



Gabriela Prieto Soriano

ORCID: [0000-0002-2589-6005](https://orcid.org/0000-0002-2589-6005)

Nora V. Licona García

Manuel Gerardo Alonso

Interacción expositiva. Análisis de caso de las exposiciones en red de la Antigua Academia de San Carlos

Páginas 45-67

En:

Transformaciones y retos de la educación en las artes y los diseños (tomo 1) / Alma Elisa Delgado Coellar, Juana Cecilia Angeles Cañedo & Daniela Velázquez Ruíz, coordinadoras. Panamá: Universidad Euroamericana, Coordinación de Investigación y Posgrado, 2023.

ISBN 978-9962-8555-4-5

Relación: <http://hdl.handle.net/11191/9715>

Universidad
Autónoma
Metropolitana
Casa abierta al tiempo **Azcapotzalco**

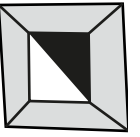
Universidad Autónoma Metropolitana
Unidad Azcapotzalco

CYAD
Ciencias y Artes para el Diseño

División de
Ciencias y Artes para el Diseño



Excepto si se señala otra cosa, la licencia del ítem se describe como [Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional \(CC BY-NC-SA 4.0\)](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/)



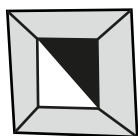
CAPÍTULO 2. INTERACCIÓN EXPOSITIVA. ANÁLISIS DE CASO DE LAS EXPOSICIONES EN RED DE LA ANTIGUA ACADEMIA DE SAN CARLOS

Gabriela Prieto Soriano
Nora V. Licona García
Manuel Gerardo Alonso

RESUMEN

A partir de una investigación con una metodología mixta, se analiza la experiencia de usuario en propuestas expositivas para comprender la interacción real que los usuarios tienen dentro de una exposición en línea. En particular, se analizan las exposiciones generadas a partir de la apertura de la Galería Adolfo Mexiac alojada en la página web de la Antigua Academia de San Carlos FAD-UNAM con el objetivo de describir su uso y potenciar mejoras en proyectos futuros.

PALABRAS CLAVE: exposiciones en red, público en línea, ambiente expositivo, Academia de San Carlos, Galería Adolfo Mexiac.



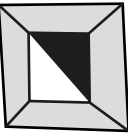
ABSTRACT

From a research with a mixed methodology, the user experience in exhibition proposals is analyzed to understand the real interaction that users have within an online exhibition. In particular, the exhibitions generated from the opening of the Adolfo Mexiac Gallery hosted on the website of the Antigua Academia de San Carlos FAD-UNAM are analyzed with the aim of describing their use and promoting improvements in future projects.

KEYWORDS: *online exhibitions, online public, exhibition environment, Academia de San Carlos, Adolfo Mexiac Gallery.*

INTRODUCCIÓN

La Facultad de Artes y Diseño de la Universidad Autónoma de México, a partir de las necesidades de continuar con la exhibición de obras realizadas por sus estudiantes y académicos, así como para difundir el acervo custodiado y en virtud de la problemática derivada de la COVID-19, proyectó la apertura de una nueva galería virtual denominada Adolfo Mexiac, ubicada dentro de la página de la Antigua Academia de San Carlos (AASC) primera sede de la ahora Facultad de Artes y Diseño y primera escuela de arte en el continente americano. Dicha galería al ser una nueva propuesta de oferta expositiva, servirá a la presente investigación como eje indagatorio dentro de diferentes ambientes expositivos de forma virtual enfocado en arte y cultura.



La investigación se basa en diversos datos recabados de fuentes como Google Analytics[1], exposiciones virtuales alojadas en la página de la AASC, de sus diferentes redes sociales, exposiciones alojadas en páginas de otras instituciones, así como de la recolección de datos al revisar la experiencia del usuario.

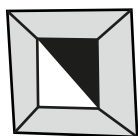
El objetivo de la investigación se centra en conocer el público real de las exposiciones en línea, con el fin de poder diseñar mejores experiencias a partir de las necesidades observadas del usuario.

