



**INNOVACIÓN EN MUSEOGRAFÍA, UNA ESTRATEGIA DESDE EL DESIGN  
THINKING PARA EL RESCATE DEL PATRIMONIO CULTURAL**

**STEFFY KATHERINE BALLESTEROS ROMERO**

**Informe final de trabajo de grado para optar por el título de:**

**Magister en Innovación y Diseño**

**Director**

**PhD. Javier Mauricio Martínez Gómez**

**Codirectora**

**PhD. Clara Isabel López Gualdrón**

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER**

**FACULTAD DE INGENIERÍAS FISICOMECAÑICAS**

**ESCUELA DE DISEÑO INDUSTRIAL**

**MAESTRÍA EN INNOVACIÓN Y DISEÑO**

**BUCARAMANGA**

**2023**

**1**

A mi compañero de VIDA.

## AGRADECIMIENTOS

Quiero expresar mi más sincero agradecimiento a todas las personas que han sido parte fundamental en la realización de este trabajo de grado. Sus contribuciones y apoyo han sido invaluable y han hecho posible el logro de este importante hito en mi educación.

En primer lugar, deseo agradecer a mis papás por su constante apoyo, confianza y aliento a lo largo de este camino. A mis hermanas y abuelos, les agradezco profundamente por su amor incondicional y su inspiración constante. Sus palabras de aliento y su cariño han sido un motor fundamental durante cada etapa de este proceso. Les estoy enormemente agradecida y me siento afortunada por tenerlas en mi vida.

Agradezco de manera especial a mis directores de investigación: Javier y Clara, por su sabia guía, paciencia y apoyo en momentos de incertidumbre. Su experiencia y dedicación han sido fundamentales para orientarme en la dirección correcta y enriquecer este trabajo con valiosos conocimientos. Asimismo, quiero reconocer y agradecer a los estudiantes y profesionales que formaron parte de este proyecto. Su disciplina, trabajo arduo y compromiso han sido esenciales para llevar a cabo las investigaciones y alcanzar los resultados deseados. Este trabajo de grado no solo representa mi esfuerzo, sino también la dedicación y confianza que todos ustedes han depositado en mí. ¡Gracias Totales!

## **Resumen**

**Título:** Innovación en museografía, una estrategia desde el Design Thinking para el rescate del patrimonio cultural.

**Autora:** Steffy Katherine Ballesteros Romero

**Palabras Clave:** Diseño de experiencias, Salvaguardia, Portadores de patrimonio, Tecnologías RA y RV.

### **Descripción:**

En la actualidad, los museos emplean tecnologías como la realidad virtual y aumentada para sumergir a los visitantes en experiencias sensoriales enriquecedoras. La colaboración entre diseñadores, visitantes y profesionales culturales fomenta la apreciación y comprensión empática del patrimonio, conocimiento y tradiciones. Este trabajo presenta una estrategia basada en Design Thinking, para el diseño de una experiencia museística centrada en los portadores de patrimonio y visitantes, desarrollando narrativas cautivadoras, incluyendo storytelling y tecnologías para amplificar la vivencia y apropiación cognitiva. Los resultados fueron demostrados mediante el desarrollo de un caso estudio: El diseño del Centro de Interpretación Cunyaya, donde se pudo constatar que implementar estas estrategias transforma la museografía, generando vivencias impactantes y significativas, conectando a los públicos con el patrimonio cultural a través de la atracción visual, el placer emocional y la estimulación sensitiva.

## **Abstract**

**Title:** Innovation in Museography, a Design Thinking Approach for Cultural Heritage Revival

**Author:** Steffy Katherine Ballesteros Romero

**Keywords:** Experience Design, Safeguarding, Heritage Bearers, AR and VR Technologies

**Description:**

Currently, museums employ technologies such as virtual and augmented reality to immerse visitors in enriching sensory experiences. The collaboration among designers, visitors, and cultural professionals fosters the appreciation and empathetic understanding of heritage, knowledge, and traditions. This work presents a Design Thinking-based strategy for designing a museum experience centered around heritage bearers and visitors. It involves the development of captivating narratives, including storytelling and technologies, to amplify immersion and cognitive appropriation. The results were demonstrated through the development of a case study: The design of the Cunyaya Interpretation Center. It was observed that implementing these strategies transforms museum exhibitions, creating impactful and meaningful experiences that connect audiences with cultural heritage through visual attraction, emotional pleasure, and sensory stimulation.

## TABLA DE CONTENIDIO

INTRODUCCIÓN .....	1
1. PROPUESTA DE INVESTIGACIÓN .....	5
1.1. Planteamiento del Problema .....	5
1.2. Marco Conceptual.....	9
Museología.....	9
Museografía .....	10
Diseño de experiencias .....	12
Innovación.....	13
1.3. Justificación .....	14
1.4. Objetivos.....	16
1.4.1. Objetivo general.....	16
1.4.2. Objetivos Específicos.....	16
1.5. Metodología .....	17
2. DISEÑO Y MUSEOGRAFÍA .....	22
3. EL ROL DEL DESIGN THINKING EN LA SALVAGUARDIA DEL PATRIMONIO CULTURAL.....	33
3.1. Una visión desde la Museografía con Sandra Mendoza.....	35

3.2 La experiencia museal desde el Diseño con Julián Uscátegui.....	37
3.3 La perspectiva desde el turismo cultural con Carlos Alberto Duque.....	42
3.4 Una mirada desde el territorio con Carolina Barrera.....	45
3.5 Directrices desde los órganos de gobernanza .....	46
4. INNOVACIÓN EN MUSEOGRAFIA: EL DESIGN THINKING.....	52
4.1. El significado de la experiencia museística .....	52
4.2 Integración de la multidisciplinariedad.....	57
4.3 Modelado de experiencias museales con base en Design Thinking.....	60
Factores de la Atracción Visual: .....	63
Factores del placer emocional:.....	65
Factores de la estimulación sensorial:.....	66
5. Estudio de caso: CUNYAYA .....	68
5.1. Origen del proyecto.....	68
5.2 Objetivo del estudio de caso .....	69
5.3. Descripción de la aplicación de la estrategia en el caso estudio CUNYAYA.....	70
5.4. Diseño del Centro de Interpretación CUNYAYA .....	79
5.4.1 Ubicación .....	79
5.4.2 Concepto Cunyaya (Experiencia general) .....	80
5.4.3 Distribución de espacios y experiencia Cunyaya.....	84

5.4.4 Especificación de cada hito en la experiencia Cunyaya .....	89
AR-2 Extraer la esencia, transformar la caña. ....	94
V1 - V2 Oficios paneleros .....	96
AR-3 Rostros e historias de la panela: .....	96
VR-1 Sembrar, cortar, cargar y arrear. ....	99
VR-2 Moler, batir y moldear .....	100
AS-1 El Convite:.....	103
AS-2 Radio Güepsa: .....	104
5.5 Validación y resultados.....	106
5.5.1 Diseño de las pruebas de validación .....	110
5.5.2 Variables consideradas.....	113
5.5.4 Apropiación cognitiva.....	116
Apropiación cognitiva del eje curatorial: Producción Panelera.....	116
Apropiación cognitiva del eje curatorial: Caña y panela con 5 sentidos. ....	119
Apropiación cognitiva del eje curatorial: Campesinos de la panela. ....	121
Apropiación cognitiva del eje curatorial: Caña en Güepsa.....	123
Variables de atracción visual, estimulación sensitiva y placer emocional. ....	126
AR-1 Los viajes de la caña .....	128
Atracción visual: Diferencial semántico. ....	128

Estimulación sensitiva: Percepción.....	131
Placer emocional: Respuestas fisiológicas (gestos y reacciones.) .....	134
6. CONCLUSIONES .....	138
6.1 Hallazgos.....	138
6.2 Limitaciones.....	142
6.3. Trabajo futuro .....	144
7. BIBLIOGRAFÍA .....	147

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Nube de palabras de variables en una experiencia museográfica.....	25
Figura 2. Nube de palabras de variables para el diseño de una experiencia museográfica. ....	25
Figura 3. Articulación de la Museografía. Diseño y turismo con el Design Thinking. ....	34
Figura 4. Articulación de la experiencia museal desde el diseño y los públicos. ....	39
Figura 5. Curva de la experiencia museográfica para potencializar el Turismo. ....	44
Figura 6. Mapa de Convergencia Divergencia vs Roles en el proceso de diseño de Experiencias Museales. ....	50
Figura 7. Articulación de la experiencia museal con la triple actividad. ....	53
Figura 8. Articulación de la experiencia museal con los tres contextos. ....	55
Figura 9. Disciplinas involucradas en los cuestionamientos clave de la estrategia. ....	58
Figura 10. Integración de procesos en la estrategia de configuración de la experiencia museográfica .....	59
Figura 11. Modelado de la estrategia para el diseño de una experiencia museográfica basado en Design Thinking.....	61
Figura 12. Fotografía del Equipo Cunyaya.....	71
Figura 13. Talleres de co-creación y visitas de campo .....	72
Figura 14. Ciclos de Convergencia-Divergencia en la aplicación de la estrategia. ....	74
Figura 15. Ejes curatoriales en el CDI Cunyaya.....	76
Figura 16. Cartografía social: Trapiches de Güepsa .....	77
Figura 17. Recuperación de memoria oral en torno a oficios, objetos y condiciones geográficas para la producción de caña y panela en Güepsa .....	78

Figura 18. Estilo arquitectónico del espacio .....	79
Figura 19. Paleta de color y elementos de marca CDI Cunyaya. ....	81
Figura 20. Moodboard del concepto para el CDI Cunyaya .....	82
Figura 21. Distribución de los espacios en Cunyaya .....	84
Figura 22. Zonificación de las experiencias .....	86
Figura 23. Fachada CDI Cunyaya.....	90
Figura 24. Lobby Cunyaya .....	90
Figura 25. Mapas interactivos de los viajes de la caña .....	91
Figura 26. Experiencia de video mapping para aprender sobre las características de la caña. ....	92
Figura 27. Experiencia de video mapping para aprender sobre las características de la producción panelera. ....	94
Figura 28. Vitrinas de métodos para extraer jugos y al fondo cañaduzal abstracto.....	95
Figura 29. Vitrina del área del cañaduzal. ....	97
Figura 30. Simetría de las vitrinas del trapiche y el cañal. ....	97
Figura 31. Gavera de Rostros e historias de la panela. ....	98
Figura 32. Experiencia de realidad virtual sobre el cañaduzal. ....	100
Figura 33. Experiencia de realidad virtual sobre el trapiche. ....	101
Figura 34. Ampliación de los Oficios paneleros.....	102
Figura 35. Visualización de los 30 detrás de una panela. ....	103
Figura 36. Experiencia “El convite” .....	104
Figura 37. Experiencia "Los sonidos de la tierra .....	106
Figura 38. Desglose del patrimonio cultural inmaterial y sus caminos de salvaguardia. ....	107

Figura 39. Conexión de variables desde lo general y lo específico. ....	109
Figura 40. Resultados de la evaluación previa del eje curatorial "Producción Panelera". ....	117
Figura 41. Resultados de la evaluación posterior del eje curatorial "Producción Panelera". ....	117
Figura 42. Resultados de la evaluación previa del eje curatorial "Caña y panela con 5 sentidos" .....	119
Figura 43. Resultados de la evaluación posterior del eje curatorial "Caña y panela con 5 sentidos". .....	120
Figura 44. Resultados de la evaluación previa del eje curatorial "Campesinos de la panela" ....	121
Figura 45. Resultados de la evaluación posterior del eje curatorial "Campesinos de la panela".	122
Figura 46. Resultados de la evaluación previa del eje curatorial "Caña en Güepsa ". ....	123
Figura 47. Resultados de la evaluación posterior del eje curatorial "Caña en Güepsa". ....	124
Figura 48. Flujo de la validación de Apropiación Cognitiva vs validación de las variables Atracción Visual, Estimulación Sensitiva y Placer Emocional. ....	127
Figura 49. Grafica de resultados de atracción visual de la experiencia AR-1 Los viajes de la caña .....	130
Figura 50. Diseño de la tienda de la panela "Divergente". ....	145

## LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Metodología de investigación fase 1. Empatía .....	18
Tabla 2. Metodología de investigación fase 2. Definición .....	19
Tabla 3. Metodología de investigación fase 3. Ideación y prototipado .....	20
Tabla 4. Metodología de investigación fase 4. Testeo .....	21
Tabla 5. Relación entre espacio museal, sentidos involucrados y objetivo de la experiencia. ....	29
Tabla 6. Equipo multidisciplinario del proyecto.....	70
Tabla 7. Asociación de experiencias, estudiantes y profesores. ....	85
Tabla 8. Inventario de Experiencias CUNYAYA.....	88
Tabla 9. Muestreo. ....	111
Tabla 10. Relación de experiencia y trabajo de grado. ....	112
Tabla 11. Variables objeto de estudio.....	113
Tabla 12. Distribución de tratamientos por cada eje curatorial. ....	115
Tabla 13. Grafica de resultados de estimulación sensitiva de la experiencia AR-1 Los viajes de la caña .....	132
Tabla 14. Grafica de resultados de placer emocional de la experiencia AR-1 Los viajes de la caña .....	136
Tabla 15. Producción intelectual asociada al proyecto.....	140

## INTRODUCCIÓN

En la sociedad actual las personas frecuentan los museos y centros de interpretación<sup>1</sup> para ver e interactuar con objetos, exposiciones<sup>2</sup> o tecnologías situadas en espacios apropiados para dicha interacción; los medios de comunicación bidimensionales son quizá los más habituales, es común encontrar computadores, pantallas de visualización, además de infografías y textos presentes como recursos informativos. Sin embargo, Leinonen & Durall-Gazulla, (2014) manifiestan que los medios de comunicación por sí mismos no aportan un significado real y auténtico, por lo que es necesario proporcionar experiencias pensadas en favorecer el rescate cultural, teniendo presente que el aprendizaje está influenciado por el diseño, tanto si se trata de: la imagen, comunicación visual, exposiciones<sup>3</sup>, apps y páginas web.

En este mismo sentido Alzate, (2015) afirma que el diseño funciona como método generador de valor cuando se suma al patrimonio cultural, aporta elementos proyectuales y de funcionalidad necesarios para una mejor eficiencia en la producción de bienes culturales y experiencias. En palabras de Avilés (2010), el diseño de experiencias constituye una fuente de innovación en el proceso de desarrollo de proyectos, y este requiere de diferentes disciplinas, habilidades y métodos para lograr una visión completa, como es el caso de las experiencias museográficas, donde el

---

<sup>1</sup> En museografía se denomina *centro de interpretación* a aquel espacio que, carente de un fondo patrimonial propio, se destina a establecer un diálogo entre visitante y elemento patrimonial, ya sea urbanístico, arquitectónico, histórico, natural, etnológico o artístico.

<sup>2</sup> Este término designa a la vez el acto de presentación al público de ciertas cosas, los objetos expuestos y el lugar donde se lleva a cabo esta presentación” (Davallon, 1986)

diálogo entre los diferentes actores que participan en la institución museal es clave para la apropiación cognitiva<sup>4</sup> del patrimonio exhibido. Estos actores están compuestos por: los profesionales de la museología, portadores del patrimonio<sup>5</sup>, diseñadores (diseñadores industriales, gráficos, productores multimedia, escenógrafos, productores audiovisuales) y en muchos casos entes gubernamentales, entidades o empresas privadas, movimientos comunales, y el propio ciudadano, entre muchos otros participantes. Chaves & Sánchez (2001) aseguran que el rescate del acervo cultural<sup>6</sup> sin lugar a duda atañe al diseño, de allí la importancia de generar conocimiento a partir de procedimientos sistemáticos rigurosos que mejoren las prácticas del diseño y el rigor metodológico y científico que se puede aplicar desde otras disciplinas (investigación a través del diseño<sup>7</sup>), en este caso, la museografía; favoreciendo así, a nutrir y revalorizar las herencias y bienes culturales.

El problema abordado en este proyecto se sintetiza en la falta de integración y cohesión de los aportes que pueden surgir desde las prácticas del diseño y los procedimientos de la museografía.

---

<sup>4</sup> Las formas de apropiación cognitiva del patrimonio exhibido se instalan en el espacio de una experiencia situada que, condicionada por las restricciones materializadas en la sala de exhibición, es “actualizada” por cada visitante/intérprete según un sistema de relaciones que involucra su capital cultural y se “hace observable” a través de su producción discursiva.

<sup>5</sup> Los portadores (as) de una manifestación cultural son todas aquellas personas que practican o recrean –de forma consciente- su patrimonio inmaterial, además, las mismas comunidades o colectivos han reconocido a estas personas como parte esencial para la transmisión del patrimonio inmaterial.

<sup>6</sup> Se define como acervo cultural a todo un conjunto de expresiones artísticas y culturales que tienen en común una población y que engloba sus formas de vida, tradiciones y costumbres; pasándolas de generación en generación.

<sup>7</sup> En este enfoque, el sujeto y el objeto de la investigación es el propio diseño, es decir, se parte del objeto de diseño para generar conocimiento sobre diseño (Dolak, Uebernickel, & Brenner, 2013).

La falta de enfoque en el diseño de experiencias museográficas efectivas y la ausencia de una conexión significativa entre el mensaje y el público han llevado a la exhibición de colecciones de objetos sin coherencia ni interrelación. Además, la falta de familiaridad con las tecnologías de información y comunicación (TICs) ha dado como resultado espacios de interpretación que no logran cautivar el interés y la curiosidad de los visitantes.

En consecuencia, el propósito de este proyecto pretende establecer una estrategia que desde el diseño contribuya a la preservación del patrimonio cultural inmaterial, con un enfoque primordial en su difusión y divulgación.

Para poder demostrar la aplicabilidad de la estrategia propuesta, se desarrolló el caso de estudio “Cunyaya”, una iniciativa que surgió en respuesta a la convocatoria InvestigARTE 2.0<sup>8</sup> con el fin de conservar el Patrimonio Cultural Inmaterial (PCI) vinculado a la caña y la producción de panela en Güepsa, Colombia. Como joven investigadora del proyecto Cunyaya busqué: mejorar la integración entre todos los actores de interés en el proyecto, ofrecer una estrategia clara para lograr la cohesión de todos los involucrados y lograr los objetivos que de manera general se pretendían obtener con el proyecto.

CUNYAYA se concibió con el propósito de preservar y promover las tradiciones, saberes, prácticas y costumbres alrededor de la producción panelera como parte integral del patrimonio cultural de la región. Porque a pesar de que Güepsa lidera la producción de panela en el país, sus oficios y memorias relacionados no han obtenido el reconocimiento social que merecen. Para

---

<sup>8</sup> Esta iniciativa, financiada por Minciencias fue ejecutada por la Universidad Industrial de Santander, la Oficina de Gestión Cultural de la alcaldía de Güepsa, y la Fundación Álvaro Quiroga.

lograr este propósito, en Cunyaya se propusieron artefactos museográficos y el poder de las tecnologías para transmitir conocimientos y emociones, fomentando la interpretación y apropiación del patrimonio tanto a nivel cognitivo como didáctico. La experiencia del visitante al Centro de Interpretación CUNYAYA cautiva los sentidos de los visitantes y, al mismo tiempo, contribuye al reconocimiento de los saberes ancestrales y los valores culturales relacionados con la producción de panela en Güepsa.

# 1. PROPUESTA DE INVESTIGACIÓN

## 1.1. Planteamiento del Problema

En “El concepto del patrimonio cultural” Prats, (1998) manifiesta que la imagen de todo pueblo es la consecuencia de su historia, siendo su esencia forjada en el devenir del tiempo y su pasado un factor inseparable de lo que es y proyecta ser. Desde esta perspectiva de Prats, es indispensable recordar los hechos relevantes del pasado y rescatar aquellos elementos materiales o inmateriales que le representan, elementos que en un conjunto conforman lo que se conoce como el Patrimonio Cultural de los pueblos y naciones.

Este Patrimonio representa la historia entre la memoria individual y la colectiva, de allí su importancia para la sociedad; un término que ha evolucionado en el tiempo y ha pasado de ser un sinónimo de monumentos y objetos sin vida, arquitectónicos, artísticos o expuestos en un museo, para ser la expresión de un origen, estilo de vida, desarrollo, transformación e incluso de cadencia, en síntesis, sinónimo de cultura y memoria histórica.

El patrimonio que ha producido a lo largo de su historia y ha logrado conservar un pueblo, es lo que le distingue, lo que logra identificarlo, lo que alimenta su identidad cultural y lo que mejor define su aporte específico a la humanidad. Además, según Molano, (2007), el patrimonio cultural es uno de los ingredientes que puede generar desarrollo en un territorio, permitiendo equilibrio y cohesión social. Para Molano, a pesar de que la existencia del Patrimonio Cultural es independiente de su reconocimiento o valoración, destruirlo o dejar que se deteriore es negar una parte de la historia de un grupo humano y de su legado cultural. En ese sentido podemos concluir que, desde la concepción histórica de la humanidad, el rescate del patrimonio cultural se justifica, dado que trata del rescate de la esencia misma del ser.

Los centros de interpretación y museos son agentes de cambio social, constituyen una de las herramientas más útiles que se disponen para rescatar el patrimonio cultural y dinamizar la vida de los pequeños pueblos ya que, además de cumplir la labor museística propia, pueden ser un importante yacimiento de empleo complementario a los tradicionales, ofreciendo así a los habitantes la oportunidad de fijar su vida en dichos pueblos (Utrillas & Gambau, 2012). De allí la importancia de salvaguardar, proteger y defender los resultados de la creatividad y diversidad cultural del ser humano, ofreciendo a los visitantes de estos espacios un aprendizaje significativo a través de una experiencia seductora.

Según Naranjo (2014) en su libro “Estrategias comunicacionales de museos para abordar temáticas de memoria colectiva” son diferentes los ejes que pretenden abordar los centros de interpretación y museos, algunos de ellos son: las estrategias y diseño, memoria colectiva, consumo cultural y la comunidad; otros autores añaden otros ejes tales como: metodologías (Bastidas & Vargas, 2012), el turismo, las redes o conexiones (Blanco, 2007), políticas (Combariza et al., 2014), comunicación (Fontal, 2003), personajes y espacialidad (Osorio Arias et al., 2018), entre otros. Actualmente, el desarrollo de nuevas estrategias expositivas y la incorporación de elementos dinámicos en las salas de exhibición responde al esfuerzo del eje de innovación de los centros de interpretación y museos. Con todo y lo anterior, la evolución más profunda se evidencia en el cambio del foco de atención desde el objeto hacia el visitante para analizar, desde distintos puntos de vista, la manera en que éstos se conectan con la exhibición, tanto en sus aspectos cognitivos y comportamentales, como emocionales (Reca, 2011).

Las diferentes disciplinas de diseño (diseño industrial, gráfico, interactivo, espacios, etc.) juegan roles importantes en las experiencias museográficas; porque son las encargadas de articular

los tres estímulos necesarios para que una experiencia sea significativa: la atracción visual, la estimulación sensitiva y el placer emocional. Y es el resultado de estas disciplinas lo que debe integrarse para que actúen como un conjunto de artefactos coherentes y pertinentes que respondan de manera efectiva a los ejes curatoriales a través del diseño de experiencias, diseño de mobiliario, diseño del espacio interior, moda, escenografías, diseño audiovisual e identidad, solo por nombrar algunos.

Sin estímulos sensitivos, atracción visual y placer emocional, no existe un interés por conocer, es decir, un interés por preguntarse acerca de, y, en consecuencia, por saber las respuestas y aprender. Es por esto que Estepa Giménez, (2016) sostiene que la educación patrimonial debe conducir al diseño, y para López, (2013) este componente pedagógico es resuelto a través del diseño.

Varios autores enfatizan la importancia del diseño en los museos. Fuad-Luke (2013) lo ve como una herramienta que impulsa cambios sociales. Angulo Delgado et al., (2014) y otros lo consideran parte integral de la estrategia para involucrar al público. Elisondo & Melgar (2015) y Soto Lombana et al., (2014) destacan su papel en la innovación y comunicación de los museos. Mateos Rusillo (2013) y Gant (2014) resaltan el potencial de las TIC en la era digital museística. Por otra parte, Mazé (2020) propone la recuperación de maneras de pensar de culturas ancestrales y urge a los diseñadores abordar la complejidad de su quehacer como una fuerza que da forma al mundo, en concordancia Carissimi, (2010) dice que en estos espacios los diseñadores tienen un rol especial, en la semiosis del diseño de experiencias museográficas, materializando una serie de cuestiones que tienen como objetivo seducir al visitante para que este desee adquirir conocimiento sobre un espacio de interés cultural.

De modo que, el diseño aplicado al espacio museal realmente tiene que ver con el mejoramiento de procesos y modelos de negocio que permitan brindar a los asistentes una experiencia memorable y satisfactoria para así, cumplir con su misión social y cultural (Naranjo 2018). Por ello, el diseño se ha convertido en una disciplina transversal que no sólo permite articular y dar sentido a la colección, sino que también, brinda nuevas posibilidades para la innovación en la gestión museal Quinche Ramírez, (2021) asegura que, en el desarrollo del diseño para la innovación social, el diseñador experto se involucra en iniciativas sociales donde se desarrollan procesos de investigación en diseño desarrollando acciones en campo. Busca que las innovaciones sociales sean significativas, basadas en nuevas formas de relaciones sociales y nuevos modelos económicos. Si se analiza en profundidad la definición de diseño se encontrará que en su noción está implícita en la idea de innovación, siendo el diseño una herramienta integradora de productos, servicios y experiencias con capacidad de satisfacer la demanda particular de los públicos, basados en relaciones innovadoras entre los *stakeholders*<sup>9</sup> y donde la economía y los intereses de la región proveen continuamente nuevas soluciones, con beneficios ambientales y sociales, para finalmente lograr que el visitante experimente situaciones reflexivas que minimicen la distancia entre la propuesta expositiva y su mundo.

En síntesis, como se evidencia en la literatura, uno de los factores de éxito de las instalaciones museográficas destinadas a generar turismo, rescatar y potenciar el conocimiento de una localidad, depende del juego de seducción entre el visitante y todo lo que conforma el espacio museográfico. Como hemos podido observar, se ha trazado un sendero significativo en la

---

<sup>9</sup> Aquellos grupos sin cuyo apoyo la organización podría dejar de existir (Freeman y Reed, 1983; Freeman, 1984).

comprensión del problema central que se abordará en esta investigación: A pesar de la importancia y los beneficios inherentes al rescate del acervo cultural, se evidencia una carencia de integración entre los diversos pilares de la museografía, especialmente en relación con el diseño. Esta deficiencia se manifiesta claramente en la ausencia de metodologías y conocimientos adecuados para abordar el desarrollo de la experiencia museográfica.

Este desafío se agrava aún más debido a la falta de efectividad de los mecanismos de diseño, cuya función debería ser fomentar la interacción entre el mensaje y el público. En ocasiones, estas interacciones se limitan a la mera exhibición de colecciones de objetos desprovistas de un orden o de relaciones significativas entre ellas. Además, se suma la escasa familiaridad con los sistemas y tecnologías de información y comunicación (TICs) al crear espacios como centros de interpretación, lo que resulta en la insatisfacción de las expectativas de los visitantes, tanto los foráneos como los locales, quienes carecen del interés por adquirir conocimientos y de la curiosidad necesaria.

## **1.2. Marco Conceptual**

Durante el proceso de análisis del problema a tratar se evidencian cuatro conceptos relevantes relacionados con la situación de estudio y son la columna de esta investigación, ellos son: museología, museografía, diseño de experiencias e innovación.

### **Museología**

El Consejo Internacional de Museos (ICOM) define a la museología como la ciencia del museo que estudia su historia y razón de ser, su función en la sociedad, sus sistemas de investigación, educación y organización, la relación que guarda con el medio ambiente físico y la

clasificación de los distintos tipos de museos, en conclusión, el objeto de investigación de la museología tiene como objetivo el estudio de una actitud más específica de la persona delante su realidad, comprendiendo al ser humano en su sociedad y se clasifica en:

- Historia del museo
- Organización del museo
- Técnicas para emplear en la gestión de los museos
- Funciones museísticas
- Teoría museológica

Estos pilares le permiten distinguirse de otro concepto afín, el de museografía; que es la disciplina práctica, que tienen como objetivo disponer y organizar la exposición de objetos y testimonios de la evolución del hombre, la naturaleza o la historia de un territorio, con fines específicamente didácticos, culturales, estéticos y recreativos, considerando el estudio y análisis de cada caso pues los inmuebles, colecciones y experiencia dependen en gran parte del contexto en el que se ubique cada museo o centro de interpretación.

### **Museografía**

La museografía es decisiva en la relación edificio – público – objeto de exposición asegura (Fuentes, 2000), porque relaciona los objetos en el espacio al que se circunscriben y los relaciona entre sí, con un discurso coherente, seductor e informativo. Para que la muestra expositiva logre la relación deseada entre el objeto y el público, esta relación responde al resultado de la puesta en

escena de una historia que quiere contar el curador<sup>10</sup>, a través del guion<sup>11</sup>, por medio de los objetos disponibles, la colección<sup>12</sup>, que tiene como fin exhibir el testimonio histórico del ser humano y de su medio ambiente para fines de estudio y/o deleite del público visitante.

