

Diseñar la experiencia digital: procesos y pasos para las iniciativas en línea y en el sitio

Raluca Iulia Capotă

Instituto Nacional de Investigación y
Formación Cultural - Rumanía



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



**Código n. M3 Unidad4
SU4.1**



Índice

Resumen

Objetivos
Lo que aprenderá - LO
Palabras clave y
términos
Antecedentes

Sección 3

**Preguntas abiertas y
consejos**
Preguntas abiertas y reflexión
Consejos
Principales conclusiones

Sección 1

**Aspectos del diseño
de experiencias
digitales**
Sumérgete en el tema
Recursos externos

Sección de cierre

Para seguir aprendiendo
Lista de referencias
Nombres de los autores
y créditos

Sección 2

**Ciclo de vida de un
proyecto digital**
Sumérgete en el tema
Recursos externos

Objetivos

El objetivo de esta presentación es introducir diversos aspectos relevantes relacionados con la creación de experiencias digitales, basándose en los conocimientos que ha acumulado en las unidades anteriores de este módulo.

Aquí encontrará ejemplos de cómo se han creado y utilizado varios tipos de experiencias digitales en relación con el patrimonio cultural.

Para tomar decisiones informadas sobre el diseño de experiencias digitales, le guiaremos en la valoración de las características, los beneficios y los límites de las tecnologías digitales.

Le informa sobre los pasos importantes del ciclo de vida de un proyecto digital y le presenta varios enfoques de gestión de los proyectos digitales.

Guíe su aprendizaje posterior en este amplio tema del diseño de la experiencia digital.

	Security & Legal restrictions	Digital Diversity	Digital Strategies	Tools & Examples
	Archiving & Sustaining	Laws	Accessibility	Data organisation
	Organising & Administrating	Data Protection Guidelines	Inclusion Strategies	Project Management
	Digitally enriching heritage experiences	Creative Commons	Digital Pre-visit Experience	Experience Cycle
	Communicating with and participation of the audience	Data Protection Guidelines	Participatory Tools	Social Media Strategies
				European, Google Arts & Culture
				Collaborative Tools
				Projection Tools, Augmented Reality, 3D
				Social Media, Website, Newsletter

Diseñar experiencias digitales

Aspectos del diseño de experiencias digitales

Características y tipos de experiencias digitales

Experiencias digitales in situ

Experiencias digitales en línea

Experiencias híbridas.
Ejemplo: iBeacon

Experiencias completamente inmersivas.
Ejemplo: RV

Ejemplo: Exposiciones en línea

Ciclo de vida de un proyecto digital

Pasos en el desarrollo de proyectos digitales

Metodologías de gestión de proyectos para proyectos digitales

Lo que aprenderá

Al final de esta presentación, podrá:

- Comprender la lógica del diseño de la experiencia digital
- Comprender cómo las características del patrimonio cultural determinan la elección de las tecnologías digitales y su uso
- Evaluar el potencial de algunas tecnologías para mejorar el contenido y la comprensión de los beneficios del patrimonio cultural
- Examinar las fases de construcción del ciclo de vida de un proyecto digital
- Conozca los distintos modelos de gestión de los proyectos digitales



Palabras claves

iBeacon: un pequeño dispositivo que funciona con una batería (no necesariamente, pero sí) que puedes colocar en cualquier parte y que notifica a una aplicación cuando tu smartphone está en funcionamiento. (Ferens, s.f.)

La **experiencia de inmersión** - traslada a una persona a una realidad nueva o aumentada, mejorando la vida cotidiana (haciéndola más comprensible o discreta) a través de la tecnología. (<https://clevertap.com/blog/immersive-experience/>)

El back-end es el único lugar donde se desarrolla la lógica del negocio. Puede tratarse de la unión de reglas que determinan las entradas para un intento de comercio electrónico o algo más común como un perfil de usuario. (añadido por Fayock, 2020)

El **front-end** (de una aplicación) se refiere típicamente al nivel que representa la UI (interfaz de usuario). Esto puede incluir cualquier cosa, desde un sitio web estático con HTML y CSS hasta una aplicación React completa que alimente la UI. (Fayock, 2020)

Agile - un conjunto de valores y principios en los que se basa el trabajo los procesos, los métodos, la colaboración y el asesoramiento se mejoran continuamente y se adaptan a cualquier contenido múltiple (www.enonic.com)



Antecedentes

La tecnología digital tiene el potencial de modelar e influir drásticamente en el modo en que se ve el patrimonio cultural (*Economou, 2015*)

Producir y planificar experiencias digitales específicas que apunten tanto a valorizar con éxito el patrimonio cultural como a involucrar al público a largo plazo, no es una tarea fácil. Hay muchos aspectos inmateriales que considerar y muchos aspectos prácticos que integrar. Lo ideal es que la oferta digital que proponemos a nuestro público contribuya a una experiencia completa para ellos. Intentamos hacerlo combinando todos los canales físicos y digitales, teniendo en cuenta las fases de pre y post-interpretación de nuestros productos y servicios relacionados con el patrimonio cultural, siendo muy creativos y, al mismo tiempo, auténticamente respetuosos con los valores del patrimonio cultural que promovemos.

La transmisión de experiencias digitales vinculadas al patrimonio culturales un proceso muy experimentado que ya ofrece un amplio abanico de observaciones, recomendaciones, investigaciones y ejemplos de buenas prácticas.

Al mismo tiempo, disponemos de una serie de enfoques de gestión del proyecto específicamente calibrados para los resultados digitales.

El éxito está respaldado por una concepción y aplicación de la experiencia cuidadosamente planificada y controlada.



SECCIÓN 1

Aspectos del
diseño de
experiencias
digitales





Características y potencial de lo digital en la oferta de experiencias

Las experiencias digitales tienen un gran potencial para mejorar la presentación y el contenido del patrimonio cultural. Cuando se proyecta la experiencia digital, se debe tratar de aprovechar al máximo todo lo que contribuya a la difusión:

- Interacción que puede facilitar la creación de contenidos por parte de los usuarios
- Sensorialidad: capacidad de combinar estímulos multisensoriales dentro de la misma experiencia
- Capacidad de proporcionar contenidos múltiples de forma evocadora y de fácil acceso
- Crear un contenido para una colaboración más profunda con el patrimonio cultural
- Las múltiples oportunidades de mejorar la narración
- El factor cool que atrae al público más joven
- El enorme potencial de experimentación
- Potencial de red y colaboración: la capacidad de crear y mantener comunidades unidas

¿Cómo y por qué disfrutamos de esta calidad?

¿Qué enfoques pueden ayudarnos a desarrollar experiencias que se beneficien de las ventajas de las tecnologías digitales?

¿Cómo podemos financiar el + y el - de una determinada tecnología cuando proyectamos experiencias?

Tipos de experiencias digitales

Por supuesto, hay varios tipos de experiencias digitales, según el modo en que se transmiten a los visitantes

Todo tipo de experiencia digital implica la creación de diversos tipos de relaciones con el objetivo del patrimonio cultural, para el público.

Experiencias digitales in situ: la exposición digital se organiza in situ, donde se encuentra el objetivo del patrimonio cultural; la relación con el patrimonio cultural se media digitalmente en varios grados, desde un simple soporte digital para la comunicación hasta experiencias completamente inmersivas.

Experiencias en línea: el público tiene una experiencia completamente digitalizada del patrimonio cultural, a través de www, aplicaciones o juegos a los que se puede acceder de forma independiente y remota, utilizando diversos dispositivos.

