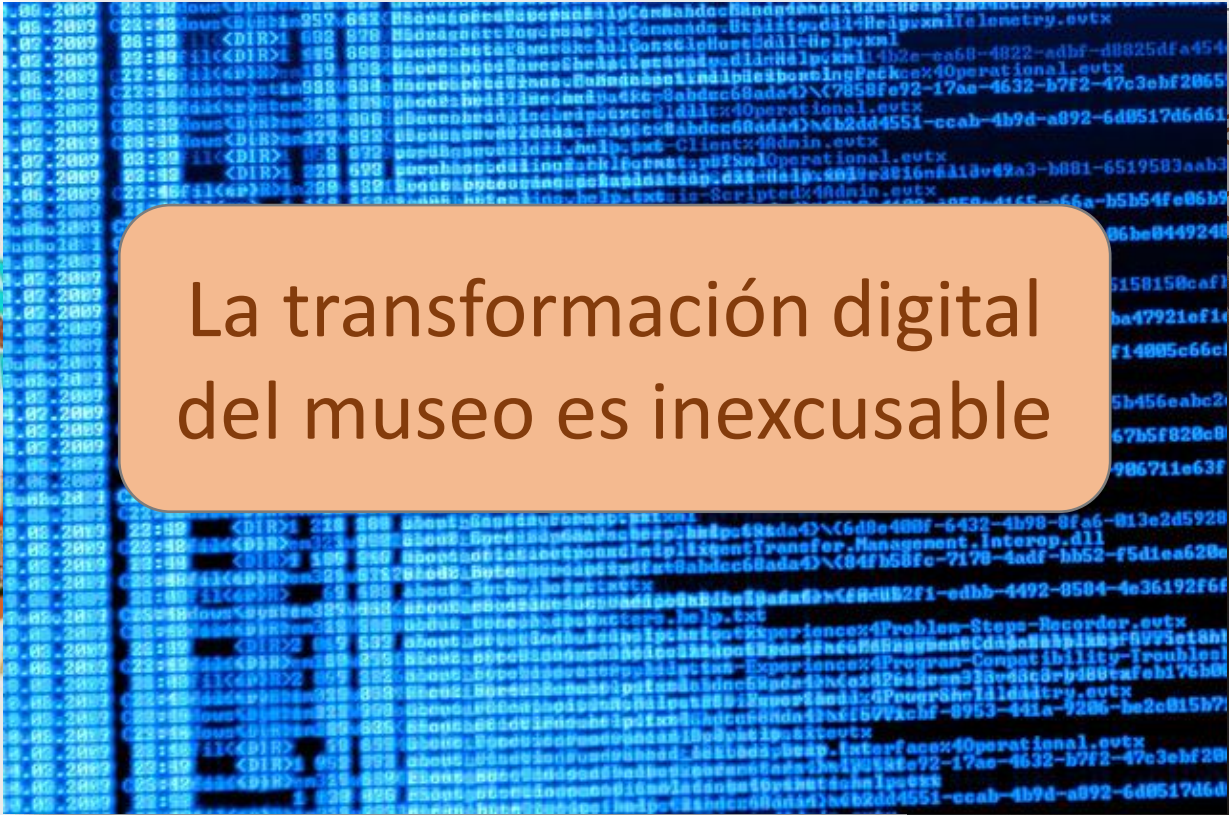


Cómo gestionar programas de digitalización en museos

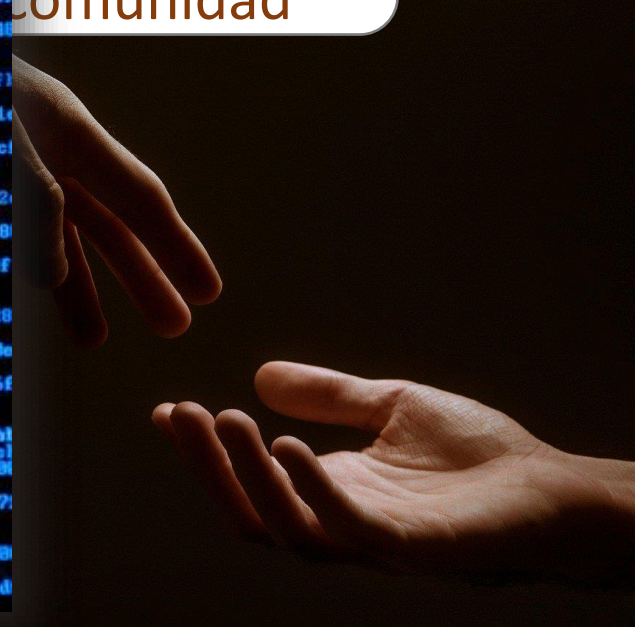
Pere Viladot, Marta Soler, Javi Hidalgo, Erik Stengler y Guillermo Fernández

