%	14.3%	1.43%	0%	0%
	Jorge E. Gaitán	F	2%	6%	12%	12%	0%	4%
		M	4%	2%	26%	24%	2%	6%

Tabla 8. Razones que expresan los estudiantes de los grados 10 y 11 de las Instituciones Educativas del Municipio de Gigante, para frecuentar dichos espacios. 2007

**LOS CONSUMOS ARTÍSTICOS DE LOS JOVENES DE LAS ÁREA URBANA Y RURAL
DEL MUNICIPIO DE GIGANTE. 2007**

PAULA ANDREA SERRANO BERMÚDEZ

5. MEDIOS DE COMUNICACIÓN EMPLEADO POR LOS ESTUDIANTES EN EL TIEMPO LIBRE							
ZONA	INSTITUCIÓN EDUCATIVA	SEXO	TV	Radio	Internet	Prensa y Diario	Comunicación Oral
ZONA URBANA	Ismael P. Borrero	F	25.4%	21.1%	5.6%	1.4%	2.8%
		M	29.7%	7%	7%	0%	0%
	José M. Montalvo	F	34.7%	8.20%	8.2%	2.2%	6.1%
		M	20.2%	8.2%	12.2%	0%	0%
ZONA RURAL	De Silvania	F	25%	23%	1.8%	0%	5.4%
		M	17.8%	21.4%	1.8%	0%	3.8%
	Jorge V. Ortega	F	18%	26%	2%	0%	0%
		M	36%	18%	0%	0%	0%
	Normal Superior	F	32.9%	17.1%	12.9%	14.3%	4.3
		M	11.4%	0%	4.3	0%	2.9%
	Jorge E. Gaitán	F	14%	18%	0%	0%	4%
		M	48%	14%	0%	0%	2%

Tabla 9. Medios de comunicación empleados por los estudiantes de los grados 10 y 11 de las Instituciones Educativas del Municipio de Gigante, en el tiempo libre. 2007

6. PERCEPCIONES DE LOS ESTUDIANTES SOBRE LAS ACTIVIDADES QUE REALIZA LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA, ADEMÁS DE LAS ACADÉMICAS							
ZONA	INSTITUCIÓN EDUCATIVA	SEXO	Culturales y Artísticas	Políticas	Religiosas	Foros.	Otros
ZONA URBANA	Ismael P. Borrero	F	29.6%	0%	0%	22.5%	4.2%
		M	12.7%	0%	0%	19.7%	11.3%
	José M. Montalvo	F	32.7%	0%	22.4%	2.1%	2.1%
		M	32.7%	0%	4.1%	0%	4.1%
ZONA RURAL	De Silvania	F	46.4%	1.7%	3.6%	0%	3.8%
		M	35.7%	0%	1.8%	0%	7%
	Jorge V. Ortega	F	32%	0%	4%	0%	10%
		M	40%	0%	2%	0%	12%
	Normal Superior	F	24.3%	0%	27.1%	20%	10%
		M	5.7%	0%	7.1%	2.9%	2.9%
	Jorge E. Gaitán	F	30%	0%	2%	0%	4%
		M	52%	0%	4%	0%	8%

Tabla 10. Percepciones de los estudiantes de los grados 10 y 11, sobre las actividades que realizan las Instituciones Educativas además de las académicas. 2007

**LOS CONSUMOS ARTÍSTICOS DE LOS JOVENES DE LAS ÁREA URBANA Y RURAL
DEL MUNICIPIO DE GIGANTE. 2007**

PAULA ANDREA SERRANO BERMÚDEZ

7. OPINIÓN DE LOS ESTUDIANTES SOBRE LAS PROPUESTAS DE LOS MAESTROS DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA, PARA CONSERVAR LA IDENTIDAD CULTURAL				
ZONA	INSTITUCIÓN EDUCATIVA	SEXO	Si	No
ZONA URBANA	Ismael P. Borrero	<i>Femenino</i>	54.9%	1.4%
		<i>Masculino</i>	35.2%	8.5%
	José M. Montalvo	<i>Femenino</i>	59.2%	0%
		<i>Masculino</i>	40.8%	0%
ZONA RURAL	De Silvania	<i>Femenino</i>	53.6%	1.8%
		<i>Masculino</i>	44.6%	0%
	Jorge V. Ortega	<i>Femenino</i>	40%	6%
		<i>Masculino</i>	48%	6%
	Normal Superior	<i>Femenino</i>	78.6%	2.9%
		<i>Masculino</i>	18.6%	0%
	Jorge E. Gaitán	<i>Femenino</i>	34%	2%
		<i>Masculino</i>	60%	4%

Tabla 11. Opinión de los estudiantes sobre las propuestas de los maestros de las Instituciones Educativas, para conservar la Identidad Cultural. 2007

8. IDENTIFICACIÓN DE LOS PROYECTOS QUE PROPONEN LOS MAESTROS EN LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA										
ZONA	INSTITUCIÓN EDUCATIVA	SEXO	<i>Oratoria</i>	<i>Poesía</i>	<i>Teatro</i>	<i>Narrativa</i>	<i>Danza</i>	<i>Música</i>	<i>Artes Visuales</i>	<i>Otros</i>
ZONA URBANA	Ismael P. Borrero	<i>F</i>	15.5%	4.2%	0%	21.1%	8.5%	0%	2.8%	4.2%
		<i>M</i>	8.5%	1.4%	2.8%	15.5%	5.6%	1.4%	0%	8.5%
	José M. Montalvo	<i>F</i>	14.3%	4.1%	4.1%	32.7%	4.1%	0%	0%	0%
		<i>M</i>	8.2%	0%	2.1%	22.5%	2.1%	0%	2.1%	4.1%
ZONA RURAL	De Silvania	<i>F</i>	28.6%	8.9%	3.6%	10.7%	1.8%	1.8%	0%	0%
		<i>M</i>	19.5%	5.4%	7.1%	5.4%	0%	1.8%	1.8%	3.6%
	Jorge V. Ortega	<i>F</i>	10%	4%	14%	6%	0%	6%	4%	2%
		<i>M</i>	4%	2%	24%	10%	6%	0%	4%	4%
	Normal Superior	<i>F</i>	27%	2.8%	8.6%	7%	4.3%	15.7%	2.8%	12.8%
		<i>M</i>	4.3%	0%	1.4%	1.4%	4.3%	5.7%	0%	1.4%
	Jorge E. Gaitán	<i>F</i>	4%	2%	8%	6%	6%	0%	8%	2%
		<i>M</i>	14%	4%	18%	10%	6%	2%	4%	6%

Tabla 12. Identificación de los proyectos que proponen los maestros en las Instituciones Educativas del Municipio de Gigante. 2007

**LOS CONSUMOS ARTÍSTICOS DE LOS JOVENES DE LAS ÁREA URBANA Y RURAL
DEL MUNICIPIO DE GIGANTE. 2007**

PAULA ANDREA SERRANO BERMÚDEZ

9. RECONOCIMIENTO POR ÁREAS DE LOS MAESTROS QUE MÁS PROPONEN PROYECTOS PARA LA CONSERVACIÓN DE LA IDENTIDAD CULTURAL								
ZONA	INSTITUCIÓN EDUCATIVA	SEXO	Literatura	Sociales	Artística	Ética	Inglés	Otros
ZONA URBANA	Ismael P. Borrero	F	40.8%	14.1%	1.4%	0%	0%	0%
		M	25.4%	11.3%	1.4%	2.8%	0%	2.8%
	José M. Montalvo	F	40.8%	12.2%	4.1%	0%	0%	2%
		M	30.6%	6%	0%	0%	2%	2%
ZONA RURAL	De Sylvania	F	39.3%	8.9%	7.1%	0%	0%	0%
		M	26.8%	5.4%	10.7%	0%	0%	1.8%
	Jorge V. Ortega	F	18%	6%	12%	2%	6%	2%
		M	20%	8%	16%	4%	0%	6%
	Normal Superior	F	27%	1.4%	20%	0%	21.4%	11.4%
		M	4.3%	0%	8.6%	2.9%	2.8%	0%
	Jorge E. Gaitán	F	18%	0%	6%	2%	2%	8%
		M	26%	18%	10%	2%	2%	6%

Tabla 13. Reconocimiento por áreas de los maestros que más proponen proyectos para la conservación de La Identidad Cultural. 2007

10. USO DE LOS RECURSOS INSTITUCIONALES, POR PARTE DE LOS ESTUDIANTES PARA EL DESARROLLO DE LOS PROYECTOS CULTURALES					
ZONA	INSTITUCIÓN EDUCATIVA	SEXO	Siempre	Algunas Veces	Nunca
ZONA URBANA	Ismael P. Borrero	Femenino	7.1%	40.8%	8.4%
		Masculino	4.2%	26.8%	12.7%
	José M. Montalvo	Femenino	12.2%	38.8%	8.2%
		Masculino	6%	30.7%	4.1%
ZONA RURAL	De Sylvania	Femenino	12.5%	41.1%	1.8%
		Masculino	3.6%	39.3%	1.8%
	Jorge V. Ortega	Femenino	8%	32%	6%
		Masculino	6%	40%	8%
	Normal Superior	Femenino	15.7%	58.6%	7.1%
		Masculino	4.3%	12.9%	1.4%
	Jorge E. Gaitán	Femenino	2%	30%	4%
		Masculino	2%	58%	4%

Tabla 14. Uso de los recursos Institucionales, por parte de los estudiantes de los grados 10 y 11 de las Instituciones Educativas del Municipio de Gigante, para el desarrollo de los proyectos culturales. 2007

**LOS CONSUMOS ARTÍSTICOS DE LOS JOVENES DE LAS ÁREA URBANA Y RURAL
DEL MUNICIPIO DE GIGANTE. 2007**

PAULA ANDREA SERRANO BERMÚDEZ

11. APOYO DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA PARA EL DESARROLLO DE LOS PROYECTOS CULTURALES					
ZONA	INSTITUCIÓN EDUCATIVA	SEXO	Siempre	Algunas Veces	Nunca
ZONA URBANA	Ismael P. Borrero	<i>Femenino</i>	21%	33.8%	1.4%
		<i>Masculino</i>	8.5%	29.6%	5.6%
	José M. Montalvo	<i>Femenino</i>	24%	34.7%	0%
		<i>Masculino</i>	8.7%	30.6%	2%
ZONA RURAL	De Silvania	<i>Femenino</i>	25%	28.6%	1.8%
		<i>Masculino</i>	17.9%	26.8%	0%
	Jorge V. Ortega	<i>Femenino</i>	12%	34%	0%
		<i>Masculino</i>	6%	48%	0%
	Normal Superior	<i>Femenino</i>	21%	58.6%	1.4%
		<i>Masculino</i>	4.3%	14.3%	0%
	Jorge E. Gaitán	<i>Femenino</i>	4%	28%	4%
		<i>Masculino</i>	14%	48%	2%

Tabla 15. Apoyo de las Instituciones Educativas del Municipio de Gigante para el desarrollo de los Proyectos Culturales. 2007

12. MOTIVO PARA QUE LOS ESTUDIANTES PARTICIPEN EN LOS EVENTOS CULTURALES REALIZADOS EN LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA					
ZONA	INSTITUCIÓN EDUCATIVA	SEXO	Le Gusta	Lo Identifica	Por Obligación Académica
ZONA URBANA	Ismael P. Borrero	<i>Femenino</i>	26.8%	8.4%	21.1%
		<i>Masculino</i>	7.1%	15.5%	21.1%
	José M. Montalvo	<i>Femenino</i>	20.4%	14.3%	24.5%
		<i>Masculino</i>	4.1%	2%	34.7%
ZONA RURAL	De Silvania	<i>Femenino</i>	35.7%	1.8%	17.9%
		<i>Masculino</i>	19.6%	8.9%	16.1%
	Jorge V. Ortega	<i>Femenino</i>	22%	10%	14%
		<i>Masculino</i>	24%	16%	14%
	Normal Superior	<i>Femenino</i>	37%	40%	4.3%
		<i>Masculino</i>	7%	5.7%	5.7%
	Jorge E. Gaitán	<i>Femenino</i>	24%	4%	8%
		<i>Masculino</i>	38%	6%	20%

Tabla 16. Motivo para que los estudiantes de los grados 10 y 11, participen en los eventos culturales realizados en las Instituciones Educativas del Municipio de Gigante. 2007.