EXPERIENCIA DE USUARIO

A partir de la información localizada con la herramienta Google Analytics del sitio oficial de la AASC y la *fan page* de Facebook Analytics, se identificó que los usuarios de la Antigua Academia de San Carlos son mayoritariamente mujeres entre los 18 y los 34 años de edad, quienes tienen gran interés en el ámbito cultural y residen en la Ciudad de México.

Con el fin de conocer con mayor profundidad al usuario de la AASC se realizó un test de usabilidad[2], en el que a partir de una reunión sincrónica uno a uno a través de la plataforma Google Meet, se recabó información acerca de los pensamientos, acciones y reacciones del usuario al tener que interactuar con una exposición virtual de la AASC.

Antes que el usuario tuviera la experiencia directa, se le hicieron algunas preguntas generales sobre sus visitas previas en museos físicos y virtuales. Posteriormente se llevó a cabo una prueba de observación directa (interacción del usuario con la exposición)



por medio de la pantalla del usuario, mientras comentaban lo que pensaban, veían y percibían, de forma sincrónica.

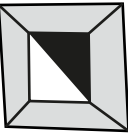
Los participantes en la prueba fueron mayoritariamente mujeres, resulta congruente con las cifras de la Dirección General de Planeación de la Universidad Nacional Autónoma de México (2020), las cuales exponen que la población estudiantil de la Facultad de Artes y Diseño se compone de 69,51 % mujeres y 30,48 % hombres.

Dentro de la prueba, se preguntaron distintas cuestiones para comprender de mejor forma al usuario, entre ellas: ¿cuál es la razón principal por la que visitas un museo? La mayoría mencionó que antes de la pandemia solían visitar regularmente los museos y fueron enfáticas en delimitar un antes y un después de la pandemia, lo cual abre posibilidad al cuestionamiento acerca de cómo se percibe la concepción de un museo virtual. Comentaron que las dos razones principales para visitar un museo, son el interés en los temas de exposición y el entretenimiento muy influenciado por el ocio.

En cuanto a lo que más disfrutaban a la hora de visitar un museo, expresaron varias cuestiones tales como la experiencia física, la interacción con la obra y el recorrido, precisamente la experiencia fue el valor más grande y relevante para las entrevistadas: “Experiencia física, interacción con la expo, libre recorrido, apreciar directamente la obra” (N. Guzmán, comunicación personal, noviembre 2020) comentó una de las informantes con 22 años de edad, residente de la CDMX.

Por otro lado, las respuestas respecto a lo que no les gusta de visitar los museos:

- La saturación de personas



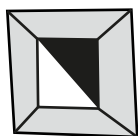
- La poca claridad del recorrido
- Exposiciones cronometradas
- La interrupción constante de los custodios

Respecto al tema de exposiciones virtuales, el 75 % de los entrevistados contestó que sí han visitado una exposición virtual durante el periodo de aislamiento, además mencionaron exposiciones en los sitios del Antiguo Colegio de San Ildefonso (México), Palacio de Bellas Artes (México), Museo Afro Brasil (Brasil), Megaofrenda UNAM (México), “La maldita primavera” (Perú).

Basándose en esa experiencia, argumentaron que, si bien existen muchas diferencias entre las exposiciones virtuales y las físicas, ambas visitas poseen sus respectivas ventajas. Las virtuales facilitan la accesibilidad independientemente del lugar donde se encuentren y funcionan como una buena estrategia para visitar museos durante la situación de aislamiento; como desventaja, se encuentra la incomodidad al usar un dispositivo (celular, tableta o computadora) para su visita, ya que la experiencia de percepción dentro del espacio físico puede ser más enriquecedora al interactuar con la obra de manera directa.

Igualmente, mencionaron varios elementos que consideran que serían funcionales dentro de una exposición virtual:

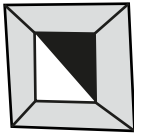
- La realización de visitas guiadas en la exposición.
- La accesibilidad en cualquier dispositivo.
- Videos y textos cortos.
- Cedularios.
- Música de ambientación.



