

EL INTERES MUSEÍSTICO POR PARTE DE LA JUVENTUD

EL INTERES MUSEÍSTICO POR PARTE DE LA JUVENTUD

Trabajo de Grado Presentado Para Obtener El Título De
Profesional de Ciencias de la Información y la Documentación Bibliotecología y
Archivística

Universidad del Quindío, Armenia

Blanca Cecilia Laitón Galeano.

Dilsa Helena Laitón Galeano

Noviembre 2016.

EL INTERÉS MUSEÍSTICO POR PARTE DE LA JUVENTUD

Blanca Cecilia Laitón Galeano

Dilsa Helena Laitón Galeano

Tutor

Lic. Patricia Villegas Celis

UNIVERSIDAD DEL QUINDÍO

FACULTAD DE BELLAS ARTES Y HUMANIDADES

PROGRAMA CIENCIA DE LA INFORMACIÓN Y LA DOCUMENTACIÓN,
BIBLIOTECOLOGÍA Y ARCHIVÍSTICA

BOGOTÁ D.C.

2016

Dedico este trabajo a mi hermana, quien fue mi compañera y apoyo incondicional en este camino maravilloso y exigente, el cual nos ha llevado a convertirnos en mejores personas.

También a nuestros amados hijos Cristian, Juan Sebastián, Nataly, Angélica, Esteban, quienes cedieron sus espacios y nos apoyaron con comprensión y paciencia en este gran reto, a nuestros padres quienes a través de la vida nos enseñaron que solo la constancia nos hace vencedores y constructores de un mejor futuro.

Especial dedicatoria para nuestra madre Rosalba, quien siempre ha tenido las palabras precisas para fortalecernos y darnos energía.

AAOG compañero de vida y guía.

Agradecimientos

Agradecemos primero a Dios porque a lo largo de nuestra carrera nos llenó de fortaleza, sabiduría, discernimiento y empuje, en momentos de desánimo y dificultades.

Agradecemos a la universidad del Quindío por darnos las herramientas, espacios y oportunidades para nuestra preparación como profesionales, por permitirnos interactuar con docentes excelentes, dispuestos a compartir con nosotras sus conocimientos, sus experiencias con exigencia y dedicación.

No podemos olvidar a nuestros compañeros quienes a lo largo de estos años compartieron con nosotras espacios de formación y de conocimientos.

Especial gratitud con nuestra familia por su apoyo en este paso tan importante para nuestro futuro, el camino recorrido durante los últimos cinco años ha sido de crecimiento y persistencia, no solo en el ámbito profesional sino en el personal.

Nota de aceptación:

Firma del Director del Trabajo de Grado

Firma del Jurado

Firma del Jurado

Firma del Jurado

Bogotá D.C., Noviembre 2016

Tabla de Contenidos

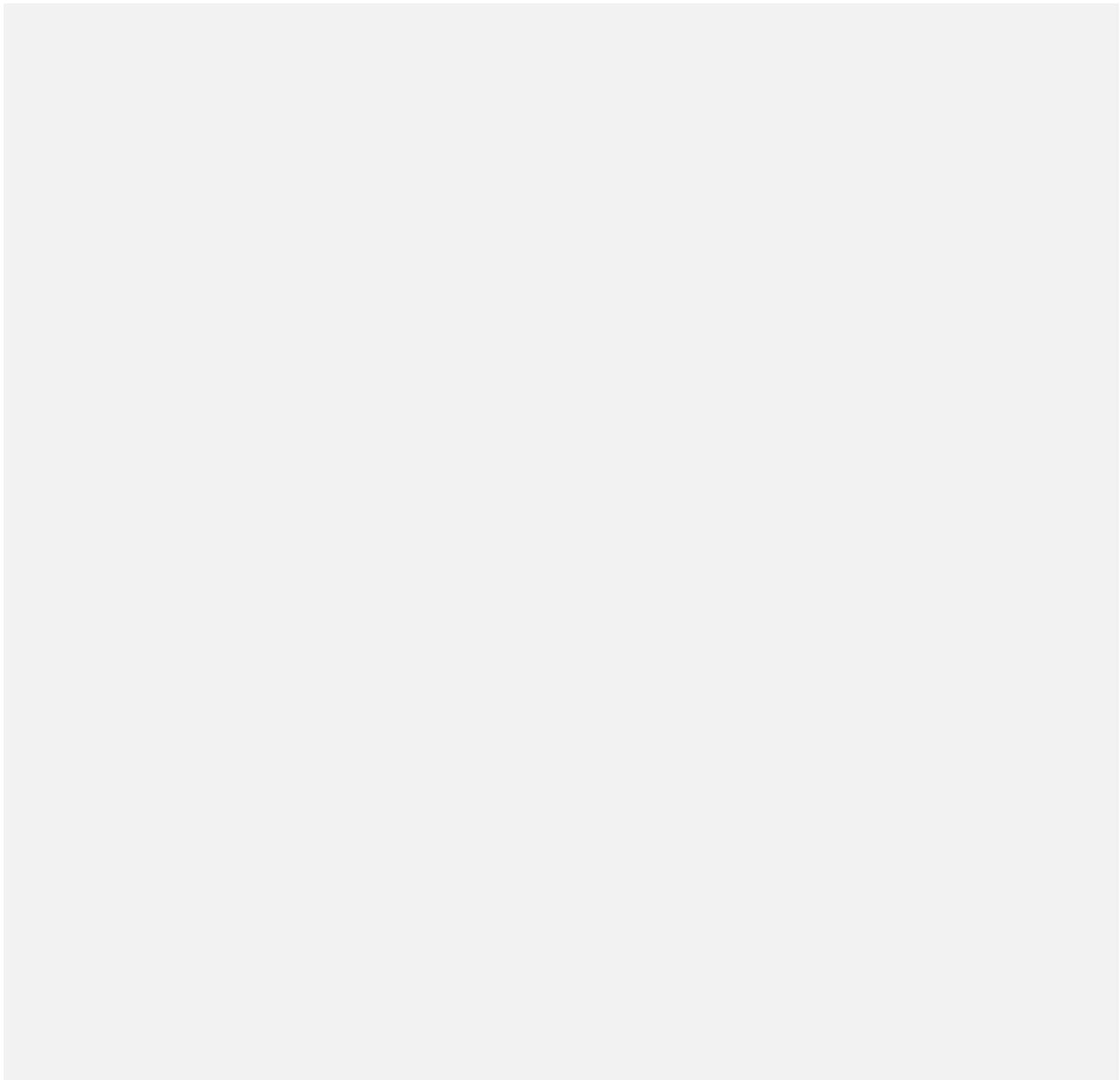
1. Pregunta de la investigación.....	1
2. Objetivos	1
2.1. Objetivo general	1
2.2. Objetivos específicos	1
3. Cronograma para la ejecución del trabajo.....	2
4. Marco referencial	3
4.1. Antecedentes	3
4.2. Marco teórico	5
4.3. Marco contextual.....	6
5. Marco metodológico	8
5.1. Población, muestra y unidad de análisis	8
5.2. Técnicas de Investigación	8
5.2.1. Encuesta	8
5.2.2. Cuestionario	9
5.2.3. Entrevista	10
5.3. Población y Muestra.....	11
6. Análisis e interpretación de datos	12
6.1. Cuestionario	12
6.2. Encuesta	16
6.3. Entrevista.....	17
7. Conclusiones	24
8. Recomendaciones.....	25
8.1. Proyectos desde el Museo	25
8.2. Proyectos del entorno	26