En estos espacios se logran numerosas visitas, tan distintas como los gustos y conocimientos de los públicos visitantes que pueden ser niños, jóvenes o adultos; sin importar su sistema de creencias, la adecuada representación del guion logra crear diversas lecturas en un recorrido aparentemente único dentro de un espacio definido. En síntesis, sin la museografía, los públicos presentarían graves confusiones pues no habría un orden de interacción con las piezas y contenido del recorrido ya que la ideación del proceso de interpretación debe tener en cuenta que cada objeto o elemento patrimonial tiene un triple significado (funcional, simbólico y contextual), es por esto que según (Dever Restrepo, 2010) la museografía no solo debe exponer, sino que debe interpretar,

---

<sup>10</sup> Profesionales con un extenso conocimiento, experiencia y educación en el desarrollo de los fundamentos de la misión de un museo, a partir de las colecciones del mismo y proyectándolas hacia la sociedad. En cualquier caso, sus responsabilidades varían enormemente dentro del museo, tanto con relación a la comunidad como con el museo en sí.

<sup>11</sup> El guion da pauta para iniciar el diseño, es el documento básico para determinar el concepto o la idea central del museo, en la cual es necesario determinar con claridad el propósito del mismo. Además, se dan a conocer lo que se quiere exponer, explicando los objetivos con relación al contexto y la historia.

<sup>12</sup> De manera general, una colección se puede definir como un conjunto de objetos materiales e inmateriales (obras, artefactos, especímenes, documentos, archivos, testimonios, etcétera) que un individuo o un establecimiento, estatal o privado, se han ocupado de reunir, clasificar, seleccionar y conservar en un contexto de seguridad para comunicarlo, por lo general, a un público más o menos amplio. Para constituir una verdadera colección es necesario que el agrupamiento de objetos forme un conjunto relativamente coherente y significativo.

es decir, el equivalente a lo que se ve y se experimenta, es allí donde tiene cabida la semiosis museografía - diseño

El diseño museográfico parte de la elaboración de una propuesta para el montaje de una exposición que proyecte la visión que el curador ha plasmado en el guion, para ello según (Molajoli, 1980) debe crearse un espacio donde el valor de la imagen, el apoyo de lo objetual y los testimonios, establezcan una comunicación directa y original con los visitantes. Esto se logra con elementos museográficos (recorrido, circulación, sistemas de montaje, organización por espacios temáticos, material de apoyo, iluminación, etc.) y valiéndose de estrategias distintas para garantizar la función de la museografía como sistema de comunicación, en conclusión, cuando se diseña una experiencia, no se puede considerar a los públicos espectadores, por eso esta experiencia debe ofrecer variados puntos de acceso que inviten a participar e intervenir físicamente.

### **Diseño de experiencias**

Hekkert (2006) define la experiencia como la conciencia de los efectos psicológicos provocados por la interacción con un producto o espacio, incluyendo el grado en el que todos los sentidos son estimulados; atribuyendo significados, valores y reconociendo los sentimientos y las emociones que se suscitan; en la actualidad el cuerpo de conocimiento que se ha encargado de la creación de experiencias es el diseño, el cual es entendido, en el sentido más amplio, como un procedimiento aplicable a una gran variedad de actividades y productos, que además es consecuencia de un esfuerzo multidisciplinario que requiere del dominio de un amplio espectro de campos del saber y abarca variados componentes y perspectivas involucradas en la comprensión de cómo la experiencia le da forma a un producto virtual, físico o espacio (Forero La Rotta, 2013).

El verdadero objetivo del diseño de experiencias es mejorar la calidad de vida de los usuarios, es por esto que el diseño suele ser un camino a la innovación que se puede dar de dos maneras diferente, la innovación en diseño y el diseño como herramienta de innovación.

### **Innovación**

La innovación se entiende como la concepción e implantación de cambios significativos en el producto, el proceso, el marketing o la organización de una entidad con el propósito de mejorar los resultados. Los cambios innovadores se realizan mediante la aplicación de nuevos conocimientos y tecnología que pueden ser desarrollados internamente, en colaboración externa o adquiridos mediante servicios de asesoramiento o por compra de tecnología (Oslo, 1997).

La relación diseño - innovación, se da primero gracias a que el diseño implica necesariamente algún grado de innovación; ya que toda intención de innovación en diseño reconoce una serie de motivos que podrían agruparse en dos: Aquellos motivos provenientes de los destinatarios del diseño: usuarios, consumidores, público receptor, etc. Y aquellos provenientes de los productores de diseño: fabricantes, distribuidores (Council, 2011).

La segunda relación usa la capacidad del diseño para agregar valor mirando al presente y proyectando ideas de futuro, diseñando nuevos procesos y otorgándoles orden a través de métodos, además, en la actividad del diseño se permite conocer al usuario y sus necesidades, lo cual marca la diferencia entre un proyecto exitoso que perdura en el tiempo generando un gran impacto (Gómez., 2022). La innovación puede contribuir a la creación de valor de diversas maneras, incluyendo la mejora de la eficiencia, la creación de nuevos productos y servicios, y la mejora de la experiencia del cliente (Fernández, 2020).

Sin duda, el diseño es una herramienta para llevar la perspectiva museográfica-museológica al proceso de innovación y desempeña un papel vital en desarrollo de experiencias más viables, deseables y utilizables (Martínez, 2021).

### **1.3. Justificación**

Los espacios museales, en otra época ventanas al pasado, se están convirtiendo cada vez más en ventanas hacia el futuro; un claro ejemplo de esto son los *Centros De Interpretación (CDI)*; según Castaño Blanco, (2007), los CDI son los que tienen la posibilidad de traer beneficios a diferentes ámbitos, algunos de ellos, el ámbito patrimonial, sociocultural, educativo y turístico, entre otros. Beneficios que se pueden lograr a través del diseño.

Los beneficios del diseño en el ámbito patrimonial suscitarán a investigar, adquirir, conservar y exponer el patrimonio de una región, además de proteger, rescatar y ofrecer accesibilidad e interpretación de los conocimientos (Gou, 2007). También se beneficiaría la investigación de los especialistas del patrimonio y diseño sobre el territorio y fomentaría la investigación participativa de los habitantes, ofreciendo conexión a los circuitos culturales y expositivos de los diferentes entes gubernamentales y culturales.

Los beneficios del diseño en el ámbito sociocultural se divisarán de acuerdo con Illas Ramírez & Montilla Valero, (2020) en la conexión de las juventudes y en la proyección política cultural consecuente al rescate de identidad de la región, además de comprender las arcas culturales, depositarias de las diversas tradiciones que adquieren sentido, significado y valoración. Desde el ámbito educativo no solo se contribuye a la educación patrimonial como institución educativa no formal a partir del desarrollo de experiencias e innovaciones diversas con los

visitantes, sino que también, a través del diseño, se evidenciaría innovación en la educación, donde se promovería la articulación con instituciones formales, como las escuelas y las universidades, colaborando estrechamente con la red educativa de su territorio para motivar aprendizajes patrimoniales en niños, adolescentes y adultos; asimismo, se concebirían espacios para la construcción de alternativas, propuestas y nuevos recursos de aprendizaje (R. C. Elisondo & Melgar, 2019). Además se generarían nuevas actividades que pretenden potenciar la creatividad en tanto generan oportunidades para el desarrollo del pensamiento divergente, estimulando los procesos de formulación de preguntas que promueven la imaginación y transmitiendo una valoración cultural del territorio que pondría de manifiesto la singularidad de sus recursos, impulsando la confianza de la comunidad en sí misma y en su capacidad creativa, esto último desencadenaría en desarrollo económico para la región (Cuetos, 2012), al igual que el fortalecimiento de los recursos turísticos que hace posible que exista la oferta turística en alojamiento, restauración, animación, guía, etc. A través del diseño es posible poner el centro de interpretación a disposición del turismo, facilitando la asimilación y comprensión de la cultura local, haciendo de una experiencia de ocio un aprendizaje cultural y que el beneficio económico de esta actividad revierta en la sociedad generando riqueza (Kent, 2010).

Por lo tanto, y para aquellos museos y centro de interpretación que quieran acelerar sus procesos de innovación, se hace necesaria la aplicación de una estrategia de diseño en museografía para sus nuevas exposiciones; una estrategia que pueda ser aplicada en el desarrollo de soluciones innovadoras, para todo tipo de museos y centro de interpretación, sin importar el tamaño. La literatura evidencia que el potencial de una disciplina transversal como el diseño, no solo permitirá

articular y dar sentido a los centros de interpretación, sino que también ofrecerá diversos beneficios como los anteriormente mencionados.

Entonces surge el interrogante que justifica este estudio: ¿Cómo fortalecer, integrar, organizar y orientar las prácticas del diseño (Design Thinking)<sup>13</sup> aplicado en el área de la museografía?

## **1.4. Objetivos**

### **1.4.1. Objetivo general.**

Configurar una estrategia de diseño para la salvaguardia del patrimonio cultural en el marco de la museografía.

### **1.4.2. Objetivos Específicos.**

- Identificar el estado del arte, herramientas, prácticas, métodos y modelos de diseño aplicables a la museografía por medio de la revisión de la literatura.
- Definir lineamientos estratégicos del Design Thinking que contribuyan a la salvaguardia del patrimonio cultural, mediante el desarrollo de entrevistas a expertos en el área de diseño y museografía y soportado en directrices nacionales e internacionales.

---

<sup>13</sup> El pensamiento de diseño es un enfoque de la innovación centrado en el ser humano que se basa en el conjunto de herramientas del diseñador para integrar las necesidades de las personas, las posibilidades de la tecnología y los requisitos para el éxito empresarial.

- Modelar una experiencia museográfica estableciendo los procesos en el campo de la museografía que contribuyen al desarrollo de soluciones innovadoras a través de un caso estudio.
- Evaluar que la implementación de la estrategia de diseño haya permitido la apropiación cognitiva del patrimonio exhibido y por tanto de la salvaguardia del patrimonio cultural.

### **1.5. Metodología**

El tipo de estudio se aborda desde la perspectiva de una “*investigación a través del diseño*” es decir, investigación aplicada, donde el objeto de estudio y unidades de análisis son los diseñadores que usan el Design Thinking como estrategia para la innovación en museografía. En este estudio se usaron métodos mixtos y se analizaron variables cualitativas y cuantitativas con un nivel de profundidad de tipo exploratorio/descriptivo. Con ello se desarrolló una estrategia desde el diseño para la salvaguardia del patrimonio cultural.

La metodología del trabajo de investigación fue llevada a cabo en cuatro etapas descritas a continuación:

- i. Comprender (Empatía): Durante esta etapa los esfuerzos se centraron en una profunda comprensión de los diferentes roles y actividades necesarias para llevar a cabo el diseño de una experiencia museográfica que busca salvaguardar el patrimonio cultural de una región.

Tabla 1.

*Metodología de investigación fase 1. Empatía*

ETAPA	OBJETIVO	ACTIVIDAD	MÉTODO	RESULTADO
Empatía	1-Definir roles y equipos de trabajo necesarios para el diseño de espacios museográficos.	Realizar observación de campo.	Bitácora de observación.	Mapa de actores  Listado de necesidades, oportunidades.
	2- Detectar falencias u oportunidades de mejora de los procesos empleados por los diferentes roles	Encuesta a museógrafos o diseñadores	Encuesta analítica	Listado de actividades y principales entregables de los diferentes roles
	3- Indagar herramientas, técnicas, prácticas y aplicaciones de apoyo para las actividades de cada rol.	Establecer el estado del arte de los diferentes métodos usados en la museografía.	Revisión de literatura: bases de datos, libros, charlas, sitios web de universidades.	Listado de herramientas, técnicas, prácticas y aplicaciones

- ii. Definición: Durante esta etapa se analizó la información recopilada durante la fase de *Empatía*, de esta manera se identificaron los requerimientos y a su vez se dio inicio al modelamiento de los procesos y los roles involucrados en el diseño de la experiencia museística. Una vez se terminó esto se definió la estrategia y se realizaron distintas entrevistas con expertos.

Tabla 2.

*Metodología de investigación fase 2. Definición*

ETAPA	OBJETIVO	ACTIVIDAD	MÉTODO	RESULTADO
Definición	4- Definir los Requerimientos de una experiencia museística	Revisión de los resultados de los objetivos 2 y 3	Entrevistas	Identificación de roles
	5- Modelar el proceso y los roles.	Revisión de los resultados de los objetivos 2 y 4	Modelado visual de procesos y roles	Enfoque metodológico Modelado de la experiencia museística
	6- Definir la estrategia para la innovación en museografía implementando herramientas, técnicas, prácticas, etc.	Evaluación de expertos		Análisis del discurso con expertos

iii. Ideación: Durante la etapa de ideación se modela una experiencia de museografía para la salvaguardia del patrimonio cultural. para esto se tomó como caso estudio el proyecto financiado por Minciencias titulado “Investigación para la innovación en museografía enfocada en el rescate del patrimonio histórico y cultural de los oficios: Caso componente interactivo del museo de la panela y caña” el cual se desarrolló en el municipio de Güepsa - Santander, con la participación de las siguientes entidades: Alcaldía del municipio de Güepsa, Fundación Álvaro Quiroga, Universidad Industrial de Santander y Minciencias como financiador del proyecto; El propósito principal: rescatar el valor de los oficios regionales y dar sentido, identidad y pertinencia cultural, el cual puede ser representado a nivel museográfico. En este proyecto se buscó la recopilación de la memoria histórica, la interpretación de las experiencias y la recreación de las mismas a través de tecnologías

digitales que permitieron modernizar los lenguajes museográficos logrando mayor efectividad para las nuevas generaciones en el reconocimiento de la identidad local basada en sus economías productivas que tejen valores patrimoniales materiales e inmateriales que forjan la cultura regional. El proyecto además planteó y se apoyó en diferentes tesis de pregrado de la Escuela de Diseño Industrial UIS donde se generaron productos de realidad virtual, realidad aumentada y visual mapping que buscaron como meta general la salvaguardia de los oficios de Güepsa – Santander. Adicionalmente, en convenio con la Escuela de Música UIS se realizaron proyectos que buscaron rescatar la tradición musical de esta región.

Tabla 3.

*Metodología de investigación fase 3. Ideación y prototipado*

ETAPA	OBJETIVO	ACTIVIDAD	MÉTODO	RESULTADO
Ideación	7- Modelar una experiencia de museografía para el rescate del patrimonio cultural.	Caso estudio. Diagrama de flujos, inventario de contenidos.	Cartografía social Design Thinking	Ejes curatoriales. Inventario de contenidos
	8- Implementar la estrategia en el caso estudio con diferentes proyectos que busquen rescatar el patrimonio cultural de una región.	Selección de tecnologías	Storytelling	Definición de artefactos de diseño. Prototipado de experiencias

- iv. Evaluación: Durante esta fase se evaluó que la implementación de la estrategia de diseño haya permitido la apropiación cognitiva del patrimonio exhibido y por tanto la salvaguardia

del patrimonio cultural. Se evaluaron los tres estímulos necesarios en dichas experiencias como lo son: la atracción visual, la estimulación sensitiva y el placer emocional.

Tabla 4.

*Metodología de investigación fase 4. Testeo*

ETAPA	OBJETIVO	ACTIVIDAD	MÉTODO	RESULTADO
Testeo	7- Evaluación de la apropiación cognitiva del patrimonio cultural.	Se evaluarán tres estímulos necesarios en dichas experiencias: la atracción visual, la estimulación sensitiva y el placer emocional.	Entrevistas Cuestionarios Diferencial semántico Grupos focales	Análisis de datos cualitativos y cuantitativos para determinar “Apropiación cognitiva”

## 2. DISEÑO Y MUSEOGRAFÍA

Para cumplir el primer objetivo del proyecto: Identificar el estado del arte, herramientas, prácticas, métodos y modelos innovadores aplicables a la museografía mediante la revisión de la literatura. Se pretendieron resolver las siguientes preguntas: ¿Cuáles son las variables que impactan positivamente a los públicos en una experiencia museográfica? ¿Qué variables hay que considerar en el diseño de una experiencia museográfica? ¿Cuáles son las herramientas tecnológicas, que contribuyen positivamente a una experiencia museográfica?

Para obtener una respuesta se llevó a cabo el siguiente procedimiento: i. Indagación en bases de datos, en búsqueda de artículos relacionados con la experiencia de los visitantes; para identificar definiciones, lineamientos y recomendaciones de diseño; ii. Se consultó el “Intangible Cultural Heritage y Museums Project” y “Museum International” para conocer casos éxito donde se hayan implementado nuevas tendencias, estrategias y herramientas tecnológicas.

Tabla 5.

*Relación entre preguntas por resolver y procedimiento realizado*

<b>Preguntas por resolver</b>	<b>Procedimiento relacionado</b>
<b>¿Cuáles son las variables que impactan positivamente a los públicos en una experiencia museográfica?</b>	i. Indagación en bases de datos, en búsqueda de artículos relacionados con la experiencia de los visitantes;
<b>¿Qué variables hay que considerar en el diseño de</b>	identificar definiciones, lineamientos y recomendaciones de diseño

<p><b>una experiencia museográfica?</b></p>	
<p><b>¿Cuáles son las herramientas tecnológicas, que contribuyen positivamente</b></p>	<p>ii. Se consultó el “Intangible Cultural Heritage y Museums Project” y “Museum International”</p>
<p><b>a una experiencia museográfica?</b></p>	<p>para conocer casos éxito donde se hayan implementado nuevas tendencias, estrategias y herramientas tecnológicas.</p>

Para la indagación de variables de impacto positivo en los públicos durante la experiencia museográfica y variables a tener en cuenta en el diseño de la experiencia museográfica se procedió a realizar una búsqueda de artículos científicos, se consultaron las bases de datos multidisciplinares ofrecidas por la Biblioteca UIS (*Scopus, Science Direct, Web of Knowledge, Springer y ProQuest*) y los parámetros para la construcción de la fórmula de búsqueda fueron los siguientes:

Bases de datos: *Scopus, Science Direct, Web of Knowledge, Springer y ProQuest*.

Idiomas: inglés y español.

Año de publicación: 2010 a 2022

Fecha de consulta: mayo 15 de 2020 a agosto 30 de 2020

TS= ("customer experience") AND ("interpretation Center" OR "museography" OR "museum\*" ) AND ("heritage") AND ("turism")

Producto de esta exploración se obtuvieron 636 resultados que se discriminaron teniendo como criterio de inclusión que estuviesen relacionadas con el patrimonio cultural inmaterial y los públicos visitantes y como criterio de exclusión que se centraran en el tema “Turismo”.

Así los resultados se redujeron a 175 publicaciones, las cuales se analizaron para identificar las prácticas y estrategias más comunes que impactan positivamente el diseño de experiencia y la experiencia de los públicos visitantes. Para mostrar los resultados de este análisis se construyó una nube de palabras usando la herramienta *Word Cloud* donde por su mayor tamaño se destacan las variables que aparecen con mayor frecuencia. (Figura 1) y (Figura 2)

Figura 1.

*Nube de palabras de variables en una experiencia museográfica*

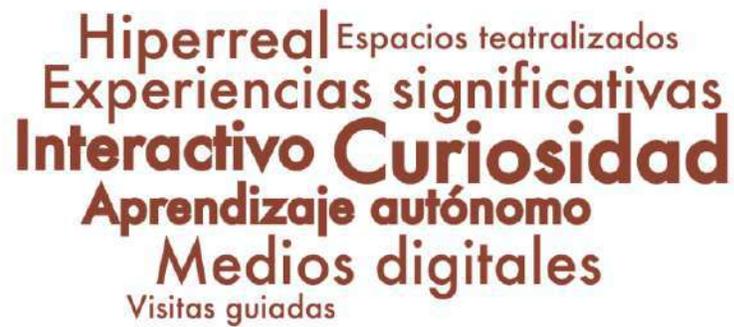


Figura 2.

*Nube de palabras de variables para el diseño de una experiencia museográfica.*



Después, para identificar herramientas tecnológicas, que contribuyen positivamente a una experiencia museográfica; se consultó el Intangible Cultural Heritage y Museums Project (IMP) quienes se encargan de explorar la variedad de enfoques, interacciones y prácticas sobre el patrimonio cultural inmaterial en museos de Bélgica, los Países Bajos, Suiza, Italia y Francia. En esta consulta se indagó sobre los espacios de co-creación entre públicos visitantes y profesionales del patrimonio cultural inmaterial y se revisaron los ejemplos inspiradores de las prácticas actuales de los espacios museales sobre el patrimonio inmaterial.

- Co-creación entre públicos visitantes y profesionales del patrimonio cultural inmaterial.

Desde 2017 al 2020, el Proyecto de Museos y Patrimonio Cultural Inmaterial (PCI) ha explorado la variedad de enfoques, interacciones y prácticas para salvaguardar el PCI junto con los museos, centros de interpretación y otros espacios museales, de allí su común acuerdo en que el PCI sólo puede salvaguardarse si es significativo para los portadores del patrimonio<sup>14</sup>, profesionales del patrimonio<sup>15</sup> y públicos visitantes, en consecuencia los espacios museales se han transformado en instituciones centradas en el usuario, animando a crear valor de forma conjunta (Association, 2019). Este tipo de colaboración entre portadores del patrimonio, profesionales del patrimonio y públicos visitantes, es lo que en diseño se denomina “co-creación”, e implica trabajar y construir basado en relaciones cercanas con las comunidades locales, para crear algo común, bien sea el

---

<sup>14</sup> Los Portadores del PCI es la propia comunidad que practica o recrea –de forma consciente- su patrimonio inmaterial (PCI).

<sup>15</sup> Los Profesionales del PCI son museógrafos, museólogos o cualquier otro profesional que a lo largo de los años se han encargado de investigar o trabajar en la salvaguardia del PCI.

significado de la interpretación, el concepto de un espacio, una exposición, dinámicas e incluso recursos digitales (Voorberg, 2015). En ausencia de tal reflexión los espacios museales no podrán ofrecer experiencias para que los visitantes participen en la formación de propósitos impulsado por su propia curiosidad e interés.

Según Eidelman, (2013) el trabajo de co-creación sumado al resultado de tener su PCI exhibido en un espacio museal puede ser una forma poderosa de sensibilizar a los portadores y públicos visitantes sobre el valor de su PCI y la importancia de salvaguardarlo y continuarlo.

Por último, los espacios museales son un lugar clave para compartir información y programas educativos relacionados con los diferentes elementos del PCI, también tienen el potencial de servir como 'centros culturales', no solo para dichos programas educativos, sino también para generar actividades de transmisión (PCI, 2020). Según López, (2022) la educación y la sensibilización sobre el PCI pueden ayudar a aumentar el conocimiento y la valoración del PCI por parte del público. Formar a la población local, en particular a los portadores, a fin de desarrollar su capacidad para identificar, documentar y salvaguardar sus elementos del PCI. Finalmente, la co-creación actúa como un puente entre los todos los posibles actores ayudando a establecer un diálogo equitativo y asegurando que los portadores del PCI 'tengan voz' en el establecimiento de políticas de salvaguardia (Hafstein, 2010).

- Ejemplos inspiradores de las prácticas actuales de los espacios museales sobre el patrimonio inmaterial.

Algunos ejemplos inspiradores muestran en sus prácticas el estímulo de la curiosidad con tecnologías digitales para que sus visitantes se conviertan en agentes activos, aportando al espacio museal sus propias ideas y generando material como fotografías, opiniones, críticas, etc. También

esta recurre al voluntariado para trabajar hombro a hombro con los miembros de la comunidad (Pérez-Montoro, 2016), y entre las practicas más exitosas está la creación de experiencias multisensoriales, que necesita involucrar dos o más de los cinco sentidos humanos (John A. Bacher A. S., 2014). Por ejemplo, si un espacio museal muestra arte que los visitantes pueden tocar y ver, se convierte en una experiencia multisensorial, además, salida de los paradigmas del convencionalismo de estos espacios, que históricamente han sido pensados para enmudecer, no tocar y presentar objetos (Brown R. 2013).

Hoy en día se busca contar las historias que hay detrás de los objetos a través de la comunicación de recuerdos, así que, uniendo el estímulo de la curiosidad y la comunicación de recuerdos a través de los sentidos (Trigo, 2012), el juego entre mensaje y público ha de estar lleno de sorpresas que inviten a reflexionar sobre el contenido (Dierking J. H., 2013). Es allí cuando las experiencias adquieren su potencial a través de la memorabilidad basada en la emoción (Tom J. L. Van Rompay, 2022). Se debe entender que son los sentidos los responsables de afectar y evocar las emociones, al entender cómo funcionan estas combinaciones, la experiencia multisensorial puede usarse mejor (Richard Ballantyne, 2017). Así, los públicos crean una memorabilidad de su experiencia que llegara a sus mentes (Rodrigues, 2011).

Existen múltiples casos de espacios museales que han utilizado un enfoque multisensorial para mejorar la experiencia de sus visitantes como:

Tabla 5.

*Relación entre espacio museal, sentidos involucrados y objetivo de la experiencia.*

<b>Espacio museal</b>		<b>Sentidos involucrados</b>	<b>Objetivo de la experiencia</b>
<b>Peterson Museum</b>	<b>Automobile</b>	Olfato, visual	<p>Este museo localizado en Los Ángeles ha colaborado recientemente con HoloLens (Microsoft) y de su trabajo conjunto ha hecho surgir una experiencia de Realidad Virtual. Los visitantes del museo gracias a esta nueva experiencia pueden conducir un coche de carreras clásico: el Ford GT40.</p> <p>Olorama dispone de olores exclusivos como rueda quemada, aceite de coche o gasoil.</p>
<b>Museo Can Tinturé</b>		Tacto, oído, olfato	<p>Para la visita libre, el museo Can Tinturé dispone de hojas de sala en macro-caracteres y audioguía en catalán, castellano, inglés y braille.</p> <p>Y las hojas de sala en braille acompañadas de láminas en relieve facilitan la comprensión del contenido.</p> <p>Para la visita de grupos, disponemos de la actividad ‘Feelings’, que combina materiales táctiles, olfativos y auditivos para descubrir la colección de azulejos de Salvador Miquel.</p>
<b>Museo de Cerámica La Rajoleta</b>		Tacto, oído	<p>El Museo de Cerámica La Rajoleta sólo es visitable de forma guiada. En su recorrido presenta diferentes recursos táctiles y auditivos que permiten seguir la visita guiada a personas con dificultades visuales o invidentes.</p> <p>Para visitas de grupos, disponemos de la actividad «El</p>

A pesar de que las impresiones sensoriales forman parte de las percepciones y el comportamiento de los visitantes hacia los bienes y servicios se evidencia un descuido en el rol y la importancia de los sentidos al diseñar experiencias (Hultén, 2011) , como es el caso de la multisensorialidad como herramienta para mejorar la calidad del museo y en experiencias dirigidas a personas con discapacidad. Cuanto se tiene uno o más sentidos debilitados o inexistentes, experimentar el espacio museal se vuelve difícil e incluso imposible. Al agregar más de un sentido para exhibir contenidos, se hace posible que las personas con ciertas discapacidades lo experimenten. Carissimi R. B. (2010) afirma que un espacio museal como centro de interpretación pretende preparar los sentidos del visitante para recoger la información del lugar visitando, para lo que es necesario recurrir al primero de los estímulos que se ponen en marcha el subconsciente antes de iniciar una labor de aprendizaje, la curiosidad. Para ello, es necesario recurrir a la curiosidad del visitante, el primero de los estímulos que se ponen en marcha antes de iniciar una labor de aprendizaje. Sin embargo, a pesar de existir la curiosidad inicial, los visitantes no logran plantearse las dudas adecuadas (Robert Ballantyne, 2017). Dierking J. H., en su libro (The museum experience revisited, 2013) explicó que un centro de Interpretación ha de conseguir orientar al visitante hacia esas preguntas y darle el mecanismo para que obtenga las respuestas de forma efectiva y, lo más importante, de forma didáctica. Para esto es importante tener claras las siguientes variables:

- **Atracción visual:** Estimulación desde el principio de la seducción (John A. Bacher A. S., 2014).

- **Estimulación sensitiva:** Estimulación desde el principio de curiosidad (IJsselsteijn., 2010)
- **Placer emocional:** Estimulación desde el principio del interés (Kevin Lane Keller, 2013)

En resumen, las conclusiones derivadas de este capítulo destacan las herramientas, prácticas, métodos y modelos con potencial innovador aplicables a la museografía:

- Las herramientas tecnológicas, como la realidad virtual (VR) y la realidad aumentada (AR), han emergido como recursos altamente innovadores con el poder de enriquecer significativamente la experiencia museográfica (Sochacka, 2017). Para John A. Bacher A. E., (2014) al incorporar dos o más de los cinco sentidos humanos, estas tecnologías tienen la capacidad de sumergir a los visitantes en un entorno sensorialmente inmersivo (Dierking J. H., Learning from Museums: Visitor Experiences and the Making of Meaning, 2000). La co-creación entre los públicos visitantes y los profesionales del patrimonio cultural inmaterial se ha revelado como una estrategia efectiva para sensibilizar a ambos grupos sobre el valor de la tradición cultural (Anderson, 2010), generando una mayor implicación y aprecio por parte del público.
- Para Tram Nguyen, (2023) la adopción del enfoque de diseño centrado en el usuario se posiciona como una práctica esencial para comprender las necesidades y expectativas tanto de los portadores del patrimonio como de los visitantes. Mediante la creación de experiencias multisensoriales, donde se integran elementos táctiles, sonoros, olfativos y visuales, se puede elevar la calidad de la experiencia museográfica y estimular un mayor nivel de participación (Kemp, 2022).
- El diseño de experiencia, como una práctica integral, se enfoca en involucrar las emociones, sentidos y habilidades de los visitantes y portadores. Estrategias interactivas,

como pantallas táctiles, audioguías y otros dispositivos, brindan a los visitantes la libertad de explorar el contenido del museo a su propio ritmo, promoviendo un aprendizaje más personal y significativo.