- Óptimo registro de obra que permita la posibilidad de acercarse a apreciar los detalles de las piezas.
- Explotar todas las posibilidades dadas por el espacio virtual (poder intervenir el espacio de alguna manera que no sería posible por cuestiones de conservación en el espacio físico).
- La posibilidad de visitar la exposición simultáneamente con otras personas, simulando la experiencia física.
- Un botón Home para regresar al inicio de la exposición.

Al enfocarnos específicamente en la página de la Academia, el 75 % de los entrevistados respondió que no conoce la Galería Virtual Adolfo Mexiac de la AASC, lo cual señala la poca difusión devenida de la reciente creación de la misma, esta información brinda una gran oportunidad de trabajo para esta galería en específico. El mismo porcentaje de entrevistados coincidió en que la mejor opción para acercar las exposiciones virtuales de la AASC a más personas es la publicidad y difusión en redes sociales, sobre todo en Facebook e Instagram, ya que son las más frecuentadas por la muestra de entrevistados.

Al seguir con la entrevista sincrónica, una vez dentro de la exposición, la primera interacción por parte del usuario fue dar clic sobre la imagen de las obras expuestas, sin embargo, en la mayoría de las exposiciones dicha acción no despliega una ficha técnica. Este tipo de operaciones evidencian la poca intuición que genera el software, pues en todos los casos se requiere de instrucciones específicas, como fue el caso en la exposición “Chava Flores, 100 años”. Los usuarios también comentaron que, adicional a la ficha técnica, les



gustaría ver más información relacionada a la obra dentro del mismo espacio de exhibición.

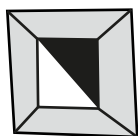
Adicionalmente, se cuestionó a los entrevistados si encontraban útil la presencia de un avatar que actúe dentro de la exposición como el usuario en el espacio físico, la mayoría de los participantes respondió que sí, pues remite a la idea de estar dentro del espacio, convirtiéndola en una experiencia parecida a la presencial.

Si bien, las exposiciones virtuales pueden conservar algunos elementos de las exposiciones presenciales, como la curaduría, existe un gran espacio vacío respecto a la experiencia de los usuarios. Estas exposiciones no están precisamente diseñadas a partir de las necesidades del usuario, por lo que se encuentra aquí un punto de estudio para generar mejoras dentro de ellas.

Al adentrarse en las exposiciones de la AASC, los entrevistados percibieron las exposiciones del sitio como temáticamente interesantes, sencillas, accesibles y visualmente atractivas. Sin embargo, se identificó que el recorrido es confuso en la mayoría de ellas y que la funcionalidad en dispositivos móviles es mala, por lo cual la experiencia del usuario se ve afectada.

El usuario de las exposiciones virtuales presenta necesidades al momento de visitar una exposición, las cuales deben ser identificadas y atendidas por los diseñadores de exposiciones para aprovechar y proponer los recursos tecnológicos apropiados, pues en muchas ocasiones, como se ha hecho evidente, estos son buenos e innovadores, pero no toman en cuenta las condiciones del usuario.

Sin embargo, es de interés saber no sólo qué pasa con las exposiciones dentro del sitio de la AASC, sino con otras exposiciones fuera de él. Se espera que el estudio de las exposiciones, tanto de la AASC



como de otras instituciones en sus respectivos sitios web, permita una mejor comprensión del panorama mediático, de su difusión y de su conexión con el público interesado en estos contenidos culturales. De esta manera será posible ofrecer una óptima opción expositiva.

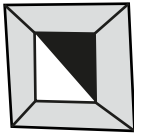
Basados en los conceptos utilizados por la organización Espacio Visual Europa (EVE), se seleccionaron los conceptos: localización, interactividad, accesibilidad y relevancia, pues podrían ser comparados en todos los casos de estudio para obtener resultados equiparables.