Lista de Tablas

Tabla 1 Datos Generales	11
Tabla 2 Tabulación frecuencia.....	12
Tabla 3 Tabulación Acompañamiento	12
Tabla 4 Tabulación Volver al Museo.....	13
Tabla 5 Tabulación Programación de visitas	13
Tabla 6 Tabulación Recomendación.....	14
Tabla 7 Interés Exposiciones	15
Tabla 8 Tabulación Calificación.....	16
Tabla 9 Tabulación visión del Museo.....	17
Tabla 10 Tabulación visión del museo 2	18
Tabla 11 Tabulación visión del museo 3	19
Tabla 12 Tabulación Propuestas de mejora	20
Tabla 13 Tabulación visón del Museo 3	21
Tabla 14 Tabulación Frecuencia de visita	22
Tabla 15 Tabulación compartir experiencia	23

Lista de Figuras

Figura 1 Cronograma	2
Figura 2 Formato Encuesta	8
Figura 3 Formato Cuestionario	9
Figura 4 Formato Entrevista	10



Área o línea del programa

Esta propuesta se alinea con el área de la carrera que tiene que ver con la Documentación y la archivística, esto porque el Museo del Oro de Bogotá en sus exposiciones permanentes constituye un centro de conservación de la historia, la cual se encuentra debidamente documentada y contiene archivos que son intrínsecos de las piezas o forman parte de la explicación de su existencia, en esta medida se espera que cada persona y en especial los jóvenes vean el museo del oro en sus exposiciones permanentes como un lugar importante y de gran interés en su desarrollo como personas y agentes constituyentes de una sociedad, en la que cada uno sea un agente de cambio y conservación de memoria e historia nacional

Modalidad del trabajo de grado

Trabajo de investigación cuantitativa

Resumen

Se busca revelar las razones por las cuales en la actualidad los jóvenes de 15 a 17 años presentan reticencia en su contacto con el Museo de Oro de Bogotá y en especial con las exposiciones permanentes, el estudio investigativo se enfocara en la afluencia física de esta población a las exposiciones mencionadas, esto en un ámbito lúdico de enriquecimiento cultural, este estudio será cuantitativo, y desde el, se identificarán puntualmente las razones por las cuales la presencia de jóvenes es mínima, desde factores como la cantidad de visitas recibidas y las razones por las cuales asisten, identificando el porqué del bajo interés, los proyectos adelantados desde los diferentes estamentos especializados en esta materia y los factores directos de acompañamiento e incentivo del entorno social del joven como la familia, la sociedad y la institución educativa a la que asisten, con el fin de determinar la motivación de asistencia y las causas del por qué los demás jóvenes no sienten la misma apetencia de participar, evidenciado si existen razones relacionadas con conceptos preconcebidos y heredados desde el medio que los rodea, su comunidad social o si su entorno educativo es deficiente al respecto.

1. Pregunta de la investigación

¿Cuáles son las razones por las cuales se presenta reticencia de los jóvenes de 15 a 17 a las exposiciones permanentes del museo del oro?

2. Objetivos

2.1. Objetivo general

Contribuir al desarrollo de políticas para el crecimiento de identidad y conciencia cultural de nuestra nación, mediante la investigación de la reticencia presentada por parte de los Jóvenes de 15 a 17 años hacia el Museo del Oro de Bogotá en sus exposiciones permanentes implementando un plan de recolección y análisis de datos para encontrar la causa raíz de dicho fenómeno y así lograr sugerir planes de acción que contribuyan a mitigarlo.

2.2. Objetivos específicos

Establecer la frecuencia de visitas de jóvenes al museo del oro, en sus exposiciones permanentes

Determinar las razones por las cuales los jóvenes visitan el museo.

