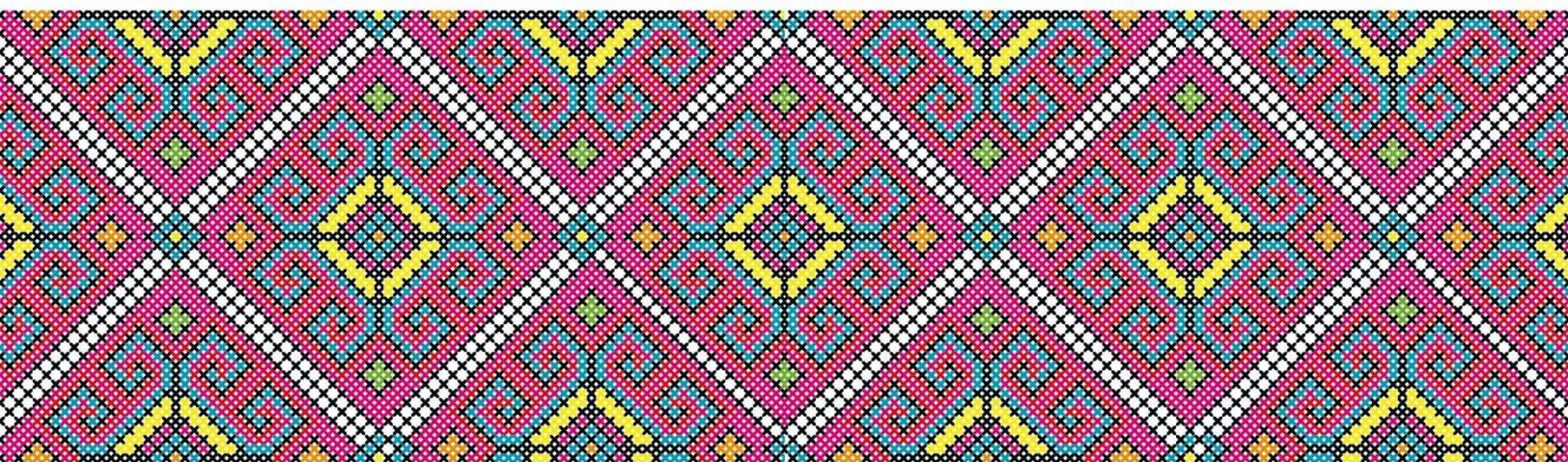


**3ER ENCUENTRO
NACIONAL DE GESTIÓN
CULTURAL MÉXICO**

**APORTES DE LA ACCIÓN
CULTURAL A LA AGENDA 2030
DEL DESARROLLO SOSTENIBLE**

**DEL 23 AL 26 DE OCTUBRE 2018
MÉRIDA, YUCATÁN**



Reconocimiento y apropiación de espacios culturales en la Universidad Autónoma de Querétaro: una propuesta de estudio cultural universitario

Vanesa del Carmen Muriel Amezcua, Blanca P. Hernández Velázquez, Meztli Franco Corona,
Ricardo Severino Amezcua

Ponencia presentada en el Tercer Encuentro Nacional de Gestión Cultural realizado en Mérida, Yucatán, México
entre los días 23 al 26 de octubre de 2018

Introducción

Las universidades, en su generalidad, se constituyen como espacios operativos dedicados a la enseñanza superior, la investigación y la creación de cultura científica y humanística. En el siglo XIX, a partir de la demanda de estudios superiores, se les ha considerado como lugares para adquirir las habilidades necesarias y aumentar las oportunidades en el mundo laboral, esto se traduce en la gran demanda competitiva anual a sus instituciones. De acuerdo con las exigencias, pero también a las contradicciones de la modernidad que se traducen en la visión de la UNESCO al 2030, también se considera que las universidades deben asegurar una educación de calidad, inclusiva y equitativa atendiendo la diversidad lingüística, cultural y étnica, logrando estos objetivos a través de la vinculación (2011).

