Este libro investiga las posibilidades del diseño de interacción como motivador de participación en los museos. Presenta el análisis de tres casos de estudio que tuvieron lugar en el tres museos en Helsinki del 2005 al 2008.

Salgado propone el concepto de ecología de la participación para entender el contexto y sacarle jugo a todos los recursos que cohabitan en los museos.

La participación solo sucede si está consolidada en la gente y las prácticas existentes en el museo. Diseñadores y personal del museo necesitan nuevas herramientas para construir un Museo Abierto. El análisis de las piezas interactivas exhibidas contribuye a la discusión sobre el uso de recursos multimedias y creativos conectados con el material de la exposición.

Este análisis se posiciona en el contexto del diseño de interacción; sin embargo combina estudios en museología y ciencias de la información en museos para proveer el punto de vista del museo. El trabajo provee recomendaciones para museos como promover el contenido generado por la comunidad del museo y confiar en esta comunidad.

Índice

21
22
24
26
28
28
30
31
32
34
35
40
40
41
42
45
45
46
48
49
50
50
58
60
60
64
67

3. El concepto de ecología de la participación	72
3.1 Profundizar en las ecologías	73
3.1.1 Montajes y plataformas participativas	74
3.1.2 Ecologías de la información	75
3.1.3 Ecologías culturales	76
3.1.4 Los museos como ecologias	76
3.1.5 Ecología de los productos	77
3.1.6 Ecología de los artefactos	78
3.2 Definición de ecología de la participaci ó n	78
3.2.1 Definición	79
3.2.2 Implementación del concepto	82
3.2.3 Características de la ecología de la participación	84
3.3 Dimensiones de diseño	85
3.3.1 Temática	86
3.3.2 Novedad	87
3.3.3 Presencia	88
3.4 Participación y compromiso	90
3.4.1 La participación en este trabajo	95
. Análisis del contenido creado por la comunidad	98
4.1 Presentación del contenido creado por la comunidad	
a la luz de las hipótesis	99
4.2 Nuevo vocabulario, nuevos aspectos y nuevos recursos	
para los visitantes habituales y los visitantes nuevos	101
4.2.1 Vocabulario	103
4.2.2 Perspectivas creativas, emocionales y personales	104
4.2.3 Recursos multimedia	107
4.3 El compromiso de los visitantes a lo largo del tiempo	108

4.4 Aprender haciendo y aprender de los pares	109
4.5 Validación de perspectivas múltiples	112
4.5.1 Criterios de selección	116
4.5.2 Validación	120
4.6 Diálogo e intercambio	120
4.6.1 Invitaciones	120
4.6.2 Autoría	125
4.6.3 Posturas acerca de la participación del público	126
4.6.4 Participación en la comunidad del museo	130
5. Conclusiones	134
5.1 Resumen de la contribución y limitación de esta tesis	135
5.1.1 Problemas de sostenibilidad	136
5.1.2 Limitaciones	137
5.2 Recomendaciones a los museos	138
5.2.1 Unidos venceremos, divididos pereceremos	139
5.2.2 Promover y orientar el contenido creado por la comunidad	140
5.2.3 Escuchar a la comunidad y conflar en ella	141
5.2.4 Es tiempo de arriesgarse	144
5.3 Sensibilidades de diseño	145
5.3.1 Redefinir el rol del diseñador	146
5.3.2 En diálogo constante con la comunidad	146
5.3.3 Influir el contenido	148
5.4 Ampliar el alcance de la colaboración	149
5.5 Proyecciones	150
Bibliografía	152