El museo debe ser social



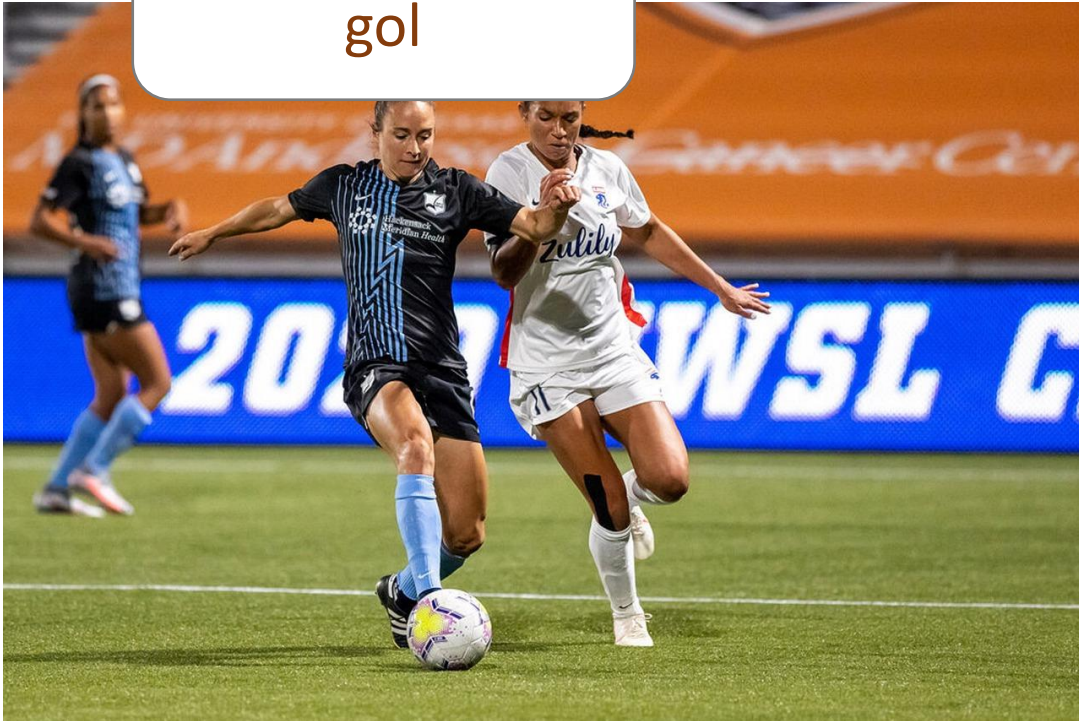
La transformación digital del museo es inexcusable