De acuerdo con la naturaleza del proyecto y el objetivo del patrimonio cultural, la experiencia digital podría diseñarse para combinar las experiencias in situ con las online, ofreciendo así al público una experiencia de visita cuidadosamente planificada.

Tenga en cuenta todo lo que ha aprendido en las unidades anteriores:

- el visitante está más contento cuando puede navegar sin solución de continuidad entre canales y dispositivos
- la "experiencia" comienza antes de acceder al patrimonio cultural (antes de la visita) y termina después de la visita efectiva (después de la visita)
- El ciclo de la experiencia puede aplicarse a las experiencias de interacción con un objetivo del patrimonio cultural o incluso a las experiencias más pequeñas que se están creando.

Experiencias digitales in situ: soporte interactivo para la valorización del patrimonio cultural

Experiencias digitales in situ: el uso de instrumentos digitales para crear experiencias híbridas (digitales o no) in situ es un enfoque muy común hoy en día en la valoración del patrimonio cultural

La tecnología digital se utiliza como un medio dinámico para comunicar, actualizar y promover el bienestar cultural.

Es: Guías digitales, esquemas interactivos (táctiles), realidad aumentada, códigos QR, virtualidad aumentada, iBeacon

Somos la opción preferida de los especialistas para comunicar y promover los objetivos del patrimonio cultural. Las experiencias digitales completan la interacción directa con el objeto, el edificio o el sitio, proporcionando el contenido, aumentando el significado, estimulando el aprendizaje y mejorando la percepción.

Los diversos instrumentos que pueden utilizarse para mejorar la percepción y la comprensión digital de la comunicación, facilitan la creación de experiencias completas.

La complicidad, la innovación y la novedad son atractivos para el público y pueden catalizar un impulso más profundo



Crear experiencias ágiles en el puesto

- Es posible crear entornos ibéricos que permitan a los visitantes interactuar activamente con las características de cada espacio físico y digital.
- La tecnología no debe ser intrusiva, una simple adición de propiedad "digital" a los objetos (con una etiqueta RFID, por ejemplo) puede suponer una diferencia significativa en el disfrute del patrimonio cultural a un nivel diferente de información y percepción

La relación correcta entre el entorno real y el digital es una relación de complementariedad, no de competencia

Pantalla táctil, interfaces basadas en los idiomas, códigos QR
La realidad aumentada, los entornos de Realidad Mixta, las tecnologías de prospección basadas en la localización, son todas las herramientas y tecnologías digitales que pueden utilizarse en relación con los objetos, edificios y lugares del patrimonio cultural, **de forma no intrusiva**, permitiendo la experiencia directa del original.



Crear experiencias ágiles in situ - Ejemplo: iBeacon

Por ejemplo, la tecnología de prospección basada en la localización (tecnología iBeacon y Physical Web). ¿Cómo podemos modelar la experiencia del patrimonio cultural con esto?

Este tipo de tecnología permite una conexión no invasiva muy útil con el público. La información que se transmite puede ser accesible a discreción del visitante, lo que puede permitirle estar conectado o no.

Algunas de las características más populares de las aplicaciones móviles basadas en iBeacon:

- Es posible sustituir las visitas guiadas por audio, lo que permite una navegación más fluida (visitas autoguiadas)
- Se pueden recoger datos previos para conocer el comportamiento del visitante (analytics)
- Es posible recibir mensajes en el momento y en el lugar adecuados (transmisión de todos los tipos de información)
- Cómo navegar por el interior del museo
- Ofrecer información sobre las compras
- Dare notifiche push

Un iBeacon es un pequeño dispositivo que funciona con una batería (no necesariamente, pero sí normalmente) que puedes colocar en algún lugar y que notifica a una aplicación cuando tu smartphone está dentro del alcance.



Crear experiencias ágiles in situ - Ejemplo: iBeacon

iBeacon en el Museo Groninger

El primer museo de los Países Bajos en utilizar las balizas fue el Museo Groninger. Ya pusieron a disposición la tecnología para la exposición "The Collection" (2014), pero han seguido utilizándola después.

¿Cómo funciona?

Invita a contenidos interactivos relacionados con las obras de arte expuestas cuando los visitantes están usando la aplicación.

Los visitantes que no dispongan de un teléfono inteligente o una tableta compatible podrán acceder al museo con los medios de comunicación interactivos.

¿Qué tipo de información complementaria proporciona?

- clip de vídeo y audio suplementario
- información de fondo
- fotos detalladas de las obras de arte.
- un mix di media interattivi

Una vez que se han hecho las pruebas, también se han asignado a otras categorías.

¿Su organización no ha pensado nunca en utilizar estos dispositivos?

¿Piensa que será una buena adición a su presentación del patrimonio cultural en línea?

¿Tiene usted en mente un uso particular para su presentación del patrimonio cultural?

Experiencias digitales totalmente inmersivas en el lugar

Experiencias completamente inmersivas en el lugar: la relación con el objetivo del patrimonio cultural está mediada digitalmente en grado sumo - el contenido del patrimonio cultural y los mismos objetos son creados.

El objetivo del patrimonio cultural es la comunicación y el seguimiento a través de medios digitales en su sede.
Es: Ambientes y objetos creados con la RV, Juegos

Es recomendable para valorar, comprender y comunicar el valor de los objetivos del patrimonio cultural que no se conservan o se conservan parcialmente, o cuando las partes ricas no pueden evocar una experiencia significativa de aprendizaje o diversión.

Cuando el objetivo del patrimonio cultural está disponible in situ, no es aconsejable proyectar experiencias digitales que ignoren su presencia física. La interacción digital y directa con el objetivo del patrimonio cultural debe ser cuidadosamente controlada.



Ejemplo: crear una experiencia digital in situ: Modigliani RV

Desarrollar una experiencia de inmersión en el lugar es complicado: la relación entre el entorno real y el artificial (ri)creado debe ser atentamente equilibrada:

- la experiencia digital no debe afectar al público y socavar la experiencia de la realidad del patrimonio cultural
- Puede mejorar el contenido y la percepción del patrimonio cultural (completando con información cognitiva y sensorial)

Un buen ejemplo de acercamiento inmersivo in situ es la experiencia digital Modigliani RV que acompaña a la exposición retrospectiva sobre Amedeo Modigliani (Tate Modern, 23 de noviembre de 2017 - 2 de abril de 2018).

La primera experiencia de RV desarrollada por el museo (Tate Modern), ha presentado el Atelier Ocre del artista. Creada virtualmente, tras una documentación muy precisa, la experiencia inmersiva está accesible para los visitantes como parte integrante de la exposición.



