ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA PRIVADA TOULOUSE LAUTREC

IMPACTO DEL DISEÑO EXPERIENCIAL EN LA ATRACCIÓN Y RECURRENCIA DE VISITANTES AL MUSEO DE ARTE CONTEMPORÁNEO DE LIMA

Tesis para obtener el título profesional Licenciado en Dirección y Diseño Gráfico

AUTORES:

KARINA TELLO ZEGARRA
(0009-0004-5612-7147)

WILLY SEBASTIAN VIDAL FALCON
(0000-0003-0911-4728)

Asesor
JONATAN FREDDY SAYAN CHUMBIRIZO
(0000-0002-3436-5249)

Lima-Perú
2024

PAPER NAME

Titulaci%C3%B3n - Vidal Tello .docx.pdf

AUTHOR

-

WORD COUNT

10986 Words

CHARACTER COUNT

60113 Characters

PAGE COUNT

76 Pages

FILE SIZE

16.7MB

SUBMISSION DATE

Jan 29, 2024 11:46 PM GMT-5

REPORT DATE

Jan 29, 2024 11:51 PM GMT-5

21% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

- 17% Internet database
- 6% Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content database
- 15% Submitted Works database

Tabla de contenido

Resumen **15**
Abstract **17**
Capítulo I: El Problema **19**
1.1. Planteamiento del Problema **19**
1.2. Preguntas de investigación **21**
1.3. Objetivos de Investigación **21**
Capítulo II: Marco Teórico **22**
2.1. Mapa de Literatura **22**
2.2. Antecedentes de Investigación **22**
2.3. Desarrollo de la Perspectiva Teórica **26**
2.3.1. Diseño Experiencial 26
2.3.1.1. Diseño interactivo 26
2.3.1.2. Experiencia de usuario 27
2.3.1.3. Wayfinding 27
2.3.1.4. Experiencia de arte inmersiva 27
2.3.1.5. Narrativa Digital 28
2.3.1.6. Tipografía 28
2.3.1.7. Psicología del Color 28
2.3.2 Atracción y recurrencia en Museos de Arte 29
2.3.2.1. Usuarios 29
2.3.2.2. Recurrencia 30
2.3.2.3. Cultura 30
2.3.2.4. Museos 30
2.3.2.5. Arte Contemporáneo 30
2.3.2.6. Salas de Exposición 31
Capítulo III: Metodología **32**
3.1. Muestra, Unidad de Análisis y Muestreo **32**
3.1.1 Muestra 32
3.1.2 Descripción de la Unidad de Análisis 33
3.1.1 Muestreo 33
3.2. Diseño de Investigación 33
3.3. Operacionalización de Variables **34**
3.4. Consentimiento Informado **35**
3.5. Procedimiento para Recolectar y Analizar los Datos **36**
Capítulo IV: Resultados **38**
4.1. Análisis de Resultados **38**
4.2. Discusión de Resultados **52**
4.3. Recomendaciones **55**
Referencias **57**

Anexos **62**

Lista de Tablas

Tabla 1. Operacionalización de la variable dependiente: Atracción y recurrencia en Museos de Arte ……... 34

Tabla 2. Operacionalización de la variable independiente: Diseño Experiencial …….. 35

Tabla 3. Tabla de Análisis visual ……
49

Lista de Figuras

Figura 1. Mapa de la literatura de las variables de estudio ……..... 22

Figura 2. Resultados de la Pregunta: ¿Qué edad tienes? …… 38

Figura 3. Resultados de la Pregunta: ¿Qué carrera creativa estudias? ……... 38

Figura 4. Resultados de la Pregunta: ¿Cómo te enteraste de las exposiciones del MAC? …. 39

Figura 5. Resultados de la Pregunta: ¿Con qué frecuencia visitas el MAC? ……. 39

Figura 6. Resultados de la Pregunta: De las exposiciones visitadas, ¿cuál te pareció más atractiva visualmente? …… 40

Figura 7. Resultados de la Pregunta: ¿Qué elementos visuales de la exposición que eligió le gustó más a la hora de recorrerla? …….. 40

Figura 8. Resultados de la Pregunta: El diseño experiencial es un enfoque creativo que busca diseñar productos, servicios o entornos con el objetivo de proporcionar experiencias memorables y significativas a los usuarios. Se centra en la conexión emocional, la interacción y la inmersión para generar sensaciones y recuerdos positivos ¿Conocías este concepto? ... 41

Figura 9. Resultados de la pregunta: Indica el nivel de coherencia visual y narrativa del diseño experiencial en las exposiciones del MAC. ……..... 42

Figura 10. Resultados de la Pregunta: ¿Qué tan fácil le resultó recorrer las salas? ……..… 42

Figura 11. Resultados de la Pregunta: ¿Qué tan claro le resulta el mensaje transmitido a través del diseño en las exposiciones del museo? ……. 43

Figura 12. Resultados de la Pregunta: ¿Qué tan innovador considera que son las exposiciones presentadas en el MAC? ……..... 43

Figura 13. Resultados de la Pregunta: ¿Qué tan atractivos considera los elementos interactivos del diseño experiencial en las exposiciones del museo? …… 44

Figura 14. Resultados de la Pregunta: Tomando en cuenta que el diseño experiencial se caracteriza por el uso de elementos interactivos, inmersión, originalidad para ofrecer

experiencias originales, ¿considera que el MAC ha implementado el diseño experiencial en todas sus exposiciones? ……..…… 44

Figura 15. Resultados de la Pregunta: ¿Qué tan efectivo considera que es el diseño experiencial para atraer su atención durante su visita al museo? …….…….. 45

Figura 16. Resultados de la Pregunta: ¿Qué elementos gráficos le gustaría ver incorporados o mejorados en futuras exposiciones del museo? ……. 45

Figura 17. Resultados de la Pregunta: Indica tu nivel de satisfacción en el Museo de Arte Contemporáneo (MAC) ……. 46

Figura 18. Resultados de la Pregunta: ¿Volvería a visitar el MAC? …….. 47

Figura 19. Resultados de la Pregunta: ¿Considera que la aplicación actual del diseño experiencial ha influido en su deseo de volver al museo? ……. 47

Figura 20. Resultados de la Pregunta: ¿Qué tan probable es que recomiende visitar el Museo de Arte Contemporáneo? ……..... 48

Figura 21. Exposición: Colección MAC Lima ……...……..... 50

Figura 22. Exposición Color, panel de presentación de la exposición ……...…… 51

Figura 23. Exposición Color: Proyección audiovisual “Tetrachromia (2019)” ……. 52

Resumen

La presente investigación tiene como objetivo principal evaluar la percepción de los jóvenes con respecto a la aplicación del diseño experiencial dentro de las exposiciones en el Museo de Arte Contemporáneo (MAC) Lima, de esta manera analizar el impacto que el diseño experiencial tiene en la atracción y recurrencia de visitantes, así como identificar cuáles son los elementos gráficos experienciales a mejorar para enriquecer la experiencia de los visitantes. Para esto se realizó una investigación aplicando la metodología de estudio de caso, lo cual permitió emplear 2 muestras de estudios, la primera consistió en 30 jóvenes visitantes del Museo de Arte Contemporáneo, y la segunda fueron las 3 exposiciones presentadas en el MAC.

Los resultados muestran que más del 43,8% de los encuestados perciben a los elementos del diseño experiencial como atractivos e innovadores, así mismo el 50% de ellos consideran que el MAC ha aplicado parcialmente estos elementos. Al realizar una observación de campo de las 3 exposiciones presentadas actualmente por el museo, pudimos validar estos resultados, se observó que tanto la sala 2 como la sala 3 hacían uso mínimo de elementos gráficos experienciales, centrándose más en un diseño tradicional y poco moderno, en cambio, al observar la exposición de la sala 3 se puedo identificar el uso de elementos y principios del diseño experiencial tales como proyección audiovisual, paneles interactivos, espacios inmersivos, entre otros. La experiencia del visitante, al recorrer las tres exposiciones, resalta un mayor disfrute en la exposición "Color: El Conocimiento de lo invisible", donde se identifican en mayor medida los elementos inmersivos e interactivos.

Podemos concluir que la aplicación adecuada del diseño experiencial en el Museo de Arte Contemporáneo no solo impacta de manera inicial a los visitantes, sino que influye también en su decisión de regresar. La actual aplicación del diseño experiencial en la sala 3 ha de tomarse como un referente y replicarse a lo largo de las demás exposiciones a fin de

generar una experiencia en conjunto. Esta investigación tiene información que puede ayudar al desarrollo de investigaciones futuras, que logren un entendimiento aún mayor del impacto del diseño experiencial en contextos museísticos modernos.

Palabras clave: diseño experiencial, museo, exposiciones, interactividad, atracción, storytelling

Abstract

The following research aims to assess the perception of young individuals regarding the implementation of experiential design within exhibitions at the Museo de Arte Contemporáneo (MAC) in Lima. Additionally, it seeks to analyze the impact of experiential design on visitor attraction and recurrence while identifying elements of experiential graphics for enhancement, enriching visitor experiences. Employing a case study methodology, two study samples were utilized: the first comprised 30 young visitors to the Museum of Contemporary Art, and the second involved the analysis of the three exhibitions presented at MAC.

Results indicate that over 43.8% of respondents perceive experiential design elements as attractive and innovative, with 50% considering MAC to have partially implemented these elements. Field observations of the current exhibitions validated these findings, revealing minimal use of experiential graphic elements in both Room 2 and Room 3, emphasizing a more traditional and less modern design. Conversely, the exhibition in Room 3 demonstrated the application of experiential design principles, including audiovisual projections, interactive panels, and immersive spaces. Visitor experiences across the three exhibitions highlighted increased enjoyment in the "Color: The Knowledge of the Invisible" exhibition, where immersive and interactive elements were more prominently identified.

In conclusion, the effective implementation of experiential design at the Museum of Contemporary Art not only impacts visitors initially, but also influences their decision to return. The current application of experiential design in Room 3 should serve as a benchmark and be replicated across other exhibitions to create a cohesive experience. This research

provides valuable insights for future studies seeking a deeper understanding of experiential design's impact in modern museum contexts.

Keywords: experiential design, museum, exhibitions, interactivity, attraction, storytelling

Capítulo I: El Problema

A lo largo del tiempo, los museos han sido considerados sitios de cultura y aprendizaje, son espacios que resguardan muchos conocimientos, pero en cierto punto se han vuelto en lugares poco atrayentes al público. Según el estudio de (Martínez Gil, 2020, 96) los jóvenes tienen una percepción de los museos como lugares poco interesantes y aburridos, esto debido al uso de recursos, programas poco didácticos, además de otros aspectos de la museografía tradicional. En la actualidad, a causa de los cambios sociales y el surgimiento de nuevas tecnologías, los museos se enfrentan a mayores desafíos a la hora de comunicar y generar experiencias más atrayentes a los visitantes. En este punto, la incorporación del diseño experiencial constituye una práctica que promueve mayor participación en los visitantes, mejorando así la experiencia del usuario. En el presente capítulo abordaremos el planteamiento del problema, las preguntas y objetivos de investigación, analizando al diseño gráfico experiencial como una potencial solución al bajo índice de visitas al Museo de Arte Contemporáneo (MAC).

1.1. Planteamiento del Problema

A nivel mundial, los museos de arte son considerados espacios culturales dedicados al cuidado y conservación de obras artísticas, así mismo son importantes lugares que fomentan la exposición de nuevos artistas, la educación e investigación, según (UNESCO, 2015) los museos generan vínculos entre las comunidades, reforzando prácticas inclusivas y en favor a las minorías.

Según el estudio de (Alvarado Peña, 2018) se observa que en el Perú los jóvenes de 19 a 29 años son los que más visitan los museos, además que las visitas locales solo llegan a 49% del total anual, siendo lo restante visitas realizadas por turistas, el autor, por otro lado, comenta que estos espacios tienen que ser de fácil acceso, generar mayor conexión con los

visitantes mediante interacciones y considerar diferentes perspectivas y realidades, generando así una experiencia que enseñe, pero también conecte con las nuevas tendencias.

El Museo de Arte Contemporáneo (MAC) el cual se encuentra situado en el distrito de Barranco, en el departamento de Lima, desde sus inicios en el 2013, se ha dedicado a investigar, promover y divulgar expresiones artísticas contemporáneas, siendo el único museo de su clase en Lima. A pesar de la importancia cultural y educativa del MAC, enfrenta un desafío notable debido a la baja tasa de visitantes a museos.

(Velásquez Nemotto, 2021) menciona como el avance de la tecnología ha generado el surgimiento de nuevas tendencias en el diseño de espacios interactivos. Estas propuestas innovadoras y artísticas son capaces de generar la atención del público de manera instantánea y mejorar la experiencia del público, quienes comparten su experiencia por redes sociales en formato de fotos o vídeos. En este punto presentamos al diseño experiencial como una potencial solución a la problemática, la aplicación del diseño al momento de crear experiencias atractivas y memorables puede impactar de manera positiva en la atracción y recurrencia de visitantes. La actual exposición del MAC *"Color. El conocimiento de lo invisible"*, explora elementos interactivos e inmersivos enfocados en brindar una mejor experiencia cultural. Según (Alayza, P. P., 2023) menciona que la exposición, ha superado expectativas, logrando sobrepasar las 1,500 visitas diarias.

Según lo mencionado anteriormente, la investigación se centra en el análisis del impacto del diseño experiencial en el índice de visitas al museo. Enfatizando el entender como el diseño experiencial puede transformar las experiencias en los museos, resultando en más recurrencia. (Dixon, 2019) señala "El diseño experiencial implica la orquestación de tipografía, color, imágenes, forma, tecnología y, especialmente, contenido para crear entornos que comuniquen.". De esta forma se justifica el estudio del uso correcto de gráfica ambiental en implementaciones dentro del Museo de Arte Contemporáneo (MAC) para poder

determinar en forma de entrevistas y encuestas al público que tan satisfechos se siente en las salas de exhibiciones del local.

La investigación realiza un análisis cognitivo de la relación entre calidad de los elementos del diseño experiencial y la fidelización de los visitantes, buscando entender cómo esta variable puede afectar positivamente el índice de visitas dentro del museo MAC. A través de esta investigación también se buscará brindar nuevas oportunidades de mejora que puedan ser replicadas.

1.2. Preguntas de investigación

¿Cómo perciben los visitantes la actual aplicación del diseño experiencial dentro de las exposiciones en el Museo de Arte Contemporáneo?

¿Cómo la implementación del diseño experiencial puede optimizar la atracción y recurrencia de visitantes al Museo de Arte Contemporáneo?

¿Qué elementos de la gráfica experiencial podrían mejorar o ser aplicados a las exposiciones del Museo de Arte Contemporáneo para mejorar la experiencia?

1.3. Objetivos de Investigación

Evaluar la percepción de los visitantes con respecto a la actual aplicación del diseño experiencial dentro de las exposiciones en el Museo de Arte Contemporáneo.

Analizar la implementación del diseño experiencial para optimizar la atracción y recurrencia de visitantes al Museo de Arte Contemporáneo.

Identificar los elementos de gráfica experiencial que podrían mejorar o ser aplicados a las exposiciones del Museo de Arte Contemporáneo a fin de mejorar la experiencia.