Queda entonces confirmado, ante la evolución de la idea de educación superior y la adquisición de nuevas responsabilidades para la Universidad Autónoma de Querétaro con la sociedad, que la vinculación con el entorno es una parte importante de su nuevo papel para atender los problemas del desarrollo social, cultural y productivo (UAQ, 2013). Y no solo eso, sino que se debe responder al nivel de civilización digital que el incremento en el desarrollo de tecnología supone. Esta tarea se realiza en distintas escalas a partir de la investigación, de los centros de salud o bien, de los espacios culturales que se han adaptado o construido a lo largo de los años.

A partir del Plan de Gran Visión 2015-2045 el H. Consejo Universitario se pronuncia a favor de los lineamientos de ANUIES sobre la recuperación de espacios sociales para su vinculación con la realidad, promoviendo varios estilos de desarrollo que permitan reconocer la diversidad territorial y social de nuestro país (2015). Estas afirmaciones hacen visible la necesidad de prestar atención a los espacios con los que cuenta la universidad que están hechos para cumplir las funciones de vínculo para compartir información desde otras perspectivas.

De los espacios y prácticas de acceso cultural.

Plantear la discusión en torno a los espacios y a las prácticas de acceso cultural, no solo nos permite entender procesos de consumo y apropiación, sino también nos obliga a reconocer a los públicos que interactúan en dichos espacios y con determinados productos y manifestaciones culturales. De acuerdo con Rosas Mantecón (2017) las prácticas culturales ponen de manifiesto “su papel activo no sólo como actividades de interpretación y disfrute artístico; suponen múltiples tareas, como la identificación, el desciframiento y la apropiación” (p. 20-21).

Dicho papel activo, nos acerca a una lógica que va más allá de la sola atención de saber por qué se asiste o no a un recinto cultural. Implica, de acuerdo con Rosas Mantecón (2017), dar sentido a la serie de significados que trascienden la oferta cultural y que se vinculan con necesidades de diversas índoles.

Acercarnos al conjunto de dimensiones incluidas en las prácticas de acceso cultural permite cuestionar la idea de que las ofertas culturales son canales neutrales que sirven sólo para transmitir contenido simbólico a los públicos, sin alterar sus lazos con los demás (Rosas Mantecón, 2017, p. 21).

En este sentido, los espacios culturales van marcando pautas que permiten gestionar procesos de interacción en donde la percepción, el espacio y el tiempo juegan un papel fundamental para los públicos. Según Rosas Mantecón “los públicos reaccionan ante las pautas que les proponen las ofertas culturales y negocian pactos de consumo” (2017: 21), dichos pactos permiten definir el rol del público que no está determinado solamente por las prácticas y espacios culturales, sino por la interacción de este público con otras prácticas y actividades de su vida social. “El rol del público es producto no sólo de una oferta cultural que convoca. Los posibles públicos pueden responder o no al llamado dependiendo de su ingreso, ocupación, edad, género y zona donde viven” (Rosas Mantecón, 2017, p. 54).

En ese sentido, los públicos desempeñan un rol fundamental en el reconocimiento y consolidación de los espacios en donde se ponen de manifiesto diversas prácticas cuyo valor simbólico individual, se pone en común y se comparte con los otros, lo cual permite comprender que “la sociabilidad es una dimensión fundamental de las prácticas culturales” (Rosas Mantecón, 2017: 22). De ahí la importancia de los estudios de públicos porque la existencia o falta de evaluaciones sobre las necesidades y demandas de los públicos son reflejo de la democracia y la autonomía, algo de lo que poco se hablaba, honestamente, en los gobiernos posrevolucionarios.