Ejemplo: crear una experiencia digital in situ: Modigliani RV

- La recreación virtual del taller parisino de 1919 ha supuesto una colaboración de la Tate con la empresa Preloaded.
- Participan varios departamentos del museo - cooperación interdepartamental
- Atención a la información histórica - documentación precisa para crear un ambiente auténtico
- La experiencia incluye datos precisos de la realidad, que ya han sido estudiados con anterioridad, incluso con el apoyo de la ciencia de la conservación.
- "Diseño orientado al público: se estudia el perfil del público y se adapta la experiencia a sus necesidades (enfoque de la experiencia del usuario)

¿Quiere saber más sobre este proyecto tan completo y tan bien hecho?
Controla los siguientes enlaces:

<https://www.youtube.com/watch?v=CdYLscE6kE0&t=1s>



El equipo de comisarios, digitales, de conservación, de instalación y AV de la Tate, junto con Preloaded, han decidido inicialmente los principios fundamentales de esta experiencia, que debería ser:

- **Ser de bajo umbral, promoviendo la comodidad y la accesibilidad para todos**
- **Crear empatía con Modigliani como un hombre que podríamos haber conocido**
- **Mantener la autenticidad, conceptualmente y en detalle**
- **Cumplir con las normas de rigor intelectual y precisión de Tate**
- **Ser una experiencia que no puedes conseguir de otra manera**

después de <https://preloaded.com/work/modiglianivr/>

Ventajas y limitaciones del uso de ciertas tecnologías digitales para crear experiencias digitales con el patrimonio cultural Ejemplo: Realidad virtual

Hemos examinado un ejemplo de experiencia completamente inmersiva en el lugar desarrollado utilizando la Realidad Virtual. Hemos visto los pros y los contras de esta tecnología:

Mientras que la RV es una tecnología muy atractiva, con interesantes puntos de fuerza:

- attira nuovo pubblico
- migliora l'esperienza
- permite la participación de la comunidad (por ejemplo, para el desarrollo de la trama)
- promueve nuevas formas de entender el arte, los objetos y los concursos
- crea empatia (ayuda a transmitir emociones)
- se combina perfectamente con las técnicas de narración

Las experiencias del patrimonio cultural creadas con la RV presentan también diversas posibilidades que deberían tenerse en cuenta:

- al ser una tecnología totalmente inmersiva, puede desviar al público del objeto o del objetivo original
- favorece la búsqueda de la interacción social
- implica muchos riesgos: riesgos humanos, de formación, de infraestructuras financieras y tecnológicas
- la accesibilidad de los participantes
- cuestiones prácticas y técnicas
- calidad de la gráfica (impacto en el volumen de ventas)
- interferencia con el flujo de aire
- efecto de distracción (en el caso de las experiencias situ)

Realidad virtual - ¿Cómo usarla?

Sugerencias para diseñar y desarrollar experiencias de RV en una organización del patrimonio cultural:

- Alinear la experiencia con la misión y las estrategias de la organización
- ofrecer una experiencia sin solución de continuidad y bien amalgamada, no una oferta individual
- adaptar su uso a una necesidad concreta
- aumentar el original, pero no desestimar o soslayar
- preocuparse por alcanzar un buen equilibrio entre uso y abuso
- combinar la RV con otros estímulos sensoriales y sociales
- Utilizar criterios científicos y éticos

(según Shehade & Stylianou-Lambert, 2020)





Cómo integrar lo digital en la experiencia del patrimonio cultural

Los beneficios y los límites de cualquier aplicación de la tecnología digital en el campo de la salud se han estudiado hasta cierto punto.

Algunas tecnologías tienen más potencial educativo, otras son simplemente más atractivas para el público más joven.

Cuando elijas una tecnología u otra, búscala en la experiencia de otras organizaciones. Hay muchos ejemplos y estudios que pueden ayudar a tomar su decisión.

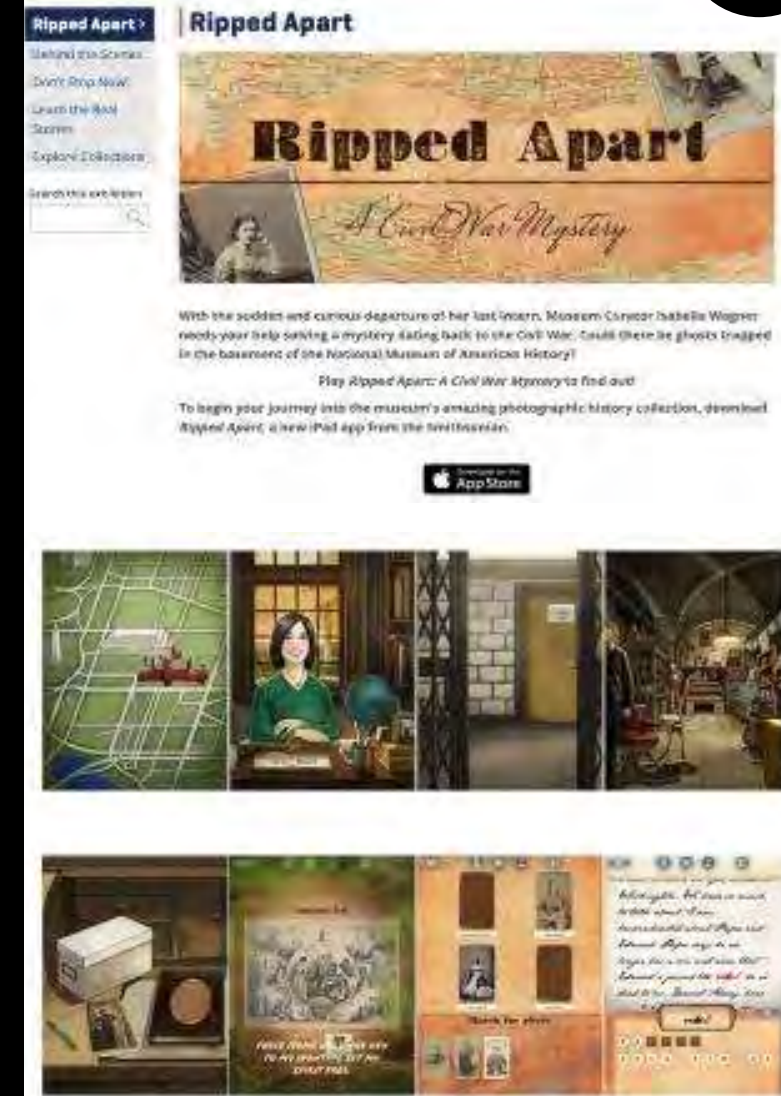
Un estudio de investigación sobre los visitantes que interactúan con los artistas en un museo, realizado por Luigina Ciolfi y Liam J. Bannon, concluye que:

- las personas prefieren concentrarse en los objetos expuestos, no en las interfaces del ordenador que separan al visitante del arte real
- la tecnología debería asistir a la exposición, en lugar de distinguirse de ella
- la creación de entornos públicos ibéricos que permitan a los visitantes interactuar activamente con las características del espacio físico y digital debería ser el objetivo principal
- incorporar la participación activa de los niños; éstos deben estar en condiciones de recibir información o de hacer cambios en relación con las redes digitales.
- encontrar modos de incorporar el intercambio colaborativo con y en la muestra, con indicaciones, disparos y affordances adecuados de la muestra aumentada tecnológicamente.

(según Ciolfi & Banno, 2002)

Experiencias en línea

- las experiencias puramente en línea tienen límites evidentes: la experiencia de contacto con el patrimonio cultural y sus características relevantes (tamaño, textura, color real, ambiente) son más difíciles de transmitir
- el grado de responsabilidad ética al mediar en este tipo de experiencias es mayor, ya que presumen de un mayor grado de hipótesis
- muchas de estas experiencias en línea se han desarrollado con un marcado propósito educativo, ya que tienen un gran potencial de interactividad y de complejidad
- permiten una mayor creatividad y asociaciones únicas de ideas
- **los “serious game”, por ejemplo, permiten una gran interactividad con el usuario: y dan cabida a muchas capas de información e interpretación; también son atractivos y gratificantes, lo que facilita el aprendizaje**
- los productos finales deben ser muy **competitivos, ya** que siempre hay alternativas más entretenidas para el público



Página web que presenta el juego serio desarrollado por el Smithsonian
Desgarrado

Imprimir pantallas de :
<https://americanhistory.si.edu/ripped-apart>

Ejemplo: exposiciones virtuales en línea

"Una muestra digital en línea es una colección ipermedial compuesta por objetos digitales que son:

- que se relacionan entre sí por un hilo conductor, un tema interdisciplinar, un concurso, una idea, un aniversario, un evento especial o una persona física;
- visualizados en 2D y/o 3D;
- ocasionalmente inmagazzinati in reti distribuite;
- resi accesibles a través de las potencialidades que ofrecen las tecnologías modernas, gracias a una arquitectura de sistema diseñada para ofrecer experiencias copiosas y centradas en el usuario;
- productos dinámicos que pueden ofrecer servicios adicionales y ser actualizados periódicamente".