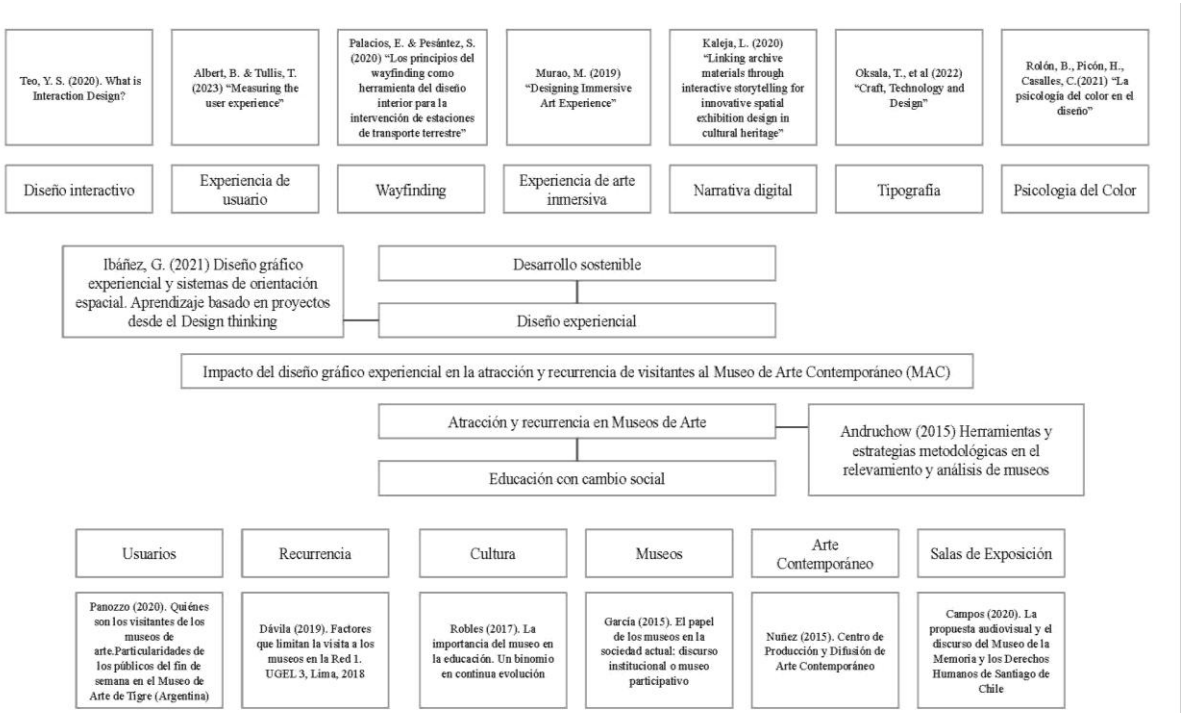
Capítulo II: Marco Teórico

En el siguiente capítulo se presentarán estudios previos que puedan justificar y contribuir con la investigación. Por ello se eligió abarcar en primer lugar estudios basados en el diseño experiencial, contribuyendo con el desarrollo sostenible y en segundo lugar estudios que abarquen la atracción y recurrencia de un Museo de Arte, que contribuyen con la educación con cambio social.

2.1. Mapa de Literatura

Figura 1

Mapa de la literatura de las variables de estudio



2.2. Antecedentes de Investigación

Guzmán Vera & Ochoa Ochoa, (2022) realizaron una investigación titulada "Diseño gráfico experiencial de una exposición interactiva como método alternativo de aprendizaje sobre la cultura cañari". Su propósito principal era el cómo se puede utilizar el diseño

interactivo dentro de una exposición para poder mostrar la cultura cañari, usando el modelo de Investigación Cuantitativo y para ello se usó una muestra a 3 entrevistas con expertos dentro del área diseño, cultura y multimedia. Como hallazgos pudieron hallar los elementos más importantes de la cultura cañari para construir una propuesta de línea de diseño interactivo para una exposición dentro de un museo. Además, se enfatiza el uso de nuevas tecnologías a la hora de desarrollar dichos espacios interactivos. El siguiente estudio da una guía de como poder analizar el tipo de mensaje que quiere brindar un centro cultural y cómo la validación dentro de salas de exposiciones se podría implementar el diseño experiencial.

Carpio Martínez & Durán Cabrera, (2022) llevaron a cabo la investigación "Diseño de un sistema gráfico y su aplicación en un producto experiencial en el espacio construido para concientizar sobre la trata de personas". Como objetivo se planteó analizar y proponer un proyecto de diseño gráfico experiencial sobre la trata de personas dentro de algún espacio construido en la Ciudad de Cuenca. Se utilizó la metodología de investigación Cuantitativa - Cualitativa, ya que se analizó sobre la trata de personas para posteriormente analizar el recorrido de los visitantes y los enfoques de interacción, así mismo se elabora un resumen del detalle de la propuesta de diseño para ser usado en algún espacio de exposición, se realizó 4 entrevistas a especialistas en el área de trata de personas. Se concluyó que el diseño experiencial es capaz de adaptarse a distintos temas y problemáticas, por lo que su uso es recomendado para nuevas exposiciones. El vínculo con la investigación se basa en el uso y análisis de un recorrido visual a la hora de analizar espacios en donde se manejen exposiciones y presentaciones que utilizan el diseño experiencial.

Cevallos (2022) realizó una tesis "La gráfica ambiental como soporte narrativo en museos de arte limeños: MALI, MAC y MUCEN". La investigación tuvo como objetivo evaluar el concepto de la gráfica ambiental como un pilar que sostiene la comunicación y narrativa visual de la identidad en museos limeños. Así mismo, analiza los elementos que

conforman la identidad en estos espacios, con la finalidad de determinar cómo influyen en la experiencia de los visitantes.

Se emplearon muestras representativas de exposiciones de 3 museos situados en Lima, siendo estos: Museo de Arte de Lima, Museo de Arte Contemporáneo y el Museo del Banco Central de Reserva. Esta investigación aplicó una metodología descriptiva-transversal, consiste en el análisis de elementos visuales de las exposiciones, piezas gráficas, físicas y digitales, además emplearon entrevistas con expertos y trabajo de campo. Se concluyó que el diseño ambiental es un elemento narrativo de los museos, pero en su aplicación no se muestra mucha cohesión al transmitir la identidad de estos espacios culturales, por otro lado, mencionan la importancia de nuevas tendencias vanguardistas que pueden contribuir a la mejor comunicación de los museos. Al analizar esta investigación se pudo identificar elementos importantes dentro del diseño experiencial como son la gráfica ambiental y narrativa visual. El poder evaluar su aplicación en conjunto nos hará comprender la importancia de estos conceptos para generar mejores experiencias en los visitantes a los museos por consiguientes el incremento de visitas.

Martí (2018) en la tesis doctoral "Hacia una museología 4.0. Diseño de experiencias inmersivas con dispositivos de realidad aumentada.". Plantean como objetivo de investigación establecer fundamentos teóricos y metodológicos que posibiliten crear experiencias inmersivas, facilitando de esta manera la atracción de diversos visitantes a las exposiciones de los museos. Habiendo tomado como muestra diversos museos y exposiciones, la investigación emplea dos metodologías, en primer lugar mediante un estudio, analítico-comparativo, se estudia a diversos museos para la construcción de una base conceptual de la museología. Por otro lado, para el desarrollo de propuestas y prototipos se aplicó la metodología práctico-experimental de la mano del design thinking. Los resultados de la investigación validan como la aplicación de nuevas tendencias digitales, pueden generar

una mayor interactividad e inmersión en los diversos recorridos o experiencias museísticas, además demuestra el impacto que viene generando el uso progresivo de ciertas tecnologías y menciona cómo estos generan mayor atracción por parte de los visitantes. La investigación nos presenta el empleo de tecnologías modernas, para mejorar la experiencia en museos. Este estudio nos sirve a fin de analizar cómo las nuevas tecnologías haciendo uso de los principios y elementos gráficos del diseño experiencial pueden potenciar la atracción a los museos.

Zhunio (2015) realizó una tesis titulada "El diseño gráfico experiencial (environmental graphics), como alternativa para la difusión de contenidos culturales. Diseño de paneles interactivos para espacios públicos, sobre la historia, costumbres y tradiciones de la ciudad de Machala". El objetivo de la investigación fue utilizar el diseño gráfico experiencial para diseñar un sistema de paneles interactivos que puedan ser utilizados en espacios públicos en la ciudad de Machala. La muestra fueron de observación y encuestas a 20 personas, 10 de ellas personas con conocimiento de la ciudad de Machala y las otras 10 a niños de la zona donde luego se utilizó una investigación descriptiva transversal, ya que se analizó los elementos visuales de la cultura y también se analizó al público objetivo para emplear una propuesta más precisa. Como conclusiones, la investigación da énfasis a utilizar la observación del público como parte esencial para hallar al público de los espacios al crear las piezas. Además, enfoca que el uso de un sistema cromático coherente hace que el sistema de paneles utilizando el diseño gráfico experiencial sea más atrayente al público. El uso de la herramienta del trabajo de campo al visitar el lugar en donde se utilizara el diseño gráfico experiencial y el analizar al público objetivo dentro del espacio de investigación aporta al tipo de investigación que se quiere realizar basado con la recurrencia del público en los museos de arte.

2.3. Desarrollo de la Perspectiva Teórica

La investigación plantea dos variables de análisis, el Diseño Experiencial y la Atracción y Recurrencia en Museos de Arte, como elementos fundamentales en el desarrollo de nuestra perspectiva teórica, proporcionando un marco conceptual sólido para abordar la mejora de las experiencias museográficas.

2.3.1. Diseño Experiencial

En primer lugar, se explora el concepto de diseño experiencial, como la relación creada entre el ambiente que nos rodea y la comunicación que se transmite. Como menciona (Ibáñez, 2021) en la aplicación del diseño experiencial se recurre al uso de diversos elementos, narrativas visuales, tecnologías, procesos, entre otros, caracterizados por ser legibles, accesibles y orientables. Teniendo como premisa que un lugar fácil de recorrer genera satisfacción y mejora la experiencia del usuario, quien al tener una impresión positiva aumenta las probabilidades de retorno. En la conceptualización de la variable se han desglosado en siete conceptos fundamentales, con el propósito de comprender y destacar la relevancia del diseño gráfico en la creación de experiencias significativas.

2.3.1.1. Diseño interactivo

Cuando un diseño está pensado en la relación entre usuario y producto con el enfoque de permitir alcanzar el objetivo del producto de forma satisfactoria y funcional, nos referimos a diseño interactivo (Teo, Y. S.,2020). Este concepto busca la cercanía de los usuarios con los servicios y productos a los que está expuesto y usa. El diseño interactivo en la museología permite la participación de los visitantes, generando mayor atracción y relación con lo expuesto.

2.3.1.2. Experiencia de usuario

Relacionado con el componente anterior tenemos la experiencia de usuario que engloba mucho más allá del diseño interactivo, este concepto parte de un entendimiento del usuario para mejorar y garantizar que la experiencia con un producto/servicio sea mejor. Según (Albert, B. & Tullis, T., 2023) la experiencia de usuario estudia todo el proceso experiencial del usuario, desde sus emociones, actitudes, habilidad que aplica, siendo todos estos capaces de medirse para evaluar y mejorar un producto, experiencia o servicio.

2.3.1.3. Wayfinding

En espacios públicos y de esparcimiento como son los museos y sus exposiciones, el nivel de entendimiento del comportamiento de las personas conforme al espacio y su orientación juega un rol importante en el recorrido. (Palacios, E. & Pesántez, S., 2020) en su investigación reconocen al Wayfinding como un proceso, que hace uso los diversos componentes del espacio que rodea al usuario para lograr la orientación adecuada. Su función es activar, a nivel cognitivo, el reconocimiento de la mejor ruta en el espacio, asociando señales habituales para el usuario en su trayecto. A nivel museológico, el wayfinding permite a los visitantes comprender su entorno y poder desplazarse de manera fluida.

2.3.1.4. Experiencia de arte inmersiva

El arte inmersivo es una característica principal del diseño experiencial, al enfocarnos en la experiencia en un museo, la museología tradicional contempla la educación y cultura de estas instituciones, en la actualidad las experiencias que brinda un museo va más allá. Mediante la aplicación de nuevas prácticas que buscan hacer más atractivos los museos, un objetivo es brindar experiencias más profundas y participativas a los espectadores. Aquí donde el término se muestra como una propuesta de llevar el arte y envolver de ella a los visitantes, (Murao, M., 2019) menciona que esta busca generar conexión entre las personas y el arte, haciendo que se sientan parte de ella, para lo cual emplea nuevos recursos

tecnológicos como: Mapeo de proyección de video, sistema de sonido espacial, realidad aumentada (AR), realidad virtual (VR), otros.

2.3.1.5. Narrativa Digital

La narrativa se encuentra en todos nosotros, las experiencias forman historias y estas pueden contarse por un sinfín de medios. A nivel de difusión de herencia cultural, la narrativa tradicional o estática cada vez comunica menos, la tecnología, por otro lado, puede dar un giro presentando narrativas de manera más original y enganchar al público. (Kaleja, L., 2020), presenta a la narrativa como un elemento capaz de conectar con las personas, a nivel expositivo, siendo un componente clave para optar estrategias diversas de comunicación para atraer audiencias. Si bien los museos están incorporando poco a poco estos componentes a sus exposiciones, los elementos digitales han de brindar muchas más posibilidades.

2.3.1.6. Tipografía

(Oksala, T., et al, 2022) define a la tipografía como el diseño que hace más simple la comprensión y recepción de información, su aplicación en diversos medios contemplan retos e innovaciones que hacen de esta un elemento gráfico importante en el diseño experiencial.

2.3.1.7. Psicología del Color

Este elemento tiene mucha relevancia en campos como el diseño, dado que se le considera como un elemento básico de comunicación visual, los colores denotan diversas emociones y sentimientos, su aplicación viene de la mano de un estudio previo, en diversas ramas o carreras creativas se hace uso del color como parte de estrategias para potenciar el impacto que estas pueden generar. Según (Rolón, Picón, & Casalles, 2021) los colores son percibidos de maneras distintas, por lo cual durante el proceso de diseño se tiene un rol clave en la elección de colores. La psicología del color, por ello, nos ayuda a la hora de comprender y tomar decisiones en un proceso de diseño, al ser un elemento gráfico, su percepción en

conjunto complementa la experiencia total del usuario, ahí recae su importancia como un componente del diseño experiencial.

Las características y elementos mencionados del diseño experiencial son aplicable a contextos museográficos, con la finalidad de enriquecer la interacción entre el visitante y las colecciones expuestas. Por lo cual, en la presente investigación se evalúa la aplicación y percepción de dichos conceptos englobados a nivel del diseño experiencial y cómo contribuyen en la atracción y recurrencia de visitantes a los museos.

2.3.2 Atracción y recurrencia en Museos de Arte

Como variable dependiente de la investigación está la atracción y recurrencia de museos de Arte. Según (Andruchow & Dalponte, 2015) la composición de un museo se basa en cómo esta institución se relaciona con su público mediante distintas estrategias y medios de comunicación para reconocer cuáles son los recursos más vistosos y efectivos para la atracción de su público. Por ello, en diseño es importante reconocer y analizar cuáles son los aspectos más importantes dentro de un museo para que estos recursos visuales puedan ser efectivos dentro de la institución.

Es por ello que se presentan los siguientes componentes:

2.3.2.1. Usuarios

Este componente de estudio se relaciona con los tipos de usuarios que suelen visitar los museos. Según (Panozzo Zenere, 2020) se ha encontrado sectores de micro públicos dentro de los visitantes en museos que se derivan a la relación de un nicho específico. Esta investigación se centra en los visitantes dentro de la población de jóvenes estudiantes interesados por el arte moderno.

2.3.2.2. Recurrencia

Al hablar de recurrencia se refiere a la frecuencia en que el público visita o tiende a frecuentar un espacio público. (Dávila Ortega, 2019) explica que la recurrencia en los museos se basa en las necesidades que encuentren los usuarios a la hora de llegar al establecimiento para poder seguir frecuentando visitas en el futuro. Por ello es importante entender qué necesidades son las que el público presenta a la hora de visitar un museo.