Realizar estudios en profundidad, con muestras significativas del nivel y tipo de recepción cultural que tiene la comunidad universitaria, es fundamental para brindar antecedentes sólidos para implementar estrategias que involucren a esta misma comunidad y externos en las actividades que realiza la Universidad Autónoma de Querétaro con respecto a la cultura de planeación institucional. Son los estudiantes universitarios un sector que puede impulsar el crecimiento del estado y del país y es por eso que involucrarlos en actividades artísticas y culturales tendría una repercusión a largo plazo en el modo de ver las construcciones sociales.

Ruta Metodológica

A partir de lo expuesto anteriormente, es que se analizó la relación entre la comunidad de la Universidad Autónoma de Querétaro de los campus ubicados en el municipio de Querétaro, y sus espacios culturales y artísticos, con el fin de identificar las prácticas de consumo y el uso de dichos espacios, para proponer estrategias que permitan el fortalecimiento de los procesos de vinculación y consolidación de los espacios culturales de la universidad y la presencia de estos en el estado.

Para obtener los primeros resultados de esta investigación se pensó en un diseño metodológico que parte de una lógica inductiva, a pesar de que el cuestionamiento en torno al consumo cultural de los universitarios y los espacios culturales no es novedoso, sí se configura desde la particularidad del entorno

mismo, el cual depende del desarrollo de la zona, en este caso la ciudad de Querétaro, la oferta cultural de la institución en cuestión y el crecimiento orientado al ámbito cultural. Este tipo de acercamiento permitió generar una perspectiva más abierta en cuanto a la definición de espacio cultural universitario.

El método mixto también favoreció la obtención de resultados, ya que, se habla de dos aspectos que se deben de abordar de manera distinta: por un lado, las particularidades de los espacios culturales y por el otro la población universitaria que rebasa los 20mil alumnos. Se hizo un acercamiento cualitativo y cuantitativo respectivamente.

Para concretar los objetivos planeados se realizó una división en la que a cada objetivo específico le corresponde una etapa:

Etapas del proyecto

Etapa 1.-Diagnóstico de espacios culturales universitarios

La primera etapa corresponde al diagnóstico de los espacios culturales, para esto se procedió con la parte cualitativa a partir de las técnicas de revisión de documentos y páginas web institucionales, así como entrevista semiestructura a una muestra de expertos: coordinadores de espacios culturales y encargados de difusión cultural o vinculación de cada Facultad.

En el caso de la revisión de documentos y páginas web y, en vista de que la Universidad Autónoma de Querétaro cuenta con distintos campus y espacios culturales dentro del municipio, se procedió a realizar una tabla de identificación, la cual permitió ordenar las Facultades y los organismos encargados de la gestión de los espacios de acuerdo a su ubicación geográfica. Se registraron cinco campus con catorce Facultades en total y cuatro organismos gestores. De esta manera se contactó a los expertos e informantes, los cuales se encuentran relacionados con las áreas de cultura en cada espacio educativo.

Los cuestionarios correspondientes a las entrevistas semiestructuradas se aplicaron dependiendo del área de responsabilidad del gestor.

Gestores en organismos encargados de espacios culturales: para el área de Gestión Cultural, Extensión Universitaria, Librería del Fondo de Cultura Económica, Dirección de Innovación y Creatividad Cultural y Facultad de Bellas Artes (la cual cuenta con espacios propios). Se buscaba saber cuál es la visión cultural, los espacios que coordinan, si se relacionan con otras Facultades u organismos culturales para la organización de eventos y de qué manera su espacio cultural forma parte de la comunidad universitaria. En total se realizaron diez preguntas, las cuales podría ampliarse de acuerdo a la disposición del sujeto entrevistado.

Responsables de difusión cultural o vinculación en cada Facultad: en el municipio de Querétaro, la Universidad cuenta con cinco campus en donde se pueden ubicar catorce Facultades: Ciudad Universitaria (Bellas Artes, Contaduría y Administración, Derecho, Ciencias Políticas y Sociales, Enfermería, Ingeniería, Psicología, Química); Campus Aeropuerto (Lenguas y Letras y una parte de Filosofía con la carrera de Gastronomía); Campus Juriquilla (Ciencias Naturales, Informática); Campus el Jacal (Medicina) y Campus Centro (Filosofía).