Documentar cual es la visión de los jóvenes hacia el museo.

Identificar las razones por las cuales los jóvenes muestran reticencia a asistir asiduamente al Museo

4. Marco referencial

4.1. Antecedentes

El Museo del Oro del Banco de la República, está alineado con la descripción de la UNESCO, cuando afirma que un museo es, "una institución permanente, sin fines lucrativos, al servicio de la sociedad y de su desarrollo, abierta al público, que adquiere, conserva, investiga, comunica y exhibe el patrimonio tangible e intangible de la humanidad y su medio ambiente, para fines de educación, estudio y deleite". Fue creado en 1939.

El Museo del Oro del Banco de la República tiene como misión preservar, investigar, catalogar y dar a conocer sus colecciones arqueológicas de orfebrería, cerámica, lítico y otros materiales, como un patrimonio cultural de las generaciones actuales y futuras de colombianos, con el fin de contribuir al fortalecimiento de la identidad cultural de los colombianos a través del disfrute, el aprendizaje y la inspiración. Esta misión se desarrolla en su sede de Bogotá y en otras seis salas de exhibición permanente, los Museos del Oro regionales. Además en exposiciones viajeras, publicaciones y juegos, la programación de talleres, seminarios y conferencias, el web y las redes sociales. Según Ana María González Profesional de Servicios Educativos Divulgación "El museo busca ser incluyente y contribuir a la preservación de la memoria, se realizan diferentes actividades, que involucran a toda la familia, siempre hay guías que acompañan a los visitantes y se programan todos los últimos domingos de cada mes para un ingreso gratuito, para lograr la mayor afluencia de público" sin embargo al preguntar por proyecto para Jóvenes "para esa población específica aún no tenemos una estrategia, estamos más dirigidos a la familia completa, sin embargo hemos evolucionando en todo el tema tecnológico que es un gran atractivo para ellos" en las visitas de esta población fuera del aspecto académico en el cual afluyen constantemente, no hay un frecuencia significativa como nos dice Ana María " lo chicos de esa edad son difíciles de cautivar"

Teniendo en cuenta lo anterior podemos evidenciar que el Museo cuenta con planes y programas muy robustos y por supuesto encaminados a la inclusión como pilar fundamental, pero ninguno específico para la población de estudio (15 a 17 años).

Durante el primer acercamiento y visita de reconocimiento se logró realizar una medición de visitantes en promedio de 100 personas por hora con un total de 3 Jóvenes de la población en estudio, aunque es un dato muy ligero genera un indicador de retención, comparado con la cantidad de adultos y/o niños visitantes

4.2. Marco teórico

Se busca revelar las razones por las cuales en la actualidad los jóvenes de 15 a 17 años presentan reticencia en su contacto con el museo del oro y especialmente en las exposiciones permanentes, El estudio investigativo se enfocara en la afluencia física de esta población en un ámbito lúdico de enriquecimiento cultural, este estudio será cuantitativo descriptivo, donde se investigara puntualmente las razones por las cuales la presencia de jóvenes es mínima, desde factores como la cantidad de visitas recibidas, los proyectos adelantados desde los diferentes estamentos especializados en esta materia para desarrollar una propuesta de mejoramiento y los factores directos de acompañamiento e incentivo del entorno social del joven como la familia, la sociedad y la institución educativa a la que asisten.

María Soledad Gómez Wilchez (2007) en su trabajo Museos para la Generación E, plantea sobre la Actualidad Tecnológica que “Las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TIC) han cambiado por completo el mundo en el que vivimos. Su influencia ha sido tal que incluso ha dado lugar a una nueva generación de jóvenes que se relacionan con su entorno de una manera nueva y totalmente diferente. Ante el empuje de la que ya se conoce como Generación E, los museos tienen que hacer un esfuerzo por adaptar sus modelos de difusión y comunicación a la situación actual.” Y además comenta que “se debe reflexionar ante el nuevo papel que tienen que jugar los museos para adaptarse a los cambios sociales que el empuje de la tecnología está dando lugar y resultar así atractivos a la que ya se conoce como Generación E.”

Teniendo en cuenta lo anterior se resalta la actualidad tecnológica como una fuente de enriquecimiento en el contacto de los jóvenes con las Unidades de Información Museal, la generación Nativa digital debe recibir incentivos y esta es una realidad que requiere de estrategias ambiciosas y con alto contenido de tecnología para que se entiendan los museos con su entorno natural

4.3. Marco contextual

Palabras Clave: Palabras Clave: Museo, reticencia por los museos, proyectos museales de inclusión

Museo

Alejandra Mosco indicó que el concepto de museo ha sido redefinido, discutido, desde finales del año 2000. “El ICOM ha considerado que no sólo son espacios tradicionales con colecciones, define como museo cualquier colección puede ser viva, como los jardines botánicos o los zoológicos porque también se investiga, se exhibe, se divulga, se conserva. Las bibliotecas y los archivos también están considerados como museos, en ese sentido, el concepto de museo, se encuentra en un momento crucial, porque se está abriendo a una idea de pensamiento mucho más grande en el cual puede ser abierto, no sólo un edificio y colección”.

En opinión de Cuauhtémoc Medina, el concepto de museo ha cambiado todo el tiempo, desde que se generaron los museos públicos en el siglo XVIII y XIX. “Hemos pasado por museos dedicados a sabios y conocedores que tratan de formular un patrimonio social o público, por museos que tienen la intención de ser coparticipes del proceso de educación en muchos niveles que interactúan con distintas comunidades, a también la concepción de museo como un lugar donde se efectúan la transmisión de ideas y de nociones, así como a los que acercan lugares de negociación entre proyectos de sociedad y de identidades sociales”.

