


	<b>GESTIÓN SERVICIOS BIBLIOTECARIOS</b>					  	
	<b>CARTA DE AUTORIZACIÓN</b>						
<b>CÓDIGO</b>	<b>AP-BIB-FO-06</b>	<b>VERSIÓN</b>	<b>1</b>	<b>VIGENCIA</b>	<b>2014</b>	<b>PÁGINA</b>	<b>1 de 2</b>

Neiva, 20 mayo 2015

Señores

**CENTRO DE INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN**

UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA

Ciudad

El (Los) suscrito(s):

**GLORIA TOVAR SILVA,** con C.C. No. **1.075.263.656**

**GEORGINA CORTES FRANCO,** con C.C. No. **1.075.225.817**

**DANITZA PERDOMO ARAGONÉS,** con C.C. No. **1.075.254.278**





Autor(es) de la tesis y/o trabajo de grado titulado: **CARACTERIZACIÓN DE LA COMUNICACIÓN QUE CONSTRUYEN LOS MUSEOS DEL CENTRO DE CONVENCIONES JOSÉ EUSTASIO RIVERA Y LOS JÓVENES ESTUDIANTES DEL GRADO ONCE DE TRES INSTITUCIONES EDUCATIVAS DE LA CIUDAD DE NEIVA**

Presentado y aprobado en el año **2015** como requisito para optar al título de **COMUNICADORA SOCIAL Y PERIODISTA;**

Autorizo (amos) al CENTRO DE INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN de la Universidad Surcolombiana para que con fines académicos, muestre al país y el exterior la producción intelectual de la Universidad Surcolombiana, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera:

Los usuarios puedan consultar el contenido de este trabajo de grado en los sitios web que administra la Universidad, en bases de datos, repositorio digital, catálogos y en otros sitios web, redes y sistemas de información nacionales e internacionales “open access” y en las redes de información con las cuales tenga convenio la Institución.

- Permita la consulta, la reproducción y préstamo a los usuarios interesados en el contenido de este trabajo, para todos los usos que tengan finalidad académica, ya sea en formato Cd-Rom o digital desde internet, intranet, etc., y en general para cualquier formato conocido o por conocer, dentro de

	<b>GESTIÓN SERVICIOS BIBLIOTECARIOS</b>					  	
	<b>CARTA DE AUTORIZACIÓN</b>						
<b>CÓDIGO</b>	<b>AP-BIB-FO-06</b>	<b>VERSIÓN</b>	<b>1</b>	<b>VIGENCIA</b>	<b>2014</b>	<b>PÁGINA</b>	<b>2 de 2</b>

los términos establecidos en la Ley 23 de 1982, Ley 44 de 1993, Decisión Andina 351 de 1993, Decreto 460 de 1995 y demás normas generales sobre la materia.

- Continúo conservando los correspondientes derechos sin modificación o restricción alguna; puesto que de acuerdo con la legislación colombiana aplicable, el presente es un acuerdo jurídico que en ningún caso conlleva la enajenación del derecho de autor y sus conexos.

De conformidad con lo establecido en el artículo 30 de la Ley 23 de 1982 y el artículo 11 de la Decisión Andina 351 de 1993, “Los derechos morales sobre el trabajo son propiedad de los autores”, los cuales son irrenunciables, imprescriptibles, inembargables e inalienables.

EL AUTOR/ESTUDIANTE:





Firma: Olivia Touar Silva.

EL AUTOR/ESTUDIANTE:

Firma: GEORGINA CORTES.

EL AUTOR/ESTUDIANTE:

Firma: Lasly Daniela Perdomo A.

	<b>GESTIÓN SERVICIOS BIBLIOTECARIOS</b>					  	
	DESCRIPCIÓN DE LA TESIS Y/O TRABAJOS DE GRADO						
<b>CÓDIGO</b>	<b>AP-BIB-FO-07</b>	<b>VERSIÓN</b>	<b>1</b>	<b>VIGENCIA</b>	<b>2014</b>	<b>PÁGINA</b>	<b>1 de 3</b>

**TÍTULO COMPLETO DEL TRABAJO:** Caracterización de la comunicación que construyen los Museos del Centro de Convenciones José Eustasio Rivera y los jóvenes estudiantes del grado once de tres Instituciones Educativas de la ciudad de Neiva

**AUTOR O AUTORES:**

Primero y Segundo Apellido	Primero y Segundo Nombre
Cortes Franco Perdomo Aragonés Tovar Silva	Georgina Danitza Gloria

**DIRECTOR Y CODIRECTOR TESIS:**

Primero y Segundo Apellido	Primero y Segundo Nombre
Charry González Peña Poveda	Fernando Yamile

**ASESOR (ES):**

Primero y Segundo Apellido	Primero y Segundo Nombre
Ramos Núñez	Oscar Iván

**PARA OPTAR AL TÍTULO DE:** Comunicador Social y Periodista





**FACULTAD:** Ciencias Sociales y Humanas

**PROGRAMA O POSGRADO:** Comunicación Social y Periodismo

**CIUDAD:** Neiva – Huila      **AÑO DE PRESENTACIÓN:** 2015-A      **NÚMERO DE PÁGINAS:** 152

**TIPO DE ILUSTRACIONES (Marcar con una X):**

Diagramas **X** Fotografías\_\_\_ Grabaciones en discos\_\_\_ Ilustraciones en general\_\_\_  
 Grabados\_\_\_ Láminas\_\_\_ Litografías\_\_\_ Mapas\_\_\_ Música impresa\_\_\_ Planos\_\_\_  
 Retratos\_\_\_ Sin ilustraciones\_ Tablas o Cuadros **X**

	<b>GESTIÓN SERVICIOS BIBLIOTECARIOS</b>					  	
	DESCRIPCIÓN DE LA TESIS Y/O TRABAJOS DE GRADO						
<b>CÓDIGO</b>	<b>AP-BIB-FO-07</b>	<b>VERSIÓN</b>	<b>1</b>	<b>VIGENCIA</b>	<b>2014</b>	<b>PÁGINA</b>	<b>2 de 3</b>

**SOFTWARE** requerido y/o especializado para la lectura del documento:

**MATERIAL ANEXO:**

**PREMIO O DISTINCIÓN** (*En caso de ser LAUREADAS o Meritoria*):

**PALABRAS CLAVES EN ESPAÑOL E INGLÉS:**

<u>Español</u>	<u>Inglés</u>	<u>Español</u>	<u>Inglés</u>
1. Comunicación	Communication	6. Administrativos	Administrative
2. Educación	Education	7. Estrategias	Strategies
3. Museos	Museums	8. Caracterización	Characterization
4. Jóvenes	Young	9. Neiva	Neiva
5. Estudiantes	Students	10. Instituciones	Institutions

**RESUMEN DEL CONTENIDO:** (Máximo 250 palabras)

Esta investigación nace de la necesidad de identificar y analizar la comunicación que construyen los museos pertenecientes a la Secretaria de Cultura Departamental y ubicados en el Centro de Convenciones José Eustasio Rivera (Museo Jorge Villamil Cordovéz, Museo de Arte Contemporáneo, Museo Arqueológico Regional de Huila y Museo del Sanjuanero) y los jóvenes estudiantes del grado 11 de tres Instituciones Educativas.

En la presente investigación se diseñaron y desarrollaron técnicas e instrumentos para la recolección de información, que permitiera elaborar un perfil de los actores, conocer que conceptos manejan de comunicación, y así elaborar estrategias comunicativas acertadas.

Esta investigación se encuentra organizada en dos etapas, en la primera se desarrolla el marco teórico del trabajo, se estudió autores que han estudiado los términos comunicación, educación, jóvenes y museos. La segunda etapa contiene el análisis de los resultados de la investigación que se divide en cinco capítulos, que consisten en caracterizar los actores, identificar las nociones de comunicación que conciben estudiantes y administrativos, caracterizar la comunicación que proponen y construyen los museos y los jóvenes, y por último el diseño del plan estratégico de comunicación para fortalecer la comunicación de los museos con los jóvenes estudiantes de la ciudad de Neiva.

Finalmente, con esta investigación se pretende que los administrativos de los museos y los escolares le concedan un lugar significativo a la comunicación. Pero también, se hace necesario desarrollar estrategias comunicativas para consolidar estos espacios como lugares de encuentro y aprendizaje donde los jóvenes compartir, educarse y conocer la región Surcolombiana.



## GESTIÓN SERVICIOS BIBLIOTECARIOS

### DESCRIPCIÓN DE LA TESIS Y/O TRABAJOS DE GRADO



CÓDIGO

AP-BIB-FO-07

VERSIÓN

1

VIGENCIA

2014

PÁGINA

3 de 3

#### ABSTRACT: (Máximo 250 palabras)

This research stems from the need to identify and analyze the communication that build museums belonging to the Ministry of Culture Department and located in the Convention Center Eustatius Jose Rivera (Jorge Villamil Cordovéz Museum, Museum of Contemporary Art, Regional Archaeological Museum of Huila and Museum Sanjuanero) and young students in grade 11 three educational institutions.

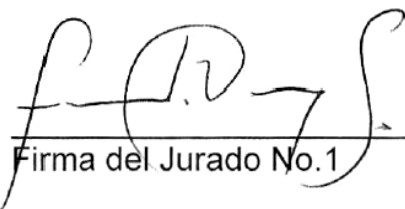
In this research they were designed and developed techniques and instruments to collect information that would develop a profile of the actors, knowing that handle communication concepts, and so develop successful communication strategies.

This research is organized in two stages, first the theoretical framework of labor develops, authors who have studied the terms communication, education, youth and museums are studied. The second stage contains the analysis of the results of research which is divided into five chapters, consisting of characterizing the actors, identify conceived notions of communication students and administrators, proponents characterize communication and build museums and youth, and finally the design of the strategic communication plan to strengthen communication with young students museums of the city of Neiva.

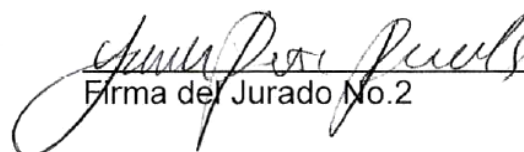
Finally, this research aims to administrative museums and school will grant a significant place to communicate. But also, it is necessary to develop communication to consolidate these spaces as meeting places where young and learning to share, educate and learn about the region Surcolombiana strategies.

#### APROBACION DE LA TESIS

FERNANDO CHAZOLY BARRALCÁZ  
Nombre Jurado No.1

  
Firma del Jurado No.1

Jannik Johanna Pesi Poveda  
Nombre Jurado No.2

  
Firma del Jurado No.2

CARACTERIZACIÓN DE LA COMUNICACIÓN QUE CONSTRUYEN LOS  
MUSEOS DEL CENTRO DE CONVENCIONES JOSÉ EUSTASIO RIVERA Y  
LOS JÓVENES ESTUDIANTES DEL GRADO ONCE DE TRES  
INSTITUCIONES EDUCATIVAS DE LA CIUDAD DE NEIVA

GEORGINA CORTES FRANCO

2008173460

DANITZA PERDOMO ARAGONES

2008172697

GLORIA TOVAR SILVA

2008173334

UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA  
FACULTAD CIENCIAS SOCIALES Y HUMANAS  
PROGRAMA COMUNICACIÓN SOCIAL Y PERIODISMO  
NEIVA  
2015

CARACTERIZACIÓN DE LA COMUNICACIÓN QUE CONSTRUYEN LOS  
MUSEOS DEL CENTRO DE CONVENCIONES JOSE EUSTASIO RIVERA Y  
LOS JÓVENES ESTUDIANTES DEL GRADO ONCE DE TRES  
INSTITUCIONES EDUCATIVAS DE LA CIUDAD DE NEIVA

GEORGINA CORTES FRANCO

2008173460

DANITZA PERDOMO ARAGONES

2008172696

GLORIA TOVAR SILVA

2008173334

Proyecto de investigación para optar al título de  
Comunicador Social y Periodista

Director de Investigación  
Mg. Oscar Iván Ramos Núñez

UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA  
FACULTAD CIENCIAS SOCIALES Y HUMANAS  
PROGRAMA COMUNICACIÓN SOCIAL Y PERIODISMO

NEIVA

2015

**NOTA DE ACEPTACIÓN**

---

---

---

---

**FIRMA DEL PRESIDENTE DEL JURADO**

---

**FIRMA JURADO**

---

**FIRMA JURADO**

**Neiva, mayo 2015**



## **DEDICATORIA**

### **LESLY DANITZA PERDOMO**

Con cariño y mucho aprecio agradezco a mi madre, Rocio, a mi padre Silvio que desde el cielo guía cada uno de mis pasos, a mis hermanos, Ariel, Silvia y Jhon, a mi hija Gala, a mis amigas Tania y Yoya y demás familiares, que aportaron un granito de arena en mi formación profesional. A cada uno de ellos que son mi fortaleza les dedico mis triunfos y alegrías.

### **GEORGINA CORTES FRANCO**

Le agradezco infinitamente a la persona más importante en mi vida, mi querida madre Luz Stella Franco, que siempre estuviera lista para brindarme toda su ayuda, ahora me toca regresar con gusto todo el inmenso apoyo que me ha otorgado. También agradezco a mí esposo Francisco Olaya que siempre ha estado a mí lado y a mi adorado hijo que me impulsa cada día a ser mejor.

## **GLORIA TOVAR SILVA**

Agradezco a Dios por permitirme alcanzar este nuevo logro profesional, a mi madre querida *Ana Mireya Silva Puentes* y mi hermano *Wilson Tovar Silva*. Gracias infinitas por cada uno de los consejos, la paciencia, empeño y apoyo que me brindaron. Este logro está dedicado a ustedes, quienes hicieron que mi proceso de formación sea hoy una realidad, por estar ahí cuando los necesitaba, acompañarme y ayudarme a formar como una profesional. Son mi ejemplo a seguir, me enseñaron que el camino de la vida es vertiginoso pero con su amor, paciencia y sabiduría saldré triunfadora.

A mi colega y gran amiga gracias infinitas por ser tan incondicional, a estos seres maravillosos, únicos e incondicionales sólo me queda decirles que los adoro y mil gracias.

## **AGRADECIMIENTOS**

En el presente trabajo le agradecemos a Dios por bendecirnos y guiarnos en este camino de formación, a nuestro director de tesis, Oscar Iván Ramos Núñez por su dedicación, paciencia y motivación, pues con su compañía y apoyo hemos logrado culminar nuestros estudios.

También agradecemos a los docentes del Programa de Comunicación Social y Periodismo por darnos las bases de una formación profesional.

## CONTENIDO

	Pág.
<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>13</b>
<b>1. JUSTIFICACIÓN</b> .....	<b>16</b>
<b>2. SITUACIÓN PROBLEMÁTICA</b> .....	<b>19</b>
2.1. Formulación de la pregunta de investigación .....	<b>21</b>
<b>3. OBJETIVOS</b> .....	<b>22</b>
3.1. Objetivo General.....	<b>22</b>
3.2. Objetivo Específico.....	<b>23</b>
<b>4. MARCO TEÓRICO</b> .....	<b>24</b>
4.1. Marco Referencial .....	<b>24</b>
4.1.1. La comunicación desde una Mirada Global .....	<b>24</b>
4.1.2. Estudios de la Comunicación en Colombia.....	<b>34</b>
4.1.3. Una breve Introducción a los Estudios sobre Jóvenes .....	<b>40</b>
4.2. Marco Conceptual .....	<b>43</b>
4.2.1 Una Mirada al Concepto de Comunicación .....	<b>43</b>
4.2.2. Los Jóvenes como Actores Sociales .....	<b>48</b>
4.2.3. Los museos y su aporte a la educación .....	<b>56</b>

<b>5.</b>	<b>DISEÑO METODOLÓGICO .....</b>	<b>59</b>
5.1.	Tipo de Estudio .....	59
5.2.	Técnicas e instrumentos para la recolección de información.....	60
5.3.	Universo y Muestra .....	62
<b>6.</b>	<b>LOS RESULTADOS: PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN.....</b>	<b>65</b>
6.1.	<i>Perfil de los Actores y nociones de comunicación .....</i>	<i>65</i>
6.1.1	Perfil de los estudiantes .....	66
6.1.2	Nociones de comunicación de los estudiantes .....	70
6.2.	<i>Perfil de los administrativos y sus nociones de comunicación ...</i>	<i>86</i>
6.2.1	Perfil de los administrativos .....	87
6.2.2	Noción de comunicación de los administrativos .....	91
6.3.	Caracterización de la comunicación que proponen los museos del centro de convenciones con los jóvenes de la ciudad de Neiva..	98
6.4.	Caracterización de la comunicación que construyen los jóvenes estudiantes con los museos del Centro de Convenciones .....	105
6.5.	Estrategias de comunicación que permitan fortalecer y construir las relaciones comunicativas entre los estudiantes y el museo del Centro de Convenciones José Eustasio Rivera .....	120
6.5.1	Identificación Cuadro de Impacto – Comunicación .....	121
6.5.2	Matriz DOFA de Comunicación .....	123
6.5.3	Matriz de Tácticas Eje de Comunicación .....	125
<b>7.</b>	<b>CONCLUSIONES .....</b>	<b>128</b>
<b>8.</b>	<b>RECOMENDACIONES.....</b>	<b>132</b>

**9. REFERENCIA DOCUMENTAL ..... 134**

**10. ANEXOS ..... 139**

## LISTA DE TABLAS

<b>Tabla 1.</b>	Población Estudiantil Grado Once .....	<b>65</b>
<b>Tabla 2.</b>	Cuadro Comparativo, Perfil Estudiantil .....	<b>66</b>
<b>Tabla 3.</b>	Comunicación como Difusión y Efecto .....	<b>71</b>
<b>Tabla 4.</b>	Comunicación como Relación y Diálogo .....	<b>71</b>
<b>Tabla 5.</b>	Para qué sirve la comunicación, Institución Educativa Técnico Superior.....	<b>84</b>
<b>Tabla 6.</b>	Para qué sirve la comunicación INEM “Julián Mottas Salas”.....	<b>85</b>
<b>Tabla 7.</b>	Para qué sirve la comunicación Colegio Rafael Pombo .....	<b>85</b>
<b>Tabla 8.</b>	Cuadro comparativo, personal administrativos Centro de Convenciones José Eustasio Rivera .....	<b>87</b>
<b>Tabla 9.</b>	Qué significado o noción tienen sobre los museos .....	<b>107</b>
<b>Tabla 10.</b>	Por qué conoce los museos.....	<b>110</b>
<b>Tabla 11.</b>	El museo es un lugar de encuentro que educa o es un lugar de Paso.....	<b>116</b>
<b>Tabla 12.</b>	Qué les comunica el museo, cómo se comunica el museo y las personas que trabajan allí .....	<b>115</b>
<b>Tabla 13.</b>	Qué quiere que le comuniquen los Museos .....	<b>117</b>
<b>Tabla 14.</b>	Cómo se puede fortalecer las relaciones comunicativas con los museos y las personas que laboran allí .....	<b>119</b>
<b>Tabla 15.</b>	Identificación de factores, eje comunicación .....	<b>121</b>

**Tabla 16.** Cruce estratégico y Matriz DOFA Comunicación..... **123**

**Tabla 17.** Tácticas eje Comunicación..... **125**



## LISTA DE GRÁFICOS

<b>Gráfica 1.</b> Ilustración Formas de Comunicación .....	<b>76</b>
<b>Gráfica 2.</b> Respuesta a gráficas formas de Comunicación .....	<b>78</b>
<b>Gráfica 3.</b> Herramientas Indispensables para una buena comunicación ....	<b>94</b>
<b>Gráfica 5.</b> Ilustración formas de comunicación II .....	<b>97</b>

## INTRODUCCIÓN

Esta investigación nace de la necesidad de identificar y analizar la comunicación que construyen los museos pertenecientes a la secretaria de Cultura Departamental y ubicados en el Centro de Convenciones José Eustasio Rivera (*Museo Jorge Villamil Cordovéz, Museo de Arte Contemporáneo, Museo Arqueológico Regional de Huila y Museo del Sanjuanero*) y los jóvenes estudiantes del grado 11 de las Instituciones Educativas: INEM Mota Salas, Rafael Pombo y Técnico Superior de la ciudad de Neiva.

Teniendo en cuenta que los jóvenes estudiantes de las Instituciones Educativas públicas y privadas de la ciudad, son los actores que más frecuentan los museos y las razones por las que lo visitan son diferentes al enfoque comunicacional surgieron los siguientes interrogantes iniciales *¿Qué diálogos construyen los museos con sus visitantes? ¿Cómo es la comunicación entre jóvenes y trabajadores de los museos? ¿Para ellos qué es la comunicación y cómo la conciben?* Pero también se hizo necesario preguntarse *¿Cómo acercar los jóvenes a estos centros culturales? ¿Cómo generar comunicación o fortalecer la que ya existe?*

En la presente investigación se diseñaron y desarrollaron técnicas e instrumentos para la recolección de información, que permitiera elaborar un perfil de los actores, conocer que conceptos manejan de comunicación y nociones y así mismo elaborar estrategias comunicativas más acertadas, que logren un acercamiento entre los museos y los jóvenes escolares de la ciudad de Neiva.

En base a el desarrollo de la investigación, esta se encuentra organizada en dos etapas, en la primera se desarrolla el marco teórico del trabajo, se estudió autores que han estudiado los términos comunicación, educación, jóvenes y museos. La segunda etapa contiene el análisis de los resultados de la investigación que se divide en cinco capítulos, que consisten en caracterizar los actores, identificar las nociones de comunicación que conciben estudiantes y administrativos, caracterizar la comunicación que proponen y construyen los museos y los jóvenes, y por último el diseño del plan estratégico de comunicación para fortalecer la comunicación de los museos con los jóvenes estudiantes de la ciudad de Neiva.

Finalmente, con este trabajo de investigación se pretende que los administrativos de los museos y los escolares le concedan un lugar significativo a la comunicación. Pero también, se hace necesario desarrollar las estrategias comunicativas propuestas para consolidar estos espacios como

lugares de encuentro y aprendizaje donde niños, jóvenes y adultos puedan compartir, interactuar, educarse y conocer la región Surcolombiana.

## 1 JUSTIFICACIÓN

La presente investigación surge a partir de una serie de elementos fundamentales.

En primer lugar porque, es necesario acercar a la población escolarizada de la ciudad de Neiva a los centros culturales “*Museo Arqueológico Regional del Huila, el Museo de Arte Contemporáneo, el Museo del Sanjuanero y el Museo Jorge Villamil Cordovéz*” con el propósito de crear un reconocimiento de estos espacios y así mismo generar un vínculo comunicativo más fuerte con los jóvenes estudiantes, ya que son ellos, los que más visitan estos espacios (*sólo por compromisos académicos*) de construcción de memoria.

Como se menciona anteriormente se hace pertinente acercar a los jóvenes a los espacios culturales debido a que estos son los encargados de transmitir a las nuevas generaciones la cultura e historia de la región, Además de ser los actores principales en la sociedad, puesto que se encuentran en una etapa donde tiene la capacidad académica e intelectual para apropiarse de estos espacios culturales. El empoderamiento y reconocimiento cultural por parte de los jóvenes estudiantes permitiría una identidad e interés que generarían una cultura más arraigada a sus costumbres, historia y cultura.

Asimismo se incrementaría su participación e inclusión en la creación de distintas actividades que llevaría a los jóvenes a encontrar en estos lugares un espacio de interacción y esparcimiento.