2.3.2.3. Cultura

El siguiente término, tal como su nombre lo indica, son los temas culturales que se abarcan dentro de un museo. Para (Robles Gamazo, 2017) los museos deben permitirse expandir su patrimonio cultural tanto del lado presencial como el virtual, ofreciendo distintos tipos de exposiciones y actividades al público. Por ello es importante que los museos puedan exponer de manera eficiente la cultura artística que se ha estado trabajando dentro del país.

2.3.2.4. Museos

Los museos han ido evolucionando al pasar los años, por lo que nuevas tecnologías y acontecimientos han hecho de los museos lugares para recolectar y mantener dicha información. (García Fernández, 2015) enfoca este entendimiento y lo relaciona con la perspectiva de cambio que se le está dando a los museos para que sigan siendo vigentes en la sociedad actual. De esta manera se da entender que los museos necesitan cambiar constantemente para poder mejorar su perspectiva con el público

2.3.2.5. Arte Contemporáneo

Al hablar de arte contemporáneo se da entender sobre el arte del presente, dando hincapié a cómo se percibe en la sociedad actual. Para (Nuñez, 2015) explica que para el desarrollo del arte contemporáneo, es necesario contar con ambientes y espacios que influyan en la creatividad de distintos artistas y así poder crear nuevas comunidades. Por ello es

importante tener esta definición, ya que ayuda a definir el propósito de exposiciones de arte en la modernidad.

2.3.2.6. Salas de Exposición

Las salas de exposición son lugares en donde se presentan al público distintas manifestaciones culturales y artísticas. (Campos Rabadán, 2020) explica que las salas de exposición deben ser abiertas en donde el público pueda realizar su propio recorrido. Por ello es muy relevante el analizar qué tipo de espacios se están usando para presentar dichas exposiciones que van cambiando mediante pasa el tiempo.

Capítulo III: Metodología

En este capítulo se mostrará el diseño de estudio y las herramientas utilizadas para recopilar datos que se usarán para analizar el impacto del diseño experiencial en la atracción y recurrencia de visitantes al Museo de Arte contemporáneo (MAC)

3.1. Muestra, Unidad de Análisis y Muestreo

3.1.1 Muestra

En la presente investigación se ha diseñado una metodología de muestreo que abarca dos tipos de muestras. La primera se compone de 30 jóvenes de 18 a 30 años, estudiantes o egresados de carreras creativas, a los cuales se aplicó encuestas (Ver. Anexo 2) con el objetivo de conocer la percepción de los visitantes sobre la aplicación del diseño experiencial en las diversas exposiciones realizadas en Museo de Arte Contemporáneo, así mismo determinar la influencia del diseño experiencial en la retención de visitantes y motivación a volver a visitarlo. La segunda muestra, la conforman 3 exhibiciones, siendo estas las siguientes: “Historias de Papel 2. Los lenguajes de la abstracción en la colección sobre papel del MAC Lima”, “Color. El conocimiento de lo invisible” y la “Colección MAC Lima”, estas exposiciones se realizaron en el Museo de Arte contemporáneo (MAC) durante el año 2023 y fueron presentadas y/o exhibidas en simultáneo, el objetivo con el análisis visual de las exposiciones es el de determinar la implementación de elementos del diseño experiencial para poder identificar en que medida se aplican los principios posteriormente se relacionan los resultados de la observación de campo con las encuestas para identificar que impacto produce el diseño experiencial en las visitas al museo. Según (Mucha Hospinal et al., 2021) la muestra abarca desde la investigación elegida que se usará para demostrar la problemática dentro de un grupo de usuarios.

3.1.2 Descripción de la Unidad de Análisis

La muestra compuesta por jóvenes de 18 a 30 años se caracteriza por ser nativos digitales, se encuentran al día con las nuevas tendencias y tecnologías. Al ser jóvenes que se desempeñan dentro de áreas o carreras creativas, son personas altamente visuales que valoran la aplicación de buenos elementos del diseño en su entorno, aprecian el arte y constantemente buscan museos interesantes, que brindan experiencias únicas en ambientes atractivos, los cuales visitan y posteriormente comparten sus experiencias mediante redes sociales. La segunda muestra contempla su unidad de análisis en aquellas exposiciones realizadas dentro del Museo de Arte Contemporáneo (MAC), las cuales emplean elementos del diseño experiencial como piezas gráficas digitales e inmersivas en mayor o menor medida, lo cual se discute en los resultados.

3.1.1 Muestreo

Para la obtención de la muestra se aplica el muestreo no probabilístico por conveniencia, donde las muestras se seleccionan a conveniencia de la investigación, de la población total de jóvenes que visitan los museos en Lima, la investigación se limitará a personas que hayan visitado específicamente el Museo de Arte de Lima y entre ellos que sean personas con estudios de carreras creativas. Según (Otzen, T., Manterola, C., 2017), esta metodología de muestreo hace posible seleccionar e incorporar a la investigación una muestra a selección del investigador, esta selección es conveniente por el acceso que se tiene a la muestra.

3.2. Diseño de Investigación

Se desarrolla un estudio de caso, aplicar este tipo de investigación se debe al alcance que tiene, mediante el empleo de diversos procesos como la observación y análisis cuantitativo se puede evaluar de manera más específica el impacto del diseño experiencial en la atracción y recurrencia de visitantes.

(Panozzo, 2019) en su estudio de caso utilizó encuestas y una visita detallada a las salas de exposición de museos de arte argentinos, permitiéndole esta metodología, identificar el tipo de público que suelen frecuentar más el museo y a la vez ver su perspectiva de las exposiciones presentadas para luego poder construir nuevas mediaciones para futuras visitas a estos museos.

3.3. Operacionalización de Variables

Tabla 1

Operacionalización de la variable dependiente: Atracción y recurrencia en Museos de Arte

Variable	Definición conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición / opciones de respuesta
Atracción y recurrencia en Museos de Arte	Según (Andruchow & Dalponte, 2015) la composición de un museo se basa en cómo esta institución se relaciona con su público mediante distintas estrategias y medios de comunicación para reconocer cuáles son los recursos más vistosos y efectivos para la atracción de su público.	Se mide a través del análisis de las encuestas, evaluando la satisfacción de los estudiantes con el museo y sus exposiciones	Visitas al museo	- Recurrencia de visitas - Razón de la visita - Índice de satisfacción	Escala de Likert 1-5 para cuantificar estos aspectos Observación de campo. Ficha de análisis visual.
			Salas de Exposición	- Exhibición de las piezas - Innovación de las salas - Uso de espacios abiertos	
			Apreciación Cultural	- Aprendizaje - Conservación del Arte Contemporáneo	

Tabla 2

Operacionalización de la variable independiente: Diseño Experiencial

Variable	Definición conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición / opciones de respuesta
Diseño Experiencial	Según (Ibáñez 2021) se explora el concepto de diseño gráfico experiencial, como la relación creada entre el ambiente que nos rodea y la comunicación que se transmite.	Se mide a través del análisis de las encuestas, así mismo mediante observación de campo se evalúa la aplicación in situ de los principios de diseño experiencial	Interactividad	- Participación de visitantes	Escala de Likert 1-5 para cuantificar estos aspectos. Observación de campo. Ficha de análisis visual. Opción simple
			Atractivo visual	- Coherencia visual - Diseño innovador - Correcto empleo de elementos gráficos.	
			Narrativa Experiencial	- Mensajes claros	
			Innovación	- Uso de nuevas tecnologías - Generación de tendencias - Elementos novedosos	

3.4. Consentimiento Informado

Se informó a los participantes del estudio sobre el tema y objetivo de investigación, así mismo se pidió su consentimiento para la participación en la encuesta relacionada con su opinión y experiencia como visitante de las exposiciones del Museo de Arte Contemporáneo (MAC), dejando claro que sus datos brindados serán tratados de manera confidencias. Para

ello se empleó el formato de Consentimiento informado a fin de garantizar la protección de los participantes y mostrar transparencia y ética en la investigación. (Ver Anexo 1)

3.5. Procedimiento para Recolectar y Analizar los Datos

Esta investigación hace uso de las encuestas y observación de campo como instrumento de medición para recopilar información. Las encuestas se componen de 20 preguntas estructuradas y medidas según la escala Likert, opción simple. (Ver Anexo 2), siendo aplicadas a jóvenes de 18 a 30 años que han visitado anteriormente el museo de arte contemporáneo, se diseñó un instrumento de medición compuesto por encuestas para cubrir la investigación, el cual fue validado por expertos del área de diseño gráfico experiencial (Ver Anexo 4).

Las encuestas realizadas tienen como objetivo conocer las opiniones y experiencias de los jóvenes con respecto a sus visitas a las exposiciones del Museo de Arte Contemporáneo (MAC) a manera de determinar cómo la aplicación del diseño experiencial ha estado ligado con el interés en visitar o regresar al museo. En relación con los objetivos de la investigación, la aplicación de encuestas permite recaudar data cuantitativa para el posterior análisis de las variables de estudio, evaluando el impacto, percepciones e identificando mejoras aplicables a solucionar la problemática del estudio.

Por otro lado, para medir la aplicación de elementos de la gráfica experiencial y analizar su incorporación en las exposiciones del MAC, se realizó una observación de campo a 3 exposiciones del museo, las cuales son: “Historias de papel 2. Los lenguajes de la abstracción en la colección sobre papel del MAC Lima”, “Color. El conocimiento de lo invisible” y la “Colección MAC Lima”. Se llevó a cabo un análisis visual detallado de las exposiciones, para ello se elaboró una ficha de análisis visual (Ver. Anexo 3), la cual contempla los componentes y elementos del diseño experiencial, la observación permitirá

evaluar el nivel de implementación actual del diseño experiencial usando la escala de likert en las exposiciones del MAC, así como comprender el impacto que genera los elementos gráficos experienciales en dichas exposiciones.

Teniendo en consideración que ambos instrumentos de medición se complementan para un mejor entendimiento de la relación entre los elementos visuales experienciales que aplica el MAC en sus distintas exposiciones y la experiencia de los visitantes, su análisis toma en cuenta los siguientes criterios, análisis de tendencias en las percepciones de los visitantes, frecuencia de respuestas en las encuestas, así como el análisis visual, identificando los elementos claves que pueden generar impacto en la atracción y recurrencia de visitantes al Museo de Arte Contemporáneo (MAC).

Capítulo IV: Resultados

El siguiente capítulo mostrará los resultados de la investigación, al igual que el estudio y retroalimentación de ellos.

4.1. Análisis de Resultados

A continuación se presentan los resultados obtenidos mediante la aplicación de encuestas a jóvenes que han visitado el Museo de Arte Contemporáneo.

Figura 2

Resultados de la Pregunta: ¿Qué edad tienes?

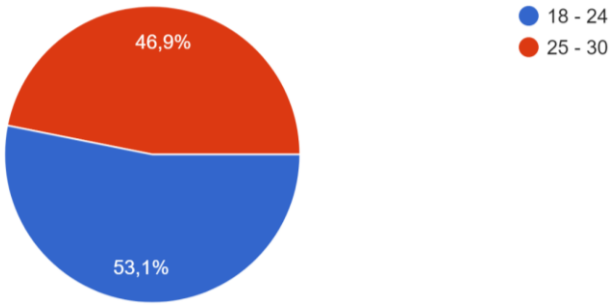
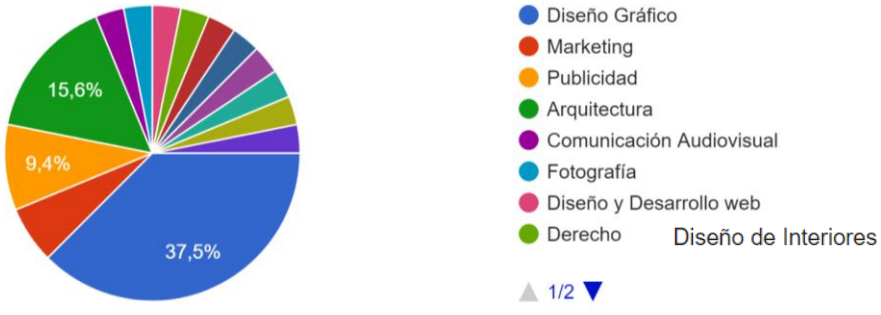


Figura 3

Resultados de la Pregunta: ¿Qué carrera creativa estudias?



Se observa en la Figura 2 y Figura 3, los perfiles encuestados cumplen con la muestra planteada en la metodología de investigación. Validando el perfil demográfico de los encuestados a jóvenes de 18 a 30 años y estudiantes o egresados de carreras creativas.

Figura 4

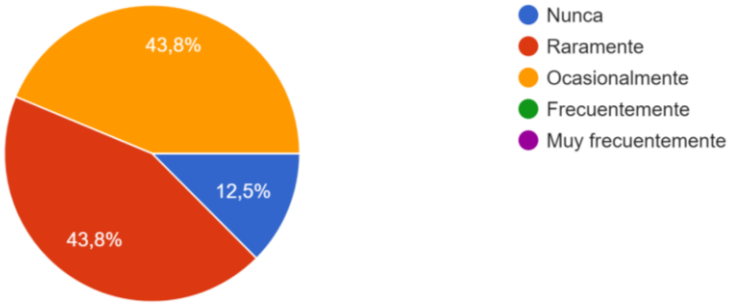
Resultados de la Pregunta: ¿Cómo te enteraste de las exposiciones del MAC?



En la Figura 4 se observa que la mayoría de jóvenes se enteraron de las exposiciones mediante las redes sociales, además se observa que la página web es el medio que genera menor interacción con los encuestados con un 0%.

Figura 5

Resultados de la Pregunta: ¿Con qué frecuencia visitas el MAC?



En la Figura 5 se puede apreciar que hay un empate del 43,8% de los encuestados que visitan raramente y ocasionalmente el museo MAC.

Figura 6

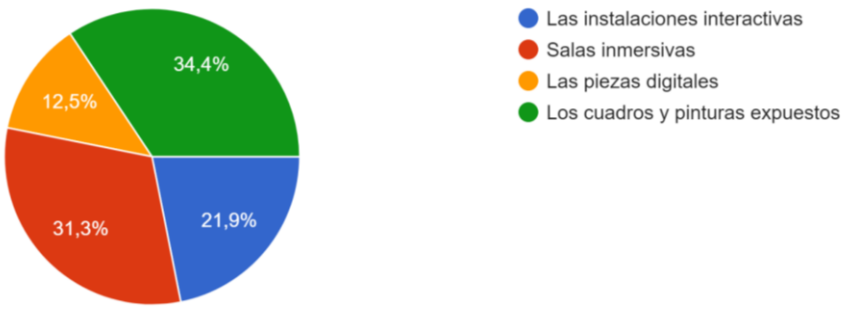
Resultados de la Pregunta: De las exposiciones visitadas, ¿cuál te pareció más atractiva visualmente?



Como resultado de la encuesta, se puede visualizar en la Figura 6 que el 71,9% de los encuestados consideras a *"Color. El conocimiento de lo invisible"* como la exposición actual más atractiva visualmente del Museo.

Figura 7

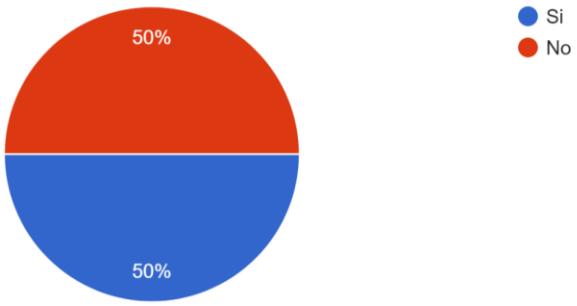
Resultados de la Pregunta: ¿Qué elementos visuales de la exposición que eligió le gustó más a la hora de recorrerla?