- La incorporación de métodos como el storytelling enriquece la experiencia al establecer conexiones emocionales con los visitantes. A través de narrativas cautivadoras, se logra una mayor relevancia y un impacto más duradero en el público.
- Los modelos de aprendizaje activo, como el aprendizaje basado en proyectos y el aprendizaje colaborativo, han demostrado su capacidad para involucrar a los visitantes en el proceso de aprendizaje. Esta participación no solo refuerza la comprensión, sino que también fomenta un compromiso más profundo con los temas presentados en el espacio museal.

En conjunto, estos hallazgos ofrecen un panorama de las posibilidades y enfoques que pueden transformar y enriquecer la experiencia museográfica, potenciando la conexión entre los visitantes y el contenido presentado.

### **3. EL ROL DEL DESIGN THINKING EN LA SALVAGUARDIA DEL PATRIMONIO CULTURAL.**

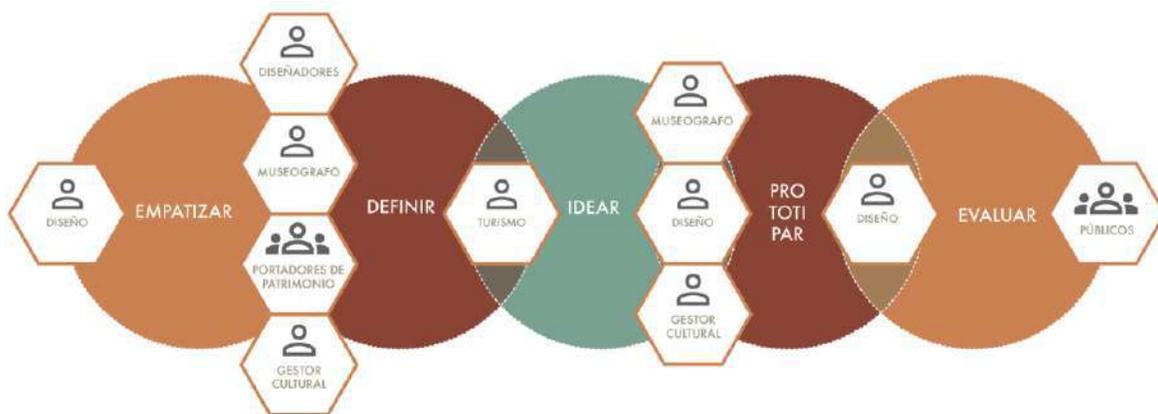
En este capítulo se buscó definir lineamientos estratégicos con base en el enfoque metodológico del Design Thinking que contribuyeran a la salvaguardia del patrimonio cultural. Para lograrlo se realizaron entrevistas a expertos en el área de diseño y museografía, además se tomaron como referencia y soporte directrices nacionales e internacionales en el campo de la museología.

Las entrevistas permitieron acceder a conocimientos especializados, validar informaciones provenientes de fuentes bibliográficas, identificar aspectos que permiten personalizar el diseño de una experiencia museal, identificar los parámetros o atributos para el desarrollo de contenido relevante y contribuir a la definición de ejes curatoriales para la preservación de conocimientos en peligro de desaparición. Para este estudio, se escogió el tipo de entrevista semiestructurada con expertos. Este tipo de entrevistas permiten acceder a las creencias y opiniones de las personas entrevistadas, así como a su contexto, entendido este como la representación individual y subjetiva de lo que cada persona considera relevante y que influye en su discurso. Esto fue relevante para este estudio, ya que permitió obtener una comprensión profunda de las perspectivas de los expertos sobre el tema en cuestión, accediendo a conocimientos y experiencia que pueden ser difícil de encontrar en otras fuentes (Dijk, 2001). Esto es importante cuando se trabaja con patrimonio cultural inmaterial, ya que suele implicar prácticas tradicionales transmitidas oralmente. Las charlas con los expertos permitieron además captar sus perspectivas individuales, lo que facilitó adaptar la estrategia a las particularidades y detalles específicos proporcionados por su experiencia,

esto enriquece la autenticidad y la inmersión del visitante a través del desarrollo de contenido relevante ya que los expertos ayudan a identificar y desarrollar contenido y procesos significativos para el diseño de experiencias museales. En la figura 3, se plasma la articulación de los diversos roles en el proceso de Design Thinking.

Figura 3.

*Articulación de la Museografía. Diseño y turismo con el Design Thinking. Fuente: Autor.*



Todo esto con el fin último de salvaguardar la cultura y los conocimientos en peligro de desaparición. Para complementar la indagación se consultó sobre las directrices emanadas desde órganos gubernamentales y no gubernamentales.

Los expertos consultados fueron:

- Sandra Mendoza – Museóloga
- Julián Uscátegui – Diseñador de espacios
- Carlos Alberto Duque Gómez – Experto en Turismo
- Carolina Barrera – Gestora Social

Las conversaciones se halaron sobre las siguientes necesidades de información.

- ¿Qué hay que transmitir para salvaguardar el patrimonio?
- ¿A quién, dónde y cómo se deben transmitir?
- ¿Como atraer públicos o nichos específicos para despertar interés?
- ¿Qué se espera que pase cuando los públicos visiten un Centro de Interpretación?
- ¿Qué se espera que pase después de que estos públicos salgan de un Centro de Interpretación?
- ¿Cómo afecta (positiva o negativamente) a los portadores de patrimonio y su acervo cultural?

### **3.1. Una visión desde la Museografía con Sandra Mendoza.**

Sandra Mendoza Lafaurie, historiadora de la Universidad de Cartagena y con maestría en Museología y Gestión del Patrimonio de la Universidad Nacional de Colombia, abraza la disciplina museográfica como un espacio de exploración y creación que involucra a equipos multidisciplinarios nutridos de reflexiones teóricas arraigadas. Su principal objetivo radica en encontrar soluciones prácticas que, en muchos casos, pueden pasar desapercibidas al principio, pero que dan lugar a la generación de productos culturales innovadores.

Para Mendoza, estos productos trascienden las fronteras convencionales, y su alcance va más allá de las audiencias habituales. Ella aboga por atraer a grupos de usuarios que previamente no estaban involucrados en el ámbito cultural, permitiendo así la incorporación de perspectivas

frescas y convincentes sobre la cultura y los paisajes culturales<sup>16</sup>,enriqueciendo la experiencia museográfica y ampliando la comprensión de lo que se considera conocido. Dentro de este contexto Mendoza afirma que se pueden considerar diferentes espacios museales tales como: museos, colecciones, salas y centros de interpretación. Este objetivo es proporcionar información, orientación y, sobre todo, sensibilizar a los visitantes mediante experiencias sensoriales relevantes que promuevan la interpretación del patrimonio cultural inmaterial. Estas experiencias buscan ir más allá de la simple exposición de objetos, invitando a los visitantes a sumergirse en un contexto en el que puedan experimentar y comprender de manera más profunda la riqueza cultural que se presenta.

Mendoza destaca que los espacios museales, incluidos los centros de interpretación, están experimentando un cambio significativo en su rol social y cultural. Se están reinventando a través de la investigación y nuevas perspectivas en el ámbito del diseño, superponiendo las tareas institucionales tradicionales con dinámicas de conversación y exploración que estimulan la interacción. Para Mendoza, comprender el camino que se está tomando es lo que da a lugar a una renovación conceptual y metodológica en la concepción de proyectos culturales. Estos proyectos se insertan en un panorama más amplio de herramientas efectivas para abordar el período actual de invasión social, el cual se reconoce universalmente como necesario.

Sandra Mendoza nos cuenta que el ejercicio museográfico podría ligarse o conectarse a varias disciplinas del diseño que están muy vinculadas a formas avanzadas de investigación. De hecho,

---

<sup>16</sup> Los paisajes culturales son el resultado de la relación de las poblaciones con el territorio en el que viven, son espacios en los que se ven juntos las formaciones naturales—como los bosques nativos, lagunas y todo lo que parte de la naturaleza— y el trabajo hecho por las personas —como por ejemplo las trapiches, cañales o caminos.

las necesidades a las que busca dar respuesta pueden ser equiparadas a las necesidades intangibles de creatividad y resolución de problemas que se encuentran en la cúspide de la pirámide de Maslow<sup>17</sup>. Esto demuestra claramente la capacidad del diseño museográfico para satisfacer necesidades humanas profundas y estimular la expresión creativa y la resolución de problemas en un entorno cultural en constante evolución.

En síntesis, la entrevista con Sandra Mendoza destaca el potencial de la museografía para generar productos culturales innovadores, atraer nuevos públicos y satisfacer necesidades humanas. Los espacios museales, incluidos los centros de interpretación, están evolucionando y reinventándose para promover la interacción, la exploración y la comprensión de la riqueza cultural en un contexto en constante cambio.

### **3.2 La experiencia museal desde el Diseño con Julián Uscátegui.**

Julián Uscátegui es un destacado Diseñador Industrial graduado de la Universidad Industrial de Santander, con una especialización en Diseño de Espacios de la Universidad de Buenos Aires. Su amplio conocimiento y experiencia abarcan áreas como arquitectura, mobiliario, interiorismo, producción y ejecución de proyectos.

En el contexto de la investigación del capítulo anterior, se identificaron variables clave que guían el enfoque de diseño. Julián comparte la convicción de que el diseño debe asegurarse de

---

<sup>17</sup> La pirámide de Maslow es una teoría motivacional que explica las necesidades humanas a través de una jerarquía en forma de pirámide, donde la autorrealización es la cúspide de dicha pirámide y en los niveles inferiores se encuentran el reconocimiento, la afiliación, la seguridad y la fisiología.

transmitir a los públicos visitantes una experiencia enriquecedora, logrando atracción visual, estimulación sensitiva y placer emocional. Estos elementos son fundamentales para crear ambientes que cautiven y conecten con las sensibilidades de quienes los experimentan. Si se consideran los diversos aspectos abordados por el diseño en los espacios museales, es posible categorizarlos en tres áreas principales: diseño de espacios, diseño de experiencias y diseño de contenidos. Aunque estas áreas presentan necesidades específicas, es fundamental reconocer que no deben ser abordadas de forma aislada, ya que en última instancia comparten objetivos comunes (Figura 4).

En este contexto Uscategui asegura que los espacios museales tienen el desafío de capturar la curiosidad del visitante y darle un orden significativo a la experiencia que componen el espacio. Para lograrlo, es fundamental que estos espacios empleen estímulos cautivadores, como sonidos impactantes, juegos de luces llamativos y objetos enigmáticos. Aprovechando la predisposición humana hacia la curiosidad y la atracción visual, los espacios museales pueden despertar un interés inicial que motive a los visitantes a interactuar de manera más profunda y enriquecedora, facilitando así la apropiación cognitiva de los contenidos exhibidos.

Figura 4.

*Articulación de la experiencia museal desde el diseño y los públicos. Fuente: Autor.*



En el campo del diseño de experiencias, es fundamental resaltar la naturaleza disruptiva y transformadora de este enfoque, tal como lo explica la Asociación de Museos de California. Para Uscategui, los diseñadores de experiencias asumen el papel de verdaderos experimentadores, mientras que los visitantes, a través de sus reacciones y acciones, se convierten en diseñadores de experiencias a su vez. Esta interacción dinámica entre ambos actores resulta esencial para lograr un compromiso profundo y una participación activa con el patrimonio cultural. En este sentido, los diseñadores no solo crean escenarios cautivadores, sino que también permiten que los visitantes influyan en la forma en que experimentan y se conectan con el patrimonio cultural. Esta co-creación entre los expertos en diseño y el público potencia la vivacidad y la autenticidad de la experiencia, generando un lazo significativo y enriquecedor entre los visitantes y el contexto cultural que están explorando. Es bajo esta mirada donde cobra mayor importancia las técnicas y conceptos de diseño cuidadosamente aplicados, como el empleo de estímulos sensoriales, la

creación de ambientes inmersivos y la integración de elementos sorprendentes, se busca captar la atención del público y estimular su exploración e interacción con el entorno museal.

Por otro lado, el diseñador de contenidos posee una valiosa oportunidad para plasmar estrategias y soluciones que protejan los valores históricos y culturales, asegurándose de que estas se adapten a las necesidades y expectativas de los visitantes y las comunidades locales. Su objetivo es satisfacer la curiosidad y comunicar eficazmente y emocionalmente los conocimientos acordados en colaboración con el equipo de trabajo. En este papel, el diseñador de contenidos se convierte en un arquitecto de conocimientos culturales, donde su creatividad y conocimientos en diseño se combinan para transmitir la historia y significado del patrimonio de una manera cautivadora y accesible. Al tomar en cuenta las necesidades del público y la comunidad local, puede diseñar exposiciones, narrativas y elementos interactivos que conecten emocionalmente con los visitantes y fomenten un sentido de pertenencia. La colaboración con el equipo de trabajo es esencial, ya que permite una comprensión profunda del patrimonio y una alineación clara de los objetivos de la exposición o espacio cultural. Asimismo, esta sinergia garantiza que los contenidos estén cuidadosamente estructurados y presentados de manera coherente para lograr una experiencia enriquecedora y memorable.

En conclusión, Julián Uscategui destaca el enfoque del Diseño Centrado en el Usuario al reconocer la importancia fundamental que los visitantes desempeñan en la configuración de las experiencias culturales. En su visión, los visitantes no son meros espectadores pasivos, sino participantes activos que aportan valor a través de sus reacciones y perspectivas, enriqueciendo así la vivencia y contribuyendo a la creación de significado. Para lograr una conexión significativa con los visitantes, Uscategui resalta la necesidad de que los diseñadores estén atentos a las

necesidades, intereses y expectativas de los públicos. La empatía y la comprensión de las motivaciones de los visitantes son fundamentales para diseñar experiencias culturales enriquecedoras y significativas. Asimismo, Uscategui enfatiza la importancia de brindar espacios flexibles que permitan diferentes niveles de participación e involucramiento por parte de los visitantes. Esto implica crear ambientes que ofrezcan oportunidades para que cada individuo explore y se conecte con el patrimonio cultural a su propio ritmo, bajo sus propios intereses y siendo diseñador de su propia experiencia.

### **3.3 La perspectiva desde el turismo cultural con Carlos Alberto Duque.**

Carlos Alberto Duque es un destacado experto en turismo en Colombia, reconocido como "El Colombiano Ejemplar" en el matutino antioqueño El Colombiano. A lo largo de su carrera, ha asesorado a múltiples empresas y entidades del sector turístico, consolidándose como una figura relevante en esta área.

En las últimas décadas, se ha fortalecido la interrelación entre el turismo, los espacios museales y el patrimonio cultural, donde la fórmula "patrimonio + turismo = desarrollo" ha sido impulsada en el imaginario colectivo (Urtizberea, 2012). Sin embargo, tras esta aparente simplicidad, existe una complejidad subyacente. Los sistemas turísticos, museísticos y patrimoniales son intrincados y multifacéticos, con diversos actores que actúan según sus valores e intereses. Esta relación entre el turismo y el patrimonio cultural es fascinante pero desafiante, ya que involucra la conservación y puesta en valor de la herencia cultural de una región, al tiempo que se busca promover un desarrollo turístico sostenible.

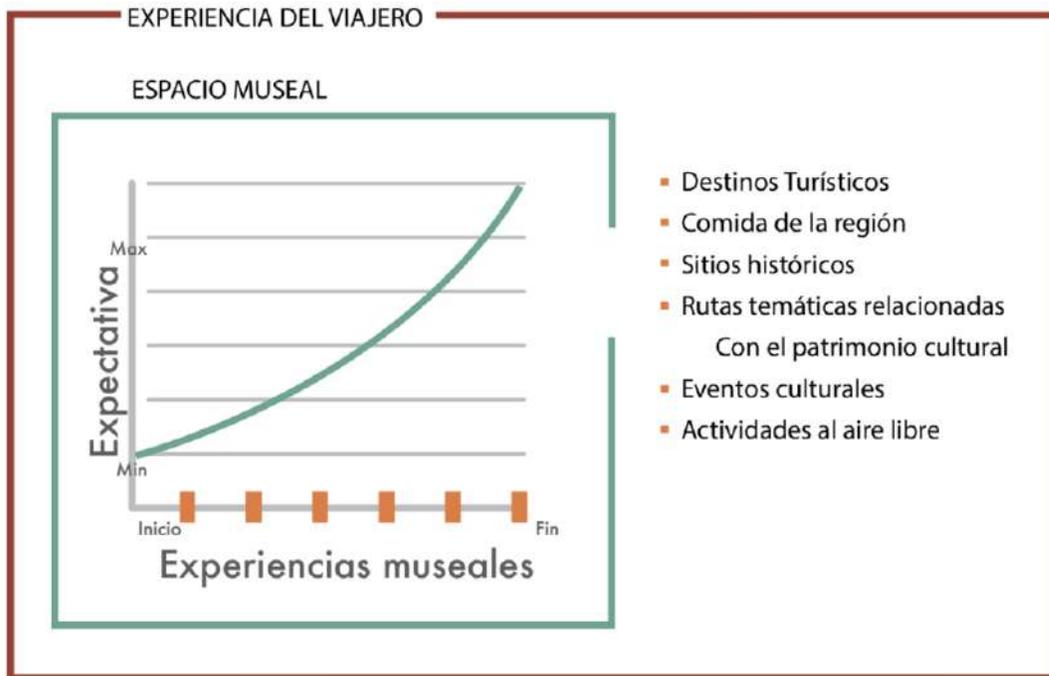
Los espacios museales juegan un papel crucial en esta dinámica, ya que son los guardianes de la memoria colectiva y los responsables de transmitir la historia y el significado del patrimonio cultural a las generaciones presentes y futuras. Sin embargo, atraer turistas a los espacios museales no es una tarea sencilla. Los visitantes presentan una amplia gama de intereses, desde aquellos con un gran interés en lo cultural hasta aquellos que carecen de interés o incluso rechazan esta temática (Mansard, 2008). Por tanto, se ha vuelto esencial que los museos compitan como entidades de entretenimiento, asumiendo un papel relevante en el mercado del turismo creativo.

En este contexto, la entrevista con Carlos Alberto Duque revela la importancia de tener en cuenta las expectativas de todos los visitantes en un espacio museal para crear experiencias

turísticas impactantes y memorables. El objetivo es concebir la experiencia del público como una curva ascendente, donde el nivel de interés y disfrute aumenta a medida que los visitantes se adentran en el espacio museal y participan en las actividades propuestas. Sin embargo, es fundamental permitir que los visitantes se desprendan del entorno museal en el punto más alto de la curva de experiencia, sintiéndose motivados a explorar otros destinos turísticos de la región o el entorno cercano (Figura 5). Esta invitación a descubrir otros lugares de interés no solo amplía la experiencia del visitante, sino que también contribuye al desarrollo turístico de la región. Cuando los visitantes alcanzan el punto álgido de su experiencia en el espacio museal, han tenido la oportunidad de conectar emocional y cognitivamente con el patrimonio cultural que se les ha presentado. En este momento, su interés y curiosidad están en su punto máximo, lo que los convierte en un público receptivo y motivado. Es en este preciso momento que se debe aprovechar la oportunidad de invitar a los visitantes a explorar otros destinos turísticos cercanos. Al hacerlo, se amplía la experiencia del viajero, ofreciéndole una perspectiva más completa y enriquecedora de la región y de su patrimonio. Los visitantes pueden descubrir lugares y atracciones adicionales que complementen y refuercen lo que han aprendido y experimentado en el espacio museal.

Figura 5.

*Curva de la experiencia museográfica para potencializar el Turismo. Fuente: Autor.*



En ese orden de ideas, Carlos Alberto Duque sugiere establecer alianzas estratégicas con otros actores turísticos y culturales del territorio para ofrecer a los visitantes información detallada y sugerencias sobre otros destinos cercanos que complementen la experiencia museal. Estas recomendaciones pueden incluir visitas a sitios históricos, rutas temáticas relacionadas con el patrimonio cultural, eventos culturales o actividades al aire libre. Al conectar los diferentes atractivos turísticos y promover la diversidad de experiencias, se logra crear un itinerario turístico más enriquecedor y atractivo, beneficiando tanto a los visitantes como al desarrollo turístico sostenible de la región.

En resumen, el enfoque de Carlos Alberto Duque resalta la importancia de entender y validar las expectativas del público en el diseño de experiencias turísticas. También enfatiza que permitir que los visitantes se desprendan del entorno museal en el punto más alto de la curva de experiencia es una estrategia consciente para enriquecer la vivencia turística y promover un desarrollo sostenible en la región. Este enfoque adquiere una gran relevancia en la co-creación de cualquier espacio museal. Por último, la conexión de los espacios museales mediante alianzas estratégicas enriquece la oferta turística y fomenta un desarrollo sostenible en la interrelación entre turismo, espacios museales y patrimonio cultural.

### **3.4 Una mirada desde el territorio con Carolina Barrera.**

Carolina Barrera desempeña el papel de Gestora Social y Cultural en el Municipio de Güepesa, Santander. En su trayectoria en el ente público, se destacó por su labor en la articulación de proyectos sociales para preservar el patrimonio y promover la vitalidad económica de su comunidad. Desde la perspectiva de esta gestora cultural el fomento del desarrollo cultural y económico de una región es un objetivo clave en la gestión de espacios museales y turísticos. Es por esto que la estrecha relación entre el patrimonio cultural, el turismo y el desarrollo económico local se debe abordar desde diferentes aspectos.

En primer lugar, la valorización y promoción del patrimonio cultural a través de la oferta turística puede generar impactos positivos en la economía de una región, en particular de municipios pequeños y generalmente apartados manifiesta Barrera. Es por esto que el turismo cultural puede impulsar la creación de empleo en sectores como la hostelería, el transporte, la artesanía y los servicios turísticos, generando oportunidades de negocio para la comunidad local.

Además, al atraer a visitantes de otras regiones o países, se estimula el gasto turístico y se dinamiza la economía local.

Para Barrera, el turismo cultural también contribuye al desarrollo y preservación del patrimonio cultural. Los ingresos generados por el turismo pueden destinarse a la conservación y restauración de sitios históricos, monumentos, espacios museales y otras manifestaciones culturales que promuevan la salvaguardia. Asimismo, la promoción del patrimonio cultural a través del turismo puede generar conciencia y orgullo en la comunidad local, fortaleciendo la identidad cultural, revitalización de las tradiciones y promoviendo su preservación a largo plazo.

Además, Carolina a través de su experiencia ha podido evidenciar que el turismo cultural puede tener un impacto positivo en otros sectores de la economía local, como la agricultura y la producción de alimentos, ya que los visitantes suelen consumir productos locales durante su estadía. Esto fomenta el desarrollo de la cadena de suministro local y apoya a los productores y comerciantes locales, generando un efecto multiplicador en la economía regional.

### **3.5 Directrices desde los órganos de gobernanza**

En Colombia, las normas, leyes y entidades relacionadas con el patrimonio, la museografía y el turismo se articulan para promover la protección, conservación, promoción y valorización del patrimonio cultural como recurso turístico. A continuación, se detallan algunas formas en las que se produce esta articulación:

Declaración y protección del patrimonio: El Ministerio de Cultura de Colombia, a través del Decreto 763 de 2009, establece el Sistema Nacional de Patrimonio Cultural, que tiene como objetivo identificar, declarar, proteger y salvaguardar el patrimonio cultural del país. Este sistema

incluye la declaratoria de bienes de interés cultural, la elaboración de planes especiales de manejo y protección, y la promoción de políticas de conservación y restauración del patrimonio.

**Planificación y desarrollo turístico:** El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia, en coordinación con entidades regionales y locales, promueve la integración del patrimonio cultural en la planificación y desarrollo turístico. A través de los Planes de Desarrollo Turístico y los Planes de Ordenamiento Territorial, se establecen estrategias para la promoción del turismo cultural, la creación de rutas turísticas que incluyan sitios patrimoniales y la implementación de proyectos de infraestructura turística en áreas de interés cultural.

**Fomento de proyectos museográficos:** El Ministerio de Cultura, a través del Programa Nacional de Concertación Cultural, brinda apoyo financiero y técnico a proyectos museográficos que promueven la puesta en valor del patrimonio cultural. Estos proyectos incluyen la creación y adecuación de museos, la realización de exposiciones y actividades culturales, y la implementación de tecnologías de información y comunicación en los espacios museales. Asimismo, El Ministerio de Ciencia y Tecnología (Minciencias) promueve convocatorias para conformar bases de datos de proyectos en el segmento de las industrias creativas y culturales.

**Promoción y difusión del patrimonio:** El Sistema Nacional de Información Cultural (SINIC) es una plataforma digital desarrollada por el Ministerio de Cultura que reúne información sobre el patrimonio cultural colombiano. A través de esta plataforma, se promueve la difusión y visibilización del patrimonio, permitiendo el acceso a la información sobre bienes culturales, museos, archivos y otros espacios relacionados con el patrimonio cultural.

Estas son algunas de las formas en las que las normas, leyes y entidades en Colombia articulan el patrimonio, la museografía y el turismo. La coordinación entre el Ministerio de Cultura

y el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, así como la participación de entidades regionales y locales, busca promover el desarrollo sostenible del turismo cultural, la conservación del patrimonio y la generación de beneficios económicos y sociales para las comunidades locales.

Desde una perspectiva no gubernamental, se destaca la importancia de la Convención de la UNESCO de 2003 para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial. La convención pretende conservar este patrimonio frágil, así como garantizar su viabilidad y aprovechar su potencial para el desarrollo sostenible.

En el artículo 13, titulado "Otras medidas de salvaguardia", se hace hincapié en la promoción de estudios científicos, técnicos y artísticos, así como el desarrollo de metodologías de investigación eficaces para la salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial, especialmente aquellos elementos en peligro. La convención enfatiza la importancia de fomentar la creación o el fortalecimiento de instituciones de formación en gestión del patrimonio cultural inmaterial y la transmisión de este patrimonio en espacios destinados a su manifestación y expresión.

En el Artículo 14, referente a la "Educación, sensibilización y fortalecimiento de capacidades", se promueven actividades para fortalecer las capacidades en la salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial, centrándose particularmente en la gestión y la investigación científica. Asimismo, se enfatiza la importancia de los medios no formales para transmitir los conocimientos relacionados con este patrimonio.

Por último, en el Artículo 15, titulado "Participación de las comunidades, grupos e individuos", se enfatiza la necesidad de lograr una participación amplia de las comunidades, grupos y, en su caso, individuos que crean, mantienen y transmiten este patrimonio cultural inmaterial. También se destaca la importancia de su participación activa en la gestión del mismo.

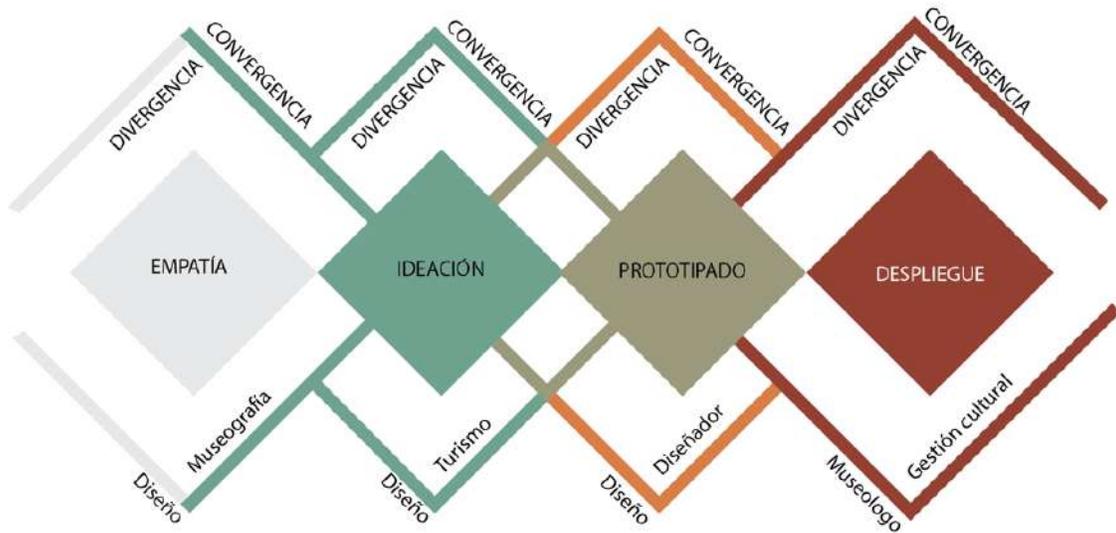
Estos artículos de la convención resaltan la relevancia de la investigación científica, la educación, la participación de las comunidades y la transmisión del patrimonio cultural inmaterial. Son fundamentales para asegurar la salvaguardia efectiva de este valioso legado y su integración en la gestión y desarrollo sostenible.

En este capítulo podemos sintetizar los siguientes puntos:

- i. Los lineamientos estratégicos más relevantes en cada una de estas fases deben enfocarse en la creación de experiencias museográficas de alto valor. Para lograrlo, es crucial que exista una colaboración activa entre tres figuras fundamentales: el museógrafo, los portadores del patrimonio y los gestores culturales. Estos actores desempeñan roles complementarios que convergen en la identificación del patrimonio cultural de un territorio (Figura 6) . Y que una vez se integran con los diseñadores de experiencias y espacios dan paso a la concepción e ideación y divergen en la depuración y ejecución de propuestas museográficas enriquecedoras y contextualmente relevantes. Su sinergia es esencial para garantizar la autenticidad, la coherencia estética y la efectividad comunicativa en la materialización de las experiencias museográficas.
- ii. El Design Thinking se erige como protagonista en el enfoque metodológico para el desarrollo de experiencias museográficas, y en este contexto, es relevante destacar la importancia de los roles clave: el diseñador, el museógrafo y el gestor cultural, a lo largo de las cinco fases de desarrollo iterativo: empatía, ideación, prototipado, testing y despliegue.