En general se entiende que un museo es un lugar físico o virtual en el cual se conserva y divulga el patrimonio cultural de una ciudad o nación, estos lugares han avanzado con el tiempo siendo vanguardistas y apegándose a una realidad tecnológica en la que pretenden fortalecer sus colecciones y así satisfacer las necesidades de toda su población usuaria. Los museos constituyen la memoria, la historia y el presente, son entidades creadas para enriquecer el conocimiento cultural y generar inquietud en un reconocimiento directo de una civilización específica, son un diario donde se escriben los momentos más cruciales que han marcado a las sociedades y en general al mundo, además de esto son un espacio de reflexión y direccionamiento sociocultural.

Reticencia por los museos

La reticencia o poco interés de la población Juvenil hacia los museos es una distancia fuerte dada por la escasez de interés de entorno social y educativo hacia este tipo de instituciones como parte de un crecimiento cultural y lúdico como lo manifiesta Román de la Calle (EL PAÍS, 17/05/06) “El encuentro de los jóvenes y los museos, más allá del propio ámbito de los conocimientos, al que también lógicamente se apela, creemos que debería plantearse como una cadena de experiencias englobadas en el marco de una mayor responsabilidad educativa: la que apunta al desarrollo plural y completo del sujeto, como persona. Y, en ese abanico de cuestiones, la dimensión estética tiene siempre intensas resonancias vitales, de primer orden, que se cuelan en el día a día de nuestra existencia, sin que casi nos demos cuenta de ello, como si se tratara del aire que respiramos.” Y además menciona que “los jóvenes deben sentirse protagonistas e intentar abordar las experiencias artísticas posibilitadas desde los museos como “otras” experiencias estéticas, extraídas de la vida misma, de la que nunca debieron dejar de formar parte. No en vano el viejo Dewey insistía reiteradamente en considerar siempre, desde la óptica educativa, “el arte como experiencia”.

Proyectos museales de inclusión

El Programa de fortalecimiento de Museos del Ministerio de Cultura de Colombia señala que los Proyectos Museales de Inclusión Juvenil son “ desde una perspectiva pedagógica elementos prácticos para elaborar un proyecto museográfico, entendido como aquella descripción de todos los componentes de una exposición, organizados en una secuencia lógica, ordenada y argumentada que permita planear todo el proceso de su ejecución: desde la idea inicial hasta su concreción en el espacio particular de una sala de exposiciones, en un museo específico y para un público juvenil determinado. Se sugieren preguntas y ejercicios para que los jóvenes avancen en esta construcción de manera autónoma”, así se evidencia que estos proyectos son toda una estructura educativa que busca incentivar la participación de la población juvenil en las actividades museísticas como parte fundamental de su desarrollo social, como una base fundamental de sus actividades cotidianas de manera atractiva y lúdica que contribuye a su vez en un fortalecimiento sociocultural.

5. Marco metodológico

5.1. Población, muestra y unidad de análisis

La población que estará sujeta a la presente investigación son jóvenes de edades entre los 15 y 17 años, la muestra que se tomara será de un 45% de la población encontrada para medición cuantitativa utilizando herramientas estadísticas medibles (Cuestionario - Encuesta) y de un 15% para fortalecimiento de conclusiones, utilizando herramientas estadísticas de análisis (Entrevista).

5.2. Técnicas de Investigación

5.2.1. Encuesta

Figura 2 Formato Encuesta



The image shows a survey form titled "Formato Encuesta" from the Universidad del Quindío. The header includes the university's name, faculty, and the CIDBA logo. The form contains the following sections:

- A vertical bar with the number "1".
- Fields for "Nombre:", "Colegio", and "Edad:".
- A question: "Como calificarias el recorrido por el Museo de Oro".
- Four emoji options for rating: a green thumbs up, a yellow neutral face, a yellow face with a hand on its head, and a yellow face with a magnifying glass.
- A field for "Que podemos mejorar" with a horizontal line for an answer.
- A small image of a golden statue of a person.

5.2.2. Cuestionario

Figura 3 Formato Cuestionario

  **UNIVERSIDAD DEL QUINDÍO**
Facultad de Ciencias Humanas y Bellas Artes
Ciencia de la Información y la Documentación, Bibliotecología y Archivística



MINI CUESTIONARIO MUSEO Y JUVENTUD

Nombre: _____

Colegio _____

Edad: _____

Nos gustaría conocer que piensas al respecto de:

1. ¿Es la primera vez que visitas el Museo de Oro?

SI NO

2. Viniste a visitar el museo con tu :

Colegio Amigos Familia

3. Te gustaría volver a visitar el museo si tu respuesta es afirmativa con quien te gustaría venir?

Colegio Amigos Familia

4. Recomendarías a tus amigos o conocidos, como plan de diversión una visita al Museo de Oro.

SI NO

5. De las exposiciones permanentes ¿cual fue la que te llamo más la atención?

a. El trabajo de los metales b. La gente y el oro c. Cosmología y simbolismo

d. La ofrenda c. Recorrido en 360° d. no las recuerdo bien



 **BANCO DE LA REPUBLICA**
MUSEO DEL ORO - BOGOTÁ D.C.

5.2.3. Entrevista

Figura 4 Formato Entrevista

UNIVERSIDAD DEL QUINDIO
Facultad de Ciencias Humanas y Bellas Artes
Clave de la Información y la Documentación, Bibliotecología y Arqueología

CIDBA

Tenemos curiosidad por saber qué piensas

Nombre: _____

Colegio _____

Edad: _____

1. Cual piensas que es el objetivo de existencia de lugares como el Museo del Oro.
2. Si tu pudieras mejorar en algo el Museo que harías?
3. Por qué crees que a algunos jóvenes les parece aburrido el museo?
4. Como se puede divertir en el museo un joven como tú?
5. Que sería lo primero que piensas cuando hables o te hablen del museo?
6. Cuando vas a volver y con quien vendrás



 BANCO DE LA REPUBLICA
MUSEO DEL ORO - BOGOTÁ D.C.