El museo debe trabajar con la comunidad

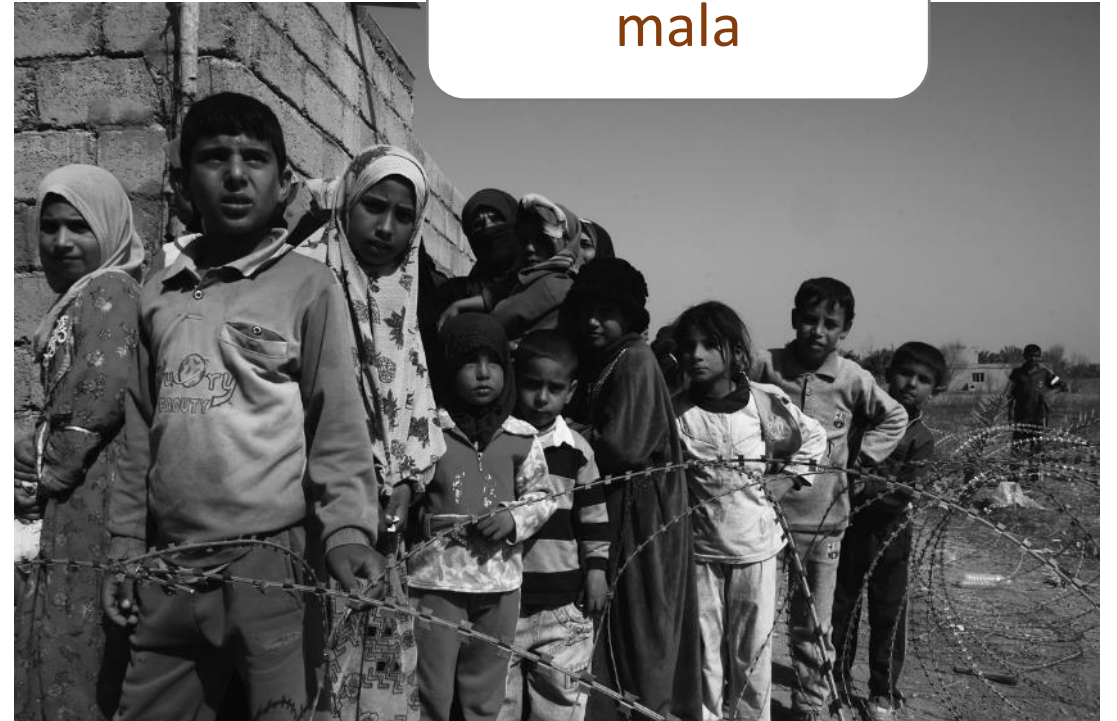


CERTEZAS QUE NO APORTAN NADA

Salimos a marcar
gol



La guerra es
mala





Scrollytelling



Virtual visits, 3D

Gamification



Streaming and
lives events



Social media





GUÍA PARA LA TOMA DE DECISIONES DE PROPUESTAS DE DIGITALIZACIÓN EN MUSEOS

Marzo de 2021

 www.elmuseotransformador.org
 info@elmuseotransformador.org
 @EMTransformador

Quiénes somos



Pere Viladot



Marta Soler



Javi Hidalgo



Erik Stengler



Guillermo Fernández

Colectivo independiente de profesionales del mundo de los museos que apostamos por un **museo contemporáneo** dedicado a producir **transformaciones constatables en la cultura y la educación de la sociedad.**