En la Figura 7 se puede observar que el 34,4% de los encuestados anunció que los cuadros y pinturas expuestos fueron los elementos visuales que más les gusto, siendo las salas inmersivas con un 31,3% otro elemento visual importante dentro de las exposiciones.

Figura 8

Resultados de la Pregunta: El diseño experiencial es un enfoque creativo que busca diseñar productos, servicios o entornos con el objetivo de proporcionar experiencias memorables y significativas a los usuarios. Se centra en la conexión emocional, la interacción y la inmersión para generar sensaciones y recuerdos positivos ¿Conocías este concepto?



Posterior a presentar la definición del diseño experiencial se observa en la Figura 8 que el 50% de los encuestados tienen conocimientos previos de dicho concepto.

Figura 9

Resultados de la pregunta: Indica el nivel de coherencia visual y narrativa del diseño experiencial en las exposiciones del MAC.

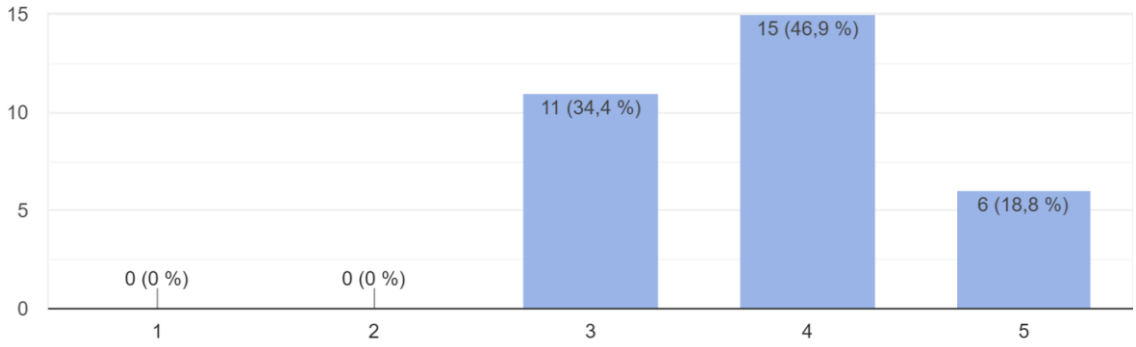
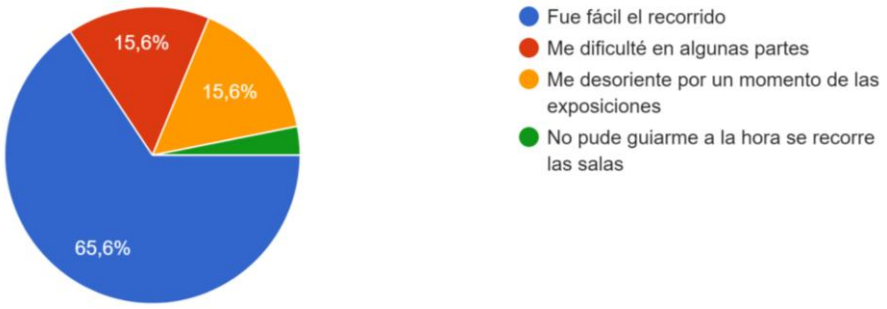


Figura 10

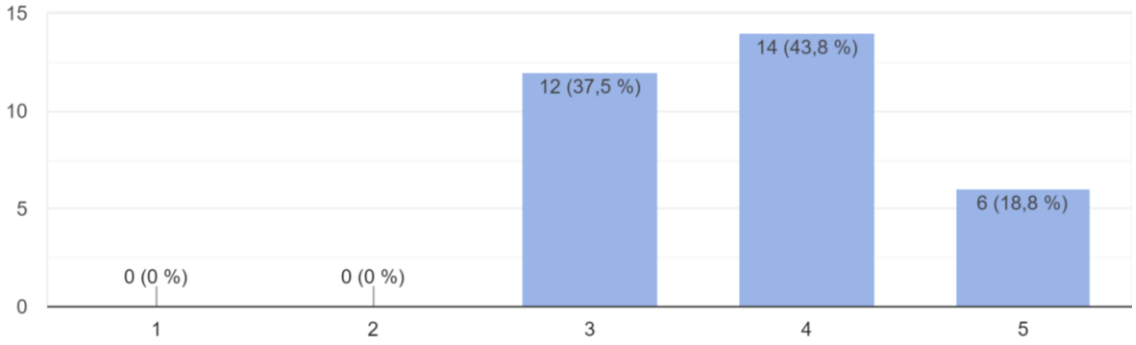
Resultados de la Pregunta: ¿Qué tan fácil le resultó recorrer las salas?



Se puede visualizar en la Figura 9, que el 46.9% de los encuestados considera que el nivel de coherencia visual y narrativa de las exposiciones viene a ser de 4, teniendo en consideración que 1 es la puntuación más baja cuando no existe coherencia visual ni narrativa y 5 la puntuación más alta. Así mismo, posterior a ello, vemos que en su mayoría a los jóvenes les resulto fácil el recorrido por las salas con un resultado mostrado en la Figura 10 de 65.6%, por el contrario, un 2.9% respondieron que no pudo guiarse por las exhibiciones.

Figura 11

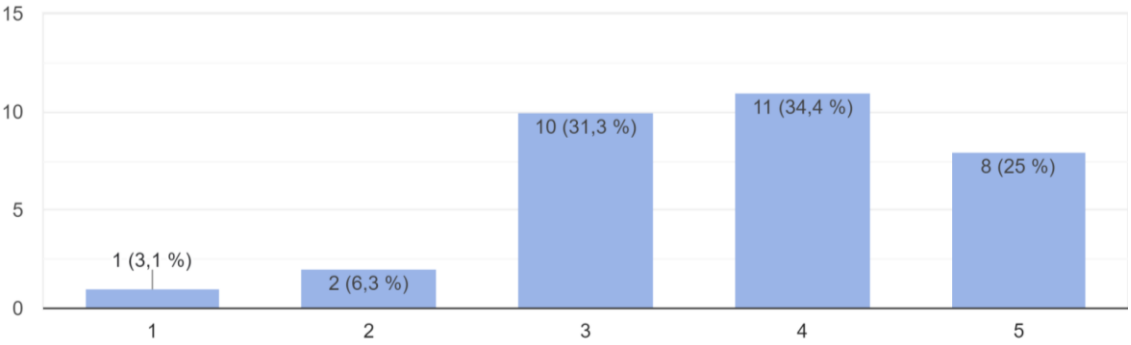
Resultados de la Pregunta: ¿Qué tan claro le resulta el mensaje transmitido a través del diseño en las exposiciones del museo?



En la Figura 11, se observa que el mensaje que las exposiciones y el museo busca transmitir a sus visitantes es recibido de forma clara, con un 43.8% que considera que el mensaje es claro.

Figura 12

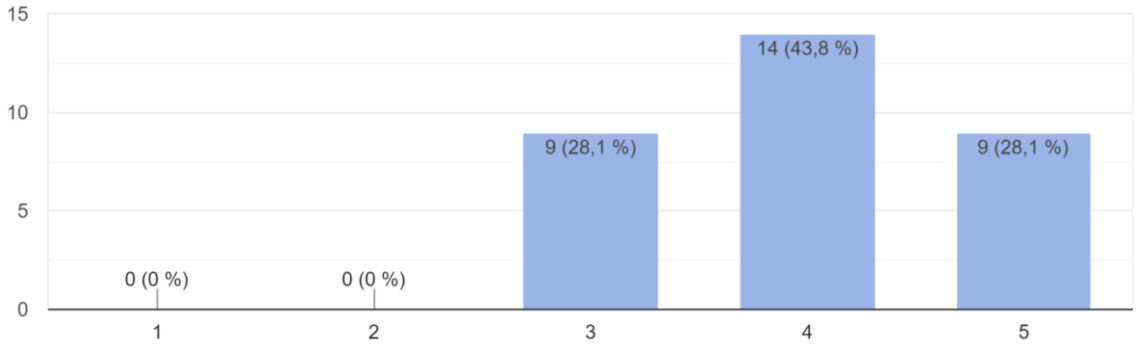
Resultados de la Pregunta: ¿Qué tan innovador considera que son las exposiciones presentadas en el MAC?



En la figura 12 se puede determinar una vez más utilizando la escala del 1-5 que el 34,4% de los encuestados con una puntuación 4 de 5 consideran innovadoras las exposiciones presentadas en el MAC.

Figura 13

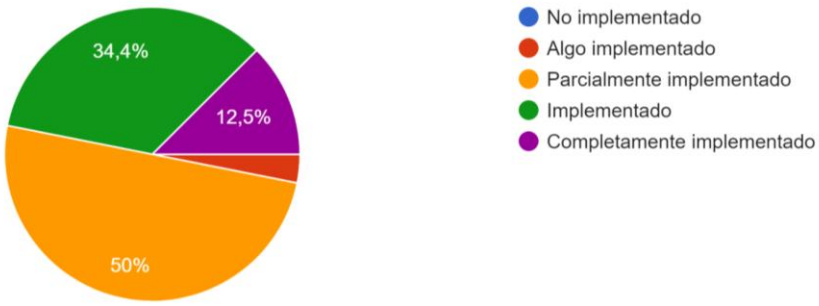
Resultados de la Pregunta: ¿Qué tan atractivos considera los elementos interactivos del diseño experiencial en las exposiciones del museo?



Se determina en la Figura 13 una vez más utilizando la escala del 1-5 que los encuestados, con un 43,8% de una puntuación de 4 de 5 que considera atractivos los elementos interactivos del diseño experiencial presentados en las exposiciones del museo.

Figura 14

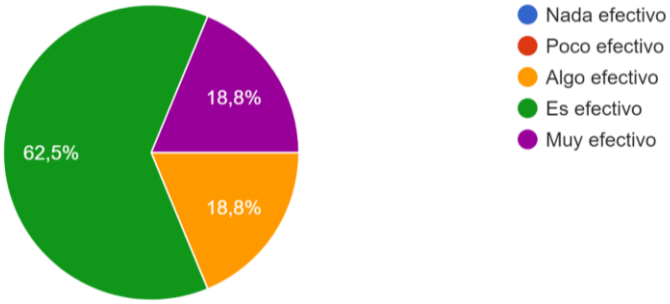
Resultados de la Pregunta: Tomando en cuenta que el diseño experiencial se caracteriza por el uso de elementos interactivos, inmersión, originalidad para ofrecer experiencias originales, ¿considera que el MAC ha implementado el diseño experiencial en todas sus exposiciones?



Como resultado de la Figura 14, se puede evidenciar que el 50% de los encuestados, consideran que el diseño experiencial ha sido implementado parcialmente por parte del MAC.

Figura 15

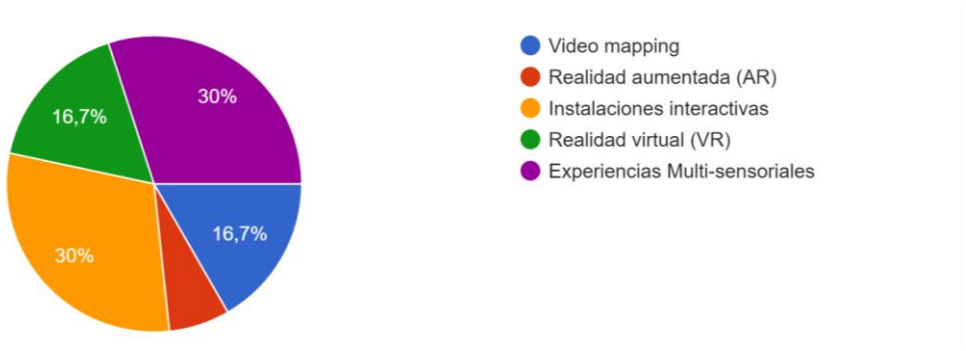
Resultados de la Pregunta: ¿Qué tan efectivo considera que es el diseño experiencial para atraer su atención durante su visita al museo?



En la Figura 15 se puede observar que el 62,5% de los encuestados considera que el diseño experiencial es efectivo para su atención durante su visita al museo.

Figura 16

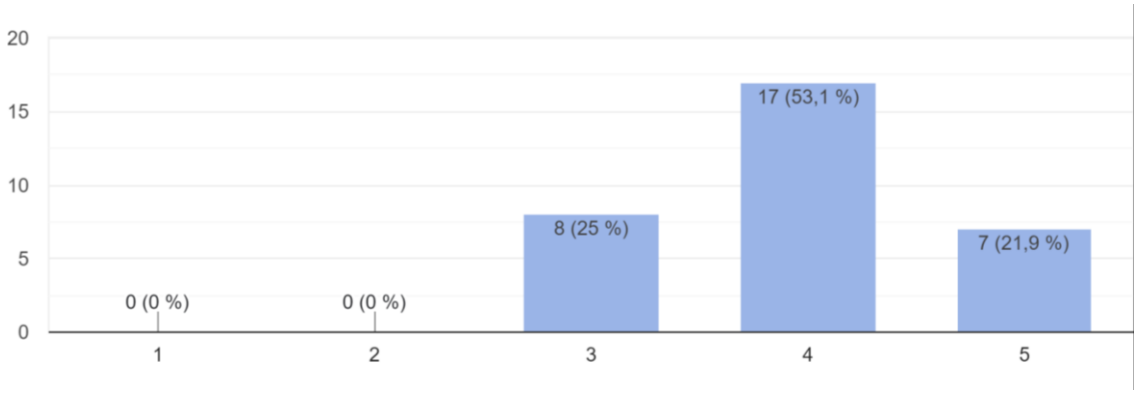
Resultados de la Pregunta: ¿Qué elementos gráficos le gustaría ver incorporados o mejorados en futuras exposiciones del museo?



Los resultados obtenidos en la Figura 16, muestra que los jóvenes esperan ver instalaciones inmersivas y experiencias multisensoriales incorporadas en las exposiciones, ambas con un resultado del 30%, seguido del video mapping y realidad virtual con 16.7% ambas.

Figura 17

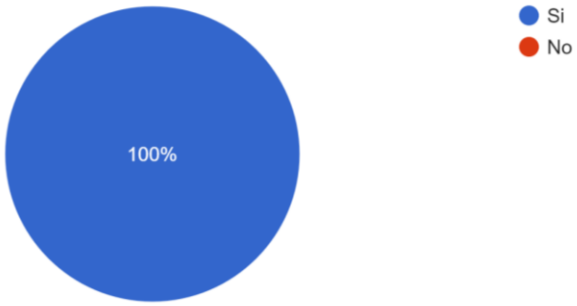
Resultados de la Pregunta: Indica tu nivel de satisfacción en el Museo de Arte Contemporáneo (MAC)



En la Figura 17 se observa que del 100% de jóvenes encuestados, un 53.1% se sintieron satisfechos en su visita al Museo de Arte Contemporáneo, un 25% algo satisfecho y un 21.9% muy satisfecho.

Figura 18

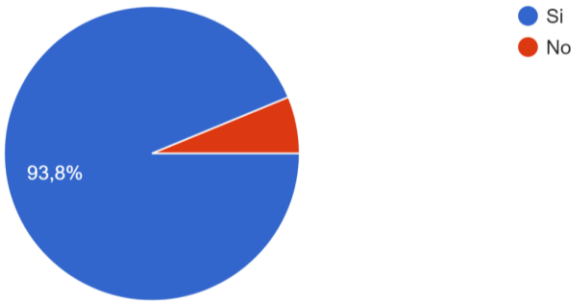
Resultados de la Pregunta: ¿Volvería a visitar el MAC?