Con dichos parámetros, se analizaron las exposiciones dentro del sitio de la Antigua Academia (además de la Galería Virtual Adolfo Mexiac), así como otros sitios con exhibiciones similares a las ofertadas en la AASC, con un total de veintitrés exposiciones revisadas y comparadas.

ACCESIBILIDAD

Es entendida como la capacidad de permitir que más personas puedan visitar la exposición y, de ser posible, llegar a las audiencias que nunca podrían asistir a la exposición física (Espacio Virtual Europa, 2018).

Las exposiciones generadas por la AASC permiten su acceso a través de únicamente contar con un dispositivo con conexión a Internet. Esto es, no requiere de la descarga de algún *software* o el empleo de algún *hardware*, sin embargo, el desempeño de la exposición varía dependiendo del dispositivo, colocando a la computadora como el mejor instrumento para visitarlas, dado su rendimiento.



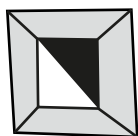
RUTA DE ACCESO

Al no contar la página web de la AASC con una sección exclusiva para el acceso a la Galería Virtual Adolfo Mexiac o de algún sitio donde se encuentren todas las exposiciones, el usuario debe realizar más de una interacción, clic, *tap* o *scroll* dependiendo del dispositivo (de cuatro a seis en la mayoría de los casos) para encontrar alguna de las exposiciones que esté interesado en visitar; o bien esperar a que los *banners* terminen de desplazarse para conocer las exposiciones virtuales disponibles (en caso de que el usuario espere cada *banner*, tomaría en promedio ocho segundos por cada uno de estos, lo que significa que requiere más de un minuto para poder ver todos). La única exposición a la que se puede acceder con menos de tres interacciones es “Las otras pandemias”, al ser ésta la más reciente de todas[3] es posible inferir que su resultado en este rubro se debe a su posicionamiento dentro de la página, pues es distribuida y promocionada con mayor regularidad.

Traducido en porcentajes, resulta que el 80 % de las exposiciones virtuales generadas por la AASC requieren más de cuatro interacciones. Esta información se vuelve relevante en medida que el diagnóstico arroja datos donde se evidencia que un usuario realiza en promedio menos de tres interacciones.

INTERACTIVIDAD

Implica ofrecer a los usuarios la posibilidad de interactuar con los elementos de la exposición virtual. Aunque, estrictamente hablando, las capacidades de desplazamiento, de pulsar botones y de abrir



o cerrar imágenes también constituyen un grado de interactividad, el diagnóstico se decantó por evaluar los tipos de navegación a los que recurren las exposiciones de espacios e instituciones similares.

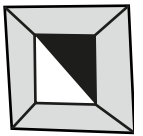
En la siguiente tabla se observa que a pesar de que la AASC emplea recursos innovadores como la exploración y recreación tridimensional, deja de lado el uso de los interactivos básicos como la ampliación de imágenes.

TABLA I. *Interactividad, noviembre 2020.*

			Interactividad				
	NO	SÍ	Navegación tipo	Ampliar imágenes	Maniulación de audio	Sala compartida con otros usuarios	Manipulación de objetos
TIME			Exploración 3D en la recreación de un espacio físico				
CHAVA FLORES: 100 AÑOS			Exploración 3D				
ESTO NO ESTÁ FUERA DE CONTEXTO		Sólo en computadora	Exploración 3D y pasapáginas				
LAS OTRAS PANDEMIAS			Blog y exploración 3D				
TESOROS REDESCUBIERTOS			Blog				