Cabe señalar que siendo acordes a la necesidad de atención y acompañamiento que requieren los jóvenes estudiantes, se analizan las diversas disciplinas y herramientas artísticas y culturales que pueden ofrecer los muros del Centro de Convenciones José Eustasio Rivera a estos actores, que constantemente buscan la forma y las herramientas de enfrentarse a sus preocupaciones.

En segundo lugar, porque esta investigación a nivel regional es la primera que estudia a los Museos en un ámbito comunicativo. Partiendo del concepto del ICOM Consejo Internacional de los Museos “los museos son entidades sin ánimo de lucro, al servicio de la sociedad y su desarrollo, que es accesible al público y acopia, conserva, investiga, difunde, educa y expone el patrimonio material e inmaterial para que sea estudiado y eduque y deleite al público”. A partir de esta premisa se hace pertinente y fundamental establecer y analizar la comunicación que construyen estos espacios con los jóvenes escolarizados de los grados 11 de la ciudad de Neiva, en donde la comunicación no sea solo un instrumento para la transmisión de información, sino una herramienta para consolidar y fortalecer la comunicación que acercar los escolares a estos

centros culturales y lograr que los museos eduquen, formen e interactúen con sus visitantes.

En tercer lugar, porque en estos espacios se concibe la comunicación desde una mirada restringida, reduccionista e instrumentalista, transmitiendo información a través de diferentes medios (*carteleras, guías*) y no como una herramienta de reflexión, creación, interpretación, transformación y retroalimentación que permite la construcción colectiva de vínculos y sentidos entre individuos y grupos sociales.

Finalmente y teniendo en cuenta lo anterior, se busca con este estudio un beneficio colectivo, en donde los jóvenes interactúen con estos espacios y que sean ellos los encargados de difundir y reproducir el conocimiento que allí se encuentra. Se espera que los administrativos de los museos y los escolares le concedan un lugar significativo a la comunicación, pero también, se hace necesario desarrollar estrategias comunicativas que consoliden estos espacios como lugares de encuentro y aprendizaje donde los jóvenes puedan compartir, educarse, interactuar y conocer la región Surcolombiana.

## 2 SITUACIÓN PROBLEMÁTICA

Neiva cuenta con cuatro centros culturales, estos son; el Museo Arqueológico Regional del Huila, el Museo de Arte Contemporáneo, el Museo del Sanjuanero y el Museo Jorge Villamil Cordovéz, pertenecientes a la Secretaria de Cultura Departamental y ubicados en el Centro de Convenciones José Eustasio Rivera en la ciudad de Neiva; estos espacios tienen como objetivo principal educar y salvaguardar el patrimonio cultural de la región. Por ser de carácter cultural e histórico estos espacios están dirigidos a públicos de todas las edades y diferentes niveles de formación, (*niños, jóvenes, profesionales, adultos y adultos mayores*), su dinámica de exposición se realiza mediante un guía (*persona contratada por la Secretaría de Cultura*), o jóvenes de servicio social de distintas Instituciones Educativas de Neiva.

A pesar de su importancia, para los jóvenes en su mayoría estudiantes de secundaria, los museos no comunican y en casos extremos son desconocidos. Puesto que los jóvenes escolares, pertenecen a la cultura audiovisual y electrónica en donde sólo les atrae lo encontrado visualmente, (*los objetos, las figuras y las obras de arte*) sin embargo los museos al no encontrarse en esta era audiovisual se convierten en poco interesantes y atractivos, donde no se invita a los jóvenes a reflexionar y cuestionarse por el significado histórico o la trascendencia cultural del objeto en exposición.



Lo anterior indica que los jóvenes no se sienten identificados con los museos, debido a la metodología clásica de transmisión del conocimiento que utilizan los guías (*contenidos históricos y académicos densos y extensos*), dirigidos a un público que constantemente interactúa y pertenece a una cultura que exige contenidos ligeros, cortos, precisos, novedosos y entretenidos.

Teniendo en cuenta lo anterior se hace necesario identificar el perfil, las nociones de comunicación y qué buscan o esperan estos jóvenes de los museos de Centro de Convenciones José Eustasio Rivera, como también determinar las nociones de comunicación y el conocimiento del público (estudiantes) de parte de los administrativos, que finalmente permita a través del desarrollo de estrategias comunicativas apropiadas, la articulación de los diversos actores en pro de la consolidación de estos espacios como lugares de encuentro y aprendizaje, tomando como sujetos de estudio a los estudiantes de los grados once de las Instituciones Educativas (INEM, Pombo y Técnico Superior)

Es con base en lo anterior que se plantea la siguiente pregunta de investigación: *¿Cómo es la comunicación entre los museos del Centro de Convenciones José Eustasio Rivera y los estudiantes del grado 11 de las Instituciones Educativas: INEM “Julián Mota Salas”, Rafael Pombo y Técnico*

*Superior de Neiva – Huila, y cuáles podría ser las estrategias comunicativas más apropiadas para su posicionamiento y reconocimiento?*

### 3 OBJETIVOS

En concordancia con la anterior pregunta de investigación se consideró apropiado desarrollar un estudio a partir del siguiente objetivo general y objetivos específicos:

#### **Objetivo General**

Identificar y caracterizar la comunicación que construye los museos del Centro de Convenciones José Eustasio Rivera “Museo Arqueológico Regional del Huila, el Museo de Arte Contemporáneo, el Museo del Sanjuanero y el Museo Jorge Villamil Cordovéz” y los jóvenes estudiantes de los grados 11 de las Instituciones Educativas: INEM Julián Mota Salas, Rafael Pombo y Técnico Superior de la ciudad de Neiva – Huila, con el propósito de establecer las estrategias comunicativas más apropiadas que permitan su reconocimiento y posicionamiento como escenario de encuentro e interlocución de los estudiantes?

**Objetivos específicos:**

- Identificar el perfil de los estudiantes que visitan los museos del Centro de Convenciones José Eustasio Rivera y sus nociones sobre comunicación.
- Identificar el perfil de los administrativos del Centro de Convenciones José Eustasio Rivera y sus nociones sobre comunicación.
- Caracterizar la comunicación que proponen y construyen los museos del Centro de Convenciones con los jóvenes estudiantes.
- Caracterizar la comunicación que desarrollan-construyen los jóvenes estudiantes con los museos del Centro de Convenciones José Eustasio Rivera.
- Estructurar estrategias de comunicación que permitan construir y/o fortalecer las relaciones comunicativas y el reconocimiento de los museos entre los jóvenes estudiantes de la ciudad de Neiva.

## 4 MARCO TEÓRICO

### 4.1 Marco Referencial

#### ***4.1.1 La comunicación desde una mirada global***

Tomás Austin Millán (1875) en el texto *“Las Comunicaciones de la Prehistoria y en la Historia de la Humanidad”*, menciona que las primeras formas de comunicación se realizaban con simples sonidos que fueron evolucionando y complementándose con señas, símbolos, colores, movimientos, gestos y adornos que se utilizaban para identificar una situación de peligro, de amabilidad o festejo. Este desarrollo de la comunicación posibilitó la supervivencia de la humanidad, a partir de actividades de cooperación y acciones de emocionalidad y racionalidad. *“Queda demostrado que la comunicación fue un elemento fundamental en los principios de la humanidad, porque estuvo y está en directa relación con la acción colectiva, la expresión de las emociones para sí mismo y hacia los demás.”* (Millar, 1875)

Asimismo, Yves Winkin (1984) en su libro *“La Nueva Comunicación”* argumenta, que el término comunicación ha tenido variadas significaciones de acuerdo a la lengua y al contexto donde es estudiado, por ejemplo, en la lengua francesa *comunicar* y *comunicación* aparecen en la segunda mitad del siglo XIV significando *participar*, muy ligado al latín *comunicare, participar en*,

*poner en relación*. A partir del termino general de *participación de dos o varios*, en el siglo XVI, aparece el sentido de *practicar* una noticia y desde entonces hasta fines de este siglo comunicar significa transmitir, y este termino de trasmisión predomina en todas las acepciones francesas contemporáneas.

Por otro lado, cuando en el siglo XV la palabra participación aparece en la lengua inglesa, la raíz latina communis todavía tenía gran sentido, el término es casi sinónimo de comunicación y significa el *acto de compartir, de participación en común*. En el siglo XVIII con el desarrollo de medios de transporte el término se pluraliza y es utilizado para denominar carreteras, canales y ferrocarriles. En el siglo XIX en Estados Unidos la palabra comunicación designa industrias de prensa, el cine, la radio y la televisión, para posteriormente esta acepción extenderse a los países Europeos

Grand Roberth, citado por Winkin (1984), añade una nueva definición del termino comunicación a las cuatro ya establecidas, (*acción de comunicar algo a alguien, la cosa que se comunica, acción de comunicarse con alguien, paso de un lugar a otro*), Roberth argumenta, que la comunicación es toda relación dinámica que interviene en funcionamiento.

Otros autores que aportaron en la evolución del término Comunicación según Winkin, fueron Noberth Wiener y Claude Shannon (1981). Noberth Wiener et.

Al. (1981) con el proyecto cibernética, intentaron construir una teoría general de los sistemas, según Wiener, *un sistema es un complejo de elementos en interacción cuya naturaleza no es aleatoria*. En contraste, Shannon (1981) con *la Teoría Matemática de la Comunicación* se opone al modelo antes mencionado, tiene un modelo puramente lineal fundamentado en la transmisión del mensaje.

Para Winkin (1984), en el curso de los años 50, investigadores como Gregory Bateson, intentan formular una teoría general de la comunicación, trabajo complementado por Birdwhistell y Edward Wall que introducen a la comunicación elementos como la kinésica y la proxémica, que son estudios comunicativos de los movimientos corporales y los espacios en los que interactúa el ser humano, (*comunicación no verbal*). Para otros investigadores como Jackson y Watzlawick, la teoría de Shannon se limita a los ingenieros de las telecomunicaciones, para estos autores, *la comunicación es un proceso social permanente que integra múltiples modos de comportamiento, la palabra, el gesto, la mirada, la mímica, el espacio interindividual*, según Jackson, la comunicación es un todo integrado.

Para otros autores como Mario Kaplún (1987), el verdadero sentido de la comunicación se ha desplazado por la influencia de los medios masivos.

Según Kaplún (1987), los medios transformaron la comunicación en un modelo basado en la trasmisión de mensajes o de señales dejando a un lado las relaciones humanas y la retroalimentación.

Para Kaplún (1987), este modelo de comunicación tuvo gran incidencia política y social, pues excluía a los sectores dominados del entonces proceso de comunicación, lo que llevo a la reivindicación humana, quiere esto decir, que la población excluida empezó a reclamar sus derechos, especialmente el derecho a la participación y por ende el derecho a la comunicación, los sectores populares quisieron también hablar, ser escuchados y pasar a ser interlocutores.

Definir qué se entiende por comunicación corresponde a saber en qué sociedad queremos vivir. Mario Kaplún (1987) muestra dos opciones a las cuales se enfrenta la sociedad al seleccionar una de los dos conceptos de comunicación:

- Comunicación Dominadora
- Comunicación Democrática

Para los teóricos e investigadores latinoamericanos, la verdadera comunicación no ésta dada por un emisor que habla y un receptor que



escucha, sino por dos o más seres o comunidades humanas que intercambian y comparten experiencias, conocimientos, sentimientos (*aunque sean a distancia o a través de medios artificiales*). Es a través de ese proceso de intercambio cómo los seres humanos establecen relaciones entre si y pasan de la existencia individual aislada a la existencia social comunitaria (Kaplún, 1987).

En este sentido, el canadiense Jean Cloutier (1975) citado por Kaplún, propone que todo hombre debe ser visto como un EMIREC (*amalgama de Emisor y Receptor*). Cloutier plantea, que todo ser humano está dotado y facultado para ambas funciones y tiene derecho a participar en el proceso de la comunicación como emisor y receptor. Este modelo de comunicación de EMIREC permite un intercambio de mensajes en un ciclo bidireccional y permanente.

Otro aspecto importante que Mario Kaplún (1987) resalta es la asociación de los conceptos de comunicación con los modelos de educación que se manejan en la sociedad, para Kaplún (1987), siempre que se hace comunicación popular se está buscando un resultado educativo ya que estos medios alternativos de comunicación son utilizados como instrumentos para una educación popular. *“Para cada tipo de educación corresponde una*

*determinada concepción y una determinada práctica de la comunicación”*  
(Kaplún, 1987).

Los tres modelos de educación que se plantean en el texto de Mario Kaplún (1987), *“El Comunicador Popular”*, son señalados por Juan Díaz Bordenave; quien los ha agrupado en los modelos exógeno y endógeno:

*“Se les llama modelo exógeno porque están planteados desde afuera del destinatario, el educando es visto como un objeto; en tanto el modelo endógeno parte del destinatario, el educando es el sujeto de la educación”*  
(Kaplún, 1987).

➤ **Los Modelos Exógenos:**

1. *Educación que pone énfasis en los contenidos*

Este modelo es de una educación tradicional, basado en la transmisión de conocimiento. Paulo Freire la calificó como Bancaria, pues se basa en depositar conocimiento en los educandos. Es un tipo de educación vertical y autoritaria, *“en este modelo la escuela tradicional INFORMA pero NO FORMA”*  
(Kaplún, 1998).

El objetivo de este modelo de educación es que el educando aprenda, dejando de lado la importancia de desarrollar la capacidad de razonamiento y conciencia crítica que pueda adquirir el estudiante, se da muy poca

importancia al diálogo y a la participación y por el contrario se valora mucho el dato pero muy poco el concepto. La comunicación en este modelo es similar, ya que también existe una *Comunicación Bancaria*. Es simplemente la transmisión de información.

En este modelo de comunicación, existe un emisor (e) o comunicador, quien es el que “*sabe*” y emite un mensaje (M), a través de los diferentes medios de comunicación, con su propia visión y contenidos a un receptor (R) que “*no sabe*”. Como lo dice Mario Kaplún (1998), su modo de comunicación es el Monólogo.

Al igual que en la educación, esta es una comunicación vertical y autoritaria, clasificada de Unidireccional, pues el emisor maneja, es dueño y protagonista de la comunicación y esta fluye en una sola dirección.

## *2. Educación que pone énfasis en los efectos*

*“Este modelo nació en los Estados Unidos en el siglo XX, durante la segunda guerra mundial y se desarrolló precisamente para el entrenamiento militar, el rápido y eficaz entrenamiento de los soldados”.* (Kaplún, (1998)

Este modelo de educación, cuestiona el modelo que pone énfasis en los contenidos y surgió como una reacción contra él. En este modelo según Kaplún (1998), se propone un método más rápido y eficiente, “*hecho en serie*”

donde se condiciona al educando para que adopte las conductas y las ideas que ya se habían determinado.

En el ámbito de la educación el que establece lo que el educando debe hacer, como debe actuar, incluso que debe pensar, es el programador. No ofrece la posibilidad de que el estudiante razone sino que genere unos hábitos. Se trata sólo de convencer, manejar y condicionar al individuo para que adopte la conducta que se propone. Para Kaplún (1998), es una educación manipuladora, pues el objetivo es que el educando haga y tenga un cambio de actitudes. Del objetivo de este modelo, se creó la llamada ingeniería del comportamiento.

*En este modelo “sigue habiendo un emisor (E), dueño de la comunicación que envía un mensaje (M) a un receptor (R) quien, continúa reducido a un papel secundario, subordinado, dependiente; pero aparece una respuesta o reacción del receptor, denominada retroalimentación o feedback, la cual es recogida por el emisor” (Kaplún, 1998)*

Aparentemente el modelo es visto como uno más participativo y equilibrado por la presencia de una retroalimentación por parte del receptor, sin embargo, esta respuesta o feedback tiene un significado y función muy diferente a la

premisa de establecer una comunicación bidireccional (*Comunicar es imponer conductas, lograr acatamiento*).

Como lo expresa Ramsay y otros, citados por Kaplún (1998) *“si no se ha logrado el cambio apetecido, si no se produjo la respuesta deseada ante el estímulo empleado, puede considerarse que la comunicación ha sido fallida. O más radicalmente aún, puede considerarse que no hubo comunicación”*.

De este modo, la retroalimentación es la demostración y confirmación del efecto previsto; se podría establecer que hubo comunicación si el efecto fue acatado, si no la comunicación es negativa. Aun así sirve al emisor como herramienta de verificación y control de los efectos. Mario Kaplún (1998) expone que es un modelo en donde:

- Se da más importancia a los efectos que a los procesos
- Se confunde comunicación con propaganda
- Es más importante la cantidad que la calidad
- Se limita la participación del destinatario a la simple recepción de información y conocimiento.
- Se considera a los destinatarios como masas y no como personas.

➤ **Modelo Endógeno:**

3. Educación que pone énfasis en el proceso

Mario Kaplún (1998) caracteriza a este modelo con esta frase de Freire *“la educación es praxis, reflexión y acción del hombre sobre el mundo para transformarlo”*.

A diferencia de los otros dos métodos, este se identifica por practicar una educación que forma a las personas y las lleva a transformar su realidad. Ya se deja de lado, el comprender a la educación y comunicación como herramientas para la manipulación e información. Esta acción de cambio donde las personas se van educando entre sí, Kaplún la define como el verdadero *“proceso”* educativo.

Este proceso educativo ha de ser un proceso permanente en el que el sujeto va descubriendo, elaborando, reinventando, haciendo suyo el conocimiento adquirido. El verdadero proceso de la acción – reflexión – acción que genera un cambio de actitudes en el hombre para así convertirse en un ser crítico y cada vez más autónomo de su realidad.

*“Lo que importa aquí, más que enseñar cosas y transmitir contenidos, es que el sujeto aprenda a aprender; que se haga capaz de razonar por sí mismo, de superar las constataciones meramente empíricas e inmediatas de los hechos*

*que le rodean (conciencia ingenua) y desarrollar su propia capacidad de deducir, de relacionar, de elaborar síntesis (conciencia crítica)” (Kaplún, 1998)*

El objetivo de este modelo de educación/comunicación es que el sujeto piense y que ese pensar lo lleve a transformar su realidad.

#### **4.1.2 Estudios de la Comunicación en Colombia**

En su investigación *“Comunicación y Convivencia Escolar en la Ciudad de Medellín, Colombia”*, Jacqueline Duarte Duarte (2005), nos muestra como la comunicación juega un papel fundamental y contribuye a comprender y explicar la problemática pedagógica que existe en las Instituciones Educativas, como lo son la convivencia escolar y los procesos pedagógicos.

En esta exploración de la comunicación en la convivencia escolar, se logró conseguir algunas pautas para comprender la manera que los actores educativos entienden la comunicación, dichas pautas según Duarte son las siguientes:

- Conciben la comunicación como un aspecto de las relaciones interpersonales o de transmisión de información.

- La favorabilidad de la comunicación en la convivencia escolar.
- La utilización de canales de comunicación formales e informales.
- Las formas de comunicación utilizadas por los actores educativos.
- Las relaciones comunicativas entre los diferentes actores educativos

La escuela representa ese lugar donde la comunicación va siempre relacionada de la convivencia, y Duarte la defiende con la premisa que es una dimensión natural a la vida social y cultural. Toda interacción que se establece entre profesores y alumnos es comunicación, las clases, evaluaciones y demás, aunque estas sean simplemente una comunicación unidireccional que se basa en la trasmisión de información. Sin embargo, Duarte señala que una vez se asume que es imposible la incomunicación, se admite también que todo en la escuela comunica, *“por cuanto en el aula y fuera de ella, en todos los demás espacios de la institución educativa, se aprenden y se enseñan a diario infinidad de comportamientos, de estilos de autoridad, de modas, de léxicos, de normas, de gustos de aceptación o de rechazo, de unión o individualismo, de inclusión o exclusión”*. (Duarte, 2005)

Según Duarte (2005), en la escuela se muestra un cambio a la hora de conceder a la comunicación un papel puramente instrumental; actualmente la



comunicación en los procesos educativos, van más allá de seguir un currículo predeterminado y entender la acción pedagógica como el cumplimiento de (*objetivo-actividad-evaluación*), donde se evidencia un proceso pedagógico-comunicativo unidireccional. Para Duarte, en esta concepción tecnicista, no se reconoce los procesos como la socialización y las interacciones entre los estudiantes y los maestros, olvidando, por consiguiente, la tarea social de éstos como agentes de la cultura y como protagonistas de la formación de sujetos autónomos, responsables y solidarios. Según Duarte, dejando de lado esta concepción instrumentalista, se da paso a un nuevo modelo de educación, visto como una práctica social orientada al desarrollo personal y a la comprensión, los actores pueden compartir y construir su vida escolar y personal, ya no se trata sólo de aprender.

Para Jacqueline Duarte (2005), la comunicación, y sobre todo el lenguaje, permiten crear y recrear, construir y deconstruir las diversas maneras de pensar, de hacer y de sentir. Por eso, la comunicación no puede reducirse a un proceso informativo; las personas no sólo reciben y dan información, sino que construyen sentidos, es decir, que interpretan esa información que circula por sus mundos. Hoy en la escuela se concede a la comunicación ese papel socializador, donde se comparte, se expresa, se aprende, se enseña, se brinda la oportunidad de iniciar el diálogo y la conversación con el objetivo de crear comunidad.

Asimismo, Jacqueline Duarte (2005), cita a Gadamer y Platón para entender la importancia del diálogo y la conversación en los procesos de educación y comunicación. *“En este sentido, y de acuerdo con lo que plantea Gadamer, el fenómeno de la conversación, especialmente el diálogo entre dos, reviste gran importancia en la recreación de las culturas. Según este autor, ya desde el romanticismo y su renacimiento en el siglo xx, se asignó al diálogo un papel crítico en las voces de pensadores que han valorado la conversación, como Schleiermacher y Schelgel. Su preeminencia reside en identificar que, «cuando se encuentran dos personas e intercambian impresiones, hay, en cierto modo, dos mundos, dos visiones del mundo y dos forjadores del mundo que se confrontan». Asimismo, Platón afirmó en sus «Diálogos» que la palabra sólo encuentra confirmación en la recepción y aprobación por el otro, y que las conclusiones que no vayan acompañadas del pensamiento del otro pierden vigor argumentativo”* (Duarte, 2005).

Alba Mercedes Aroca, Clara Mayorga y Alicia Pimiento en la investigación, *“La comunicación entre padres e hijos en las familias de clase baja del barrio Rodrigo Turbay de Florencia Caquetá”* (1997), consideran que la comunicación es un intercambio de conductas cuyo fin es regular, mantener y hacer posible las relaciones humanas. No se puede dejar de comunicar y cada respuesta que se da o recibe de los demás constituye un vínculo que permite mantener

estable las relaciones interpersonales. Es positiva cuando favorece y mantiene un cambio, y es negativa cuando su objetivo es evitar el cambio y mantener el equilibrio que se tenía.

De otro lado, Jacqueline García Páez, Juan Carlos Acebedo y Alberto Rincón en la investigación *“Una comunicación para la renovación de las prácticas pedagógicas: Estudio de caso de algunas instituciones Educativas de Neiva”* (2000) analizan las problemáticas de la inserción de prácticas comunicativas en la escuela, como la utilización de medios escolares de prensa y radio. Para los autores, en la utilización de estos medios existen dificultades como la limitación en temáticas, *(la escuela no piensa en el entorno de los jóvenes)*, en ocasiones no reflejan el sentir y el pensar de los estudiantes sino las opiniones de profesores y directivas del plantel. Asimismo, en estos procesos comunicativos, el joven es poco motivado a ser sujeto y objeto de educación integral, los jóvenes son vistos como problemas o víctimas, no como contribuyentes en la planeación y la aplicación de soluciones.