Las entrevistas semiestructuradas se enfocaron en conocer si había una diferenciación entre la coordinación de vinculación y la de cultura, si la Facultad contaba con programas de educación integral o talleres extracurriculares, el tipo de eventos culturales que realizan y los espacios que se asignan para este propósito. De la misma manera que con los gestores de organismos se establecieron cinco preguntas que podía ampliarse dependiendo de la disposición del coordinador.

Para la codificación abierta se hizo uso del software de atlas ti, de manera que se rastrearon categorías sobre el tipo de gestión de los espacios, el conocimiento de la participación universitaria y las dinámicas particulares de las facultades.

Los resultados obtenidos en este primer acercamiento sirvieron más adelante para establecer categorías a desarrollar y profundizar en la etapa cuantitativa como: la pertinencia de los espacios que se tomarían en cuenta dentro

de la encuesta, la importancia de identificar las preferencias de consumo cultural de los universitarios y la importancia del tipo de difusión como factor para efectivizar la relación de los alumnos con los espacios culturales que la Universidad pone a su disposición.

Etapa 2.- Estudio de consumo y prácticas culturales

La segunda etapa, enfocada al desglose cuantitativo, partió de los resultados obtenidos en el diagnóstico de espacios culturales y Facultades, con estos datos se generó una encuesta en formulario de *Google*, de manera que se pudiera economizar en recursos y aprovechar la infraestructura en red proporcionada por la Universidad. De este modo se identificaron, de manera paralela, ciertas carencias informáticas por parte de la Universidad, pero un alto uso de dispositivos digitales y conectividad por parte de los alumnos.

La muestra aleatoria se calculó en función de la población universitaria dentro de los campus anteriormente mencionados, que en total suman 19,090 alumnos inscritos, al corte realizado a principios del 2018. Esta información se obtuvo gracias a la encuesta y registro semestral realizados por la Unidad Institucional de Información. Para este caso se buscó obtener un nivel de confianza de 95%, así como un margen de error del 5%, situación que estableció la aplicación de 377 encuestas a alumnos y alumnas de distintas Facultades. Al momento de la aplicación se excedió este número, obteniendo 434 respuestas.

En primer lugar, se optó por manejar la encuesta simplemente en línea, confiando en la irradiación informática. Esta estrategia no fue tan efectiva, y al cabo de una semana se optó por recurrir a los Secretarios Académicos para la asignación de grupos y horarios en los que se pudiera aplicar la encuesta de manera presencial, continuando con el uso del formulario de *Google*, al cual los estudiantes podían acceder fácilmente a través de sus dispositivos móviles.

La encuesta consto de 25 preguntas, que se dividía en siete en escala de Likert; siete en casilla de verificación (misma que permitía seleccionar más de una opción); cuatro con opción múltiple, y dos con menú desplegable, entre las cuales

se encontraban los datos demográficos correspondientes a género, edad y Facultad. Además, se decidió incluir seis preguntas abiertas para proporcionar a los alumnos la opción de profundizar en sus respuestas.

Para la etapa cuantitativa se aprovechó el registro y graficación automática de formulario de *Google* para un primer acercamiento, y después se procedió a la realización de tablas dinámicas, las cuales facilitaron el cruce de respuestas, datos e indicadores. Posteriormente se realizó una lista de palabras, la cual identifica ciertas preferencias a nivel gráfico de los alumnos en relación con sus respuestas abiertas.

Resultados y discusión

A partir de este diseño se logró un acercamiento más conciso a los usos y tipo de relación de los universitarios con su espacio, se identificaron concordancias con los datos proporcionados por los gestores y coordinadores, pero también se ubicaron deficiencias proporcionadas por los mismos alumnos. Este tipo de diseño permite un análisis en el que convergen distintas políticas institucionales, que en la práctica no se encuentran del todo cohesionadas, y permite establecer otra panorámica del estado cultural de la Universidad.