Figura 6.

*Mapa de Convergencia Divergencia vs Roles en el proceso de diseño de Experiencias Museales. Fuente: Autor.*



En este proceso, la experiencia y conocimientos de cada uno de estos roles se entrelazan de manera colaborativa para generar convergencia en el proceso creativo. Desde la perspectiva de algunos roles, se aportan ideas y enfoques que enriquecen la concepción de la experiencia museográfica. Por otro lado, los conocimientos y visiones de otros roles se utilizan como guía para depurar y mejorar las propuestas, asegurando una visión integral y coherente.

La interacción de los portadores de patrimonio y los roles del diseñador, el museógrafo y el gestor cultural resulta fundamental para lograr la sinergia necesaria en la creación de experiencias significativas y contextualmente relevantes. Mediante la aplicación del Design Thinking y la participación activa de todos estos actores, se logra un proceso de desarrollo iterativo que abarca desde la comprensión empática de las necesidades y expectativas del público, hasta la implementación efectiva y exitosa de las experiencias museográficas.

- El trabajo articulado de los diseñadores, museógrafos, gestores culturales, no solo cobran valor en las experiencias museográficas sino también en la articulación de los espacios museales con su contexto. Son necesarias las estrategias de planificación y gestión que consideren de manera integral tanto los aspectos culturales como los económicos, asegurando un equilibrio sostenible y beneficios a largo plazo para la comunidad local. Al comprender y abordar estas complejidades, se puede optimizar la relación entre el patrimonio cultural, el turismo y los museos, fomentando el desarrollo cultural y económico de una región. En resumen, el fomento del desarrollo cultural y económico de una región a través del turismo cultural implica la promoción y valorización del patrimonio cultural, la generación de empleo, el estímulo de la economía local y la salvaguardia del patrimonio cultural. Es importante adoptar
- Por último, la Convención de la UNESCO de 2003 para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial destaca la relevancia de trabajar en la conservación y promoción del patrimonio cultural inmaterial. Los artículos 13, 14 y 15 resaltan la importancia de la investigación científica, la educación, la participación de las comunidades y la transmisión del patrimonio. Se reconoce la vital importancia de fomentar estudios científicos, técnicos y artísticos, así como el uso de metodologías de investigación, para lograr una salvaguardia efectiva del patrimonio cultural inmaterial. Esto se complementa con la participación activa de las comunidades, lo cual asegura una gestión inclusiva y democrática

## 4. INNOVACIÓN EN MUSEOGRAFIA: EL DESIGN THINKING

En este capítulo, se explorará cómo podemos usar el Design Thinking como estrategia metodológica, integrando la relevancia de los roles del diseñador, museógrafo y gestor cultural con los portadores de patrimonio, en cada una de las distintas fases de desarrollo iterativo, como empatía, definición, ideación, prototipado y evaluación.

En el ámbito de la museografía contemporánea, la creación de experiencias va más allá de la simple presentación de artefactos y contenidos. La sinergia entre el diseño de experiencias, el diseño de espacios y la museografía se convierte en un factor crucial para lograr una interacción efectiva entre los públicos y la narrativa curatorial.

### 4.1. El significado de la experiencia museística

Para desarrollar la estrategia para la configuración de una experiencia museográfica primero debemos comprender que, en el contexto de los museos o centros de interpretación, se plantea una triple actividad que los visitantes a un espacio museal experimentan durante su recorrido.

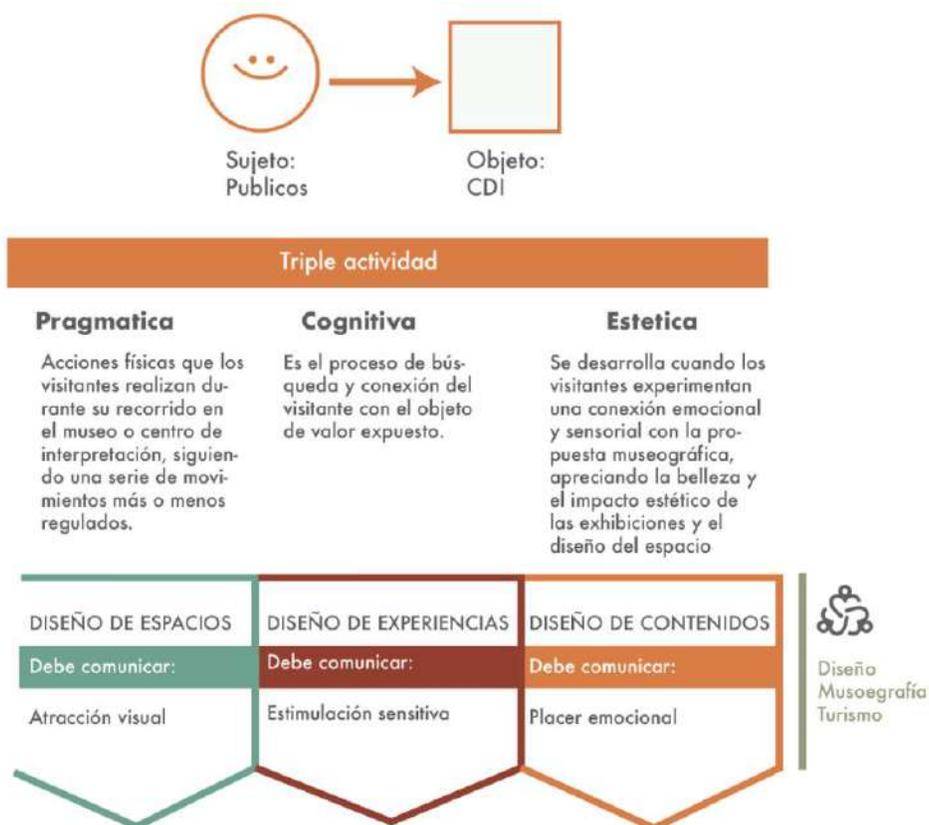
- Actividad pragmática
- Actividad cognitiva
- Actividad estética

La *actividad pragmática* se manifiesta con los desplazamientos físicos de los visitantes, estructurándose en acciones más o menos reguladas. Paralelamente, la *actividad cognitiva* se enfoca en la adquisición de conocimiento proporcionado por el centro de interpretación o museo, reflejando los valores fundamentales de una cultura. De este modo, el espacio museal se convierte

en un espacio cognitivo donde los visitantes buscan conectarse con el objeto de valor, exposición o patrimonio exhibido buscando una conjunción entre ambos. Asimismo, durante la visita, surge la *actividad estética*, que se despliega cuando el visitante experimenta una conexión *emocional* con la propuesta museográfica (Figura 7). La apreciación estética se convierte así en un componente esencial de la experiencia, enriqueciendo la conexión emocional y sensorial del público con el patrimonio cultural expuesto (Díez, 2003).

Figura 7.

*Articulación de la experiencia museal con la triple actividad. Fuente: Autor.*

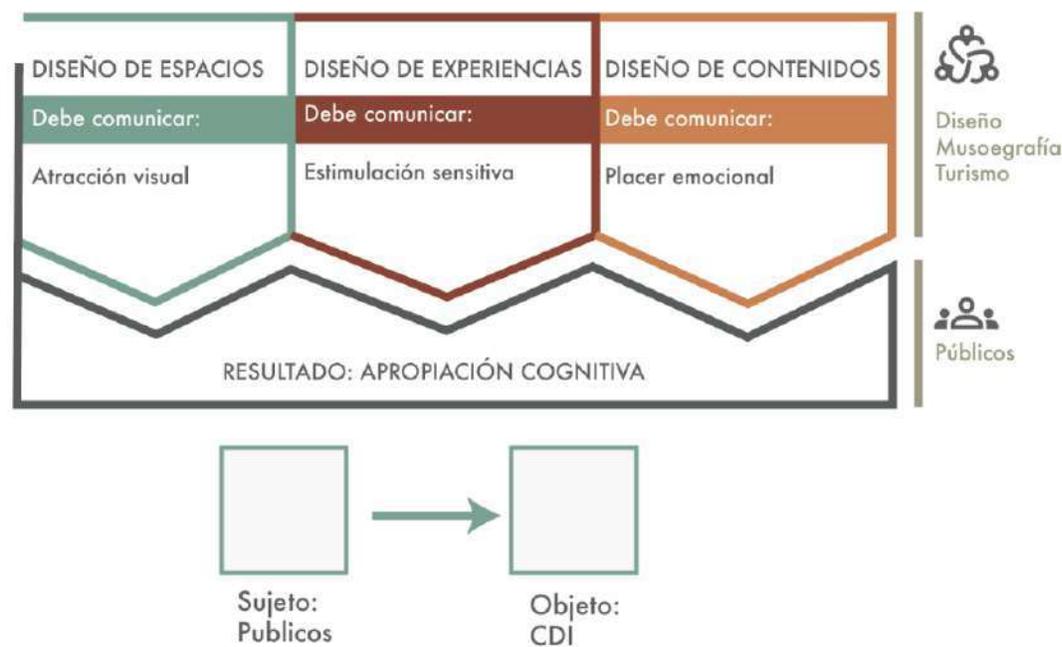


Pero la experiencia de visita no se limita solo a la interacción entre el visitante y el espacio museal. Es esencial tener en cuenta el contexto personal, social y físico en el que se desarrolla la vivencia. El **contexto personal** abarca los intereses, motivaciones e inquietudes de los visitantes, que influyen de manera determinante en los resultados y la percepción de la visita. De igual forma, el **contexto social** se refiere a las interacciones con otras personas durante la visita, incluyendo otros visitantes y el personal del museo, quienes juegan un papel relevante en la experiencia museística. Además, el **contexto físico** engloba tanto la arquitectura del lugar como los objetos, artefactos o experiencias exhibidas, ejerciendo una poderosa influencia en la impresión general del visitante. Un entorno cuidadosamente diseñado y una disposición creativa del patrimonio expuesto puede amplificar el impacto emocional y la conexión del público con el patrimonio cultural (Figura 8).

Al considerar esta triple actividad y los diversos contextos que interactúan en la experiencia museística, se abre una oportunidad para la innovación en museografía, en el sentido de la integración multidisciplinaria que nos ofrece visiones y perspectivas diversas pero que deben ser integradas en el proceso de diseño de la experiencia museística. Para Häusler, (2021) los museos pueden beneficiarse de la innovación abierta al trabajar con una variedad de actores para crear experiencias que sean más significativas, atractivas y accesibles para los visitantes. La integración multidisciplinaria es esencial para la innovación abierta en museografía, ya que permite a los museos aprovechar las diferentes perspectivas y conocimientos de los diferentes actores (Nguyen, 2023).

Figura 8.

*Articulación de la experiencia museal con los tres contextos. Fuente: Autor.*



En este contexto, emerge una interesante convergencia de variables, donde la atracción visual, la estimulación sensitiva y el placer emocional se entrelazan de manera intrínseca para conformar una experiencia museográfica única y enriquecedora.

*La atracción visual* actúa como el punto de partida en este entramado de variables. Los elementos visuales, cuidadosamente diseñados y estéticamente atractivos, capturan la atención de los visitantes y los invitan a explorar más allá de la superficie. Sin embargo, esta atracción visual no es un fin en sí misma; más bien, sirve como el primer eslabón de una cadena interconectada.

*La estimulación sensitiva* entra en juego como una dimensión profunda y multisensorial. Los diseñadores y museógrafos no solo buscan cautivar la vista, sino también involucrar otros sentidos, como el tacto, el oído y el olfato. Esta estimulación sensorial va más allá de la mera experiencia superficial, sumergiendo a los visitantes en un entorno que trasciende lo visual y despierta respuestas sensoriales y emocionales.

Este viaje sensorial y emocional culmina en el *placer emocional*. La experiencia no se limita a la estética visual o a la estimulación sensorial; más bien, busca evocar respuestas emocionales positivas en los visitantes. El placer emocional no solo enriquece la experiencia en sí misma, sino que también establece una conexión emocional duradera entre los públicos y el contenido presentado.

Para lograr esta interconexión de variables, es esencial que los diseñadores trabajen en tándem con los museógrafos y expertos en diseño de espacios. Esta colaboración mancomunada tiene como objetivo crear experiencias que involucren a los visitantes comprendiendo lo pragmático, lo estético y lo emocional, donde esta triple actividad se fusiona en una experiencia holística que abarca todos los aspectos de la vivencia.

No obstante, la conexión no se detiene aquí. El público también desempeña un papel crucial. La *apropiación cognitiva* entra en juego cuando los visitantes no solo experimentan la experiencia, sino que también internalizan y conectan el contenido con su propio conocimiento,

experiencias e identidad. Este proceso de apropiación transforma la experiencia en un vínculo significativo y duradero entre el público y la narrativa curatorial.

En última instancia, la interconexión entre atracción visual, estimulación sensitiva, placer emocional y apropiación cognitiva crea una experiencia museográfica que va más allá de lo superficial. Esta sinergia entre diseño, espacio, experiencia y público transforma los museos y centros de interpretación en espacios vivos, donde las emociones, los sentidos y la cognición se entrelazan para brindar una vivencia enriquecedora y significativa. Hacer una transferencia efectiva de esta triple actividad se convierte en el núcleo de la estrategia para el modelado de una experiencia museística, uniendo elementos que, a primera vista, podrían parecer independientes, pero que en conjunto forman una experiencia integral y resonante.

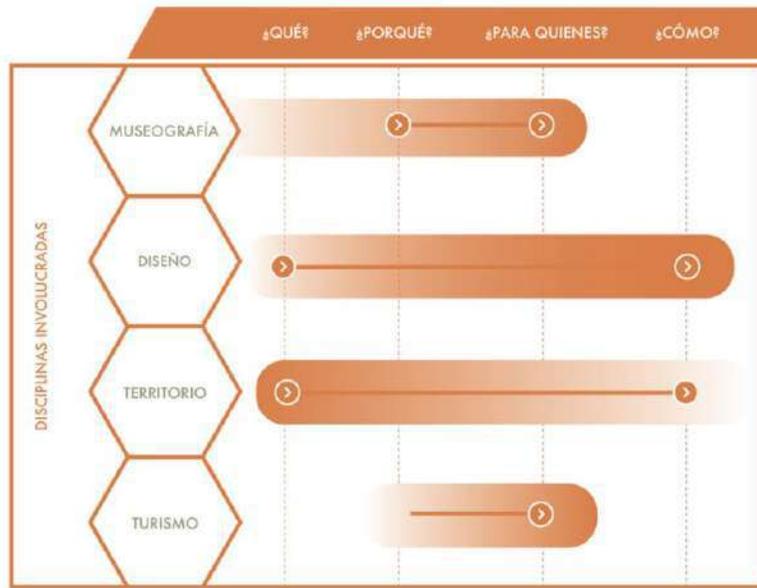
#### **4.2 Integración de la multidisciplinariedad**

Los procesos que se plantean incluyen varias disciplinas que nos ofrecen distintas visiones que tienen un papel relevante para responder las preguntas claves que constituyen la estrategia: ¿Qué se requiere salvaguardar del patrimonio? ¿Por qué se requiere salvaguardar? ¿Para quienes se quiere diseñar la experiencia? ¿Cómo salvaguardar el patrimonio y mediante que artefactos? (Figura 9). Cada uno de estas visiones nos ayudaron a responder los cuestionamientos con énfasis en los aspectos que desde cada disciplina es más relevante. La museografía tiene un interés por identificar qué patrimonio debe protegerse y para quienes hacerlo. Desde el diseño, la visión parte de los portadores del patrimonio, hasta llegar al cómo dar respuesta a través de artefactos de diseño. Desde el territorio, los gestores culturales tienen una perspectiva que parte de la identificación del

patrimonio y los portadores de patrimonio. Finalmente, desde el turismo se focaliza más en los intereses de los públicos y porqué hacerlo.

Figura 9.

*Disciplinas involucradas en los cuestionamientos clave de la estrategia. Fuente: Autor.*



El mapa de integración de procesos que se plantea para modelar la experiencia (Figura 10) toma como eje central el diseño de la experiencia general del visitante a través del recorrido por el espacio físico que visitará (diseño del espacio interior). Es decir, se parte de la visión futura de la experiencia del visitante en el espacio pero fundamentada en un trabajo previo que inicia con la integración de los roles de la museografía y la gestión cultural con el fin de establecer los ejes curatoriales que darán la organización conceptual y el reconocimiento del patrimonio cultural identificado desde las visiones de los mismos portadores de este patrimonio, esto responderá a las preguntas ¿Qué se requiere salvaguardar del patrimonio? y ¿Por qué se requiere salvaguardar?. Una vez los diseñadores (experiencia y espacio) junto con el museógrafo y el gestor cultural logran

la síntesis e identificación del inventario del patrimonio cultural más relevante y se organiza por medio de los ejes curatoriales, desde una visión turística del territorio se identifican los públicos a los que se debe dirigir la experiencia museal y responder la pregunta ¿Para quienes se quiere diseñar la experiencia? Simultáneamente, experiencias particulares (diseño de contenidos) se tejen alrededor del recorrido principal de la experiencia general, con esto se pretende responder la pregunta ¿Cómo salvaguardar el patrimonio y mediante qué artefactos? Una vez se tiene un esquema general de todos los elementos del espacio museal se integran los procesos y se verifica que respondan a los intereses y objetivos de la experiencia y se puedan construir los prototipos que permitan la validación con los públicos de la apropiación cognitiva de los conocimientos en peligro de desaparición y con esto abrir una nueva iteración en el ciclo de diseño.

Figura 10.

*Integración de procesos en la estrategia de configuración de la experiencia museográfica. Fuente: Autor.*



### **4.3 Modelado de experiencias museales con base en Design Thinking.**

Se propone una estrategia para la salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial (PCI) que sigue una estructura organizada desde lo general hacia lo particular. El enfoque de la estrategia se basa en las etapas del Design Thinking, y se divide en disciplinas necesarias para una experiencia museística completa, cada una de las cuales se especifica a través de sus respectivos procesos. Para lograrlo, se definen métodos concretos que guían las actividades y acciones de los roles involucrados en todo el proceso.

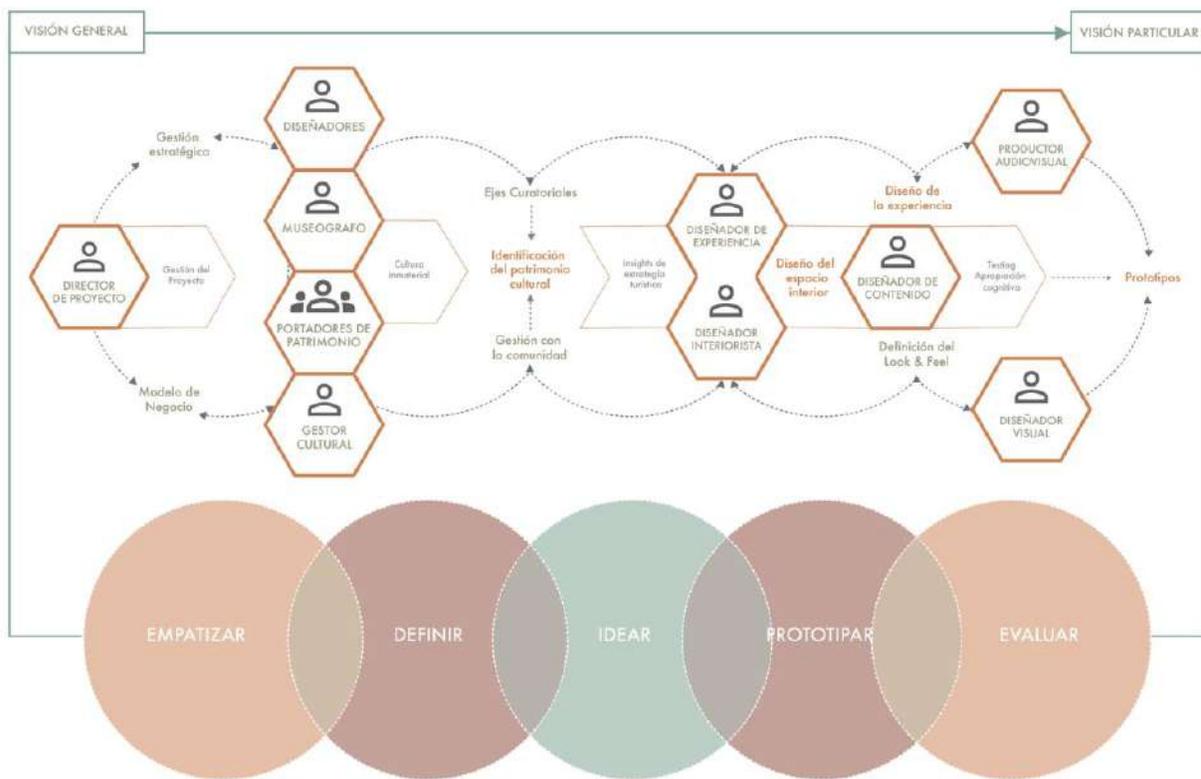
La representación visual de la estrategia se muestra en la Figura 11, junto con la definición detallada de cada rol y las actividades realizadas durante el proceso. Estas actividades están diseñadas para generar resultados medibles y verificables en términos de variables clave, como la atracción visual, el placer emocional y la estimulación sensorial. Estas métricas nos permiten asegurar la apropiación cognitiva del patrimonio, lo que en última instancia demuestra que el patrimonio cultural inmaterial está siendo efectivamente salvaguardado. La combinación de procesos estructurados, roles bien definidos y resultados verificables es esencial para garantizar una salvaguardia exitosa y significativa del PCI en el contexto de la experiencia museística.

Como se observa en la Figura 11, la estrategia inicia con el primer ciclo de iteraciones entre los roles: director de proyecto, museógrafo y gestor cultural con el fin de configurar una gestión estratégica (definir las personas para cada rol, definir los procesos, actividades y métodos) y también tener una visión gerencial del modelo de negocio del espacio museal. Esta primera iteración da origen a la planeación del proyecto y en conjunto con la participación de la comunidad (Portadores de patrimonio) se realiza la identificación del PCI y los conocimientos en peligro de desaparición. Con base en esta identificación los roles del museógrafo, el gestor cultural y de la mano de diseñadores de experiencias y espacios formulan los posibles ejes curatoriales y se validan con la comunidad (segunda

iteración del ciclo). Después, se toma la visión del modelo de negocio y la identificación del PCI identificado con el fin de que apoyados en un experto en turismo se formulen posibles insights para la difusión y divulgación del PCI.

Figura 11.

*Modelado de la estrategia para el diseño de una experiencia museográfica basado en Design Thinking.*



La tercera iteración del primer ciclo es liderada por el trabajo conjunto del diseñador de experiencias y el diseñador del espacio interior. La relevancia de esta simbiosis radica en que el diseño interior puede ayudar a estructurar una narrativa coherente y un flujo fluido para guiar a los

visitantes a través de la exposición. Un recorrido bien diseñado facilita la comprensión y la experiencia del patrimonio cultural, permitiendo una inmersión más profunda. Además, el diseño del espacio interior contribuye a crear un ambiente y una atmósfera adecuados para la exposición del patrimonio cultural y las colecciones (artefactos) que se van a exponer. Un diseño cuidadoso puede realzar la apreciación de las colecciones y experiencias y mejorar la conexión emocional de los visitantes con el contenido expuesto mediante el uso de elementos visuales, sonoros y táctiles para estimular los sentidos de los visitantes y enriquecer la experiencia museística. Además, un diseño interior pensado considera la comodidad de los visitantes y asegura que el espacio sea accesible para todas las personas, incluidas las con movilidad reducida o discapacidades.

La integración de los roles del diseñador de interiorismo con el diseñador de experiencias es fundamental para lograr una experiencia museística exitosa y coherente. Ambos roles deben colaborar estrechamente para lograr los siguientes aspectos:

**Objetivos y concepto:** Deben comprender y compartir una visión clara sobre los objetivos y el concepto general de la exposición. Esto asegura que el diseño del espacio se alinee con la experiencia que se quiere ofrecer a los visitantes.

**Narrativa y flujo:** Ambos roles deben trabajar en conjunto con el museógrafo para desarrollar una narrativa sólida y un flujo coherente en el recorrido. El diseñador de experiencias puede guiar la estructura y el contenido de la exposición, mientras que el diseñador de interiorismo se encarga de plasmarlo en el diseño del espacio.

**Experiencia del visitante:** Es crucial considerar la experiencia del visitante en todas las etapas del diseño. Ambos roles deben ponerse en el lugar de los visitantes y anticipar cómo interactuarán con el espacio y el contenido.

Estética y funcionalidad: El diseñador de interiorismo aporta su experticia en la creación de espacios estéticos y funcionales, mientras que el diseñador de experiencias aporta su conocimiento en la creación de experiencias inmersivas y memorables. La colaboración entre ambos asegura un equilibrio adecuado entre estos aspectos.

En la última iteración durante la fase de prototipado, ambos diseñadores deben seguir trabajando juntos, pero ahora con los roles de diseño de contenido y producción audiovisual con el fin de garantizar que la visión y el concepto se materialicen a través de contenidos y artefactos de diseño sorprendentes para los visitantes. Por último, el diseñador visual debe lograr reflejar la identidad del museo y su marca, creando una imagen distintiva que se alinee con la misión y los valores del lugar.

Esta iteración de prototipado concluye comprobando que la experiencia fue exitosa y esto implica medir y evaluar diversos aspectos clave para determinar si se han alcanzado los objetivos establecidos y si la experiencia cumple con los factores que cada una de las variables de estudio (atracción visual, placer emocional, estimulación sensitiva) debe poseer.

### **Factores de la Atracción Visual:**

La atracción visual es un elemento fundamental en la configuración de la interacción entre los públicos y el contenido expositivo. Desde la selección de elementos visuales hasta la disposición estratégica de los objetos. La atracción visual no es simplemente una cuestión estética, sino una herramienta que dirige la mirada y orienta la percepción de los visitantes. La selección de colores, formas, tamaños y disposición de elementos visuales influye en la forma en que los públicos interactúan con el contenido. Una atracción visual efectiva puede despertar la curiosidad y motivar a los visitantes a explorar más a fondo.

La composición visual es un componente esencial en la atracción visual. La forma en que los objetos están dispuestos en el espacio puede generar un sentido de equilibrio, ritmo y fluidez. La creación de focalizaciones visuales estratégicas puede guiar la mirada de los visitantes hacia elementos clave de la exposición, asegurando que la narrativa curatorial sea comunicada de manera efectiva. Esto se logra por medio del diseño de espacios, donde la disposición de objetos en el espacio y la disposición arquitectónica influye en cómo los visitantes se mueven y exploran la exhibición. La creación de rutas visuales y la consideración de las perspectivas desde diferentes ángulos pueden aumentar la atracción visual y proporcionar una experiencia enriquecedora (Klaus Häusler, 2021).

Es fundamental una visión del diseño del espacio integral, no como una simple suma de objetos organizados, sino más bien proponer un entorno que permita para mantener la atención de los públicos en un entorno cada vez más saturado de estímulos visuales. La incorporación de tecnologías como la realidad aumentada, la proyección interactiva y la iluminación dinámica puede elevar la experiencia visual a nuevos niveles. La creatividad en la selección y aplicación de estos elementos puede sorprender y cautivar a los visitantes.

Sin embargo, para Roderick Ballantyne, (2020) la atracción visual no debe ser un fin en sí misma, sino un vehículo para comunicar el contenido y la narrativa. Los elementos visuales deben ser seleccionados y dispuestos de manera coherente con el mensaje que se busca transmitir. La alineación entre la atracción visual y el contenido asegura que los visitantes no solo se sientan atraídos visualmente, sino que también se involucren cognitivamente con la temática presentada (John H. Falk, *Learning in museums: A sociocultural perspective*, 2022).

### **Factores del placer emocional:**

Una dimensión esencial que ha ganado prominencia es el placer emocional. John H. Falk, en su libro *Learning in museums: A sociocultural perspective*, (2022) explica que cuando los visitantes experimentan emociones positivas, como la alegría, la fascinación o la admiración, están más propensos a participar en el aprendizaje. Por eso es fundamental analizar cómo esta conexión impacta la forma en que los públicos se relacionan con el contenido y el entorno.

El placer emocional no es simplemente una respuesta subjetiva; es una dimensión que enriquece y profundiza la conexión entre el público y la narrativa curatorial. Cuando los visitantes experimentan emociones positivas como la alegría, la fascinación o la admiración, se establece una conexión emocional duradera. Este componente emocional no solo enriquece la visita, sino que también contribuye a la formación de memorias vívidas y significativas.

La atracción visual juega un papel crucial en la generación de emociones (Bitgood, *The power of visual design in museums*, 2020). Los elementos visuales cuidadosamente seleccionados y dispuestos tienen el poder de evocar respuestas emocionales específicas. Colores, formas, texturas y composiciones pueden influir en cómo los visitantes se sienten al interactuar con el contenido. Por ejemplo, colores cálidos y formas orgánicas pueden generar una sensación de calidez y bienestar, mientras que contrastes audaces pueden despertar la curiosidad.

La narrativa curatorial también desempeña un papel fundamental en la generación de emociones. Una narrativa bien construida tiene la capacidad de llevar a los visitantes en un viaje emocional, conectándolos con los personajes, eventos históricos o temáticas presentadas. Las historias con elementos de conflicto, superación y logros pueden generar empatía y una conexión emocional más profunda.

La interactividad en las experiencias museográficas también puede potenciar el placer emocional. Las actividades prácticas, las estaciones interactivas y la participación activa invitan a los visitantes a involucrarse de manera más profunda, lo que puede desencadenar emociones de logro y satisfacción. Además, la oportunidad de crear y experimentar activamente puede generar un sentido de empoderamiento y conexión emocional.