5.3. Población y Muestra

Tabla 1 Datos Generales

Datos	Cantidad Individuos	Porcentaje
Población	60	100%
Cuestionario	27	45%
Encuesta	27	45%
Entrevista	9	12%

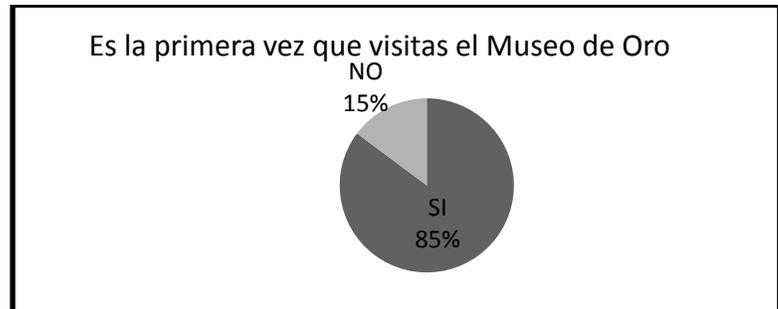
Luego de realizar la recolección de datos se analiza que la afluencia mínima de la población de estudio Jóvenes entre los 15 y 17 años al Museo del Oro de Bogotá.

6. Análisis e interpretación de datos

6.1. Cuestionario

Tabla 2 Tabulación frecuencia

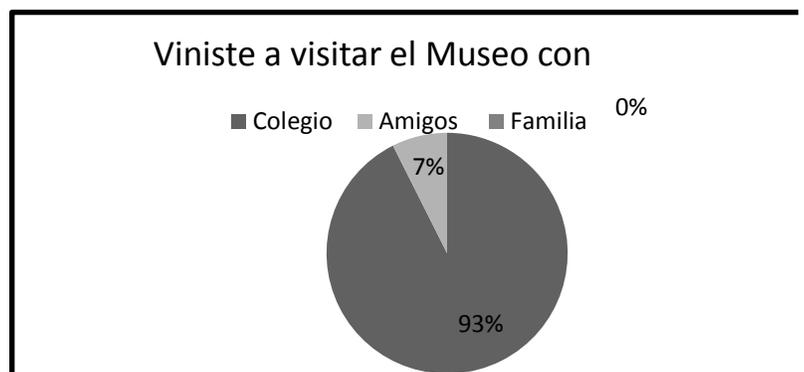
Es la primera vez que visitas el Museo de Oro	
SI	NO
23	4



Se evidencia que la frecuencia de visitas es baja debido a que el 85% de los individuos manifiestan esta como su primera experiencia en el Museo del Oro de Bogotá.

Tabla 3 Tabulación Acompañamiento

Viniste a visitar el Museo con		
Colegio	Amigos	Familia
25	2	0



Se evidencia que la frecuencia de visitas es baja debido a que el 93% de los individuos solo ha asistido al museo por invitación académica.

Tabla 4 Tabulación Volver al Museo

Te gustaría volver a visitar al museo

SI	NO
27	0

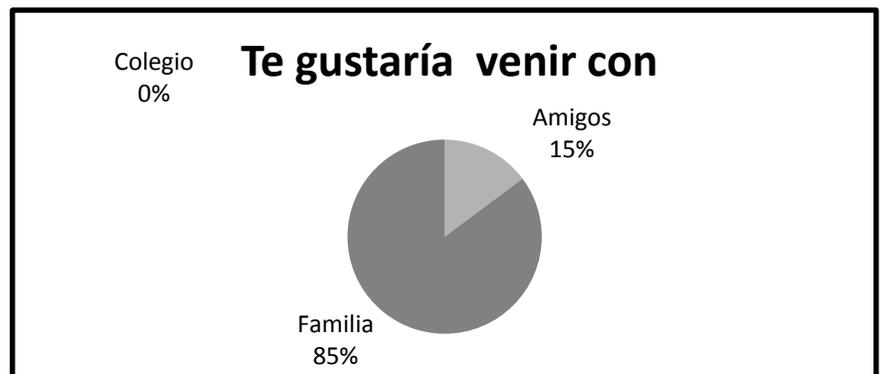


Una de las razones por las cuales el 100% de los Jóvenes visitaran nuevamente el Museo es porque consideran que es un espacio adecuado para compartir en familia

Tabla 5 Tabulación Programación de visitas

Te gustaría venir con

Colegio	Amigos	Familia
0	4	23

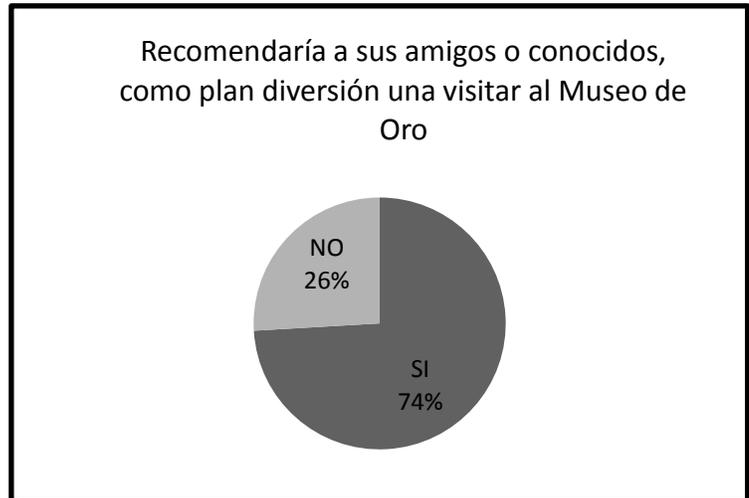


Del total de los encuestados, el 85 % respondió que prefiere visitar el museo con la familia, y el 15 % con los amigos, y no en espacios académicos.