La preocupación concreta por establecer parámetros de enseñanza artística y cultural dentro de los programas de estudio se manifestó, de forma oficial, en el año 2008, con la creación de ABACO, una iniciativa de la Facultad de Contaduría y Administración. A la par, se fortalecieron los programas de vinculación gestionados por la Secretaría de Extensión Universitaria y se remodelaron los espacios artísticos (teatros y foros) pertenecientes a la Facultad de Contaduría y Administración. Ha sido un recorrido de diez años en el que se ha intentado ofrecer a la comunidad universitaria un estímulo sensible extra, el cual aporte a su formación brindándole herramientas para otro tipo de apreciaciones alternas a la carrera de su elección.

Cruce de datos cuantitativos-cualitativos

A partir de las entrevistas semiestructuradas a expertos trabajadores dentro de organismos con injerencia en los centros culturales principales se obtuvieron las categorías de accesibilidad del alumno, socialización, la diversificación de públicos, focos de interés cultural y difusión cultural.

Identificación de espacios culturales y uso por parte de la comunidad

Ahora bien, en un principio se plantearon como espacios culturales los recintos que tuvieran las características formales de espacio, una construcción destinada a algún aspecto de la cultura, para este propósito se tomaron en cuenta: el Centro de Arte Bernardo Quintana Arrijoja, el Centro Cultural Hangar, La Librería Universitaria y la Librería del Fondo de Cultura Económica Hugo Gutiérrez Vega.

Sin embargo, uno de los primeros datos que la primera etapa arrojó fue la existencia de espacios performativos (tanto centralizados como excéntricos), es decir, en donde se aprovecha y se improvisa a partir de la infraestructura disponible para la puesta en escena, la conferencia, la exhibición. Estos espacios son los auditorios con que cuenta cada Facultad, así como sus espacios al aire libre, los cuales son readaptados por alumnos y gestores para generar eventos temporales; esto sucede de la misma manera con los espacios centralizados, es decir, la explanada de rectoría (que por su naturaleza ha sido aprovechada como foro cultural y de exhibición) y el auditorio principal Fernando Díaz Ramírez.

Por otro lado, se identificaron dos espacios de reciente creación o revitalización: el Centro Cultural independencia 29, en donde se puede encontrar una librería y el primer museo universitario con temática que parte del archivo de la estudiantina; y la Casa de la Vinculación Social de Carrillo Puerto, en donde los universitarios gestionan y realizan distintas actividades para la comunidad.

Se incluyeron, de igual manera los espacios gestionados por la Facultad de Bellas Artes, ya que en ellos se realizan eventos abiertos al público con frecuencia, y que, además, se encuentran dentro de la zona turística del centro histórico: Teatro Esperanza Cabrera y Teatro de Cámara de Bellas Artes.

Por último, se consideró que las librerías, a pesar de enfocarse en la venta de libros, también se configuran como espacios gestores de eventos como presentaciones de libro, y que por la infraestructura podrían ser idóneos para otro tipo de presentaciones relacionadas con la literatura: Librería Universitaria UAQ y Fondo de Cultura Hugo Gutiérrez Vega.

A partir de las preguntas ¿Conoces alguno de los siguientes espacios culturales de la Universidad Autónoma de Querétaro? Y ¿Cuáles has visitado? Ambas con la posibilidad de seleccionar más de una opción, se obtuvo que los espacios performativos son los más utilizados por los universitarios, justamente por la cercanía y apropiación que tienen del espacio. En segundo lugar, se ubicaron los espacios más antiguos, y por último los de reciente creación. Las visitas se relacionan directamente con el conocimiento del espacio.