**LOS CONSUMOS ARTÍSTICOS DE LOS JOVENES DE LAS ÁREA URBANA Y RURAL
DEL MUNICIPIO DE GIGANTE. 2007**

PAULA ANDREA SERRANO BERMÚDEZ

13. OPINIÓN DE LOS ESTUDIANTES SOBRE LOS EVENTOS CULTURALES REALIZADOS POR LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA ATIVA					
ZONA	INSTITUCIÓN EDUCATIVA	SEXO	Interesantes y Divertidos	Monótonos	No Opina
ZONA URBANA	Ismael P. Borrero	<i>Femenino</i>	25.4%	12.7%	18.2%
		<i>Masculino</i>	18.3%	14.1%	11.3%
	José M. Montalvo	<i>Femenino</i>	30.6%	4.1%	24.5%
		<i>Masculino</i>	18.4%	10.2%	12.2%
ZONA RURAL	De Silvania	<i>Femenino</i>	44.6%	5.4%	5.4%
		<i>Masculino</i>	35.7%	1.8%	7.1%
	Jorge V. Ortega	<i>Femenino</i>	26%	2%	18%
		<i>Masculino</i>	24%	14%	16%
	Normal Superior	<i>Femenino</i>	30%	47%	4.3%
		<i>Masculino</i>	12.6%	1.4%	4.3%
	Jorge E. Gaitán	<i>Femenino</i>	24%	2%	10%
		<i>Masculino</i>	38%	16%	10%

Tabla 17. Opinión de los estudiantes de los grados 10 y 11, sobre los eventos culturales realizados por las Instituciones Educativas del Municipio de Gigante. 2007

14. LUGARES DE INTERÉS VISITADOS POR ESTUDIANTES Y PROFESORES DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA							
ZONA	INSTITUCIÓN EDUCATIVA	SEXO	Museos y/o Galerías	S. de Teatro y Danza	Conciertos Musicales	Otro	Ninguno
ZONA URBANA	Ismael P. Borrero	<i>F</i>	30.9%	1.4%	0%	4.3%	19.7%
		<i>M</i>	29.6%	1.4%	0%	2.8%	9.8%
	José M. Montalvo	<i>F</i>	22.4%	2%	0%	6.1%	28.6%
		<i>M</i>	22.4%	2.1%	0%	2.1%	14.3%
ZONA RURAL	De Silvania	<i>F</i>	35.7%	3.6%	0%	1.8%	14.3%
		<i>M</i>	26.7%	0%	0%	3.6%	14.3%
	Jorge V. Ortega	<i>F</i>	22%	2%	2%	8%	12%
		<i>M</i>	22%	0%	0%	8%	24%
	Normal Superior	<i>F</i>	11.4%	5.7%	1.4%	14.3%	48.6%
		<i>M</i>	2.9%	0%	0%	2.9%	12.9%
	Jorge E. Gaitán	<i>F</i>	12%	4%	0%	8%	12%
		<i>M</i>	30%	2%	2%	10%	20%

Tabla 18. Lugares de Interés visitados por los estudiantes de los grados 10 y 11, y profesores de las Instituciones Educativas del Municipio de Gigante. 2007

**LOS CONSUMOS ARTÍSTICOS DE LOS JOVENES DE LAS ÁREA URBANA Y RURAL
DEL MUNICIPIO DE GIGANTE. 2007**

PAULA ANDREA SERRANO BERMÚDEZ

15. FRECUENCIA CON QUE LOS ESTUDIANTES VISITAN LUGARES CULTURALES						
ZONA	INSTITUCIÓN EDUCATIVA	SEXO	1 sola vez	2 veces	Varias veces	Ninguna Vez
ZONA URBANA	Ismael P. Borrero	<i>F</i>	28.2%	2.8%	2.8%	22.5%
		<i>M</i>	23.9%	2.8%	5.6%	11.3%
	José M. Montalvo	<i>F</i>	14.3%	6.1%	10.2%	28.6%
		<i>M</i>	12.2%	6.1%	8.2%	14.3%
ZONA RURAL	De Silvania	<i>F</i>	14.3%	16.1%	8.9%	16.1%
		<i>M</i>	14.3%	8.9%	7.1%	14.3%
	Jorge V. Ortega	<i>F</i>	20%	6%	8%	12%
		<i>M</i>	20%	4%	6%	24%
	Normal Superior	<i>F</i>	17%	2.9%	12.9%	48.6%
		<i>M</i>	4.3%	1.5%	1.4%	11.4%
	Jorge E. Gaitán	<i>F</i>	16%	2%	6%	12%
		<i>M</i>	14%	10%	20%	20%

Tabla 19. Frecuencia con que los estudiantes de los grados 10 y 11 de las Instituciones Educativas del Municipio de Gigante, visitan lugares culturales. 2007

16. MOTIVACIÓN REALIZADAS POR LOS ESTUDIANTES A OTRAS PERSONAS PARA VISITAR LUGARES CULTURALES					
ZONA	INSTITUCIÓN EDUCATIVA	SEXO	Siempre	Algunas Veces	Nunca
ZONA URBANA	Ismael P. Borrero	<i>Femenino</i>	11.3%	30.9%	14.1%
		<i>Masculino</i>	7.1%	22.5%	14.1%
	José M. Montalvo	<i>Femenino</i>	14.3%	32.7%	12.2%
		<i>Masculino</i>	12.2%	24.5%	4.1%
ZONA RURAL	De Silvania	<i>Femenino</i>	16.1%	30.4%	8.9%
		<i>Masculino</i>	5.4%	33.8%	5.4%
	Jorge V. Ortega	<i>Femenino</i>	16%	24%	6%
		<i>Masculino</i>	4%	50%	0%
	Normal Superior	<i>Femenino</i>	11.4%	45.8%	24.3%
		<i>Masculino</i>	4.3%	7.1%	7.1%
	Jorge E. Gaitán	<i>Femenino</i>	2%	24%	10%
		<i>Masculino</i>	12%	48%	4%

Tabla 20. Motivación realizadas por los estudiantes de los grados 10 y 11 de las Instituciones Educativas del Municipio de Gigante, a otras personas para visitar lugares culturales. 2007

**LOS CONSUMOS ARTÍSTICOS DE LOS JOVENES DE LAS ÁREA URBANA Y RURAL
DEL MUNICIPIO DE GIGANTE. 2007**

PAULA ANDREA SERRANO BERMÚDEZ

17. APORTES QUE BRINDAN LOS LUGARES CULTURALES A LOS ESTUDIANTES							
ZONA	INSTITUCIÓN EDUCATIVA	SEXO	Cognoscitivo	Culturales	Recreativos	Científico	Ninguno
ZONA URBANA	Ismael P. Borrero	F	4.2%	28.2%	2.8%	0%	21.2%
		M	0%	22.6%	9.8%	1.4%	9.8%
	José M. Montalvo	F	4.1%	12.2%	12.2%	2%	28.6%
		M	4.1%	8.2%	14.3%	0%	14.3%
ZONA RURAL	De Silvania	F	3.6%	35.7%	3.6%	0%	12.5%
		M	3.6%	19.5%	16.1%	0%	5.4%
	Jorge V. Ortega	F	4%	18%	10%	2%	12%
		M	8%	14%	8%	0%	24%
	Normal Superior	F	10%	18.6%	1.4%	1.4%	50%
		M	2.9%	2.9%	0%	0%	12.9%
	Jorge E. Gaitán	F	2%	6%	16%	0%	12%
		M	8%	16%	24%	0%	16%

Tabla 21. Aportes que brindan los lugares culturales a los estudiantes de los grados 10 y 11 de las Instituciones Educativas del Municipio de Gigante. 2007

18. MOTIVACIÓN REALIZADAS POR LOS PROFESORES A LOS ESTUDIANTES PARA VISITAR LOS LUGARES CULTURALES					
ZONA	INSTITUCIÓN EDUCATIVA	SEXO	Siempre	Algunas Veces	Nunca
ZONA URBANA	Ismael P. Borrero	Femenino	22.5%	28.2%	5.6%
		Masculino	14.1%	22.5%	7%
	José M. Montalvo	Femenino	18.4%	36.7%	4.1%
		Masculino	12.2%	22.4%	6.2%
ZONA RURAL	De Silvania	Femenino	26.8%	25%	3.6%
		Masculino	25%	19.6%	0%
	Jorge V. Ortega	Femenino	16%	28%	2%
		Masculino	14%	36%	4%
	Normal Superior	Femenino	17%	51.4%	12.9%
		Masculino	4.3%	12.9%	1.4%
	Jorge E. Gaitán	Femenino	10%	20%	6%
		Masculino	22%	38%	4%

Tabla 22. Motivación realizadas por los profesores a los estudiantes de los grados 10 y 11 de las Instituciones Educativas de Gigante, para visitar lugares culturales. 2007.

**LOS CONSUMOS ARTÍSTICOS DE LOS JOVENES DE LAS ÁREA URBANA Y RURAL
DEL MUNICIPIO DE GIGANTE. 2007**

PAULA ANDREA SERRANO BERMÚDEZ

19. PARTICIPACIÓN DE LOS ESTUDIANTES EN LAS ACTIVIDADES CULTURALES PROGRAMADAS POR EL MUNICIPIO Y LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS					
ZONA	INSTITUCIÓN EDUCATIVA	SEXO	Siempre	Algunas Veces	Nunca
ZONA URBANA	Ismael P. Borrero	<i>Femenino</i>	9.8%	43.7%	2.8%
		<i>Masculino</i>	7%	33.8%	2.8%
	José M. Montalvo	<i>Femenino</i>	12.2%	44.9%	2%
		<i>Masculino</i>	2.1%	38.8%	0%
ZONA RURAL	De Silvania	<i>Femenino</i>	12.5%	37.5%	5.4%
		<i>Masculino</i>	3.6%	37.5%	3.6%
	Jorge V. Ortega	<i>Femenino</i>	2%	40%	4%
		<i>Masculino</i>	4%	44%	6%
	Normal Superior	<i>Femenino</i>	8.6%	72.9%	0%
		<i>Masculino</i>	2.9%	14.3%	1.3%
	Jorge E. Gaitán	<i>Femenino</i>	4%	32%	0%
		<i>Masculino</i>	10%	54%	0%

Tabla 23. Participación de los estudiantes de los grados 10 y 11, en las actividades programadas por el Municipio de Gigante y las Instituciones Educativas. 2007

20. PREFERENCIAS DE LOS ESTUDIANTES, HACIA LOS EVENTOS CULTURALES PROGRAMADOS POR EL MUNICIPIO Y LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS									
ZONA	INSTITUCIÓN EDUCATIVA	SEXO	Música	Teatro	Danzas	Artesanías	Comparsas	Deportes	Otro
ZONA URBANA	Ismael P. Borrero	<i>F</i>	15.5%	1.4%	16.9%	1.4%	0%	14.1%	7%
		<i>M</i>	7.1%	1.4%	1.4%	2.8%	2.8%	28.2%	0%
	José M. Montalvo	<i>F</i>	16.3%	0%	10.2%	0%	14.3%	14.3%	4.1%
		<i>M</i>	2%	2%	0%	2%	0%	34.8%	0%
ZONA RURAL	De Silvania	<i>F</i>	8.9%	1.8%	8.9%	14.3%	0%	21.4%	0%
		<i>M</i>	3.6%	1.8%	0%	1.8%	1.8%	35.7%	0%
	Jorge V. Ortega	<i>F</i>	18.4%	0%	8.2%	0%	2.1%	18.4%	2%
		<i>M</i>	12.2%	2.1%	0%	2%	2.1%	32.7%	0%
	Normal Superior	<i>F</i>	22.9%	4.3%	20%	5.7%	2.9%	15.7%	10%
		<i>M</i>	2.8%	1.4%	1.4%	0%	2.9%	10%	0%
	Jorge E. Gaitán	<i>F</i>	12%	0%	6%	2%	4%	10%	2%
		<i>M</i>	16%	2%	6%	0%	0%	40%	0%

Tabla 24. Preferencias de los estudiantes de los grados 10 y 11, hacia los eventos culturales programados por el Municipio de Gigante y las Instituciones Educativas. 2007

**LOS CONSUMOS ARTÍSTICOS DE LOS JOVENES DE LAS ÁREA URBANA Y RURAL
DEL MUNICIPIO DE GIGANTE. 2007**

PAULA ANDREA SERRANO BERMÚDEZ

21. MANERA COMO PARTICIPAN LOS ESTUDIANTES EN LOS EVENTOS CULTURALES PROGRAMADOS POR EL MUNICIPIO Y LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS				
ZONA	INSTITUCIÓN EDUCATIVA	SEXO	Espectador	Actor
ZONA URBANA	Ismael P. Borrero	<i>Femenino</i>	47.3%	8.6%
		<i>Masculino</i>	27.1%	17%
	José M. Montalvo	<i>Femenino</i>	40.8%	18.4%
		<i>Masculino</i>	26.5%	14.3%
ZONA RURAL	De Silvania	<i>Femenino</i>	33.9%	21.4%
		<i>Masculino</i>	19.6%	25%
	Jorge V. Ortega	<i>Femenino</i>	38.8%	8.1%
		<i>Masculino</i>	20.4%	32.7%
	Normal Superior	<i>Femenino</i>	48.6%	32.9%
		<i>Masculino</i>	7.1%	11.4%
	Jorge E. Gaitán	<i>Femenino</i>	28%	8%
		<i>Masculino</i>	24%	40%

Tabla 25. Manera como participan los estudiantes de los grados 10 y 11, en los eventos culturales programados por el Municipio de Gigante y las Instituciones Educativas. 2007

22. FORMA DE ACOMPAÑAMIENTO DE LOS ESTUDIANTES EN LAS ACTIVIDADES CULTURALES PROGRAMADAS POR EL MUNICIPIO Y LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS					
ZONA	INSTITUCIÓN EDUCATIVA	SEXO	La Familia	Los Amigos	Otros
ZONA URBANA	Ismael P. Borrero	<i>Femenino</i>	2.9%	50%	2.9%
		<i>Masculino</i>	1.4%	38.6%	4.3%
	José M. Montalvo	<i>Femenino</i>	4.1%	55.2%	0%
		<i>Masculino</i>	2%	36.7%	2%
ZONA RURAL	De Silvania	<i>Femenino</i>	8.9%	46.4%	0%
		<i>Masculino</i>	1.8%	42.9%	0%
	Jorge V. Ortega	<i>Femenino</i>	4%	42%	0%
		<i>Masculino</i>	2.1%	52%	0%
	Normal Superior	<i>Femenino</i>	15.7%	57.1%	8.6%
		<i>Masculino</i>	2.9%	14.3%	1.4%
	Jorge E. Gaitán	<i>Femenino</i>	2%	30%	4%
		<i>Masculino</i>	4%	58%	2%

Tabla 26. Forma de acompañamiento de los estudiantes de los grados 10 y 11, en las actividades culturales programadas por el Municipio de Gigantes y las Instituciones Educativas. 2007

**LOS CONSUMOS ARTÍSTICOS DE LOS JOVENES DE LAS ÁREA URBANA Y RURAL
DEL MUNICIPIO DE GIGANTE. 2007**

PAULA ANDREA SERRANO BERMÚDEZ

23. DIFUSIÓN DE LOS HÁBITOS CULTURALES DE LOS ESTUDIANTES							
ZONA	INSTITUCIÓN EDUCATIVA	SEXO	La Familia	Institución Educativa	El rol social (amigos-as)	Los medios de comunicación	Otros
ZONA URBANA	Ismael P. Borrero	F	22.6%	15.5%	15.5%	1.4%	1.4%
		M	18.3%	8.5%	14%	1.4%	1.4%
	José M. Montalvo	F	24.5%	16.3%	8.22%	6%	4.1%
		M	20.54%	12.24%	4.1%	2%	2%
ZONA RURAL	De Silvania	F	23.2%	23.2%	7.1%	1.8%	0%
		M	17.8%	21.4%	5.4%	0%	0%
	Jorge V. Ortega	F	20%	10%	14%	2%	0%
		M	20%	16%	10%	6%	2%
	Normal Superior	F	25.7%	24.3%	11.5%	10%	10%
		M	4.3%	4.3%	4.3%	2.8%	2.8%
	Jorge E. Gaitán	F	12%	10%	10%	4%	0%
		M	24%	16%	10%	12%	2%

Tabla 27. Difusión de los hábitos culturales de los estudiantes de los grados 10 y 11, de las Instituciones Educativas del Municipio de Gigante. 2007