La estimulación sensorial también desempeña un papel significativo en la generación de emociones. El uso de elementos como efectos sonoros, iluminación ambiental y fragancias específicas puede influir en el estado emocional de los visitantes. Un entorno sensorialmente enriquecido puede sumergir a los visitantes en la experiencia y potenciar las respuestas emocionales.

#### **Factores de la estimulación sensorial:**

Para Bitgood, (2020) la estimulación sensorial busca sumergir a los visitantes en una vivencia multisensorial que despierte sus sentidos y genere conexiones emocionales, enriqueciendo la relación entre los públicos y el contenido expositivo.

Los sentidos juegan un papel fundamental en la forma en que los seres humanos interactúan con el entorno y comprenden el mundo que los rodea (McManus, 2022). La estimulación sensorial en el contexto museográfico va más allá de lo visual, involucrando el tacto, el oído, el olfato y el gusto para crear una experiencia holística y envolvente. Esta estimulación sensorial no se limita a la incorporación de estímulos aislados, sino a la creación de una sinfonía sensorial que sumerja a los visitantes en la temática presentada. El diseño de experiencias multisensoriales implica la selección cuidadosa de elementos como texturas, sonidos ambientales, aromas y sabores que enriquezcan la narrativa y generen una conexión emocional más profunda.

Para Bitgood, *The power of multisensory experiences in museums*, (2020) la estimulación sensorial debe estar en armonía con la narrativa y el propósito de la exhibición. La selección de elementos sensoriales debe ser coherente con la temática y el mensaje que se busca transmitir. La sincronización de estímulos sensoriales con momentos clave de la narrativa puede intensificar la experiencia y evocar respuestas emocionales específicas. Para esto, la tecnología desempeña un papel crucial en la amplificación de la estimulación sensorial. La realidad virtual, la realidad aumentada y la tecnología háptica pueden sumergir a los visitantes en entornos sensoriales totalmente inmersivos. Estas herramientas permiten la creación de experiencias táctiles y auditivas que transportan a los públicos a mundos sensoriales únicos y evocar recuerdos, emociones y asociaciones personales en los visitantes, creando una experiencia personalizada y memorable.

Es importante que la estimulación sensorial esté en armonía con el contenido curatorial y no ser un mero accesorio. Los elementos sensoriales deben ser seleccionados con cuidado para resaltar aspectos específicos de la temática y enriquecer la comprensión de los visitantes.

## **5. Estudio de caso: CUNYAYA**

En este capítulo se evidenciará como con una estrategia amplia e integrada, posibilita el enriquecimiento de ideas, experiencias, espacios y material creativo que conforman la experiencia museográfica, en pro del rescate y valorización del patrimonio cultural.

Para la aplicación de la estrategia descrita en el capítulo anterior se desarrolló el estudio de caso<sup>18</sup> para el diseño, desarrollo, prototipado y validación del Centro de Interpretación CUNYAYA.

### **5.1. Origen del proyecto**

El Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación (Minciencias) realizó una invitación a presentar proyectos de Investigación + Creación en Artes – a través de la convocatoria InvestigARTE 2.0 con la vinculación de Jóvenes Investigadores con el objetivo de fortalecer el capital humano en las áreas artísticas y humanidades con miras a disminuir la brecha en la generación de conocimiento en el sector. Esto abrió la posibilidad de buscar financiación para una propuesta de investigación con el objetivo de contribuir a la salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial (PCI) que gira en torno a las artes y oficios de la caña y la panela en Güepesa, el primer municipio panelero del departamento de Santander (Colombia). Este municipio destaca por ser líder en la producción panelera del país, lo que lleva a que el 90 % de sus habitantes dependan de actividades relacionadas con la caña y la panela. A pesar de todo lo anterior, Güepesa lucha por el reconocimiento de los oficios y memorias asociados a la caña y la producción panelera y pretende

---

<sup>18</sup> Un estudio de caso es un estudio detallado de un tema específico, en este caso el patrimonio cultural alrededor de la producción panelera. Los estudios de casos se utilizan habitualmente en la investigación social, educativa y empresarial; suelen incluir métodos cualitativos y sirven para describir, comparar, evaluar y comprender diferentes aspectos del problema de investigación

de esta manera resaltar el valor comercial de este producto y su reconocimiento como patrimonio cultural inmaterial de los colombianos. Así pues, aunando los esfuerzos de la Oficina de Gestión cultural de la alcaldía de Güepa, la Universidad Industrial de Santander y la Fundación Álvaro Quiroga se logra la financiación por parte de Minciencias en la convocatoria 875-2020 para la realización del proyecto titulado: “Investigación para la innovación en museografía enfocada en el rescate del patrimonio histórico y cultural de los oficios: caso componente interactivo del Centro de Interpretación de la panela y la caña” Código 1102-1020-80355. Como resultado de este proyecto de investigación se da origen a “CUNYAYA, Centro de Interpretación de la Caña y la Panela”.

## **5.2 Objetivo del estudio de caso**

El Centro de Interpretación CUNYAYA es un espacio concebido para preservar y promover la producción panelera como parte esencial del patrimonio cultural de la región de la hoya del Río Suárez, en particular en el municipio de Güepa, Santander. En CUNYAYA se pretende transmitir conocimiento, emociones y sentimientos a través de artefactos museográficos y entornos tecnológicos, enfocados en generar procesos interpretativos y de apropiación, tanto en el ámbito cognitivo (adquisición de conocimientos) como didáctico (interacción), permitiendo a los visitantes realizar un recorrido libre y autónomo.

En CUNYAYA, se usa la tecnología y la creatividad para ofrecer unas vacaciones para los sentidos de sus visitantes a través de una experiencia museística sorprendente y enriquecedora, además, busca aportar al rescate y reconocimiento de los saberes de los campesinos del trapiche

Güepsano, revitalizando y resaltando el conocimiento ancestral, las técnicas artesanales y los valores culturales asociados a las actividades de la producción panelera.

### 5.3. Descripción de la aplicación de la estrategia en el caso estudio CUNYAYA.

A continuación, se realizará una descripción de cómo se realizó la aplicación de la estrategia propuesta en el capítulo 4, para el desarrollo y diseño de la experiencia museística en el Centro de Interpretación CUNYAYA.

Para el proyecto se contó con la participación de un equipo interdisciplinario que asumieron diferentes roles que facilitaron la implementación de la estrategia (tabla 6).

Tabla 6.

Equipo multidisciplinario del proyecto

<b>Rol</b>	<b>Personas</b>
<b>Dirección de Proyecto</b>	Javier M. Martínez Clara Isabel López (Coinvestigadora) Luis Eduardo Bautista (Coinvestigador)
<b>Museografía</b>	Sandra Mendoza Lafaurie
<b>Diseño de experiencia</b>	Steffy K. Ballesteros R (Joven Investigadora)
<b>Diseño Interiorista</b>	Julián Uscategui
<b>Diseño de contenido</b>	Andrea Juliana Rangel María Fernanda Solano María Paula Flórez Mario Fernando González Héctor Javier Cobos Santiago Campo Mauricio Campo
<b>Producción audiovisual</b>	John Ciro Karen Arango
<b>Diseño visual (gráfico)</b>	Jack Hernández
<b>Portadores de Patrimonio</b>	Comunidad de Güepsa Trabajadores de los trapiches del municipio.
<b>Gestión Cultural</b>	Carolina Barrera

Osmar Arias (alcalde del Municipio de Güepesa)

**Administración y logística**

Ivonne Hincapié

Brayan Beltrán (Joven Investigador)

**Turismo**

Carlos Duque

Figura 12.

*Fotografía del Equipo Cunyaya*



La gestión general del proyecto estuvo a cargo del director del proyecto (Prof. Javier Martínez) y como coinvestigadores los profesores Clara López y Luis Eduardo Bautista, quienes asumieron la responsabilidad de coordinar y liderar los equipos para alcanzar los objetivos de gestión estratégica y modelo de negocio. Durante la primera etapa, se llevaron a cabo diversas sesiones de co-creación en colaboración con museógrafos, expertos en turismo, el alcalde, la

gestora cultural del municipio, trabajadores, dueños de trapiches, agrónomos y, en general, la comunidad portadora del patrimonio. Estos encuentros fueron fundamentales para conocer en profundidad las realidades, necesidades, oportunidades, deseos y frustraciones relacionadas con la producción panelera y el acervo cultural de la región (análisis contextual).

Durante las sesiones de co-creación, se estableció un valioso vínculo entre la comunidad local y los equipos de diseño y museografía. La colaboración activa de los agrónomos y campesinos permitió comprender la importancia y complejidad del proceso de producción panelera, y cómo este oficio se ha convertido en un pilar fundamental de la identidad y economía del municipio.

Figura 13.

*Talleres de co-creación y visitas de campo*



Asimismo, los expertos en turismo como Ivonne Paola Hincapié Zárate y Carlos Alberto Duque Gómez aportaron una perspectiva clave sobre cómo el centro de interpretación podría

convertirse en un destino atractivo para visitantes interesados en conocer y valorar el patrimonio cultural de la región. Su conocimiento sobre tendencias turísticas y experiencias en otros centros de interpretación contribuyó a diseñar una propuesta enriquecedora y relevante para diferentes tipos de público.

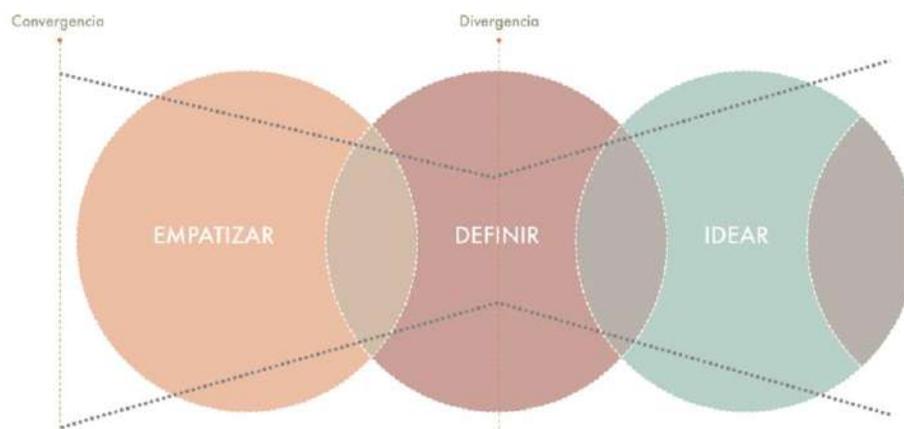
El alcalde del municipio de Güepsa y la gestora cultural desempeñaron un papel fundamental al compartir la visión de cómo el centro de interpretación podría contribuir al desarrollo y reconocimiento del territorio como destino turístico cultural. Su liderazgo y apoyo fueron determinantes para impulsar el proyecto y garantizar su sostenibilidad a largo plazo.

Por otro lado, la participación de los trabajadores y dueños de al menos 40 trapiches brindaron una perspectiva única y cercana sobre la tradición y el saber ancestral que rodea la producción de panela. Sus testimonios y experiencias directas con este oficio permitieron capturar la esencia y el valor emocional asociado a la caña y la panela, aspectos fundamentales para crear una experiencia auténtica y significativa para los visitantes.

Durante el proceso de empatizar se realizó un ejercicio de escucha activa y convergencia, la comunidad portadora del patrimonio cultural fue escuchada y respetada en todo momento, lo que generó un sentimiento de apropiación y orgullo por su legado cultural. Esta implicación activa de la comunidad contribuyó a enriquecer la narrativa del centro de interpretación y asegurar que reflejara fielmente la historia, tradiciones y valores culturales del lugar.

Figura 13.

*Ciclos de Convergencia-Divergencia en la aplicación de la estrategia. Fuente: Autor.*



En conjunto, la sinergia y el intercambio de conocimientos entre todos los actores involucrados permitieron trascender la concepción tradicional de un centro de interpretación y transformarlo en un espacio dinámico y vivo, donde el patrimonio cultural se presenta de manera interactiva y significativa, invitando a los visitantes a sumergirse en la riqueza de la cultura panelera de Güepsa. Durante la etapa de Definición en un trabajo colaborativo entre la museógrafa, portadores de patrimonio, gestora cultural, diseñadora de experiencias y diseñador interiorista surgieron dos trabajos paralelos importantes.

El primero fue un trabajo mancomunado por el anterior equipo donde la museógrafa y la dupla: diseñador interiorista y experiencia fueron líderes clave en la construcción de la narrativa y la concepción de la experiencia del centro de interpretación donde se construyeron cuatro ejes curatoriales que se convirtieron en los pilares temáticos fundamentales del centro de interpretación. Estos ejes curatoriales se diseñaron cuidadosamente para reflejar y transmitir de manera efectiva

la riqueza cultural y las tradiciones asociadas con la caña y la producción de panela en Güepsa. Cada eje se enfocó en aspectos específicos del patrimonio cultural inmaterial, como la producción de panela y las técnicas de cultivo de caña, la historia y el significado de estos oficios para la comunidad (la caña en Güepsa), la caña y panela con los cinco sentidos y los oficios detrás de la producción de una panela.

Simultáneamente, se llevó a cabo una colaboración estrecha entre la gestora cultural y la diseñadora de experiencias para involucrar activamente a la comunidad local en todas las etapas del proceso. Esta colaboración resultó fundamental para canalizar el apoyo de la comunidad en el desarrollo del proyecto. El enfoque participativo y de escucha activa permitió establecer una comunicación abierta y fluida con los habitantes de Güepsa, lo que generó un profundo sentido de pertenencia y empoderamiento en la comunidad.

Los ejes curatoriales que se definieron (Figura 15) responden a una organización coherente que se validó con la comunidad y se establecieron los hitos y elementos que se deberían destacar en la experiencia.

- Producción Panelera: Este eje curatorial tiene como objetivo narrar la historia de la producción panelera, destacando tanto su evolución a lo largo del tiempo como los diversos métodos que han sido empleados. Desde los métodos tradicionales hasta la modernización, este eje ofrece un vistazo completo a la historia de la producción de panela.
- Caña y Panela con los cinco sentidos: Tiene como objetivo sumergir a los visitantes en la experiencia de un trapiche, evocando las sensaciones sensoriales únicas de este entorno. A través de este eje curatorial se explora la transformación física de la caña de azúcar en panela desde la perspectiva de los cinco sentidos."

- Los campesinos de la panela: Este eje curatorial tiene como objetivo destacar los oficios que hacen posible la producción de panela y narrar la historia de las personas que forman parte de esta actividad. Resaltar la importancia de los roles que trabajan en la producción panelera y dar a conocer la cantidad de individuos involucrados en este proceso."
- La caña en Guepa: El propósito de este eje curatorial es trazar la historia de la caña de azúcar desde sus orígenes hasta su llegada a Guepsa, y explorar cómo esta planta ha transformado la sociedad Guepsana tanto en términos económicos como históricos. A través de este eje, se busca contar la historia de la caña y su impacto en la comunidad de Guepsa a lo largo del tiempo.

Figura 14.

*Ejes curatoriales en el CDI Cunyaya. Fuente: Autor.*



Figura 15.

*Cartografía social: Trapiches de Güepesa*



En este enfoque holístico, participativo e iterativo, se logró identificar de manera efectiva el patrimonio cultural del municipio. Güepesa, una comunidad campesina en el departamento de Santander, Colombia, es el escenario de este importante esfuerzo. La comunidad está conformada por aproximadamente 5.000 personas que se dedican a la producción de panela, una actividad que ha sido parte de su cultura durante siglos. La comunidad de Güepesa es un ejemplo de cómo la cultura y la tradición pueden ser un motor de desarrollo sostenible. La panela es un producto que genera ingresos para la comunidad y, al mismo tiempo, ayuda a preservar su cultura y su identidad

Figura 16.

*Recuperación de memoria oral en torno a oficios, objetos y condiciones geográficas para la producción de caña y panela en Güepsa.*



El éxito del proyecto no solo se traduce en la creación de un centro de interpretación que destaca la riqueza cultural de Güepsa, sino también en el fortalecimiento del tejido social y la cohesión comunitaria. La participación activa de la comunidad y la valorización de su patrimonio han generado un sentimiento de orgullo y sentido de pertenencia hacia su cultura, lo que contribuye a la sostenibilidad y perdurabilidad del proyecto a lo largo del tiempo.

## 5.4. Diseño del Centro de Interpretación CUNYAYA

### 5.4.1 Ubicación

El Centro de Interpretación (CDI) CUNYAYA, está localizado en el parque central del municipio de Güepa, es decir está enmarcado en un entorno histórico y geográfico significativo, cerca de los trapiches y campos de caña, lo que agrega valor a la experiencia de los visitantes. El edificio es una obra con elementos arquitectónicos basados en la obra del Arquitecto Rogelio Salmona, siendo un espacio disruptivo con el paisaje arquitectónico circundante que se caracteriza por edificios de naturaleza colonial y republicana en su mayoría.

Figura 17.

*Estilo arquitectónico del espacio. Fuente: Autor.*



Serán los principios arquitectónicos del espacio los que definirían la distribución y recorrido de la experiencia usando principios como la simetría, la armonía y el crecimiento radial; también se consideraron los juegos de sombras y elementos geométricos para diseñar el espacio interior.

#### **5.4.2 Concepto Cunyaya (Experiencia general)**

Después de varios talleres de co-creación que se organizaron con la Gestora Cultural, la comunidad de líderes y trabajadores del trapiche (portadores de patrimonio) y los equipos de diseño se llegó a constituir la esencia<sup>19</sup> de la marca CUNYAYA pensando en crear un vínculo entre los bienes culturales y las personas:

“En CUNYAYA contamos historias, saberes y tradición musical a través de experiencias interactivas únicas y sorprendentes usando tecnologías, como realidad aumentada y realidad virtual. Soñando con abrir las puertas al crecimiento cultural y turístico para la apropiación y divulgación del folclor, saberes e historias de la producción panelera en Güepsa, Santander”

Los elementos gráficos que constituyen la arquitectura de la marca que se desarrolló para el CDI Cunyaya, están basados en conceptos que podemos apreciar en la caña como son: la verticalidad, el modularidad, la flexibilidad y la segmentación. Con una paleta de color que toma

---

<sup>19</sup> La esencia de marca es la parte intangible más distintiva de una marca, describe las características o valores que le hacen diferenciarse y destacar por encima del resto y se acaba de construir mediante la experiencia que el usuario tiene con la marca.

como referencia los tonos cálidos de la panela y las maderas presentes en el trapiche, en armonía contrastante con el verde de los cañales (Figura 19).

Figura 18.

*Paleta de color y elementos de marca CDI Cunyaya. Fuente: Autor*



Para definir el estilo se plantea un lenguaje moderno, sobrio y minimalista, que busca la neutralidad en sus espacios para resaltar las experiencias particulares. Manejo formal basado en la abstracción geométrica de los recursos conceptuales del mundo de la panela, buscando crear ambientes neutros y limpios que logren transmitir calidez y las diferentes sensaciones de cada experiencia, el moodboard de la Figura 20 muestra los elementos conceptuales y de inspiración que guiaron el proceso de diseño.

Figura 19.

Moodboard del concepto para el CDI Cunyaya. Fuente: Autor



En el capítulo 2 de este libro, se destacó la importancia de estimular la curiosidad de los visitantes mediante el uso de tecnologías digitales como el video mapping, la realidad virtual (VR) y la realidad aumentada (AR). Estas innovadoras herramientas permiten involucrar dos o más de los cinco sentidos humanos, enriqueciendo la experiencia museográfica. Al combinar la emoción y la narración de historias detrás de los objetos, se busca crear una experiencia memorable y reflexiva que deje una impresión duradera en la mente de los visitantes.

La combinación del folclor musical con las tecnologías de video mapping, realidad virtual y realidad aumentada busca transportar a los visitantes a través del tiempo y el espacio, sumergiéndolos en las tradiciones y expresiones culturales únicas de la comunidad. El uso de melodías y ritmos autóctonos añade una dimensión emocional y evocadora a la experiencia museográfica, permitiendo que los visitantes conecten de manera más profunda con el patrimonio cultural inmaterial de la región.

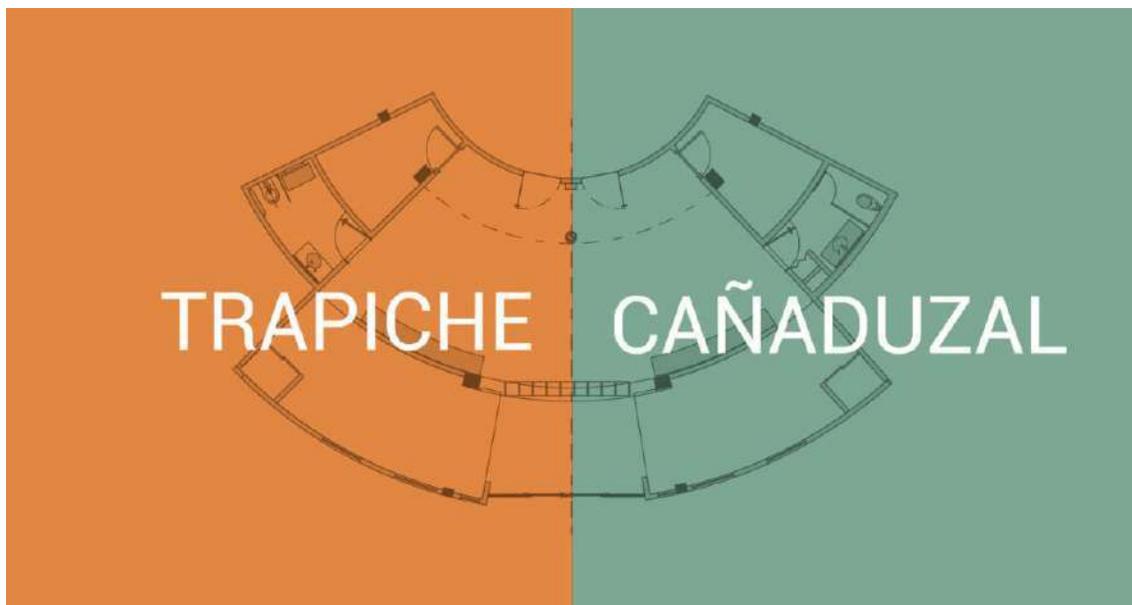
Asimismo, se ha constatado que la co-creación entre los visitantes y los profesionales del patrimonio cultural inmaterial es una estrategia efectiva para sensibilizar sobre el valor de su patrimonio. El uso de estas tecnologías permite preparar los sentidos del visitante para absorber la información del lugar que están explorando, iniciando con el estímulo de la curiosidad. Esta combinación de elementos garantiza una mayor implicación del público y una apreciación más profunda de la riqueza cultural de las comunidades locales, contribuyendo así al rescate y reconocimiento del patrimonio cultural inmaterial de la región.

### 5.4.3 Distribución de espacios y experiencia Cunyaya

Tomando como base el equilibrio simétrico del diseño arquitectónico del espacio se propone hacer una división de la experiencia en dos grandes áreas (Figura 21): i. Todas las experiencias que nos hablan del cultivo de la caña, las propiedades del cultivo y la cultura campesina (lado derecho - verde) y ii. Las experiencias orientadas hacia entender el trapiche y los oficios que se desarrollan en el ámbito de la producción panelera (lado izquierdo- naranja).

Figura 20.

Distribución de los espacios en Cunyaya



Para dar rigor no solo a las etapas tempranas del diseño y a la validación de las experiencias diseñadas, se involucró a uno o varios estudiantes de pregrado de la Escuela de Diseño Industrial de la Universidad Industrial de Santander y a profesores expertos en diferentes campos de conocimiento (Tabla 7). Esto permitió que las experiencias mencionadas se enmarquen en trabajos

de pregrado, asegurando que el plan de validación sea aplicable de manera transversal a todas las experiencias explicadas en este capítulo. La estrategia propuesta permitió la colaboración entre estudiantes, profesores y expertos garantizando una aproximación interdisciplinaria y enriquecedora para lograr resultados efectivos y en línea con los objetivos de la investigación.

Tabla 7.

*Asociación de experiencias, estudiantes y profesores.*

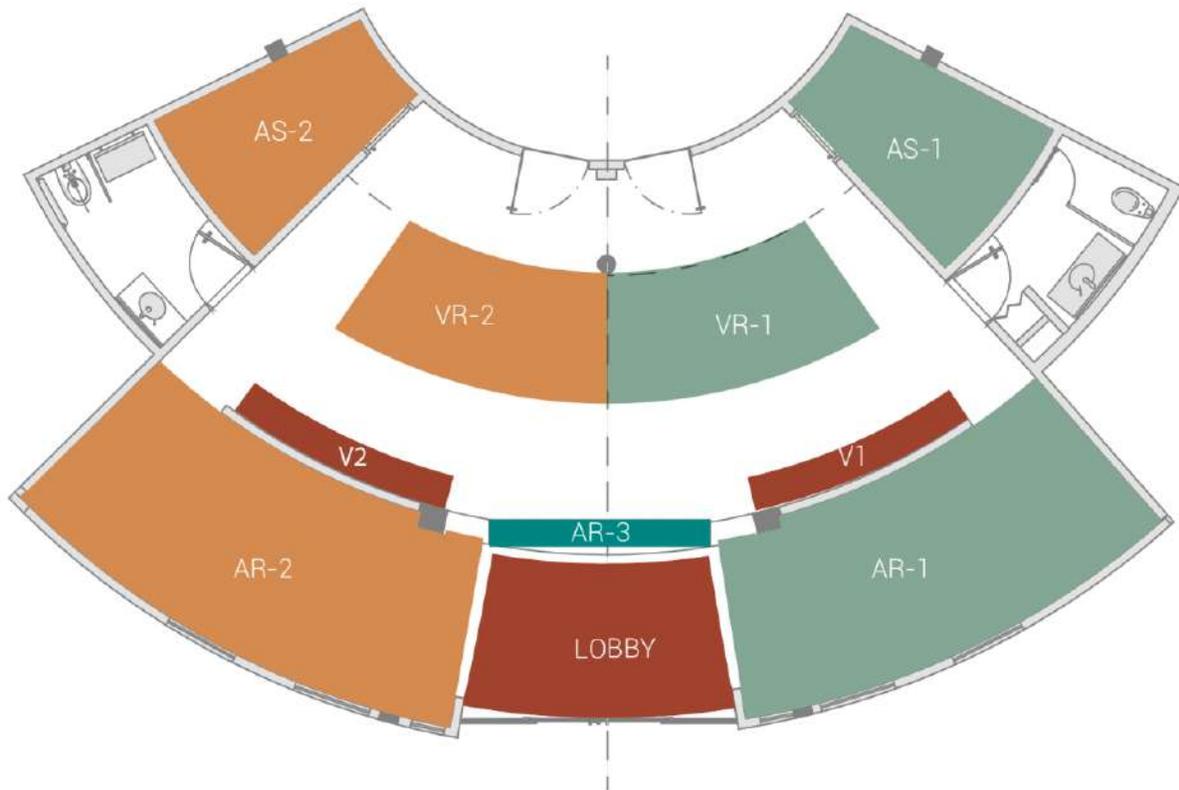
<b>Código</b>	<b>Nombre de la experiencia</b>	<b>Estudiantes</b>	<b>Profesores</b>
<b>AR1</b>	Los viajes de la caña	María Paula Flórez, Andrea Juliana Rangel.	Javier Mauricio Martínez
<b>AR2</b>	Extraer la esencia transformar la caña	María Fernanda Solano	Javier Mauricio Martínez
<b>AR3</b>	Rostros e historias de la panela	María Paula Flórez, Andrea Juliana Rangel	Javier Mauricio Martínez
<b>V1</b>	Oficios paneleros	Cristian Triana	Javier Mauricio Martínez
<b>V2</b>	Oficios paneleros	Cristian Triana	Javier Mauricio Martínez
<b>VR1</b>	Sembrar, cortar, cargar y arrear.	Mario Fernando González, Héctor Cobos	Luis Eduardo Bautista
<b>VR2</b>	Moler, batir y moldear.	Mario Fernando González, Héctor Cobos	Luis Eduardo Bautista, John Ciro
<b>AS1</b>	El convite.	Mauricio	Clara

		Campo, Santiago Campo	López, John Ciro
<b>AS2</b>	Los sonidos de la tierra.	Mauricio Campo, Santiago Campo	Clara López, John Ciro

La Figura 22 detalla la distribución de las experiencias específicas en las dos áreas principales, el Trapiche y el Cañal. El recorrido del visitante comienza en el lobby de Cunyaya, donde recibe la bienvenida al CDI. Luego, se dirige hacia el sector AR-1 a la derecha, donde inicia su experiencia a través de un conjunto de experiencias diseñadas con tecnología de Realidad Aumentada (Aumented Reallity -AR) y cuyo objetivo es exponer como llega la caña a Colombia desde la India, y apoyados en tecnologías como el visual mapping incentivar la curiosidad de los visitantes para comprender las propiedades específicas de la caña de azúcar y las características de los suelos, clima y otros factores que hacen da la caña sembrada en esta región un producto diferenciado.

Figura 21.