Más de 50 adheridos al manifiesto
> 580 seguidores Twitter



www.elmuseotransformador.org



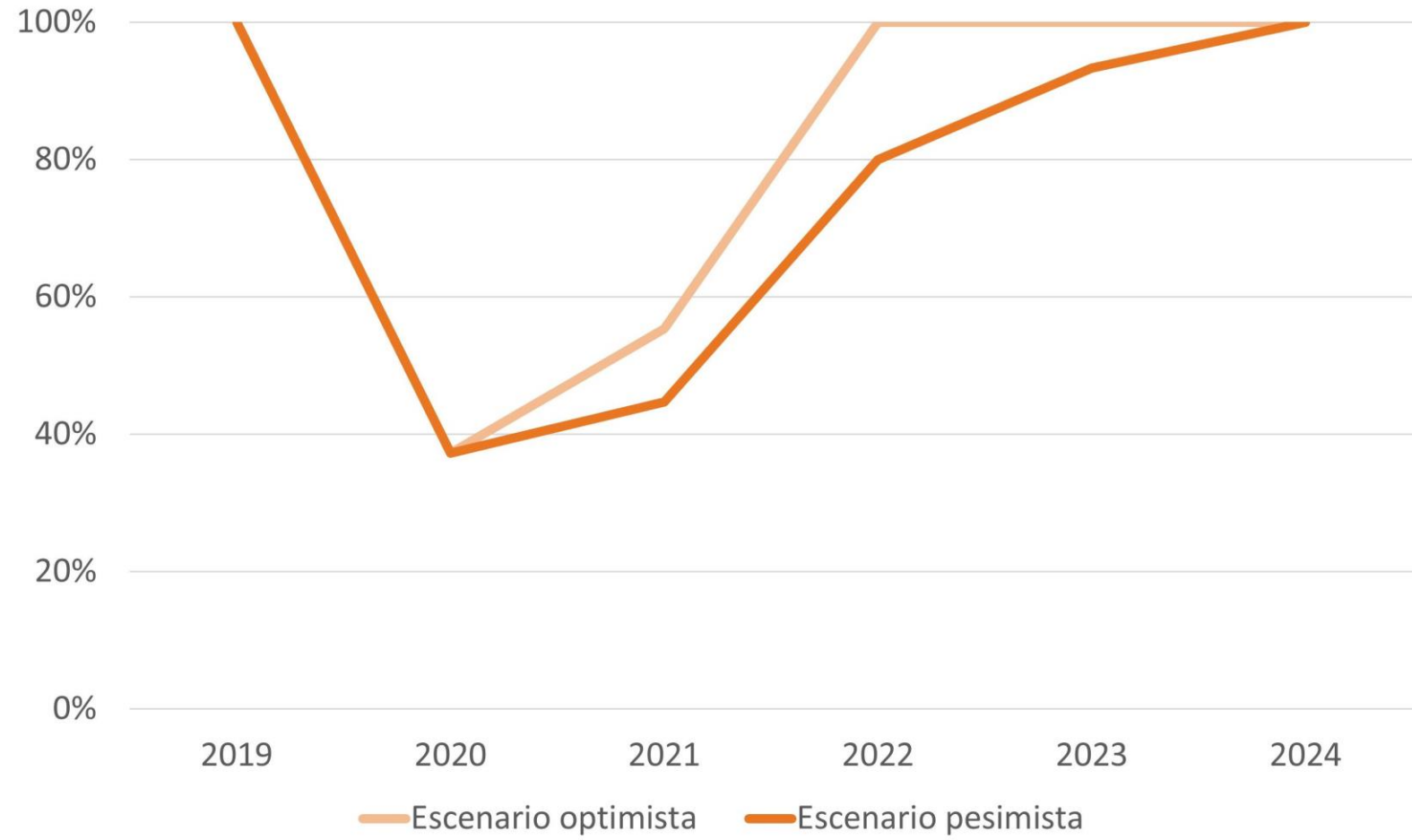
@EMTransformador



info@elmuseotransformador.org

Nuestra visión sobre el museo

Estimación de la demanda cultural presencial



Fuente: López, Ferran (2021). Esperant uns gloriosos anys 20... la magnitud de la tragèdia III. Recuperado de: <https://teknecultura.com/ca/bloc/esperant-uns-gloriosos-anys-20-la-magnitud-de-la-tragedia-iii/>

EL MUSEO
comunica
MANIFESTACIONES PERCEPTIBLES

Hechos, sucesos, evidencias,
expresiones naturales o
humanas, etc.

NATURALES

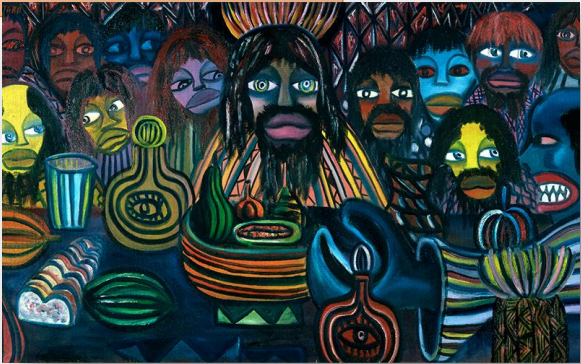
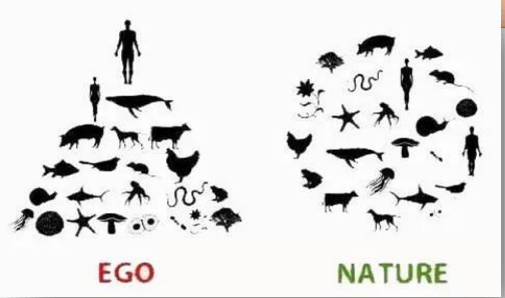
SOCIOCULTURALES

TECNOLÓGICAS

Físicas
Químicas
Biológicas
Geológicas
...

Históricas
Antropológicas
Artísticas
Lingüísticas
...

Informáticas
Industriales
Audiovisuales
Sanitarias
...



MANIFESTACIONES
comunicadas a través de
NARRACIONES

Narrar: Contar, referir lo sucedido,
o un hecho o una historia ficticios.
(RAE)