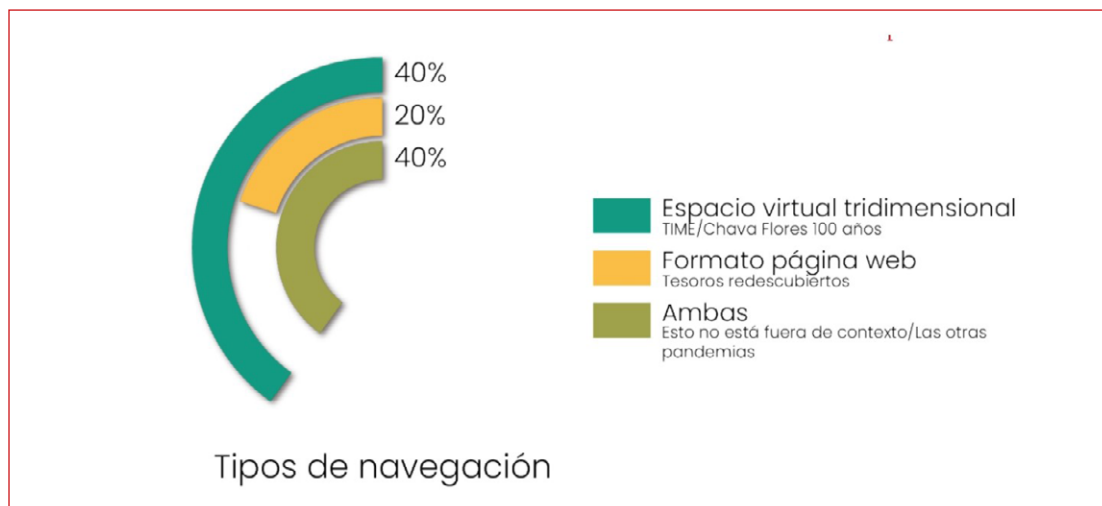
Tabla comparativa de opciones y características de la interactividad en las exposiciones de la competencia directa.

La siguiente gráfica revela que el total de la competencia directa se divide 80 % entre las exposiciones que sólo recurren a la generación de espacios virtuales tridimensionales, tanto nuevos como recreados, y entre las que además de este recurso emplean el formato de



página web. Mientras que el 20 % se percibe como escenarios convencionales para la creación de exposiciones virtuales, esto es, sólo el formato de página web.

Figura 1. *Tipos de navegación, noviembre 2020.*

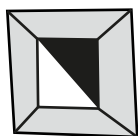


Porcentaje de los tipos de navegación empleada en las exposiciones de la competencia en general.

HIPERTEXTUALIDAD

En algunos casos, las exposiciones evaluadas ofrecían algún enlace a material adicional y de consulta como parte de su contenido expositivo. Esto puede definirse como la capacidad de la exposición de proporcionar otras fuentes de información.

Aquí se señalan qué exposiciones cumplieron con esto, cuáles y de qué tipo son los recursos proporcionados.



Como se observa, un 60 % de las exposiciones sí le proporcionan al usuario material complementario o relacionado con la temática exhibida, aunque lo más común es el catálogo de la exposición seguido de enlaces a páginas web de interés.

TABLA 2. *Qué ofrece noviembre, 2020.*

Exposición	Qué ofrece Hipervínculo y material de consulta		
	No	Sí	¿De qué tipo?
TIME			Video y descarga del catálogo de la exposición
CHAVA FLORES: 100 AÑOS			Catálogo de obras
ESTO NO ESTÁ FUERA DE CONTEXTO			Links a otras páginas, playlist, libro de artista, biografías
LAS OTRAS PANDEMIAS			
TESOROS REDESCUBIERTOS			

Tabla comparativa de las opciones de material complementario que se ofrece en las exposiciones de competencia directa.