*Zonificación de las experiencias*



A continuación, el visitante avanza hacia las experiencias en el sector AR-2, donde encontrará una combinación de elementos basados en Realidad Aumentada y presentaciones interactivas en forma de infografías. Estas experiencias ofrecerán al visitante una visión detallada de los métodos históricos de extracción del jugo de caña, así como los diversos subproductos derivados de la caña de azúcar. Una vez ha terminado el recorrido en este sector del CDI el visitante se dirige hacia el hall central donde se encontrará en primer lugar con dos vitrinas (V1 y V2) donde conocerá las herramientas usadas en cada uno de los 30 oficios detrás de una panela, desde el cultivo, siembra y cosecha de la caña (V1) hasta las usadas en el trapiche para la elaboración de la panela (V2). Además, hacia el centro el visitante podrá explorar las historias detrás de las personas

que desempeñan este noble oficio, con especial énfasis en el trabajo de las mujeres, a través de una experiencia interactiva basada en Realidad Aumentada. (AR-3).

Después el visitante mediante Realidad Virtual podrá experimentar un viaje al corazón de los cañales (VR-1) y podrá experimentar mediante juegos los oficios de trapiche (VR-2).

Para finalizar el visitante tendrá la oportunidad de escuchar los sonidos del cañal y el trapiche, interactuar mediante tecnología de Visual Mapping haciendo composiciones musicales con esos sonidos y aprender sobre “El Convite”, una práctica de solidaridad comunitaria (AS-1). Para finalizar en AS-2 podrá conocer el folclor musical que acompaña siempre los campos y trapiches de esta región a ritmo de guabina, torbellino y carranga.

A continuación, en la tabla 6 se describen en síntesis cada una de las experiencias que hacen parte del recorrido en el CDI Cunyaya.

Tabla 8. Inventario de Experiencias CUNYAYA

<b>Código</b>	<b>Descripción de la experiencia</b>	<b>Tecnología</b>
<b>Lobby</b>	Vestíbulo hall de recibo, espacio de bienvenida donde el visitante conoce la exhibición y entiende la dinámica del lugar. Panel de presentación del CDI, misión, visión y esencia, introducción textos curatoriales de la exhibición, listado de créditos, pantalla de impacto visual y sistema orientación en el espacio / Señalética.	Códigos QR. App Cunyaya
<b>AR1</b>	Espacio que invita a conocer las características que han permitido la implantación del cultivo de caña en Güepsa. 1. La Ruta de la Caña. Mapa del mundo que muestra la llegada de la caña a Güepsa. 2. Crecimiento y maduración de la caña panelera. 3. Cultivo de caña ideal, condiciones únicas de nuestra región, suelo, clima, brix, pisos térmicos.	Realidad aumentada y Visual Mapping
<b>AR2</b>	2- Trapiches de ayer y hoy, cartografía social de los trapiches representativos de Güepsa, actuales y que existieron.	Realidad aumentada y Visual Mapping

	3- De los Trapiches Güepsanos para el mundo. Nuestra jerga, el humor como identidad del Güepsano	
<b>AR3</b>	Homenaje a los oficios en el caña y trapiche - Los héroes detrás de un dulce producto. Las mujeres como protagonistas de estos arduos oficios.	Realidad aumentada
<b>V1</b>	Muestra herramientas y objetos históricos de los oficios en el cañaduzal. Vitrina 1	Vitrinas interactivas
<b>V2</b>	Muestra herramientas y objetos históricos de los oficios del proceso panelero en el trapiche. - Vitrina 2	
<b>VR1</b>	Experiencia con Videos 360 grados que presentan los principales oficios desarrollados en el cañaduzal.	Realidad Virtual inmersiva
<b>VR2</b>	Experiencia de las labores del trapichero, procesos de la producción panelera desarrollados en el Trapiche	Realidad virtual gamificada
<b>AS1</b>	Un viaje al ambiente trapichero a través de una experiencia multisensorial, donde podrás vivir los momentos alrededor de la panela a través de los sonidos de cada proceso y crear una composición musical interactiva.	Visual Mapping con sonidos envolventes
<b>AS2</b>	Experiencia audiovisual gamificada que exalta la cultura musical y el folclor tradicional de la región. Estación Carranga, Guabina y Torbellino.	Pantallas con juegos y Sonido auricular.

#### 5.4.4 Especificación de cada hito en la experiencia Cunyaya

**Fachada:** La fachada del espacio se diseña con el objetivo de dar un preámbulo a lo que el visitante encontrará al interior del CDI. La propuesta esquemática del diseño de fachada del centro de interpretación CUNYAYA, integra los elementos arquitectónicos y articulación del sistema de comunicación exterior de acuerdo al lenguaje y concepto de diseño de espacios y el estilo arquitectónico preexistente (Figura 23). Diseño: Julián Uscategiui.

**Lobby e ingreso:** En este espacio de bienvenida se explican conceptos que el visitante debe tener presentes para construir mejor su experiencia en el centro de interpretación. Es un ambiente integrado con las dos salas laterales, invitando al usuario a iniciar el recorrido y comenzar a explorar las experiencias de cada exhibición. Concepto basado en la GAVERA como elemento central articulador del espacio, que proporciona y modula los elementos de los espacios a partir de formas ortogonales, es decir, de las proyecciones de las líneas paralelas que corresponden al

formato de la PANELA rectangular y que serán la línea base del diseño interior (Figura 24).

Diseño: Julián Uscategiui.

Figura 22.

*Fachada CDI Cunyaya. Fuente: Autor.*



Figura 23.

*Lobby Cunyaya. Fuente: Autor.*



**AR-1 Los viajes de la caña:** Esta experiencia trata sobre la circulación de gentes y productos que propinó la llegada de los europeos y africanos al Nuevo Mundo, dio origen a un mestizaje gastronómico al entrecruzar alimentos de aquí y de allá. Desde el inicio, conquistadores y demás autoridades europeas buscaron la manera de implantar el modelo agrícola de monocultivo, aprovechando grandes extensiones de territorio para la siembra de plantas como la caña de azúcar, que continúa siendo junto a sus derivados, uno de los sectores productivos más importantes de nuestro país.

A través de un recorrido virtual, se logrará dar vida al mapa de Colombia y del mundo, permitiendo que los visitantes se adentren en los viajes de la caña mientras experimentan las bondades de la realidad aumentada. Mediante estas experiencias, los visitantes descubrirán la ruta que esta planta ha seguido desde su lugar de origen hasta tierras colombianas, en lugares como Güepsa (Figura 25). Diseño: María Paula Flórez.

Figura 24.

*Mapas interactivos de los viajes de la caña. Fuente: Autor.*



A lo largo de este viaje, los visitantes se sumergirán en un mundo de descubrimientos y sorpresas al conocer las distintas variedades de caña que han prosperado gracias a las singulares características geográficas y climáticas de Colombia. Entendiendo cómo cada región ha dado un entorno propicio para el cultivo de esta valiosa planta, la experiencia muestra la diversidad de la caña y también la oportunidad de aprender sobre datos científicos de la panela, y los cuidados y procedimientos necesarios para su cultivo y producción, entendiendo la laboriosa tarea de producir el apreciado producto.

Para hacer que esta experiencia fuese aún más interactiva, se emplea la tecnología de videomapping, que permite proyectar textos e imágenes sobre superficies que simulan la figura abstracta de una caña, de esta manera va creciendo la caña a medida que el visitante interactúa con la información, haciéndolos sentir parte activa del recorrido mientras se crea un escenario inmersivo y dinámico (Figuras 26 y 27). Diseño: Andrea Rangel.

Figura 25.

Experiencia de video mapping para aprender sobre las características de la caña. Fuente: Autor.



Figura 26.

Experiencia de video mapping para aprender sobre las características de la producción panelera. Fuente: Autor.



## **AR-2 Extraer la esencia, transformar la caña.**

El azúcar, el ron y otros destilados, junto con la panela, son productos derivados de la caña que se obtienen a partir de la extracción de jugos de la caña y la panela. A lo largo del tiempo, se han utilizado distintos tipos de trapiches, que son los molinos empleados en la prensa de la caña de azúcar y el lugar donde se produce la panela. Para extraer la esencia de la caña, el trapiche se movía por fuerza humana o animal. Posteriormente, con la llegada de la electricidad y nuevas tecnologías, se adoptaron formas más industrializadas para la extracción de los jugos.

En esta sala, los visitantes podrán sumergirse en el mundo de la extracción de la caña de azúcar y los trapiches de ayer y hoy, descubriendo la diversidad de productos que se derivan de esta valiosa planta y su proceso de extracción y transformación. Tres vitrinas con prototipos

históricos de métodos de extracción cobran vida a través de la tecnología de realidad aumentada, transportando a los visitantes en el tiempo para experimentar el funcionamiento de antiguos artefactos.

Además, podrán adentrarse en los cañales y explorar la evolución de los trapiches, los molinos que han prensado la caña a lo largo del tiempo, desde los impulsados por fuerza humana o animal hasta los métodos más modernos con electricidad. Esta sala se convierte en un tesoro de saberes y experiencias, honrando el legado de la caña de azúcar y su vínculo con la identidad cultural de Güepsa, en un encuentro único entre el pasado y el presente que celebra el patrimonio inmaterial de la región (Figura 28). Diseño: María Fernanda Solano.

Figura 27.

*Vitrinas de métodos para extraer jugos y al fondo cañaduzal abstracto. Fuente: Autor.*



## **V1 - V2 Oficios paneleros**

Esta enriquecedora experiencia se compone de dos vitrinas estratégicamente ubicadas en el Centro de Interpretación (CDI). La primera vitrina, ubicada en el área izquierda está dedicada a la temática del trapiche, destaca la importancia de las herramientas utilizadas en la transformación de la caña en panela. Elementos donados por la comunidad, como antiguas gaveras, raspetas, pirigüellas, casos, palines y garabatos ilustran las herramientas esenciales empleadas en los trapiches. Estos objetos representan el arduo trabajo y dedicación que conlleva la producción del dulce producto, la panela.

Por otro lado, la segunda vitrina se encuentra en el área derecha del CDI, abordando la temática del cañal. En esta sección, se exhiben los elementos necesarios para trabajar la tierra, tales como botas, sombreros, machetes y azadones. Estas herramientas son fundamentales para los cortadores y recolectores en los cañales durante el proceso de siembra y cosecha de la caña. Ambas vitrinas resaltan la estrecha relación entre la tierra, el cultivo de la caña y el preciado producto final que forma parte esencial de nuestra tradición cultural (Figuras 28 y 29). Diseño: Cristian Triana.

### **AR-3 Rostros e historias de la panela:**

La experiencia que les aguarda será una invitación a sumergirse en las historias, memorias y tradiciones que residen detrás de la emblemática panela güepsana. A través de la Aplicación Móvil Cunyaya, abrirá las puertas a un emocionante viaje en realidad aumentada, donde revivirán las historias que estos héroes tienen por compartir.

Figura 28.

*Vitrina del área del cañaduzal. Fuente: Autor.*



Figura 29.

*Simetría de las vitrinas del trapiche y el cañal. Fuente: Autor.*



Al activar la realidad aumentada en sus celulares, se encontrarán frente a una apasionante exposición de rostros en una inmensa gavera. En esta exposición fotográfica, cada rostro representará a los valientes protagonistas que han forjado la historia de la panela, y a través de esta experiencia única, podrán conocer sus vivencias y legados que han enriquecido la tradición panelera de Güepsa y han hecho de esta tierra un lugar lleno de sabores y cultura (Figura 31).

Diseño: María Paula Flórez

Figura 30.

*Gavera de Rostros e historias de la panela. Fuente: Autor.*



### **VR-1 Sembrar, cortar, cargar y arrear.**

Apenas los primeros rayos del sol iluminan los cañales, da inicio una jornada llena de actividad para los campesinos de la panela. Bajo la cálida luz solar, cientos de personas se dedican con esmero a preparar la tierra, sembrar y cuidar el crecimiento de las cañas de azúcar. Luego, con destreza, cortan las maduras cañas y las cargan en mulas que las llevarán al trapiche. En este cautivador espacio, los visitantes podrán conocer de cerca los oficios y trabajadores que participan en estas labores en campo abierto. Es aquí donde se produce la caña panelera, la materia prima para elaborar este producto emblemático de Güepsa y uno de los principales pilares de la producción nacional.

Esta enriquecedora experiencia se enmarca en el área del Centro de Interpretación (CDI) dedicada al cañaduzal. Los visitantes se sumergirán en una realidad virtual, donde durante tres minutos vivirán lo que significa trabajar bajo los rayos del sol en los cañales. Se convertirán en testigos de la ardua tarea de recolectar las preciadas cañas de azúcar, llevada a cabo por incansables jornaleros. La realidad virtual los guiará por los extensos cañaduzales, permitiéndoles conocer de cerca cada actividad que se desarrolla en este entorno natural y conectarse con las personas que hacen posible esta labor. Es una vivencia única que los transportará a la esencia misma de la producción de la panela y les brindará una comprensión profunda y apreciación del valioso trabajo de estos héroes de la tradición panelera (Figura 32). Diseño: Héctor Cobos.

Figura 31.

*Experiencia de realidad virtual sobre el cañaduzal. Fuente: Autor.*



## **VR-2 Moler, batir y moldear**

El tañido del trote de las mulas anuncia la llegada de la carga de cañas, y este sonido pronto se mezcla con los que provienen del molino y otras herramientas del trapiche, donde la caña se transformará en panela.

En este lugar, preneros, bagaceros, relimpiadores, colincheros, hornilleros y empacadores se ocupan de la segunda etapa de la producción panelera. Aunque estos oficios solían ser desempeñados exclusivamente por hombres, cada vez más mujeres encuentran oportunidades laborales distintas a las asociadas con la cocina, aunque no se puede subestimar la importancia del trabajo de la cocinera en el funcionamiento del trapiche.

Este espacio invita a experimentar el funcionamiento, los oficios y roles que se desarrollan dentro del trapiche panelero. A través de realidad virtual, los visitantes se adentrarán en todo lo relacionado con el proceso de elaboración de la panela en su lugar de producción: El Trapiche. En minijuegos podrán participar en la tradición cultural de elaborar la panela artesanalmente, conociendo cada tarea que se realiza en el interior del trapiche.

Para ello, los visitantes se convertirán en los protagonistas del proceso y deberán contar con las herramientas y precauciones necesarias e indispensables en la transformación de la caña en panela. Será una experiencia envolvente y enriquecedora que les permitirá sumergirse en el mundo del trapiche y valorar aún más la tradición y el trabajo detrás de este producto emblemático de Güepesa (Figura 33). Diseño: Mario Fernando González.

Figura 32.

*Experiencia de realidad virtual sobre el trapiche. Fuente: Autor.*



En el mismo espacio donde se realizan las experiencias VR-1 y VR-2, se rinde un homenaje a "Los 30 detrás de una panela". En este concepto, se ha creado una composición reticular a gran escala inspirada en las formas de la GAVERA, que delimita las diferentes zonas del hall central. La iluminación cálida y difusa representa el calor de la panela líquida, sumergiendo a los visitantes en un ambiente acogedor y evocador (Figura 34).

Figura 33.

*Ampliación de los Oficios paneleros. Fuente: Autor.*



Además, se ha utilizado el efecto visual de *reflexión* en el techo, generando la sensación de estar inmersos dentro de las gaveras gigantes. Este gesto es un tributo a los campesinos que se encuentran detrás de cada oficio en la producción de la panela, mostrando sus rostros y resaltando su invaluable labor. Los planos que caen en diferentes alturas crean una composición dinámica que simula la fluidez del melao al caer en los moldes de la *gavera* (Figura 35).

Figura 34.

*Visualización de los 30 detrás de una panela. Fuente: Autor.*



### **AS-1 El Convite:**

La cooperación y la reciprocidad son los principios fundamentales que rigen las labores y oficios campesinos, una ancestral práctica que se ha transmitido desde tiempos prehispánicos. En aquellos días, los líderes de los territorios solían convocar a los miembros de su comunidad y a otros grupos para colaborar en la siembra y recolección de la cosecha. Como muestra de agradecimiento, al concluir el trabajo, ofrecían una celebración festiva con comida, música y danzas. Así nació la tradición del convite campesino, donde el vecino dueño de la tierra o el patrón se encargaba de proveer música, alimentos y bebida a sus colaboradores, otorgando un ambiente ameno y enriquecido por la camaradería. En este espacio, los visitantes podrán deleitarse con la

auténtica experiencia de un convite, impregnado de melodías y bailes, mientras se lleva a cabo la producción de la panela güepsana. Mediante una evocadora abstracción geométrica, que representa la transición del cañal al trapiche, las cañas se disipan hasta confluir en un muro de tapia pisada, sumergiendo a los asistentes en una atmósfera plena de tradición y folclor musical (Figura 36).

Diseño: Santiago Campo.

Figura 35.

*Experiencia "El convite"*



### **AS-2 Radio Güepsa:**

Como se mencionó anteriormente, la música está ligada profundamente a la producción panelera. A través de "Los sonidos de la tierra", los visitantes tendrán la oportunidad de adentrarse en los fascinantes aires musicales que surgieron del mestizaje cultural tras la llegada de los europeos a América. Esta amalgama de influencias ha dado lugar a una diversidad de cautivadores ritmos y danzas que impregnan la región. Los protagonistas serán instrumentos como el tiple, la guitarra, la bandola y el requinto, presentes en las múltiples expresiones musicales de los Andes. Estas melodías, que reflejan la vida cotidiana del mundo campesino, transmiten la sabiduría

popular y expresan críticas y picardías típicas de la región, siendo los torbellinos, guabinas y carrangas los ritmos principales que animan las festividades, celebraciones y actividades como *El Convite*.

En esta experiencia inmersiva, "Los sonidos de la tierra", los visitantes podrán sumergirse en un entorno envolvente, simbolizado por una caja de madera que los transportará al interior de un auténtico instrumento de cuerdas. La armonía artística de volúmenes generará un ambiente inmersivo y los acercará a la rica tradición musical de Güepsa. A lo largo de esta emocionante vivencia, podrán conocer de cerca los diversos ritmos, instrumentos y talentosos grupos musicales que enriquecen el patrimonio cultural de la región y acompañan la labor diaria en los cañaduzales y trapiches.

La experiencia no solo es un homenaje al patrimonio sonoro de Güepsa, sino que también permite a los visitantes formar parte activa de los grupos musicales y la identidad musical del municipio. Mediante un divertido videojuego musical, podrán descubrir los diferentes ritmos y grupos que representan la región güepsana, sumándose así al legado cultural que ha enriquecido la producción de la panela en esta hermosa tierra (Figura 37). Diseño: Mauricio Campo.

Figura 36.

*Experiencia "Los sonidos de la tierra. Fuente: Autor.*



## 5.5 Validación y resultados.

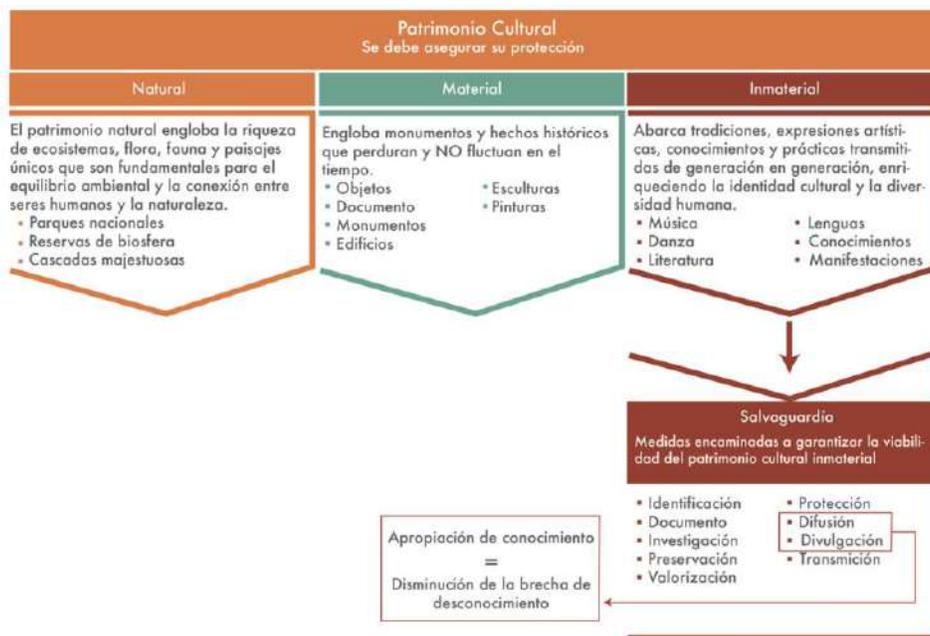
Es una responsabilidad inherente a la sociedad salvaguardar el patrimonio cultural inmaterial. No obstante, es importante entender que existen múltiples enfoques para lograrlo, y la selección del camino se verá influenciada por elementos como el patrimonio, la comunidad, los proyectos y los recursos disponibles, entre otros. Entre las diversas vías para asegurar la salvaguardia de este legado se encuentran la identificación, documentación, investigación, protección, difusión y divulgación (Figura 38). En este contexto, el presente libro se focaliza en dos de estas vertientes: la divulgación y la difusión. La difusión del patrimonio implica comunicar y resaltar su existencia y valor, principalmente dirigida a audiencias como investigadores, expertos, comunidades locales, portadores de patrimonio o expertos en el patrimonio exhibido.

El propósito de esta vía es informar y sensibilizar sobre aspectos específicos del patrimonio, a menudo utilizando canales especializados y técnicos que enriquezcan su comprensión.

Por otro lado, para la divulgación busca hacer que el conocimiento del patrimonio sea accesible y comprensible para un público más amplio y diverso. Esta modalidad se esfuerza por transmitir información de manera clara y atractiva, aprovechando medios populares y comprensibles como exposiciones, programas culturales, redes sociales y eventos culturales (McManus, 2022). En resumen, la combinación de divulgación y difusión amplía la esfera del patrimonio cultural, haciendo que su apreciación y comprensión lleguen a un público variado y enriquecedor.

Figura 37.

*Desglose del patrimonio cultural inmaterial y sus caminos de salvaguardia. Fuente: Autor.*



Es fundamental reconocer que la divulgación y difusión del patrimonio tienen como objetivo primordial la efectiva comunicación de su significado y valor. El éxito de estas acciones no radica solo en transmitir información, sino en garantizar una apropiación del público. Cuando el público no solo entiende, sino que también ha generado una conexión emocional con el patrimonio, se crea un lazo duradero. Esto implica una transformación en la percepción, donde lo que una vez fue ajeno se convierte en una parte valiosa de su identidad y cultura.

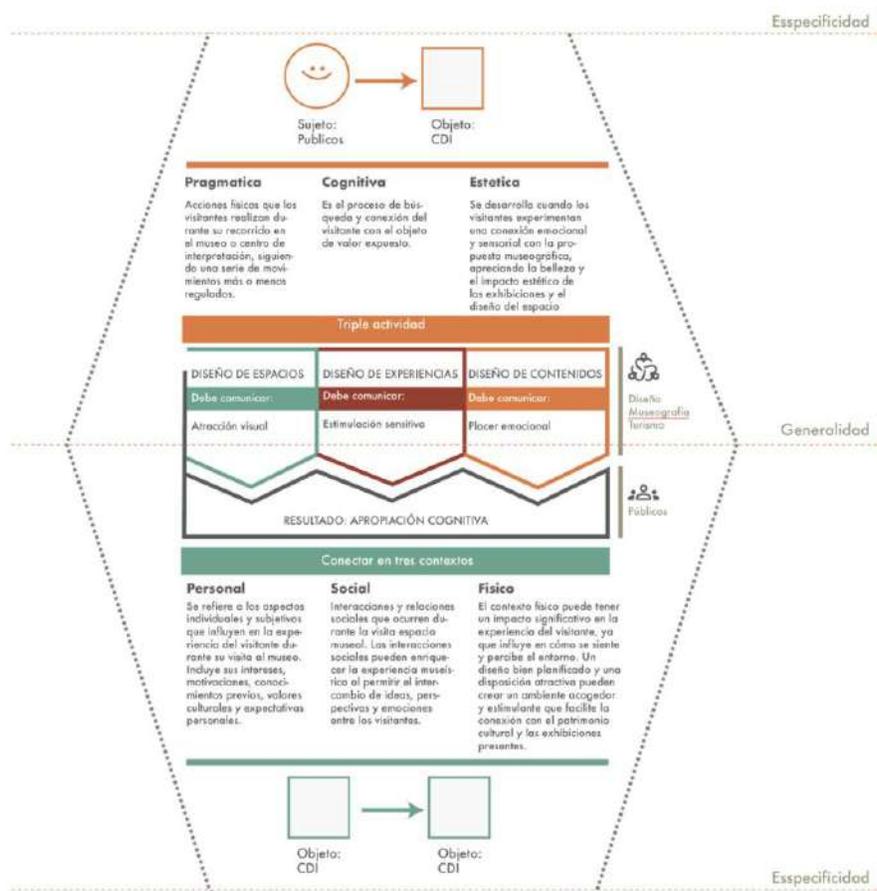
La apropiación cognitiva se manifiesta cuando se observa una notable reducción en la brecha de desconocimiento que previamente rodeaba el patrimonio presentado. Además, esta conexión emocional no solo enriquece la experiencia individual del visitante, sino que también contribuye a la preservación y valorización del patrimonio en sí mismo, ya que el público se convierte en un defensor y promotor activo de su legado cultural. En última instancia, el éxito en la divulgación y difusión del patrimonio no solo se mide en términos de información transmitida, sino en el impacto duradero que genera en la relación entre el público y su patrimonio compartido.

El reconocimiento de la relevancia tanto de los diseñadores como de los públicos en el proceso de museografía ha llevado a establecer una conexión directa entre lo específico y lo general mediante la estrategia diseñada. Los diseñadores, museógrafos y expertos en turismo han detallado y analizado la triple actividad que desarrollan los públicos en relación a las experiencias y al espacio museal. Estas actividades comprenden lo pragmático, lo cognitivo y lo estético, que se erigen como fundamentos esenciales de la atracción visual, la estimulación sensitiva y el placer emocional. Estas tres variables son indispensables para establecer una conexión efectiva entre los públicos y las experiencias, y con el Centro de Interpretación (CDI) (Figura 39). Para lograr la comunicación esencial que una experiencia, e incluso el espacio en sí, debe poseer, se reconoce

la importancia de tres contextos fundamentales que influyen en la apropiación cognitiva de las experiencias ofrecidas. Estos contextos, que abarcan lo personal, lo social y lo físico, comprenden los intereses, motivaciones e inquietudes individuales de los visitantes, las interacciones que mantienen con otros visitantes durante su recorrido y cómo se relacionan con la narrativa y el contenido presentado en los espacios museales. Estos elementos son de vital importancia para asegurar que la experiencia museográfica sea significativa y deje una impresión duradera en la comprensión y apropiación del patrimonio cultural por parte de los visitantes (Figura 39).

Figura 38.

*Conexión de variables desde lo general y lo específico. Fuente: Autor*



### **5.5.1 Diseño de las pruebas de validación**

Con el propósito de evaluar si la implementación de la estrategia de diseño ha permitido la apropiación cognitiva del patrimonio exhibido y, por ende, la salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial se ha llevado a cabo un plan de validación destinado a medir el nivel de apropiación cognitiva alcanzado por los visitantes y las variables de atracción visual, estimulación sensitiva y placer emocional. Esta etapa adquiere una relevancia crucial al garantizar la coherencia entre los resultados obtenidos y los objetivos planteados, así como al asegurar que la experiencia museográfica cumpla su propósito general de contribuir a la preservación del patrimonio cultural.

La investigación adopta un enfoque observacional, prospectivo y transversal, enfocándose en un nivel descriptivo. Para la selección de la muestra, se ha utilizado un muestreo no probabilístico (por conveniencia), conformado por 36 personas que incluyen tanto a usuarios locales de Güepsa como turistas. Se procuró mantener una proporción igual de mujeres y hombres en la muestra, ya que las tecnologías utilizadas no discriminan por sexo. Además, que la muestra abarque al menos tres generaciones:

Generación X: personas entre 36 y 48 años.

Generación Y: personas entre 24 y 35 años.

Generación Z: jóvenes menores de 23 años.

Asimismo, se implementó un muestreo cuantitativo siguiendo la metodología propuesta por el NN Group (Nielsen, 1993).

Tabla 9.

*Muestreo.*

<b>Muestra: 36 personas</b>					
<b>Ciudad: 24 personas</b>			<b>Güepsa: 12 personas</b>		
Z	Y	X	Z	Y	X
10	10	4	5	5	2

Hay que recalcar que cada experiencia presentada está ligada a una labor de pregrado minuciosa y dedicada. Para un examen más profundo en verificaciones y validaciones específicas para cada experiencia, es muy recomendado dirigirse a los informes finales y documentos asociados a cada proyecto de grado. Por esta vía se accederá a un entendimiento detallado y preciso de las investigaciones, desarrollos, diseños y descubrimientos relacionados con cada experiencia museográfica en particular. (Tabla 8)

En este contexto, el presente informe subraya la validación de la apropiación cognitiva en los visitantes, así como las variables fundamentales de atracción visual, estimulación sensitiva y placer emocional. Este análisis fortalece aún más el fundamento investigativo de este proyecto, añadiendo profundidad y solidez a su enfoque.

Tabla 10. *Relación de experiencia y trabajo de grado.*

<b>Código</b>	<b>Nombre de la experiencia</b>	<b>Proyecto de grado</b>	<b>Anexo</b>
<b>AR1</b>	Los viajes de la caña	COMPONENTE INTERACTIVO DEL MUSEO DE LA PANELA Y LA CAÑA Investigación para la innovación en museografía enfocada en el rescate del patrimonio histórico y cultural de los oficios: caso componente interactivo del museo de la panela y la caña	Proyecto de grado 1
<b>AR2</b>	Extraer la esencia transformar la caña		
<b>AR3</b>	Rostros e historias de la panela		
<b>V1</b>	Oficios paneleros		Proyecto de grado 2
<b>V2</b>	Oficios paneleros		
<b>VR1</b>	Sembrar, cortar, cargar y arrear.	Aplicación de Realidad Virtual (VR) enfocada a la experiencia interactiva del proceso de la panela, vinculado al proyecto de investigación para la innovación de museografía enfocada en el rescate del patrimonio histórico y cultural de los oficios: Caso componente interactivo del centro de interpretación de la panela y la caña.	Proyecto de grado 3
<b>VR2</b>	Moler, batir y moldear.		
<b>AS1</b>	El convite.	Mauricio Campo, Santiago Campo Mauricio Campo, Santiago Campo	Proyecto de grado 4
<b>AS2</b>	Los sonidos de la tierra.		