Grafico 1.
Relación de conocimiento del espacio y visitas realizadas



Por otro lado, se obtuvo que un 47,6% de los universitarios han asistido de 1 a 2 veces, mientras que en los extremos se aprecia que un 9.4% acude a ellos de manera asidua (más de 6 veces en tres meses) y un 7.1% no han visitado estos espacios en el mismo periodo.

Focos de interés cultural e implementación por Facultad

El primer acercamiento a los coordinadores y encargados de vinculación y/o gestión cultural se realizó para cubrir una afirmación alrededor del proyecto: A mayor planeación de los programas tanto curriculares como libres se genera un incremento en el interés del alumno por las actividades artísticas y culturales en general, aun así, es necesario precisar que también pueden influir factores como la exposición familiar, pero esta variable se profundizara en estudios posteriores.

De la misma manera fue posible contrastar el nivel de fortalecimiento de los programas al realizar una comparación entre la información proporcionada por los expertos y las respuestas de los alumnos en las encuestas. Para este caso se presenta la siguiente tabla, en la cual se ubica la Facultad, el tipo de programa artístico cultural, y el nivel de implementación en relación con el estudiante.

Tabla 1.
Comparativa de implementación cultural y asimilación universitaria.

Campus	Ciudad Universitaria								Campus Aeropuerto	Campus Juriquilla		Campus el Jacal	Campus Centro
Facultad	Bellas Artes	Contaduría y Administración	Derecho	Ciencias Políticas y Sociales	Enfermería	Ingeniería	Psicología	Química	Lenguas y letras	Ciencias Naturales	Informática	Medicina	Filosofía
Tipo de programación de actividades artísticas o culturales	Independientes, talleres libres, materias enfocadas a la cultura y las artes, talleres curriculares	Independientes, talleres libres, materias enfocadas a la cultura y las artes, talleres curriculares	Independientes, talleres libres, talleres curriculares	Independientes, talleres libres, materias enfocadas a la cultura y las artes, talleres curriculares	Independientes, talleres libres	Independientes, talleres libres, materias enfocadas a la cultura y las artes, talleres curriculares	Independientes, talleres libres	Independientes, talleres libres, talleres curriculares	Independientes, talleres libres, materias enfocadas a la cultura y las artes, talleres curriculares				
Nivel de implementación de acuerdo a la institución	Consolidado	Consolidado	En desarrollo	Consolidado	De reciente implementación	Consolidado	De reciente implementación	En desarrollo	En desarrollo	En desarrollo	De reciente implementación	En desarrollo	Consolidado
Nivel de asimilación de la comunidad	62%	82%	91%	82%	92%	93%	87%	85%	80%	80%	86%	76%	95%
Área de mayor interés por parte de los alumnos	Actividades como público y ocio	Actividades como creador y ocio	Actividades como público y de participación social	Actividades como público y ocio	Actividades como creador y ocio	Uso de herramientas digitales y ocio	Actividades como creadores	Actividades como creador y ocio	Actividades como público y ocio	Actividades como público	Actividades como público	1. Y5	Actividades como público
Área de interés medio	Actividades formativas	Herramientas digitales	Ocio	Actividades formativas	Actividades formativas	Participación Social	Participación Social	Actividades formativas	Actividades participación social	Actividades formativas	Actividades formativas	Actividades como público	Actividades formativas
Área de menor interés	Participación social	Participación Social	Actividades como creador	Herramientas digitales	Participación Social	Actividades formativas	Actividades formativas	Herramientas digitales	--	Herramientas digitales		Participación Social	Herramientas Digitales