24. IDENTIFICACIÓN DE LOS OBJETOS COLECCIONADOS POR LOS ESTUDIANTES								
ZONA	INSTITUCIÓN EDUCATIVA	SEXO	Música	Farándula	Instrumentos deportivos	Juegos	Películas	otros
ZONA URBANA	Ismael P. Borrero	F	38%	9.9%	1.4%	1.4%	1.4%	4.2%
		M	25.4%	1.4%	4.2%	7%	5.6%	0%
	José M. Montalvo	F	32.7%	14.3%	4.1%	2%	2%	4.1%
		M	16.1%	2.1%	8.2%	8.2%	4.1%	2.1%
ZONA RURAL	De Silvania	F	41.1%	3.6%	5.4%	1.8%	0%	3.6%
		M	12.5%	0%	8.9%	3.5%	17.9%	1.8%
	Jorge V. Ortega	F	40%	2%	2%	0%	2%	0%
		M	32%	0%	8%	2%	6%	6%
	Normal Superior	F	50%	10%	2.9%	1.4%	5.7%	11.4%
		M	8.6%	0%	0%	4.3%	1.4%	4.3%
	Jorge E. Gaitán	F	22%	4%	2%	6%	0%	2%
		M	30%	2%	18%	2%	8%	4%

Tabla 28. Identificación de los objetos coleccionados por los estudiantes de los grados 10 y 11 de las Instituciones Educativas del Municipio de Gigante. 2007

**LOS CONSUMOS ARTÍSTICOS DE LOS JOVENES DE LAS ÁREA URBANA Y RURAL
DEL MUNICIPIO DE GIGANTE. 2007**

PAULA ANDREA SERRANO BERMÚDEZ

25. LEGALIDAD DE LOS OBJETOS COLECCIONADOS POR LOS ESTUDIANTES					
ZONA	INSTITUCIÓN EDUCATIVA	SEXO	Originales	Piratas	No les interesa
ZONA URBANA	Ismael P. Borrero	<i>Femenino</i>	22.5%	9.9%	23.9%
		<i>Masculino</i>	9.9%	19.7%	14.1%
	José M. Montalvo	<i>Femenino</i>	30.7%	12.2%	16.3%
		<i>Masculino</i>	16.4%	12.2%	12.2%
ZONA RURAL	De Silvania	<i>Femenino</i>	25.1%	8.9%	21.4%
		<i>Masculino</i>	17.8%	10.7%	16.1%
	Jorge V. Ortega	<i>Femenino</i>	40%	0%	6%
		<i>Masculino</i>	12%	18%	24%
	Normal Superior	<i>Femenino</i>	32.9%	15.7%	32.9%
		<i>Masculino</i>	4.3%	5.7%	8.6%
	Jorge E. Gaitán	<i>Femenino</i>	20%	4%	12%
		<i>Masculino</i>	20%	20%	24%

Tabla 29. Legalidad de los objetos coleccionados por los estudiantes de las Instituciones Educativas del Municipio de Gigante. 2007

TABULACION DE ENCUESTAS A ESTUDIANTES DE LOS GRADOS 10 Y 11 DEL MUNICIPIO DE GIGANTE POR ZONA Y GENERO

1. EXPRESIONES ARTÍSTICAS PREFERIDAS POR LOS ESTUDIANTES																
ZONA	Pintura y Escultura		Música		Teatro		Séptimo arte (cine)		Danza		Artesanías		Todas las anteriores		Ngna de las anteriores	
	F	M	F	M	F	M	F	M	F	M	F	M	F	M	F	M
Zona Urbana	7.5%	9.2%	21.7%	21.7%	3.3%	0%	0.8%	0%	13.3%	1.7%	5%	2.5%	2.5%	2.5%	3.3%	5%
Zona Rural	8.8%	7.9%	20.8%	20.4%	3.5%	2.7%	0.9%	0.4%	13.3%	3.1%	7.1%	2.2%	1.8%	4.9%	0.9%	1.3%

Tabla 30. Expresiones artísticas preferidas de los estudiantes de los grados 10 y 11 de las Instituciones Educativas de la zona Urbana y Rural del Municipio de Gigante. 2007

2. FRECUENCIA CON QUE LOS ESTUDIANTES PRACTICAN LAS EXPRESIONES ARTÍSTICAS PREFERIDAS						
ZONA	Siempre		Algunas veces		Nunca	
	Femenino	Masculino	Femenino	Masculino	Femenino	Masculino
Zona Urbana	10.8%	7.5%	43.4%	28.3%	3.3%	6.7%
Zona Rural	11.1%	9.3%	45.1%	28.8%	0.9%	4.9%

Tabla 31. Frecuencia con que los estudiantes de los grados 10 y 11 de las Instituciones Educativas de la zona Urbana y Rural del Municipio de Gigante, practican las expresiones artísticas preferidas. 2007

3. LUGARES FRECUENTADOS POR LOS ESTUDIANTES EN EL TIEMPO LIBRE																											
ZONA	Museos		Teatro		Cine		Bibliotecas		Club		Gimnasio		Bares		Discotecas		Sitios de Video-juego		Parques		Centros comerciales		Todas las anteriores		Ngna de las anteriores		
	F	M	F	M	F	M	F	M	F	M	F	M	F	M	F	M	F	M	F	M	F	M	F	M	F	M	
Zona Urbana	0.8%	0.8%	1.7%	0%	0.8%	0.8%	5.4%	2.5%	0.8%	0.8%	4.2%	0.8%	5.8%	2.5%	4.2%	2.5%	0.8%	11.7%	25.8%	13.3%	3.3%	0.8%	0.8%	0.8%	3.3%	3.3%	2.5%
Zona Rural	0.4%	0%	0.4%	0%	0.9%	0.9%	3.5%	3.1%	0%	0.9%	4%	0.4%	1.8%	1.3%	9.7%	5.3%	2.2%	11.5%	19%	14.2%	5.3%	0.9%	4%	1.8%	5.8%	2.7%	

Tabla 32. Lugares frecuentados por los estudiantes de los grados 10 y 11 de las Instituciones Educativas de la zona Urbana y Rural del Municipio de Gigante, en el tiempo libre. 2007

LOS CONSUMOS ARTÍSTICOS DE LOS JOVENES DE LAS ÁREA URBANA Y RURAL DEL MUNICIPIO DE GIGANTE. 2007

PAULA ANDREA SERRANO BERMUDEZ

4. RAZONES QUE EXPRESAN LOS ESTUDIANTES PARA FRECUENTAR DICHS ESPACIOS												
ZONA	Para Aprender		Costumbre		Diversión		Relajación		Moda		Lo Invitan	
	F	M	F	M	F	M	F	M	F	M	F	M
Zona Urbana	2.5%	5.8%	3.3%	4.2%	15.8%	15.8%	18.5%	13.3%	1.7%	0%	15.8%	3.3%
Zona Rural	5.3%	2.7%	9.7%	3.5%	17.3%	17.7%	12.4%	13.3%	3.1%	0.4%	9.3%	5.3%

Tabla 33. Razones que expresan los estudiantes de los grados 10 y 11 de las Instituciones Educativas de la zona Urbana y Rural del Municipio de Gigante, para frecuentar dichos espacios. 2007

5. MEDIOS DE COMUNICACIÓN EMPLEADO POR LOS ESTUDIANTES EN EL TIEMPO LIBRE											
ZONA	TV		Radio		Internet		Prensa y Diario		Comunicación Oral		
	F	M	F	M	F	M	F	M	F	M	
Z. Urbana	29.2%	25.8%	15.8%	7.5%	6.7%	9.2%	1.7%	0%	4.2%	0%	
Zona Rural	23.5%	26.5%	20.8%	12.4%	4.9%	1.8%	4.4%	0%	3.5%	2.2%	

Tabla 34. Medios de comunicación empleado por los estudiantes de los grados 10 y 11 de las Instituciones Educativas de la zona Urbana y Rural del Municipio de Gigante, en el tiempo libre. 2007

6. PERCEPCIONES DE LOS ESTUDIANTES SOBRE LAS ACTIVIDADES QUE REALIZA LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA, ADEMÁS DE LAS ACADÉMICAS											
ZONA	Culturales y Artísticas		Políticas		Religiosas		Foros.		Otros		
	F	M	F	M	F	M	F	M	F	M	
Zona Urbana	30.8%	20.8%	0%	0%	9.2%	1.7%	14.2%	11.7%	3.3%	8.3%	
Zona Rural	32.7%	31%	0.4%	0%	10.6%	4%	6.2%	0.9%	7.1%	7.1%	

Tabla 35. Percepciones de estudiantes de los grados 10 y 11, sobre las actividades que realizan las Inst. Educativas de la zona Urbana y Rural del Municipio de Gigante, además de las académicas. 2007

7. OPINIÓN DE LOS ESTUDIANTES SOBRE LAS PROPUESTAS DE LOS MAESTROS DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA, PARA CONSERVAR LA IDENTIDAD CULTURAL											
ZONA	Si						No				
	Femenino			Masculino			Femenino			Masculino	
Zona Urbana	56.7%			37.5%			0.8%			5%	
Zona Rural	54%			40.7%			3.1%			2.2%	

Tabla 36. Opinión de los estudiantes sobre las propuestas de los maestros de las Instituciones Educativas de la zona Urbana y Rural del Municipio de Gigante, para conservar la identidad cultural, por zona. 2007

8. IDENTIFICACIÓN DE LOS PROYECTOS QUE PROPONEN LOS MAESTROS EN LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA																
ZONA	Oratoria		Poesía		Teatro		Narrativa		Danza		Música		Artes Visuales		Otros	
	F	M	F	M	F	M	F	M	F	M	F	M	F	M	F	M
Zona Urbana	15%	8.3%	4.2%	0.8%	1.7%	2.5%	25.8%	18.3%	6.7%	4.2%	0%	0.8%	1.7%	0.8%	2.5%	6.7%
Zona Rural	18.6%	10.2%	4.4%	2.7%	8.4%	11.5%	7.5%	6.2%	3.1%	4%	6.6%	2.7%	3.5%	2.2%	4.9%	3.5%

Tabla 37. Identificación de los proyectos que proponen los maestros en las Instituciones Educativas de la zona Urbana y Rural del Municipio de Gigante. 2007

**LOS CONSUMOS ARTÍSTICOS DE LOS JOVENES DE LAS ÁREA URBANA Y RURAL
DEL MUNICIPIO DE GIGANTE. 2007**

PAULA ANDREA SERRANO BERMUDEZ

9. RECONOCIMIENTO POR ÁREAS DE LOS MAESTROS QUE MÁS PROPONEN PROYECTOS PARA LA CONSERVACIÓN DE LA IDENTIDAD CULTURAL												
ZONA	Literatura		Sociales		Artística		Ética		Ingles		Otros	
	F	M	F	M	F	M	F	M	F	M	F	M
Zona Urbana	40.8 %	28%	13.4 %	9.2%	2.5%	0.8%	0%	1.7%	0%	0.8%	0.8%	2.5%
Zona Rural	26.1 %	18.1 %	4%	7.1%	11.9 %	11.1 %	0.9%	2.2%	8.4%	1.3%	5.8%	3.1%

Tabla 38. Reconocimiento por áreas de los maestros que proponen más proyectos en las Inst. Educativas de la zona Urbana y Rural del Municipio de Gigante, para la conservación de la Identidad Cultural. 2007

10. USO DE LOS RECURSOS INSTITUCIONALES, POR PARTE DE LOS ESTUDIANTES PARA EL DESARROLLO DE LOS PROYECTOS CULTURALES						
ZONA	Siempre		Algunas Veces		Nunca	
	Femenino	Masculino	Femenino	Masculino	Femenino	Masculino
Zona Urbana	9.2%	5%	40%	28.3%	8.3%	9.2%
Zona Rural	10.2%	4%	42%	35.4%	4.9%	3.5%

Tabla 39. Uso de los recursos Institucionales, por parte de los estudiantes de los grados de 10 y 11, de las I.E. de la zona Urbana y Rural del Municipio de Gigante, para el desarrollo de los proyectos culturales. 2007

11. APOYO DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA PARA EL DESARROLLO DE LOS PROYECTOS CULTURALES						
ZONA	Siempre		Algunas Veces		Nunca	
	Femenino	Masculino	Femenino	Masculino	Femenino	Masculino
Zona Urbana	22.5%	8.3%	34.2%	30%	0.8%	4.2%
Zona Rural	16.4%	10.2%	38.9%	32.3%	1.8%	0.4%

Tabla 40. Apoyo de las Instituciones Educativas de la zona Urbana y Rural del Municipio de Gigante, para el desarrollo de los proyectos culturales. 2007

12. MOTIVO PARA QUE LOS ESTUDIANTES PARTICIPEN EN LOS EVENTOS CULTURALES REALIZADOS EN LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA						
ZONA	Le Gusta		Lo Identifica		Por Obligación Académica.	
	Femenino	Masculino	Femenino	Masculino	Femenino	Masculino
Zona Urbana	24.2%	5.8%	10.8%	10%	22.5%	26.7%
Zona Rural	30.5%	20.8%	15.9%	8.8%	10.6%	13.4%

Tabla 41. Motivo para que los estudiantes de los grados de 10 y 11, participen en los eventos culturales realizados en las Instituciones Educativas. 2007

13. OPINIÓN DE LOS ESTUDIANTES SOBRE LOS EVENTOS CULTURALES REALIZADOS POR LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA						
ZONA	Interesantes y divertidos		Monótonos		No Opina	
	Femenino	Masculino	Femenino	Masculino	Femenino	Masculino
Zona Urbana	27.5%	18.3%	9.2%	12.5%	20.8%	11.7%
Zona Rural	31.5%	26.6%	16.8%	7.5%	8.8%	8.8%

Tabla 42. Opinión de los estudiantes de los grados de 10 y 11, sobre los eventos culturales realizados por las Instituciones Educativas de la zona Urbana y Rural del Municipio de Gigante. 2007

**LOS CONSUMOS ARTÍSTICOS DE LOS JOVENES DE LAS ÁREA URBANA Y RURAL
DEL MUNICIPIO DE GIGANTE. 2007**

PAULA ANDREA SERRANO BERMUDEZ

14. LUGARES DE INTERÉS VISITADOS POR ESTUDIANTES Y PROFESORES DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA										
ZONA	Museos y/o Galerías		S. de Teatro y Danza		Conciertos Musicales		Otro		Ninguno	
	F	M	F	M	F	M	F	M	F	M
Zona Urbana	27.5%	26.7%	1.7%	1.7%	0%	0%	5%	2.5%	23.3%	11.7%
Zona Rural	19.9%	19%	4%	0.4%	0.9%	0.4%	8.4%	5.8%	23.9%	17.3%