### 5.5.2 Variables consideradas

En la siguiente tabla se amplía sobre las variables que atañen la estrategia:

Tabla 12.

*Variables objeto de estudio*

ARTEFACTO EVALUADO	ESCALA	CONTROLES
EXPERIENCIAS MUSEOGRÁFICAS DE REALIDAD AUMENTADA, VIDEO MAPPING Y REALIDAD VIRTUAL	Aprendizaje autónomo y memoria.	Prueba antes y después del estudio, lugar separado de la experiencia para el desarrollo de la prueba.
<b>Variable: Estimulación sensorial</b>		
ARTEFACTO EVALUADO	ESCALA	CONTROLES
EXPERIENCIAS AR, MAPPING Y VR	Percepción.	Grupo focal, preguntas, tiempo de respuesta.
<b>Variable: Atracción visual</b>		
ARTEFACTO EVALUADO	ESCALA	CONTROLES
EXPERIENCIAS MUSEOGRÁFICAS DE REALIDAD AUMENTADA, VIDEO MAPPING Y REALIDAD VIRTUAL	Diferencial semántico.	Visualización de acuerdo con cada experiencia. Efectos visuales Video Mapping.
<b>Variable: Placer emocional</b>		
ARTEFACTO EVALUADO	ESCALA	CONTROLES
EXPERIENCIAS MUSEOGRÁFICAS DE REALIDAD AUMENTADA, VIDEO MAPPING Y REALIDAD VIRTUAL	Respuestas fisiológicas (Oster & Ekman, 1980).	Ubicación de las cámaras. Observación Ambiente.

### **5.5.3 Protocolo de validación**

Para evitar sesgos en la información proporcionada a los visitantes, se implementó un protocolo estandarizado aplicado uniformemente a todos los grupos de muestra. Esta estrategia asegura que cada visitante reciba la misma información y experiencia, permitiendo una evaluación objetiva, imparcialidad en el proceso de validación y coherencia de los resultados obtenidos. El protocolo es el siguiente:

- Inicio: Saludo de bienvenida y Video introductorio de tecnologías.
- Contexto: Se lee guión donde se explica el objetivo del proyecto, se explica que pueden participar en cada experiencia hasta donde lo deseen y se agradece por participar en las pruebas.
- Prueba Piloto: Test de conocimientos previos.
- Aleatorización de participantes para grupo A, B, C y D: tratamientos (Figura 7) generados a partir de cada eje curatorial y la agrupación por temática de cada experiencia.
- Ejecución de la prueba.
- Recopilación de datos y análisis de resultados

Con el propósito de contrarrestar posibles sesgos en los resultados y garantizar la validez de la investigación, se ha implementado una estratégica subdivisión de la muestra en cuatro grupos de manera completamente aleatoria y equitativa. Cada grupo representa una combinación única de muestras y experiencias, lo que asegura que ningún elemento externo puede influir en los resultados obtenidos. Esta metodología persigue el objetivo de abordar la rica diversidad de preferencias y enfoques que los visitantes pueden manifestar al explorar el espacio museográfico.

Al permitir que cada grupo acceda a experiencias diferentes, se ha logrado obtener una perspectiva mucho más completa y objetiva sobre cómo se desarrolla la apropiación cognitiva en diversos contextos. Además, esta estrategia posibilita una evaluación individual de cada eje curatorial, ya que los grupos comparten en común las estrategias que contribuyen a un eje curatorial específico.

En este sentido, la tabla 10 presenta de manera ordenada los tratamientos aplicados, presentando visualmente las diversas combinaciones de muestras y experiencias asignadas a cada grupo. Este enfoque, altamente deliberado y meticuloso, asegura una base sólida para la obtención de resultados que reflejen la diversidad y riqueza de las interacciones entre los visitantes y las experiencias museográficas propuestas.

Tabla 13.

*Distribución de tratamientos por cada eje curatorial.*

<b>Grupo 1</b>						
T1: Producción panelera.	2 hombres y 1 mujer	2 mujeres	2 mujeres	1 hombre	1 mujer y 1 hombre	
M7 - M15 - M10 - M6						
<b>Grupo 2</b>						
T2: Caña y panela con 5 sentidos	2 mujeres	2 hombres y una mujer	1 hombre	1 hombre	1 hombre	1 mujer
M2 – M15 – M1 – Post – M17						
<b>Grupo 3</b>						
T3: Campesinos de la panela	2 hombres	2 mujeres y un hombre	1 mujer	2 mujeres	1 hombre	
M1-Post - M14 - M7 - M16						
<b>Grupo 4</b>						
T4: Caña en Güepsa	2 mujeres y un hombre	2 hombres		2 hombres	1 mujer	

#### **5.5.4 Apropiación cognitiva**

Para evaluar la apropiación cognitiva, se adoptó un enfoque metodológico riguroso que englobaba tanto el análisis del conocimiento previo como el adquirido tras el itinerario programado. Este proceso metodológico implicó la administración de un examen diagnóstico inicial para todos los participantes, independientemente de su nivel de experiencia, con el fin de establecer una línea base de conocimiento. En lo concerniente a las evaluaciones posteriores, se diseñaron cuatro exámenes, cada uno alineado con un eje curatorial específico. Con esta estrategia, se logró discernir meticulosamente la progresión del conocimiento de los participantes, permitiendo determinar en qué medida se logró mitigar la disparidad de comprensión en cada área temática abordada.

##### **Apropiación cognitiva del eje curatorial: Producción Panelera.**

En este ítem, se focaliza la atención en la evaluación de la apropiación cognitiva específica del eje curatorial "Producción Panelera".

Figura 39.

*Resultados de la evaluación previa del eje curatorial "Producción Panelera".*

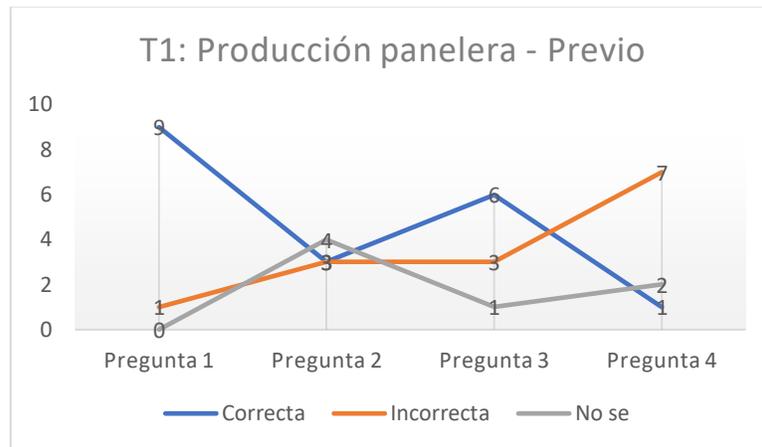
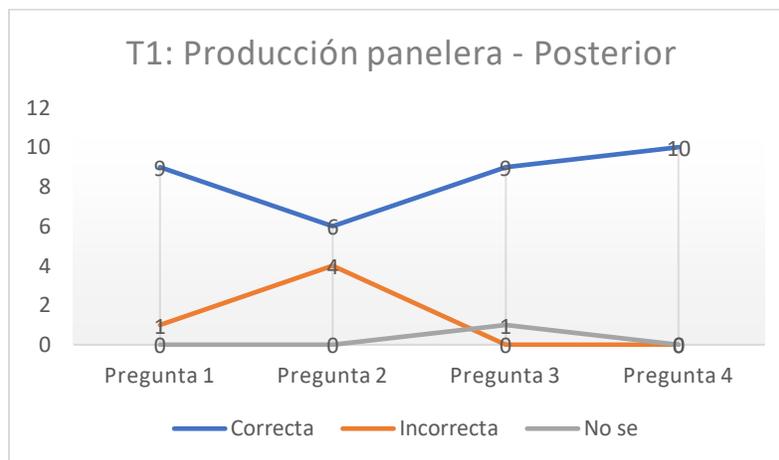


Figura 40.

*Resultados de la evaluación posterior del eje curatorial "Producción Panelera".*



Al analizar las diferencias entre los resultados obtenidos en las evaluaciones previas y posteriores, se observa lo siguiente:

- Se ha verificado que las respuestas que denotan desconocimiento, expresadas como "No sé", han experimentado una disminución significativa de 7 a 1. Paralelamente, las respuestas clasificadas como "Incorrectas" han pasado de 14 a 5. A partir de este análisis, es plausible concluir que la audiencia ha transicionado desde un punto de partida de desconocimiento absoluto sobre el tema hacia una posición en la que procura demostrar algún grado de conocimiento.
- Esta evolución en las respuestas refleja una transformación en la percepción de los visitantes, quienes han pasado de un estado de incertidumbre a uno de mayor familiaridad con los aspectos abordados en el eje curatorial "Producción Panelera". Estos resultados abonan al éxito de la estrategia de apropiación cognitiva propuesta, subrayando la efectividad de la experiencia museográfica en la promoción del conocimiento y comprensión del patrimonio cultural. Este cambio evidente en las respuestas denota un claro avance hacia la construcción de una relación más rica y profunda entre los visitantes y el contenido curatorial presentado.
- Debido a la cantidad de personas que respondieron incorrecta a la pregunta 2, que consistía en ordenar los procesos de producción de la panela de inicio a fin, se sugiere a los diseñadores que revisen detenidamente la experiencia de este conocimiento, conocida como "El Convite". La discrepancia en las respuestas ante esta pregunta específica indica una posible brecha en la transmisión efectiva de la secuencia de procesos de producción de la panela a través de la experiencia "El Convite". Por lo

tanto, se recomienda una evaluación detallada de la presentación y el método de comunicación de esta información en la experiencia museográfica. Se solicita a los diseñadores que seguidamente comparen los resultados de atracción visual, estimulación sensitiva y placer emocional.

### **Apropiación cognitiva del eje curatorial: Caña y panela con 5 sentidos.**

En este ítem, se focaliza la atención en la evaluación de la apropiación cognitiva específica del eje curatorial "Caña y panela con 5 sentidos".

Figura 41.

*Resultados de la evaluación previa del eje curatorial "Caña y panela con 5 sentidos"*

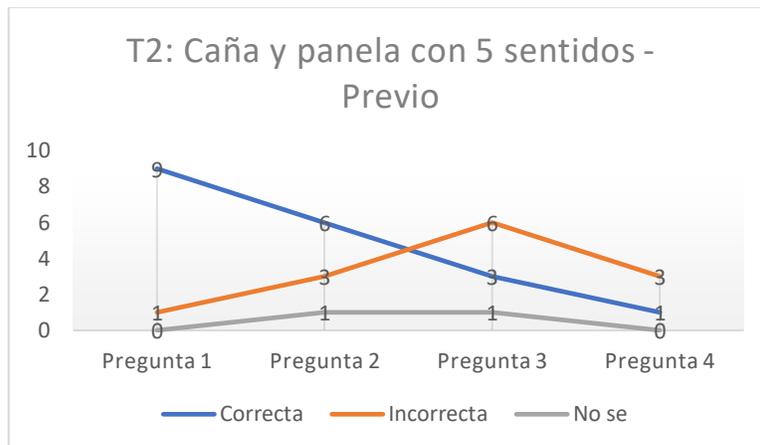
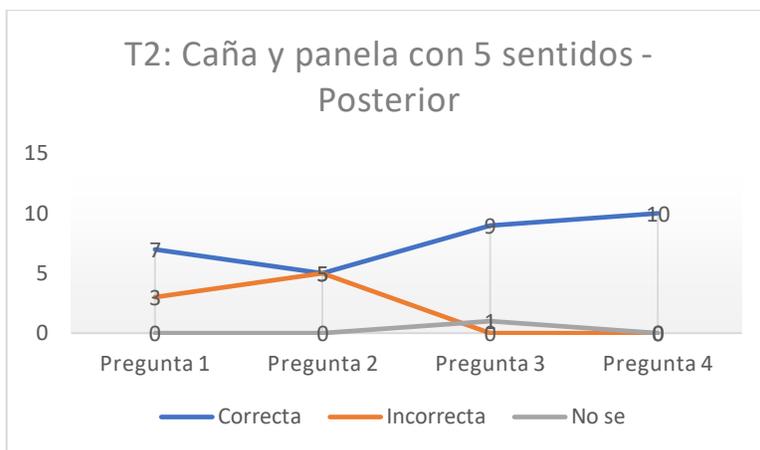


Figura 42.

*Resultados de la evaluación posterior del eje curatorial "Caña y panela con 5 sentidos".*



Al examinar las disparidades entre los resultados obtenidos en las evaluaciones previas y posteriores, surgen observaciones clave:

- En lo que concierne a las preguntas 3 y 4, resalta una tendencia hacia respuestas predominantemente correctas. Este patrón insinúa un avance positivo en la apropiación cognitiva lograda a través de las experiencias ligadas a estas interrogantes.
- Sin embargo, es esencial destacar que surgieron desafíos en las preguntas 1 y 2. La primera interrogante está vinculada a la experiencia denominada "Los Viajes de la Caña", y planteaba la cuestión sobre el punto de origen de la ruta de la caña en el mundo. En cuanto a la segunda pregunta, implicaba la secuenciación de los pasos de producción de la panela desde el inicio hasta el final. Por la cantidad significativa de respuestas incorrectas registradas para esta pregunta, se sugiere que los diseñadores

hagan un análisis exhaustivo de la experiencia que transmite este conocimiento, específicamente en referencia a "El Convite".

Cabe mencionar que los resultados de este ítem fueron contrastados con las pruebas de concepto realizadas por los diseñadores de cada experiencia. La comparación busca proporcionar a los diseñadores perspectivas valiosas para mejorar sus experiencias, para garantizar la apropiación exitosa del patrimonio presentado.

### **Apropiación cognitiva del eje curatorial: Campesinos de la panela.**

En este ítem, se focaliza la atención en la evaluación de la apropiación cognitiva específica del eje curatorial " Campesinos de la panela".

Figura 43.

*Resultados de la evaluación previa del eje curatorial "Campesinos de la panela"*

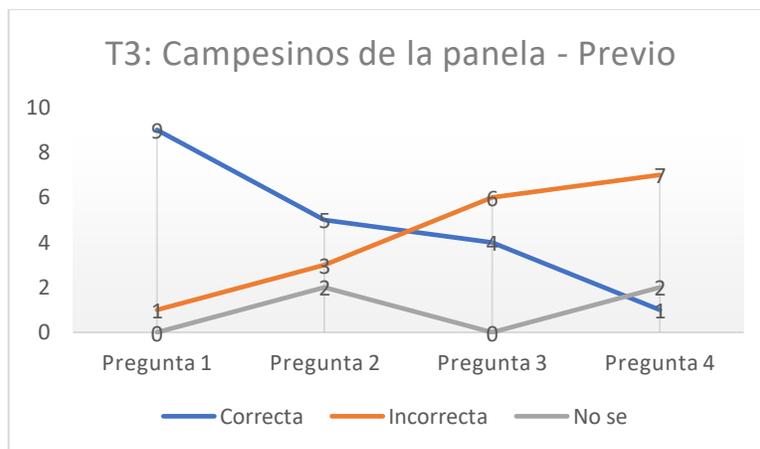
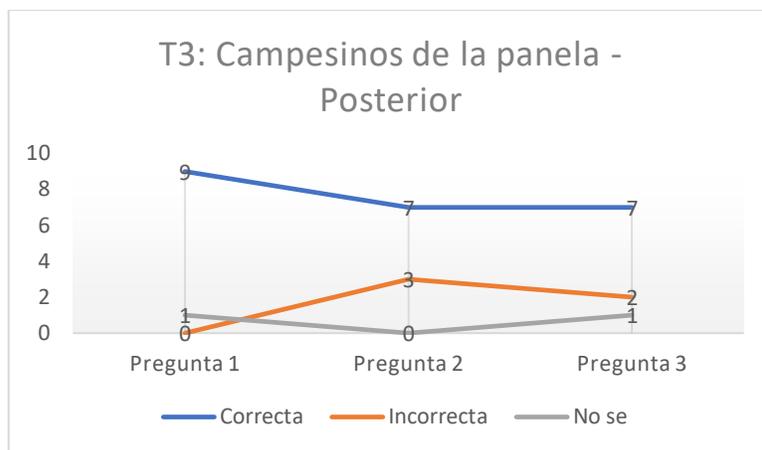


Figura 44.

*Resultados de la evaluación posterior del eje curatorial "Campesinos de la panela".*



Al examinar las divergencias entre los resultados arrojados por las evaluaciones previas y posteriores, emergen perspicaces observaciones:

- En particular, el eje curatorial titulado "Campesinos de la Panela" emerge como punto focal de este examen. Este eje, diseñado para evocar los oficios y productos vinculados a la producción de panela, resalta por su énfasis en la curiosidad y la emotividad en la concepción de la experiencia y su implementación tecnológica. Estos atributos se han arraigado de manera marcada en las variables de atracción visual, estimulación sensitiva y gratificación emocional.
- De manera incontestable, este eje curatorial exhibe la mayor discrepancia entre las respuestas catalogadas como "correctas" y las respuestas identificadas como "incorrectas" o "no sé". Ante esta coyuntura, surge una correlación intrigante con el punto previamente mencionado. Surge, por tanto, la sugerencia de reproducir deliberadamente esta práctica de inyectar curiosidad y emotividad en otra experiencia

análoga. Este esfuerzo se encamina a verificar y consolidar la presencia de esta correlación en otros contextos y experiencias.

Estos descubrimientos robustecen la premisa fundamental de incorporar un enfoque emocional y curioso en la creación de experiencias museográficas. En consecuencia, se plantea la exploración de esta metodología en otros ámbitos, para reforzar los resultados en el proceso de apropiación cognitiva y, a su vez, enriquecer la comprensión del patrimonio cultural subyacente.

### **Apropiación cognitiva del eje curatorial: Caña en Güepsa.**

En este ítem, se focaliza la atención en la evaluación de la apropiación cognitiva específica del eje curatorial "Caña en Güepsa".

Figura 45.

*Resultados de la evaluación previa del eje curatorial "Caña en Güepsa".*

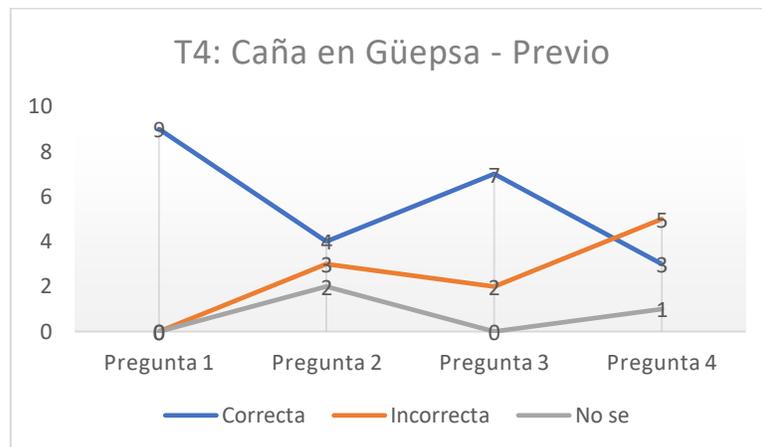
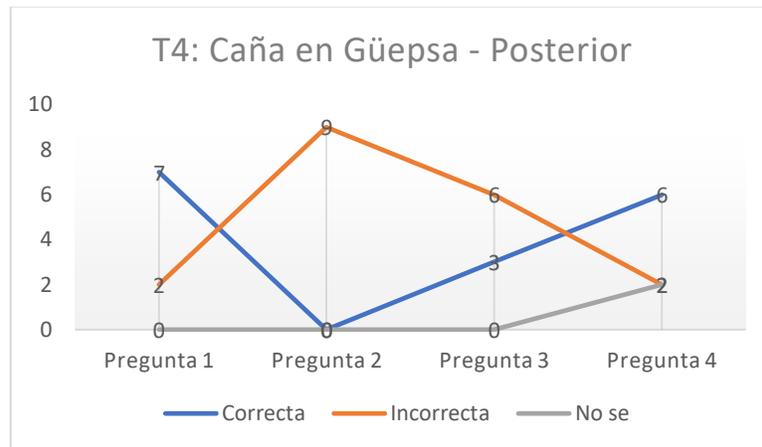


Figura 46.

*Resultados de la evaluación posterior del eje curatorial "Caña en Güepsa".*



Al examinar con detenimiento las discrepancias entre los resultados obtenidos en las evaluaciones previas y posteriores, se desentrañan observaciones de gran relevancia:

- Este eje curatorial en particular tenía la noble tarea de narrar la fascinante historia de "La Caña en Güepsa". En concreto, hay que destacar que las respuestas a las preguntas 2 y 3 se vinculan a experiencias sumergidas en la recreación tridimensional de procesos que se han sepultado en el pasado. En este contexto, estas vivencias no hicieron hincapié en la presencia humana de manera predominante, sino que optaron por una representación animada y minuciosa. Esta elección se origina en que el objetivo primordial de este eje curatorial era resaltar la crónica de procesos, ubicaciones y artefactos que en el presente han desaparecido. Las experiencias

específicas que dieron forma a las preguntas 2 y 3 llevan los nombres de "Trapiches de Ayer y Hoy".

Los datos resultantes se transmitieron a los diseñadores de esta experiencia para contrastarlos con las evaluaciones de concepto y contenido realizados para dicha vivencia.

En resumen, como conclusión del apartado general de *Apropiación Cognitiva*, se destacan las siguientes recomendaciones clave:

- Ampliación de la Correlación entre Curiosidad y Emoción: Se sugiere profundizar en la interrelación entre la curiosidad impulsada por las tecnologías y la inmersión emocional centrada en los contenidos. Explorar cómo estas dos dimensiones pueden potenciarse mutuamente para lograr una experiencia más enriquecedora y memorable para los visitantes.
- Interactividad Contextualizada: Para enriquecer la comprensión y el compromiso de los visitantes con los procesos históricos presentados, se propone la implementación de interactividades que brinden información contextualizada en tiempo real. Por ejemplo, durante las representaciones animadas de los procesos, se podrían incorporar puntos de interacción que ofrezcan datos adicionales, anécdotas o explicaciones detalladas sobre el contexto histórico y la relevancia de los procesos presentados.
- Integración del Componente Humano: Dado que algunas experiencias carecían de una fuerte presencia humana y se centraron en la representación animada de procesos históricos, se recomienda considerar la inclusión de elementos humanos en la narrativa. Esto podría lograrse mediante la incorporación de historias personales,

testimonios o incluso representaciones de personajes relevantes en la historia de "La Caña en Güepsa". Al humanizar los procesos históricos, se puede establecer una conexión más profunda y empática con los visitantes.

El propósito esencial de estas recomendaciones es ampliar y enriquecer la vivencia museográfica, por la confluencia entre tecnología y emotividad, y la integración más intrincada de la narrativa humana. La ejecución meticulosa de estas propuestas tiene como anhelo primordial infundir una profundidad aún mayor en la comprensión, el compromiso y la resonancia emocional experimentada por los visitantes en relación con los ejes curatoriales presentados. En última instancia, esto contribuye de manera sustantiva a la apropiación cognitiva del patrimonio cultural, generando un impacto significativo y duradero en la conexión entre el público y las expresiones culturales expuestas.

### **Variables de atracción visual, estimulación sensitiva y placer emocional.**

Es esencial subrayar que, mientras las Validaciones de Apropiación Cognitiva están vinculadas al público, las validaciones de las variables de Atracción Visual, Estimulación Sensitiva y Placer Emocional están ligadas a las propias experiencias. Sin lugar a dudas, estas tres variables emergen como los atributos fundamentales que definen la esencia de cada vivencia. Para asegurar una precisión y rigor óptimos, se han establecido parámetros específicos para evaluar la atracción visual, la estimulación sensitiva y el placer emocional colaborando con cada diseñador. Esta asociación directa entre el diseño y la evaluación ha propiciado la delineación de indicadores concretos que capturan la esencia de estas dimensiones en cada experiencia de manera excepcionalmente precisa.

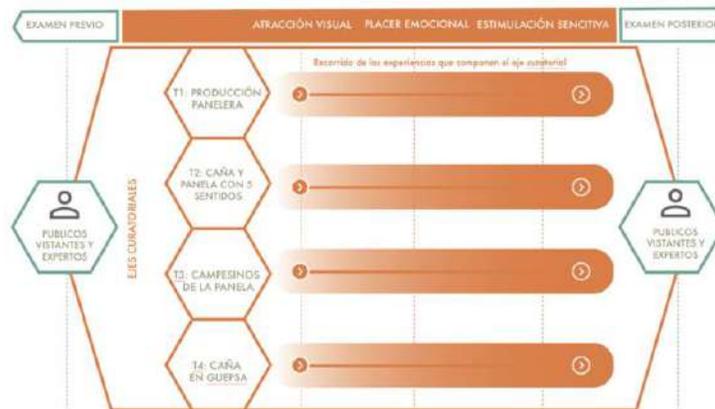
Según se observa en la Figura 40, las evaluaciones de las tres variables mencionadas en este segmento se hicieron en un punto intermedio, justo en el intervalo temporal entre las evaluaciones previas y posteriores de la apropiación cognitiva. Las siguientes experiencias abordan fueron:

- AR-1 Los viajes de la caña.
- AR-2 Extraer la esencia, transformar la caña.
- AR-3 Rostros e historias de la panela.
- VR-1 Sembrar, cortar, cargar y arrear.
- VR-2 Moler, batir y moldear.
- AS-1 El Convite.
- AS-2 Radio Güepsa:

Cada experiencia se evaluó en consonancia con lo presentado en la tabla 7, donde se detallan las variables en estudio.

Figura 47.

*Flujo de la validación de Apropiación Cognitiva vs validación de las variables Atracción Visual, Estimulación Sensitiva y Placer Emocional. Fuente: Autor.*



## **AR-1 Los viajes de la caña**

### **Atracción visual: Diferencial semántico.**

La experiencia ofrecida al público se distinguió por su evidente claridad, respaldada por una composición minuciosamente organizada y enriquecida con elementos visuales vanguardistas, tales como las volumetrías y los materiales que no solo agregaron un nivel superior de inmersión, sino que también fomentaron el involucramiento sensorial<sup>20</sup> y la participación activa<sup>21</sup>. Estos componentes no se limitaron a un propósito estético, sino que también se desempeñaron como catalizadores de la actividad pragmática de los visitantes dentro del espacio<sup>22</sup>. Más allá de su apelativo visual, dirigieron la atención del público hacia las emociones que se buscaba evocar, un aspecto que se explora en detalle en la sección del placer emocional. La meticulosa dedicación al diseño culminó en una narrativa visual coherente y atractiva, que no solo atrapó la mirada, sino que también orientó de manera sutil los desplazamientos de los visitantes, dirigiéndolos en un trayecto fluido y ameno.

Adicional a la dimensión estética, la experiencia se enriqueció al incorporar un contenido de alta relevancia educativa. Este contenido se erigió como fuente de conocimiento y se convirtió en el sólido fundamento sobre el que se edificó la experiencia en su totalidad. A través de la

---

<sup>20</sup> La actividad pragmática de explorar cómo se utilizan los sentidos más allá de la vista. Este enfoque considera cómo se estimulan otros sentidos como el tacto y el oído en la experiencia. Estos estímulos sensoriales influyen en cómo los visitantes perciben y se relacionan con la temática presentada.

<sup>21</sup> Actividad pragmática que hace referencia a fomentar la participación de los visitantes a través de actividades específicas. Esto puede incluir estaciones interactivas, áreas prácticas o momentos donde puedan interactuar directamente con la experiencia. Estas actividades pragmáticas pueden enriquecer su comprensión y conexión con el contenido.

<sup>22</sup> Haciendo referencia a actividades pragmáticas como “secuencia y flujo” e “Interacción física y espacial”

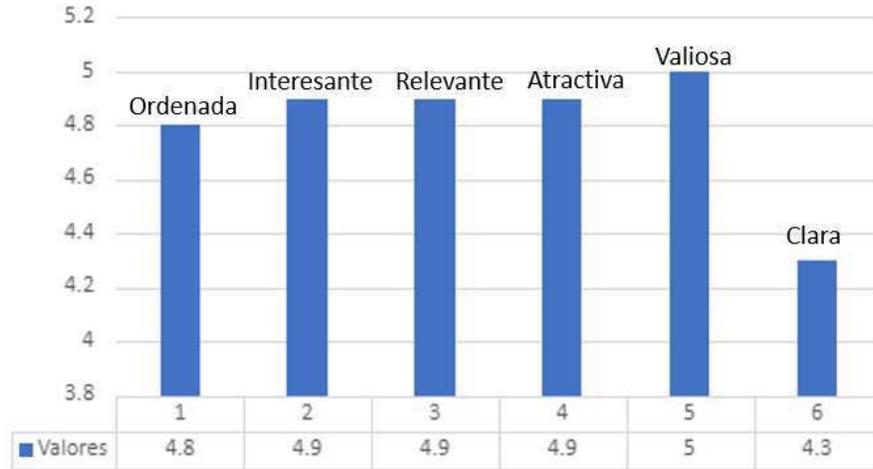
interacción con este contenido, los visitantes se sumergieron de manera activa en la dimensión pragmática de la vivencia, explorando y aprendiendo de manera tangible.