↓ Que usan el

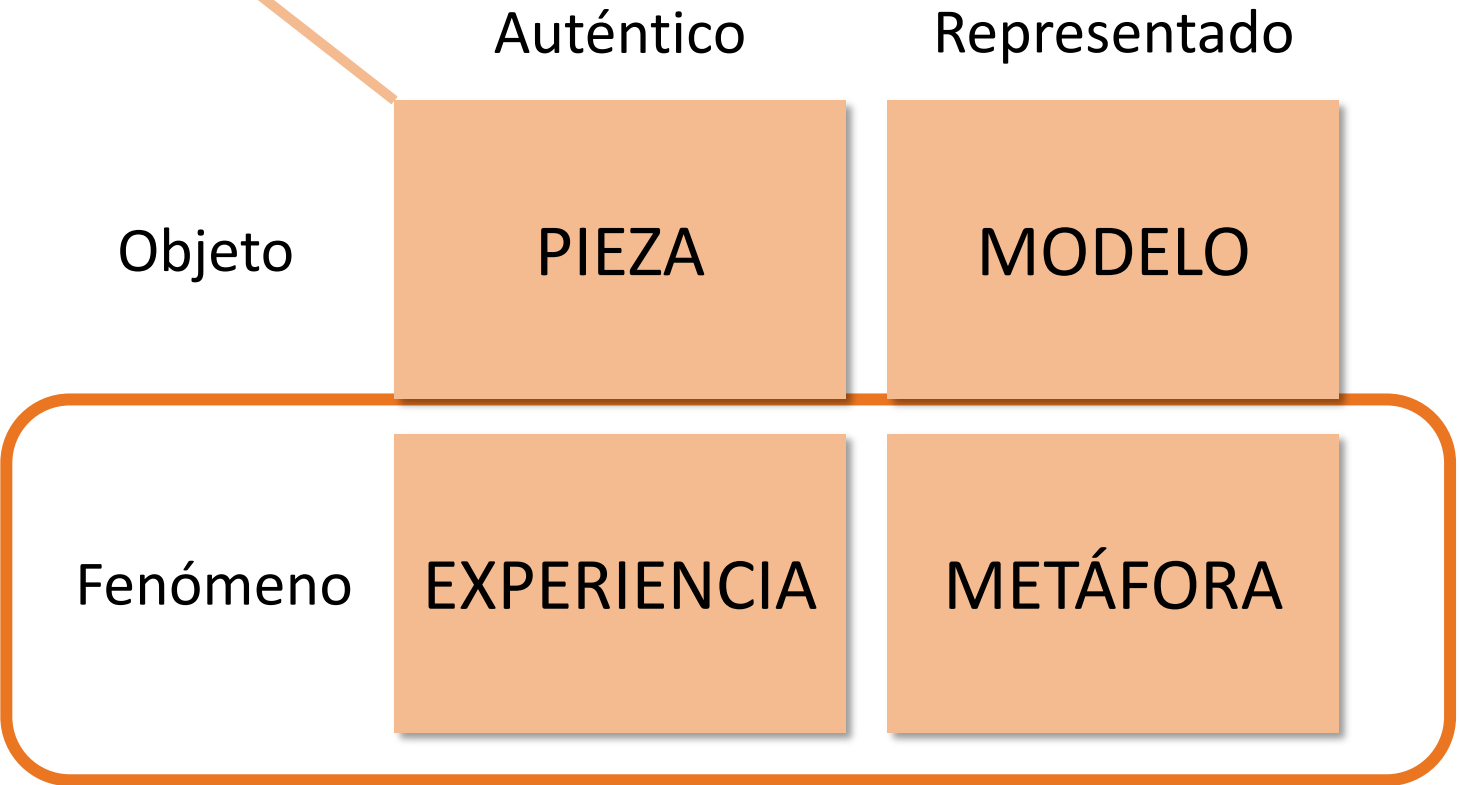
LENGUAJE
MUSEOGRÁFICO
(tangibilidad)



LENGUAJE MUSEOGRÁFICO (tangibilidad)

Forma de plasmación

*Activos básicos del lenguaje
museográfico*



MUSEO TRANSFORMADOR



MUSEO TRANSFORMADOR

NARRATIVAS

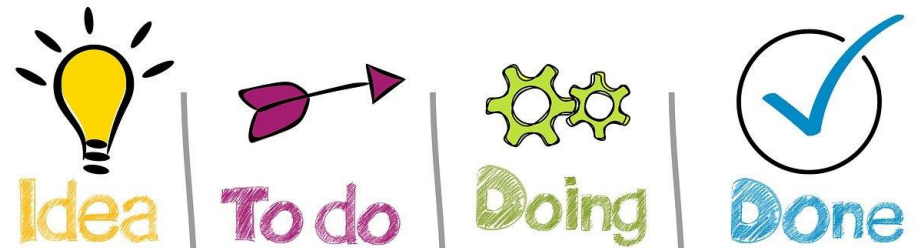
EXPERIENCIAS

**Seducción
Engagement**

**ESTRATEGIA
DIGITAL**

Gestión ejecutiva

GESTIÓN ESTRATÉGICA



Guía para la gestión estratégica de propuestas de digitalización



Pere Viladot



Marta Soler



Javi Hidalgo



Erik Stengler



Guillermo Fernández



Expertos

Eloísa Pérez Santos

Albert Díaz

Óscar Menéndez

Artur Moreno

Susana Funes

Nacho Granero

Objetivos

- Ayudar en la toma estratégica de decisiones
- Garantizar un proceso de reflexión transversal
- Potenciar la visión institucional de las propuestas

Primera parte

ESTRATEGIA

↓ La iniciativa

¿Impulsa nuestra
misión?

¿Apoya nuestros
objetivos
estratégicos?

¿Apuntala las áreas
clave de nuestra
organización?

↓ Entonces valorem la

RÚBRICA

Segunda parte (rúbrica)

**VALOR
MUSEÍSTICO**

La iniciativa

¿Cuál es su valor
educativo?