Tabla 43. Lugares de interés visitados por los estudiantes de los grados 10 y 11 y los profesores de las Instituciones Educativas de la zona Urbana y Rural del Municipio de Gigante. 2007

15. FRECUENCIA CON QUE LOS ESTUDIANTES VISITAN LUGARES CULTURALES								
ZONA	1 sola vez		2 veces		Varias veces		Ninguna Vez	
	F	M	F	M	F	M	F	M
Zona Urbana	22.5%	19.2%	4.2%	4.2%	5.8%	6.7%	25%	12.5%
Zona Rural	16.8%	12.4%	6.6%	5.8%	9.3%	8%	24.3%	16.8%

Tabla 44. Frecuencia con que los estudiantes de los grados 10 y 11 de las Instituciones Educativas de la zona Urbana y Rural del Municipio de Gigante, visitan lugares culturales. 2007

16. MOTIVACIÓN REALIZADAS POR LOS ESTUDIANTES A OTRAS PERSONAS PARA VISITAR LUGARES CULTURALES						
ZONA	Siempre		Algunas Veces		Nunca	
	Femenino	Masculino	Femenino	Masculino	Femenino	Masculino
Zona Urbana	12.5%	9.2%	31.7%	23.3%	13.3%	10%
Zona Rural	11.5%	6.2%	32.3%	32.3%	13.3%	4.4%

Tabla 45. Motivación realizadas por los estudiantes de los grados 10 y 11 de las Instituciones Educativas de la zona Urbana y Rural del Municipio de Gigante, a otras personas a visitar lugares culturales. 2007

17. APORTES QUE BRINDAN LOS LUGARES CULTURALES A LOS ESTUDIANTES										
ZONA	Cognoscitivo		Culturales		Recreativos		Científico		Ninguno	
	F	M	F	M	F	M	F	M	F	M
Zona Urbana	4.2%	1.7%	21.6%	16.6%	6.7%	11.7%	0.8%	0.8%	24.2%	11.7%
Zona Rural	5.3%	5.3%	19.9%	12.4%	7.1%	11.1%	0.9%	0%	23.9%	14.1%

Tabla 46. Aportes que brindan los lugares culturales a los estudiantes de los grados 10 y 11 de las Instituciones Educativas de la zona Urbana y Rural del Municipio de Gigante. 2007

18. MOTIVACIÓN REALIZADAS POR LOS PROFESORES A LOS ESTUDIANTES PARA VISITAR LOS LUGARES CULTURALES						
ZONA	Siempre		Algunas Veces		Nunca	
	Femenino	Masculino	Femenino	Masculino	Femenino	Masculino
Zona Urbana	20.8%	13.3%	31.7%	22.5%	5%	6.7%
Zona Rural	17.7%	15.5%	32.7%	25.2%	6.6%	2.3%

Tabla 47. Motivación realizados por los profesores a los estudiantes de los grados 10 y 11 de las Instituciones Educativas de la zona Urbana y Rural del Municipio de Gigante, para visitar lugares culturales. 2007

**LOS CONSUMOS ARTÍSTICOS DE LOS JOVENES DE LAS ÁREA URBANA Y RURAL
DEL MUNICIPIO DE GIGANTE. 2007**

PAULA ANDREA SERRANO BERMUDEZ

19. PARTICIPACIÓN DE LOS ESTUDIANTES EN LAS ACTIVIDADES CULTURALES PROGRAMADAS POR EL MUNICIPIO Y LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS						
ZONA	Siempre		Algunas Veces		Nunca	
	Femenino	Masculino	Femenino	Masculino	Femenino	Masculino
Zona Urbana	10.8%	5%	44.2%	35.8%	2.5%	1.7%
Zona Rural	7.1%	4.9%	47.8%	35.4%	2.2%	2.7%

Tabla 48. Participación de los estudiantes de los grados 10 y 11, en las actividades culturales programadas por el Municipio de Gigante y las Instituciones Educativas de la zona Urbana y Rural. 2007

20. PREFERENCIAS DE LOS ESTUDIANTES, HACIA LOS EVENTOS CULTURALES PROGRAMADOS POR EL MUNICIPIO Y LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS														
ZONA	Música		Teatro		Danzas		Artesanías		Comparsas		Deportes		Otro	
	F	M	F	M	F	M	F	M	F	M	F	M	F	M
Zona Urbana	15.9%	5%	0.8%	1.7%	14.2%	0.8%	0.8%	2.5%	5.8%	1.7%	14.2%	30.8%	5.8%	0%
Zona Rural	16.6%	8	1.8%	1.8%	11.5%	1.8%	5.8%	0.9%	2.3%	1.8%	16.4%	27.9%	4%	0%

Tabla 49. Preferencias de los estudiantes de los grados 10 y 11, hacia los eventos culturales programados por el Municipio de Gigante y las Instituciones Educativas de la zona Urbana y Rural. 2007

21. MANERA COMO PARTICIPAN LOS ESTUDIANTES EN LOS EVENTOS CULTURALES PROGRAMADOS POR EL MUNICIPIO Y LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS				
ZONA	Espectador		Actor	
	Femenino	Masculino	Femenino	Masculino
Zona Urbana	44.4%	26.9%	12.7%	16%
Zona Rural	38.2%	17%	19.1%	25.7%

Tabla 50. Manera como participa los estudiantes de los grados 10 y 11, en los eventos culturales programados por el Municipio de Gigante y las Instituciones Educativas de la zona Urbana y Rural. 2007

22. FORMA DE ACOMPAÑAMIENTO DE LOS ESTUDIANTES EN LAS ACTIVIDADES CULTURALES PROGRAMADAS POR EL MUNICIPIO Y LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS						
ZONA	La Familia		Los Amigos		Otros	
	Femenino	Masculino	Femenino	Masculino	Femenino	Masculino
Zona Urbana	3.5%	1.8%	51.8%	37.6%	1.8%	3.5%
Zona Rural	8.5%	2.8%	45.2%	38.9%	3.6%	1%

Tabla 51. Forma de acompañamiento de los estudiantes de los grados 10 y 11, en las actividades programadas por el Municipio de Gigante y las Instituciones Educativas de la zona Urbana y Rural. 2007

23. DIFUSIÓN DE LOS HÁBITOS CULTURALES DE LOS ESTUDIANTES										
ZONA	La Familia		Institución Educativa		El rol social (amigos-as)		Los medios de comunicación		Otros	
	F	M	F	M	F	M	F	M	F	M
Zona Urbana	23.3%	19.2%	15.8%	10%	12.5%	10%	3.3%	1.7%	2.5%	1.7%
Zona Rural	20.8%	15.5%	17.7%	13.7%	10.6%	7.1%	4.9%	4.9%	3%	1.8%

Tabla 52. Difusión de los hábitos culturales de los estudiantes de los grados 10 y 11 de las Instituciones Educativas de la zona Urbana y Rural del Municipio de Gigante. 2007

LOS CONSUMOS ARTÍSTICOS DE LOS JOVENES DE LAS ÁREA URBANA Y RURAL DEL MUNICIPIO DE GIGANTE. 2007

PAULA ANDREA SERRANO BERMUDEZ

24. IDENTIFICACIÓN DE LOS OBJETOS COLECCIONADOS POR LOS ESTUDIANTES												
ZONA	Música		Farándula		Instrumentos deportivos		Juegos		Películas		otros	
	F	M	F	M	F	M	F	M	F	M	F	M
Urbana	35.8%	21.6%	11.7%	1.7%	2.5%	5.8%	1.7%	7.5%	1.7%	5%	4.2%	0.8%
Rural	39.4%	19.5%	5.3%	0.4%	3%	8%	2.2%	3.1%	2.2%	8%	4.9%	4%

Tabla 53. Identificación de los objetos coleccionados por los estudiantes de los grados 10 y 11 de las Instituciones Educativas de la zona Urbana y Rural del Municipio de Gigante. 2007

25. LEGALIDAD DE LOS OBJETOS COLECCIONADOS POR LOS ESTUDIANTES						
ZONA	Originales		Piratas		No les interesa	
	Femenino	Masculino	Femenino	Masculino	Femenino	Masculino
Zona Urbana	25.8%	12.5%	10.8%	16.7%	20.8%	13.4%
Zona Rural	29.6%	12.8%	8%	12.8%	19.5%	17.3%

Tabla 54. Legalidad de los objetos coleccionados por los estudiantes de los grados 10 y 11 de las Instituciones Educativas de la zona Urbana y Rural del Municipio de Gigante. 2007

TABULACION GENERAL DE ENCUESTAS A ESTUDIANTES DEL MUNICIPIO DE GIGANTE POR GENERO

1. EXPRESIONES ARTÍSTICAS PREFERIDAS POR LOS ESTUDIANTES								
SEXO	<i>Pintura y Escultura</i>	<i>Música</i>	<i>Teatro</i>	<i>Séptimo arte (cine)</i>	<i>Danza</i>	<i>Artesanías</i>	<i>Todas las anteriores</i>	<i>Nunca de las anteriores</i>
F	8.4%	21.1%	3.5%	0.9%	13.3%	6.4%	2%	1.7%
M	8.4%	20.8%	1.7%	0.3%	2.6%	2.3%	4.1%	2.6%

Tabla 55. Expresiones artísticas preferidas por los estudiantes de los grados 10 y 11 de las Instituciones Educativas del Municipio de Gigante. 2007

2. FRECUENCIA CON QUE LOS ESTUDIANTES PRACTICAN LAS EXPRESIONES ARTÍSTICAS PREFERIDAS			
SEXO	<i>Siempre</i>	<i>Algunas veces</i>	<i>Nunca</i>
<i>Femenino</i>	11%	44.5%	1.7%
<i>Masculino</i>	8.7%	28.6%	5.5%

Tabla 56. Frecuencia con que los estudiantes de los grados 10 y 11 de las Instituciones Educativas del Municipio de Gigante, practican las expresiones artísticas preferidas. 2007

3. LUGARES FRECUENTADOS POR LOS ESTUDIANTES EN EL TIEMPO LIBRE													
SEXO	<i>Museos</i>	<i>Teatro</i>	<i>Cine</i>	<i>Bibliotecas</i>	<i>Club</i>	<i>Gimnasio</i>	<i>Bares</i>	<i>Discotecas</i>	<i>Sitios de Videojuego</i>	<i>Parques</i>	<i>Centros Comerciales</i>	<i>T. las anteriores</i>	<i>Nunca de las anteriores</i>
F	0.6%	0.8%	0.8%	4.2%	0.3%	4.1%	3.2%	7.8%	1.7%	21.4%	4.6%	2.9%	4.9%
M	0.3%	0%	0.8%	2.9%	0.8%	0.6%	1.7%	4.3%	11.6%	13.9%	0.8%	2.3%	2.7%

LOS CONSUMOS ARTÍSTICOS DE LOS JOVENES DE LAS ÁREA URBANA Y RURAL DEL MUNICIPIO DE GIGANTE. 2007

PAULA ANDREA SERRANO BERMUDEZ

Tabla 57. Lugares frecuentados por los estudiantes de los grados 10 y 11 de las Instituciones Educativas del Municipio de Gigante, en el tiempo libre. 2007

4. RAZONES QUE EXPRESAN LOS ESTUDIANTES PARA FRECUENTAR DICHO ESPACIOS						
SEXO	Para Aprender	Costumbre	Diversión	Relajación	Moda	Lo Invitan
Femenino	4.3%	7.5%	16.8%	14.5%	2.6%	11.7%
Masculino	3.7%	3.7%	17.1%	13.3%	0.3%	4.6%

Tabla 58. Razones que expresan los estudiantes de los grados 10 y 11 de las Instituciones Educativas del Municipio de Gigante, para frecuentar dichos espacios. 2007

5. MEDIOS DE COMUNICACIÓN EMPLEADO POR LOS ESTUDIANTES EN EL TIEMPO LIBRE					
SEXO	TV	Radio	Internet	Prensa y Diario	Comunicación Oral
Femenino	25.4%	19.1%	5.5%	3.5%	4%
Masculino	26.3%	10.7%	4.3%	0%	1.4%

Tabla 59. Medios de comunicación empleado por los estudiantes de los grados 10 y 11 de las Instituciones Educativas del Municipio de Gigante, en el tiempo libre. 2007

6. PERCEPCIONES DE LOS ESTUDIANTES SOBRE LAS ACTIVIDADES QUE REALIZA LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA, ADEMÁS DE LAS ACADÉMICAS					
SEXO	Culturales y Artísticas	Políticas	Religiosas	Foros.	Otros
Femenino	32.1%	0.3%	10.1%	9%	5.8%
Masculino	27.5%	0%	3.1%	4.6%	7.5%

Tabla 60. Percepciones de los estudiantes de los grados 10 y 11, sobre las actividades que realizan las Instituciones Educativas del Municipio de Gigante, además de las académicas. 2007

7. OPINIÓN DE LOS ESTUDIANTES SOBRE LAS PROPUESTAS DE LOS MAESTROS DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA, PARA CONSERVAR LA IDENTIDAD CULTURAL		
SEXO	Si	No
Femenino	54.9%	2.3%
Masculino	39.6%	3.2%

Tabla 61. Opinión de los estudiantes de los grados 10 y 11, sobre las propuestas de los maestros de las Instituciones Educativas del Municipio de Gigante, para conservar la Identidad Cultural. 2007

8. IDENTIFICACIÓN DE LOS PROYECTOS QUE PROPONEN LOS MAESTROS EN LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA								
SEXO	Oratoria	Poesía	Teatro	Narrativa	Danza	Música	Artes Visuales	Otros
Femenino	17.3%	4.3%	6.1%	13.9%	4.3%	4.3%	2.9%	4.1%
Masculino	9.5%	2.1%	8.4%	10.4%	4%	2.1%	1.7%	4.6%

Tabla 62. Identificación de los proyectos que proponen los maestros en las Instituciones Educativas del Municipio de Gigante. 2007