MOVIO KIT <https://athenaplus.wordpress.com/2014/07/31/movio-brochure-available-for-download-on-the-athenaplus-website/>

imprimir la pantalla de <https://www.louvre.fr/en/online->



- Las experiencias en línea son el grueso del consumo de experiencias ligadas al patrimonio cultural durante el 2020, a causa de las restricciones de la pandemia
- Los museos virtuales o las exposiciones disponibles en línea son una oportunidad práctica para mantener al público involucrado con el patrimonio cultural

Ejemplo: exposiciones virtuales en línea

Puedes ir en grande o en pequeño: la cantidad de información (imágenes, texto) disponible en línea de forma gratuita puede ayudarle a actualizar sus exposiciones a otro nivel; puede pensar en una muestra en relación con el patrimonio cultural que gestiona, o puede crear un tema y permitir la contribución de varias entidades (también del público) - también puede desarrollar una plataforma para la co-creación de tales contenidos (véase Europeana, Google Arts & Culture).

Puede valorarse la conservación clásica: las múltiples estrategias de significado y las conexiones, la correlación entre los objetos puede realizarse de múltiples maneras, utilizando una combinación de soportes: imagen, vídeo, texto, reconstrucciones virtuales, tecnologías inmersivas: ¡siempre es ambicioso!

Mostrar cosas nuevas: una muestra en línea puede centrarse en información que normalmente no está disponible sobre el patrimonio cultural: se puede "abrir" un área de almacenamiento, se puede mostrar información más compleja pero interesante sobre la conservación, etc.

Rendilo interactivo e interesante

Utiliza el storytelling, utiliza experiencias digitales complementarias (como la gamificación), no descuida el papel de la cocreación en el desarrollo: apunta a desarrollar la comunidad en torno a las experiencias que facilita.

¿Cómo se procede?
¿Cuáles son los límites y las posibilidades?



Visite:

<https://about.artsandculture.google.com/experience>

Ejemplo: exposiciones virtuales en línea

Elija un título significativo e impactante y muestre imágenes de calidad: los visitantes se sienten atraídos por frases e imágenes pegadizas; en línea, este primer encuentro con su producto digital marcará una gran diferencia a la hora de atraer al público.

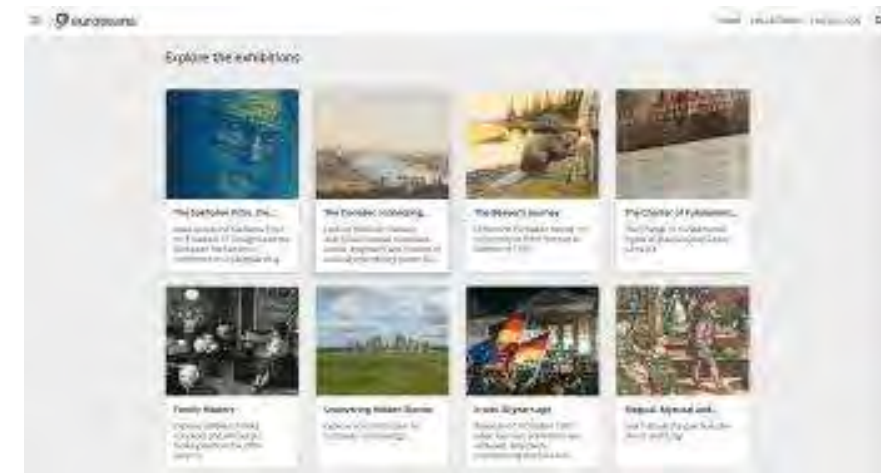
No abrume a su público con información: ordene la información (textual, visual, sonora); no caiga en la tentación de darla toda, sólo porque el medio lo permite: si no es esencial para su proyecto no la utilice: no simplifique, sin embargo, su proyecto no debe ser similar a un blogpost ilustrado.

Diríjase al público: proceda con las exposiciones en línea como lo haría con una física: investigue el público y utilice los medios adecuados para atraerlo.

También puede **recopilar datos sobre el alcance de la audiencia, el compromiso y la satisfacción en tiempo real**; ya existen numerosas métricas y herramientas para recopilarlas en el ámbito digital.

Comercializa tu producto digital de forma inteligente, en los canales adecuados y con la frecuencia adecuada (recuerda cómo puedes hacerlo desde la Unidad anterior)

¿Cómo se procede?
¿Cuáles son los límites y las posibilidades?



Visite
<https://www.europeana.eu/en/exhibitions>

¡Recuerda!

Ya sea que desarrolle experiencias en línea o fuera de línea, productos digitales independientes o complementarios, comience desde su empresa en el patrimonio cultural.

Las características que quieres destacar (contenido y objetivo), el contenido que quieres que se vea, los objetivos educativos que quieres promover, etc. - Estos son los factores en los que se basa su elección de medios digitales.

La experiencia digital es sencillamente una experiencia que se ofrece con la ayuda de la tecnología digital, una experiencia única y llena de posibilidades. No hay que olvidar el objetivo principal de la presentación del patrimonio cultural. Además, no debe defraudar al público.

Cualquiera que sea el instrumento que haya elegido utilizar, cualquiera que sea el producto que desee utilizar, asegúrese de que funciona. Una experiencia catastrófica para el usuario en el caso de los productos digitales suele ser rápidamente visible y sancionada por su público.

Partiendo de los principios fundamentales, los objetivos estables se relacionan con lo que tiene sentido observar en relación con el patrimonio cultural.

No inseguro necesariamente las tecnologías de punta, sino que conecte a su público y ofrezca una experiencia que pueda ser accesible y accesible.