Celestine Freinet, citado por García Páez et. al. (2000), argumenta que cada época tiene un lenguaje y unos instrumentos propios aunque las personas tratan de imponer los métodos en los que se han formado. Lo anterior, según Freinet se observa en la escuela que mantiene resistencia a las innovaciones

pedagógicas y este es un espacio en el que la comunicación escolar debe buscar el verdadero interés de los alumnos, porque es imposible una enseñanza eficaz cuando se ignora quién es y de qué está hecho y qué intereses animan al educando.

En este sentido, Paulo Friere citado por García Páez et. al. (2000), resalta la importancia de saber escuchar y tener una actitud abierta al diálogo como virtudes del maestro democrático, el docente, debe formarse en la capacidad de hablar y escuchar, entender la importancia del silencio, quien tiene algo que decir debe saber que no es el único y de esta manera crear un clima propicio para que se construyan los diálogos, fluya la conversación maestro-alumno, exista comunicación y por lo tanto aprendizaje conocimiento y formación.

De otra parte, García Páez et. al. (2000), argumentan que los avances tecnológicos obligan al maestro a dar sus primeros pasos y aprender de la mano de los jóvenes de la cultura actual, *“el educador necesita ser educado, reeducado en su labor pedagógica con los jóvenes, de allí, que el modelo pedagógico debe ser comunicativo y dialógico o de lo contrario está condenado al fracaso”*. (Marx, 1972)

Igualmente, Rosa María Alfaro, citada por García (2000), sostiene que los sujetos aprenden en su interrelación con la escuela y los medios y tecnologías de la comunicación, estos últimos, lo hacen sin intención mezclando entretenimiento, placer y educación, mientras la escuela permanece en una visión rígida, en la primera se enseña y la segunda comunica, en este sentido, señala Alfaro habría que fortalecer la relación entre la escuela y la comunicación y esta última se transforme en el eje central de los procesos educativos.

#### **4.1.3 Una breve Introducción a los Estudios Sobre Jóvenes**

En la investigación *“Los Jóvenes y Otros”* (1995), realizada por Mercedes Salazar y otros, se realiza un estudio sobre jóvenes y comunicación, desde los enfoques de la psicología, la sociología, y la pedagogía. Desde la psicología constructiva, se propone abordar el estudio de la adolescencia y la juventud no como una etapa en el desarrollo del individuo, sino como un proceso en el cual se forja la identidad y la misma personalidad. Erickson, citado por Salazar (1995), afirma que la juventud es una etapa de profundo disentimiento con el mundo adulto a causa de esa misma búsqueda. Asimismo, Mario Carretero sostiene que ese disentimiento no es un fenómeno causado exclusivamente por el joven, sino también por su familia que no posibilita puentes de

comunicación sobre sus principales problemas. *“A pesar de los diversos enfoques y metodologías de análisis, prima una visión que mira el joven desde afuera, observándolo de antemano como un grupo social conflictivo y desadaptado respecto a los demás grupos”* (Salazar y otros, 1995)

Para Salazar (1995), estos jóvenes pertenecen a una cultura diferente a la de sus padres; los adultos no comprenden las actitudes, la visión de mundo y los actos por los cuales las culturas juveniles se expresan y dan a conocer. Es cierto que la comunicación entre estas dos generaciones se limita a la emisión de órdenes con el propósito que los jóvenes cumplan, no se les tiene en cuenta en la toma de decisiones, ni como seres dialógicos con los que se pueda interactuar, porque las concepciones y costumbres con las que crecieron los adultos son limitadas si se compara con el nivel de desarrollo tecnológico que ha permitido y dado ventaja a los jóvenes para estar a la vanguardia de conocimientos, culturas, costumbres y nuevos estilos de vida que chocan con el mundo adulto.

Esta situación lleva a que los jóvenes busquen fuera de sus casas un lugar donde sean acogidos, donde se puedan expresar y sobre todo, donde con otros chicos compartan los mismos gustos y metas. *“Las tradicionales esferas de socialización del joven, ya no son las mismas. Al no entender ni la familia, ni la escuela, las nuevas dinámicas juveniles, los ritmos de aprehensión y*

*fuentes de conocimiento (los medios aquí tienen mucha presencia), se genera un distanciamiento que se puede convertir en la búsqueda de identidad de los grupos de juveniles” (Salazar y otros, 1995)*

Salazar (1995), plantea que la situación va creciendo vertiginosamente, llevando a los jóvenes a crear sus propios códigos con el propósito de conocer su condición social. De esta manera, adquieren formas particulares de vestir, de actuar, de comunicarse; creando pequeños circuitos que son incomprendidos por el mundo adulto y por las personas que no pertenecen a ellos. Según Salazar, lo anterior lleva a un aislamiento con los adultos y a fortalecer la brecha comunicativa existente, pues no se puede dejar de lado la incidencia que tienen los medios de comunicación en esta situación, además de la contradicción y diferencia de las culturas a las que se pertenece, de una cultura oral (adultos) a una cultura audiovisual (jóvenes). Sin embargo, es importante resaltar, que la comunicación es una herramienta de mucha utilidad para lograr comprender y entender el mundo y la cultura a la que pertenece cada actor social.

## **4.2 Marco Conceptual**

### **4.2.1 Una Mirada al Concepto de Comunicación**

Para Eugene y Ruth Hartley (1986), la importancia y naturaleza de la comunicación en el ser humano va más allá de transmitir, evolucionar y hacernos entender. Por medio de ella también se le permite al ser humano formar parte de una vida social donde puede establecer y mantener contacto con otras personas, creando un sentido de pertenencia a un lugar, una familia, un grupo, una sociedad, un contexto etc. Por lo tanto, la comunicación permite constituir en las personas la vida en comunidad, que ofrece continuar la existencia y el desarrollo del ser humano comunicativamente, además, de hacer posible esa interacción que se requiere para convertirse y conservarse como seres sociales. *“Gracias a que el hombre tiene la habilidad de comunicarse, las sociedades humanas pueden ser consideradas intrincados sistemas nerviosos cooperativos”*. (Hartley, 1986)

Para Eugene y Ruth Hartley (1986) la comunicación desempeña tres funciones fundamentales en el ser humano:

1. Modela al mundo que le rodea
2. Define su propia posición con los demás
3. Le ayuda a adaptarse con éxito a su medio ambiente



*“En las últimas dos funciones, la comunicación, ejerce una influencia crítica sobre la información de su personalidad y su sensación del propio ser. Le ofrece indicaciones y le fija puntos de referencia por medio de las cuales puede guiar su conducta. A través de la comunicación, se transmiten los valores y normas de su grupo, y consiente de esto le permite expresar sus necesidades de manera que le produzca satisfacción” (Hartley. 1986)*

Según Eugene y Ruth Hartley (1986), cada vez se evidencia la importancia de la comunicación y su relación en todos los planos de la vida del ser humano, de su existencia en la formación de individuos capaces de comunicarse y construir sociedades que evolucionan con sus múltiples y nuevas formas de comunicación, de su implicación en la formación de seres capaces de relacionarse para alcanzar sus satisfacción a nivel individual y grupal.

Sin embargo, este desarrollo del ser humano en la comunicación se ha tenido que enfrentar a una variable que muchas veces lleva a que la comunicación y el mensaje que se desea transmitir no se logró comprender. Pues en las diferentes maneras de comunicación no se puede dejar de lado el contexto donde se habita, las palabras, el idioma, las expresiones, la postura, los movimientos, los símbolos, los colores y demás formas de comunicación las cuales varían según la cultura. En este sentido, Eugene y Ruth Hartley plantean que aun con el mismo idioma la gente que vive en ambientes

culturales diferentes suelen no comprenderse y su falta de entendimiento afecta su capacidad para trabajar juntos. Es importante tener en cuenta siempre que se desee establecer un diálogo, los diversos factores y formas que influyen en la comunicación, pues a pesar de ser muchas las herramientas disponibles cada situación necesita una forma específica de expresión que es más efectiva que las demás. Igualmente, se debe tener en cuenta el canal de comunicación que se manejará, ya que éste puede definir qué forma de comunicación se utilizará.

*“Un aspecto importante para la comunicación es la **observación** por parte del comunicador, del **efecto** de la comunicación, que podemos llamar la **“reacción respuesta”** (Hartley. 1986). Mediante esta “reacción respuesta” se comprueba el éxito de toda comunicación, pues al emitir un mensaje se puede observar su efecto, si el emisor logró su objetivo de ser comprendido o persuadir a una o varias personas. En este proceso de reacción respuesta, tanto el receptor como el emisor tienen la misma importancia y pueden continuar una conversación e intercambiar funciones. Esta comunicación recíproca llega al punto donde se empezó, pues mediante este intercambio de papeles cada individuo consigue interactuar con los instrumentos de comunicación, con otras personas y convertirse en un ser social.*

Por otro lado, William Fernando Torres e Hilda Soledad Pachón en *“Construir desde bajo, subjetividades en la región Surcolombiana”*, entienden los tejidos comunicativos como *“las urdimbres de construcción y negociación de sentidos que los grupos sociales realizan al interior y exterior del mismo, en un contexto de interacción que corresponde a las culturas oral, escrita y mediática electrónica y digital”*, (2003).

Asimismo, Torres y Pachón citados por Ángela Ramírez y otros, en su trabajo de investigación *“Jóvenes y Comunicación, el caso de Nátaga Huila, 2007”* plantean la comunicación como el proceso en el que se construyen sentidos y significados a través de las relaciones que generan los grupos sociales al interior y al exterior de sí mismos. Según Torres (2007), la comunicación está constituida por prácticas, procesos y tejidos comunicativos. *“Las prácticas comunicativas pueden definirse como hechos de intercambio de significaciones desde y entre las culturas orales, escritas y audiovisuales o digitales. Éstas se convierten en procesos comunicativos mediante las dinámicas que generan”*.

Según Torres (2007), a su vez, estos procesos constituyen tejidos comunicativos que articulan redes sociales que, en sí mismas, permiten mantener o cuestionar las identidades de etnia, clase, creencias o genitalidad

con las que nacemos. Las prácticas, los procesos y los tejidos comunicativos en su conjunto, conforman las narrativas locales sobre los temas que circulan.

En este sentido, a partir de los aportes académicos anteriores, para esta investigación la comunicación se entiende como el intercambio de vínculos, sentidos, experiencias, conocimientos entre dos o más personas, comunidades u organizaciones, que comparten un contexto en común y donde existe la reciprocidad.

Para llegar a este concepto de comunicación se tomaron en cuenta conceptos de diferentes autores:

- Por ejemplo, para *William Fernando Torres*, la comunicación es la construcción individual y colectiva de sentidos a través de valores, significados, visiones, maneras de sentir y de actuar, en un mundo de condiciones materiales e instituciones sociales concretas, condicionadas en circunstancias materiales.
- Para *Mario Kaplún* en su libro "*Una Pedagogía de la Comunicación*" (1998), la verdadera comunicación está dada por dos o más seres o comunidades humanas que comparten e intercambian experiencias, conocimientos, sentimientos de forma presencial o a distancia. Es con este proceso de intercambio como los seres humanos establecen relaciones

entre si y pasan de la existencia individual aislada a la existencia comunitaria. Todo hombre debe ser reconocido como un EMIREC porque puede y debe ser emisor y receptor en su vida cotidiana.

#### **4.2.2 Los Jóvenes Como Actores Sociales**

Jesús Martín Barbero (1998), en su análisis sobre el modelo de comunicación en el sistema escolar, habla de los jóvenes y su relación con las nuevas tecnologías que amplían nuevas formas de percibir el mundo, que chocan y rompen con los adultos. Para Barbero, la escuela ya no es el único lugar donde se generan saberes, lo cual representa desde la comunicación un desafío para las instituciones; la escuela, que aparte de innovar las prácticas pedagógicas, debe construir y formar ciudadanos y sujetos autónomos, reflexivos y críticos, siendo estos objetivos básicos de la educación moderna.

Según Rosa María Alfaro, mientras en la educación existe un pre convenio de enseñanza anclada a una visión rígida que se asocia con la obligación escolar, los medios y las tecnologías forman al joven sin proponérselo mezclando los contenidos de información con el entretenimiento. En este sentido, Martín Hopenhayn, citado por Jesús Martín Barbero (1998), argumenta que la escuela debe ayudar a los jóvenes a analizar los discursos de los lenguajes que

circulan en la sociedad generando la capacidad crítica para extraer lo útil del entorno.

Por otra parte, Mario Margulis y Marcelo Urresti, en el artículo "*La Construcción Social de la Condición de Juventud*" (1998), establecen que definir en un sólo concepto a los jóvenes es delimitar todas sus características, comportamientos que los diferencian de las otras etapas de la vida, ya que para poder definirlos, se debe tener en cuenta toda su construcción social, su diversidad, estrato social, su contexto y la generación a la que pertenecen.

De igual manera Margulis y Urresti (1998) plantean, que hay diferentes maneras de ser joven, desde distintos ámbitos, económico, social y cultural, "*Juventud es un significado complejo que contiene en su intimidad las múltiples modalidades que llevan a procesar socialmente la condición de edad, la diferenciación social, la inserción en la familia y en otras instituciones, el género, el barrio o la micro cultura grupal*". En este sentido, la juventud puede definirse como esa etapa de la vida que goza de un periodo de permisividad entre la madurez y la madurez social, pero esta juventud se puede decir que se vive plenamente en los estratos sociales acomodados ya que se posterga el asumir las responsabilidades económicas y familiares, estos se desempeñarían en un plano más mediático y sus actividades se enfocarían en

el deporte, la despreocupación, la belleza externa, y el estar preparados para los romances, hasta que ingresen plenamente a asumir las responsabilidades de la vida, como la familia, creencias, conflictos y el trabajo. Según Margulis y Urresti (1998), la juventud pertenecería a la parte alta de la sociedad, los "otros-estratos bajos" simplemente carecerían de juventud, ya que adquieren toda clase de responsabilidades de forma prematura.

Para Urresti (1998), "La moratoria social" se da cuando los jóvenes tienen un tiempo libre en su vida socialmente ilegítimo, en donde se aplazan las demandas, y donde la sociedad no exige. Pero en la actualidad se deslumbran dos problemáticas, los jóvenes en su mayoría de sectores populares tienen mucho tiempo libre, asociada está dificultad con la falta de trabajo, se sienten culpables y esa depresión los empuja a la delincuencia y desesperación. La segunda, los que cuentan con la oportunidad de estudiar, se aferran al estudio y a la adquisición de saber, para postergar el asumir sus responsabilidades haciendo de su futuro incierto y lejano.

Para Jesús Martín Barbero, en su artículo "*jóvenes: des-orden cultural y palimpsesto de identidad*", (1998), la sociedad ve al joven como actor de la delincuencia, agresivo, sin identidad, personas impredecibles que actúan por instinto olvidándose de los valores, seres apáticos en la participación y construcción de ciudad, se reflexiona sobre si es el joven el que actúa mal, o

es la sociedad la que se aleja de las necesidades de este, cuando la sociedad adulta es el ejemplo, y estos mismos los estigmatizan en una categoría impropia del mismo.

Según Margaret Mead (1971), los jóvenes no son hoy simplemente la esperanza de futuro, sino el punto de emergencia de una cultura a otra, que rompe tanto con la cultura basada en el saber y la memoria de los ancianos, como en aquella cuyos referentes, aunque movedizos, ligan los patrones de comportamiento de los jóvenes a los de los padres que, con algunas variaciones, recogían y adaptaban la de los abuelos.

Asimismo, Jorge Enrique Suárez y Hollman Mauricio Quevedo en su investigación *“Nociones y Prácticas de Realización de la Radio Escolar de los Estudiantes en los Colegios: Santa Librada, Reynaldo Matíz y Salesiano San Medardo de la ciudad de Neiva”* (2000), realizan una descripción de los jóvenes y las subculturas a las que pertenecen (*Emos, Raperos, Skyboard, Deportista, etc.*) Según Suarez y Quevedo (2000), se evidencia que a pesar de pertenecer a estas subculturas los jóvenes son seres sociales que han desarrollado unos universos culturales muy diferentes a las instituciones tradicionales de socialización, como lo son la familia, la escuela y la iglesia. Sin embargo, para los autores, en la actualidad, los jóvenes tienen otras ideas



de mundo, se preocupan por vivir el presente, con las nociones de futuro puestos en las ideologías que manejan en estas subculturas.

En este sentido, son muchas las subculturas que integra a los jóvenes, constituyendo entre ellos una familia y llevándolos a alejarse de los adultos y de las instituciones tradicionales de socialización, pues estos desconocen a los jóvenes como *“interlocutores con nuevas propuestas, seres dialogantes y constructores de alternativas”*. (Suárez y Quevedo, 2000). Para Suárez y Quevedo, los jóvenes reclaman la necesidad de tener un espacio adecuado para ellos, lugares de encuentro que reflejen sus ideologías, espacios donde se puedan encontrar y expresar mediante sus prácticas culturales.

Asimismo, Rossana Reguillo en su libro *“Emergencia de Culturas Juveniles, Estrategias del desencanto”* (2000), argumenta que los jóvenes han sido protagonistas de la historia del siglo XX. Según Reguillo, su irrupción en la escena pública de Latinoamérica fue en los años sesenta donde fueron pensados como *estudiantes* creadores de movimientos estudiantiles que señalaron los conflictos de las sociedades. Para Reguillo (2000), en esta etapa, los jóvenes fueron considerados como subversivos, delincuentes, violentos y responsables de las violencias en las ciudades. Sin embargo, tres procesos vuelven visibles a los jóvenes, la reorganización económica por el

aceleramiento industrial, científico y técnico, la oferta y el consumo cultural y el discurso jurídico.

Según Reguillo (2000), para entender las culturas juveniles es fundamental partir del reconocimiento de su carácter dinámico y discontinuo, sus esquemas de representación que crean campos de acción diferenciados y desiguales, los jóvenes son una categoría heterogénea no comparten los modos de inserción a la sociedad.

Reguillo propone, una categorización a las distintas manifestaciones y expresiones sociales que hoy día asumen los jóvenes:

- **Grupo:** este concepto hace referencia a la reunión de varios jóvenes que no supone organización, cuyo sentido está dado por las condiciones de espacio y tiempo.
- **El colectivo:** refiere a la reunión de varios jóvenes que exige cierta organicidad y cuyo sentido prioritariamente está dado por un proyecto o actividad compartida; sus miembros pueden o no compartir una adscripción identitaria, cosa que es poco frecuente.

- **Movimiento juvenil:** supone la presencia de un conflicto y de un objeto social en disputa que convoca a los actores juveniles en el espacio público. Es de carácter táctico y puede implicar la alianza de diversos colectivos o grupos.

- **Identidades juveniles:** nombra de manera genérica la adscripción a una propuesta identitaria: punks, taggers, skinheads, rockeros, góticos, metaleros, okupas, etcétera.

Reguillo propone además, tres conceptos ordenadores cuya pertinencia está dada por el tipo de mirada del observador externo:

- **Agregación juvenil:** permite dar cuenta de las formas de grupalización de los jóvenes.

- **Adscripciones identitarias:** nombra los procesos socioculturales mediante los cuales los jóvenes se adscriben presencial o simbólicamente a ciertas identidades sociales y asumen unos discursos, unas estéticas y unas prácticas.

**Culturas juveniles:** hace referencia al conjunto heterogéneo de expresiones y prácticas socioculturales juveniles.

En este sentido, Margaret Mead, citada por Reguillo plantea que existen tres tipos de culturas:

- **la posfigurativa:** es aquella en la que los niños aprenden de sus mayores. El presente y el futuro están anclados en el pasado. Son propiamente las culturas de la tradición.

- **la configurativa:** es aquella en la que tanto niños como adultos aprenden de sus pares. El futuro está anclado en el presente. Son propiamente las culturas de la modernidad avanzada.

- **la prefigurativa:** es aquella cultura en la que los adultos aprenden de los niños.

Para Mead, se trata de un momento histórico sin precedentes *"en el que los jóvenes adquieren y asumen una nueva autoridad mediante su captación prefigurativa del futuro desconocido"* son los actores mejor dotados para asumir los cambios de la mundialización, el desarrollo tecnológico y la internacionalización de la sociedad, se adaptan, interpretan el mundo contemporáneo con mayor facilidad.

Para intentar comprender los jóvenes según Reguillo (2000), se debe desplazar la mirada de lo normativo e institucionalizado al terreno de lo incorporado y actuado a través de las mediaciones que lo configuran como actor social, las juventudes no pueden pensarse al margen de las transformaciones de la sociedad de red. Para Reguillo, resulta fundamental

indagar sobre las fuentes que nutren las nociones de los jóvenes y ubicar los referentes a los que atribuyen mayor o menor credibilidad y como a partir de estas fuentes se derivan programas de acción.

#### **4.2.3 Los museos y su aporte a la educación**

Un museo es una institución permanente, sin fines de lucro, al servicio de la sociedad y abierta al público, que adquiere, conserva, estudia, expone y difunde el patrimonio material e inmaterial de la humanidad con fines de estudio, educación y recreo. Dicha definición es conforme a los estatutos del Consejo Internacional de Museos (ICOM) adoptados durante la 22<sup>a</sup> Conferencia general de Viena (Austria) en 2007.

Los museos son lugares de preservación, exposición y difusión de piezas que plasman la historia, las costumbres y el arte. Estos conservan dos elementos fundamentales, preservación al patrimonio y servicio a la comunidad, centros que contribuyen a generar sentido de pertenencia y a la formación de ciudadanos tolerantes y respetuosos, se convierten en espacios de conversación, encuentro, socialización de identidades, una puerta hacia la investigación y desarrollo de la industria turística.

De acuerdo al patrimonio que exhiben y a la forma en la que se conciben las colecciones, los museos pueden ser agrupados en Museos de Arte, Historia Ciencias Naturales, Ciencia y Técnica, Antropología (*Arqueología, Etnografía y Folklore*), pluridisciplinarios no especializados, regionales y ecomuseos, etc.

Todo museo posee determinados criterios expositivos que le permiten definir qué expone, estos criterios provocan determinadas reacciones o actitudes sobre el visitante. Esta acción sobre el público puede identificarse como la *“intencionalidad comunicativa”* del museo; según esta intencionalidad los museos pueden ser: contemplativos, informativos y didácticos.

**Museos Contemplativos:** El público no comprende el valor y el significado de lo que se ve y no tiene elementos para saberlo. Por lo general, los objetos que se exhiben en este tipo de museos se seleccionan por su notabilidad, nobleza y su arte, y participan de una valoración que permanece en la mayoría de los casos ajena al visitante.

**Museos Informativos:** Facilitan la comprensión de los conocimientos que pretenden transmitir. Las piezas no se valoran aisladamente, se tiene en cuenta su contenido temático y la importancia dentro de un contexto expositivo. Para transmitir visualmente información las piezas se estructuran en un discurso, un guión.

**Museos Didácticos:** Brindan recursos intelectuales para que el visitante pueda pensar a partir de fuentes primarias de información. Promueven el placer del descubrimiento.

