

Índice

1. Introducción **14**

- 1.1. Objetivos de la investigación 15
- 1.2. Definición del objeto de estudio y metodología de investigación 25
- 1.3. Hipótesis de estudio 26
- 1.4. Estructura de la investigación 28

2. Museología y tecnología **30**

- 2.1. Las primeras colecciones y museos 31
- 2.2. Fundamentos del museo moderno 34
- 2.3. El espíritu didáctico y la renovación del discurso expositivo 36
 - 2.3.1. El nacimiento de la museografía de la experiencia 38

- 2.4. Evolución de la museografía interactiva antes del teléfono inteligente 42
 - 2.4.1. Inicios de la tecnología como arte 43
 - 2.4.2. Los *mass media* como recurso museográfico 45
 - 2.4.3. El nacimiento de la interactividad digital 46
 - 2.4.4. Aproximaciones a la virtualidad 46
 - 2.4.5. Internet y la deslocalización del museo 48
 - 2.4.6. La estandarización del artefacto digital 52
 - 2.4.7. La segunda revolución web. Internet 2.0. 53

- 2.5. El debate en torno a la museografía interactiva 54
 - 2.5.1. Capacidad didáctica del contenido 56
 - 2.5.2. Relación con el objeto expuesto 59

2.5.3. Definición del nivel de conocimiento	61
2.5.4. Coste y obsolescencia	62
2.5.5. Consideraciones ante las dificultades para una museografía interactiva	63

3. La museografía nómada **66**

3.1. Un nuevo paradigma	67
3.2. Aplicaciones pioneras	72
3.3. Ventajas frente a tecnologías anteriores	75
3.3.1. Interferencias con el objeto expuesto	75
3.3.2. Calidad del contenido	76
3.3.3. Determinación del nivel y el público objetivo	76
3.3.4. Coste y obsolescencia	76
3.3.5. Fortalezas del ámbito móvil en la museografía	77
3.3.6. La calidad del contenido, una vez más	79
3.4. Principales tipologías de aplicación museística	81
3.4.1. Presentación de colección por fichas	82
3.4.2. Infografías y cronologías informativas	83
3.4.3. Visita virtual	85
3.4.4. Complemento de visita física: realidad aumentada y virtual	85
3.4.5. Interfaces de consulta relativas al museo	90
3.4.6. Creación de contenidos	92
3.4.7. Experiencias sociales	95
3.4.8. Juegos y experiencias lúdicas	96
3.5. Análisis de mercado. Situación actual	98
3.6. Definiendo el canal adecuado. La combinación entre web y aplicaciones	106

3.6.1. MoMA	108
3.6.2. MET	110
3.6.3. TATE	112
3.6.4. Museo Nacional del Prado	114
3.6.5. Museo Thyssen-Bornemisza	116
3.6.6. Valoraciones tras la comparativa entre museos según su uso de web y aplicaciones	118
3.7. Tendencias actuales en el diseño de aplicaciones museísticas	122
3.7.1. Fragmentación de contenidos	122
3.7.2. <i>Communitainment</i> o el potencial del factor social	123
3.7.3. Implementación de novedades tecnológicas	124
3.7.4. Apoyo a la didáctica	125
3.7.5. El usuario como centro del proyecto	128

4. El diseño de la experiencia de usuario en las aplicaciones museísticas **130**

4.1. Hacia la museografía de la experiencia	131
4.2. Origen y evolución del concepto experiencia de usuario	135
4.2.1. Orígenes y puntos de partida	135
4.2.2. Primeras aproximaciones al ámbito informático	139
4.2.3. La aparición del profesional del diseño de la experiencia de usuario	140
4.2.4. El concepto experiencia de usuario en la actualidad	142
4.2.5. Experiencia de usuario no es diseño de interfaz	146
4.3. La experiencia de usuario en museos	149

4.3.1. Usabilidad	152
4.3.2. Utilidad	165
4.3.3. Deseabilidad	168
4.3.4. Accesibilidad	171
4.3.5. Localizabilidad	176
4.3.6. Credibilidad	177
4.3.7. Valor	179
4.4. Nuevas estrategias para el desarrollo de aplicaciones museísticas atractivas	181
4.4.1. Realidad aumentada y virtual: potenciando la experiencia digital	181
4.4.2. Narración de historias o <i>storytelling</i>	194
4.4.3. Ludificación	202
4.4.4. Ana Juan, dibujando al otro lado, una experiencia híbrida	226
4.5. Ventajas del planteamiento de experiencias museísticas en base a la experiencia de usuario	240

5. El proceso de proyección de una aplicación museística en base a la experiencia de usuario **242**

5.1. Estrategia de contenido	245
5.2. Investigación de usuario	252
5.2.1. Metodologías de cercanía: fomentando la participación	256
5.3. Arquitectura de la información	261
5.4. Accesibilidad	267
5.5. Diseño de interacción	271
5.6. Diseño visual	282
5.6.1. Identidad visual	285
5.6.2. Distribución y jerarquización de elementos	287
5.6.3. Identificación de las metáforas y elementos interactivos	288

5.6.4. Uso del color	292
5.6.5. Tipografía	294
5.6.6. El diseño visual como refuerzo de la experiencia de usuario	296
5.7. Resumen de metodología proyectual	298
5.8. Calidad global de la experiencia	303
6. Conclusiones	306
<hr/>	
7. Anexo 1	311
<hr/>	
8. Referencias	358
<hr/>	