Tabla 6 Tabulación Recomendación

Recomendaría a sus amigos o conocidos, como plan diversión una visitar al Museo de Oro

SI	NO
20	7



El 74% de los Jóvenes tienen la visión de que el Museo es un lugar donde se pueden divertir y aprender.

Tabla 7 Interés Exposiciones

De las exposiciones permanentes ¿cuál fue la que te llamo más la atención

Trabajo de metales	La gente y el oro	cosmología y simbolismo	la ofrenda	recorrido en 360°	No las recuerdo
10	11	7	10	1	0



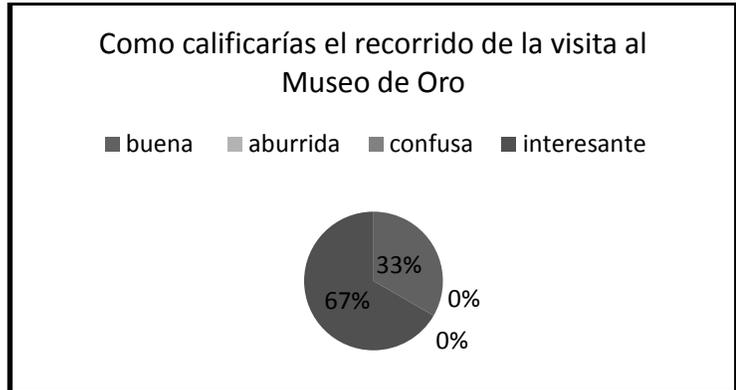
Se evidencia atracción e interés por parte de la población de estudio en las diferentes exposiciones permanentes así:

De los jóvenes encuestados encontramos que el 26 por ciento le llamo la atención las exposiciones permanentes de “El trabajo de metales” y “La ofrenda” al 28 por ciento le llamo la atención la exposición permanente de “La gente y el Oro”, al 18 por ciento la exposición de “cosmología y simbolismo” y a un 2 por ciento la exposición permanente “Recorrido en 360°”.

6.2. Encuesta

Tabla 8 Tabulación Calificación

Como calificarías el recorrido de la visita al Museo de Oro	
Buena	Interesante
9	18



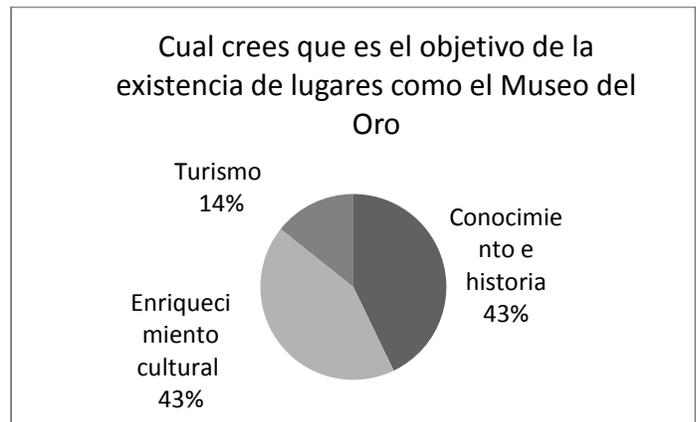
El 100% de los encuestados encontraron como interesante o buena la visita Al Museo, lo que constituye una razón para visitarlo nuevamente.

6.3. Entrevista

Tabla 9 Tabulación visión del Museo

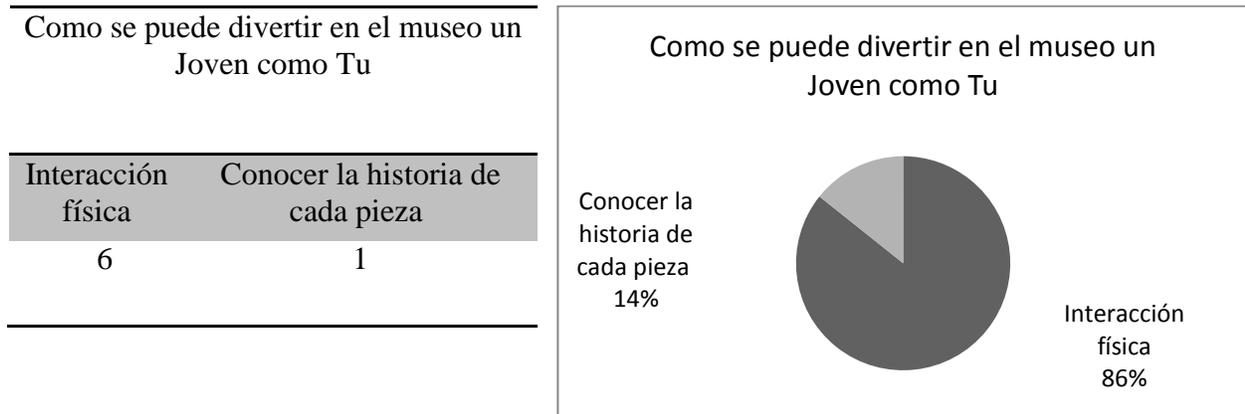
Cual crees que es el objetivo de la existencia de lugares como el Museo del Oro