9. RECONOCIMIENTO POR ÁREAS DE LOS MAESTROS QUE MÁS PROPONEN PROYECTOS PARA LA CONSERVACIÓN DE LA IDENTIDAD CULTURAL						
SEXO	Literatura	Sociales	Artística	Ética	Inglés	Otros
Femenino	31.2%	7.2%	8.7%	0.6%	5.5%	4.1%
Masculino	21.3%	7.8%	7.5%	2%	1.2%	2.9%

LOS CONSUMOS ARTÍSTICOS DE LOS JOVENES DE LAS ÁREA URBANA Y RURAL DEL MUNICIPIO DE GIGANTE. 2007

PAULA ANDREA SERRANO BERMUDEZ

Tabla 63. Reconocimiento por áreas de los maestros que más proponen proyectos en las Instituciones Educativas del Municipio de Gigante, para la conservación de la Identidad Cultural. 2007

10. USO DE LOS RECURSOS INSTITUCIONALES, POR PARTE DE LOS ESTUDIANTES PARA EL DESARROLLO DE LOS PROYECTOS CULTURALES			
SEXO	Siempre	Algunas Veces	Nunca
<i>Femenino</i>	9.8%	41.3%	6.2%
<i>Masculino</i>	4.3%	32.9%	5.5%

Tabla 64. Uso de los recursos institucionales, por parte de los estudiantes de los grados 10 y 11 de las Instituciones Educativas del Municipio de Gigante para el desarrollo de los proyectos culturales. 2007

11. APOYO DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA PARA EL DESARROLLO DE LOS PROYECTOS CULTURALES			
SEXO	Siempre	Algunas Veces	Nunca
<i>Femenino</i>	18.5%	37.3%	1.5%
<i>Masculino</i>	9.5%	31.5%	1.7%

Tabla 65. Apoyo de las Instituciones Educativas para el desarrollo de los proyectos culturales. 2007

12. MOTIVO PARA QUE LOS ESTUDIANTES PARTICIPEN EN LOS EVENTOS CULTURALES REALIZADOS EN LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA			
SEXO	Le Gusta	Lo Identifica	Por Obligación Académica
<i>Femenino</i>	28.4%	14.2%	14.7%
<i>Masculino</i>	15.6%	9.2%	17.9%

Tabla 66. Motivo para que los estudiantes de los grados 10 y 11, participen en los eventos culturales realizados en las Instituciones Educativas del Municipio de Gigante. 2007

13. OPINIÓN DE LOS ESTUDIANTES SOBRE LOS EVENTOS CULTURALES REALIZADOS POR LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA			
SEXO	Interesantes y Divertidos	Monótonos	No Opina
<i>Femenino</i>	30.1%	14.2%	13%
<i>Masculino</i>	23.7%	9.3%	9.8%

Tabla 67. Opinión de los estudiantes de los grados 10 y 11, sobre los eventos culturales realizados en las Instituciones Educativas del Municipio de Gigante. 2007

14. LUGARES DE INTERÉS VISITADOS POR ESTUDIANTES Y PROFESORES DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA					
SEXO	Museos y/o Galerías	S. de Teatro y Danza	Conciertos Musicales	Otro	Ninguno
<i>Femenino</i>	22.5%	3.2%	0.6%	7.2%	23.7%
<i>Masculino</i>	21.7%	0.9%	0.3%	4.6%	15.3%

Tabla 68. Lugares de interés visitados por los estudiantes de los grados 10 y 11, y profesores de las Instituciones Educativas del Municipio de Gigante. 2007

15. FRECUENCIA CON QUE LOS ESTUDIANTES VISITAN LUGARES CULTURALES				
SEXO	1 sola vez	2 veces	Varias veces	Ninguna Vez
<i>Femenino</i>	18.8%	5.8%	8.1%	24.6%
<i>Masculino</i>	14.7%	5.2%	7.5%	15.3%

**LOS CONSUMOS ARTÍSTICOS DE LOS JOVENES DE LAS ÁREA URBANA Y RURAL
DEL MUNICIPIO DE GIGANTE. 2007**

PAULA ANDREA SERRANO BERMUDEZ

Tabla 69. Frecuencia con que los estudiantes de los grados 10 y 11 de las Instituciones Educativas del Municipio de Gigante, visitan lugares culturales. 2007

16. MOTIVACIÓN REALIZADAS POR LOS ESTUDIANTES A OTRAS PERSONAS PARA VISITAR LUGARES CULTURALES			
SEXO	Siempre	Algunas Veces	Nunca
<i>Femenino</i>	11.8%	32.1%	13.3%
<i>Masculino</i>	7.2%	29.2%	6.4%

Tabla 70. Motivación realizadas por parte de los estudiantes de los grados 10 y 11 de las Instituciones Educativas del Municipio de Gigante, a otras personas para visitar lugares culturales. 2007

17. APORTES QUE BRINDAN LOS LUGARES CULTURALES A LOS ESTUDIANTES					
SEXO	Cognoscitivo	Culturales	Recreativos	Científico	Ninguno
<i>Femenino</i>	4.9%	20.4%	6.9%	0.9%	24%
<i>Masculino</i>	4.1%	13.9%	11.3%	0.3%	13.3%

Tabla 71. Aportes que brindan los lugares culturales a los estudiantes de los grados 10 y 11 de las Instituciones Educativas del Municipio de Gigante. 2007

18. MOTIVACIÓN REALIZADAS POR LOS PROFESORES A LOS ESTUDIANTES PARA VISITAR LOS LUGARES CULTURALES			
SEXO	Siempre	Algunas Veces	Nunca
<i>Femenino</i>	18.7%	32.4%	6.1%
<i>Masculino</i>	14.7%	24.3%	3.8%

Tabla 72. Motivación realizadas por los profesores a los estudiantes de los grados 10 y 11 de las Instituciones Educativas del Municipio de Gigante. 2007

19. PARTICIPACIÓN DE LOS ESTUDIANTES EN LAS ACTIVIDADES CULTURALES PROGRAMADAS POR EL MUNICIPIO Y LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS			
SEXO	Siempre	Algunas Veces	Nunca
<i>Femenino</i>	8.4%	46.5%	2.3%
<i>Masculino</i>	4.9%	35.6%	2.3%

Tabla 73. Participación de los estudiantes de los grados 10 y 11, en las actividades culturales programadas por el Municipio de Gigante y las Instituciones Educativas. 2007

20. PREFERENCIAS DE LOS ESTUDIANTES, HACIA LOS EVENTOS CULTURALES PROGRAMADOS POR EL MUNICIPIO Y LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS							
SEXO	Música	Teatro	Danzas	Artesanías	Comparsas	Deportes	Otro
<i>Femenino</i>	15.8%	1.5%	12.4%	4.2%	3.5%	15.6%	4.6%
<i>Masculino</i>	6.9%	1.8%	1.5%	1.5%	1.8%	28.9%	0%

Tabla 74. Preferencia de los estudiantes de los grados 10 y 11, hacia los eventos culturales programados por el Municipio de Gigante y las Instituciones Educativas. 2007

21. MANERA COMO PARTICIPAN LOS ESTUDIANTES EN LOS EVENTOS CULTURALES PROGRAMADOS POR EL MUNICIPIO Y LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS		
SEXO	Espectador	Actor
<i>Femenino</i>	40.3%	16.9%
<i>Masculino</i>	20.4%	22.4%

LOS CONSUMOS ARTÍSTICOS DE LOS JOVENES DE LAS ÁREA URBANA Y RURAL DEL MUNICIPIO DE GIGANTE. 2007

PAULA ANDREA SERRANO BERMUDEZ

Tabla 75. Manera como participa los estudiantes de los grados 10 y 11, en los eventos culturales programados por el Municipio de Gigante y las Instituciones Educativas. 2007

22. FORMA DE ACOMPAÑAMIENTO DE LOS ESTUDIANTES EN LAS ACTIVIDADES CULTURALES PROGRAMADAS POR EL MUNICIPIO Y LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS			
SEXO	La Familia	Los Amigos	Otros
<i>Femenino</i>	6.7%	47.5%	3%
<i>Masculino</i>	2.4%	38.6%	1.8%

Tabla 76. Forma de acompañamiento de los estudiantes de los grados 10 y 11, en las actividades programadas por el Municipio de Gigante y las Instituciones Educativas. 2007

23. DIFUSIÓN DE LOS HÁBITOS CULTURALES DE LOS ESTUDIANTES					
SEXO	La Familia	Institución Educativa	El rol social (amigos-as)	Los medios de comunicación	Otros
<i>Femenino</i>	21.7%	17%	11.3%	4.3%	3%
<i>Masculino</i>	16.8%	12.4%	8 %	3.8%	1.7%

Tabla 77. Difusión de los hábitos culturales de los estudiantes de los grados 10 y 11 de las Instituciones Educativas del Municipio de Gigante. 2007

24. IDENTIFICACIÓN DE LOS OBJETOS COLECCIONADOS POR LOS ESTUDIANTES						
SEXO	Música	Farándula	Instrumentos deportivos	Juegos	Películas	otros
<i>Femenino</i>	38.2%	7.5%	3%	2%	2%	4.5%
<i>Masculino</i>	20.1%	0.9%	7.2%	4.6%	7%	3%

Tabla 78. Identificación de los objetos coleccionados por los estudiantes de los grados 10 y 11 de las Instituciones Educativas del Municipio de Gigante. 2007

25. LEGALIDAD DE LOS OBJETOS COLECCIONADOS POR LOS ESTUDIANTES			
SEXO	Originales	Piratas	No les interesa
<i>Femenino</i>	28%	9%	20%
<i>Masculino</i>	12.7%	14.4%	15.9%

Tabla 79. Legalidad de los objetos coleccionados por los estudiantes de los grados 10 y 11 de las Instituciones Educativas del Municipio de Gigante. 2007

ANEXOS

**ANEXO A. ENTREVISTA A EDUARDO ROJAS
SUPERVISOR, PENSIONADO DE GIGANTE**

Estudio en la normal de Pitalito, maestro, supervisor, jefe de distrito, rector, jefe de núcleo.

1. ¿Cómo ve la juventud de hoy en la participación cultural del municipio de Gigante?

Hay que entender y comprender son lo que esta sociedad, la estructura familiar y lo que la misma escuela en su gran mayoría donde no hay un compromiso de todos estos estamentos en la formación integral del muchacho y por eso los muchachos hacen lo que se les da la gana y no tienen un proyecto de vida no entienden que ellos tienen unas expectativas y unos derechos y no hacen uso de eso porque hay tanto desentendimiento por la cultura académica y por la cultura artística, cultural que es fundamental, yo pienso que hasta ahí esa es la gran realidad, también la pérdida de autoridad de los padres de familia y de las autoridades con relación al control que debe existir qué hacen los muchachos calle arriba calle abajo, y los muchachos sin saber para dónde van? El muchacho todavía no ha podido entender cuál es su proyecto de vida yo creo que no hay quien lo oriente, quien le diga cuál es el camino, salen casos de muchachos excepcionales y talentosos pero la gran masa queda como aislada eso creyendo que prejuicio es para la sociedad y padre de familia y no para ellos, no han entendido eso. El muchacho que logra ir a la universidad, va y termina sus estudios y regresan a la vida del trabajo inclusive muchas veces no entran a la empleomanía propia, emplearse el mismo no esperar que el estado lo emplee que es lo ideal, pero yo no se me atrevería a pensar muchos profesionales no tengan compromiso con el desarrollo de estos pueblos, vienen a perjudicar a otros y no tienen sentido de pertenencia por ellos mismos ni por lo nuestro, me parece gravísimo esa situación.

2. ¿Cuáles son los aportes de las personas de la tercera edad en la conservación del patrimonio cultural?

Pienso que a partir de cuando entra la televisión cuando se masificó la televisión que ya se acabó el diálogo en la casa se rompió porque era muy común hablar sobre mitos, sobre leyendas, cuentos, chistes, recaídas, se hablaba sobre las recetas médicas, recetas para los animales, se hablaba sobre la culinaria nuestra, se cantaba canciones, mi papá era muy rico en esa parte y lo mismo mi mamá eso era muy rico el diablo andando por todas partes es el más conocido, ahora que estamos haciendo investigación estamos recogiendo cosas que la gente no va se las saca con una grabadora, eso queda en el anonimato, no hay quien los escuche y con quien interactuar. Los muchachos se preocupan por bailar ballenatos, música metálica, reggaetón, todo lo que no es nuestro es lo que más le llega a los muchachos, lo que tiene que ver con la Huilensidad muy poco, otro problema en la familia actual; la madre las telenovelas, los padres el partido de balón pie entonces ya no hay conversación e integración familiar, para respetarse me llamó la atención cuando fui a visitar un personaje de Pitalito que la sala no había televisión, porque esta es símbolo de conversación, tertulia familiar y con los amigos, los mensajes que ofrece los medios de comunicación están dirigidos unos a formar como discovery animal planet y otros a deformar y están dirigidos a todas las edades. Nos dieron una charla en la normal cómo hay que dosificar el trabajo, el comportamiento en la mesa los padres

deben ser un coequipero de los jóvenes para decirles lo que está bien y lo que está mal, la educación para el padre; porque se ha perdido la autoridad para la formación integral del muchacho, se necesita recuperar los momentos de tertulia e intercambios entre padres e hijos.

3. ¿Cómo ve el apoyo de la clase política en la cultura del municipio de Gigante y del departamento?

Digamos que es exagerado decir que es nula el trabajo artístico, no hay nada, vaya usted a la casa de la cultura, por ahí una banda de música, por ahí un muchachitos que no tienen ninguna formación, bachilleres son los instructores de música, de danza, entonces ellos que hacen el puro lo que es fandango, el puro el movimiento, pero la parte teórica, académica no, ni cultural tampoco no en algunos eventos hacen que los muchachos las memoricen y desarrollen algunas habilidades en la danza y la música, pueden que desarrollen alguna cosa pero que no les da las perspectiva de arrancar. Falta la formación académica y teórica de los maestros; necesaria para retomar la formación artística de los jóvenes ya que el área se convirtió en un relleno y es repetitiva.

4. Dentro del presente Gobierno de Villalba ¿Qué receptividad ve usted en la juventud para con estos programas culturales?, si se mantiene, si se va ampliar, o cree que el próximo gobernador va a seguir mejorando y apoyando estos programas.