Los museos del país son depositarios de bienes inmuebles, representativos del patrimonio cultural de la Nación. El Ministerio de Cultura, a través del Museo Nacional, tiene bajo su responsabilidad la protección conservación y desarrollo de los museos existentes y la adopción de incentivos para la creación de nuevos museos en todas las áreas del patrimonio cultural de la Nación. Asimismo, estimular el carácter activo de los museos al servicio de los diversos niveles de educación como entes enriquecedores de la vida y de la identidad cultural nacional, regional y local. *(Art.49. Ley1185 de 2008, que modifico la ley 397 de 1997).*

Esta ley designó al Museo Nacional como ente rector de los museos públicos y privados, y para esto se creó *La Red Nacional de Museos* conformada por las redes departamentales, son un programa que adelanta acciones tendientes a conocer el sector y contribuir con el fortalecimiento y difusión de las instituciones.

## 5 DISEÑO METODOLÓGICO

### 5.1 Tipo de estudio

*“La investigación cualitativa intenta hacer una aproximación global de las situaciones problemas para explorarlas, describirlas y comprenderlas de manera inductiva. Es decir a partir de los conocimientos que tienen las diferentes personas involucradas en ellas y no deductivamente, con base en hipótesis formuladas por el investigador externo. Esto supone que los individuos interactúan con los otros miembros de su contexto social compartiendo el significado y conocimiento que tienen de sí mismo y su realidad.” (Bonilla, 1980).*

Teniendo en cuenta lo expuesto hasta el momento, este trabajo está enmarcado en una investigación de tipo cualitativa, pues busca identificar, caracterizar y analizar la comunicación que proponen y construyen los jóvenes estudiantes de la ciudad de Neiva con los museos del Centro de Convenciones José Eustasio Rivera y las personas que laboran allí, teniendo en cuenta el contexto en que se establecen estos lazos comunicativos. Sin embargo, se empleará una herramienta cuantitativa *-la encuesta-* para recolectar información que permita elaborar un perfil de los actores involucrados en este trabajo.



## 5.2 Técnicas e instrumentos para la recolección de información

**Observación Participante:** como plantea Hammersley y Atkinson (1994) la observación permitió comprender en su totalidad los hechos, los comportamientos, las acciones, los modelos, las normas, en general la realidad de los actores, quienes son los que proporcionaron directamente la información por medio de sus descripciones y discursos propios. La información por medio de esta herramienta se obtuvo desde la sensibilidad y agudeza del investigador frente a la acción de los sujetos de estudio, lo que ofreció mayor objetividad.

Esta técnica nos permitirá acercarnos directamente a los jóvenes estudiantes de la ciudad de Neiva y a los administrativos del Centro de Convenciones José Eustasio Rivera. Por medio de esta se logrará observar las actitudes, comportamientos y expresiones de los actores a la hora de realizar las actividades propuestas en esta investigación.

Asimismo, se identificará, analizará y vivirá la experiencia de realizar una visita al Museo Jorge Villamil Cordovéz, Museos de Arte Contemporáneo, Museo Arqueológico Regional del Huila y Museos del Sanjuanero que permitirá identificar los medios de comunicación, las formas de interacción con los visitantes, el estilo de exposición de cada uno de los museos, su

temática y la manera como se vive un museo desde el momento de ingresar al Centro de Convenciones José Eustasio Rivera.

Esta técnica aplicará de manera transversal en todo el análisis y organización de la investigación. Por medio de ella se obtendrá mayor información y análisis que fortalecerán los resultados de los talleres y entrevistas.

- **Entrevista no Estructurada:** Como plantea Hammersley y Atkinson, (1994) a diferencia de la encuesta o entrevista estructurada, la entrevista no estructurada da al investigador la libertad de preguntar espontáneamente y establecer una relación personal con el entrevistado. El objetivo de esta entrevista no fue encontrar una idea, sino acercarse a las ideas y creencias del entrevistado.

Por medio de esta entrevista no estructurada se realizará el perfil de los administrativos, conocerá directamente de los actores la opinión, los conceptos de comunicación, museo y jóvenes. Además de realizar preguntas fuera de las establecidas, mediante una conversación e interacción que logra mayor información que alimentará el análisis de toda la investigación.

- **Talleres:** Esta técnica nos permite establecer de alguna manera una interacción más cercana con los jóvenes para analizar y estudiar desde una perspectiva integral y participativa las formas y conceptos de comunicación y las relaciones comunicativas que estos actores están construyendo con los museos y las personas que trabajan allí. El taller al igual que la entrevista no estructurada, nos permite conocer de alguna manera la comunicación que está construyendo los jóvenes escolarizados de la ciudad de Neiva con los administrativos del Centro de Convenciones José Eustasio Rivera.

Los tres instrumentos nos permitieran idéntica el perfil de los actores de esta investigación, caracterizar la comunicación que proponen los administrativos y los jóvenes escolarizados de la ciudad de Neiva. Y con los resultados obtenidos se realizara un plan estratégico que permite y ayude a resolver las dificultades obtenidas.

### **5.3 Universo y Muestra**

- **Universo**

El proyecto de investigación tuvo como actores principales a los administrativos de los museos del Centro de Convenciones José Eustasio

Rivera, y a los estudiantes del grado 11 de los colegios IMNEN Julián Motta Salas, Técnico Superior y Rafael Pombo de la ciudad de Neiva.

- **Muestra**

Sobre la muestra (*estudiantes*), cabe aclarar que se realizó un muestreo aleatorio simple (*Ander-Egg, 1999*). Es un tipo de selección que se realiza al azar y consiste en que cada elemento o unidad tiene la misma probabilidad de ser seleccionado como parte de la muestra, es un tipo de muestreo que se utiliza cuando la población es finita o pequeña.

- ***Administradores museos del Centro de Convenciones José Eustasio Rivera***

Secretario de Cultura: **Alberto Perdomo Pacheco**

Directora Museo de Arte Contemporáneo: **Marta Polania**

Directora Museo Arqueológico Regional del Huila: **Maritza Valderrama**

Directora Museo Jorge Villamil Cordovéz: **María Ruth Arboleda**

Antropólogo: **Rafael Díaz**

- **Colegios - Estudiantes**

**INEM Julián Motta Salas, Jornada Tarde**

De 119 estudiantes que cursan el grado 11, se trabajó con 22 alumnos del grado 1110 que equivale al 18% de la comunidad estudiantil que cursa el último grado.

**Técnico Superior, Jornada Tarde**

De 88 estudiantes que cursan el grado 11, se trabajó con 31 estudiantes del grado 1105 equivalente el 29% de la comunidad estudiantil que cursa último grado.

**Rafael Pombo. Jornada Tarde**

De 50 estudiantes que cursan el grado 11, se trabajó con 25 estudiantes del grado 1101, que equivalen al 50% de escolares que cursan el último grado

## 6 LOS RESULTADOS: PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

### 6.1. Perfil de los estudiantes que visitan los museos del Centro de Convenciones José Eustasio Rivera y sus nociones sobre comunicación y centros históricos.

En esta investigación se trabajó con la población escolarizada de los grados once de las Instituciones Educativas **Técnico Superior, INEM “Julián Mottas Salas”** y el **Colegio Rafael Pombo**. En total, fueron 79 estudiantes de los grados **1101, 1106 y 1110** los que participaron en los talleres y encuestas, población que representa el 43% de la población estudiantil que cursa el último grado de bachillerato en las tres instituciones (*Ver tablas No. 1*)

Tabla 1 Total de Población Estudiantil Grado Once

POBLACIÓN TOTAL	NÚMERO DE ESTUDIANTES	PORCENTAJE (%)
Estudiantes grado 11 participantes en el proyecto	78	25
Resto de Estudiante Grado 11	232	75
Total Estudiantes Grado 11	310	100

### 6.1.1. Perfil de los estudiantes que visitan los museos del Centro de Convenciones José Eustasio Rivera.

Para la identificación del perfil de los estudiantes se aplicó unas encuestas que nos permitió conocer más su personalidad, su realidad y sus expectativas de vida, al igual que categorizar la información suministrada.

Asimismo, mediante la realización de los diferentes talleres y la observación participante se logró fortalecer la información y analizar de una manera más profunda los datos obtenidos.

Dentro de este proceso se logró identificar la edad, el estrato sociocultural, género, lugar de residencia y lugar nacimiento, personas con las que viven, sus cualidades y debilidades, sus expectativas de vida y las personas importantes en sus vidas.

**Tabla 2 Cuadro Comparativo, Perfil Estudiantes Grado Once**

VARIABLES	HOMBRES	MUJERES
<b>Sexo</b>	El 55% de la población pertenece al género masculino.	El 45% pertenece a la población femenina.
<b>Edad</b>	El 94% de la población masculina tiene edades que oscila entre (15 - 17 años). El 6% oscila entre (18 - 19 años).	La edad del 75% de la población femenina oscila entre los (15 - 17 años).
<b>Estrato económico</b>	El 89% de la población masculina pertenece a los estratos uno y dos, un 11% a los estratos tres y cuatro.	La mayoría de la población femenina 94% pertenece a los estratos uno y dos, mientras que el 6% a los estratos tres y cuatro.

<b>Lugar de nacimiento</b>	A pesar de que un 8% de la población masculina proviene de otras ciudades del país y un 5% de Municipios del Huila, la mayoría de la población (87%) es oriunda de Neiva.	El 94% de las mujeres es oriunda de la ciudad de Neiva y el otro 6% de otras ciudades del país.
<b>Personas que conforman el núcleo familiar</b>	Un 87% de la población masculina vive con sus dos padres y hermanos; el 11% tiene familias monoparentales, un 2% convive con su mamá y padrastro.	Un 81% de la población femenina vive con sus dos padres y hermanos, el 11% tiene familias monoparentales, un 3% convive con su mamá y padrastro y un 5% con otros, familiares (tíos o abuelos).
<b>Actividades realizadas en sus ratos libres</b>	La población masculina en su tiempo libre se dedica a hacer deportes (62%), un 30% a escuchar música y ver TV, el 6% navega en internet o está en el computador y el 2% dedica este tiempo a estudiar.	El 30% de la población femenina dedica su tiempo libre a practicar deporte, un 28% se dedica a escuchar música y ver TV, un 25% a internet o estar el computador, un 17% estudia.
<b>Proyecto de vida</b>	El 88% de los jóvenes aspira a cursar una carrera profesional y un 12% desea ayudar a las personas y formar una familia.	El 86% de la población femenina desea cursar una carrera profesional, mientras que un 2% aún no sabe qué hará en el futuro. Otro 12% anhela formar una familia y ayudar a las personas.

A partir del cuadro comparativo anterior se puede analizar que, el 94% de las estudiantes (mujeres) y el 87% de los estudiantes (hombres) encuestados tienen como lugar de nacimiento la ciudad de Neiva, sin embargo, algunos de estos jóvenes provienen de otras ciudades del país como Bucaramanga, Cali, Bogotá, Ibagué, Florencia, y de algunos municipios del sur del Huila. Esta migración de sus lugares de nacimiento se debe al trabajo de los padres.

Asimismo, es pertinente señalar que gran parte de la población estudiantil pertenece a los estratos uno y dos. Este resultado se presenta porque dos de



las Instituciones Educativas que hacen parte de la investigación son de carácter público y son receptoras de población escolar de mediano y bajos recursos económicos de la ciudad.

Siendo acordes con la edad, los jóvenes y sus gustos corresponden a una cultura audiovisual y electrónica. En este sentido, los ratos libres los dedican a jugar Play Station, escuchar música, ver televisión e interactuar diariamente en internet a través de las redes sociales. Es notable, que sólo un número menor de escolares hombres y mujeres dedica su tiempo libre a realizar actividades académicas.

Según los resultados obtenidos y reflejados anteriormente, los actores principales de esta investigación, los jóvenes estudiantes de la ciudad de Neiva pertenecen a una cultura audiovisual, donde están permanentemente interactuando con las redes sociales y sus medios de comunicación son las emisoras juveniles, página web y medios que pertenecen a esta cultura.

Asimismo se evidencio que muchos de los jóvenes, aunque son oriundos de la ciudad de Neiva y algunos municipios del Huila desconocen la existencia de estos espacios culturales.

Según el análisis realizados a los museos de Centro de Convenciones José Eustasio Rivera y los resultados obtenidos hasta el momento, la

desapropiación y el poco sentido de pertenecía de los jóvenes estudiantes por estos espacios culturales se debe a la inexistencia en su cultura audiovisual. Pues los museos no cuentan con el manejo de medios audiovisuales que permitan el conocimiento, acercamiento e interés de los jóvenes estudiantes por estos espacios culturales.

A pesar de comprender e identificar la cultura con la que interactúan los jóvenes, los museos del Convecciones José Eustasio Rivera no cuentan con el manejo de estos medios que permitan el acercamiento, conocimiento e interés de los jóvenes estudiantes. Fortaleciendo la brecha generacional y comunicativa entre ambos actores y generando una desarticulación entre estos espacios, los jóvenes e instituciones educativas, quienes a su vez, tampoco incentivan a los estudiantes por conocer estos espacios.

Finalmente, con relación a su proyecto de vida, los jóvenes desean continuar estudios profesionales, en las áreas de la salud, docencia y Ciencias Sociales. Igualmente, desean ser futbolistas, músicos o pertenecer a los diversos grupos de las instituciones del estado (*Policía, Fuerza Aérea, Ejército*). Sin embargo, muchos de los jóvenes no tienen claro su proyecto profesional a futuro, porque

dedican su tiempo a trabajar para ayudar a sus familias, o porque no tienen los recursos económicos suficientes para realizar estudios superiores.

### **6.1.2. Nociones sobre comunicación de los estudiantes que visitan los museos del Centro de Convenciones José Eustasio Rivera.**

El taller fue una técnica que posibilitó generar confianza y construir lazos más cercanos con los jóvenes, para lograr analizar y estudiar desde una perspectiva integral y participativa las nociones y conceptos de comunicación que manejan los estudiantes en su vida diaria.

Los talleres fueron realizados con los 78 estudiantes de los grados 1101, 1106 y 1110 de las Instituciones Educativas *Técnico Superior, INEM Julián Motta Salas y el Colegio Rafael Pombo*.

Los talleres nos permitió el acercamiento necesario para observar y analizar la discusión que tuvieron los jóvenes en el momento de plasmar y socializar las perspectivas que han construido sobre el término de comunicación.

Las definiciones plasmadas por los jóvenes se reunieron en dos grupos siguiendo la clasificación que hace *Rosa María Alfaro (Ver tablas 3 y 4)*, la

comunicación entendida como “*difusión y efecto*”, y por otro lado, entendida como “*relación y diálogo*” (Acebedo y García, 2000).

**Tabla 3 Comunicación como difusión y efecto**

<b>Grupo y grado</b>	<b>Definición</b>
Grupo 1 1106 Técnico	Informar a las personas de los juegos y medallas que ganan los colombianos a nivel internacional.
Grupo 2 1106 Técnico	Informar a las personas sobre los hechos relevantes del país
Grupo 3 1106 Técnico	Presentar un programa
Grupo 4 1106 Técnico	La comunicación con otras personas por medio de celulares, redes sociales u otras herramientas al igual que el hecho de leer un periódico o ver un noticiero para informarse
Grupo 5 1106 Técnico	Enterar de una información a la comunidad por medio de los noticieros y la televisión.
Grupo 4 1106 INEM	Es la información que damos a las demás personas a través de un noticiero.

**Tabla 4 Comunicación Como relación y diálogo**

<b>Grupo y grado</b>	<b>Definición</b>
Grupo 1 1106 INEM	Por medio de la comunicación por señas nos logramos comunicar con nuestros amigos y hacernos entender estableciendo una relación e interacción mutua.
Grupo 2 1106 INEM	La mala comunicación se debe a no ponerse de acuerdo, en no hablar con las otras personas.
Grupo 3 1106 INEM	La comunicación no verbal es una comunicación que se ve muy a menudo en los jóvenes, al igual que se práctica en los campos deportivos pues sabemos que hay comunicación entre los jugadores durante su juego por medio de señas, miradas y demás expresiones.
Grupo 5 1106 INEM	Nos comunicamos diariamente, mediante las diversas formas de comunicación. Desde el nombre de un barrio, la expresión de pare que le hacemos a un bus, cuando preguntamos el precio de algo, mediante la música y los diálogos que establecemos informalmente con otras personas.
Grupo 1 1101 Rafael Pombo	La comunicación interpersonal es la mejor y la que más utilizamos los estudiantes, pues nos gusta hablar entre nosotros, escucharnos, pues así conocemos más de las otras personas.

<b>Grupo 2</b> 1101 Rafael Pombo	Existe la comunicación verbal, la audiovisual, la digital que nos acerca las personas que no se encuentran cerca de nosotros.
<b>Grupo 3</b> 1101 Rafael Pombo	Por medio de la conversación podemos comunicarnos y comprender mejor las opiniones y puntos de vista de las demás personas.
<b>Grupo 4</b> 1101 Rafael Pombo	Es expresar nuestras ideas y conocimientos a otros y que ellos nos entiendan, por medio del diálogo.
<b>Grupo 5</b> 1101 Rafael Pombo	La comunicación es el medio para darnos a conocer ante el mundo, y sirve para expresar ideas, conocer, interactuar.

Como se aprecia en la tabla No. 3 todos los jóvenes del Técnico Superior y un número menor de escolares del INEM “Julián Motta Salas” tienen un concepto de comunicación que hace énfasis en la difusión y transmisión de información, ven la comunicación como lo expresa Mario Kaplún en su texto *“El Comunicador Popular, 1987”* como un simple acto de informar, transmitir o emitir, haciendo alusión al simple verbo de COMUNICAR. Para Kaplún, el verdadero sentido de la comunicación se ha desplazado por la influencia de los medios masivos. Según este autor, los medios transformaron la comunicación en un modelo basado en la trasmisión de mensajes o de señales, dejando a un lado las relaciones humanas y la retroalimentación.

Lo anterior permite señalar, que un gran número de jóvenes no construye relaciones comunicativas a través del diálogo y las relaciones interpersonales. Las relaciones comunicativas que construyen los escolares se desarrollan a

través de las nuevas tecnologías de la información (*celular, internet, redes sociales*), una comunicación superficial que se olvida de las relaciones humanas y el diálogo cara a cara. Consideran que el leer un periódico, ver las noticias, escucharlas en la radio o verlas en la web ya es comunicarse.

Conociendo el concepto de comunicación que tiene los estudiantes y que sus medios de comunicación se desarrollan a través de las Tic's, es pertinente señalar que las relaciones comunicativas que construyen los jóvenes con los museos no es la apropiada, pues la baja motivación que existe por parte de los estudiantes de vivir experiencias reales y establecer el contacto directo con estos espacios lleva a los museos del Centro de Convecciones a establecer estrategias de comunicación que integren a los jóvenes con los museos, ya sea a través de aplicaciones web, redes sociales, actividades participativas, jornadas de concientización sobre la importancia de la cultura y de una manera visual que capte llame la atención de los jóvenes y permita una interacción lúdica que vaya acorde a sus gustos y pasatiempos.

Esto podría llevarse a cabo incluyendo a las Instituciones Educativas dentro de este proceso, pues el apoyo educativo que puede brindar los museos a los docentes es pertinente para generar en los jóvenes un conocimiento por la cultura huilense y el arte.

En este sentido, los jóvenes se están refiriendo en sus definiciones al esquema clásico de comunicación (*emisor-mensaje-receptor*), que coloca el énfasis en la transmisión y en la difusión de mensajes, un esquema que desde los medios sólo busca imponer unas conductas en los estudiantes y conseguir un acatamiento de las nuevas culturas, ideas, opiniones y actos que difunden estos medios masivos.

De otro lado, se evidencia que los estudiantes del colegio Rafael Pombo y algunos escolares del INEM, Julián Motta Salas (*ver tabla No. 4*) relacionan el concepto de comunicación con la construcción de relaciones dialógicas entre actores sociales, acercándose a lo planteado por Mario kaplún en el texto *El Comunicador Popular*, 1987, "*su concepto alude al verbo comunicarse, donde se establece un diálogo, se intercambian ideas, se comparte y sobre todo existe una reciprocidad*". Estos jóvenes ven en la comunicación no sólo un medio para informarse, también comprenden que a través de ella pueden establecer diálogos con los demás actores de una sociedad.

La noción de comunicación que construye este segundo grupo de estudiantes se acerca a lo expresado por Jacqueline Duarte (2005). Para la autora, la comunicación y sobre todo el lenguaje, permiten crear y recrear, construir y de-construir las diversas maneras de pensar, de hacer y de sentir. Según Duarte, la comunicación no puede reducirse a un proceso informativo; las

personas no sólo reciben y dan información, sino que construyen sentidos, es decir, que interpretan esa información que circula por sus mundos, especialmente el escolar.

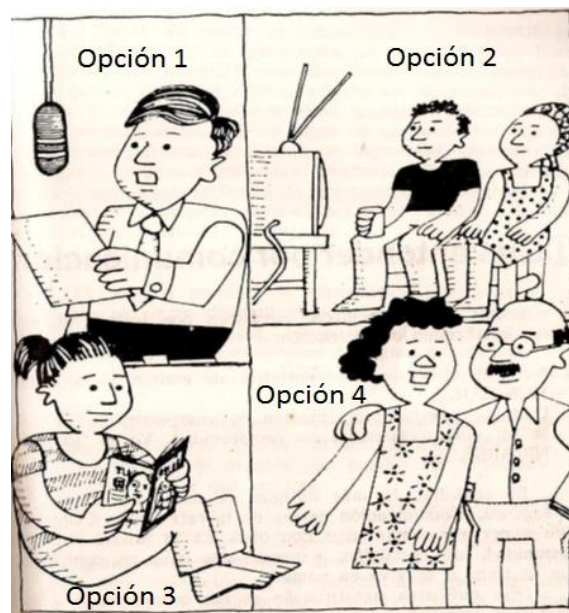
Según lo planteado anteriormente, no toda la población estudiantil cuenta con concepto de comunicación unidireccional. Este es un aspecto que se deben fortalecer y transformar en una oportunidad para articular y acercar a la población estudiantil de las Instituciones Educativas con los museos del Centro de Convenciones José Eustasio Rivera.

Son con estos jóvenes estudiantes que tiene una concepto de comunicación diferente a la unidireccional y comprende la comunicación como una herramienta de diálogo, con los que los museos deben iniciar una relación que permita un primer acercamiento e interacción entre estudiantes y administrativos.

Esto con el fin de unificar esfuerzos y trabajar articuladamente con los jóvenes para así definir el concepto de museo, comprender si se sienten identificados con estos espacios y sus formas de expresión, identificar los medios de comunicación más pertinentes para establecer una comunicación con ellos. Logrando así crear estrategias que además de acercar a los estudiantes, lo vean como un lugar divertido donde puedan aprender y conocer más de la cultura huilense y artística.