¿Qué vínculo
tiene con la
experiencia
museística?

¿Define
claramente el
público diana?

¿Promueve la
participación y la
socialización?

Entonces valoremos la

**GESTIÓN
EJECUTIVA**



Indicador	Nivel de desempeño			Puntos
	Inapropiado	Correcto	Idóneo	
Valor	-1	0	+1	
<i>Valor museístico</i>				
Vínculo con la función educativa del museo	La propuesta no ofrece ningún valor educativo ya que no genera ninguna transformación intelectual en el usuario bien sea de tipo emocional, estético o de aprendizaje.	La propuesta contiene algún valor educativo ya que promueve la acción del participante para generar cambios emocionales, estéticos o de aprendizaje contemplados en los objetivos del proyecto educativo del museo.	La propuesta tiene un alto valor educativo ya que con la acción del participante se pretende su transformación a partir de emociones universales y aunando experiencia vivencial, goce estético y aprendizaje, según los objetivos pedagógicos del proyecto educativo del museo.	
Promoción de la implicación activa y la socialización	La propuesta está planteada de forma dirigida y para el disfrute pasivo de un individuo aislado sin posibilidad de compartirla con otras personas.	La propuesta, aunque dirigida, permite cierto grado de libertad con participación individual o colectiva y conecta con la realidad social del museo aunque no promueve la gestión y producción de preguntas y soluciones ni compartir resultados.	La propuesta ha sido diseñada con la intención de promover y facilitar la gestión y producción de preguntas y soluciones a problemas, realidades y conflictos sociales actuales de forma colectiva además de permitir compartir resultados en un proceso de co-creación que la enriquece.	
Vínculo con el contenido del museo	La propuesta podría ser impulsada por una institución ajena al museo ya que no tiene ningún vínculo con los contenidos propios del mismo (exposiciones, colecciones, investigación, etc.).	La propuesta sólo puede ser desarrollada por el museo ya que se vincula directamente con sus contenidos (exposiciones, colecciones, investigación, etc.), aunque esto no queda bien explicitado en su desarrollo.	La propuesta no la podría llevar a cabo ninguna otra institución ya que se vincula manifiestamente con los contenidos del museo (exposiciones, colecciones, investigación, etc.) y su desarrollo lo muestra de forma explícita.	
Vínculo con la experiencia museística	La propuesta no expresa ningún vínculo entre lo digital y lo presencial ni apela a sus activos. Además no aporta ningún valor añadido porque no ofrece nuevas lecturas o relatos que impulsen el carácter transformador del museo.	La propuesta complementa y desarrolla la visita presencial al museo o le aporta algún valor añadido ya que ofrece nuevas lecturas o relatos que pueden impulsar su carácter transformador y permite la gestión autónoma del participante.	La propuesta apela sistemáticamente al vínculo con los activos singulares de la visita presencial y le aporta un alto valor añadido ya que ofrece nuevas lecturas o relatos para impulsar el carácter transformador del museo y la gestión autónoma del participante.	
Especificación del público al que se dirige	La propuesta se dirige a un público indefinido. No se han tenido en cuenta las características, motivaciones e intereses diferenciales del público.	La propuesta se dirige a un público concreto pero no se ha establecido el interés del museo en el mismo ni se han definido claramente para su diseño las características, motivaciones e intereses de ese público.	La actividad se ha planificado para un público concreto bien definido y de interés para el museo, cuyas características, motivaciones e intereses se han tenido en cuenta para su diseño.	
Accesibilidad e inclusión	La propuesta no es accesible perceptiva, cognitiva o socialmente. La actividad es excluyente al no tener la participación de colectivos desfavorecidos. Su diseño no tiene en cuenta la accesibilidad y la inclusión como aspectos imprescindibles.	La propuesta tiene algunos problemas de accesibilidad perceptiva, cognitiva o social. Considera la participación de grupos desfavorecidos pero no favorece su inclusión.	La propuesta es plenamente accesible perceptiva, cognitiva y socialmente. Es inclusiva al tener en cuenta la participación de colectivos desfavorecidos. El diseño tiene en cuenta la accesibilidad y la inclusión como aspectos imprescindibles.	
Servicio que mejora	La iniciativa no tiene en cuenta la mejora de ningún servicio concreto del museo (actividades, catalogación, comunicación, educación, etc.).	La iniciativa precisa el servicio o servicios que se verán mejorados por su implantación (actividades, catalogación, comunicación, educación, etc.) pero no define los objetivos concretos de mejora.	La iniciativa precisa el servicio o servicios que se verán mejorados por su implantación (actividades, catalogación, comunicación, educación, etc.) y define los objetivos concretos de mejora.	
Total				

Segunda parte (rúbrica)

**GESTIÓN
EJECUTIVA**

La iniciativa

¿Qué recursos
financieros i/o
humanos
requiere?