De Villalba hay que resaltar que la cátedra de la Huilensidad está por ordenanza departamental que es una ley, se realizó una investigación sobre cultura del departamento y creo se trabajaron 36 municipios y creo que la Plata no presentó nada pero no afirmo, con 15 investigadores, si de aquí a mañana dentro del proceso de evaluación de la secretaría de educación y el ministerio de educación encuentran que en los maestros es obligatorio el trabajo de investigación. Se debe aprovechar los egresados de los conservatorios y de la universidad.

5. ¿Qué limitaciones ve usted en el desarrollo de los diversos proyectos culturales que se desarrolla en el municipio y en el departamento?

Hay que destacar que desde Julio Enrique Ortiz Cuenca hace algún tiempo se continuo el proceso de construcción que ha sido muy grande de la casa de cultura hasta el centro de convenciones y su famosa la biblioteca; que tienen allí, Jaime Bravo también trabajó en cambio de actitud de los huilenses cómo hacer dice Bernardo Tovar historiador de la Universidad Nacional para cambiar la mentalidad, la actitud, y las ideas al huilense, para que piense diferente, para que piense en el desarrollo, para que piense en la civilización en la que puede transformar, actualmente no nos preocupa esto, somos muy atolondrados; el que tiene con que vivir todo en medio de su riqueza y el pobre vive en medio de su pobreza, pero no encuentra el camino para progresar juntos, ese cambio cultural en el departamento se ha dado y seguramente se seguirá dando; esperemos que el pajarito haga lo mismo, pero siempre las propuesta para la cultura es muy poca, lo peor que pudieron haber hecho con nosotros es habernos quitado la casa de la cultura y la única que puede transformar la comunidad es la educación artística.

6. ¿Cuál cree que sea las estrategias a seguir para que nuestra identidad cultural se mantenga, y que sea un área de mucha aceptación por parte de la juventud del municipio?

Suponiendo que toda esta cultura está ahí, esta enterradita y nadie la saca, la escarba para conocerla y divulgarla; que es lo que tiene que hacer la escuela, no más cuando el padre de familia hablarle de esto no más cuando niño lo va a levantar, decirle: bueno mijito el hombre pobre y sin plata la cama lo mata, pollo que no madruga no cría plumas, así nos levantaban a nosotros y no era a fueete,

pero si eso no era suficiente le zampaban un fuetazo para que se parara. Usted cree que una sociedad que le tiene miedo al progreso sea capaz de salir de ahí, así facilito, que sea compleja, que sea autoritaria.

ZONA URBANA

ANEXO B. ENTREVISTA A LA PROFESORA CARLINA SEPULVEDA ORTIZ

INSTITUCIÓN EDUCATIVA SOSIMO SUAREZ, MUNICIPIO DE GIGANTE

Profesora licenciada en educación básica primaria con especialización en educación sexual.

1. En el grado que yo estoy orientando todos participan bastante en teatro y danza, usted ve que cantidades en todos los grados, sobre todo tengo un grupo de seis niños donde ellos presentan habilidades teatrales muy buenas y las niñas son especialmente para la danza; entonces una variedad entre este grupo, ellos conforman grupos y participan espontáneamente creando sus teatros con los temas que hoy se toman.
2. Se podría decir que sí pero no un cien por ciento, pero en el grado mío un 80%, contamos con buena participación.
3. La institución desarrolla actividades mínimas que aparecen en el cronograma escolar, como son el día de la familia, de la institución, etc. Y la mayor participación está en la danza folclórica y el canto, a nivel general de la institución uno ve que la expresión del canto es notoriamente marcada. ¿Se muestra lo autóctono? Le cuento que es allí donde yo voy, imagínate que el año pasado hubo un festival de canto, y usted viera que la mayoría de jóvenes o niños era cantando sus rancheras, las cosas de reggaetón todo lo que hay actualmente lo in lo que está de moda porque está en la televisión o en la radio, pero canciones que se digan con mensajes colombianas cero, este año se implementó otra vez el festival y ya entonces obviamos de acuerdo al análisis anterior en que se creara una pauta para que ellos por grados seleccionaran y cantaran canciones con mensaje colombiana y así fue, entonces se empezó con alguito para iniciar esta nueva forma de expresar canciones diferentes a las que están establecidas por la sociedad de hoy.
4. Pues mire que los grados inferiores son los grados como más espontáneos, los más pequeñitos son los uno les ve más interés para participar y ya los grandes hay que como decimos nosotros entre comillas arriándolos que mire que participe, que si usted hace eso le podemos valorar en tal área que ustedes mismos pueden escoger, con los pequeñitos muchas veces hay que seleccionar gente; cuando uno les coloca el trabajo les sugiere a ellos que pueden representar tal tema de una forma diferente, pues ellos lo hacen, pero como le digo de repente nada por iniciativa. En la institución es difícil podría pensarse que ellos lo hacen por una valoración.
5. Creo que los jóvenes del campo tienen menos tiempo para acceder a los medios masivos de comunicación, por lo que deben colaborar con las actividades propias de esta zona (recoger

leña, recolectar, descerezar, secar café, entre otras); lo que explica que los jóvenes tengan más libertad de expresión y de trabajo en grupo, mientras que los jóvenes de la zona urbana están absorbidos por la masificación de los medios, arrebatándoles su propia identidad e impidiéndoles participar en los diferentes eventos culturales que se organizan conociéndose con el término “oso”.

6. Bueno, se han creado unos proyectos especiales fuera de la Huilensidad que hoy en día es algo obligatorio a nivel departamental, algunos proyecto que se están realizando como lectura, que en el colegio lo llamamos espacios del saber, con textos que a la vez nos apoyan y se recrean no! En la nuestra institución hay otros proyectos de experiencias significativas que es la abrazo terapia, donde los muchachos a través de expresiones y de gestos adecuado a la educación del vocabulario realmente apropiado, son importantes para su medio y para la sociedad y el niño tiene mucha potencialidad para dar y para intercambiar con otros.
7. Si tenemos salidas especiales con respecto al proyecto que estamos desarrollando a lugares como la loma de la cruz; donde allá nos encontramos y admiramos el municipio y hablamos mucho sobre él igualmente aprovechamos para hacer una especie de encuentro con los compañeros, también salimos al sitio del Impa; igualmente obtenemos charla muy especial y siempre terminamos con una actividad de reconocimiento, igualmente salimos hacia la ciudad de Garzón donde fuimos a dos colegios; hicimos un referente con respecto a la importancia de abrazar y los espacios de conversación familiar, hicimos unos folletos especiales, a nivel del colegio estamos invitados para ir a las fincas turísticas para conocer toda la riqueza que tiene nuestro municipio a través de su valoración enriquecernos con el cuidado y el aprovechamiento de este gran recurso, pronto tendremos una salida pedagógica dirigida a la ciudad de Neiva donde vamos a encontrarnos en sitios estratégicos de dicha ciudad para repartir folletos que ayuden a concientizarnos sobre la importancia de abrazar y sentirnos amados y queridos por otros también. El fin u objetivo es el de elevar la autoestima, aprender a querernos a nosotros mismos y a los otros, en fin para aprender a convivir sanamente porque somos una sociedad que empezamos a crear ámbitos del buen hablar, del buen actuar, buenas proyecciones de vida, vamos a encontrar una sociedad culturalmente más rica; las actividades generales están programadas para cada mes y las individuales frecuentemente con una asignación de 15 minutos diarios, para que el niño comente sobre noticias relevantes y al final de análisis y un compromiso para mejorar.
8. Hay mucho obstáculo económico, pues a uno le da tristeza que estando en un país tan rico, pero no se le da la remuneración con respecto al presupuesto para proyectos que valgan la pena y que enriquezcan a la misma comunidad, ese es uno de los mayores obstáculos, que rico sería poder contar con dinero para compra de libro, para actividades como salidas pedagógicas como para poder comprar material audiovisual que nos ayude y que sirva como experiencia. La participación de los padres al inicio como toda actividad es dura, mientras ellos conocen y se apropian, pero luego de acuerdo al positivismo que uno le coloque la experiencia se va enriqueciendo, se incrementando la confianza de que todos podemos ayudar. Bueno pues nosotros a nivel del grupo de padres en la Institución con los estudiantes la persona encargada, estamos desarrollando y aunque esto no compete porque la normatividad abolieron actividades como rifas, ventas de entradas para un buen cine,

recolectamos dinero para poder desarrollar las actividades que ya han sido planteadas con anterioridad, dentro de los proyectos, debemos apoyarnos para que económicamente nos solventemos y salgamos adelante.

**ANEXO C. ENTREVISTA AL PROFESOR MIGUEL SERRANO
INSTITUCIÓN EDUCATIVA ISMAEL PERDOMO BORRERO, MUNICIPIO DE GIGANTE**

El profesor Miguel Serrano, es licenciado en Filosofía e Historia con especialización en educación y desarrollo cultural. Dicta el área de sociales en los grados 6º, 10º y 11º.

1. Bueno el tiempo que llevo trabajando en la Institución es de tres años, pero el tiempo que llevo trabajando si nos podemos hablar en la parte del teatro los muchachos si participan en teatro pero básicamente en el área de español, porque los profesores de esta área los pone a preparar obras de teatro de acuerdo al nivel cada uno se encuentra cursando y se hacen eliminatorias con carácter prácticamente interna institucional, anteriormente daba clases en una institución del campo “Concentración Jorge Villamil Ortega”
2. Bueno es fácil porque ellos lo hacen solo para eventos especiales, entonces ya como por obligación o por una nota los muchachos participan, entonces desde ese punto de vista no es fácil porque ellos lo hacen presionado, en la parte de música hay poca participación porque en la institución no existen profesores especializados en el área y la instituciones que prestan el servicio es la casa de la cultura, pues poco van, pues la única participación que existe en el área de la música son los muchachos que participan en la banda de paz, de lo contrario no y para eso si sacan tiempo ubicando un horario especial y ellos participan en las horas extractase, eso en cuanto a la música. En las otras actividades pues no lo realizan porque no sacan tiempo.
3. Si las danzas, porque siempre que hay una actividad como izadas de bandera, para un eventos de las actividades internas sobre la cultura, pues eso es lo que más les preocupa por desarrollar es el baile de la música moderna y es tanto que muchas muchachas que se han terminado o se han retirado de estudiar sirven de líderes para las danzas, prácticamente es lo que más desarrollan lo que más llevan por dentro para intercambiar, pues ellos mismos organizan grupos con los estudiantes que hacen representación de los bailes en los eventos culturales que se desarrollan en el colegio. La mayor participación es de las mujeres, cuando se van a sacar parejas los hombres son más reacios para hacer esta actividad.
4. No se puede especificar porque no es un competencia, cuando tienen que participar todos lo hacen, cuando cada uno lo debe hacer lo hace, de acuerdo al turno que le corresponde a cada grado entonces cada uno con su director de grado se encargan de preparar y realizar los eventos en el día que le corresponde, de acuerdo con la programación establecida por las directivas, pero que haya un liderazgo o una participación tanto por un grado como por el otro pues no, de pronto lo que sí es que son mas voluntarios los grados inferiores que los superiores; los grados inferiores vienen con esa espontaneidad de la parte del juego; eso hace que ellos lo hagan con mayor sentido, como con mayor vivencia, mientras que los grados superiores a medida que van llegando al último grado que es once, ellos poco interés prestan por estas actividades, no lo hacen ya es como una obligación, pero que haya una cuestión innata ya no se encuentra. La Institución apoya estas actividades dando el aval para que se desarrolle pero no económicamente; porque se carece

de trajes y todos los elementos necesarios para ello; porque si existiera eso las cosas serían de otra manera.

5. Como el colegio no realiza eventos con otras instituciones sino actividades internas, por eso no se puede ver la participación aquí la única participación que se puede evidenciar son la de los muchachos que vienen de las áreas rurales y se vinculan a esta institución. Y tampoco la institución ha participado en eventos interinstitucionales; de pronto porque el profesor que está encargado en el área de artística no está especializada y no ha estudiado los conocimientos teóricos-prácticos del área. Casi que la participación de la gente de la zona rural es buena; porque ellos creen que los de la zona urbana hay cosas más desarrolladas entonces se preocupan más por salir bien, hay entonces más preparación, más dedicación, y siempre se ve más identidad en la gente del campo cuando van a presentarse a otra parte, mientras que la zona urbana no hay creatividad, hay que decirles de es lo que deben hacer, como hacer y no asisten a las actividades programadas por la casa de la cultura.
6. Aparte de las áreas de conocimiento que están ceñidas por los programas del MEN proyectos especiales no existen porque por ejemplo el caso de la Huilensidad es un proyecto que está inmerso y obligatorio por la Secretaría de Educación. En el caso de la cátedra de San Agustín los muchachos hacen una visita al parque están unos tres días, hacen un recorrido para conocer la trascendencia de la cultura agustiniana, pero no es un proyecto que esté fuera de la parte de las áreas ya que están inmersos en las áreas obligatorias.
7. El problema de las salidas pedagógicas tienen unas implicaciones que es que por un lado el ministerio de la cultura quiere que eso se haga pero por otro lado las medidas de seguridad, el código del menor hacen que sea muy problemático porque hay un riesgo, entonces si algo llega a suceder la responsabilidad es del profesor o de la Institución entonces han habido muchos problemas a nivel nacional, entonces solo se desarrolla la parte curricular dentro de la institución y máximo dentro del municipio pero eso es demasiado escaso, por otro lado es que el colegio es de características netamente pública, entonces los estudiantes no cuentan con los recursos para financiar una salida pedagógica o para eventos especiales, el colegio no cuenta con recursos definidos para financiar dichas actividades por lo que las evita o cancela. De todas maneras no se puede decir que el cien por ciento de los padres de familia están prestos a participar pero si hay apoyo en el desarrollo de las diferentes actividades que se desarrollan en la institución. Por ejemplo en la preparación de obras de teatro, semana de la Huilensidad, salida pedagógica a San Agustín entre otras ya que están pendientes de estas actividades y cuando los padres no apoyan los estudiantes se las ingenian para financiar porque saben que hace parte de su cultura.
8. Actualmente no programo ninguna actividad, pero cuando las programaba en la otra institución el problema es que no se hace con la seriedad porque muchos muchachos no entienden el objetivo ni le dan el interés por lo que se va a hacer, entonces se toma el tema como una cuestión muy recreativa, como algo de paso pero no realmente porque tienen el sentido de reconocer de aprender de vivenciar nuevas culturas, otras costumbres, nuevos sitios, no se valora realmente lo que se está haciendo, de pronto hay algunos que están en contravía de los que se les dice. Y la metodología que se emplea es colocarles un trabajo para desarrollarlo de acuerdo visita realizada para cumplir con los lineamientos y aprendan algo.
9. La estrategia es que realmente en el caso de la ley, que a veces impide de manera muy drástica las salidas, que de alguna manera sea más flexible, lo otro se abra un rubro para tal fin, que los padres

de familia sean más consientes que con las salidas se aprende mucho más o si no se aprende más es el complemento, que haya más deseo de hacer las cosas por parte de toda la comunidad educativa. Para adquirir un conocimiento más rico, solo cuando se conoce las cosas se valora, intercambio con otras instituciones.