Conocimiento e historia	Enriquecimiento cultural	Turismo
	3	1



Se evidencia que la visión de los Jóvenes hacia el museo es de un lugar donde se pueden divertir y enriquecerse culturalmente esto lo evidenciamos en el 86% de sus respuestas

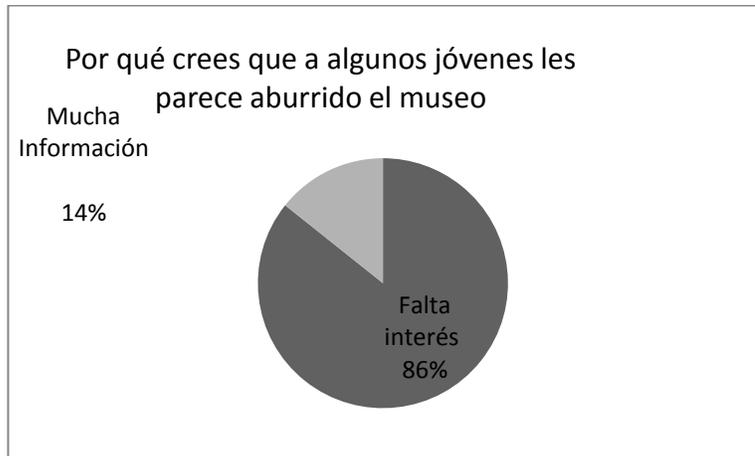
Tabla 10 Tabulación visión del museo 2



El 86% de los individuos manifiesta que una de las razones para visitar más el Museo sería interactuar físicamente con las piezas

Tabla 11 Tabulación visión del museo 3

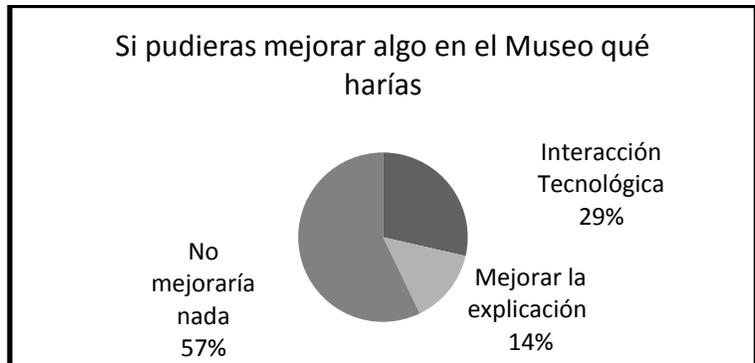
Por qué crees que a algunos jóvenes les parece aburrido el museo	
Falta interés	Mucha Información
6	1



Se evidencia que el 86% de los Jóvenes considera la falta de interés es una razón por la que Jóvenes de su misma edad no asisten al Museo.

Tabla 12 Tabulación Propuestas de mejora

Si pudieras mejorar algo en el Museo qué harías		
Interacción Tecnológica	Mejorar la explicación	No mejoraría nada
2	1	4



El 43% de los entrevistados ven el Museo con posibilidades de mejora al Museo en Interacción tecnológica y mejoras en la explicación en las visitas

Tabla 13 Tabulación visión del Museo 3

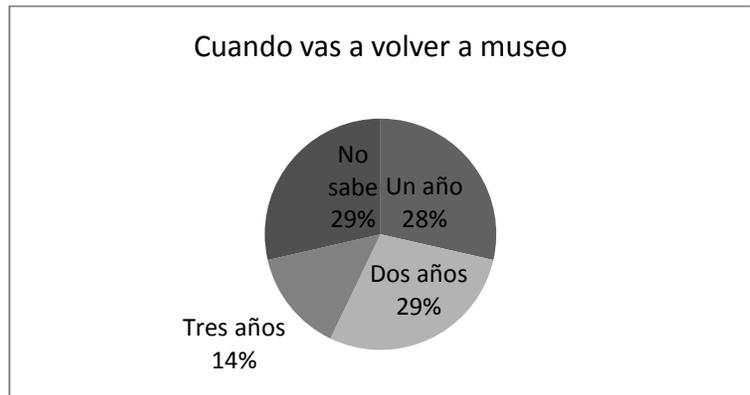
Que sería lo primero que pienses cuando hables o te hablen del Museo		
Valor cultural	Es bonito	En el auditorio
3	3	1



Los entrevistados ven el Museo en un 86% como un lugar que les aporte valor cultural y atracción.

Tabla 14 Tabulación Frecuencia de visita

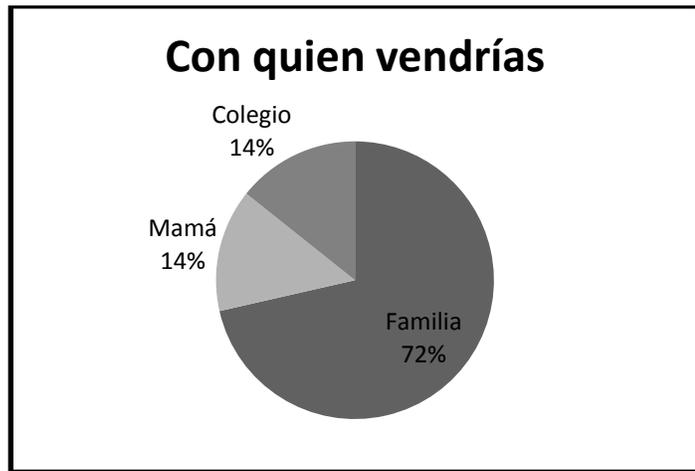
Cuando vas a volver a museo			
Un año	Dos años	Tres años	No sabe
2	2	1	2



La frecuencia de visita al museo es baja ya que 100% de los Jóvenes no volverán hasta después de un año.