Se tiene como resultado que el 100% de los encuestados tienen la predisposición de volver a visitar el Museo de Arte Contemporáneo MAC según la Figura 18.

Figura 19

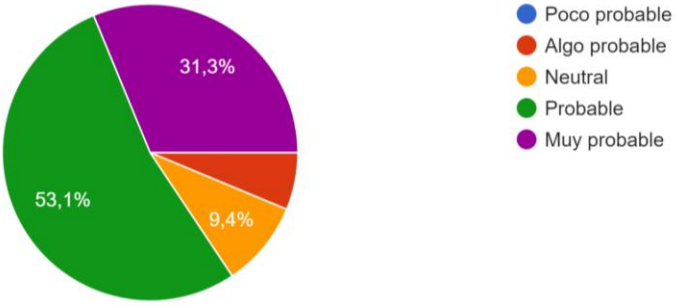
Resultados de la Pregunta: ¿Considera que la aplicación actual del diseño experiencial ha influido en su deseo de volver al museo?



En la Figura 19 se observa que para los encuestados con un 93,8% si consideran que el diseño experiencial ha influido en su deseo de regresar a visitar el museo

Figura 20

Resultados de la Pregunta: ¿Qué tan probable es que recomiende visitar el Museo de Arte Contemporáneo?



Se observa que en la Figura 20 un 53,1% de los encuestados lo consideran que es probable que recomienden a otros visitar el museo luego de su última visita.

Tabla 3

Tabla de Análisis visual

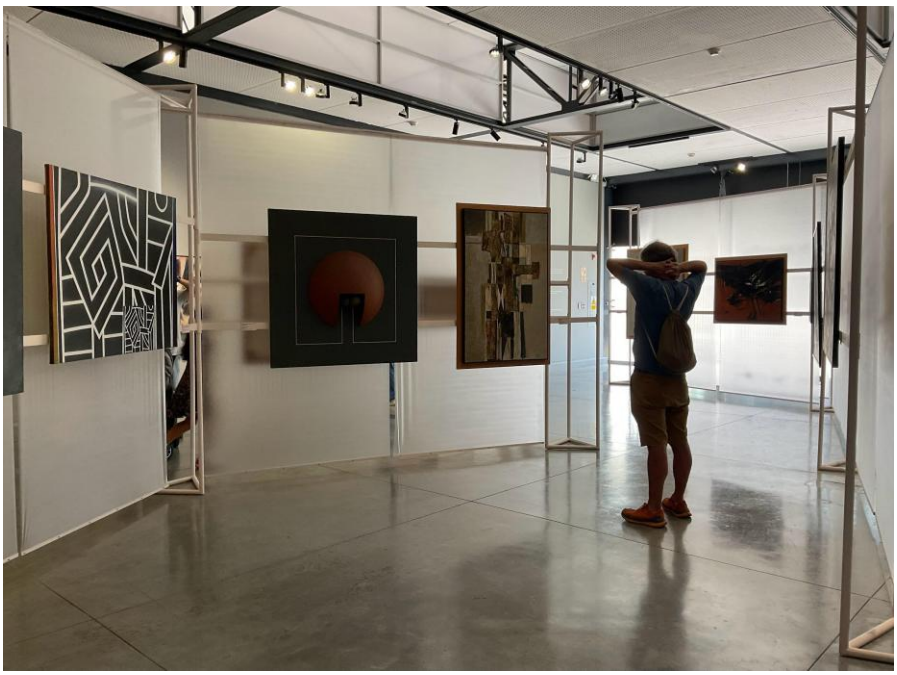
Criterios a evaluar	Exposición 1	Exposición 2	Exposición 3
Piezas gráficas			
- Claridad en la presentación	3	3	4
- Presencia de elementos atractivos.	1	1	4
- Originalidad en la presentación.	2	3	4
- Coherencia visual (colores, tipografías, iluminación, etc.)	3	3	5
Interactividad			
- Presencia de elementos interactivos.	1	1	4
- Elementos integrados al tema.	3	3	4
- Accesibilidad y fácil uso.	1	2	3
Innovación			
- Integración de elementos digitales/multimedia.	1	1	4
- Presencia de nuevas tecnologías	1	1	3
- Generación de impacto y atracción.	1	1	4
Mensaje y Storytelling			
- El mensaje es claro de entender	3	3	4
- La presentación conecta con los visitantes	2	3	5
- Existe un flujo narrativo	3	3	3
Total	25	28	49

En la Tabla 3, se observan los resultados del análisis visual a las exposiciones del Museo de Arte Contemporáneo. La exposición en la Sala 1, titulada "Historias de Papel 2: Los lenguajes de la abstracción en la colección sobre papel del MAC Lima", tiene como objetivo presentar diversos lenguajes de abstracción a través de obras realizadas en papel durante las décadas del cincuenta y sesenta. Se utilizaron elementos gráficos como un panel modular para separar la exposición, bloques de colores, elementos de interacción con material educativo. Según los criterios evaluados tenemos como resultado que a nivel de gráfica,

interactividad, innovación y narrativa, la exposición no emplea muchos elementos gráficos que generen atracción visual y permita que los usuarios se sientan inmersos. Si bien se observa que existe un módulo interactivo, este no es accesible para todos los visitantes, dado que ha sido diseñado para eventos educativos específicos. A nivel de innovación no se encuentra aplicación de nuevas tendencias museológicas, en general la exposición presenta las piezas artísticas de manera tradicional.

Figura 21

Exposición: Colección MAC Lima



En la Sala 2, dedicada a la "Colección MAC Lima", el objetivo era destacar la importancia artística de piezas desde 1940 que forman parte de la galería permanente. Las piezas gráficas empleadas fueron igual de claras en la transmisión del mensaje a la primera exposición. Por otro lado, como se observa en la Figura 21, se empleó el espacio central de la sala para crear un layout en forma de pasaje, lo cual generó un recorrido más fluido, además que creaba la sensación de inmersión a los visitantes, quienes se encontraban rodeados de arte por ambos lados. El nivel de innovación e interactividad empleado fue bajo, dado que no presentaba elementos interactivos que contribuyeran a la exposición. Por el lado de narrativa,

se observa que las obras mismas generan un buen entendimiento de la temática y la diversidad que se busca reflejar, apoyándose así en menor medida a los recursos gráficos.

La Sala 3, enfocada en "Color: El Conocimiento de lo invisible", exploraba cómo el color ha sido un fenómeno en distintos aspectos. Esta exposición emplea más elementos gráficos, estos elementos son presentados de manera clara y original.

Figura 22

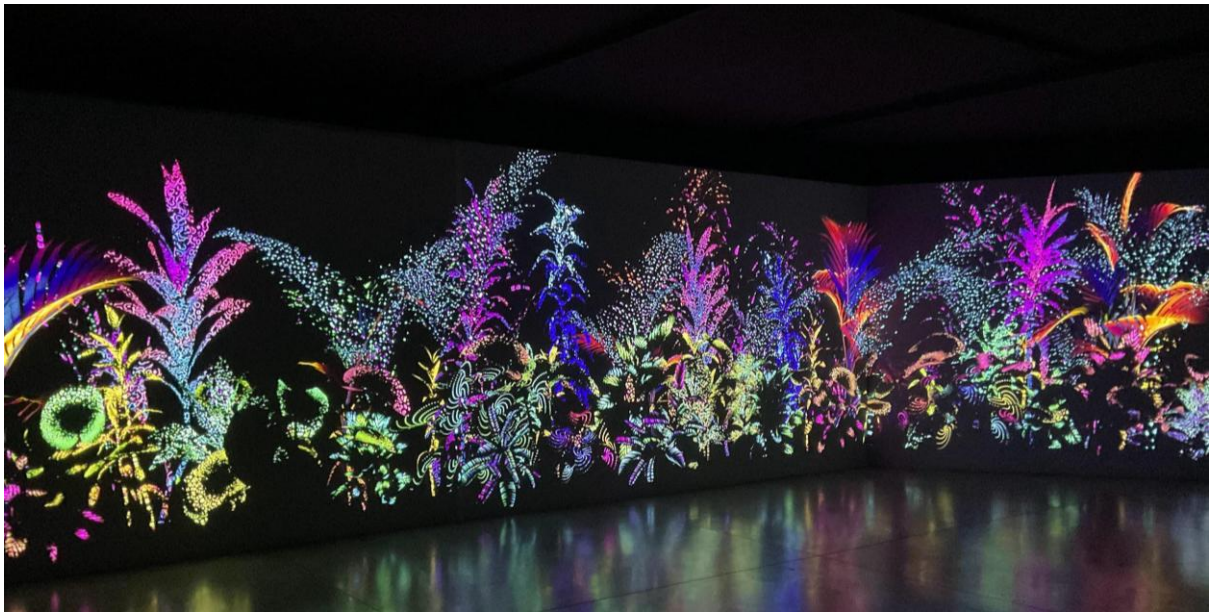
Exposición Color, panel de presentación de la exposición



A nivel gráfico, la exposición recibe a los visitantes con un panel tipográfico para la presentación del título de la exposición, la cual emplea el color como enfoque y resalte, además que se observa mayor coherencia visual, teniendo el texto de apoyo sin color base, generando esa sensación de realce al concepto de invisible. Por el lado de interactividad e innovación, la exposición hace uso de varios espacios inmersivos y de interacción visual, emplea elementos audiovisuales y los presenta de manera original, manteniendo la coherencia con el tema.

Figura 23

Exposición Color: Proyección audiovisual "Tetrachromia (2019)"



Como se observa en la Figura 23, la exposición presenta elementos innovadores como es la proyección audiovisual proyectada a lo largo de todo un espacio, esto genera la sensación de inmersión en los visitantes, además que según el concepto de diseño experiencial mejora la experiencia de los visitantes. Los resultados de narrativa y storytelling muestran una relación fluida entre los elementos gráficos y el mensaje de la exposición, al emplear paneles explicativos por cada sección, se guiaba a los visitantes de manera ordenada. Se puede mejorar el desplazamiento al inicio del recorrido, dado que se observó en algún caso que el visitante no se orientó por donde empezar a recorrer la exposición.

4.2. Discusión de Resultados

Los resultados de la encuesta revelaron una percepción positiva por parte de los visitantes hacia la aplicación del diseño experiencial en las exposiciones del Museo de Arte Contemporáneo (MAC). La mayoría de los participantes (43.8%) expresaron atracción hacia la gráfica experiencial, lo cual respalda la eficacia de la implementación hasta el momento. Además, un porcentaje significativo (31.3%) destacó el valor de las salas inmersivas como elemento que más les entretuvo durante su visita.

Sin embargo, es esencial considerar las áreas de oportunidad identificadas. Aunque el 50% de los encuestados pudo reconocer el concepto de diseño experiencial, existe una necesidad de aumentar la conciencia y comprensión de este enfoque entre el público. Esto sugiere que la comunicación sobre el diseño experiencial puede mejorarse a fin de que existe una mayor y mejor percepción de este concepto por parte de una población mayor.

La ficha de análisis visual proporcionó una evaluación detallada de la implementación del diseño experiencial en las exposiciones del MAC. Se obtuvo una mejor evaluación para la exposición Color, la cual mediante la evaluación final podemos concluir que emplea en mayor medida los principios del diseño experiencial, generando experiencias más atractivas e inmersivas, a esta conclusión se llega validando con los resultados de las encuestas en donde un 71.9% de los jóvenes afirmaron que "Color: el conocimiento de lo invisible" fue la exposición que les pareció más atractiva, este hallazgo sugiere que dicha exposición podría considerarse un referente para mejorar la aplicación del diseño experiencial en las demás salas del museo.

La investigación de Carpio Martínez & Durán Cabrera (2022) refuerza la idea de que la adaptación del diseño gráfico experiencial depende del tipo de exposición. Por lo tanto, la implementación debería ser personalizada para cada contexto, considerando la naturaleza de las obras expuestas.

Tanto la encuesta como la ficha de análisis visual señalaron áreas específicas que podrían mejorarse en la aplicación del diseño experiencial. La baja interactividad de elementos como los códigos QR y las pantallas multimedia indica una oportunidad para incorporar tecnologías más inmersivas y participativas. La investigación de Zhunio (2015) respalda la importancia de la interactividad para mejorar la experiencia del visitante en las exposiciones.

Referente al vínculo que existe entre la aplicación del diseño experiencial y la atracción y recurrencia de visitantes, se obtuvieron en las encuestas que del 100% de jóvenes que volverían al museo un 93.8% considera que atractivo e innovación de este concepto y su aplicación en las exposiciones del MAC es uno de los motivos que desencadenan sus ganar de volver. Por otro lado, se observa una demanda dentro de los jóvenes por ver la aplicación futura de nuevas propuestas que enriquezcan las experiencias en las visitas al museo, dentro del contexto museístico moderno, los jóvenes esperan implementación de más salas inmersivas y experiencias multisensoriales. Esto está alineado con la sugerencia de Martí (2018) de entender la gráfica experiencial para proponer nuevas implementaciones que mejoren las experiencias de los visitantes a largo plazo.

En resumen, los resultados sugieren una base positiva de percepción del diseño experiencial en el MAC, la cual impacta en las ganas de visitar el museo de los jóvenes, vemos que la aplicación de elementos de la gráfica experiencial supone una mayor atracción a nuevos visitantes. Según los resultados obtenidos, la aplicación actual del Museo de Arte Contemporáneo con respecto al diseño experiencial es parcial, por lo que también los resultados señalan áreas específicas de mejora que pueden ser abordadas para optimizar la atracción y recurrencia de visitantes. La adaptación personalizada de la gráfica experiencial y la integración de tecnologías más interactivas podrían ser clave para elevar la experiencia del visitante en el museo.

4.3. Recomendaciones

Al evaluar la percepción de los visitantes sobre la actual aplicación del diseño experiencial dentro de las exposiciones en el Museo de Arte Contemporáneo, se puedo tener

una visión más amplia del impacto del diseño experiencial en la atracción y recurrencia de visitantes a los museos, lo cual es un factor positivo que puede lograr a futuro mejorar los índices de visitas a los museos, por ello para la continuidad de la investigación sé recomienda lo siguiente:

Primero se recomienda el uso de entrevistas tanto a los visitantes del museo como también a algunos expertos en el área de museología para poder llegar a un análisis cualitativo sobre la gráfica ambiental. Según Cevallos (2022) es importante analizar las experiencias del público por medio de opiniones de expertos que ya han tenido un mayor acercamiento a ellos. Igualmente, es importante el trabajo de campo al poder analizar de una manera más personal el punto de vista del público que visita estos espacios privados.

Por otro lado, se recomienda el expandir la muestra de estudio, una muestra más amplia permite analizar diversos perfiles de usuarios e identificar sus necesidades, de esta forma se puede obtener una perspectiva que puede diferir de los resultados de este estudio. En el trabajo que realizó Zhunio (2015) se realizó el análisis tomando como muestra 2 públicos distintos, siendo uno un público adulto y otro más juvenil, de esta forma se obtuvieron distintos puntos de vista con respecto al entendimiento cultural del área que se quiso analizar y proponer un estilo de gráfica experiencial hacia el visitante

Conforme a los resultados de investigación en relación con la actualidad de las exposiciones del MAC y relacionándolo con el punto de vista obtenido por los usuarios, se recomienda el refuerzo de la comunicación empleando elementos gráficos, experienciales, como paneles gráficos, mejorar los paneles interactivos y personalizar la aplicación del diseño experiencial en función al concepto de cada exposición, esto generara un mayor atractivo visual y aumentara la conexión con el público.