**ANEXO D. ENTREVISTA A LA PROFESORA OLIVELLA BERMUDEZ
ARDILA
INSTITUCIÓN EDUCATIVA JOSE MIGUEL MONTALVO.
MUNICIPIO DE GIGANTE**

La profesora Olivella Bermúdez Ardila; licenciada en Educación Básica con especialización en Orientación Educativa y Desarrollo humano, dicto clases de geografía de 6° a 11°, con una experiencia de 26 años y en el colegio 12 años.

1. Es difícil la participación en el colegio se da más participación en la danza moderna como el reggaetón, esa danza es bien movidita
2. es difícil para uno obtener la participación de los estudiantes en las diferentes actividades que se realizan; porque el colegio se desarrollan actividades culturales para el cumpleaños del colegio, la narrativa, la oratoria, la Huilensidad, pero entonces para hacer que estas sean ricas toca que obligarlos, porque sino, no participan por nada del mundo; lo cual se logra a través de notas, porque de resto no hay nada.
3. las actividades preferidas es la danza moderna especialmente con los pequeños de sexto y séptimo, porque los grados siguientes ni lo uno ni lo otro, la participación de los padres de familia se notan más bien ausentes porque cuando uno como padre de familia se hace en la primera fila para observar a su hijo tiene una presentación y darle ánimo, en cambio en nuestro caso si hay diez padres de familia son muchos.
4. como decía antes los grados que más participan son sexto y séptimo, en este momento con la profesora Nhurcita estamos organizando una obra de teatro y para esta solo han participado los niños de 6°, 7° y dos niños de noveno, de los grados superiores no se consigue participantes, entonces pero que si hay niños voluntarios para participar poquitos pero los hay. Podríamos decir que hay niños que se apropian del papel y que no hay que decirles hagan tal cosa, ellos mismos las preparan y muchas veces uno tiene ya listo la actividad cultural y ellos llegan con sus actividades correspondientes. Ahorita con lo de la Huilensidad como una cátedra obligatoria, le cuento que ha costado trabajo para que los muchachos se apropien de esto y participen, muchos grados no participaron ni obligándolos con la nota, porque se les dijo que la actividad valía el 50% de la nota final, ellos prefirieron la mala nota; porque ellos alegan que son así y otra razón que es la religión les impide participar así sea una mera excusa, porque en realidad muchos su religión es católica, pero se inventan cualquier religión con tal de no participar. Para poder continuar con esta actividad en años venideros toca obligarlos con la nota y tal vez buscando otras estrategias más efectivas.
5. en las actividades ínter colegiadas se ve que hay más participación y sobre todo apropiación de su papel es el sector rural; a una le da pesar porque piensa que los jóvenes por ser de

pueblo son más abiertos, más libertad de expresar y actuar, son más participativos con más ganas de trabajar; pero no. Es todo lo contrario porque para ellos todo es “Qué Oso”; mientras que los niños dicen yo si participo a mi no me da pena a mi no me da oso como dicen los grandes a mi si me gusta participar, una cuenta con ellos les fascina estar presente en todos los actos, darse a conocer, les gusta participar en danza, teatro, sociodramas, canto, fono mímicas. Recientemente no ha habido actividades culturales donde se evidencie la participación de los diferentes colegios, porque eso se ha perdido ya que es tanta la lucha para que uno como maestro hacer que los estudiantes participen de ellas, entonces también se le baja a uno moral para trabajar con ellos, pero hasta hace unos cuatro o cinco años en el Agrícola se realizaban actividades culturales anualmente a nivel municipal, se invitaban a todos los colegios de la zona rural y urbana y participaban se veía buena participación pero sucedió hasta cuando funcionó el promoción social, porque era una especialidad que lideraba muchísimo esta actividad a nivel municipal, pero como se acabó y le sucedió la especialidad agroindustrial, entonces la gente está metida en otro cuento, diríamos que es una actividad utilitarista donde la calidad humana se acaba, el valor de la persona como tal pasa a segundo plano, se olvida por completo las otras actividades sobre esas que proporcionan identidad cultural, para retomar aquellas que hacen todo lo contrario de lo que se había logrado, y para completar los videojuegos, la televisión, los celulares con su música. En el colegio se está realizando una actividad anual en el mes de septiembre que es la narrativa, en esta se invita a todas las escuelas y colegios del municipio, todas las escuelas y colegios allá van a dar; pero lo que los motiva son los premios, creo no daría resultado sin premios.

6. la única que está promoviendo la identidad es la cátedra de la Huilensidad, este año en la asignatura de geografía les coloqué un proyecto de 6° a 11° las diferentes regiones del país, con el fin de tener que se prepararan y las mostraran en una actividad cultural que se desarrollaría el 12 de Octubre a nivel ínter cursos, donde se presentaría un festival con obra de teatro, las regiones geográficas, un desafío, en fin algo diferente a las clases y lo que se desarrolla a diario.
7. En este momento no programo salidas pedagógicas, antiguamente si las hacía porque no había tanto complique, ahora hay varios factores que complica el desarrollo de la actividad, tantos problemas ya que una se echa encima una responsabilidad de cuidar a los estudiantes que en este momento son muy difíciles, si se tornan difíciles en el colegio son más difíciles fuera del colegio, sobre todo que son muchachos muy jovencitos y si les llega a pasar algo entonces el responsable es el profesor o la institución. Las actividades que realizaba era con el fin de afianzar conocimientos, tener nuevas experiencias, conocer museos, el parque arqueológico de San Agustín, el museo de Neiva, a San Andrés de Pisimbalá en Tierradentro, Villavieja el desierto de la Tatacoa por tres años seguidos visitamos diferentes lugares, pero tristemente se ve que los estudiantes no van en son de conocer aprender sino que van es de paseo, de diversión otra clase de distracción menos a cumplir con el objetivo que se traza, cuando se les decía vamos a entrar al museo, respondían a qué vamos a entrar a ver piedras, huesos, esa son la expresiones que ellos lanzan, si entraron tres muchachos al museo fueron muchos porque infortunadamente era pagando a lo cual alegaban que no tenían plata y con eso solucionaban todo.

8. como le decía antes en este momento es la responsabilidad que uno tiene que echarse encima y si algo llega a pasar, el que tiene que responder a cualquier eventualidad que llegue a suceder es el profesor o la institución, el segundo y el que más ha impedido las salidas en este momento es el factor económico, ellos con el paternalismo que si el colegio les sufraga los costos y con el recorte presupuestal actualmente para las instituciones se hace difícil, si no hay para papelería mucho menos para costearle el pasaje a los estudiantes a excursiones aunque son muy importantes, sobre los conocimientos que se adquieren son diferentes a los que se adquieren en un aula de clase, no se olvidan tan fácilmente, y que los padres si tienen para una cosa no tienen para la otra, la estrategia que plantean para solucionar la escasez de presupuesto es realizar actividades como rifas, venta de tamales, bazares y aunque las rifas son prohibidas no deja de haber un líder que organiza su rifa, pero a la final no resulta si hay dos que los sigan son muchos y a la postre fracasan sus intentos por conseguir el dinero necesario para sufragar los gastos. Las actividades que se realizan siempre son en forma colectiva porque se hace difícil realizarla individualmente ya que hay que responder por unas actividades o tareas asignadas por grados con su respectivo profesor por ejemplo la decoración, silletería, aseo, etc. Y para qué allí en el colegio hay buen apoyo entre los profesores.
9. Una estrategia buenísima porque en este momento los estudiantes no quieren hacer nada, para ellos el colegio es un sitio al que pueden llegar y distraerse menos estudiar , entonces el estudio para ellos es una cuestión secundaria y pues una forma de incentivarlos o estimularlos para que estudien y participen en los diferentes eventos que se desarrollan; me parecería bueno realizar un proyecto donde le diga que se les va dar una excursión a determinado museo, parque arqueológico, asistir y participar a temporadas de teatro o de danza; a ciudades como Manizales, Bogotá, Pasto, Cartagena inclusive exposiciones visuales sería interesante llevarlos para que vean de cerca como es el teatro la danza, la pintura de otras culturas y también para darnos a conocer e intercambiar ideas, costumbres entre otras y así desarrolla en ellos la apropiación de su identidad y se sientan orgullosos de sí mismos esto, a los diez mejores estudiantes de cada institución, pero que los costos de este proyecto sean sufragados por el municipio, o el departamento, esta sería una forma muy buena de incentivar a los estudiantes; pero para ser seleccionados entre los diez mejores de la institución deben ser estudiantes integrales: (excelente rendimiento académico y disciplinario, excelente participación en actividades culturales, obtenga buen puntaje en los simulacros Icfes, respeto y tolerancia hacia los demás y al medio ambiente, con buenas relaciones interpersonales y con un alto compromiso y responsabilidad con las actividades que se le asignan.

ZONA RURAL

ANEXO E. ENTREVISTA AL PROFESOR RODRIGO FIESCO O.

INSTITUCIÓN EDUCATIVA JORGE VILLAMIL ORTEGA MUNICIPIO DE GIGANTE

La profesor licenciado en Filosofía y ciencias Religiosas, dicta religión en todos los grados y Filosofía en 10° y 11°.

1. La participación que se da prácticamente es lo que se le facilita, y ¿Qué se facilita? Se facilita mucho lo que es el baile moderno, sí, porque es fácil conseguirle una grabadora y cualquiera tiene un CD, y entonces se coloca y ensayamos y entonces eso hace que sea fácil, porque el teatro gusta en los jóvenes, la poesía, pero hacer un esfuerzo de aprender algo hoy en día, que todo es grabadora que todo ese cuento, entonces es difícilmente lo hacen y aprenderse un guion pues le cuesta, y vencer el miedo; entonces bailar les fascina y es lo que más se le facilita por el medio, difícil que se aprendan un guion, es difícil, más le gusta improvisar cualquier cosita estilo el Chavo del Ocho, y cosas sin ninguna profundidad prácticamente.
2. Es un terreno que se ha perdido culturalmente y se hace difícil, por qué digo que se ha perdido? Resulta es que ahora los lineamientos institucionales en el campo de la educación hacen que se hagan difícil, son 40 semanas que son de clases, que las izadas de banderas tienen que hacerse en tiempo extra, que eso es perder tiempo, esos lineamientos nos tienen jodidos, y jodidos con J, entonces hace que la parte cultural, las izadas de bandera sí, pero que dure 1 horita si a mucho, entonces eso es el factor tiempo, la misma normatividad, los decretos que sale dificultan este aspecto.
3. Lo que más, y mirando todo lo que es cultura es pues los bailes, los bailes que se hacen, llamase bailes artísticos, danzas ó reunirse un grupo de jóvenes y bailar y hay van expresando su cultura, donde no tengan mayor esfuerzo, donde sea lo más suave, en los centros literarios pues se expresan que una y otra canción el que tiene madera para aprenderse algo porque le mete esfuerzo, ya porque se le nace, es su sangre; pero los demás es más que todo es cosita sencilla y no son cosas grandes y le gustan una que otra izada de bandera. lo autóctono se ve más reflejado, en la fiestas de San Pedro, la fiesta a mitad de año, el baile y repetimos el San Pedro una infinidad de veces, se hace representaciones donde se muestra el asado huilense, la parte de la Huilensidad, se tiene muy en cuenta, eso es donde más se manifiesta lo cultural y lo que lleva tiempo haciéndose como cultura, yo creo que ese el tiempo más fuerte, ya si nosotros nos ponemos analizar , cosas después como culturalmente hacer en diciembre, encuentro por barros, eventos que organizan las iglesias y todo entonces ese aspecto como cultural se hace, pero el resto de presentaciones, es lo que es más nuestro, lo del Huila. ¿Quién participa más hombres o mujeres? Yo creo que es igual la participación de hombre y mujeres, porque en una danza bailan hombre y mujeres, pero la mujeres son más expresivas en el

aspecto del baile, vuelvo le digo, las mujeres son bastantes expresivas, y ellos son las que veo que tienen más participación.