El desarrollo del taller enfocado a identificar la noción de comunicación que tiene los museos evidencio que los jóvenes responden de una manera acertada en las actividades visuales. Esta afirmación surge de la actividad donde se presentó a los jóvenes la gráfica de Mario Kaplún (1987) donde presenta cuatro procesos de comunicación (*ver gráfica No. 1*)



**Gráfica No. 1 Ilustración Formas de Comunicación,  
Tomado del El Comunicador Popular 1987, Mario Kaplún**

El 73% de la población de jóvenes estudiantes considera que la cuarta opción es donde existe una verdadera comunicación. La llaman comunicación verbal, personal, dialógica o comunicación familiar, es decir, que en esta opción es donde se establece el modelo que expone el Canadiense Jean Cloutier (1975)

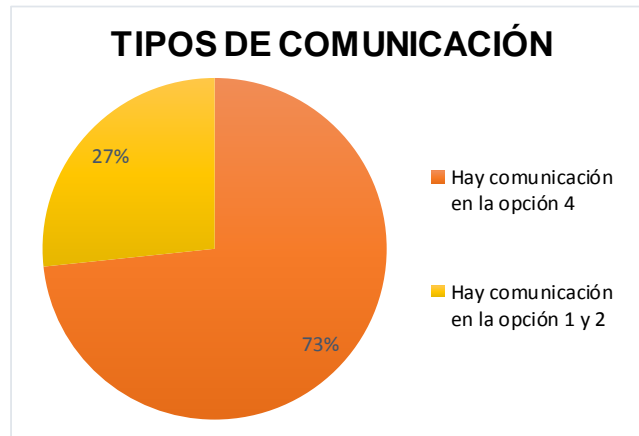
donde plantea que por medio de la interacción y diálogo todos podemos ser Emisores y Receptores, debido a que existe una retroalimentación.

Como decíamos anteriormente, los jóvenes responden de una más manera acertada en las actividades visuales, pues se evidencio que los jóvenes de manera inmediata y acertada reconocieron que la opción número cuatro o comunicación personal es la mejor opción y en donde existe una retroalimentación.

A diferencia de la actividad anterior donde tuvieron que representar las formas de comunicación y se les dificultó concretar su opinión y la mayoría se basaron en la comunicación lineal.

Podemos concluir que los jóvenes, como se indicó anteriormente, pertenecen a una cultura que parte de lo visual a lo electrónico, donde las representaciones graficas les ayudan a comprender e identificarse y les causa curiosidad; sus estilos de vida están alejados de la lectura, las cosas tradicionales que se exponen de manera lineal, sin colores, a través de la oralidad.

**Gráfica 2 Respuesta a Gráfica Formas de Comunicación**



**Gráfica 2. Ilustración Formas de Comunicación**

Los estudiantes argumentan que la comunicación personal es la mejor a la hora de comunicarse con sus amigos, les permite expresar sinceramente lo que sienten, sus opiniones, darse a entender, solucionar problemas y discusiones, y les ayuda a fortalecer la comunicación en la familia. Lo anterior indica, que este grupo de estudiantes es consciente de que la comunicación es una construcción colectiva de vínculos y relaciones dialógicas entre los actores sociales, este tipo de comunicación puede fortalecer la visita a los museos del Centro de Convenciones José Eustasio Rivera, generando relaciones interpersonales a través de la historia y la cultura que se conserva en estos lugares.

**RTA:** “La opción número 4 es la mejor, porque la comunicación verbal es la mejor, es la más directa, clara y personal. En este tipo de comunicación hay retroalimentación, está más completa en cuanto al uso de los sentidos” **(Grupo 4, Rafael Pombo)**

**RTA:** “La opción cuatro porque la comunicación cara a cara es la mejor ya que con esta sabemos cómo somos, quiénes somos y nos expresamos claramente” **(Grupo 1, INEM)**

**RTA:** “La mejor es la dialógica, porque así las personas se entienden mejor y dan a conocer mejor las cosas” **(Grupo 5, Técnico Superior)**

**RTA:** “La mejor es la última opción, porque se puede compartir interpersonalmente la comunicación y de manera segura, en cambio las demás suelen ser censuradas para cubrir la verdad, como lo hacen algunos canales de televisión” **(Grupo 2, Rafael Pombo)**

Sin embargo a pesar de las nociones anteriores, un grupo menor de los estudiantes manifestó que se construye comunicación en una de las tres primeras opciones, descartando la opción número 4 (ver gráfica No. 2) Según los jóvenes la inmediatez de los medios de comunicación (*Tv y Radio*), el flujo continuo de la información que circula por estos, la rapidez que los caracteriza son los factores que consideran los estudiantes como una verdadera comunicación. En ese sentido, los escolares se convierten en simples receptores de información, acríticos, pasivos, poco analíticos, sujetos que no construyen procesos de comunicación y diálogo.

Y es esta población juvenil a la cual debe estar dirigida las estrategias de comunicación, direccionadas a construir de manera colectiva vínculos y relaciones dialógicas entre los actores sociales y los museos del Centro de Convenciones José Eustasio Rivera. Establecer canales de comunicación que fortalezcan los procesos que se inicien dentro de estos espacios culturales y estén direccionados a establecer una relación entre joven – museo – historia.

***RTA:*** “La mejor es la televisión (opción 2), porque hay diversidad de información, entretenimiento, farándula y avisos de hechos ocurridos a diario”  
**(Grupo 3, Técnico Superior)**

***RTA:*** “La mejor comunicación la presenta la opción número 1, pues la radio es el medio que tiene frecuencia en todos lados y facilidad de obtener y de encontrar” **(Grupo 2, INEM)**

***RTA:*** “La mejor es la opción No. 2 porque la televisión es la más accesible pues todo el mundo posee una y pueden darse cuenta de las noticias del mundo” **(Grupo 1, Técnico Superior)**

Según los resultados obtenidos y el análisis realizado a los museos del Centro de Convenciones José Eustasio Rivera se evidencia la desarticulación entre los museos, administrativos y jóvenes, los enfoques y actividades no están direccionadas a un público juvenil y desde la escuela los escolares continúan elaborando una concepción instrumental del término comunicación, como un acto que hace énfasis en la transmisión y difusión de información y no como

un proceso social de construcción de sentido en colectivo, es decir, como una relación y construcción de diálogo entre individuos, grupos sociales, comunidades, en la que se ponen en juego complejas dimensiones de la vida social, política y cultural (Acebedo y García, 2000).

Después de realizar la actividad visual donde se expuso los diferentes procesos de comunicación mucho de los jóvenes estudiantes cambiaron su concepto unidireccional de comunicación, empezaron a comprender las oportunidades que les brinda la comunicación dialógica.

Sin embargo un grupo menor de estudiantes continuaron con una mirada instrumental del término de comunicación. Pues se mantiene la noción equivocada que la comunicación implica un proceso de transmisión y recepción de información a través del uso de los medios masivos de comunicación.

***RTA: “La comunicación sirve para transmitir ideas, información, sucesos, inconformidades etc.” (Grupo 1, Técnico Superior)***

***RTA: “La comunicación sirve para informarnos del medio, hablar con nuestros seres queridos que están lejos a través de la internet y la telefonía móvil” (Grupo 2, INEM)***

***RTA: “los medios son una forma de orientar o ayudar a los demás, en su numerosos problemas comunicativos” (Grupo 2, Técnico Superior)***

Por otro lado, un gran número de estudiantes que participó en el taller no relaciona la comunicación con el hecho de transmitir y recibir información, consideran que una de las tantas posibilidades que les ofrece la comunicación es expresarse y poder establecer un diálogo con otros actores sociales de una manera amena y agradable donde se pueden compartir sueños, opiniones, gustos e ideas. Consideran igualmente, que a través de la comunicación se pueden solucionar los conflictos, aclarar situaciones, pero sobre todo les ayuda y permite alcanzar sus objetivos y vivir en sociedad. Sin embargo, reconocen que gran parte de los jóvenes no construyen comunicación ni generan diálogos, lo cual altera la convivencia y las relaciones con las otras personas que los rodean.

Los anteriores argumentos y afirmaciones de los jóvenes estudiantes, demuestra que ellos reconocen las diversas oportunidades que les brinda la comunicación. Que pertenecen a una cultura audiovisual y electrónica, y son pocos los que conocen los espacios culturales que hay en la ciudad de Neiva y su importancia para la identidad regional y la preservación de la memoria.

Sin embargo el identificar y caracterizar a la población estudiantil permite direccionar y establecer la necesidad e importancia de crear estrategias de comunicación que acerquen a los estudiantes a los museos del Centro de Convenciones José Eustasio Rivera, para iniciar la inclusión de los jóvenes en

los procesos culturales, darles participación y la oportunidad de empezar a cuestionarse sobre el pasado, si se sienten identificados con las exposiciones de los museos, las piezas expuestas, sus medios de comunicación e interacción. El fin es empoderar a los jóvenes escolares, lo que se puede lograr a través de formación de equipos de trabajo entre los jóvenes de las instituciones que comparten mismos gustos, que conciben la importancia de la comunicación y la cultura para su desarrollo personal, así como la necesidad de los museos como escenarios para poder expresarse en torno al diálogo, la historia y la cultura; fortaleciendo así las relaciones interpersonales entre administrativos y estudiantes.

***RTA:*** *“La comunicación sirve para conversar, para poder opinar sobre problemas del mundo actual e informarnos de los sucesos de nuestra sociedad, sin embargo, encontramos muchos interrogantes acerca de lo que nos informan cotidianamente y problemáticas asociadas a la información”* **(Grupo 3, Técnico Superior)**

***RTA:*** *“La comunicación sirve para compartir información o ideas con muchas personas, utilizando los medios de comunicación; interactuando y comparando nuestras actitudes, ideas, u opiniones con las del entorno”* **(Grupo 1, INEM)**

***RTA:*** *“Comunicarse con otras personas mejora el uso de nuestro lenguaje, la capacidad de aprender a socializar a través de nuestras ideas, opiniones y así mostrar nuestra personalidad”* **(Grupo 2, Rafael Pombo)**



**Tabla 5. Para Qué Sirve la Comunicación I.E Técnico Superior**

<b>TÉCNICO SUPERIOR</b>					
<b>Grupo Pregunta</b>	<b>Grupo 1</b>	<b>Grupo 2</b>	<b>Grupo 3</b>	<b>Grupo 4</b>	<b>Grupo 5</b>
<b>¿Para qué sirve la comunicación?</b>	La comunicación ofrece una calidad de entretenimiento que orienta a innovar y adquirir una nueva perspectiva de la comunicación a nivel internacional. Ayuda a obtener conocimientos y mantenernos informados de las acciones que pasan en el mundo y el país.	La comunicación sirve para percibir hechos reales de nuestras comunidades instantáneamente, capaces de persuadir a todo el mundo, analizar lo ocurrido en cada lugar o situación, es una forma de orientar o ayudar a los demás, en sus problemas comunicativos.	Conversar para poder opinar sobre problemas del mundo actual e informarnos de los sucesos de nuestra sociedad donde encontramos muchos interrogantes acerca de lo que nos informa cotidianamente y problemáticas asociadas a la información y orientación de soluciones que nos ofrece los medios.	Comunicación es la forma oral, escrita y visual que de la mejor manera podemos utilizar para expresarnos cada día para alcanzar nuestros objetivos y comprometernos a dar la mejor información.	Sirve para conversar, dar opiniones personales muchas veces noticias nacionales e internacionales.

**Tabla 6. Para Qué Sirve la Comunicación Colegio INEM “Julián Mottas Salas”**

INEM JULIÁN MOTTA SALAS					
Grupo Preguntas	Grupo Uno	Grupo Dos	Grupo Tres	Grupo Cuatro	Grupo Cinco
<b>¿Para qué sirve la comunicación?</b>	Compartir información o ideas con muchas personas, utilizando los medios de comunicación. Interactuando y comparando nuestras actitudes, ideas, u opiniones con las del entorno	La comunicación oral y escrita nos permite comunicarnos y unir nuestras vidas con aquellos seres queridos e informarnos cada día.	Nos sirve para comprender y organizarnos en las nuevas iniciativas de nuestras vidas	Debemos compartir y otorgar mucha importancia a los medios de comunicación para lograr la unión social y personal, por medio de las noticias podemos estar informados de lo que acontece a nivel internacional o nacional	Consiste en oír por medio de los diferentes sentidos, aunque muchos de nosotros no sabemos informarnos y comunicarnos lo cual altera nuestra convivencia y nuestra integración con las otras personas que nos rodean

**Tabla 7. Para Qué Sirve la Comunicación Colegio Rafael Pombo**

RAFAEL POMBO					
Grupos Preguntas	Grupo Uno	Grupo Dos	Grupo Tres	Grupo Cuatro	Grupo Cinco
<b>¿Para qué sirve la comunicación?</b>	Usando el canal oportuno para comunicarnos nacional, internacionalmente y comercialmente nos ayuda también a informarnos oportunamente	Comunicarse con otras personas mejora el uso de nuestro lenguaje, la capacidad de aprender a socializar a través de nuestras ideas, opiniones y así mostrar nuestra personalidad	Comunicar sirve para organizar, unir e integrar a las personas, nos ayuda a mantenernos informados y discutir sobre varios temas	Nos ayuda a obtener nuevos conocimientos y mejorar las relaciones interpersonales	Comunicarnos objetivamente con otras personas, reforzando nuestra inteligencia y ayudando a la convivencia con las demás personas

## 6.2. Perfil de los administrativos del Centro de Convenciones José Eustasio Rivera, sus nociones sobre comunicación y conocimiento del público (estudiantes).

### 6.2.1. Perfil de los administrativos de los museos del Centro de Convenciones José Eustasio Rivera.

Tabla 8. Cuadro Comparativo, Personal Administrativo Centro de Convenciones

Variables	Hombres	Mujeres
<b>Sexo</b>	Un 25% de la población administrativa son hombres.	El 75% de los administrativos encuestados son mujeres.
<b>Edad</b>	Un 25% de los administrativos tienen una edad de 44 años	El 75% de los administrativos se encuentran en un rango de edad que oscila entre los 50-65 años.
<b>Estrato económico</b>	El estrato socioeconómico al que pertenece el 25% de los administrativos es el estrato 3	El 75% de los administrativos de la población femenina objeto de estudio pertenece al estrato cuatro.
<b>Lugar de nacimiento</b>	El 25% de los administrativos nació en la Ciudad de Bogotá	Un 50% nació en la ciudad de Neiva y sólo el 25% en Municipios del Huila.
<b>Estudio de Posgrados</b>	Toda la población masculina ha cursado estudios de posgrados.	Sólo un 50% cuenta con estudios de posgrados.
<b>Tiempos que llevan trabajando en la Secretaria de Cultura</b>	El 25% de los administrativos que corresponde al género masculino lleva 16 años de vinculación a la Secretaria de Cultura.	El 50% lleva más de 30 años vinculada a la Secretaria de Cultura.
<b>Funciones a su cargo</b>	La población masculina desarrolla funciones relacionadas con las áreas de las Ciencias Sociales (antropología, sociología).	El 75% de los administrativos pertenecientes a la población femenina se desempeña como coordinadoras de los museos.

Es importante destacar que un gran número de administrativos tiene edades que oscilan entre los 50 y los 65 años, lo que demuestra que la población que labora en los museos, pertenece a una generación adulta mayor, que fue educada en la cultura oral y escrita, y está a punto de completar su ciclo profesional; en comparación con la cultura audiovisual a la que pertenecen los jóvenes estudiantes, se evidencia la brecha generacional que existe entre ambos actores.

Lo anterior genera que los administrativos choque con la cultura audiovisual a la que ahora pertenecen los jóvenes escolares, provocando así una ruptura en los tejidos comunicativos que impide el desarrollo y buen ambiente al interior de los Museos del Centro de Convenciones José Eustasio Rivera dificultando el sentido de pertenencia hacia estos sitios por parte de los jóvenes escolares de la ciudad de Neiva

En cuanto a la formación académica, son personas que lograron cursar estudios universitarios, cuentan con un tecnólogo, título de pregrado y una formación profesional relacionada a los cargos que asumen actualmente. Dentro de los funcionarios se encuentran Licenciados de Inglés y Educación Artística, una Tecnóloga Administrativa Turística y un Antropólogo. Sin embargo, sólo la mitad de las mujeres encuestadas cuenta con un Posgrado y el 25% de la población masculina ha adelantado estudios postgraduales.

Entre el perfil de los administrativos no se encuentra ningún profesional con énfasis como la comunicación, el marketing o creativo experto en crear y articular actividades lúdicas de convivencia con los jóvenes donde se reflexiona y se construye solidaridad y arraigo por la cultura, historia y región.

La necesidad de un profesional en estas áreas no se basa simplemente en la difusión de información, también en la elaboración de estrategias comunicativas que permitan dinamizar los procesos al interior de los museos del Centro de Convenciones José Eustasio Rivera y proyecte, articule y ejecute con los jóvenes estudiantes, brindando a los estudiantes un papel dinamizador y participativo en el desarrollo de las actividades al interior del museo.

Por otra parte, es importante señalar que estos profesionales que laboran allí encontraron un lugar donde desempeñar todos los conocimientos adquiridos en su etapa de estudio, otros en cambio, tienen un sentido de pertenencia por los espacios y se identifican con la cultura huilense, les interesa preservar, investigar, promocionar estos espacios y los procesos educativos y culturales que se generan desde los museos, pues saben que la presencia de estos lugares es importante porque aportan al desarrollo del sector cultural y turístico de la región.

El compromiso por parte de los coordinadores se debe obtener como una fortaleza, ya que el sentido de pertenencia debe incentivarse en todos los administrativos del bloque cultural del Centro de Convecciones José Eustasio Rivera, para que se unifique esfuerzos y el objetivos de todos los administrativos sea establecer y permitir un acercamiento con los jóvenes, en especial los escolares de la ciudad de Neiva. Llevando esto a que los jóvenes, las Instituciones Educativas y administrativos del Centro de Convenciones se apropien de la historia y cultura que posee estos espacios.

Sin embargo, a pesar de lo anterior, muchos de los funcionarios coinciden en afirmar que lo más desagradable de su lugar de trabajo es la informalidad de los procesos, *-no se valoran y apoyan los proyectos que se presentan-*, la sobrecarga laboral, la dificultad para lograr una adecuada finalización de los procesos ante factores externos, poca continuidad de los proyectos ante los cambios de gobierno y el bajo salario.

A otros no les agrada la ubicación del museo, pues consideran que la infraestructura no es la adecuada y la falta de un ascensor, dificulta notablemente el acceso a personas mayores o discapacitadas, además, consideran que hace falta personal de apoyo que acompañe las jornadas de trabajo.

En cuanto a los museos del Centro de Convenciones José Eustasio Rivera se puede afirmar que durante la observación participante que se realizó durante la investigación y como se mencionó anteriormente se encontró que estos espacios culturales están en un lugar estratégico con gran afluencia de jóvenes estudiantes, sin embargo no existe una publicidad exterior que indique a los jóvenes la existencia de los museos dentro del bloque cultural, su infraestructura a pesar de ser imponente y amplia no llama la atención de los estudiantes, pues sus colores son opacos, visualmente no causa un impacto positivo, su forma de exposición requiere de una nueva estrategia interactiva que vaya acorde con la cultura audiovisual de los jóvenes, su aspecto debería ser más profesional y acordes a la temática de cultura e historia que maneja cada museo, las exposiciones más dinámicas no sea simplemente el recorrido de unas piezas, esculturas, fotos, pinturas, trajes sino que existe un verdadero acompañamiento de profesionales capacitados, con conocimiento de la temática y que maneje una pedagogía que capture la atención de los visitantes, en especial los jóvenes.

Finalmente, los administrativos del Centro de Convenciones José Eustasio Rivera, consideran la juventud como una etapa del ser humano donde se tiene que ser muy responsable, valorar las experiencias y vivirlas con compromiso. Para ellos, los jóvenes son personas que tienen que estructurar sus proyectos de vida, investigar, prepararse para no caer en el conformismo. Consideran

que los jóvenes requieren de alternativas distintas en la vida (*estudiar, vinculación laboral*) para que su desarrollo como persona y miembro de una sociedad contribuya al crecimiento de la región y el país. Para la mayoría de los funcionarios, los jóvenes son el futuro del país y por esto merecen mucha atención de los padres y profesores, necesitan guías que los lleven a ser personas productivas y comprometidas con la sociedad.

Dicho concepto que tienen los administrativos demuestra que ellos consideran a los jóvenes como actores principales en la construcción de la sociedad y los museos son el escenario apropiado para la formación y fortalecimiento de valores, costumbres y principios. Por ende se debe fortalecer la conexión y articulación con los estudiantes de la Institución INEM “Julián Motta Salas”, Técnico Superior y Rafael Pombo.

#### **6.2.2. Nociones sobre comunicación de administrativos de los museos del Centro de Convenciones José Eustasio Rivera.**

Otro de los actores importantes en el estudio de las nociones sobre comunicación para la investigación, lo constituyen los administrativos que coordinan el Museo Arqueológico Regional de Huila, el Museo del Sanjuanero, el Museo de Arte Contemporáneo y el museo Jorge Villamil Cordovéz, con ellos se aplicó una entrevista no estructurada con preguntas abiertas sobre el



concepto de comunicación y los tipos de comunicación que ellos creen que se construyen en la sociedad, especialmente en el espacio donde laboran.

En el análisis y la importancia de comprender las nociones de comunicación que tienen los administrativos del Centro de Convenciones José Eustasio Rivera se encontró que el 75% de los administrativos considera que la comunicación es una herramienta de trasmisión de información, sin embargo, el porcentaje restante (25%) cree que la comunicación es una construcción de relación y diálogo entre actores sociales. Lo anterior demuestra, que los administrativos mantienen una concepción instrumentalista de la comunicación como herramienta de transmisión de información, como lo expresa Jacqueline García Páez en el texto *“El Debate Latinoamericano sobre la Comunicación”*, esta comunicación se limita a la transmisión del mensaje dejando de lado la retroalimentación del interlocutor, el emisor tiene el poder total sobre el receptor. A continuación se realizó una clasificación de las nociones de comunicación que expresaron los administrativos.

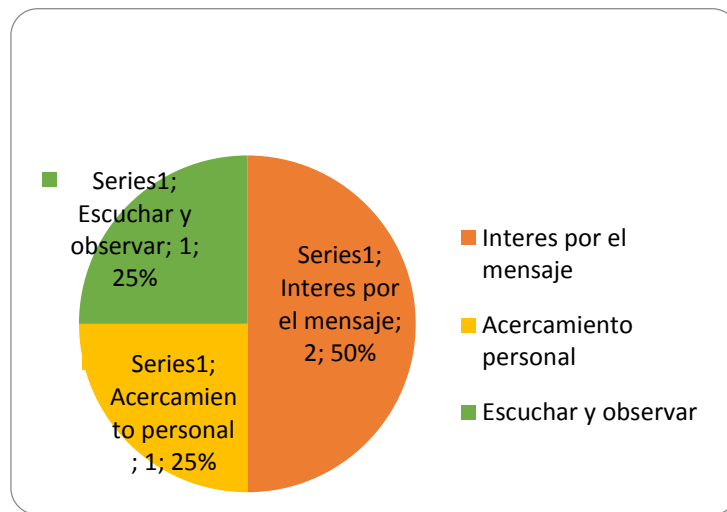
**Comunicación como Transmisión de información:**

*“La comunicación es el arte de poder transmitir mi pensamiento y que me lo entiendan” (Directora Museo Jorge Villamil Cordovéz)*

### Comunicación como construcción de diálogo:

“Para mí la comunicación es de parte y parte, hablar, pero también escuchar a mí interlocutor” (**Directora Museo de Arte Contemporáneo**)

**Gráfica 3. Herramientas Indispensables Para una Buena Comunicación**



Asimismo los directivos de los museos reconocen las diferentes formas con las que se pueden comunicar las personas, el lenguaje oral, escrito, audiovisual y electrónico. Las primera, permite que se construya en gran medida una retroalimentación, las tres restantes (*escrita, audiovisual -TV, Radio- electrónica*) posibilitan la circulación del mensaje, pero no se construyen relaciones dialógicas cercanas entre actores sociales.

