

Seminario Curricular Diseño del espacio

2020

Docente a cargo

Dra. Mayra Garcimuño

Fundamentación

La nueva museología tiende a buscar innovaciones tecnológicas orientadas al público del siglo XXI. Las nuevas aptitudes de los públicos que visitan los museos, sus formas de comunicarse y de aprender, demandan con urgencia el surgimiento de paradigmas museológicos y museográficos disruptivos, así como también el desarrollo estrategias y la innovación tecnológica como parte del diseño de este tipo de espacios. Existe evidencia de que la gran mayoría de los visitantes a los museos crean recuerdos duraderos de algún aspecto de su experiencia, lo cual es un indicador de que las experiencias de los museos promueven el aprendizaje.

Más de 50 años de investigación en museología, han permitido conformar un importante acervo teórico, experimental y experiencial. Algunas de las vertientes relacionadas con el análisis del tema son los distintos tipos de museos que existen, los modelos de aprendizaje y la función educativa de estos centros, el comportamiento de los usuarios durante la visita, los aspectos psicológicos involucrados durante las interacciones. Estos aspectos son abordados por numerosos autores en todo el mundo (Bitgood, 1994; Falk y Dierking, 1992, 2000), que han sabido abordar la complejidad del problema desde las más variadas disciplinas.

Una de las herramientas por excelencia con que se cuenta son los estudios de público, sobre lo cual hay abundantes trabajos en la literatura. En particular, las contribuciones de John Falk en esta área son esenciales a la hora de diseñar instrumentos acordes a las nuevas acepciones que se tienen del público. Falk enfatiza el hecho de que los análisis de audiencias muchas veces han sido reducidos a meras cuestiones demográficas o aspectos cuantitativos relacionados con la visita, que contribuyen en sí mismas a configurar la identidad de los visitantes, pero de no trascender esas cuestiones, resultan poco significativas para tomar decisiones en relación al proyecto museográfico. (Falk *et al.*, 2013)

El impacto de involucrar al visitante desde la etapa de diseño, puede repercutir en su posterior compromiso en el cuidado y respeto de las salas. Es notable el número de accidentes que con frecuencia dañan obras y exhibiciones, y de alguna manera esto denota la falta de identidad y pertenencia del público para con la institución. A partir del análisis de una audiencia determinada, se pueden obtener recomendaciones para diseñar y/o corregir en detalle el guión museológico y museográfico. Esto puede servir tanto para la renovación de un museo ya existente, como para la creación de un espacio completamente nuevo.

Los estudios de públicos son hoy en día una de las áreas de la museología que más fuerza ha tomado en los años recientes, a partir de la dinamización y democratización de los museos como recintos culturales que buscan acercarse cada vez más a las sociedades que les han dado cobijo durante tanto tiempo.

Esta área de estudio, con alrededor de 100 años de existencia, se fue posicionando con mayor claridad desde los años ochentas, decenio en que tomó presencia a escala mundial, ya en el interior de los museos, como un área con personal especializado; ya externamente, desde consultorías privadas que otorgan el servicio, o bien desde el ámbito universitario, donde la relación públicos-museos interesa más decididamente a investigadores de diversas disciplinas sociales, incluida la museología.

Metodología

La propuesta del seminario es propiciar un espacio de diálogo en torno a dos cuestiones centrales relacionadas con el diseño de experiencias interactivas: los estudios de público y el proceso de prototipado.

Se propondrán clases teóricas en las cuales se presentarán distintos marcos teóricos y herramientas prácticas para el análisis de audiencias y la segmentación de públicos.

Se propondrán recursos y metodologías para la elaboración de prototipos y su testeabilidad, adecuados al actual dictado del seminario en modalidad virtual.

Objetivos específicos de la propuesta.

- Proveer herramientas para el análisis de audiencias y la segmentación de público.
- Avanzar en el prototipado de los proyectos envisioned en el marco de otros seminarios de la presente diplomatura.
- Presentar metodologías para la testeabilidad.
- Fomentar el análisis de las obras desde la perspectiva UX.

CONTENIDOS POR ENCUENTRO

Primer Encuentro - 06/11

Imaginar públicos y construir prototipos - I

El espectador: de la audiencia al usuario. Estudios de visitantes y segmentación de las audiencias. Nuevas conductas: ATAWAD y Multitasking. La experiencia social. Fidelizar a las audiencias. Audiencias comprometidas. Hacia un prototipo. Fracaso, iteración, éxito.

Segundo Encuentro - 13/11

Imaginar públicos y construir prototipos - II

Design thinking. El usuario en el centro. Creación de experiencias. Herramientas de medición de medios online. Testeo y evaluación de la experiencia. One page, teaser, moodtrailer, maqueta, sketch.

Tercer Encuentro - 20/11

Diseño UX - TESTEOS DE USABILIDAD

Encuentro con Lorena Paz, para darle una mirada a los proyectos desde el diseño orientado al usuario.

Lorena Paz es Socióloga (UBA) especializada en TICs para el Desarrollo Humano (ICT4D). Como Investigadora Etnográfica y UX Researcher analiza a las personas en su interacción con las nuevas tecnologías. Coordina y es docente de la Diplomatura en Experiencias Digitales de la UNICEN.

Cuarto Encuentro - 27/11

¿Qué nos falta?

En este encuentro haremos una evaluación del avance en el prototipado de los proyectos y se hará una última devolución con recomendaciones para la entrega final.

Bibliografía

ACUÑA, F. & CALOQUEREA, A., [Guía para la producción y distribución de contenidos transmedia para múltiples plataformas](#). Chile: Pontificia Universidad Católica de Chile. 2012.

Bitgood, S., Serrell, B., Thompson, D. (1994). The impact of Informal Education on Visitors to Museums. En Crane, V., Nicholson, H., Chen, M., Bitgood, S. (Eds.) Informal Science Learning, Research Communications Ltd., Washington, D.C., 61-106.

Falk, J. H., Dierking, L. (1992). The museum Experience. Washington DC, Estados Unidos.

Falk, J. H., Dierking, L. (2000). Learning from Museums, visitor experiences and the making of meaning. Altamira Press. Estados Unidos.

Estudios Sobre Públicos Y Museos Volumen I Públicos Y Museos: ¿Qué Hemos Aprendido? Coord.: Leticia Pérez Castellanos. Publicaciones digitales Escuela Nacional de Conservación, Restauración y Museografía. CDMX, México. 2016

One page paso a paso. <http://filmlab.filmarkethub.com/one-page-paso-a-paso/>