Con una mirada al futuro se recomienda introducir nuevas experiencias inmersivas como proyecciones interactivas, y nuevas tendencias de museografía como las experiencias

multisensoriales con el enfoque de enriquecer la experiencia de los visitantes. Es recomendable que se logre innovar de manera pareja, es decir, manteniendo un estándar con enfoque experiencial del mismo nivel en todas la exposición del Museo de Arte Contemporáneo.

Para finalizar se recomienda, la difusión y monitoreo constante de las prácticas experienciales en el MAC como en la comunidad museística para un despliegue de estas prácticas en diversos museos. En vista de la problemática de poca visita a los museos, la implementación de diseño experiencial va demostrando que puede lograr mejorar y aumentar las visitas en los museos.

Referencias

Alayza, P. P. (2023). El MAC refresca su propuesta. *Forbes Peru*, *1*(1), 1. https://forbes.pe/brand-voice/2023-08-21/el-mac-refresca-su-propuesta

Albert, B., & Tullis, T. (2022). *Measuring the User Experience: Collecting, Analyzing, and Presenting UX Metrics* (Tercera ed.). Elsevier Science. https://www.google.com.pe/books/edition/_/L5xBEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1

Alvarado Peña, E. (2018). *Hacia un museo sostenible: oferta y demanda de los museos y centros expositivos de Lima. Perú. Ministerio de la Producción. Programa Nacional para la Competitividad y Productividad.* https://repositorio.usil.edu.pe/entities/publication/b19194f2-2c74-410d-85a9-6b606e1b1b04

Andruchow, M., & Dalponte, S. (2015, Septiembre). *Herramientas y estrategias metodológicas en el relevamiento y análisis de museos* [Objeto de conferencia para la X Jornadas Nacionales de Investigación en Arte en Argentina y América Latina (La Plata, 2015)]. La Plata, Argentina. https://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/60394

Campos Rabadán, M. (2020). La propuesta audiovisual y el discurso del Museo de la Memoria y los Derechos Humanos de Santiago de Chile. *Fotocinema. Revista científica de cine y fotografía*, (20), 291–315. Fotocinema. Revista Científica de Cine y Fotografía. https://www.revistas.uma.es/index.php/fotocinema/article/view/7605

Carpio Martínez, M. P., & Durán Cabrera, M. P. (2022). *Diseño de un sistema gráfico y su aplicación en un producto experiencial en el espacio construido para concientizar sobre la trata de personas* [Trabajo de graduación previo a la obtención del título de Licenciada en Diseño Gráfico]. Dspace de la Universidad del Azuay Repositorio Institucional. https://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/12047

Cevallos Córdova, N. A. (2022, Julio 8). *UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS APLICADAS FACULTAD DE DISEÑO PROGRAMA ACADÉMICO DE DISEÑO*

PROFESIONAL GRÁFICO TRABAJO DE INV. Repositorio Academico UPC. https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/661054/Cevallos_CN.pdf?sequence=3&isAllowed=y

Dávila Ortega, D. (2019). *Factores que limitan la visita a los museos en la Red 1. UGEL 3, Lima, 2018* [Tesis para obtener el grado académico de: Magíster Maestra en Educación]. Repositorio de la Universidad César Vallejo. https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/113775

Dixon, P. (2019). *Wall & Window Graphics*. Sign Artist. Retrieved December 19, 2023, from https://signartistusa.com/experiential-wall-graphics/

García Fernández, I. M. (2015, Noviembre). El papel de los museos en la sociedad actual: discurso institucional o museo participativo. *Complutum*, *26*. https://www.researchgate.net/profile/Isabel-Garcia-Fernandez-2/publication/283562542_El_papel_de_los_museos_en_la_sociedad_actual_discurso_institucional_o_museo_participativo/links/565465ed08aeafc2aabbca69/El-papel-de-los-museos-en-la-sociedad-actual-discu

Guzmán Vera, M. A., & Ochoa Ochoa, W. M. (2022). *Diseño gráfico experiencial de una exposición interactiva como método alternativo de aprendizaje sobre la cultura cañari* [Proyecto de Graduación Previo a la Obtención del Título de Diseñador Gráfico]. Dspace de la Universidad del Azuay Repositorio Institucional. https://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/12064

Ibáñez, G. P. (2021). *Diseño gráfico experiencial y sistemas de orientación espacial. Aprendizaje basado en proyectos desde el Design thinking*. Zaloamati. http://zaloamati.azc.uam.mx/handle/11191/7972

Kaleja, L. (2020, May 28). *Linking archive materials through interactive storytelling for innovative spatial exhibition design in cultural heritage*. Aalborg University Copenhagen. https://projekter.aau.dk/projekter/files/334481543/Master_Thesis_Laine_Kaleja.pdf

Martínez Gil, T. (2020, Julio 27). Caminando hacia la construcción de una museología inclusiva: percepción del público juvenil sobre inclusión cultural en espacios museísticos. *Investigación en la Escuela. Revista de Investigación e Innovación Educativa*, *8*(101), 96-108. Retrieved Diciembre 19, 2023, from https://institucional.us.es/revistas/Investigacion/101/R101_8.pdf

Martí Testón, A. (2018). *Hacia una museografía 4.0. Diseño de experiencias inmersivas con dispositivos de realidad aumentada*. RiuNet. Retrieved January 8, 2024, from https://doi.org/10.4995/Thesis/10251/107375

Mucha Hospinal, L. F., Mejía, R. C., Oseda Lazo, M. E., & Alania Contreras, R. D. (2021, Enero 8). Evaluación de procedimientos empleados para determinar la población y muestra en trabajos de investigación de posgrado. *Desafios*, *12*(1), 50–57. Revistas UDH. http://revistas.udh.edu.pe/index.php/udh/article/view/253e

Murao, M. (2019). *Designing Immersive Art Experience - an exploration of visuals and sounds -*. DSpace@MIT. https://dspace.mit.edu/handle/1721.1/144964

Nuñez, A. J. (2015, Enero). *Centro de producción y difusión de arte contemporáneo* [Tesis Para optar por el Título Profesional de Arquitecto]. Repositorio Académico UPC. https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/614080

Oksala, T., Orel, T., Mutanen, A., Friman, M., Lamberg, J., & Hintsa, M. (.). (2022, Abril). *Craft, Technology and Design*. DiVA portal. Retrieved December 29, 2023, from https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:1654630/FULLTEXT01.pdf#page=118

Otzen, T., & Manterola, C. (2017). *Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio*. SciELO Chile. https://scielo.conicyt.cl/pdf/ijmorphol/v35n1/art37.pdf

Palacios Tenorio, E., & Pesántez Rosales, S. (2020, July 8). *Los principios del wayfinding como herramienta del diseño interior para la intervención de estaciones de transporte terrestre*. Dspace de la Universidad del Azuay. https://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/9915/1/15545.pdf

Panozzo Zenere, A. G. (2020, Junio 10). Quiénes son los visitantes de los museos de arte. Particularidades de los públicos del fin de semana en el Museo de Arte de Tigre (Argentina. *Anais do Museu Paulista: História e Cultura Material*, *28*, 1-24. https://www.scielo.br/j/anaismp/a/fwH5hPPkfJNQM9cHKGNRXkd/?format=pdf&lang=es

Panozzo Zenere, G. (2019). Los visitantes en los museos de arte argentinos: consideraciones a partir de los estudios de visitantes/públicos. *Calle14: revista de investigación en el campo del arte*, *14*(25), 82-93. https://www.redalyc.org/journal/2790/279063839004/279063839004.pdf

Robles Gamazo, A. M. (2017). La importancia del museo en la educación. Un binomio en continua evolución. *Educación y futuro : revista de investigación aplicada y experiencias educativas*, (36), 127-150. https://redined.educacion.gob.es/xmlui/handle/11162/155464

Rólon Rodríguez, B., Picón Angarita, H., & Casalles Hernández, C. (2021). La psicología del color en el diseño. *Revista CONVICCIONES*, *7*(14), 46 -50. https://www.fesc.edu.co/Revistas/OJS/index.php/convicciones/article/view/657/632https://www.fesc.edu.co/Revistas/OJS/index.php/convicciones/article/view/657/632

Teo, Y. S. (2020, July 25). *What is Interaction Design? | IxDF*. The Interaction Design Foundation. https://www.interaction-design.org/literature/article/what-is-interaction-design

UNESCO. (2015, Noviembre 17). *Recomendación relativa a la protección y promoción de los museos y colecciones, su diversidad y su función en la sociedad* (38th ed.)

[documento de programa o de reunión]. Paris. https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000246331

Velásquez Nemotto, H. (2021, Octubre 7). *La Difusión del Patrimonio Cultural Mediante Nuevas Tecnologías en los Museos Más Visitados en Perú y el Mundo* [TRABAJO DE INVESTIGACIÓN Para optar el grado de bachiller en Diseño Profesional de Interiores]. https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/657955/Vel%c3%a1squez_NH.pdf?sequence=3&isAllowed=y

Zhunio Romero, L. J. (2015). *El diseño gráfico experiencial (environmentalgraphics), como alternativa para la difusión de contenidos culturales. Diseño de paneles interactivos para espacios públicos, sobre la historia, costumbres y tradiciones de la ciudad de Machala.* [Tesis de Titulación]. Dspace de la Universidad del Azuay. https://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/6365

Anexos

Anexo 1: Consentimiento informado

TOULOUSE LAUSETREC	**Centro de Investigación Académica** **Programa de titulación**

Consentimiento informado para Participantes de investigaciones originadas en TLS

Lima, _____.

Yo _____, identificado con el DNI _____, acepto de manera voluntaria participar como parte de la muestra de estudio de la investigación titulada "Impacto del diseño experiencial en la atracción y recurrencia de visitantes al Museo de Arte Contemporáneo (MAC)", luego de haber conocido y comprendido en su totalidad el objetivo del estudio. Adicionalmente, se me informó que:

- Mi participación es libre y voluntaria, por lo tanto, tengo derecho a retirarme de la investigación en cualquier momento, sabiendo las consecuencias que conllevaría mi retiro.
- Los beneficios, incentivos y/o los efectos adversos que puedo tener por participar en la investigación.
- Se mantendrá en estricta confidencialidad la información obtenida producto de mi participación, codificando el total de mis resultados con un número clave para ocultar mi identidad y garantizar que la difusión de los resultados se realice en total anonimato.
- Puedo contactarme con Karina Tello Zegarra al correo 2021161574@talento.tls.edu.pe para despejar dudas sobre mi participación y derechos en la investigación.

Datos de informante(s):

Nombre	Relación con la investigación	DNI
Karina Tello Zegarra	Investigador(a)	75444083
Willy Sebastian Vidal Falcon	Investigador(a)	72811375

Anexo 2: Encuesta

1. Da su consentimiento para participar en la investigación en calidad de encuestado.
    a. Si
    b. No
2. ¿Qué edad tienes?
    a. 18-24
    b. 25-30
3. ¿Qué carrera creativa estudias?
    a. Diseño Gráfico
    b. Marketing
    c. Publicidad
    d. Arquitectura
    e. Comunicación Audiovisual
    f. Fotografía
    g. Diseño y Desarrollo web
    h. Otro: _____
4. ¿Cómo te enteraste de las exposiciones del MAC?
    a. Por medio de las redes sociales
    b. Página web del MAC
    c. Recomendación de amigos y familiares
    d. Por visitas de estudio
5. ¿Con qué frecuencia visitas el MAC?
    a. Nunca
    b. Raramente
    c. Ocasionalmente

d. Frecuentemente

e. Muy frecuentemente

6. De las exposiciones visitadas, ¿cuál te pareció más atractiva visualmente?

   a. Historias de Papel 2. Los lenguajes de la abstracción en la colección sobre papel del MAC Lima

   b. Color. El conocimiento de lo invisible

   c. Colección MAC Lima

7. ¿Qué elemento visuales de la exposición que eligió le gustó más a la hora de recorrerla?

   a. Las instalaciones interactivas

   b. Salas inmersivas

   c. Las piezas digitales

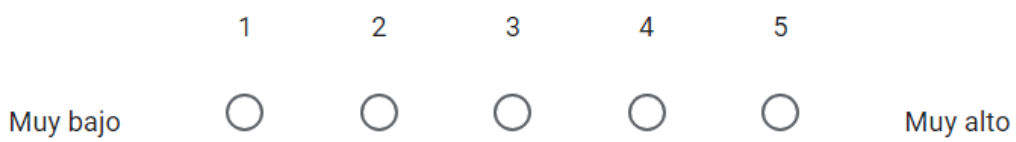
   d. Los cuadros y pinturas expuestos

8. *El diseño experiencial es un enfoque creativo que busca diseñar productos, servicios o entornos con el objetivo de proporcionar experiencias memorables y significativas a los usuarios. Se centra en la conexión emocional, la interacción y la inmersión para generar sensaciones y recuerdos positivos* ¿Conocías este concepto?

   a. Si

   b. No

9. Indica el nivel de coherencia visual y narrativa del diseño experiencial en las exposiciones del MAC



10. ¿Qué tan fácil le resultó recorrer las salas?
    a. Fue fácil el recorrido
    b. Me dificulté en algunas partes
    c. Me desoriente por un momento de las exposiciones
    d. No pude guiarme a la hora se recorre las salas
11. ¿Qué tan claro le resulta el mensaje transmitido a través del diseño en las exposiciones del museo?

	1	2	3	4	5	
Nada claro	○	○	○	○	○	Muy claro

12. ¿Qué tan innovador considera que son las exposiciones presentadas en el MAC?

	1	2	3	4	5	
Nada innovador	○	○	○	○	○	Muy innovador

13. ¿Qué tan atractivos considera los elementos interactivos del diseño experiencial en las exposiciones del museo?

	1	2	3	4	5	
Nada atractivo	○	○	○	○	○	Muy atractivo

14. Tomando en cuenta que el diseño experiencial se caracteriza por el uso de elementos interactivos, inmersión, originalidad para ofrecer experiencias originales, ¿considera que el MAC ha implementado el diseño experiencial en todas sus exposiciones?
    a. No implementado
    b. Algo implementado

c. Parcialmente implementado

d. Implementado

e. Completamente implementado

15. ¿Qué tan efectivo considera que es el diseño experiencial para atraer su atención durante su visita al museo?

a. Nada efectivo

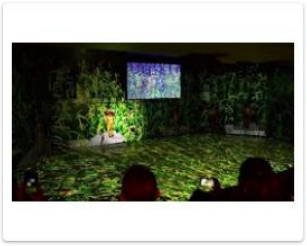
b. Poco efectivo

c. Algo efectivo

d. Es efectivo

e. Muy efectivo

16. ¿Qué elementos gráficos le gustaría ver incorporados o mejorados en futuras exposiciones del museo?



○ Video mapping



○ Realidad aumentada (AR)



○ Experiencias Multi-sensoriales



○ Instalaciones interactivas



○ Realidad virtual (VR)

17. Indica tu nivel de satisfacción en el Museo de Arte Contemporáneo (MAC)

	1	2	3	4	5	
Muy bajo	○	○	○	○	○	Muy alto

18. ¿Volvería a visitar el MAC?
    a. Si
    b. No
19. ¿Considera que la aplicación actual del diseño experiencial ha influido en su deseo de volver al museo?
    a. Si
    b. No
20. ¿Qué tan probable es que recomiende visitar el Museo de Arte Contemporáneo?
    a. Poco probable
    b. Algo probable
    c. Neutral
    d. Probable
    e. Muy probable

Anexo 3: Ficha de análisis visual

Ficha de Análisis Visual

Ficha de Análisis Visual aplicable a la visita de observación al museo de arte Contemporáneo y sus 3 exposiciones:

- Exposición 1: Historias de Papel 2 Los lenguajes de la abstracción en la colección sobre papel del MAC Lima
- Exposición 2: Colección MAC Lima
- Exposición 3: Color. El Conocimiento de lo invisible.