El reconocimiento de las diferentes herramientas y medios que brinda la comunicación nos permite comprender que los administrativos interactúan y reconocen las dimensiones y el abanico de posibilidades con los que se puede comunicar con los estudiantes, al igual que identificar sus pensamientos, actitudes y concepto de vida, cultura e historia.

***RTA: “Nos podemos comunicar por medio oral, visual, escrito y auditivo” (Directora Museo Jorge Villamil Cordovéz)***

***RTA: “Nos comunicamos a través del computador, celular, teléfono, los mensajes impresos, comunicación verbal” (Directora Museo Arqueológico Regional del Huila).***

Asimismo, al indagar para qué sirve la comunicación, el 75% de los administrativos encuestados respondió que la comunicación se utiliza para interactuar con las personas, conocerse e informarse de todo lo que pasa a su alrededor. Para ellos, es importante el contacto con las personas para establecer relaciones dialógicas basadas en la confianza y el respeto. El otro 25%, argumenta que la comunicación sirve para entenderse así mismo. Lo que indica el carácter reflexivo de la comunicación ante situaciones de la vida diaria.

***RTA: “La comunicación sirve para interactuar con todas las personas que tenemos a nuestro alrededor.” (Directora Museo Jorge Villamil Cordovéz)***

**RTA:** “Es una forma de conocer, de saber, de ampliar conocimiento, de estar enterado de todo lo que pasa alrededor, ya sea familiar y social.” **(Directora Museo de Arte Contemporáneo)**

**RTA:** “La comunicación sirve para saber que existe un ser, para tener un contacto con las personas, puedo dejar conocer la inquietud que tengo, conocer la vida de las personas, porque si uno no se comunica bien aparecen los conflictos.” **(Directora Museo Arqueológico Regional del Huila)**

Para los administrativos de los museos, la comunicación es una herramienta indispensable para resolver conflictos y construir diálogos. En este sentido, podemos decir que los administrativos ven la importancia de construir una comunicación basada en la confianza y el respeto a la diferencia, como lo expresa Eugene L. y Ruth E. Hartley en el texto “*La importancia y naturaleza de la comunicación*” (1986), la comunicación permite construir en las personas la vida en comunidad y la formación de individuos capaces de comunicarse.

El reconocimiento de los administrativos de estos tipos de comunicación demuestra que ellos interactúan con otros actores sociales a través de conversaciones personales, cartas, correos electrónicos y las redes sociales. Sin embargo llevado al contexto de nuestra investigación no basta sólo el conocimiento de estas formas de comunicación sino se pone en práctica. Y en su papel de coordinadores, adultos, con experiencia personales sobre el trato de jóvenes, no logran establecer la necesidad de integrar a los estudiantes con los museos. Todas sus argumentaciones plantean la comunicación es la herramienta adecuada para construir en las personas la vida en comunidad y

la formación de individuos capaces de comunicarse, con bases sólidas de historia y cultura.

**RTA:** *“Si la comunicación puede tener esa posibilidad, si se utiliza adecuadamente hoy en día se contratan personas que tienen esas habilidades para poder moverse con determinados actores que tienen diferentes maneras de enfrentar la realidad ósea donde hay conflictos y en eso juega un papel fundamental la negociación con poder de convencimiento”*  
**Rafael Díaz (Antropólogo)**

**RTA:** *“Si claro, si no hay comunicación como podemos resolver un conflicto, establecer un diálogo, más en estos momentos que estamos en los diálogos de paz”* **(Directora Museo Jorge Villamil Cordovéz)**

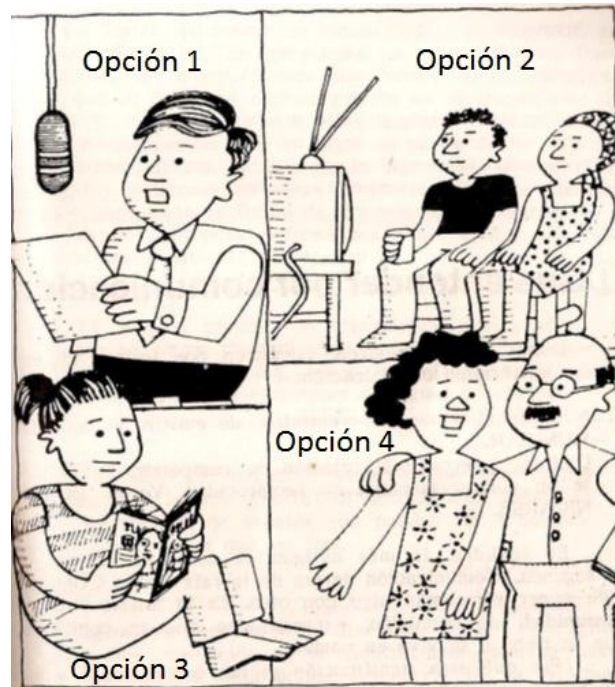
**RTA:** *“los tipos de comunicación que existen son la oral, graficas, boletines, escrita, dibujos, música”* **(Directora Museo Jorge Villamil Cordovéz)**

**RTA:** *“La parte del computador, celular, teléfono, los mensajes impresos, comunicación verbal”* **(Directora Museo Arqueológico)**

Al hacer el análisis de la pregunta *¿En cuáles de las siguientes ilustraciones cree usted que existe comunicación?* (Ver gráfico No 5), la primera un hombre transmitiendo un tema a través de la radio, la segunda una pareja viendo televisión, la tercera una joven leyendo, y la cuarta una pareja estableciendo una conversación; el 50% contestó que en todas las imágenes existía comunicación y el otro 50% argumentó que en la cuarta opción. Lo anterior demuestra que la mitad de los administrativos reconoce la importancia del diálogo al momento de interactuar y construir comunicación, además de

reconocer que es la mejor opción para lograr una interacción y retroalimentación entre las personas.

**Gráfica 5. Ilustración Formas de Comunicación II**



Fuente: El Comunicador Popular, Mario Kaplún (1987)

**RTA:** “En todas existe comunicación, sea transmitiendo o recibiendo.”  
(Directora Museo Jorge Villamil Cordovéz)

**RTA:** “La cuarta porque, La comunicación va ligada a la palabra que motiva, inspira, une.” (Antropólogo)

**RTA:** “Todos tienen comunicación la tv y la radio son los más efectivos, pero a mí me gusta la cuarta es una comunicación donde hay afecto, entendimiento porque el rostro de esa persona lo veo al recibirme el mensaje.” (Directora Museo Arqueológico).

### **6.3. Caracterización de la comunicación que proponen y construyen los Museos del Centro de Convenciones José Eustasio Rivera con los jóvenes estudiantes.**

Para abordar esta etapa de análisis con los administrativos de los museos, se utilizó como instrumento la entrevista no estructurada que permitió identificar las relaciones comunicativas de estos centros culturales y las personas que trabajan allí con los jóvenes estudiantes de la ciudad de Neiva.

Dentro del análisis realizado, se encontró que los canales comunicativos que utilizan los administrativos del Centro de Convenciones José Eustasio Rivera para informar sobre las actividades realizadas o a desarrollar por los museos, son la Emisora Cultural y las notas (*cartas dirigidas a las Instituciones Educativas de la ciudad*). El primero, (*Emisora Cultural*) es uno de los canales más utilizados debido a que es el medio institucional de la Secretaria de Cultura Departamental y en su programación diaria se producen y emiten audio tipos de promoción e invitación (*cuñas*) a las actividades que realizan los museos. Estas producciones radiales no generan gastos económicos para estos centros culturales que cuentan con pocos recursos financieros para su funcionamiento.

Sin embargo, es pertinente señalar que los jóvenes estudiantes de la ciudad de Neiva no presentan interés por este tipo de medios de carácter cultural, quiere esto decir, que dentro de las prácticas cotidianas de los escolares, los medios de comunicación con propósitos de formación son poco recepcionadas. Dos factores pueden generar estos comportamientos, el primero, la programación de la emisora cultural va dirigida a audiencias adultas con cierto nivel de formación académica, y segundo, la influencia de las estaciones radiales comerciales con una gran volumen de programas y géneros musicales que abordan temáticas poco saludables para la audiencia juvenil, se debe entonces pensar en cómo articular a los jóvenes escolares con estos medios de comunicación, se puede pensar en jornadas de prácticas radiales por parte de las emisoras en las instituciones educativas y hacer partícipes a los estudiantes en las transmisiones, convirtiéndolos en sujetos activos y participes de las actividades que desarrollan los museos del Centro de Convenciones José Eustasio Rivera y si es el caso, que se generen proyectos de producción de material direccionado a un público joven.

Como segundo canal de comunicación para interactuar con los jóvenes visitantes de los museos, se utilizan las cartas de invitación remitidas a las Instituciones Educativas, estas notas, son el único canal directo dirigido a los docentes y jóvenes estudiantes, a través de estos mensajes se convocan a los planteles educativos de la ciudad de Neiva (*públicos y privados*) para que



asistan a distintos eventos y conozcan las exposiciones permanentes que se desarrollan en cada uno de los museos, esto nos dice, que gran parte de los jóvenes que visita los museos del Centro de Convenciones José Eustasio Rivera asiste a estos lugares sólo por actividades escolares coordinadas por los colegios desde las asignaturas de Historia, Ciencias Sociales, Arte y Servicio Social y no por iniciativa propia y en sus tiempos de descanso.

Además, es importante señalar que estas cartas de invitación, sólo se dirigen a planteles educativos de la zona urbana de Neiva y no a las Instituciones Educativas que hacen parte del área rural. Lo anterior se refleja la ausencia de proyectos desde la Secretaría de Cultura que vinculen a estas instituciones a los procesos que desarrollan los museos, y en segundo lugar, los fondos insuficientes que dificultan los acercamientos que se pueden construir con estos establecimientos educativos.

***RTA: “Los canales de comunicación son la emisora cultural y las notas de invitación dirigidas a colegios de la ciudad” Coordinadora Museo Arqueológico Regional del Huila.***

***RTA: “Normalmente los canales que se utilizan para llegar a los jóvenes son la emisora cultural, correo electrónico, celular y el voz a voz” Rafael Díaz, Antropólogo.***

Lo descrito anteriormente, permite concluir que desde la Secretaría de Cultura no se ha desarrollado una estrategia de comunicación novedosa que posibilite

construir vínculos de cercanía con los jóvenes de la ciudad y sólo se limita a convocar a los escolares con los medios descritos anteriormente (*Emisora Cultural y cartas de invitación*), canales comunicativos que poco interés despiertan en los estudiantes.

Por otro lado, los administrativos coinciden en argumentar que los propósitos fundamentales de estos espacios de construcción de memoria son educar, ofrecer conocimientos y saberes sobre el arte, las tradiciones regionales, la cultura y folclor Huilense, lo anterior indica, que los museos comunican experiencias, conservan prácticas culturales y construyen memoria, pero consideran que estos espacios no generan en los jóvenes de la ciudad, interés, curiosidad por investigar y reconocimiento.

***RTA:*** “Los museos generan en los estudiantes aburrimiento e incertidumbre, lamentablemente no contamos con herramientas pedagógicas, ni el personal adecuado que facilite y dinamice la participación y promueva el interés de los muchachos hacia estos espacios” **Coordinadora Museo Arqueológico Regional de Huila.**

***RTA:*** “El museo comunica conocimiento, entretenimiento y cultura, sin embargo, desde la Secretaría de Cultura no se promueven iniciativas que permitan construir relaciones más cercanas con los estudiantes, es decir, que no generamos comunicación con los jóvenes” **Coordinadora Museo Jorge Villamil Cordovéz.**

***RTA:*** “Los museos son espacios de encuentro, cultura, conocimiento, y diálogo, se intercambian saberes, pero hace falta acercarse a los chicos, es

*necesario desarrollar estrategias comunicativas que posibiliten estos encuentros” Rafael Díaz Antropólogo.*

Asimismo, los administrativos consideran que los museos del Centro de Convenciones José Eustasio Rivera se han transformado en los últimos años en lugares de encuentro para los habitantes de la ciudad, en primer lugar, gracias a la relevancia pedagógica y formativa que estos centros culturales representan en la población adulta con cierto grado de formación académica (*profesionales en diferentes áreas, docentes y artistas*) que ve en estos lugares la oportunidad de intercambiar ideas, fortalecer y alimentar la memoria histórica y apoyar la formación de las nuevas generaciones, sin embargo el impacto y alcance no es el esperado teniendo de referente la afluencia a otros museos como el museo del Oro, el museo Botero, reafirmando que las actividades y tipo de formación que se da al interior de los museos no va dirigida al público joven.

En segundo lugar, su ubicación (zona céntrica de la ciudad de Neiva) y su infraestructura moderna que cuenta con espacios organizados que posibilitan los encuentros y los intercambios comunicativos de quienes los visitan lo convierte en un punto de encuentro, pero los administrativos del centro de convenciones, argumentan que los estudiantes de grado once de la Instituciones Educativas INEM “Julián Motta Salas”, Rafael Pombo y Técnico Superior, no creen que sea un punto de encuentro y si no un lugar de paso,

esto se debe a que esta población juvenil visita los museos solo porque las Instituciones educativas lo consideran prerequisite para aprobar o subir la nota en alguna materia escolar, son muy pocos aquellos que se acercan a estos centros de conservación de memoria en sus tiempos libres para indagar o conocer por su cuenta, esto indica que hacen falta herramientas que permitan articular las nuevas generaciones audiovisuales, vincularlos de manera que se sientan partícipes y no excluidos de lo que ellos consideran y pretenden que la cultura y el folclor Huilense se muestre.

***RTA:*** “Los estudiante visitan los museos es “por qué les toca“, muy pocos estudiantes se acercan a las instalaciones porque les guste asistir, y por lo general, siempre se acercan por un trabajo estudiantil y una obligación por parte de sus planteles educativos” **Coordinadora Museo de Arte Contemporáneo.**

Como se menciona anteriormente los administrativos reconocen que es fundamental diseñar estrategias pedagógicas y comunicativas que fortalezcan las relaciones de los jóvenes con los museos del centro de convenciones José Eustasio Rivera y las personas que laboran allí, los canales utilizados (*emisora cultural y cartas de invitación*) no son suficientes y en la mayoría de ocasiones, poco eficientes para la construcción de vínculos y relaciones comunicativas que posibiliten la cercanía con los jóvenes estudiantes de la ciudad. Es de resaltar que las redes sociales, instrumentos de gran acogida entre los jóvenes escolares de las instituciones INEM “Julián Motta Salas”, Rafael Pombo y

Técnico Superior, en general el público de esta generación, han sido poco exploradas, a pesar de su gran impacto y alcance, por lo cual es de gran importancia empezar a trabajar en su consolidación, esto a su vez permitirá un acercamiento con los estudiantes y contacto permanente hacia las actividades que se realizan en los museos.

***RTA:*** *“Si bien es necesario mostrar la cultura del departamento, compositores importantes, obras de arte regionales y nacionales, desde la dirección no se han preguntado que les gustaría observar y conocer al público juvenil, o cómo se representaría mejor la cultura y el arte de la región en estos espacios”*  
**Coordinadora Museo Jorge Villamil Cordovéz.**

***RTA:*** *“Somos conscientes que la mayoría de público que nos visita es por responsabilidades académicas, que dependiendo de la manera como nos acerquemos al joven, él trae consigo a más público de esta edad, es necesario, buscar estrategias pedagógicas que permitan crear un ambiente más atractivo y divertido con los muchachos”* **Coordinadora Museo de Arte Contemporáneo.**

#### **6.4. Caracterizar la comunicación que construyen los jóvenes estudiantes con los museos del Centro de Convenciones José Eustasio Rivera.**

En esta tercera etapa se desarrolló un taller con los estudiantes participantes de la investigación con el propósito de conocer las nociones que estos chicos tienen sobre los museos y las relaciones comunicativas que construyen los jóvenes con estos espacios culturales y las personas que laboran allí.

#### **Los jóvenes y su primer acercamiento con los museos**

Respecto a las nociones sobre los museos, los estudiantes de las Instituciones INEM “Julián Motta Salas”, Técnico Superior y el Colegio Rafael Pombo piensan que los museos son espacios que expresan el arte, donde pueden encontrar obras y esculturas las cuales les causan curiosidad e interés por conocer, pero también, consideran que son recintos que conservan vestigios de civilizaciones antiguas y atesoran la memoria histórica de las regiones.

***RTA:*** “Un museo es un lugar público donde se almacenan distintos vestigios para su exhibición y dan a conocer distintas culturas de civilizaciones antiguas” **(Grupo 1, INEM)**

***RTA:*** “Un museo es un lugar donde se nos expresa arte, porque a través de ellos vemos lo grandioso, lo que podemos hacer con esto y a la vez tener una idea de cómo guiarnos en un futuro” **(Grupo 3, Técnico)**

***RTA: “Un museo muestra a través de figuras y elementos diversas culturas”  
(Grupo 1, Rafael Pombo)***

Lo dicho anteriormente, permite conocer que los jóvenes relacionan la palabra museo con un espacio dedicado a la exposición de obras de artes con el propósito de conservar la memoria histórica y las tradiciones culturales de una sociedad o civilización antigua. Sin embargo, los escolares no hicieron referencia particularmente a la función que desarrollan los museos del Centro de Convenciones José Eustasio Rivera encargados de preservar y difundir la cultura regional del Huila, (*civilización agustiniana, memoria del canta autor Jorge Villamil Cordovéz y evolución del traje típico de sanjuanero huilense*). Es importante resaltar, que el museo de arte contemporáneo es el único que expone diferentes obras de arte, pero siempre tratando de destacar al hombre huilense, su pensamiento, gustos y características.

**Tabla 9. Qué significado o noción tiene sobre los Museos**

Grupo Pregunta	Grupo 1	Grupo 2	Grupo 3	Grupo 1	Grupo 2	Grupo 3	Grupo 1	Grupo 2	Grupo 3
	2 INEM			TECNICO			POMBO		
<b>¿Qué significado o nociones tiene sobre los museos?</b>	Es un lugar que nos muestra diversas culturas	Son lugares donde encontramos figuras, todo lo relacionado con el pasado y demás culturas	Son lugares donde podemos ver cultura y conectar nos con el pasado	Los museos exponen todo tipo de obras y esculturas, quieren ver en nosotros el interés por ellas para conocer así aún más del tema	Los museos son un lugar donde puedo descubrir y preguntar sobre objetos o monumentos que encuentro allí	Un museo es un lugar donde se nos expresa arte porque a través de ellos vemos lo grandioso, todo lo que podemos hacer con esto y a la vez tener una idea de cómo guiarnos en un futuro	Los museos son lugares públicos donde se almacenan distintos vestigios para su exhibición y dan a conocer distintas culturas de civilizaciones antiguas.	El museo lo imaginamos como un lugar interactivo	Son lugares que representan conservación de los animales o personajes de nuestro pasado y dan la oportunidad de exponer expresiones artísticas de una persona.



o lado, los jóvenes escolares visitan y conocen los museos regularmente por motivos escolares y académicos, (*trabajos investigativos, servicio social y clases*), actividades obligatorias que generan en los muchachos aburrimiento y una apatía antes de entrar a estos recintos culturales. En menor medida, realizan las visitas con familiares en las festividades de San Pedro y porque han escuchado de ellos en las emisoras y periódicos locales. Finalmente, unos pocos argumentan visitarlos en sus tiempos libres por el interés de explorar estos espacios culturales.

#### **Conocen los museos por:**

*RTA: “Los conocemos porque son difundidos por los medios masivos de comunicación” (Grupo 1, INEM)*

*RTA: “Porque nos han hablado de ellos en el colegio” (Grupo 1, Rafael Pombo)*

*RTA: “Por conocer más de ellos y los visitamos en tiempo libre” (Grupo 2, Técnico)*

#### **Visitan los museos por:**

*RTA: “Visitamos los museos porque me parece un lugar especial, lleno de culturas y cosas nuevas que aprender, en ese lugar podemos encontrar cosas únicas. Los colegios no nos llevan a visitar el museo por lo tanto no lo visito cuando estoy estudiando” (Grupo 4, Técnico)*

*RTA: “Sí lo visitamos, para conocer las maravillas que hay dentro de ellos, y, cuando no estamos en el colegio” (Grupo 5, Técnico)*

*RTA: “Sí, porque nos tocó prestar el servicio social, de resto no” (Grupo 5, Rafael Pombo)*

Como se menciona anteriormente el mayor problema al visitar los museos es la falta del conocimiento del mismo, esto se convierte en su mayor debilidad ya que tienen poco reconocimiento en la ciudad, los jóvenes estudiantes saben de los museos a través de la promoción que le dan los medios masivos de comunicación como la radio, televisión, prensa y revistas. Otros saben de la existencia de estos espacios por los maestros y familiares. Sin embargo, el medio que en realidad se utiliza para la difusión de los eventos es la Emisora Cultural del Huila, la cual tiene poca recepción por esta población estudiantil. De esta manera la emisora es la de mayor impacto para llegar a los jóvenes, entonces es pertinente establecer estrategias que la acerquen a las instituciones en tiempo real.

***RTA: “Sabemos de los museos a través de la promoción de medios como televisión y prensa” (Grupo 4, Técnico)***

***RTA: “Por servicio social y los abuelos” (Grupo 5, Rafael Pombo)***

**Tabla 10. Por qué conoce los Museos**

Grupos Pregunta	Grupo1	Grupo 2 INEM	Grupo 3	Grupo 1	Grupo 2 TÉCNICO	Grupo 3	Grupo 1	Grupo 2 POMBO	Grupo 3
<b>¿Por qué conoce los museos?</b>	Porque nos han hablado de ellos en el colegio	Por el colegio y creo que más que eso, por cultura general	En el colegio nos hablan de ellos	Por el arte y sus expresiones	Porque los visitamos en tiempo libre y así conocemos más de ellos	Porque nos interesamos en la cultura del mundo que son muy variadas, ya que en Latinoamérica hay muy buen arte	Porque son difundidos por los medios masivos de comunicación	Porque queremos conocer más en ocasiones, es como una costumbre	Porque es un arte que se representa en algo turístico

A pesar de su poco reconocimiento ante los jóvenes, estos también argumentan que utilizan los museos del Centro de Convenciones José Eustasio Rivera sólo con fines académicos, ya que tienden a relacionar la cultura y la historia con la educación, debido a que los espacios están diseñados para la conservación del folclor Huilense donde debe seguir protocolos de orden y disciplina dentro de ellos con el fin de que sus piezas artísticas no se vean afectadas, esto fomenta que los estudiantes se han controlados sin poder desarrollar su propia personalidad, aunque son conscientes de la importancia de esto, ellos también quieren que muestre o se dé igual importancia a la evolución de la cultura, nueva adaptación ante la tecnología e interacción con ellos.