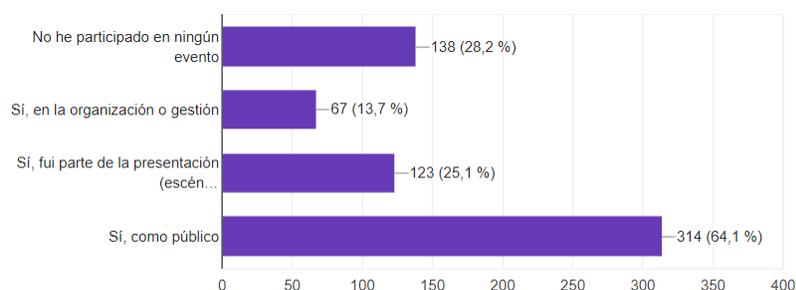
Para el nivel de implementación cultural se utilizaron los observables: consolidado, en desarrollo y de reciente creación. Esta categorización correspondió al tipo de programación que incluía cada Facultad, y podía variar desde organización independiente e informal, hasta el establecimiento de materias artísticas y culturales obligatorias. Es posible observar que las actividades con mayor preferencia son las que corresponden a visitar exhibiciones o ver alguna presentación escénica, la cual se coloca en segundo lugar, con actividades de ocio con una aparición predominante. Las actividades formativas suelen encontrarse en rango medio, mientras que predomina un rechazo hacia las actividades de participación social y poco acercamiento al uso de herramientas digitales y *softwares* creativos.

Socialización

Siguiendo con lo apuntado en el marco teórico, en el que se habla de un consumo cultural como determinante para las socializaciones del individuo a partir de su trazo de subjetividad y la importancia de la proyección al exterior de los programas culturales de la universidad, se observaron dos preguntas de la encuesta, orientadas al papel del universitario dentro de la programación cultural y al tipo de compañía con la que suelen acudir a estos espacios.

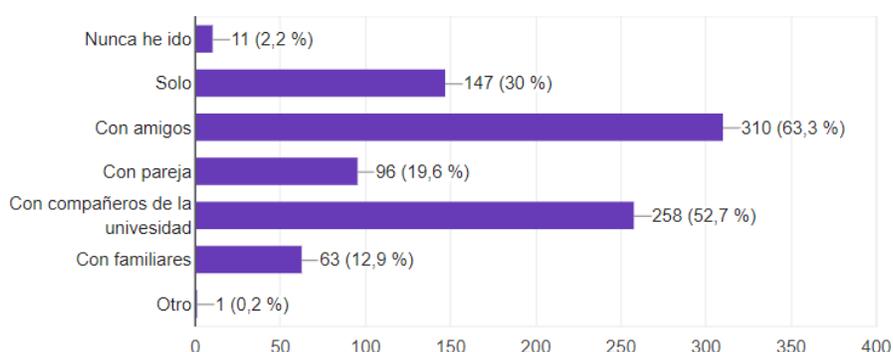
Es importante resaltar que, aunque la actividad predominante es el asistir a un evento cultural como público, la comunidad universitaria es muy activa y se involucra activamente en la presentación y gestión de actividades.

Gráfico 2.
Participación en eventos culturales organizados por la universidad.



El proceso de asistir a estos espacios y socializar la experiencia cultural con otros es una de las características que generan sociedad y establecen bases para que la universidad sea identificada por la sociedad como un espacio abierto. De esta manera, fue de nuestro interés identificar el tipo de compañía que prefieren los encuestados, para así, en un desarrollo más profundo de la investigación determinar el nivel de participación interior y exterior.

Gráfico 3.
Sobre el tipo de compañía preferente de los universitarios.



Diversificación de públicos

Las variables propuestas para esta sección estaban encaminadas a saber qué actividades realizan los universitarios normalmente en los espacios culturales, para tal efecto se seleccionaron tipos de eventos principales como presentación de libro, conferencia, talleres o cursos, exposiciones artísticas, conciertos de música y presentaciones escénicas. Una gran sorpresa es que los alumnos agregaron más de treinta respuestas distintas en la opción otro, entre las cuales se puede encontrar: su visita a la comicteca, *rallys*, foros de cine, presentación de poesía y concurso de cuentos.

Esto demuestra la necesidad de una diversificación de las actividades que respondan a las necesidades de las varias carreras que se ofertan en cada Facultad.