Los criterios a evaluar están referenciados a la aplicación del diseño experiencial en las exposiciones. Cada criterio se evaluará del 1 al 5, siendo 1 la puntación más baja y 5 la más alta.

Criterios a evaluar	Exposición 1	Exposición 2	Exposición 3
Piezas gráficas			
- Claridad en la presentación			
- Presencia de elementos atractivos.			
- Originalidad en la presentación.			
- Coherencia visual (colores, tipografías, iluminación, etc.)			
Interactividad			
- Presencia de elementos interactivos.			
- Elementos integrados al tema.			
- Accesibilidad y fácil uso.			
Innovación			
- Integración de elementos digitales/multimedia.			
- Presencia de nuevas tecnologías			
- Generación de impacto y atracción.			
Mensaje y Storytelling			
- El mensaje es claro de entender			
- La presentación conecta con los visitantes			
- Existe un flujo narrativo			
Total			

Observaciones Generales:

_____

Conclusiones:

_____

_____

Anexo 4: Formato de Validación de Criterios de Expertos

1. Instrumento de medición: Encuesta

Formato de Validación de Criterios de Expertos

I. Datos Generales

Fecha	22/01/2024
Validador	Fabrizio Sotelo Jirón
Cargo e institución donde labora	Director Creativo Caso / Docente Diseño UPC – Fac. de Ciencias de la Comunicación
Instrumento a validar	Encuesta
Objetivo del instrumento	Conocer la opinión y percepción de los jóvenes respecto a la gráfica experiencial aplicada en el Museo de Arte contemporáneo y su influencia próximas visitas.
Autor(es) del instrumento	Karina Tello Zegarra & Willy Sebastian Vidal Falcon

II. Criterios de validación del instrumento

Revisar cada ítem del instrumento de recolección de datos y marcar con una equis (X) según corresponda a cada uno de los indicadores de la ficha teniendo en cuenta:

1	Deficiente (D)	Si menos del 30% de los ítems cumplen con el indicador
2	Regular (R)	Si entre el 31% y 70% de los ítems cumplen con el indicador
3	Buena (B)	Si más del 70% de los ítems cumplen con el indicador

Criterios	Indicadores	D (1)	R (2)	B (3)	Observación
Pertinencia	Los ítems miden lo previsto en los objetivos de investigación.			X	
Coherencia	Los ítems responden a lo que se debe medir en la variable y sus dimensiones.		X		Dentro de los elementos claves del Diseño Experiencial se encuentran: Experiencia de usuario (UX), multisensorialidad, narrativa, interactividad, diseño emocional, entre otras. Los ítems responden a un análisis cuantitativo cuando dentro de las herramientas deberían incluir análisis cualitativo, dejando algunas respuestas abiertas o usando instrumentos que miden dichas experiencias a partir de las emociones (positivo, alegría, tristeza, sorpresa, etc.).
Congruencia	Los ítems son congruentes entre sí y con el concepto que mide.		X		Se encuentran algunas incongruencias en torno a los conceptos: se habla de diseño gráfico experiencial (título) y posteriormente se consulta sobre experiencias digitales. Las últimas incluyen aspectos como UX y UI, animación, entre otros. Es preferible retirar él

					término gráfico y homogenizar a "Diseño Experiencial"
SUFICIENCIA	Los ítems son suficientes en cantidad para medir lo componentes de la variable.			X	
OBJETIVIDAD	Los ítems se expresan en comportamientos y/o acciones observables y verificables.			X	
CONSISTENCIA	Los ítems se han formulado en concordancia a los fundamentos teóricos de la variable.			X	
ORGANIZACIÓN	Los ítems están secuenciados y distribuidos de acuerdo a dimensiones.			X	
CLARIDAD	Los ítems están redactados en un lenguaje entendible para los participantes de la investigación.			X	
FORMATO	Los ítems están escritos respetando aspectos técnicos gramaticales.		X		Se encuentran algunas deficiencias en la redacción de las preguntas que podrían mejorar: "¿Cuál de las exposiciones visitadas, cuál te pareció más atractiva visualmente?". Las preguntas están redactadas en segunda y tercera persona, indistintamente.
ESTRUCTURA	El instrumento cuenta con instrucciones, consignas, opciones de respuesta bien definidas.			X	
	TOTAL				

III. Coeficiente de Validez

27 30	=	0.9

FABRIZIO SOTELO JIRÓN

Formato de Validación de Criterios de Expertos

I. Datos Generales

Fecha	28/01/2024
Validador	Milagros Bouroncle
Cargo e institución donde labora	Diseñadora freelance / Docente universitaria / Docente de gráfica ambiental
Instrumento a validar	Encuesta
Objetivo del instrumento	Conocer la opinión y percepción de los jóvenes respecto a la gráfica experiencial aplicada en el Museo de Arte contemporáneo y su influencia próximas visitas.
Autor(es) del instrumento	Karina Tello Zegarra & Willy Sebastian Vidal Falcon

II. Criterios de validación del instrumento

Revisar cada ítem del instrumento de recolección de datos y marcar con una equis (X) según corresponda a cada uno de los indicadores de la ficha teniendo en cuenta:

1	Deficiente (D)	Si menos del 30% de los ítems cumplen con el indicador
2	Regular (R)	Si entre el 31% y 70% de los ítems cumplen con el indicador
3	Buena (B)	Si más del 70% de los ítems cumplen con el indicador

Criterios	Indicadores	D (1)	R (2)	B (3)	Observación
Pertinencia	Los ítems miden lo previsto en los objetivos de investigación.			x	
Coherencia	Los ítems responden a lo que se debe medir en la variable y sus dimensiones.			x	
Congruencia	Los ítems son congruentes entre sí y con el concepto que mide.		x		La pregunta sobre la carrera de estudios la dejaría más abierta (no pondría "creativas")
Suficiencia	Los ítems son suficientes en cantidad para medir lo componentes de la variable.			x	
Objetividad	Los ítems se expresan en comportamientos y/o acciones observables y verificables.			x	
Consistencia	Los ítems se han formulado en concordancia a los fundamentos teóricos de la variable.			x	
Organización	Los ítems están secuenciados y distribuidos de acuerdo a dimensiones.			x	
Claridad	Los ítems están redactados en un lenguaje entendible para los participantes de la investigación.		x		Nivel de coherencia visual y narrativa del diseño (pueden ser conceptos poco comprensibles para personas ajenas a la profesión) sugiero que especifiques mejor.*
Formato	Los ítems están escritos respetando aspectos técnicos gramaticales.			x	
Estructura	El instrumento cuenta con instrucciones, consignas, opciones de respuesta bien definidas.		x		
	TOTAL		**6**	**21**	

III. Coeficiente de Validez

$$\frac{D+R+B}{30} = 0.86$$

Milagros Bouroncle R.

Nombre de validador

2. Instrumento de medición: Ficha de análisis visual

Formato de Validación de Criterios de Expertos

I. Datos Generales

Fecha	25/01/2024
Validador	Fabrizio Sotelo Jirón
Cargo e institución donde labora	Director Creativo Caso / Docente Diseño UPC – Fac. de Ciencias de la Comunicación
Instrumento a validar	Ficha de Análisis Visual
Objetivo del instrumento	Analizar los elementos visuales de las exposiciones del Museo de Arte contemporáneo MAC para identificar el uso de la gráfica experiencial en ellos
Autor(es) del instrumento	Karina Tello Zegarra & Willy Sebastian Vidal Falcon

II. Criterios de validación del instrumento

Revisar cada ítem del instrumento de recolección de datos y marcar con una equis (X) según corresponda a cada uno de los indicadores de la ficha teniendo en cuenta:

1	Deficiente (D)	Si menos del 30% de los ítems cumplen con el indicador
2	Regular (R)	Si entre el 31% y 70% de los ítems cumplen con el indicador
3	Buena (B)	Si más del 70% de los ítems cumplen con el indicador

Criterios	Indicadores	D (1)	R (2)	B (3)	Observación
Pertinencia	Los ítems miden lo previsto en los objetivos de investigación.			X	
Coherencia	Los ítems responden a lo que se debe medir en la variable y sus dimensiones.			X	
Congruencia	Los ítems son congruentes entre sí y con el concepto que mide.			X	
Suficiencia	Los ítems son suficientes en cantidad para medir los componentes de la variable.		X		Se podrían ampliar los criterios de evaluación.
Objetividad	Los ítems se expresan en comportamientos y/o acciones observables y verificables.			X	
Consistencia	Los ítems se han formulado en concordancia a los fundamentos teóricos de la variable.			X	
Organización	Los ítems están secuenciados y distribuidos de acuerdo a dimensiones.		X		No son claras las dimensiones a analizar en la herramienta: "nivel y calidad". La variable "nivel" es muy ambigua y debería de analizarse a partir de criterios objetivos y medibles.
Claridad	Los ítems están redactados en un lenguaje entendible para los participantes de la investigación.			X	Cuidar redacción. Por ejemplo, "Museo de Arte Contemporáneo" es nombre propio y debe ir en mayúsculas.
Formato	Los ítems están escritos respetando aspectos técnicos gramaticales.			X	

ESTRUCTURA	El instrumento cuenta con instrucciones, consignas, opciones de respuesta bien definidas.			X	
	TOTAL				

III. Coeficiente de Validez

$\frac{D + R + B}{30}$	=	0.93



Formato de Validación de Criterios de Expertos

I. Datos Generales

Fecha	28/01/2024
Validador	Milagros Bouroncle
Cargo e institución donde labora	Diseñadora freelance / Docente universitaria / Docente de gráfica ambiental
Instrumento a validar	Ficha de Análisis Visual
Objetivo del instrumento	Analizar y describir los elementos visuales de las exposiciones del Museo de Arte Contemporáneo para identificar la aplicación del diseño experiencial en ellos
Autor(es) del instrumento	Karina Tello Zegarra & Willy Sebastian Vidal Falcon

II. Criterios de validación del instrumento

Revisar cada ítem del instrumento de recolección de datos y marcar con una equis (X) según corresponda a cada uno de los indicadores de la ficha teniendo en cuenta:

1	Deficiente (D)	Si menos del 30% de los ítems cumplen con el indicador
2	Regular (R)	Si entre el 31% y 70% de los ítems cumplen con el indicador
3	Buena (B)	Si más del 70% de los ítems cumplen con el indicador

Criterios	Indicadores	D (1)	R (2)	B (3)	Observación
Pertinencia	Los ítems miden lo previsto en los objetivos de investigación.			x	
Coherencia	Los ítems responden a lo que se debe medir en la variable y sus dimensiones.			x	
Congruencia	Los ítems son congruentes entre sí y con el concepto que mide.			x	
Suficiencia	Los ítems son suficientes en cantidad para medir los componentes de la variable.		x		Desagregaría el aspecto de Coherencia visual (colores, tipografías, iluminación, etc.)
Objetividad	Los ítems se expresan en comportamientos y/o acciones observables y verificables.			x	
Consistencia	Los ítems se han formulado en concordancia a los fundamentos teóricos de la variable.			x	
Organización	Los ítems están secuenciados y distribuidos de acuerdo a dimensiones.			x	
Claridad	Los ítems están redactados en un lenguaje entendible para los participantes de la investigación.		x		Integración de elementos digitales/multimedia. / Presencia de nuevas tecnologías (***especifica cuáles nuevas tecnologías***)
Formato	Los ítems están escritos respetando aspectos técnicos gramaticales.			x	
Estructura	El instrumento cuenta con instrucciones, consignas, opciones de respuesta bien definidas.			x	
	TOTAL		**4**	**24**	

III. Coeficiente de Validez

$$\frac{D+R+B}{30} = 0.93$$

Milagros Bouroncle R.

Nombre de validador

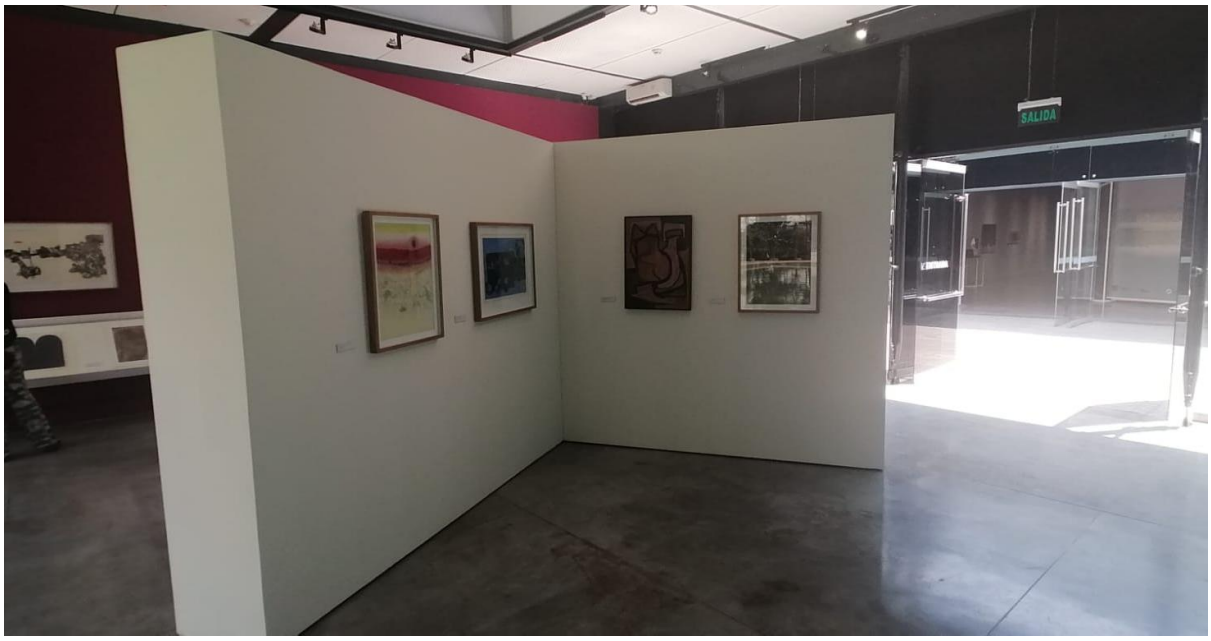
Anexo 5: Fotos de la visita de campo al Museo de Arte Contemporáneo