***RTA: “El museo educa porque nos enseña a ser personas de bien, cada día mejor y allí nos identificamos con el arte que va unido con la vida, lamentablemente vamos es cuando tenemos actividades escolares allá”***  
**(Grupo 3, Técnico)**

***RTA: “Un lugar que educa, nos da conocimiento sobre las culturas que habitaron antes de nosotros, pero las conocemos sólo en las visitas escolares”***  
**(Grupo 2, Rafael Pombo)**

**Tabla 11 El museo es un lugar de encuentro que educa o es un lugar de paso**

Grupos	Grupo 1	Grupo 2	Grupo 3	Grupo 1	Grupo 2	Grupo 3	Grupo 1	Grupo 2	Grupo 3
Pregunta	INEM			TECNICO			POMBO		
¿El Museo es un lugar de encuentro que educa o es un lugar de paso?	Es lugar que educa pero a la vez entretiene	Depende en la actividad en que se vaya y la disposición y el nivel de conocimiento del museo en que se esté	Es un lugar que educa porque da información valiosa que entendemos	En el tiempo libre para conocer más	Es un lugar de encuentro que educa porque nos muestra, nos enseña la importancia de las obras que allí nos dan a conocer	El museo educa porque no enseña a ser personas de bien, cada día mejor y allí nos identificamos con el arte que va unido con la vida, lamentablemente vamos es cuando tenemos actividades escolares allá	En el museo aprendemos de la historia del Huila	Un lugar que educa, nos da conocimiento sobre las culturas que habitaron antes de nosotros	El museo es un lugar de encuentro y un lugar que educa

Asimismo, vemos que los jóvenes escolares consideran que solo se comunica con los museos del Centro de Convenciones José Eustasio Rivera a través de las estatuas, las obras literarias, pinturas y las publicaciones (*carteles*), pero no con las personas que laboran allí aun que los describen sólo como amables.

Sin embargo, es importante señalar, que la comunicación entre administrativos y jóvenes escolares al interior de los museos se construye a partir de la guía o el recorrido como servicio que brinda el museo. Como ya se ha mencionado durante la investigación y en el análisis de la información. Quiere esto decir, que no se generan vínculos de cercanía y cordialidad entre escolares y administrativos, pues las relaciones comunicativas que se desarrollan, se dan a partir de una comunicación instrumental basada en la difusión de una información contenida en documentos (guía). Ninguno de los estudiantes de grado once de los tres colegios reconoció que se formara una comunicación espontánea, cordial e informal con los administrativos. La poca interacción existente entre los dos actores se ve durante el recorrido establecido por el museo, en donde los jóvenes no son tenidos en cuenta como sujetos activos en la comunicación sino como receptores, es fundamental que las personas que laboran allí se interesen por los visitantes y establezcan formas de comunicación que posibiliten construir vínculos y relaciones basadas en la cordialidad y el respeto, ya que los estudiantes dan por verídica toda la

información que se le proporcionan, no participan ni confrontan sus conocimientos ante los temas que trata el museo, se hace necesario que el museo direcciones la información e interacción que manejan hacia los jóvenes estudiantes, ellos proponen que estos lugares aporten un ambiente familiar para que las visitas no sean sólo por actividades académicas sino que se conviertan en un plan agradable para las familias neivanas y huilenses. Igualmente, consideran que es necesario diseñar espacios de mayor interacción con ellos, a través de talleres de manualidades, cursos para comprender con mayor profundidad las exposiciones y las muestras culturales allí exhibidas.

**Tabla 12 Qué les comunica el Museo, cómo se comunica el Museo y las personas que trabajan allí con ustedes**

Grupos Preguntas	Grupo 1	Grupo 2 INEM	Grupo 3	Grupo 1	Grupo 2 TECNICO	Grupo 3	Grupo 1	Grupo 2 POMBO	Grupo 3
¿Qué les comunica el museo, cómo se comunica el museo y las personas que trabajan allí con ustedes?	Me comunican unas características por región para dar a conocer sus distintas muestras culturales y así informar de las distintas formas de actividad cultural	Comunican historia de algo muy importante que ha pasado por medio de los objetos y figuras reliquias que ahí allí. No se tiene en cuenta mucho que digamos las personas que están allí	Lo que nos comunican los museos es amor a la vida como se comunican a través de todas las obras de arte y las personas allí lo hacen muy bien porque nos tratan muy bien y nos hacen sentir cómodos	Los museos son comunicativos nos enseñan sobre la historia, las personas que trabajan allí tratan de orientarnos y compartir su conocimiento pero creemos que hace falta más acercamiento.	Los museos nos comunican arte, historia, antigüedad, música etc. Se comunican a través de obras, esculturas, carteles todos tratándonos de orientar y enseñarnos todo tipo de obras para conocer más de ellas	Creemos que hace falta mejorar la comunicación con las personas que laboran allí	Pues lo más probable es que traten de hacer la visita interesante	Información detallada para entender mejor	Nos comunican atención e interés de saber más el museo se comunica con noticias por medio de señales o carteles, nos dan información de lo que ha pasado hace muchos años ya sean de animales, artes o personajes



Como se menciona anteriormente los jóvenes son conscientes que pueden encontrar en los museos una memoria histórica muy importante para la región, argumentan además, que estos centros culturales deben continuar conservando y comunicando a los visitantes, especialmente a los jóvenes, las tradiciones, historia, prácticas culturales ancestrales, pero sobre todo, no deben dejar el propósito para lo que fueron creados, educar a las nuevas y futuras generaciones.

***RTA: “Los museos nos comunican pasado, presente y futuro de las cosas” (Grupo 2, INEM)***

***RTA: “Creemos que estos lugares debe haber más interés en los visitantes y nuevas formas de recorrer el lugar” (Grupo 1, Rafael Pombo)***

***RTA: “Los administrativos se comunican muy poco y cuando lo hacen es por medio de trabajos o proyectos” (Grupo 5, INEM)***

***RTA: “Se comunican cuando hacen los recorridos, explicando las cosas, esa es la comunicación que se da” (Grupo 5, Rafael Pombo)***

**Tabla 23 Qué Quiere que el museo les comunique**

Grupos	Grupo 1	Grupo 2	Grupo 3	Grupo 1	Grupo 2	Grupo 3	Grupo 1	Grupo 2	Grupo 3
Pregunta	INEM			TECNICO			POMBO		
¿Qué quieren que el museo les comunique?	Los museos nos comunican pasado, presente y futuro de las cosas	No podría decir ya que en dos oportunidades es que he ido no he tenido ningún diálogo con uno de ellos	Los administrativos se comunican muy poco y cuando lo hacen es por medio de trabajos o proyectos	Queremos que nos comuniquen tecnología, diversión y juegos educativos	Queremos que los museos nos comuniquen amor, alegría, paz, confianza, ternura, seguridad y otras cosas más	Que nos transmitieran un ambiente familiar, artes de muchas culturas, manualidades, cursos para aprender cosas diferentes, medio ambiente, arte.	Se comunican cuando hacen los recorridos, explicando las cosas, esa es la comunicación que se da	Creemos que estos lugares debe haber más interés en los visitantes y nuevas formas de recorrer el lugar	Todo sobre la cultura pasada, formas de alimentación, como vivían

A pesar de que los jóvenes reconocen que no se genera una buena comunicación con los administrativos y la poca que se establece se basa en la transmisión de información, se genera la importancia de fortalecer la comunicación entre los administrativos de los museos y los jóvenes escolares del grado once, una manera por la que se puede fortalecer la comunicación es visitando de manera continua estos espacios (*no sólo en visitas académicas*), y que los administrativos promocionen estos espacios a través de otros canales comunicativos, y finalmente, que los directivos de los museos tengan en cuenta a los jóvenes escolares como actores importantes de la sociedad, actores sociales generadores de diálogo y reflexión, no seres apáticos, acríticos y poco interesados en este tipo de propuestas culturales de la ciudad.

**Tabla 34 Cómo se pueden fortalecer las relaciones comunicativas con los museos o personas que trabajan allí**

Grupo	Grupo 1	Grupo 2	Grupo 3	Grupo 1	Grupo 2	Grupo 3	Grupo 1	Grupo 2	Grupo 3
Preguntas	INEM			TECNICO			POMBO		
¿Cómo se pueden fortalecer las relaciones comunicativas con los museos o personas que trabajan allí?	Pues que ellos deberían promover más las visitas juveniles	De la maestra y medios de comunicación	Se puede fortalecer si los funcionarios nos muestran que hay, desde cuándo esta o cuánto tiempo lleva el objeto en el museo, explicando cada uno de ellos en un recorrido	Nos podemos comunicar mejor visitando de manera más constante y abriéndonos a las personas y al museo respetándolos y con tolerancia, siendo sociables	Sabemos de los museos a través de la promoción de medios como televisión y prensa	visitando de manera más constante y abriéndonos a las personas y al museo respetándolos y con tolerancia, siendo sociables	Conociéndonos, mediante valores como el respeto, la colaboración	Por servicio social	Se puede fortalecer si los funcionarios construyeran un diálogo con nosotros, nos muestran los museos, no explican desde cuándo esta o cuánto tiempo lleva el objeto en el museo, y nosotros interactuamos y hablamos con ellos sobre lo que nos están diciendo

### **6.5. Estrategias de comunicación para el fortalecimiento de las relaciones comunicativas y el reconocimiento de los museos entre los jóvenes estudiantes de la ciudad de Neiva.**

De acuerdo al análisis y los resultados encontrados en la investigación, a continuación identificamos las debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas y planteamos un análisis y cruce estratégico con el propósito de estructurar estrategias de comunicación que permitan construir y fortalecer las relaciones comunicativas y el reconocimiento de los museos de la ciudad de Neiva con los jóvenes escolarizado del grado once de las Instituciones Educativas Técnico Superior, INEM “Julián Motta Salas” y Rafael Pombo.

## 6.5.1 Identificación Cuadro de Impacto – Comunicación

Tabla 45 Identificación de factores – Eje de comunicación  
COMUNICACIÓN

COMUNICACIÓN			
DEBILIDADES	ALTO	MEDIO	BAJO
Los canales comunicativos que utilizan los museos no están direccionados a los jóvenes escolares, ya que no pertenece a la cultura audiovisual – electrónica.	X		
Los museos del Centro de Convenciones José Eustasio Rivera no cuenta con una señalización que indique la existencia, ubicación y temática de cada uno.		X	
Los jóvenes estudiantes y los administrativos de los museos del Centro de Convenciones José Eustasio cuentan con un concepto de comunicación instrumental, basada en la transmisión e información.		X	
La única interacción que se establece con los jóvenes que visitan los museos es durante la guía, realizada por estudiantes que prestan servicio social en estos Centros Culturales.		X	
Los administrativos no cuentan con una formación y pedagogía que sea dinámica y acorde a la cultura audiovisual- electrónica.			X
La necesidad de un profesional en el área de la comunicación, marketing o creativo hace que los museos y su forma de exposición sean lineales y poco convencionales.	X		
Para las Instituciones Educativas de la ciudad de Neiva y sus docentes no es importante y no articulan sus actividades educativas y culturales con los museos del Centro de Convenciones.			X
OPOTUNIDADES	ALTO	MEDIO	BAJO
Los museos han de incluir en sus proyectos los pilares de la producción intelectual y cultural como lo es la ciencia, tecnología e innovación	X		
Incluir las actividades culturales que desarrollan los museos en la agenda mediática de la región.		X	
Promover los museos del Centro de Convenciones como principales sitios turísticos	X		
Los museos se encuentran ubicados en un lugar estratégico (Centro de Convenciones José Eustasio Rivera, Bloque Cultural) donde existe gran afluencia de jóvenes estudiantes. Al igual que en época de festividades de la región es el epicentro de actividades y encuentro familiares.		X	

<b>FORTALEZAS</b>	<b>ALTO</b>	<b>MEDIO</b>	<b>BAJO</b>
Los administrativos tienen un sentido de pertenencia con su sitio de trabajo (los museos) y se interesan por implementar estrategias que visibilicen estos centros culturales.			X
Los administrativos de los museos del Centro de Convenciones José Eustasio Rivera reconocen la necesidad de interactuar y articular a los jóvenes escolarizados en cada uno de los procesos de los museos.	X		
Generar espacios que permitan el reconocimiento de los diferentes actores y el rol que cada uno desarrolla dentro de estos espacios culturales.		X	
La Región Surcolombiana tiene varias Universidades que cuentan con diverso capital humano y áreas de conocimiento, las cuales y mediante una articulación podrían apoyar los museos del Centro de Convenciones José Eustasio Rivera en todas sus áreas.	X		
<b>AMENAZAS</b>	<b>ALTO</b>	<b>MEDIO</b>	<b>BAJO</b>
Los procesos administrativos a nivel interno del Centro de Convenciones José Eustasio Rivera no son continuos y pierden validez por los cambios administrativos que se presentan.	X		
Para los entes gubernamentales no es importante fortalecer la comunicación e imagen de los Museos del Centro de Convenciones José Eustasio Rivera		X	
Los museos requieren una modernización no sólo en su estructura física, también en sus formas de mostrar y evidenciar la cultura e historia que conservan.	X		
El sentido de pertenencia de los Neivanos, especialmente los jóvenes estudiantes es muy bajo, lo que genera un desconocimiento y desconexión con estos centros culturales que preservan nuestra historia y cultura.		X	

## 6.5.2 Matriz DOFA de Comunicación

Tabla 56 Cruce estratégico – Matriz DOFA Comunicación

<p><b>MATRIZ DOFA COMUNICACIÓN</b></p>	<p><b>FORTALEZAS</b></p>	<p><b>DEBILIDADES</b></p>
<p><b>OPORTUNIDADES</b></p> <p>Los museos han de incluir en sus proyectos los pilares de la producción intelectual y cultural como lo es la ciencia, tecnología e innovación</p> <p>Promover los museos del Centro de Convenciones como principales sitios turísticos.</p>	<p><b>ESTRATEGIA (FO)</b></p> <p>Diseñar campañas de visibilización de los museos y actividades lúdicas que lideren los administrativos e incluyan a los jóvenes escolares como actores principales.</p> <p>Crear asociaciones con hoteles, el gremio de taxistas, la terminal de transporte y aeropuerto para proyectar los museos del Centro de Convenciones como sitios turísticos, culturales, educativos e innovadores.</p>	<p><b>ESTRATEGIA (DO)</b></p> <p>Establecer nuevos espacios de exhibición y muestra en donde los jóvenes escolarizados, tenga mayor acceso e interacción con las exposiciones, actividades, cultura e historia que pueden encontrar en los museos.</p> <p>Lograr una articulación con el Ministerio de Tecnologías de la Información y Comunicación para que permita el uso de sus herramientas tecnológicas, estrategias de comunicación e innovación.</p>



AMENAZAS	ESTRATEGIA (FA)	ESTRATEGIA (DA)
<p><b>Los procesos administrativos a nivel interno del Centro de Convenciones José Eustasio Rivera no son continuos y pierden validez por los cambios administrativos que se presentan.</b></p> <p><b>Los museos requieren una modernización no sólo en su estructura física, también en sus formas de mostrar y evidenciar la cultura e historia que conservan.</b></p>	<p>Lograr una alianza con el sector público, privado y la academia para la creación de proyectos de estimulación y reestructuración de estos centros culturales, además de brindar solides y culminación a los proyectos.</p> <p>Establecer un banco de proyectos propuestos por los jóvenes escolares de la ciudad de Neiva.</p>	<p>Establecer con las Instituciones Educativas de la ciudad de Neiva, el Ministerio de Educación, Institutos de Deporte y Recreación, jornadas de formación y educación complementarias que no sean desarrolladas por los docentes y dentro del aula de clase, sino en estos espacios culturales u otros centros de formación de deporte, cultura y recreación.</p> <p>Logar la incorporación de profesionales que acompañen cada uno de los procesos, convenios, actividades y estén permanentemente exponiendo los museos como centros culturales, turísticos y educativos.</p>

### 6.5.3 Tácticas Eje de Comunicación

Tabla 17 Tácticas eje Comunicación

CUADRO DE TÁCTICAS COMUNICACIÓN						
ESTRATEGIA (FO)	OBJETIVO	PÚBLICO OBJETIVO	TÁCTICA	HERRAMIENTAS	INDICADORES	METAS
<b>Diseñar campañas de visibilización de los museos y actividades lúdicas que lideren los administrativos e incluyan a los jóvenes escolares como actores principales.</b>	Construir y diseñar canales de comunicación (página web, cuñas radiales, boletín informativo, redes sociales) que permitan una interacción más continua entre los jóvenes estudiantes y los administrativos de los museos.	Jóvenes estudiantes y administrativos de los museos	Crear cuentas oficiales de los museos en la Web y redes sociales, y producir cuñas radiales para emitir en emisoras que tengan como público objetivo la población juvenil.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Internet</li> <li>• Computador</li> <li>• Recurso Humano</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Link de la página web y redes sociales.</li> <li>• Registros de las visitas.</li> <li>• Memoria fotográfica.</li> <li>• Estudio de sintonía de la emisora donde se transmitan las cuñas.</li> </ul>	Generar un interés mayor de los jóvenes estudiantes por estos espacios de construcción de memoria
<b>ESTRATEGIA (FO)</b>	<b>OBJETIVO</b>	<b>PÚBLICO OBJETIVO</b>	<b>TÁCTICA</b>	<b>HERRAMIENTAS</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>METAS</b>
<b>Crear asociaciones con hoteles, el gremio de taxistas, la terminal de transporte y aeropuerto para proyectar los museos del Centro de Convenciones como sitios turísticos, culturales, educativos e innovadores.</b>	Visibilizar los museos como centros culturales, educativos y turísticos de la ciudad.	Trabajadores de hoteles, taxistas, terminal, aeropuerto y jóvenes escolarizados	Integrar las áreas laborales que más interactúan con los turistas que llegan a la ciudad, para así visibilizar los museos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Recurso humano</li> <li>• Disposición de los líderes hoteleros, taxistas, del terminal y el aeropuerto.</li> <li>• Personal capacitado y dinámico para invitar a los turistas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Memoria fotográfica.</li> <li>• Piezas publicitarias</li> <li>• Número de convenios</li> <li>• Registro de visitas</li> </ul>	Visibilizar los museos del Centro de Convenciones José Eustasio Rivera como sitios turísticos

<b>ESTRATEGIA (DO)</b>	<b>OBJETIVO</b>	<b>PÚBLICO OBJETIVO</b>	<b>TÁCTICA</b>	<b>HERRAMIENTAS</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>METAS</b>
Establecer nuevos espacios de exhibición y muestra en donde los jóvenes escolarizados, tenga mayor acceso e interacción con las exposiciones, actividades, cultura e historia que pueden encontrar en los museos.	Acercar a la población juvenil de la ciudad de Neiva a estos espacios Culturales	Jóvenes escolarizados de la ciudad de Neiva y administrativos de los museos de Centro de Convenciones José Eustasio Rivera	Por temporadas exhibir en centro comerciales las temáticas de cada uno de los museos del Centro de Convenciones José Eustasio Rivera.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Recurso humano</li> <li>• Simulación de la piezas exhibidas</li> <li>• Lugar de exhibición.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Registros de asistencia</li> <li>• Registro fotográfico</li> <li>• Cantidad de Centros comerciales y lugares visitados.</li> </ul>	Generar interés y acercar los jóvenes escolares a estos centros culturales además de sacar estas temáticas de la lineal guía.
<b>ESTRATEGIA (DO)</b>	<b>OBJETIVO</b>	<b>PÚBLICO OBJETIVO</b>	<b>TÁCTICA</b>	<b>HERRAMIENTAS</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>METAS</b>
Lograr una articulación con el Ministerio de Tecnologías de la Información y Comunicación para que permita el uso de sus herramientas tecnológicas, estrategias de comunicación e innovación. Puesto que el departamento del Huila cuenta con un 7.5% de conectividad a Internet.	Establecer una comunicación e interacción con los jóvenes escolarizados de la ciudad de Neiva	Jóvenes escolarizados y Ministerio de Tecnologías de la Información	Aprovechar las herramientas tecnológicas que brinda el Ministerio para fortalecer la interacción y comunicación con los jóvenes escolarizados. Logrando así establecer actividades que sean acorde a la cultura de los jóvenes.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Recurso humano</li> <li>• Establecer convenio</li> <li>• Actualización tecnológica</li> <li>• Capacitación al personal</li> <li>• Diseño de actividades tecnológicas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Registros de asistencia</li> <li>• Registro fotográfico</li> <li>• Número de estudiantes que interactúan con el museo</li> </ul>	Lograr que los museos sean lugares interesantes y estén acorde a la cultura audiovisual y electrónica de los jóvenes escolarizados.
<b>ESTRATEGIA (FA)</b>	<b>OBJETIVO</b>	<b>PÚBLICO OBJETIVO</b>	<b>TÁCTICAS</b>	<b>HERRAMIENTAS</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>META</b>
Establecer una alianza con el sector público, privado y la academia para la creación de proyectos de estimulación y reestructuración de estos centros culturales, además de brindar solides y culminación a los proyectos.	Garantizar la continuidad y cumplimiento de todos y cada uno de los proyectos que involucren a los museos de Centro de Convenciones José Eustasio Rivera	Administrativos y Directivos de las empresas y Universidades	Crear una alianza que le den solides a los proyectos, para que no dependan sólo de los entes gubernamentales, que exista el apoyo de las universidades con sus profesionales y del área privada.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Proyecto elaborado</li> <li>• Computador</li> <li>• Impresora</li> <li>• Recurso humano</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aceptación del proyecto</li> <li>• Número de proyectos ejecutados en su totalidad</li> <li>• Fecha de aprobación del proyecto</li> </ul>	Garantizar la continuidad de los proyectos que se desarrollan al interior de los museos.

ESTRATEGIA (FA)	OBJETIVO	PÚBLICO OBJETIVO	TACTICAS	HERRAMIENTAS	INDICADORES	META
Establecer un banco de proyectos propuestos por los jóvenes escolares de la ciudad de Neiva.	Brindar mayor participación a los jóvenes escolarizados de la ciudad de Neiva para logra una mayor participación e identificar que quieren que los museos le comunique.	Jóvenes escolarizados de la ciudad de Neiva	Crear un concurso o portal web donde los jóvenes puedan ingresar sus propuestas y con el tiempo puedan alimentarlo hasta lograr un proyecto que mejore la comunicación con los jóvenes y permita conocer que quiere ver en cada uno de estos espacios.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Internet web</li> <li>• Portal web propio</li> <li>• Recurso humano</li> <li>• Computador</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Link de la página web</li> <li>• Memoria fotográfica.</li> <li>• Piezas publicitarias del concurso</li> <li>• Número de proyectos</li> <li>• Cantidad de estudiantes</li> <li>• Registro de visitas a las instituciones</li> </ul>	Mayor participación e inclusión de los jóvenes escolarizados en los procesos de los museos, además de propiciar espacios de concertación entre museos y jóvenes.
ESTRATEGIA (DA)	OBJETIVO	PÚBLICO OBJETIVO	TACTICAS	HERRAMIENTAS	INDICADORES	META
Establecer con las Instituciones Educativas de la ciudad de Neiva, el Ministerio de Educación, Institutos de Deporte y Recreación, jornadas de formación y educación complementarias que no sean desarrolladas por los docentes y dentro del aula de clase, sino en estos espacios culturales u otros centros de formación de deporte, cultura y recreación.	Fortalecer la comunicación, enseñanza y actividades que realizan los museos con el apoyo de otras áreas como el deporte, recreación.	Jóvenes estudiantes y administrativos de los museos	Establecer como formación complementaria actividades que se realicen dentro de los museos y sea de manera recreativa, lúdica, enseñando así a los jóvenes la cultura e historia que se encuentra en estos centros culturales.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Computador</li> <li>• Talleres temáticos</li> <li>• Articulación con las instituciones</li> <li>• Recursos Humanos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Propuesta consolidada de talleres</li> <li>• Informes mensuales de participantes</li> <li>• Registro fotográfico</li> </ul>	Establecer una interacción y comunicación con los jóvenes escolarizados.
ESTRATEGIA (DA)	OBJETIVO	PÚBLICO OBJETIVO	TACTICAS	HERRAMIENTAS	INDICADORES	META
Lograr la incorporación de profesionales que acompañen cada uno de los procesos, convenios, actividades y estén permanentemente exponiendo los museos como centros culturales, turísticos y educativos.	Fortalecer los procesos de comunicación, visualización, proyectos y actividades que lleven a los museos a crear una comunicación e interacción con los jóvenes escolarizados.	Profesionales y administrativos de los museos del Centro de Convenciones José Eustasio Rivera	Vincular profesionales que apunten a las necesidad y falencias que tienen los museos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Recursos Humanos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Talleres temáticos</li> <li>• Proyectos culminados</li> <li>• Cambio de perspectiva de los museos</li> <li>• Medios de comunicación de los museos</li> </ul>	Establecer una interacción y comunicación con los jóvenes escolarizados.