Difusión cultural y accesibilidad del estudiante

Para este caso se ubicaron dos razones por las que los universitarios prefieren algunos espacios y otros no, se identificó que los espacios más visitados son las áreas públicas y los auditorios universitarios, normalmente ubicados en sus propias facultades. Esto se debe a una cuestión de accesibilidad, pues al estar los campus tan dispersos y al tener carreras de gran carga académica, las opciones cercanas resultan ser más cómodas.

Por otro lado, al contrario de lo que se podría pensar sobre la difusión cultural modificada por las redes sociales, se encontró que aún se mantiene un tipo de difusión tradicional, a partir del saloneo, carteles y recomendación de amigos o familiares. Si bien esta es una observación interesante para la propuesta de estrategias de mejora que se desarrollarán más adelante, también es importante resaltar que gran parte de los encuestados que no han asistido a algún evento argumentan no estar informados de los eventos, y sugieren un mejor sistema de difusión.

Discusión y Conclusiones

Si bien es cierto que la Universidad Autónoma de Querétaro y sus dependencias hacen lo correspondiente para cumplir integralmente con las necesidades culturales de la sociedad realizando acuerdos, creando espacios, gestionando exhibiciones, también es cierto que a nivel nacional existen muchas barreras por derribar para que los públicos se acerquen a los espacios culturales y o artísticos a cualquier escala, nacional, estatal o universitaria.

Los cambios que se puedan realizar desde las universidades son indispensables para una formación de públicos a futuro, los cuales busquen generar sus propios intereses a partir del valor simbólico proporcionado por las instituciones y que después adquirirá forma a partir de la propia subjetividad de los alumnos.

Los espacios coordinados por la Dirección de Innovación y Creatividad Cultural, por ejemplo, no son propiamente museos universitarios, aunque si realizan las actividades que corresponden a los museos como la divulgación, la conservación

y la difusión, a esto le han sumado otras actividades que lo ubican como un espacio cultural abierto y plural, de experimentación, conocimiento e investigación en donde converge la multidisciplinaria y lo contemporáneo. Aún así, para el propósito de esta investigación es de utilidad rescatar los números arrojados por la última Encuesta Nacional de hábitos prácticos y consumo culturales en el Estado de Querétaro, en la que puede verse que un 60.36% no han asistido a un museo, por distintas causas: está muy lejos, no le interesa, no conoce (CONACULTA, 2010). Es posible observar en este estudio que las comunidades universitarias, perteneciendo a un sector específico de la población con interés en el conocimiento y en la formación integral están más en contacto con espacios de corte museal o cultural, pero aún pueden distinguirse puntos frágiles, tanto en las temáticas ofrecidas, como en la difusión, de manera que se puedan cubrir las carencias que podrían tenerse o bien, mantener las estrategias que funcionen.

Referencias

- CONACULTA. (2010). *Encuesta Nacional de hábitos prácticos y consumo culturales Querétaro. Encuesta nacional de hábitos y prácticas de consumo cultural*. Recuperado de https://www.cultura.gob.mx/encuesta_nacional/#.W6ijL2gzaM8
- Rosas, A. (2007). Barreras entre los museos y sus públicos en la Ciudad de México. *Culturales*, 3 (79), pp. 79- 104.
- Rosas, A. (2017). *Ir al cine. Antropología de los públicos, la ciudad y las pantallas*. México: Gedisa.
- Secretaría de Extensión Universitaria. (2017). *Facultades y obligaciones de la Secretaría de Extensión Universitaria*. Recuperado de <http://extension.uaq.mx/index.php/conocenos/facultades-y-obligaciones>
- UNESCO. (2011). *La UNESCO y la educación. Toda persona tiene derecho a la educación*. Recuperado de <http://unesdoc.unesco.org/images/0021/002127/212715s.pdf>
- Universidad Autónoma de Querétaro. (2015). *Plan de Gran Visión 2015 - 2045*. Querétaro