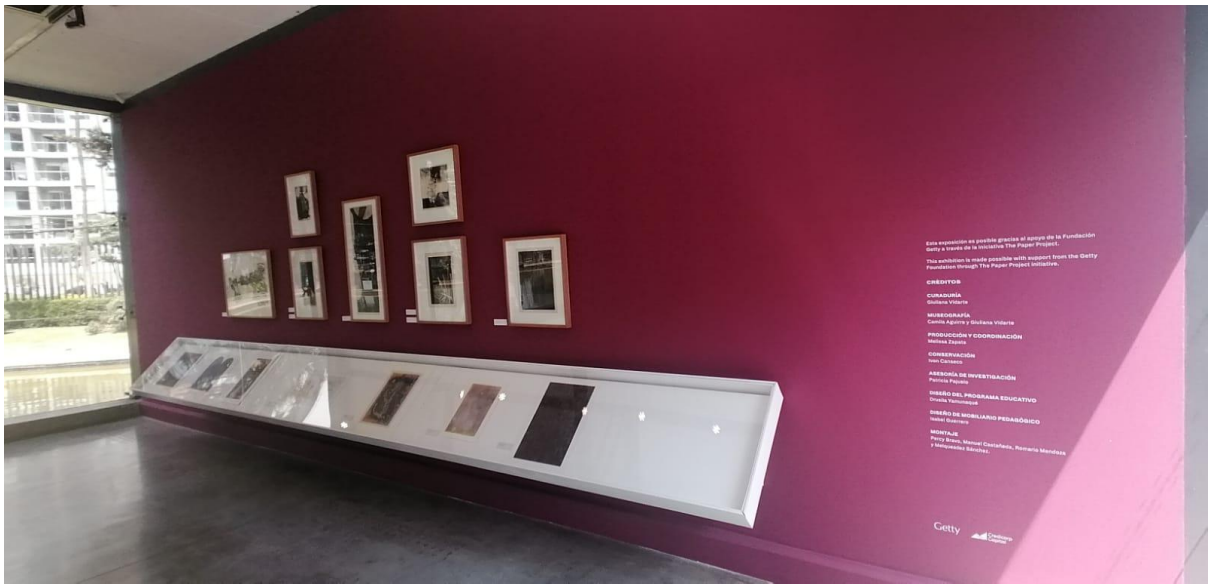
1. Banner de presentación de las exposiciones a la entrada del museo

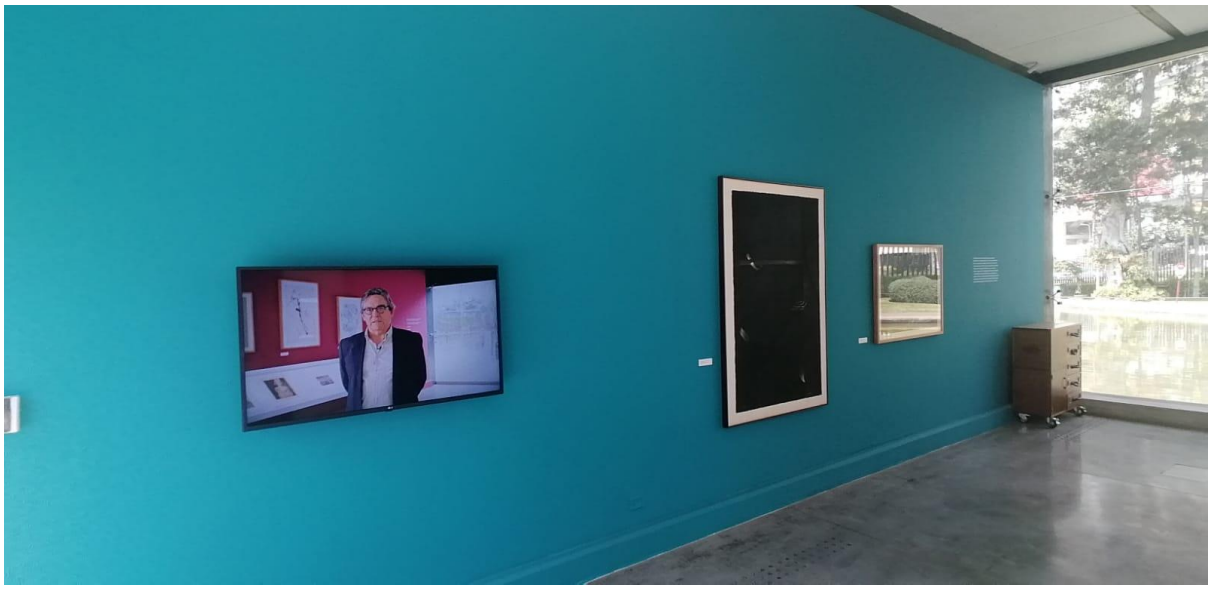


2. Exposición 1: Historias de Papel 2 Los lenguajes de la abstracción en la colección sobre papel del MAC Lima

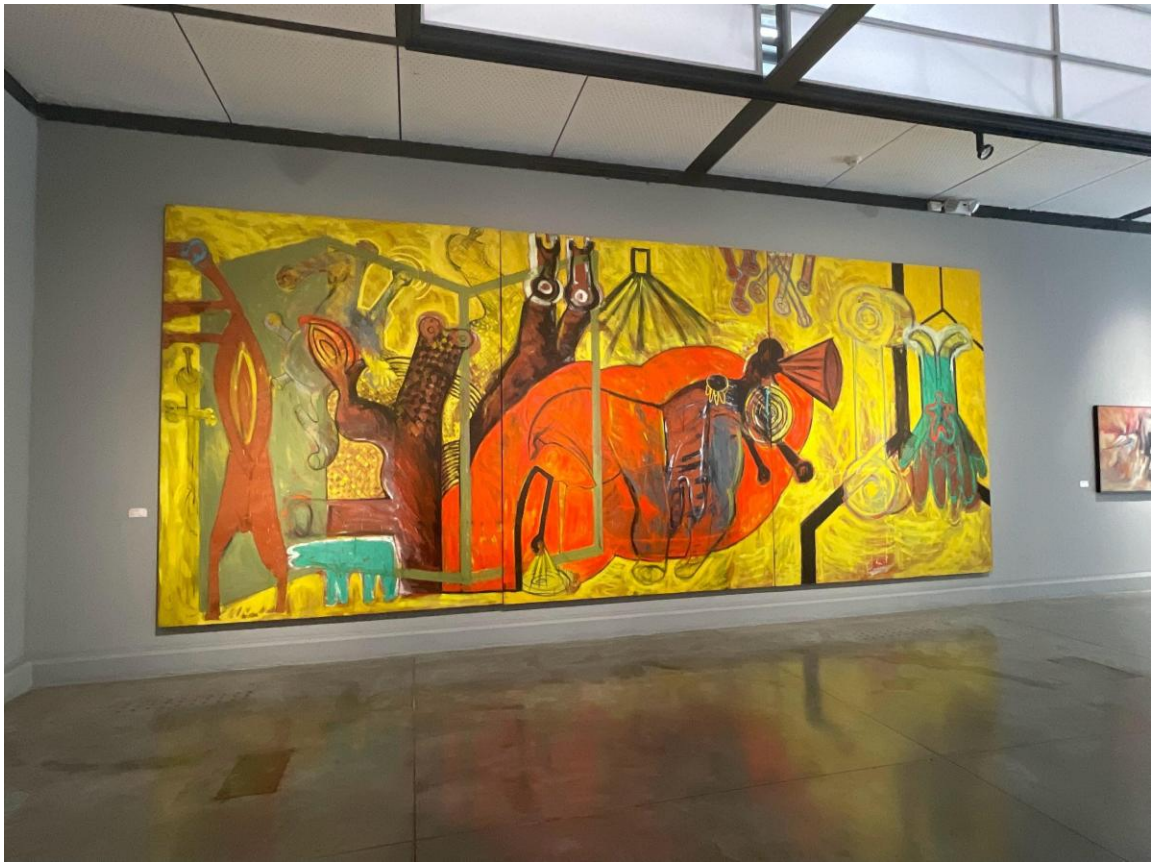


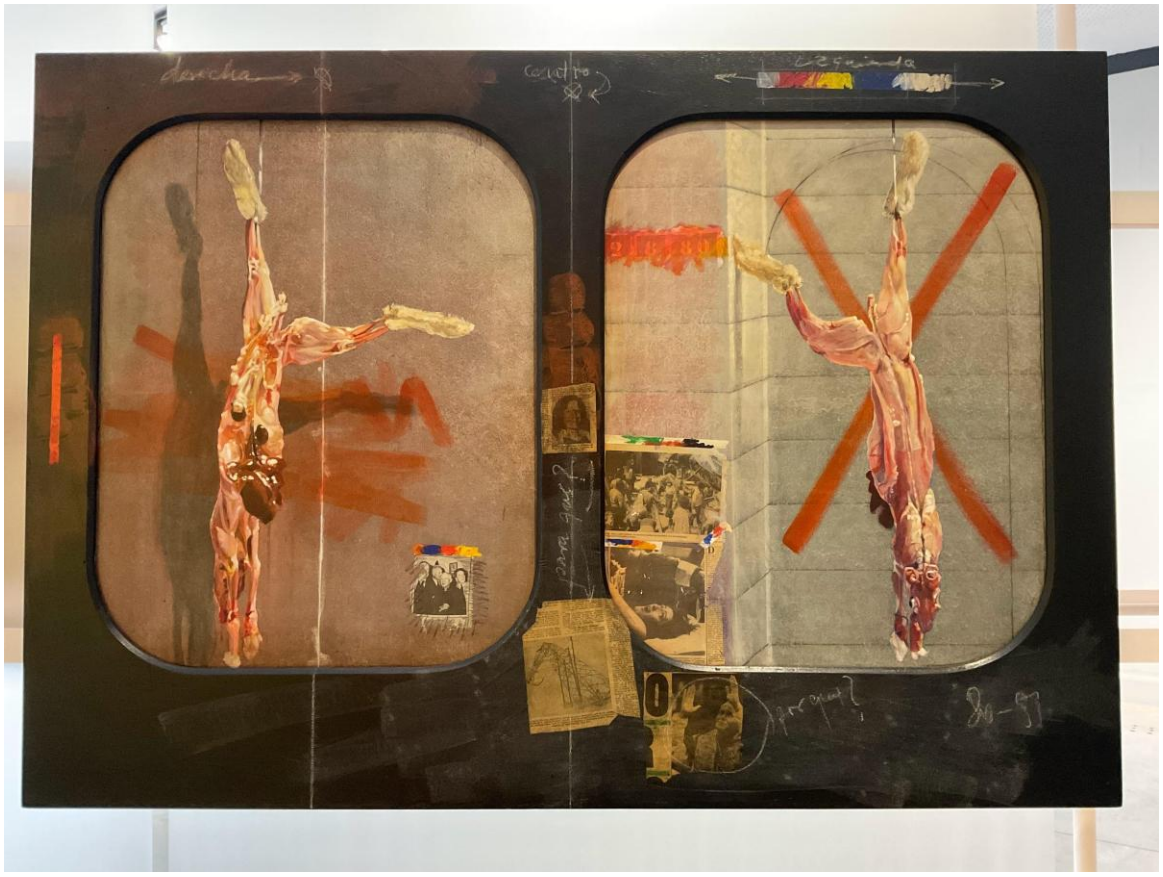

SALIDA


Esta exposición es posible gracias al apoyo de la Fundación Getty a través de la iniciativa The Paper Project.
This exhibition is made possible with support from the Getty Foundation through The Paper Project initiative.
CRÉDITOS
CURADURÍA
Giuliana Vidarte
MUSEOGRAFÍA
Camila Aguirre y Giuliana Vidarte
PRODUCCIÓN Y COORDINACIÓN
Melissa Zapata
CONSERVACIÓN
Ivan Carrasco
ASESORÍA DE INVESTIGACIÓN
Patricia Pajuelo
DISEÑO DEL PROGRAMA EDUCATIVO
Orvalia Yanunesqué
DISEÑO DE MOBILIARIO PEDAGÓGICO
Isabel Guerrero
MONTAJE
Percy Bravo, Manuel Castañeda, Romario Mendoza y Manquesdez Sánchez.
Getty



3. Exposición 2: Colección MAC Lima




derecha
izquierda



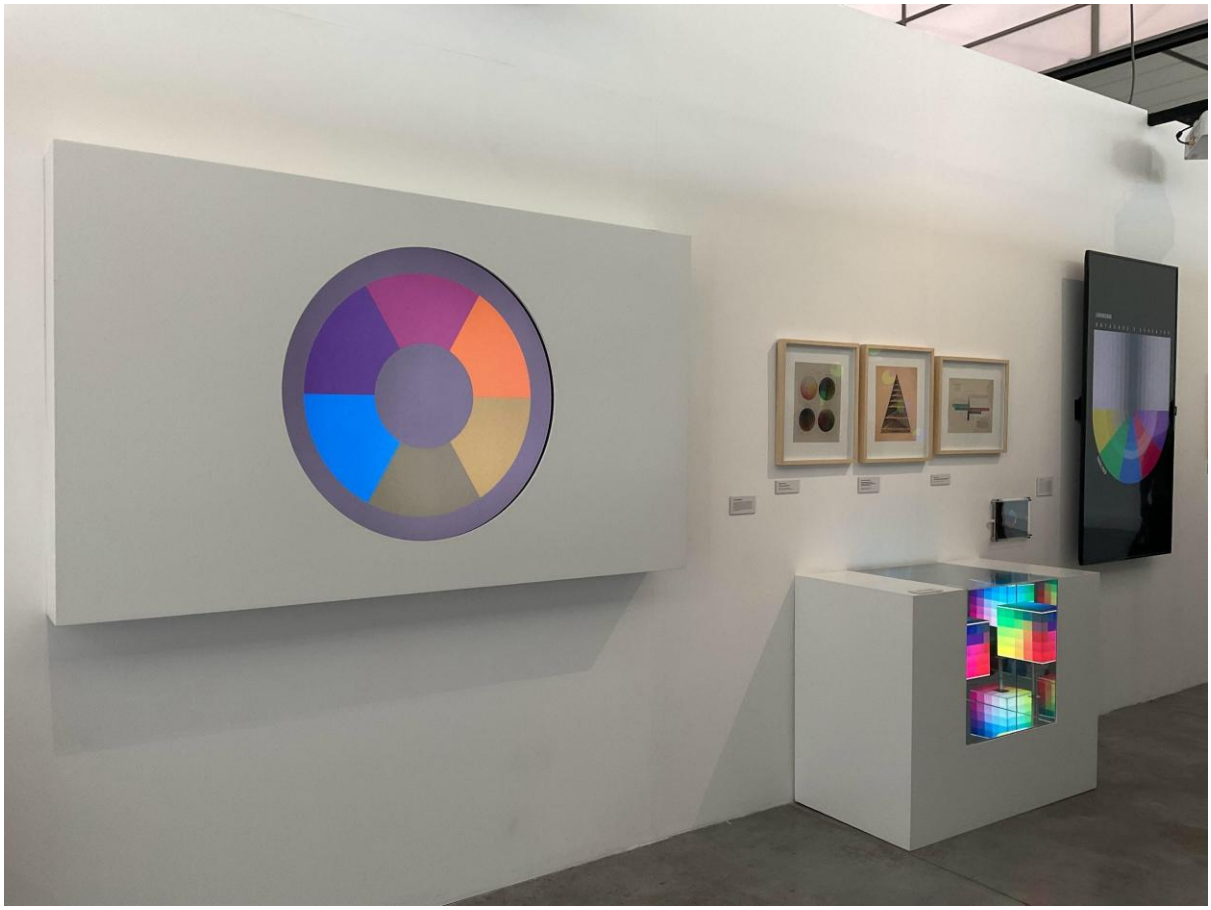



Puedes consultar mayor información sobre las obras que son parte de la colección del MAC Lima y sus autores escaneando con tu celular los siguientes códigos:
Ingresa al archivo virtual de documentos sobre la historia del IAC y de sus actividades
Accede a la versión digital del libro *Historias que contar. IAC 1955-2015*



4. Exposición 3: Color. El Conocimiento de lo invisible.






SALIDA




formado
violeta, azul, verde, amarillo, naranja, rojo,
con todos sus grados intermedios,
sucesión.
ISAAC NEWTON
OPTICKS:
A
TREATISE
OF THE
REFLEXIONS, REFRACTIONS,
INFLEXIONS and COLOURS
OF
LIGHT.
ALSO
Two TREATISES
OF THE
SPECIES and MAGNITUDE
OF
Curvilinear Figures.


EL COLOR ES
EL TACTO DEL OJO,
LA MÚSICA DE
LOS SORDOS,
UNA PALABRA
EN LA OSCURIDAD