SECCIÓN 2

Ciclo de vida de un proyecto digital



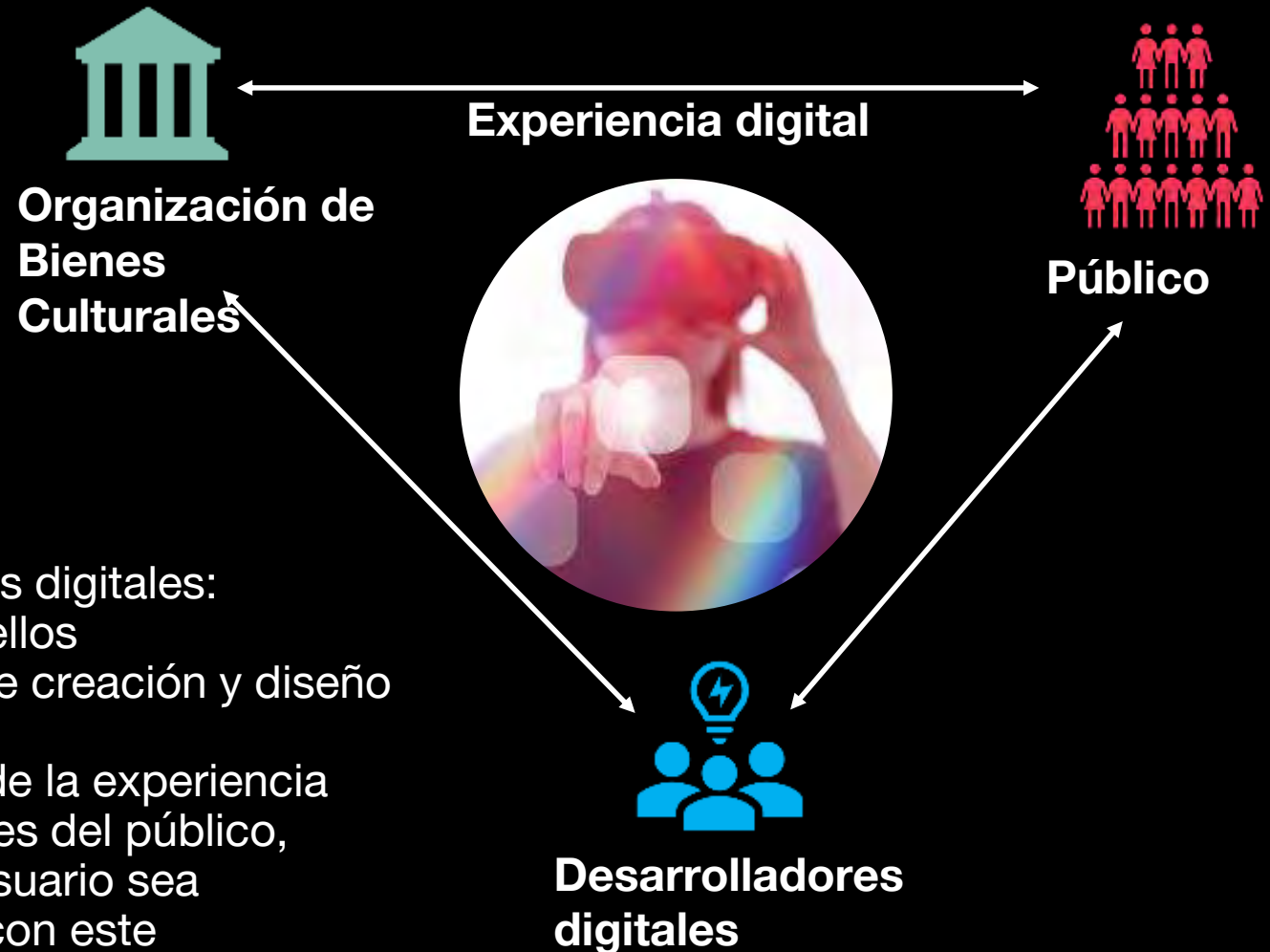
Desarrollar un proyecto digital

Muchos de los proyectos y de las experiencias digitales que estamos creando requieren la participación de personal muy especializado o la externalización de servicios relacionados con lo digital: desarrollo de software, instalación de plataformas, mantenimiento, etc.

Esto significa que la creación de la experiencia digital está influenciada por una tercera parte, que debe estar perfectamente alineada con nuestros objetivos.

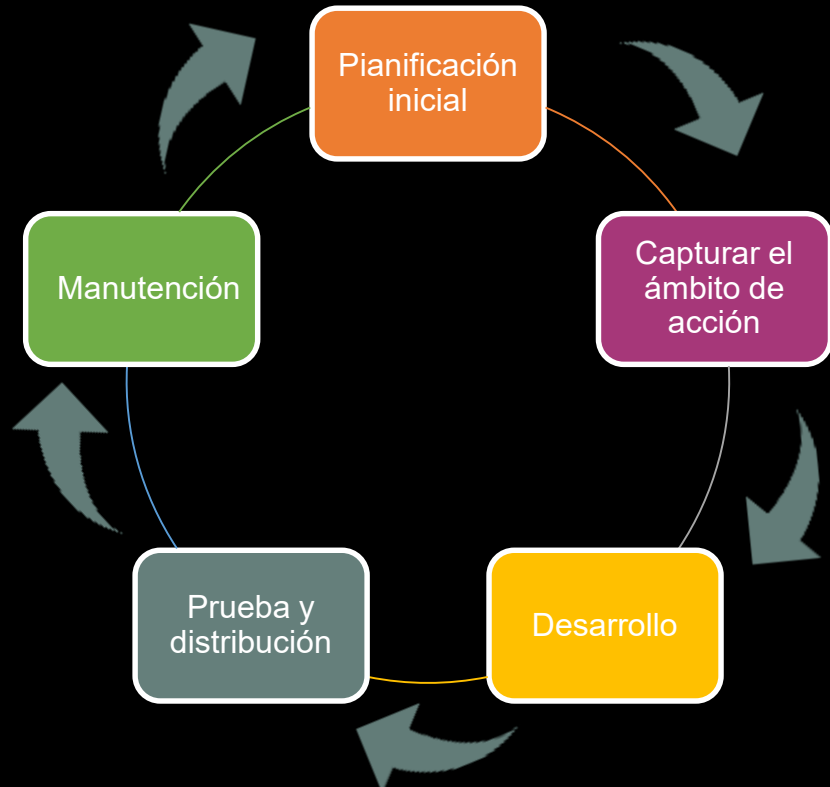
Establezca una relación con los desarrolladores digitales:

- desarrollar una buena comunicación con ellos
- participando rápidamente en el proceso de creación y diseño de las experiencias
- integrando su perspectiva en la creación de la experiencia
- que conozcan los perfiles y las aspiraciones del público, asegurándose de que la experiencia del usuario sea adecuadamente diseñada y desarrollada con este conocimiento complementario



No olvide la necesidad de una ayuda externa especializada. La competitividad de su producto es la clave de su éxito.

El ciclo de vida de un proyecto digital



Cinco fases de desarrollo de un proyecto digital

Los proyectos digitales son problemáticos de gestionar, ya que implican algunos procesos poco conocidos para una organización del patrimonio cultural. Es útil sumergirse en los distintos modelos de gestión de proyectos antes de embarcarse en el diseño de la experiencia digital, y tomar una decisión informada sobre cómo proceder, teniendo en cuenta la

Planificación inicial

- Identificación y valoración de las ideas (brainstorming)
- Amplia definición del proyecto
- Tiempo de espera, riesgos y costes
- Propuesta de proyecto

Capturar el ámbito de acción

- Planificación detallada, funcionalidad, requisitos, hoja de ruta y cintas de base estables
- Diseño de la experiencia del cliente/usuario
- Costes y requisitos para los beneficiarios

Desarrollo

- Desarrollo del producto digital utilizando los requisitos y las especificaciones de la mayoría de los productos anteriores (equipo de desarrollo)
- El producto digital se crea desde el back-end hasta el front-end

Prueba y distribución

- Fase de implementación: el producto digital se prueba
- Si se controla la calidad
- El producto llega a los usuarios