Tabla 15 Tabulación compartir experiencia

Con quien vendrías		
Familia	Mamá	Colegio
5	1	1



Las visión del 86% de los individuos es que el Museo es una lugar para compartir en familia.

7. Conclusiones

Luego de realizar la presente investigación podemos concluir que los Jóvenes objeto del estudio no presentan reticencia hacia visitar el Museo del Oro de Bogotá, pero su afluencia si es muy baja, la causa raíz no tienen que ver con la percepción propia de cada joven, sino con su entorno, son personas que aún no tienen una autonomía económica y menos de autoridad sobre sus acciones, dependen de sus familias, de los planteles educativos donde estudian y de su entorno social como tal, a través de los datos vemos como el enfoque cultural está lejos de ser una prioridad en la construcción de esta población como individuos precursores de memoria e historia, los jóvenes han visitado el Museo una vez y esto ha sucedido solo por ser parte de una actividad académica, muestran interés en regresar pero dependen de otros para lograrlo.

En diferentes casos es evidente que les gustaría regresar con sus familias o amigos pues consideran el Museo del Oro como un lugar en donde pueden “recordar lo antiguo” y conocer mucho mas de sus orígenes, sin embargo consideran que deben esperar en la mayoría de los casos más como mínimo un año para materializar este deseo, lo sustentan en que están a portas de graduarse conseguir un empleo y así obtener los recursos para volver al Museo o simplemente esperan una nueva oportunidad en que el colegio donde estudian los vuelva a invitar nuevamente, a todas luces se evidencia la necesidad de la intervención desde las diferentes entidades involucradas y esta intervención debe lograr permear los diferentes escenarios que constituyen el entorno de la población de estudio.

8. Recomendaciones

8.1. Proyectos desde el Museo

Desarrollar proyectos que faciliten la cercanía de los jóvenes con las piezas de las exposiciones permanentes, estos se pueden materializar con la implementación de planes con base en alianzas estratégicas con artesanos de las diferentes regiones del país que fabriquen réplicas exactas de dichas piezas, de tal forma que se facilite el contacto directo, para llevar a cabo estos proyectos el Museo del Oro de Bogotá puede generar una convocatoria a través de las gobernaciones y alcaldías, motivando así a los artesanos a participar y a difundir la historia contada a través de cada pieza.

Teniendo en cuenta lo anterior se desarrollara la segunda fase que será la recolección de las piezas en las diferentes regiones del país con ayuda de los entes gubernamentales, de manera posterior se organizaran talleres de una duración aproximada de 15 minutos, estos estarán enfocados en la retroalimentación al interior del Museo, tendrán lugar al finalizar cada uno de los recorridos, allí los jóvenes tendrán la posibilidad de interactuar con las piezas, realizar registros fotográficos o videos y realizar preguntas del recorrido en general.

8.2. Proyectos del entorno

Es preciso además resaltar que la población de estudio no asiste al Museo por no ser individuos autónomos en temas económicos y de autoridad, se debe motivar a su entorno para que les permitan tener una cercanía más constante y significativa, por esta razón se hace propicio realizar invitaciones mediante los colegios de la ciudad a los jóvenes de la siguiente manera:

- Se programaran reuniones para hacer extensivas las invitaciones a los jóvenes en los colegios por cada zona de la ciudad.
- Cada joven asistirá a la reunión acompañado por sus padres, esta asistencia será gestionada por el colegio.
- El Museo de Oro de Bogotá elaborara material para un tiempo límite de media hora con dos componentes uno teórico relacionado con las exposiciones permanentes y uno lúdico que este acompañado de réplicas exactas de piezas representativas o relatos por tradición oral.
- Se realizara la entrega de una invitación al Museo a cada joven para un día y horario específico destinado para dicha población, diferente al ámbito académico.
- Se comprometerá a cada padre a facilitar la asistencia de su hijo el día de la invitación.

Bibliografía

Gómez. W. María. S. Museos para la generación e. Recuperado el 12 Octubre de 2016. De <https://mediamusea.files.wordpress.com/2007/11/museos-para-la-generacion-e.pdf>

Fernández. Bruno. (2013). Eternamente joven... en el Museo. Blog. Recuperado el 12 Octubre de 2016. De <http://asimetrica.org/eternamente-jovenen-el-museo/>

Ministerio de Cultura de Colombia. Educación en las entidades Museales. Recuperado el 12 Octubre de 2016. de. http://www.museoscolombianos.gov.co/publicaciones/cartillas/educativa_2014.pdf

La jornada Aguas calientes. España (2014). El museo puede contribuir a la reconstrucción del tejido social. Recuperado el 12 Octubre de 2016. De <http://www.lja.mx/2014/05/el-museo-puede-contribuir-a-la-reconstruccion-del-tejido-social/>

Listado de Anexos

1. Avances del Proyecto Solicitud Museo de Oro
2. Presentación de la Universidad al Museo del Oro
3. Autorización del Museo
4. Soporte cuestionario
5. Soporte encuesta
6. Soporte entrevista
7. Registros Fotográficos