¿Se basa en
recursos
tecnológicos
contrastados?

¿Qué recursos
materiales o
espacios
específicos
requiere?

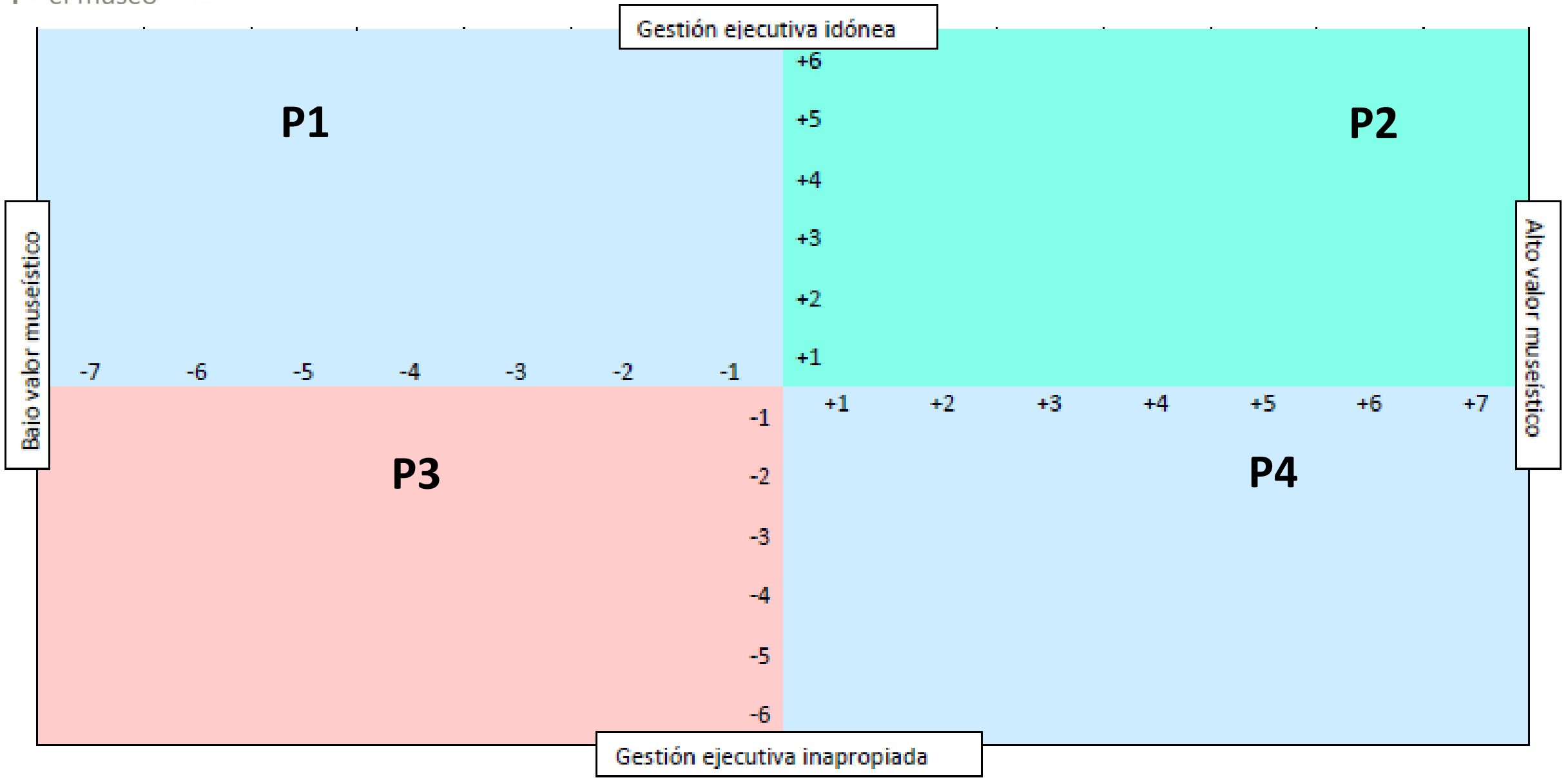
¿Existen
mecanismos de
evaluación sobre
su impacto?