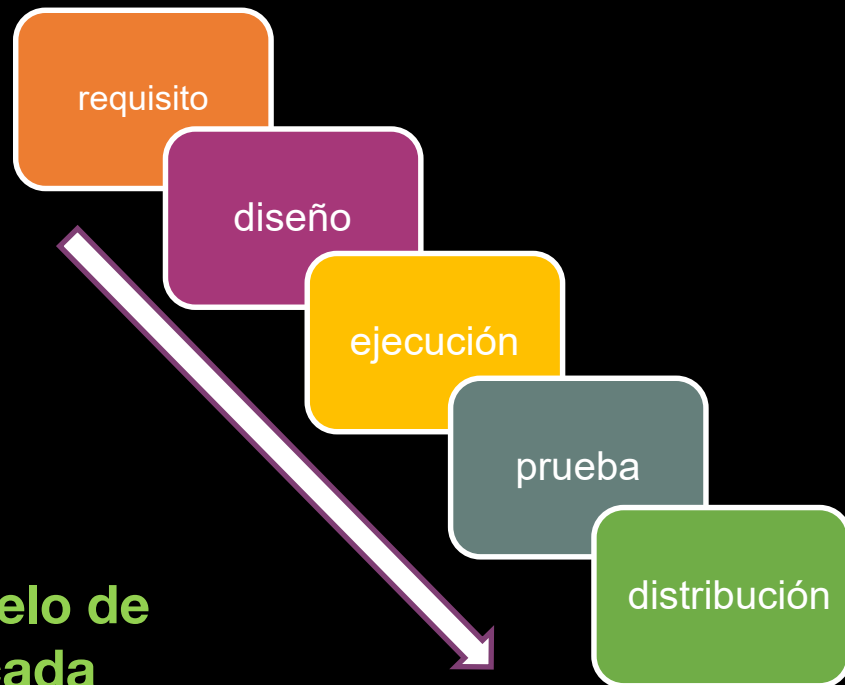
Mantenimiento

- Mejorar el funcionamiento y la estabilidad,
- Ofrecer apoyo a los usuarios del producto
- Resolver los problemas

Metodologías de gestión de proyectos para proyectos digitales

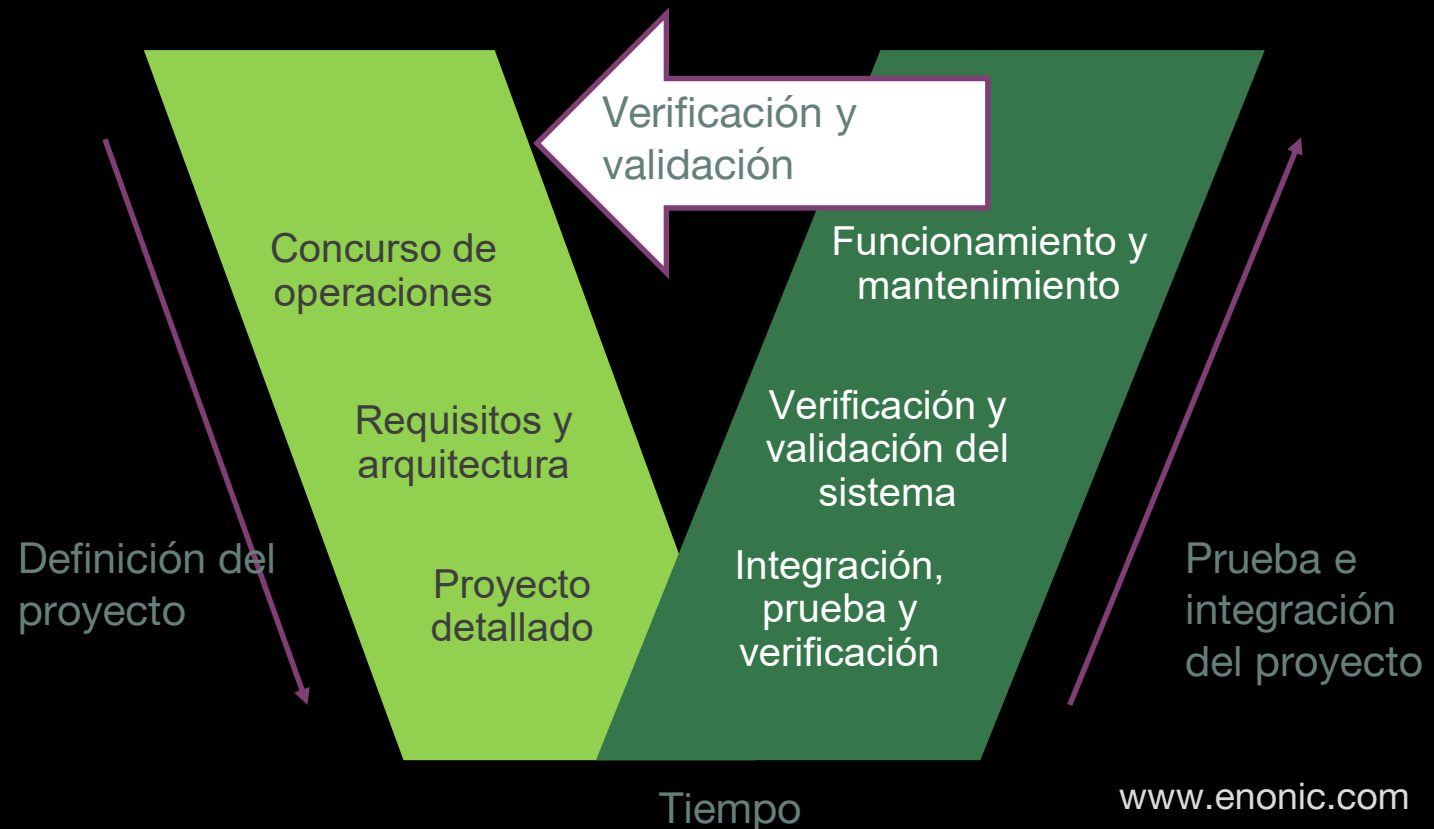
Modelo de cascada

Las actividades de un proyecto se desarrollan en un orden secuencial, cada fase depende de los resultados de la fase anterior



Modelo a V

Un derivado del modelo en cascada, el proceso ilustra la relación entre las fases del ciclo de vida y muestra la conexión con las fases de prueba