Destacaron la integración de animaciones gráficas de alta calidad. Estas animaciones no se limitaron a ilustrar meramente procesos históricos, sino que además se convirtieron en un elemento interactivo. Al involucrar a los visitantes en la manipulación y activación de estas animaciones, se fomentó una interacción activa y pragmática. La combinación de la información contextual con la representación gráfica en movimiento no solo estimuló la mente de los visitantes, sino que también les brindó una experiencia multisensorial que profundizó su conexión con la historia y el patrimonio presentado.

Los resultados de la Figura 41 provienen de un análisis en el que se solicitó a los visitantes su participación al votar por los atributos que, a su parecer, encapsulaban la esencia visual de la experiencia. Es importante destacar que esta evaluación sobre la atracción visual se hizo uniformemente para todas las experiencias, manteniéndose constante en su enfoque, mientras que lo que varió fueron los atributos presentados. Estos atributos se elaboraron cuidadosamente con los diseñadores y museógrafos de cada experiencia, abarcando una gama completa que iba desde los aspectos centrales que los creadores deseaban transmitir en relación a cada eje curatorial y experiencia, hasta incluir atributos considerados opuestos. Además, se facilitó la opción de una respuesta abierta, brindando a los participantes la oportunidad de mencionar atributos que consideraran relevantes pero que no estuvieran representados en la lista proporcionada.

Figura 48.

Grafica de resultados de atracción visual de la experiencia AR-1 Los viajes de la caña



Con base en los datos presentados en la Figura 41, emerge una serie de hallazgos concluyentes:

- Se subraya la elección de atributos que mantienen una correlación positiva con la experiencia examinada. La concepción de estructurar volúmenes para conformar una imagen global encierra un desafío intrínseco en términos de disposición y composición que merece un análisis más detenido debido a su aceptación por parte del público.
- Al expresar sus preferencias a través de sus votos, los participantes ratificaron que la narrativa que subyace en "Los Viajes de la Caña", expresada mediante esta vivencia, resulta ser interesante, pertinente, atractiva y de un valor inestimable. Sin embargo, el atributo de "claridad" no obtuvo la misma relevancia en la percepción de los votantes. Este resultado sugiere revisar los componentes visuales que instruyen la experiencia para potenciar la comprensión y percepción del público.

- La minuciosa organización visual, la abundancia de contenido educativo y la incorporación de animaciones gráficas culminaron en una experiencia enriquecedora y atractiva para los usuarios. Esta convergencia de elementos visuales, informativos y dinámicos contribuyó a la creación de una vivencia que no solo informa, sino que también involucra y emociona a los visitantes, fomentando así una conexión más profunda con el contenido y los objetivos curatoriales.

### **Estimulación sensitiva: Percepción**

La estimulación sensitiva, en conjunto con su vinculación a la actividad cognitiva, se enfrenta en esta experiencia a un reto de considerable envergadura. El propósito subyacente consistía en tejer un entramado inmersivo capaz de instaurar un estado emocional específico en los visitantes, una tarea con potencial para moldear el procesamiento de la información y sus conexiones emocionales. Por ejemplo, un entorno sereno podría inducir a la reflexión, mientras que un entorno vibrante podría avivar la curiosidad. Para esta experiencia, se tornaba esencial incitar la curiosidad y la capacidad de maravillarse, para que germinara una actividad reflexiva en los visitantes, promoviendo una conexión emocional que reverberara en sus futuras vivencias.

Es imperativo recalcar que la evaluación se desplegó mediante la participación activa de un grupo compuesto por nueve individuos. Los valores numéricos que viven en el diferencial semántico capturan con meticulosidad la proporción de participantes que eligieron o indicaron cada atributo ofrecido. Es de suma importancia subrayar que, en este contexto, no se establece un binomio estricto entre emociones positivas o negativas. Por el contrario, todas las emociones

exploradas en el diferencial semántico desempeñan un papel intrínseco en la construcción holística de la experiencia, contribuyendo con su matiz y profundidad a enriquecerla.

Tabla 14.

*Grafica de resultados de estimulación sensitiva de la experiencia AR-1 Los viajes de la caña*

<b>Emoción</b>	<b>3</b>	<b>6</b>					<b>Insensibilidad</b>
<b>Expectativa</b>		6	3				Desilusión
<b>Simpatía</b>				3	5	1	Empatía
<b>Indiferencia</b>	1	5	3				Asombro

A la luz de los resultados presentados en la tabla 19 y las perspicaces discusiones en los grupos de enfoque, emergen conclusiones sustanciales que contribuyen a la comprensión integral de varios aspectos cruciales:

- La aparente representación de las formas volumétricas cobra vida de manera impresionante cuando los visitantes se sumergen en la experiencia de la realidad aumentada. Hay que destacar que el asombro experimentado no surge solo de la vivencia en sí, sino que está relacionado con la ingeniosa aplicación de la tecnología involucrada. Partiendo de esta observación, se formula una recomendación clave: durante el itinerario del "Viaje de la Caña" en el contexto de la realidad virtual, se sugiere mantener una constante curva de asombro. Al proporcionar momentos de intensidad emocional y sorpresa en momentos estratégicos, se lograría una experiencia más envolvente y memorable, alineándose perfectamente con las conclusiones derivadas de la investigación.

Para implementar esta recomendación, se pueden considerar acciones posibles y sencillas, como introducir cambios dramáticos en la iluminación, implementar efectos sonoros

envolventes y permitir la aparición gradual de elementos visuales previamente invisibles en el paisaje virtual. Además, podría ser valioso incorporar elementos interactivos que permitan a los visitantes explorar detalles específicos dentro de la escena virtual, como acercarse para observar el crecimiento de la caña de azúcar en sus diferentes etapas. Estos cambios, cuidadosamente sincronizados con la narrativa, generarían un aumento gradual en la sensación de asombro y fascinación entre los visitantes.

- En esencia, estos momentos de intensa emoción, especialmente en las fases de realidad virtual, catalizaban el interés y la conexión emocional de los visitantes en su recorrido. Al llevar a cabo esta recomendación, se busca optimizar la experiencia del "Viaje de la Caña" al proporcionar una experiencia sensorial y emocionalmente rica que impactará de manera duradera en los participantes, reforzando así los resultados obtenidos en la investigación.
- Los picos emocionales más intensos deben ahondar en los elementos esenciales de la actividad cognitiva, fundamentales para alcanzar una estimulación sensitiva completa. Esto engloba la comprensión profunda, la creación de conexiones significativas, interacciones personales enriquecedoras y la promoción del pensamiento crítico. Estos momentos cumbre pueden articularse mediante ejemplos concretos y contextuales, permitiendo a los visitantes sumergirse en la experiencia de manera participativa y reflexiva.
- Finalmente, es urgente subrayar que la experiencia genera emoción y expectación entre los visitantes. Estos elementos no solo enriquecen la vivencia, sino que también intensifican la conexión emocional con el contenido presentado. Esta interacción emocional y la anticipación generada desempeñan un papel crucial en la creación de una experiencia más memorable y enriquecedora.

Así pues, estos hallazgos abonan al entendimiento de la importancia de mantener un equilibrio continuo de asombro, explorar facetas cognitivas profundas y cultivar la emocionalidad como componentes intrínsecos para la optimización de la experiencia museográfica. En un entorno de investigación, estos resultados pueden proporcionar valiosas perspectivas para enriquecer futuras investigaciones y desarrollos en el ámbito museológico.

En conjunto, estos hallazgos refuerzan la importancia de mantener un equilibrio constante de asombro, explorar aspectos cognitivos ricos y cultivar la emocionalidad como componentes integrales para la optimización de la experiencia museográfica.

#### **Placer emocional: Respuestas fisiológicas (gestos y reacciones.)**

La actividad estética, en calidad de punto de partida, desencadena un diálogo visual con los visitantes. Diseños meticulosamente concebidos y dotados de una estética cautivadora funcionan como potentes imanes visuales, atrayendo las miradas de los espectadores y suscitando un interés primordial por lo que se encuentra más allá de la superficie aparente. No obstante, conviene subrayar que esta actividad estética no se limita a ser un objetivo en sí mismo; por el contrario, desempeña el papel de telón de fondo que establece el escenario para una experiencia de mayor profundidad y resonancia.

Tomando como referencia la experiencia "Viajes de la Caña", el placer emocional emerge como un punto culminante y trascendental. A medida que los visitantes se sumergen en la exhibición, se encuentran inmersos en un torbellino de emociones, algunas inherentes a la propia experiencia y otras derivadas de elementos técnicos, como la utilización de la tecnología. Estas

respuestas emocionales no emergen meramente a través de la apreciación visual superficial; en cambio, son cultivadas por la narrativa y el contenido presentado en la exhibición. El placer emocional actúa como el elemento vital que nutre y otorga vitalidad a la experiencia del visitante. En la experiencia "Viajes de la Caña", se espera que el visitante capte la trayectoria histórica de la caña, comprenda sus viajes a través de la historia y asimile su adopción por diversas culturas a lo largo del tiempo.

Una de las múltiples formas de evaluar el placer emocional es a través de las respuestas fisiológicas. Es por este motivo que todas las sesiones de validación fueron grabadas, permitiendo así la interpretación del lenguaje no verbal de los visitantes. Dado que muchas veces las vivencias en un Centro de Interpretación Cultural son de índole introspectiva o contemplativa, leer las señales no verbales proporciona un vistazo más claro a la resonancia emocional de la experiencia. A manera de ejemplo, se presenta un análisis en la Tabla 20, donde se expone una conclusión individual con respecto a cada visitante después de un análisis detenido de sus respuestas y reacciones. Estas observaciones brindan un entendimiento más profundo de cómo el placer emocional se conecta con la actividad estética en la experiencia museográfica, permitiendo un ajuste más preciso y eficaz de los elementos para futuras exhibiciones.

Tabla 15.

*Grafica de resultados de placer emocional de la experiencia AR-1 Los viajes de la caña*

Experiencia	Gesto 1	Gesto 2	Gesto3
<b>M2 UNA PLATA VENIDA DE LEJOS</b>			
	Expresión de timidez al acercarse a la nueva tecnología.	Aprieta los labios, éste es un gesto de contención y represión. A lo mejor al querer realizar correctamente la tarea.	Sonrisa al observar el contenido aumentado y realizar la tarea con satisfacción.
<b>Conclusiones</b>	Se pudo observar que el usuario exhibió signos de timidez o cierta aprehensión al interactuar con la tecnología de Realidad Aumentada. Los registros de observación revelaron que algunos usuarios encontraron desafíos al inicio de la experiencia, especialmente en la comprensión de cómo comenzar la parte correspondiente del mapa. Estos resultados subrayan la importancia de brindar una guía clara y accesible para los usuarios al iniciar la interacción con la tecnología, lo que podría contribuir a una mayor fluidez en sus experiencias globales.		

En el análisis de cada visitante se encuentran hallazgos similares. A continuación, se presentan los resultados detallados de cada evaluación.

- Es destacable, desde un enfoque formal, que la propia experiencia se erige como un testimonio elocuente de que la simple contemplación resulta insuficiente en un momento que abarca algo de mayor magnitud. Este enfoque de contextualización guió la concepción de la experiencia, infundiéndola desde los primeros instantes de interacción con el cliente.
- Los nueve participantes se aproximaron a la experiencia motivados por la presencia de formas grabadas en los volumétricos, las cuales actuaban como marcadores de realidad

aumentada. Sin embargo, en esta etapa inicial, todos los participantes presentaron gestos de confusión al no comprender el proceder requerido. Para potenciar la dimensión del placer emocional, se sugiere integrar en la experiencia o en el entorno una solución que brinde indicaciones claras al visitante sobre los pasos a seguir.

## 6. CONCLUSIONES

Tabla 16. Conclusiones del proyecto

<b>Problema:</b>	<b>Hipótesis:</b>	<b>Preguntas de investigación:</b>
<b>La falta de integración entre las prácticas del diseño y los procedimientos de la museografía conduce a espacios museales ineficaces para la salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial.</b>	El uso del pensamiento de diseño aplicado en el área de la museografía, a través de un enfoque centrado en las personas (y enfocado en la experiencia del visitante y los portadores de patrimonio), permitirá fortalecer, integrar, organizar y reorientar las prácticas museográficas, lo que dará como resultado espacios museales más atractivos, significativos y efectivos para la salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial.	<p>¿Cómo fortalecer, integrar, organizar y orientar las prácticas del Pensamiento de Diseño aplicado en el área de la museografía?</p> <hr/> <p>¿Cómo evaluar la eficacia de una estrategia de diseño aplicada en el ámbito de la salvaguardia del patrimonio cultural?</p> <hr/>

### 6.1 Hallazgos

- Co-Creación para la Sensibilización Cultural:

La colaboración entre los visitantes y los profesionales del patrimonio cultural inmaterial se reveló como una estrategia efectiva para crear conciencia tanto en el público como en los portadores del patrimonio. Esta colaboración permitió una comprensión más profunda y empática de la tradición cultural, generando mayor implicación y aprecio por parte del público.

- Herramientas Tecnológicas para la Inmersión Sensorial:

Las tecnologías emergentes, como la realidad virtual (VR) y la realidad aumentada (AR), demostraron ser recursos capaces de enriquecer significativamente la experiencia museográfica. Al aprovechar múltiples sentidos humanos, estas tecnologías permitieron sumergir a los visitantes

en un entorno sensorialmente inmersivo. La combinación de la vista, el oído y otros sentidos creó un espacio de interacción único que agregó profundidad y resonancia a la experiencia.

- Enfoque en Diseño Centrado en las Personas:

La adopción del enfoque de diseño centrado en los portadores de patrimonio y los visitantes, se constituye como una práctica fundamental para identificar las necesidades y expectativas de los públicos. La creación de experiencias multisensoriales, que integraron elementos táctiles, sonoros y visuales, elevó la calidad de la experiencia museográfica y fomentó una mayor participación.

- Diseño de Experiencias Multisensoriales:

La práctica del diseño de experiencia, enfocada en involucrar emociones, sentidos y habilidades de los visitantes, resultó esencial. Estrategias interactivas como pantallas táctiles, audioguías y dispositivos similares otorgaron a los visitantes la libertad de explorar el contenido a su propio ritmo, impulsando un aprendizaje más personal y significativo.

- Potenciando Emociones a través del Storytelling:

La incorporación del storytelling como parte de la estrategia, enriqueció la experiencia al establecer conexiones emocionales con los visitantes. A través de narrativas cautivadoras, se logró una mayor relevancia y un impacto más duradero en el público, lo que contribuyó a la comprensión y retención del contenido presentado.

- Modelos de Aprendizaje Activo para la Compromiso Profundo:

Los modelos de aprendizaje activo, como el aprendizaje colaborativo, demostraron su efectividad para involucrar a los visitantes en el proceso de aprendizaje. Esta participación activa reforzó la comprensión y fomentó un compromiso más profundo con los temas presentados en el espacio museográfico.

En conjunto, estos hallazgos proporcionan un panorama integral de las posibilidades y enfoques que pueden transformar y enriquecer la experiencia museográfica. Estos elementos, desde tecnologías innovadoras hasta estrategias participativas y narrativas cautivadoras, tienen el potencial de fortalecer la conexión entre los visitantes y el contenido presentado, generando experiencias más impactantes y significativas en el ámbito de la museografía.

Los diversos resultados ligados a este trabajo de investigación han sido presentados en destacados eventos internacionales y publicaciones en revistas de carácter científico, lo que ha permitido divulgar los resultados como productos de producción intelectual.

Tabla 17.

*Producción intelectual asociada al proyecto*

<b>Descripción</b>	<b>Tipología y medio de divulgación</b>
Designing Meaningful Experiences With the Power of Bearers and Mediators of Intangible Cultural Heritage: A Safeguarding Approach With Digital Technology	Ponencia Internacional The European Conference on Arts, Design & Education (ECADE2022) Portugal
Curiosity as a Bridge for Free Choice Learning: Museum Experiences Designed Using Projection Mapping Technology at Cunyaya, Interpretation Center	Ponencia Internacional The European Conference on Arts, Design & Education (ECADE2022) Portugal
Aprendizaje inmersivo del oficio panelero. Design Thinking aplicado al diseño de realidad virtual	Artículo científico Revista UIS Ingenierías Vol.22 No.3
Diseño de espacios y museografía para salvaguardar el patrimonio cultural	Ponencia Internacional Encuentro Latinoamericano de Diseño Palermo, Argentina
Design Thinking implementado en el desarrollo de aplicaciones de realidad virtual. Caso Estudio: Centro de Interpretación de la caña y la panela de Güepsa / Santander	Ponencia Internacional Congreso Internacional en Ingeniería, Tecnología e Innovación CIITI 2022



## **6.2 Limitaciones**

La presente investigación, si bien ha proporcionado valiosos hallazgos y enfoques, también ha enfrentado diversas limitaciones que deben ser debidamente consideradas. Entre las limitaciones más relevantes se encuentran las siguientes:

- **Limitaciones en la Materialización del Espacio Museal**

Una de las principales limitaciones que afectaron este proyecto fue la restricción en la materialización del centro de interpretación propuesto, por cuestiones financieras. La realización física de un centro de interpretación conlleva costos significativos, desde la adecuación y restauración del edificio seleccionado, hasta la implementación de las tecnologías interactivas como producto final. Dada la financiación limitada, no fue posible llevar a cabo la ejecución completa del espacio museal tal como se había concebido en el diseño conceptual. Esto, a su vez, limitó la posibilidad de realizar pruebas en un entorno real y de evaluar plenamente el impacto de las soluciones propuestas en el contexto físico definitivo.

- **Dependencia Financiera de la Institución Gubernamental**

La dependencia de la financiación gubernamental, en este caso, de los limitados recursos provenientes de Minciencias y la alcaldía local, para la implementación del Centro de Interpretación Cunyaya, representó otra limitación importante. La dependencia de una única fuente de financiación puede restringir la flexibilidad y agilidad en la ejecución del proyecto, y en algunos casos, puede influir en las decisiones estratégicas y en la dirección del proyecto. La demora en la asignación de recursos o la variabilidad en los presupuestos asignados impactó el ritmo y la calidad del proyecto por situaciones contractuales restrictivas como la ley de garantías, entre otras.

- Sostenibilidad a Largo Plazo

El planteamiento de que el Centro de Interpretación Cunyaya funcione como una organización independiente, y no como un órgano dependiente de una entidad gubernamental como la alcaldía, ha sido una recomendación clave. Sin embargo, esta recomendación también plantea desafíos en términos de sostenibilidad financiera a largo plazo. La gestión de los recursos necesarios para la ejecución y mantenimiento del proyecto como una entidad independiente requerirá una planificación financiera sólida, estrategias de recaudación de fondos y posiblemente asociaciones con otros actores, como organizaciones culturales, educativas o privadas.

- Contexto Cambiante

La tecnología y las prácticas de diseño en el ámbito de la museografía evolucionan constantemente, lo que significa que las soluciones y enfoques identificados en este estudio podrían volverse obsoletos o menos relevantes en un futuro próximo. Esto enfatiza la necesidad de adaptabilidad y la importancia de mantenerse actualizado con las tendencias emergentes en diseño y tecnología.

Sin embargo, a pesar de estas limitaciones identificadas en esta investigación, los hallazgos brindan una base sólida para la innovación en museografía y diseño. Reconociendo estas limitaciones, se espera que los resultados proporcionados sean considerados en un contexto equilibrado y que las recomendaciones, aunque sujetas a desafíos, puedan contribuir al avance y enriquecimiento de la práctica museográfica y la preservación del patrimonio cultural.

### **6.3. Trabajo futuro**

Este trabajo de investigación ha abierto múltiples posibilidades para el desarrollo de trabajos de pregrado e investigación que siguen complementando la experiencia para la salvaguardia del patrimonio cultural material e inmaterial subyacente a la producción panelera y el reconocimiento y valoración de las actividades campesinas en este ámbito. Por mencionar algunos de ellos:

- Creación de Artefactos de Merchandising basados en la cultura del municipio de Güepsa para la tienda Divergente del Centro de Interpretación de la Caña y la Panela en Güepsa (Santander). Jorge Andrés Albarracín.
- Carro de comida para la elaboración y/o comercialización de productos derivados de la panela para la feria gastronómica en el municipio de Güepsa, Santander. Karen Cristancho y Silvia Aceros.
- Diseño de espacio interior y propuesta de mobiliario para la tienda de la panela “DIVERGENTE.” Daniela Gamboa, Natalia Ferrer.

De este último trabajo se siguieron las pautas metodológicas de la estrategia propuesta en este proyecto con el fin de continuar con desarrollos coherentes y fieles a los conceptos de los diferentes grupos de trabajo (Figura 39).

Figura 49.

*Diseño de la tienda de la panera “Divergente” Autor: Daniela Gamboa, Natalia Ferrer.*



Continuar con trabajos investigativos que complementen la estrategia propuesta es importante porque ayudará a preservar estas tradiciones y conocimientos que son fundamentales para la identidad cultural y la cohesión social; investigar y documentar estas prácticas garantiza que:

- i. Los saberes y tradiciones se transmitan de manera efectiva a las generaciones futuras, evitando su pérdida con el tiempo permitiendo un mayor entendimiento de las dinámicas culturales y las interacciones humanas a lo largo del tiempo.
- ii. Las estrategias de salvaguardia bien diseñadas pueden convertirse en experiencias turísticas auténticas y enriquecedoras, lo que a su vez puede beneficiar a las comunidades locales en términos económicos y de desarrollo sostenible.
- iii. La investigación y promoción de prácticas culturales tradicionales contribuyen a la riqueza y diversidad del patrimonio cultural mundial. Cada elemento inmaterial

preservado agrega una capa más de complejidad y belleza a la comprensión global de la cultura humana, teniendo en cuenta que a medida que las sociedades cambian y evolucionan, algunas prácticas pueden enfrentar desafíos para mantenerse relevantes.

- iv. La investigación en estrategias de salvaguardia puede ayudar a encontrar formas innovadoras de mantener viva la tradición y adaptarla a contextos contemporáneos. La preservación de prácticas culturales puede tener un impacto positivo en el desarrollo local ya que fomenta la autoestima y el empoderamiento de las comunidades (portadores de patrimonio) al reconocer y valorar sus tradiciones, lo que a su vez puede contribuir a un mayor sentido de pertenencia y tejido social.

## 7. BIBLIOGRAFÍA

- Gómez Alzate, A. (2015). Modelo de diseño para la valoración y apropiación social del Patrimonio en el Paisaje Cultural Cafetero colombiano. *Kepes*, 11(12), p.118-138.
- Angulo Delgado, F. I., Soto Lombana, C. A., Zapata Cardona, O. L., & Quintero Correa, S. M. (2014). Hacia el desarrollo de una sociedad alfabetizada ambientalmente: el caso del museo interactivo de EPM.
- Avilés, R. (2010). Museos para la inclusión. Estrategias para favorecer experiencias interactivas. *Revista Interuniversitaria de Formación del profesorado*, 24(3), p.105-124.
- Bastidas, M., & Vargas, M. (2012). Propuesta metodológica para la valoración participativa de testimonios de museos y entidades culturales en Colombia. *Colômbia: IBERMUSEOS*.
- Blanco, J. M. (2007). Museos y centros de interpretación en el ámbito rural. *Periférica Internacional. Revista para el análisis de la cultura y el territorio*(8), p.45-61.
- Brown, R. (Ed.). (2013). *Consciousness inside and out: Phenomenology, neuroscience, and the nature of experience*. Springer Science & Business Media.
- Carissimi, R. (2010). Diseñando centros de interpretación. De la idea al resultado, un proceso lleno de seducciones. *Her&Mus. Heritage & Museography*, p.88-93.
- Combariza, M., López, W., & Castell, E. (2014). Museos y museologías en Colombia. Retos y perspectivas. *Cuadernos de Museología*.
- Council of Design (2011). *Design for innovation*. London: Design Council. Retrieved April, 27, 2012.
- Cuetos, M. (2012). *El patrimonio cultural. Conceptos básicos* (Vol. 207): Universidad de Zaragoza.
- Chaves, N., & Sánchez, A. (2001). El patrimonio gráfico y su recuperación. *Revista Tipográfica* N°, 47.
- Dever Restrepo, P. (2010). *Manual básico de montaje museográfico*.
- Dolak, F., Uebernickel, F., & Brenner, W. (2013). *Design thinking and design science research*.
- Eidelman, J., Roustan, M., & Goldstein, B. (2013). *El museo y sus públicos. El visitante tiene la palabra*. Ariel; Arte y Patrimonio.
- Elisondo, R., & Melgar, M. F. (2015). Museos y la Internet: contextos para la innovación. *Innovación educativa (México, DF)*, 15(68), p.17-32.

- Elisondo, R. C., & Melgar, M. F. (2019). Museos virtuales y enseñanza creativa en arquitectura y diseño.
- Estepa Giménez, J. (2016). *La educación patrimonial en la escuela y el museo: investigación y experiencias* (Vol. 178): Servicio de Publicaciones de la Universidad de Huelva.
- Fontal, O. (2003). La educación patrimonial. Teoría y práctica en el aula, el museo e Internet. *Gijón: Trea*, p.30-50.
- Forero La Rotta, A. (2013). El diseño de experiencias. *Revista de Arquitectura, Vol. 15 (ene.-dic. 2013); p.78-83.*
- Fuad-Luke, A. (2013). *Design activism: beautiful strangeness for a sustainable world*: Routledge.
- Fuentes, S. R. G. (2000). Museo, museología y museografía. *Biblios: Revista electrónica de bibliotecología, archivología y museología*(5), p.6.
- Gant, M. L. B. (2014). *Arte y museos del siglo XXI: entre los nuevos ámbitos y las inserciones tecnológicas* (Vol. 8): Editorial UOC.
- Gou, C. (2007). Un código deontológico para los museos. *Museo: Revista de la Asociación Profesional de Museólogos de España* (12), p.211-216.
- Hekkert, P. (2006). Design aesthetics: principles of pleasure in design. *Psychology science*, 48(2), 157.
- Hultén, B. (2011). Sensory marketing: the multi-sensory brand-experience concept. *European business review*, 23(3), p.256-273.
- Illas Ramírez, W. J. R., & Montilla Valero, E. d. I. T. (2020). Patrimonio cultural e imaginario campesino: una mirada desde el encuentro literatura y educación. *Conrado*, 16(76), p.430-437.
- Kent, T. (2010). The role of the museum shop in extending the visitor experience. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 15(1), p.67-77.
- Leinonen, T., & Durall-Gazulla, E. (2014). Pensamiento de diseño y aprendizaje colaborativo. *Comunicar: Revista Científica de Comunicación y Educación*, 21(42), p.107-116.
- López, W. A. (2013). *Museo en tiempos de conflicto: memoria y ciudadanía en Colombia* (Vol. 4): Universidad Nacional de Colombia.
- Mateos Rusillo, S. M. (2013). Museos y Content Marketing. Hacia un nuevo modelo de generación de contenidos culturales.

- Mazé, R. (2020). Design and the Future: Temporal politics of ‘making a difference’ *Design anthropological futures* (pp. 37-54): Routledge.
- Molajoli, B. (1980). El proceso formativo y evolutivo del museo: su función en el contexto socio-ambiental. *Museología y patrimonio cultural: críticas y perspectivas. Unesco*, p.37.
- Molano, O. L. (2007). Identidad cultural un concepto que evoluciona. *Revista opera*(7), p.69-84.
- Naranjo, A. S. Estrategias comunicacionales de museos para abordar temáticas de memoria colectiva. Caso Museo Malvinas e Islas del Atlántico Sur (2014-2018).
- Oslo, M. d. (1997). Manual de Oslo. *Recuperado de <http://gestiona.com.br/wpcontent/uploads/2013/06/Manual-de-OSLO-2005.pdf>.*
- Osorio Arias, L. J., Galán Rueda, M. R., Acevedo Mantilla, M. M., & Figueroa Páez, V. (2018). Construcción de la identidad regional por medio de la narrativa cinematográfica de Iván Gaona.
- Prats, L. (1998). El concepto de patrimonio cultural. *Política y sociedad*, 27(1), p.63-76.
- Quinche Ramírez, V. A. (2021). Caja de herramientas para el co-laboratorio de creación y memoria “La Esquina Redonda” (Proyecto del Museo Nacional de Colombia y la Fundación Gilberto Álzate Avendaño-FUGA) (Maestría en Gerencia Estratégica del Diseño).
- Reza, M. (2011). Estudio de público de museos: el aporte teórico-metodológico de la semiótica. *Revista do Museu de Arqueología e Etnología*(21), p.369-381.
- Rodrigues, C., & Brito, C. (2011). Sensorial brand strategies for value co-creation.
- Romero Moragas, C. (1995). El museo comarcal, la difusión del patrimonio y la planificación territorial de las políticas culturales.
- Solano, A. (2008). La Red Nacional de Museos de Colombia. *Museos. es: Revista de la Subdirección General de Museos Estatales*(4), p.118-123.
- Soto Lombana, C., Angulo Delgado, F., Runge Peña, A., Rendón Uribe, M., Pérez, B., Uribe, C., Jiménez, C. (2014). Un modelo pedagógico para los museos: el caso del Museo de Antioquia.
- Utrillas, L. M., & Gambau, V. M. L. (2012). Museos y centros de interpretación de la Sierra de Albarracín (I). *Rehaldá: Revista del Centro de Estudios de la Comunidad de Albarracín*(16), p.73-84.