DECISIÓN



Indicador	Nivel de desempeño			Puntos
	Inapropiado	Correcto	Idóneo	
Valor	-1	0	+1	
<i>Gestión ejecutiva</i>				
Recursos financieros	La propuesta requiere la disponibilidad de una gran cantidad de recursos financieros, que el plan estratégico o el presupuesto anual no prevén y que se deben extraer de otras actividades esenciales del museo.	La propuesta requiere la disponibilidad de recursos financieros, que se deben extraer de otras actividades no esenciales para el funcionamiento del museo pero que modifican el plan estratégico o el presupuesto anual.	La propuesta no requiere la disponibilidad de recursos financieros extraordinarios o éstos están contemplados en el plan estratégico y el presupuesto anual del museo y no perjudican a ninguna otra actividad.	
Recursos humanos	La propuesta no se puede llevar a cabo sin nuevo personal ya que actual está desarrollando funciones esenciales del museo y no hay posibilidad de nuevas contrataciones.	La propuesta requiere la disponibilidad de personal que ejerce otras funciones no esenciales que pueden ser llevadas a cabo por otras personas del <i>staff</i> aunque suponen un cierto desequilibrio en el plan estratégico.	Para el desarrollo de la propuesta se requiere el cambio en las funciones de personal actual o su contratación, lo que ya estaba contemplado en el plan estratégico del museo.	
Recursos materiales y de espacio	La propuesta no se puede desarrollar sino es con la aportación de recursos materiales o en espacios que deben ser extraídos de otras actividades que son esenciales para el funcionamiento del museo y no estaban previstos.	La propuesta requiere la aportación de recursos materiales o espacios que pueden ser extraídos de otras actividades sin que el menoscabo sea muy importante aunque habrá que revisar el plan estratégico.	Los recursos materiales o espacios necesarios para la propuesta están contemplados en el plan estratégico del museo y no suponen ningún menoscabo en el resto de las actividades que se llevan a cabo.	
Recursos tecnológicos necesarios	La propuesta requiere de recursos tecnológicos no disponibles y no está prevista su adquisición a corto o medio plazo. No hay plan de evaluación sobre su conservación, adaptación a los cambios u obsolescencia.	La propuesta requiere de recursos tecnológicos no disponibles pero su adquisición está prevista a medio plazo. Se prevé un plan de evaluación sobre su conservación, adaptación a los cambios u obsolescencia.	La propuesta requiere de recursos tecnológicos ya disponibles o fácilmente asequibles ya que están contemplados a corto plazo. Hay un plan de evaluación elaborado sobre su conservación, adaptación a los cambios u obsolescencia.	
Evaluación	No se ha planificado ningún tipo de evaluación previa que ayude a formular objetivos, ni se ha diseñado la evaluación formativa ni sumativa. No se valora el impacto de la propuesta, o sólo se valora en función de elementos cuantitativos tales como el número de visitas, satisfacción, descargas o similar.	No se han previsto evaluaciones previas pero se ha planificado algún tipo de evaluación exclusivamente sumativa. Se pondera el impacto real de la propuesta mediante un programa de evaluación <i>ad hoc</i> cuantitativo y cualitativo con metodologías y herramientas principalmente digitales que no incluyen el contacto personal. No se elaboran propuestas para optimizar programas futuros similares.	Se ha planificado una evaluación previa para fijar objetivos adaptados a los usuarios y evaluaciones formativas y sumativas. Se valora el impacto mediante un programa de evaluación cuantitativo y sobre todo cualitativo, con el uso de herramientas digitales y el contacto personal con usuarios reales en un volumen suficientemente representativo. Se extraen conclusiones concretas para optimizar programas futuros similares abriendo canales de reentrada.	
Diseño participativo	La propuesta será desarrollada por un solo departamento o por algún miembro del mismo que está interesado en el tema. Sólo es conocida por los miembros del departamento que la diseñó. La dirección está al margen.	La propuesta será desarrollada dentro de un departamento concreto pero teniendo en cuenta algunas aportaciones de otros departamentos. Se ha informado a todo el museo de su desarrollo. La dirección está informada.	La propuesta será desarrollada mediante un proceso participativo de todos los departamentos y actores implicados así como se ha previsto la participación de personas externas al museo que sean representativas. Todo el museo está al corriente de su desarrollo mediante un sistema de información eficaz. La dirección y estamentos de gestión estratégica están implicados.	
Total				

Tercera parte (mapa de situación)





www.elmuseotransformador.org

GUÍA PARA LA TOMA DE DECISIONES DE PROPUESTAS DE DIGITALIZACIÓN EN MUSEOS

Marzo de 2021

 www.elmuseotransformador.org
 info@elmuseotransformador.org
 [@EMTransformador](https://www.instagram.com/EMTransformador)

¡Muchas gracias!



www.elmuseotransformador.org



info@elmuseotransformador.org



[@EMTransformador](https://twitter.com/EMTransformador)