Metodologías de gestión de proyectos digitales

Modelo en espiral

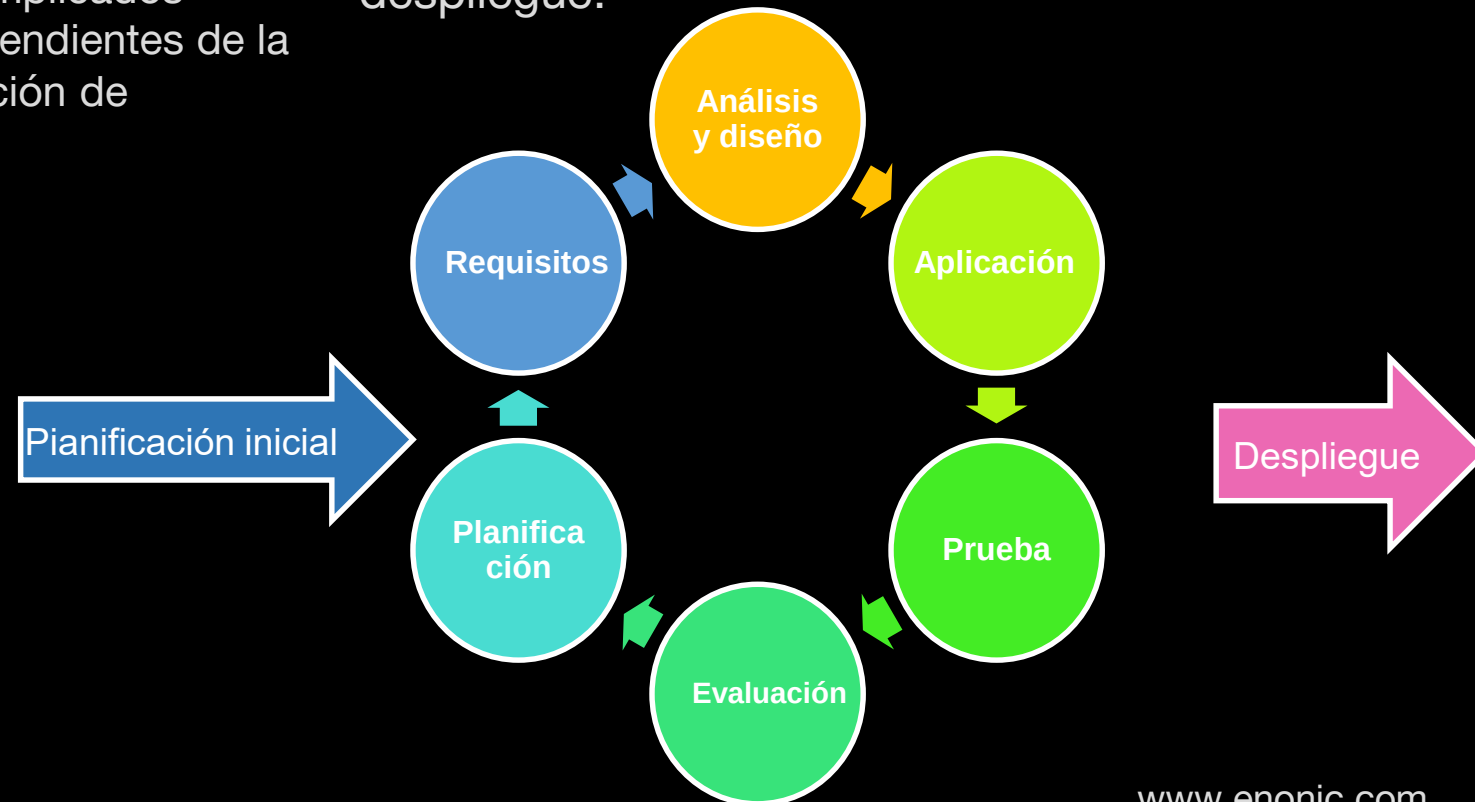
- basado en los modelos de riesgo de un proyecto concreto, combina los enfoques de diseño y prototipado en fases
- Adecuado para proyectos grandes, costosos y complicados
- utiliza funciones de otros modelos (cascada) independientes de la planificación, la valoración de los riesgos y la creación de prototipos y simulaciones.

Después de Sami, 2012



Iterativo e incremental

comienza con la planificación y continúa con ciclos repetitivos e iterativos, antes de terminar con el despliegue.



Metodologías de gestión de proyectos digitales

"Agile es un enfoque extendido y popular para la gestión de los proyectos digitales, por lo que muchos equipos de todo el mundo adoptan el enfoque Agile cuando inician un proyecto digital.

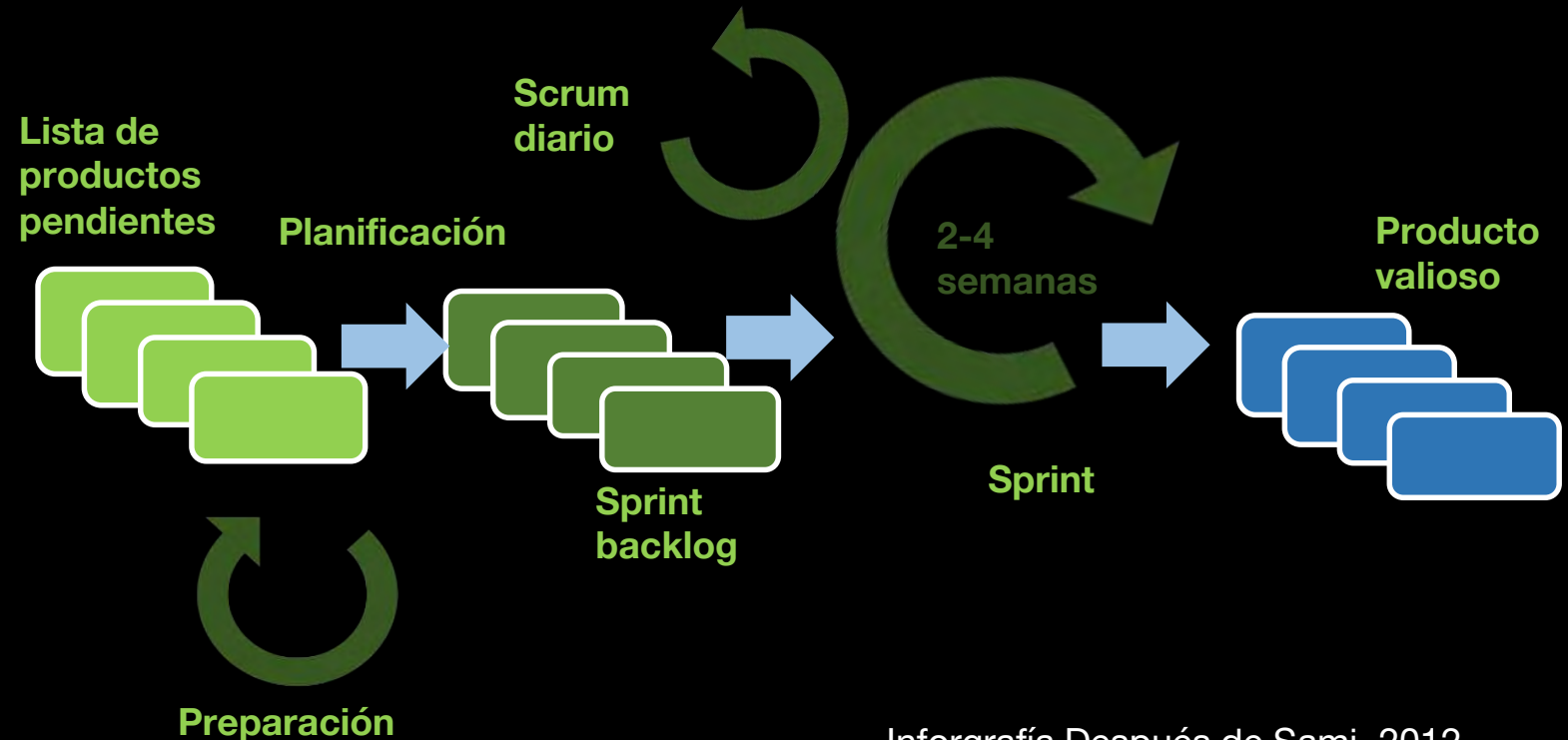
Agile puede definirse como un conjunto de valores y principios en los que los procesos de trabajo, los métodos, la colaboración y el asesoramiento se mejoran continuamente y se adaptan a cualquier contexto. "

Métodos como **SCRUM**, Kanban, marco de proyectos adaptables, gestión extrema de proyectos, etc., definen el enfoque ágil.

Modelo ágil - SCRUM

"enfoque basado en la prensa en el que un pequeño equipo se reúne regularmente con, por ejemplo, un stand-up para discutir los asuntos actuales y los obstáculos"

www.enonic.com



SECCIÓN 3

Preguntas abiertas
y sugerencias



Preguntas y respuestas

¿Qué principios has elegido para tu experiencia digital?

¿Cómo identificar las características más adecuadas del patrimonio cultural para promoverlas a través de la tecnología digital?

¿Cómo identificar las mejores herramientas digitales para valorar el patrimonio cultural?

¿Cómo está preparada su organización para gestionar y garantizar el mantenimiento de un proyecto digital completo?

¿Alguna vez ha llevado a cabo un proyecto digital?
¿Cuáles son los principales problemas que has encontrado?