4. Usted sabe que cuando uno es niño, piensa como niño, actúa como niño, entonces el niño usted lo disfraza, usted lo pone aprender algo y se lo aprende, el niño quiere expresar algo y entonces la niñez es la época donde uno más le trabaja, la Institución educativa donde trabajo, en la escuela por el mismo tiempo que tienen más tiempo, uno cuando se trabaja por horas, se inculca pero los niños son muy participativos y a medida que van creciendo como que merma ya en 10° y 11°, usted alcanza a notar que hay gente que quiere hacer un dibujo, que quiere expresarse gráficamente, pero en el sentido del valor de la palabra se ha perdido mucho y estipularle; si lo hacen lo hacen es por la nota, usted aprende y colabora y es una forma de evaluarlo, lástima que sea así, pero la mayoría de los casos, de los grados superiores es por la nota.
5. Es difícil decir quien tiene mayor participación, pero le voy a decir una cosa, y si el pueblo quien organiza, entonces el pueblo tiene mayor participación porque meten todos los números habidos y por haber y se hacen y se seleccionan, entonces quien visita hace un número y sale bueno, lo mismo sucede en el campo, si el sector rural se organiza en la actividad allá hay más números y son pocos los de acá pero, la participación depende de eso, de quien organiza la actividad, quien es el que este colocando el pecho, así mismo hay mayor o menor participación, pero en el campo, los jóvenes del campo aun quieren expresar, hacer algo, quieren ser escuchados, además, pues el deseo de venir a participar, a cambiar de lugar eso influye, ¿Cómo es el apoyo de los padres? Al papá le gusta ir y ver actuar al hijo, yo soy papá y me siento orgulloso cuando mis hijos han hecho algo, en una ocasión mi hija salió a cantar y yo no sabía y llore, y uno como papá se siente feliz al saber que el hijo participara en algo, pues la mayoría de los papas la participación es de apoyar y muchas veces un apoyo sentimental y hace falta meternos la mano en el bolsillo para que ellos lo hagan, ya cuando nos toca pagar, es cuando nos frenamos un poquito pero si hay apoyo, no mucho, pero lo hay.
6. Bueno, prácticamente lo que está en ley, ó sea la Huilensidad, hoy una cátedra de Huilensidad, las izadas de bandera porque es bueno celebrar las fiesta patria, a eso prácticamente se limita lo que se hace en las instituciones, yo recuerdo cuando recién llegue a la Institución, había profesores en el caso de Miguel Serrano, que hacían excursiones, salidas a otras partes y había receptividad, pero resulta ese temor que hay ahora en sacarlos, de llevarlos, de responder cien por ciento con lo que pase limite otra forma de expresión cultural, de ir a conocer. *¿Hay apoyo entre profesores?* Somos a veces como rueda suelta, bueno digo somos porque me incluyo, porque antes orientaba el área de español, y entonces yo quería hacer mis obras de teatro incluso hice varios, invente unos guiones, me copie de otros, es decir cada uno quería o quiere sobresalir y el profesor de artística él quiere presentar sus trabajos artísticos, pero no hay engranaje, en el colegio donde yo trabajo desafortunadamente no hay un lugar especial para decir en este salón hay materiales, vestuarios, hace falta, carecemos de cosas necesarias y cada uno hace lo que puede, desde su forma de ser.
7. Esto es de risa, las salidas pedagógicas es el patio del colegio, a la cancha de basquetbol, son muy pocas, como he dicho hoy en día hay que pensarlo muy bien, mientras no cambiemos

todos estas políticas de estado, que nos tiene sumergidos, que proclaman cultura, el valor de la cultura, pero no se invierte cultura, entonces seguiremos sacándoles al patio, seguiremos que miren las noticias, para que vean y sepan que hay otras cosas, presentándoles los que podamos, pero desplazándolo a otros lugares requiere dinero, tiempo y primero que todo compromiso, porque vivimos eso que es la educación, el fin y objetivo de las salidas son recreativos y cognoscitivas, aunque son cortas, se trazan de tal manera que se crecen en las dos, cuando hace un calor inmenso pues se busca otro medio, es más que todo recreativo.

8. Bueno las que yo más programaba, pues estoy hablando casi en pasado, entonces una gran dificultad, el apoyo económico, compromiso pro quien dirige la Institución, se hace lo que puede, muchas veces colocar dinero del bolsillo de uno, esto no hay tiempo no se puede, se está perdiendo mucho el tiempo, esas cosas hace que usted no haga más, no programe para la cultura; otra cosa es que la cultura desafortunadamente está muy mal paga, usted presenta o hace una obra de teatro, eso requiere que alguien entre, vea y diga: ¡hay esto tan caro!, la gente no valora un cuadro, la gente no valora una obra de teatro, a veces no sabemos qué quiere decir, no comprendemos ni por qué un tal artista hecho tal sombra, tal color, entonces nos quedamos en cosa muy pequeñas y eso impide que la cultura se halle desvalorada.
9. No ser tan leguleyos, a que se refiere ser tan leguleyos, hacer que se cumplan que el profesor tiene toda la responsabilidad, que hay que trabajar 40 horas, 40 semanas fijas, que no se puede sacar un día, comprendamos que hacer una representación teatral, que alguien se expresa a través de la música, de la danza, de la poesía, de la pintura, es muy importante que eso no es perder el tiempo, que eso es más formativo incluso, que tenerlos 60 minutos en un salón de clases, entonces el día que comprendamos, eso yo propongo, que sean más dinámicas las clases, que tengamos espacios necesarios, recursos para hacerlo, de lo contrario entonces nuestra identidad cultural se seguirá perdiendo y si seguimos haciendo lo fácil que es: bailar reggaetón, no llegaremos a ninguna parte.

**ANEXO F. ENTREVISTA A LA PROFESORA ROCIO ALMARIO
ESCOBAR**
INSTITUCIÓN EDUCATIVA SILVANIA, MUNICIPIO DE GIGANTE

Formación profesional: Licenciada en Educación Básica primaria de la Universidad Javeriana y con especialización en Educación y desarrollo Cultural. Orienta el grado 5° y orienta todas las clases.

1. Básicamente cuando hablamos de cultura es todo lo que hace el ser humano, lo que más practica así los muchachos son las que están encaminadas a los deportes, pero las que menciona, a los muchachos le gusta cantar, desafortunadamente el canto o la canción que ellos practican, son muy aficionado a la ranchera, corrido, vallenato; no hay inclinación propia hacia la canción colombiana, aunque debería ser, después los muchachos le gustan un poco la poesía, la danza, pero no la danza típica, la autóctona sino la danza moderna, como el reggaetón, le gusta incluso bailar el vallenato, pero no le gusta la danza propiamente autóctona, la de nuestra tierra. En música, escuchan música pero no producen música, simplemente lo hacen como por escucharla no más, las artes visuales muy pocas y la oratoria se sabe que se da más que todo en el bachillerato, los maestros que manejan el área de español, en los colegios incluso van y participan en el curso de oratoria.
2. A nivel general son pocos los estudiantes que le gustan participar, que les dan gusto participar, algunos lo hacen pues, obligados, porque corresponden al área de español, donde tienen que hacerlo porque tienen que hacer y llevar una poesía, pero por gusto son muy pocos que lo hacen por esa razón; más obligatorio académico que por gusto, en la parte de la danza de pronto las niñas se motivan un poco con el cuento de los reinados y participan mucho en el caso de aquí en el Huila con el Sanjuanero huilense, pero lo hacen más por el impulso del reinado, como para que digan que soy la reina, ella bailo mejor, para darse a conocer, pero no lo ve uno que sea como por gusto de esa parte de la danza.
3. Prácticamente la danza es la preferida por los jóvenes pero pienso que ellos más práctica es la parte del deporte, primero el deporte y luego las otras actividades.
4. Que le digo yo, pues si fuera en cuanto gusto, y que los niños les gusten participar, hablemos de preescolar y primero, sí, el niño pequeño es muy espontáneo, le gusta que lo vean, el niño que ya está en 5°, 6°, 7° en adelante son muy tímidos y no se motivan a participar, ya les parece que al estar en una danza, o salir a cantar es hacer el oso y en los grados superiores lo hacen así porque tienen que hacerlo más no por ese gusto, uno siente un gusto es por los chicos, los pequeñitos y porque yo pienso, que hay, es importante el apoyo de los papas; los padres cuando los niños están pequeños en preescolar, están pendientes de que necesitan una cosa, la otra, que va presentar como lo va a presentar, el apoyo emocional de los papas yo pienso que los ayuda mucho, cuando el niño va creciendo entonces los papás se hacen a un lado, ya no hay ese apoyo y si de pronto el niño tenía alguna intención de hacer algo, entonces hay quedo, pues ya no hay quien lo apoye y de pronto el cambio de maestro ya no el maestro

de preescolar el que los impulsa y motiva, estas motivaciones como que se muere, se acaba. Los profesores motivan la identidad cultural? Si claro, el grupo de maestros con que uno trabaja, en mi caso son más o menos 22, pues hay de este grupo unos que impulsa la identidad cultural, que le gusta que los muchachos participen, que salgan y hagan las cosas bien hechas; pero hay otros que son muy desinteresados, dan una cátedra, hagan esto y si no lo pueden no hagan nada. Entonces cada día los jóvenes necesitan y mucho más los niños, quien los motive, quien los impulse hacer las cosas, si un muchacho tiene deseo de hacer algo, y no tiene quien lo apoye, pues hay quedo, si no hay intereses de algunas maestras para que estos muchachos salgan en esas motivaciones que tienen.

5. Haber primero con la función de las instituciones, hizo que varios centros educativos pequeños se unieron a un centro más grande, al menos entre ellos hay intercambio, ahora, entre las instituciones grandes yo veo muy poca integración, no hay intercambio, yo pienso que no hay intercambio cultural, el intercambio se hace entre la propia Institución con sus sedes, pero en las grandes Instituciones, pues en lo rural yo no lo veo, muy pobre en el intercambio cultural y se lo hay solamente en la parte deportiva y no más; pero que se haga semana cultural, cambios de teatro, de oratoria, de poesía eso no, prácticamente yo diría que no existe, en el área urbana no sé, no tengo conocimiento si se hace o no se hace, solo tengo conocimiento en el sector donde trabajo, en el área rural y desconozco la zona urbana.
6. Las actividades pedagógicas que se hagan, pues se incentiva mucho las izadas de bandera, para que los muchachos participen para que den a conocer lo que está haciendo en cada grado, por ejemplo en el colegio donde trabaja se hacen anualmente, algo que se llama la feria del arte y la tecnología, donde se da mucha apertura artística que trabajan los muchachos, pero la parte artística más que todo es la parte manual, el trabajo manual, y se está haciendo cada año la jornada de la huilensidad, lo que es el sampedito en donde hay harta participación en cuanto a rajaleñas, cada grado se preocupa por escoger a su mejor reina, con la interpretación del sanjuanero, se incentiva otras danzas colombianas, esa parte del proyecto Huilensidad, se está trabajando harto y me parece que como se ha dado una obligación por parte de la gobernación, me parece muy bueno, porque a veces cuando las cosas no se ponen porque se tienen que hacer, las cosas se van abandonando y mucho mas la parte cultural, es importante que se tengan que hacer esas cosas para que no se deje morir esas actividad cultural; básicamente eso se hace en las Instituciones, por ejemplo en el colegio donde yo trabajo hacemos cada año un centro literario donde se le da la oportunidad a los muchachos de participar, en teatro, poesía, en oratoria, les damos mucho impulso a la celebración del idioma también, para que se incentive esa parte, eso son básicamente los proyectos que se adelantan en nuestra actividad pedagógica para que esta parte cultural siga surgiendo, que de ninguna manera se tiene que acabar, me parece a mí muy pobre en la Institución en la parte de la música, donde el muchacho aprenda a interpretar música es muy pobre, pero más en el sentido que no hay maestros especializados en el área, para que el muchacho aprenda realmente a interpretar los instrumentos, la parte de las notas musicales, como se compone; eso es muy pobre prácticamente no se hace, en el teatro es básicamente lo que se hace es cada grado el profesor de español, dice: vamos a montar esa obrita de teatro; en primaria lo mismo, pero que se haga escuela de teatro tampoco lo hay; prácticamente en la parte de artística son las

manualidades y lo que se da en la oratoria, la danza y la canción es lo que se hace más que todo en el área de español, tal vez en el área de sociales, y en la artística es más que todo manual.

7. En año si acaso hacemos dos, y las salidas básicamente consiste ir a explorar un territorio, la naturaleza, o hacer parte de un proyecto social para ir a reconocer los recursos que tenemos: los recursos híbridos, ó sea reconocimiento del territorio, sirve de complemento de las áreas, es para hacer la parte practica del área de sociales, de ciencias, para mostrar lo que tenemos: los valores, la riqueza de la diversidad, básicamente esas son las salidas pedagógicas que hacemos.
8. Primero, los quisiera sacar a reconocer mucho más, pero trabajamos en una zona de escaso recursos económicos donde la gente, prácticamente le da al niño lo meramente básico para estudiar, si usted necesita recursos para transportar ya es muy difícil que se lo den, si usted tiene 30 estudiantes los que dan son la mitad, entonces no vale la pena dejar la otra mitad; básicamente son los recursos económicos de los estudiantes, también la falta de motivación por parte de los papás, es decir: *se va a eso no lo dejo ir, yo lo tengo estudiando*, y los papás tienen la idea de que el estudio es allá en las cuatro paredes del salón, y hagan planas, hagan cosas y que llenen el cuaderno y si el muchacho no hace eso no está estudiando; si la mentalidad de los papás esta todavía allí, limitada, como así le ensañaron a ellos así debe ser con los hijos, si los muchachos quieren hacer una salida a observar ó mirar, reconocer, que eso no es estudio. Y a veces para las salidas hay en la región, pues uno debe desplazar por ahí media o una hora y a veces el temor de irse un solo maestro, y la responsabilidad de cuidar 30 estudiantes, con el temor que le pase al muchacho y la responsabilidad que le a dado al docente, quien él debe responder, y que la ley dice cal cosa, y que usted tiene que responder; esa son las limitantes que prácticamente hacen que uno no haga salidas frecuentes.
9. Una estrategia es que debería los docentes trabajar un poco más con los papás, así como trabajamos todos los días con los estudiantes, deberíamos sacar tiempo para trabajar con los papás, de hacerlos entender que la educación de hoy de ninguna manera es igual a la que ellos recibieron hace 10 ó 20 años. También hacerlos entender que la responsabilidad con el estudio de los hijos es grandes y tienen que sacar de ellos no solo la alimentación y el vestuario sino disponer unos recursos económicos para el estudio de sus hijos; la otra estrategia, yo creo que esta en nosotros los docentes, en ponerle un poco más de ganas y disponibilidad en ponerle más tiempo, o hacer esas salidas en motivar la parte artística, la parte cultural, la parte de la participación del muchacho, uno tiene que hacerlo en horas extras a su trabajo, por afuera de las horas de clase, porque en parte cuando yo voy a montar una obra de teatro con el grupo y que le guste, yo no lo puedo hacerlo en la hora de clase, porque tiene que atender a los demás estudiantes, ó sea en sacar un poco más de tiempo; otra que la Institución tuviera un maestro preparado en el área, y que hiciera escuela en los estudiantes que le gustan, para que los muchachos vieran y siguieran sus potencialidades en eso, en el colegio de Sylvania en el grado 10° hay dos muchachos que tiene mucha habilidad para la actuación, yo veo que tienen mucha potencialidad, es que le gustan y ellos sienten gusto haciéndolo , y cada vez que hay oportunidad ellos montan un dramatizado de una obra y salen, a representarse, pero igual necesitan a alguien que los impulsen, quien les ayude, si las instituciones tuvieran o al menos

**LOS CONSUMOS ARTÍSTICOS DE LOS JOVENES DE LAS ÁREA URBANA Y RURAL
DEL MUNICIPIO DE GIGANTE. 2007**

PAULA ANDREA SERRANO BERMUDEZ

e Municipio, tener un programa de actividad cultural y llegue a la zona, pues lo que tiene el Municipio es muy pobre; ellos van 1 ó 2 días al año y ya creen que está listo el programa; yo pienso para la identidad cultural, dudablemente se tiene que tener un especializado en el área.