## 7. CONCLUSIONES

1. Se evidenció que los jóvenes escolares de los grados once de los colegios INEM Motta Salas, Rafael Pombo y Técnico Superior de la ciudad de Neiva pertenecen a una cultura audiovisual y electrónica. Por ende reconocen y analizan los conceptos de comunicación-museo cuando es presentado de manera visual, lo que indica el poco análisis en el momento de proyectar y evaluar los conceptos presentados por medio de la lectura, escritura y forma verbal.
2. Los administrativos de los museos del Centro de Convenciones José Eustasio Rivera deben direccionar sus formas de comunicación a la cultura audiovisual y electrónica, para que genere mayor acercamiento con los jóvenes escolarizados.
3. Aunque los jóvenes mantienen una constante interacción con su generación a través de los medios audiovisuales y electrónicos, consideran que la comunicación relación y diálogo consolida las relaciones entre las personas, permite intercambiar ideas y solucionar los posibles conflictos que se generan.

4. Los administrativos de los museos del Centro de Convenciones José Eustasio Rivera deben aplicar en sus actividades laborales el concepto de comunicación (relación y diálogo), con el fin de lograr una interacción acercamiento y comunicación con los jóvenes escolares que visitan los museos.
  
5. Los coordinadores de estos centros de construcción de memoria (Administrativos) a través de la Secretaría de Cultura han de establecer nuevas estrategias comunicativas que vayan más allá del uso de los medios de comunicación. Se deben buscar alternativas de enseñanza que estén dirigidas a los escolares que llamen su atención y permitan establecer unos vínculos y diálogos permanentes entre administrativos y jóvenes escolares de los grados onces (11) de la ciudad.
  
6. La audiencia a la que apunta las actividades de los museos del Centro de Convenciones José Eustasio Rivera, van dirigidos a un público adulto, su estructura, su color grisáceo, la exhibición de sus obras e interacción, sus canales comunicativos como la Emisora Cultural está dirigida a una población relativamente mayor y con un alto grado de formación académica. La interacción que construyen con el público juvenil se limita a la guía del recorrido que emplea la comunicación

vertical, es decir, se envía una información, un mensaje sin el interés de recibir respuesta, lo que limita la retroalimentación entre los actores.

7. Aunque los museos del Centro de Convenciones José Eustasio Rivera se encuentra ubicados estratégicamente no garantiza que los joven escolares de la ciudad de Neiva consideren estos espacios como punto de encuentro, son pocos aquellos que se acercan a estos centros de conservación de memoria en sus tiempos libres.
8. Los jóvenes escolares del grado once consideran que para fortalecer la comunicación con los administrativos de los museos del Centro de Convenciones José Eustasio Rivera se debe realizar visitas de manera continua a estos espacios culturales (*no sólo en visitas académicas*), que los administrativos promocionen a través de otros canales comunicativos estos espacios, y finalmente, que los directivos de los museos los tengan en cuenta como actores importantes de la sociedad, actores sociales generadores de diálogo y reflexión, no seres apáticos, acrílicos y poco interesados en este tipo de propuestas culturales en la ciudad.
9. Los jóvenes argumentan que utilizan los museos del Centro de Convenciones José Eustasio Rivera sólo con fines académicos, ya que

tienden a relacionar la cultura y la historia con la educación, debido a que los espacios están diseñados para la conservación del folclor Huilense donde debe seguir protocolos de orden y disciplina dentro de ellos con el fin de que sus piezas artísticas no se vean afectadas, esto fomenta que los estudiantes se han controlados sin poder desarrollar su propia personalidad, aunque son conscientes de la importancia de esto, ellos también quieren que muestre o se dé igual importancia a la evolución de la cultura, nueva adaptación ante la tecnología e interacción con ellos.



## 8. RECOMENDACIONES

A partir del análisis presentado se realizan las siguientes recomendaciones con el propósito de estructurar en la cuarta etapa del trabajo las estrategias de comunicación que permitan construir y/o fortalecer las relaciones comunicativas de los museos con los jóvenes estudiantes de la ciudad de Neiva:

1. Es necesario que los administrativos de los museos y los estudiantes superen la visión instrumental de la comunicación como elemento que hace énfasis en la transmisión y difusión de información.
2. Es fundamental que las relaciones comunicativas entre administrativos de los museos y estudiantes se construyan a partir del diálogo, la confianza y el respeto a la diferencia, para evitar prácticas comunicativas donde el escolar sólo es un receptor de información y no un constructor y generador de diálogo.
3. Es importante establecer nuevos canales de comunicación que posibiliten construir y generar vínculos y diálogos más sólidos con los jóvenes estudiantes de la ciudad de Neiva.

4. Se hace pertinente desarrollar talleres con los administrativos de los museos para fortalecer la interacción y la construcción de relaciones dialógicas con los visitantes durante las guías establecidas para los recorridos.
5. Es necesario incluir a los jóvenes estudiantes como actores principales en la elaboración, desarrollo y ejecución de los proyectos que se adelanten en los museos del Centro de Convenciones José Eustasio Rivera, con el fin de preservar toda la historia y cultura que se halla en estos centros culturales.
6. Es fundamental crear la oficina de comunicación en la Secretaría de Cultura Departamental para brindar apoyo en la difusión de las actividades y proyectos que se realizan en los museos.
7. Desde la Secretaría de Cultura se deben generar estrategias comunicativas novedosas que permitan acercar a los jóvenes a estos espacios de conocimiento y cultura.

## 9 REFERENCIA DOCUMENTAL

- ALFARO, Rosa Maria. *Una Comunicación para Otro desarrollo*. Editorial Calandria. Lima, Perú, 1993.
- AROCA, Alba Mercedes Gonzalez. MAYORGA Clara Villareral. & PIMIENTO Torres Alicia. *La comunicación entre padres e hijos en las familias de clase baja del barrio Rodrigo Turbay de Florencia Caquetá*. Editorial Universidad Surcolombiana. 1997.
- BARBERO, Jesus Martin. Jovenes: des-orden cultural y palimpsesto de identidad. En Universidad Central, *"Viviendo a toda" jovenes, territorios culturales y nuevas sensibilidades*. Siglo del Hombre Editores. Bogotá, 1998.
- BARBERO, Jesus Martin. *De los medios a las mediaciones*. Editorial Nomos S.A, Convenio Andres Bello. Bogotá, Colombia. 2003.
- BONILLA, Elssy. & RODRIGUEZ, Penélope. *Mas allá del dilema de los metodos. La investigacion en las ciencias sociales*. Editorial Norma. Buenos Aires, 1997.

- CLOUTIER, Jean. *L'Ere d'Emerrec ou la communicatio audio-scripto-visuelle*. Presses de l'université de Montréal. Montréal, 1975
- DANE - ENA Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. *Anuario Estadístico del Sector Agropecuario y Pesquero 2011*. Bogotá, 2011.
- DUARTE, Jacqueline Duarte. *Comunicación en la Convivencia Escolar en la ciudad de Medellín*. Estudios Pedagógicos. Medellín, 2005.
- GARCIA, Jacqueline, ACEVEDO, Juan Carlos, & RINCÓN, Alberto. *Una comunicación para la renovación de las prácticas pedagógicas: estudio de caso de los colegios Humberto Tafur Charry y José Eustacio Rivera de Neiva (Tesis Especialización)*. Universidad Surcolombiana. Neiva, 2000.
- Gobernación del Huila. *Cadenas productivas informe de gestión piscicultura 2011*. Obtenido de Gobernación del Huila: <http://huila.gov.co/documentos/agricultura/CADENAS%20PRODUCTIVA%20S/INFORME%20DE%20GESTION%20PISCICULTURA%202011.pdf>. 18 de 06 de 2014.
- HAMMERSLEY, Martyn. & ATKINSON, Paul. *Etnografía: Métodos de Investigación*. Paidós Iberica. Barcelona, 1994.

- HARTLEY, Eugene L. & Ruth, Hartley E. *La Importancia de la comunicación. En introducción al estudio de la comunicación.* Serie Iberoamericana. México, 1986.
- KAPLÚN, Mario. *El Comunicador Popular.* Editorial Lumen-Hvmanitas. Buenos Aires, Argentina, 1987.
- KAPLÚN, Mario. *Una Pedagogía de la Comunicación.* Editorial de la Torre. Madrid. 1998.
- LEY 1185, Ley General de Cultura (Congreso de la Republica de Colombia, 12 de Marzo de 2008).
- MARGULIS, Mario. & URRESTI, Marcelo. *La Construcción Social de la condicion de Juventud.* Viviendo a Toda. Bogota,1998.
- MEAD, Margared. *Cultura y Compromiso.* Granica. Buenos Aires,1971.
- MILLAM, Tomas Austin. *Las comunicaciones en la Prehistoria y en la Historia de la Humanidad.* Obtenido de La Pagina del profe: <http://www.lapaginadelprofe.cl/com/HistoriaCom/comprehist.htm> 12 de Abril de 2014.
- PLAZAS, M. S. *Los Jovenes y Los Otros (Tesis Especializacion).* Universidad Surcolombiana, Facultad de Educación. 1995.

- RAMOS, Oscar Iván, ZAMORA, Cesar y RAMÍREZ Ángela. *Jóvenes y comunicación el caso de Nátaga Huila (Tesis)*. Universidad Surcolombiana. Neiva, 2008.
- RAMOS, Núñez Oscar Iván. *La Comunicación docente-alumno: interacion social que transforma o perpetúa la escuela*. Universidad Surcolombiana. Neiva, 2011
- REGUILLO, Rossana. *Emergencia de culturas juveniles: estrategia del desencanto*. Grupo Editorial Norma. Bogota, 2000.
- SHANNON, Claude Elwood, WEAVER, Warren, Bethcourt, T., & PEREZ-Amat, R. *Teoría Matemática de la Comunicación*. Forja. Madrid, España, 1981.
- SUÁREZ, Jorge Enrique. & QUEVEDO Hollman Mauricio Puentes. *Nociones y practicas de realizacion de la radio escolar de los estudiantes en los colegios : Nacional Santa Librada, Reynaldo Matiz y Saleciano San Medardo de la ciudad de Neiva*. Universidad Surcolombiana. Neiva, 2000.
- TORRES, Wiliam Fernando, & PACHÓN, Hilda Soledad. *Construir desde abajo. Subjetividad en la Region Surcolombiana In-Surgentes*. Universidad Surcolombiana. Neiva, 2003.

- WIENER, Norbert. *Cibernetica y Sociedad*. Consejo Nacional de Ciencia y tecnología. México, 1981.
- WINKIN, Yves. *La Nueva Comunicación*. Editorial Kairos. Barcelona, 1984.

## 10 ANEXOS

### ENCUESTA No 1 PERFIL DE LOS ESTUDIANTES

**Objetivo:** realizar un perfil de los jóvenes estudiantes de la Institución.

Institución: \_\_\_\_\_

Edad: \_\_\_\_\_ Estrato: \_\_\_\_\_

Género: F\_\_\_ M\_\_\_ Lugar de Nacimiento: \_\_\_\_\_

Lugar de residencia: \_\_\_\_\_ Grado: \_\_\_\_\_

1. ¿Quiénes conforman su hogar?

---

---

2. ¿Qué hace en sus ratos libres?

---

---

3. ¿Cuéntenos tres de sus cualidades y debilidades?

---

---

---

4. ¿Cuál es el recuerdo más alegre y el recuerdo más triste de su vida?

---

---

---

---



**5. ¿Quiénes son las personas más importantes en su vida?**

---

---

---

**6. ¿Cuéntenos qué sueña ser dentro de diez años?**

---

---

---

---

---

---

---

## ENCUENTA No 2 PERFIL ADMINISTRATIVOS CENTRO CONVENCIONES

**Objetivo:** realizar un perfil de los administrativos del Centro de Convenciones José Eustasio Rivera.

Edad: \_\_\_\_\_ Estrato: \_\_\_\_\_

Género: F \_\_\_ M \_\_\_

Lugar de Nacimiento: \_\_\_\_\_

Lugar de residencia: \_\_\_\_\_

Estudio de pregrado:

\_\_\_\_\_

Estudio de Posgrado: SI \_\_\_ NO \_\_\_ ¿Cuál?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

1. ¿Cuánto tiempo lleva trabajando en la Secretaria de Cultura Departamental?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

2. ¿Cuáles son las funciones a su cargo?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

3. ¿Por qué trabaja en la Secretaria de Cultura Departamental?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

4. ¿Tipo de vinculación a la Secretaria de Cultura Departamental?

---

---

5. ¿Qué aspectos le agrada de su trabajo?

---

---

6. ¿Qué no le agrada de su trabajo?

---

---

7. ¿Cuáles son sus expectativas de vida laboral y personal para dentro de 15 años?

---

---

8. ¿Qué piensa de los jóvenes?

---

---

***¡GRACIAS!***

**ENTREVISTA # 1**  
**ADMINISTRATIVOS CENTRO CONVENCIONES JOSE EUSTASIO**  
**RIVERA**

**OBJETIVO:** Identificar las nociones que conciben sobre comunicación los jóvenes estudiantes de la ciudad de Neiva y el personal administrativo que direcciona los museos.

1. Háblenos un poco de su vida, ¿cómo fue su etapa de estudiante?
2. ¿Si comparamos esa etapa vivida por usted ¿existe alguna diferencia con la vida del estudiante de hoy?
3. ¿Cómo se concebía la comunicación en la etapa de estudiante que usted vivió?
4. ¿Para usted que es comunicación?
5. ¿Qué herramientas son indispensables para una buena comunicación?
6. ¿Cómo se pueden comunicar las personas?
7. ¿Usted considera que la forma en la que usted se comunica en los ámbitos familiares y laborales es correcta?
8. ¿Para qué sirve la comunicación?

9. ¿La comunicación permite resolver conflictos y construir diálogos?

10. ¿Qué tipos de comunicación existen?

11. ¿En cuáles de las siguientes ilustraciones cree usted que existe comunicación?



## **TALLER # 1 A ESTUDIANTES SOBRE NOCIONES DE COMUNICACIÓN**

**FECHA ACTIVIDAD:**

**LUGAR:**

**HORA:** el taller tendrá una duración de 2 horas

**MATERIALES:** pupitre, cartulina, marcadores, gayolas, frases de pensadores, hojas limpias, cama fotográfica.

**REONSABLES:** Georgina Cortes, Gloria Tovar, Danitza Perdomo

**OBJETIVO:** Identificar las nociones que conciben sobre comunicación los jóvenes estudiantes de la ciudad de Neiva

### **ACTIVIDADES**

1. Rompehielo frutas a sus canastas: actividad que se realiza para crear empatía con los participantes.

Los estudiantes se ubican en círculo con sus pupitres, la responsable de la actividad se ubica en el centro, habla fuerte y da las instrucciones que consiste en: la responsable va a caminar en círculo alrededor de los estudiantes cantando la siguiente retahíla. Limos medio limón, limón manzana pera, cuando la responsable cambie la retahíla diciendo frutas a sus canastos, los estudiantes deberán cambiar de puesto, el último que quede de pie pagará una penitencia sencilla que pondrán los mismos participantes

2. Nociones de comunicación: los participantes se enumeran del 1 al 5, con el fin de seleccionar 5 equipos de trabajo. Cada equipo representará un

aspecto cotidiano donde ellos crean que se define el concepto de COMUNICACIÓN, cada equipo tendrá un moderador, que entregará por escrito a las responsables, lo que quisieron demostrar con la actuación.

3. Diferentes tipos de comunicación: Se trabajará con los mismos 5 equipos de la actividad pasada, a cada uno, se les dará un dibujo donde se evidencian 4 tipos de comunicación, estos tendrán que identificar qué tipo de comunicación existe en el gráfico y cuál es el mejor tipo de comunicación en la imagen y justificarán su respuesta en el respaldo del dibujo.



(Imagen a utilizar)

4. ¿Para qué sirve la comunicación?: a los 5 equipos de trabajo, se les entregará un octavo de cartulina, la cual tendrá escrita en forma vertical la palabra comunicación, los estudiantes tendrán que realizar un acróstico donde cada letra de la palabra comunicación explique para que sirve esta.
  
5. Refuerzo: con el fin de redefinir los conceptos que los estudiantes plantearon, en una hoja en blanco, responderán en grupo las siguientes preguntas:
  1. ¿Para ustedes qué es comunicación?
  2. ¿Cómo se pueden comunicar las personas?
  3. ¿Para qué sirve la comunicación?
  4. ¿Cree usted que existen diferentes tipos de comunicación?  
¿cuáles?



**ENTREVISTA # 2**  
**ADMINISTRATIVOS CENTRO CONVENCIONES JOSE EUSTASIO**  
**RIVERA**

**OBJETIVO:** identificar las prácticas comunicativas que proponen y construyen los museos del centro de convenciones con los jóvenes estudiantes.

1. ¿Qué servicios ofrece el museo que está a su cargo?
2. ¿Cómo se reciben a los visitantes de estos centros culturales?
3. ¿La visita guiada qué herramientas comunicativas y didácticas utiliza para un público estudiantil adolescente?
4. ¿Qué canales comunicativos utilizan para informar a los jóvenes sobre las actividades de los museos?
5. ¿Qué estrategias de comunicación utilizan para atraer el público juvenil al museo?
6. ¿Para usted qué comunica el museo? ¿y qué no comunica?
7. ¿El museo es un lugar de encuentro que educa o es un lugar de paso?
8. ¿Qué relaciones dialógicas construye usted con los jóvenes al interior de los museos? ¿Cómo se comunican con ellos al interior de este espacio?

9. ¿El espacio físico del museo, cómo está organizado, en este espacio se puede construir comunicación entre administrativos del museo y los jóvenes estudiantes? ¿Cómo?
10. ¿Por qué los estudiantes visitan los museos?
11. ¿Por qué los jóvenes no se acercan a los museos?
12. ¿Cómo se fortalece la comunicación con los jóvenes estudiantes de Neiva?
13. ¿Para usted los jóvenes tienen claro sus metas y sueños?

## **TALLER # 2 A ESTUDIANTES SOBRE LA RELACION ESTUDIANTES CON LOS MUSEOS**

**FECHA ACTIVIDAD:**

**LUGAR:**

**HORA:** el taller tendrá una duración de 2 horas

**MATERIALES:** revistas, tijeras, hojas en blanco y colbón, colores, cámara fotográfica.

**RESPONSABLES:** Georgina Cortes, Gloria Tovar, Danitza Perdomo

**OBJETIVO:** caracterizar las relaciones comunicativas que construyen los jóvenes estudiantes con los museos del Centro de Convenciones José Eustasio Rivera

### **ACTIVIDADES**

- 1.** rompehielo ronda gasparin: actividad que se realiza para crear empatía con los participantes. Estos se ubican en un círculo y van girando hacia la derecha, repitiendo lo que dice la responsable de la actividad, la ronda consiste en hacer movimiento con las diferentes partes de cuerpo, con la dificultad de no poderse soltar.
- 2.** Significado museo: los participantes se enumeraran del 1 al 5 con el fin de establecer 6 equipos de trabajos, a estos equipos se le entregarán: revistas, tijeras, hojas en blanco y colbón, cada equipo resolverá preguntas diferentes:

**GRUPO 1:** ¿para ustedes qué les comunican los museos y que no les comunica los museos?

**GRUPO 2:** ¿qué les gustaría que los museos les comunicarán, y por qué?

**GRUPO3:** ¿Cómo se comunica los museos con los jóvenes?

**GRUPO4:** ¿Por qué conocen los museos? ¿Se sienten identificados con los museos?

**GRUPO5:** ¿Qué les parece espacio físico del museo, sirve para construir comunicación con quienes los visitan?

3. Con los mismos 5 quipos de trabajo, cada uno representará algún aspecto diferente en sus visitas al museo.

**GRUPO 1:** REALIZAR UNA CORTA HISTORIETA DE POR QUÈ VISITAN LOS MUSEOS Y SI LO HACEN EN SU TIEMPO LIBRE.

**GRUPO 2:** DRAMATIZAR COMO LAS PERSONAS QUE TRABAJAN EN EL MUSEO, SE COMUNICAN CON ELLOS.

**GRUPO 3:** DRAMATIZAR COMO LOS JOVENES PUEDEN FORTALECER LAS RELACIONES COMUNICATIVAS CON LAS PERSONAS QUE TRABAJAN EN EL MUSEO

**GRUPO 4:** REALIZARÁ UNA REPRESENTACION GRAFICA (YA SEA DIBUJO/MAPA) QUE DESCRIBAN EL LUGAR DONDE ESTÀN UBICADOS LOS MUSEOS Y LOS TEMAS DE LOS QUE HABLAN ALLÍ.

**GRUPO 5:** DIBUJO, REPRESENTACION GRAFICA DE CÒMO ELLOS INTERACTUAN Y SE COMUNICAN CON LOS MUSEOS Y LAS PERSONAS QUE TRABAJAN ALLÍ.

4. Refuerzo: con el fin de redefinir los conceptos de museo que los estudiantes plantearon, en una hoja en blanco, los participantes se enumerarán de 1 a 6 para formar 6 equipos de trabajo.

***El grupo 1, el grupo 2, y el grupo 3, resolverán las siguientes preguntas:***

1. ¿Qué significado o nociones tiene sobre los museos?
2. ¿Visitan el museo, con qué propósito?
3. ¿Qué les comunica el museo, cómo se comunica el museo y las personas que trabajan allí con ustedes?
4. ¿Qué quieren que el museo les comunique?
5. ¿Por qué conocen los museos?
6. ¿El museo es un lugar de encuentro que educa o es un lugar de paso?

***El grupo 4, el grupo 5, y el grupo 6, responderán las siguientes preguntas:***

1. ¿Por qué visitan los museos, los visitan cuando no están en el colegio?
2. ¿Cómo se comunican los jóvenes con los museos?
3. ¿Cómo es la comunicación con las personas que trabajan allí?
4. ¿Cómo se pueden fortalecer las relaciones comunicativas con los museos o personas que trabajan allí?
5. ¿Qué les parece espacio físico del museo, en este espacio se puede construir comunicación entre los actores?
6. ¿Se construye comunicación con las personas que trabajan allí y ustedes?
7. ¿A partir de qué medios o personas saben de la existencia de los museos?