Sugerencias

- Identificar las características más adecuadas para utilizar y enfatizar en la creación de una estructura de experiencia digital para un objetivo concreto del patrimonio cultural o la expresión del patrimonio inmaterial
- Conocer e integrar las características de los grupos de referencia en términos de tipo de experiencia digital preferida o a la que se accede más fácilmente
- Identificar las mejores narraciones para los grupos objetivo previstos y las herramientas digitales más adecuadas para ilustrarlas
- Establecer criterios de experiencia digital que puedan ser comunicados de forma clara y directa a los expertos del sector digital que configuren eficazmente la experiencia digital desde un punto de vista técnico.
- Articular la experiencia digital proyectada en el ciclo de la experiencia, utilizando enfoques de gestión de proyectos e intuiciones de marketing digital
- No se olvide de medir las experiencias: busque las medidas más adecuadas para supervisar y evaluar la experiencia digital de los visitantes/turistas



Principales resultados

Esta presentación se refiere a la creación de experiencias digitales.

Ahora que has terminado de verlo, debería ser capaz de:

- Saber qué es lo que lleva a una selección informada del diseño de la experiencia digital para el patrimonio cultural
- Identificar las ventajas y desventajas de algunas tecnologías digitales para la creación de experiencias digitales para el patrimonio cultural
- Comprender lo que contribuye a una buena planificación de la experiencia del usuario
- Recuerde que existen varios modelos de gestión de proyectos digitales que pueden utilizarse en función de la complejidad de su proyecto





Sección de cierre



Más información

Podrá aprender cosas muy útiles sobre cómo crear experiencias digitales utilizando tecnologías inmersivas siguiendo el webinar NEMO **Museo del futuro: Transformación digital y tecnologías inmersivas:**

<https://www.youtube.com/watch?v=svD2FfHyzSs> (Olaf Sperwer)

El material desarrollado en el marco del proyecto RICHES es una rica fuente de información que puede ayudarle a crear experiencias digitales teniendo en cuenta su público.

D6.1 Acceso, participación, aprendizaje: Estrategias digitales para el compromiso del público con el patrimonio cultural en museos y bibliotecas, disponible como REA en la plataforma del curso.

El libro MOVIO, que puede descargarse de la página web de AthenaPlus, contiene más información sobre las pantallas virtuales. <https://athenaplus.wordpress.com/2014/07/31/movio-brochure-available-for-download-on-the-athenaplus-website/>

El artículo de Shehade, M. & Stylianou-Lambert, T., **Virtual Reality in Museums: Exploring the Experiences of Museum Professionals** disponible como REA en la plataforma del curso o en el siguiente enlace

<https://www.mdpi.com/2076-3417/10/11/4031/htm>

También puede ampliar su conocimiento sobre este tema del diseño de experiencias digitales, explorando otros materiales de la bibliografía y de las páginas web utilizadas como referencia para esta presentación.

- Bekele M.K. & Champion E. (2019.).A Comparison of Immersive Realities and Interaction Methods: El aprendizaje cultural en el patrimonio virtual. Front. Robot. AI 6:91. doi: 10.3389/frobt.2019.00091 Recuperado de <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/frobt.2019.00091/full>
- Ciolfi, L. & Bannon, L. (2002) Designing Interactive Museum Exhibits: Aumentar la curiosidad de los visitantes mediante artefactos aumentados. Extraído de http://echo.iat.sfu.ca/library/ciolfi_museum_exhibits_augmented_artefacts.pdf
- Ciolfi, L. y Bannon, L. (2002). Aprender de las visitas a los museos: Formando sensibilidades de diseño. Extraído de https://www.researchgate.net/publication/228981310_Learning_from_museum_visits_Shaping_design_sensitivities
- Curtis, C. (2020)Cómo construir, cuándo comprar: Tácticas escalables para proyectos y servicios digitales.MVW20/Online. <https://mw20.museweb.net/paper/how-to-build-when-to-buy-scalable-tactics-for-digital-projects-and-services/>
- Fayock, C (2020, 18 de junio). Front End Developer vs Back End Developer - Definition and Meaning In Practice.FreeCodeCamp. <https://www.freecodecamp.org/news/front-end-developer-vs-back-end-developer-definition-and-meaning-in-practice/>
- Ferens P. (s/f). Bluetooth Low Energy.iBeacon App for a Museum-a War Story.Ready4s.Retrieved from <https://www.ready4s.com/blog/developers-tips-bluetooth-low-energy-in-app-development>
- N/A. (s.f.) Digital Projects- all you need to know -. Enonic. <https://enonic.com/digital-projects-ultimate-guide>
- N/A.(n/d). Modigliani VR. Extraído de <https://www.tate.org.uk/whats-on/tate-modern/exhibition/modigliani/modigliani-vr-ochre-atelier>
- N/A.(n/d). Modigliani VR:The Ochre Atelier.Using VR to develop empathy with the artist in his block-buster Modigliani exhibition TATE & HTC VIVE ARTS.. <https://preloaded.com/work/modiglianivr/>
- N/A. (2014) Folleto de MOVIO disponible para su descarga en el sitio web de AthenaPlus. <https://athenaplus.wordpress.com/2014/07/31/movio-brochure-available-for-download-on-the-athenaplus-website/>
- N/A .(n/d).Desgarrado. Sitio web del Smithsonian. Museo Nacional de Historia Americana. <https://americanhistory.si.edu/ripped-apart>
- Sami, M. (2012,15 de marzo). Modelos y metodologías del ciclo de vida del desarrollo de software. Mohamed Sami. <https://melsatar.blog/2012/03/15/software-development-life-cycle-models-and-methodologies/>
- Shehade, M. & Stylianou-Lambert, T.(11 de junio de 2020).La realidad virtual en los museos: Explorando las experiencias de los profesionales de los museos.
- Número especial La realidad virtual y su aplicación en el patrimonio cultural. Ciencias Aplicadas. 2020; 10(11):4031. Extraído de <https://www.mdpi.com/2076-3417/10/11/4031/htm>
- Sperwer O. (2020). El museo del futuro: Transformación digital y tecnologías inmersivas. Webinar de NEMO. <https://www.youtube.com/watch?v=svD2FfHyzSs>
- Imágenes gratuitas de: <https://www.pxfuel.com>



Raluca Iulia Capotă

Instituto Nacional de Investigación y Formación Cultural - RO

Correo electrónico: raluca.capota@culturadata.ro

Raluca Iulia Capotă tiene más de 17 años de experiencia en la protección y administración del patrimonio cultural, trabajando en diversas organizaciones e instituciones especializadas de Rumanía (Ministerio de Cultura, museos nacionales, etc.). Ha representado a su país en numerosas comisiones y grupos de trabajo relacionados con el patrimonio cultural ante la UNESCO y la Comisión Europea. Desde 2012, enseña temas relacionados con el patrimonio cultural (conservación, gestión de las colecciones, teoría y legislación del patrimonio cultural) en cursos de formación impartidos principalmente a profesionales ya formados. Actualmente trabaja en el departamento de profesiones y normas profesionales del Instituto Nacional de Investigación y Formación Cultural de Rumanía.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Número de proyecto
601073-EPP-1-2018-1-IT-EPPKA2-SSA

Este proyecto ha sido financiado con el apoyo de la
Comisión Europea. Esta publicación refleja únicamente las
opiniones del autor, y la Comisión no se hace responsable
del uso que pueda hacerse de la información contenida en
ella.



Esta obra está autorizada bajo una licencia de Creative Commons

Licencia internacional de atribución-no comercial-compartida 4.0
(CC BY-NC-SA 4.0)