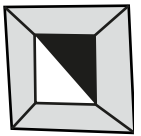
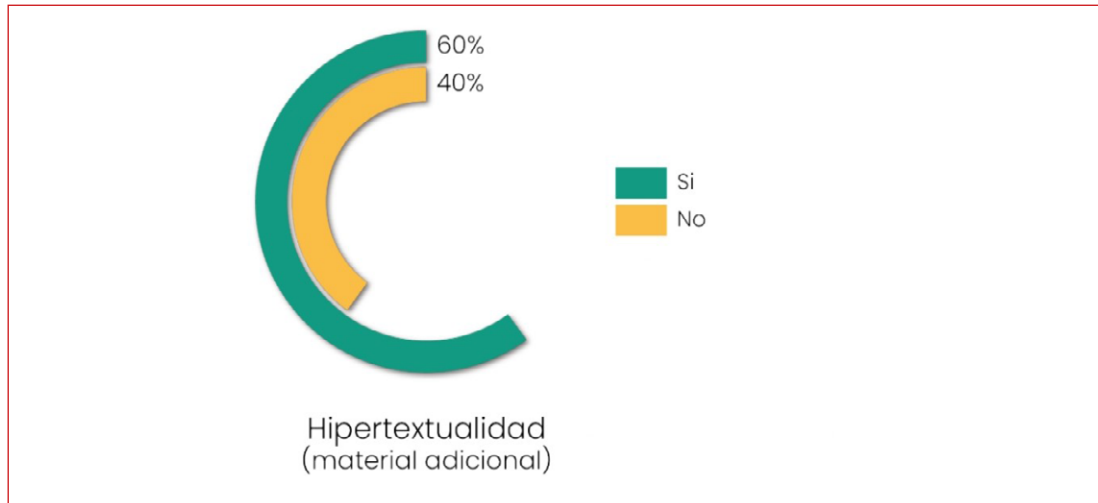


FIGURA 2. *Hipertextualidad noviembre, 2020.*



Porcentaje de estudio sobre el material complementario a la exposición.

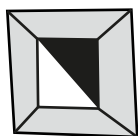
COMPARACIÓN CON OTRAS PROPUESTAS

Para realizar el diagnóstico de las exposiciones ajenas a la Antigua Academia de San Carlos, se utilizaron los mismos parámetros con los que se evaluó a la competencia directa.

ACCESIBILIDAD

Retomando la accesibilidad como la capacidad que debe tener la exposición virtual de llegar al público que jamás podría desplazarse hacia una exhibición presencial, se evaluó qué tipo de requerimientos exigen las propuestas consultadas para poder ser visitadas.

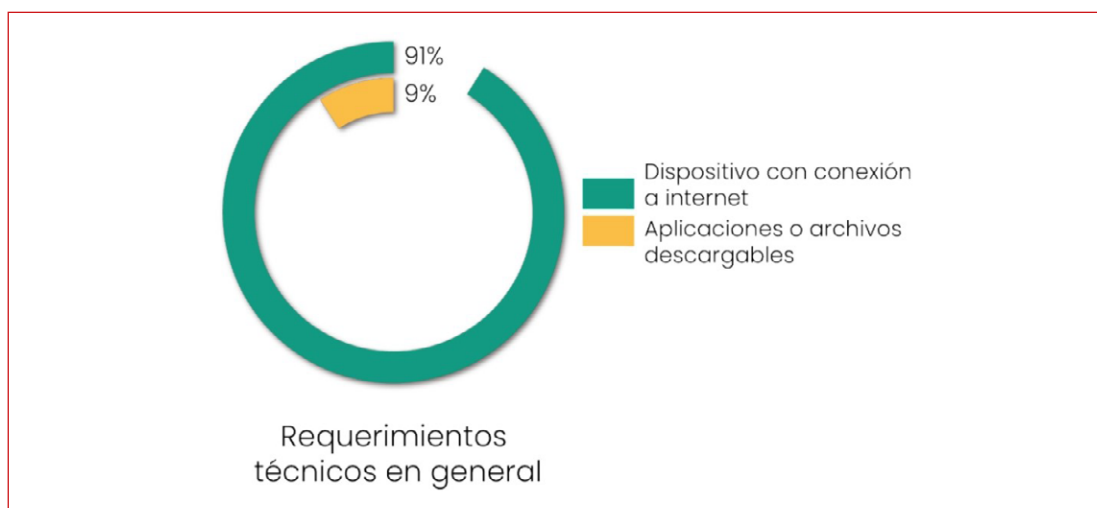
La respuesta fue que para acceder a más del 90 % de las exposiciones sólo se necesita de un dispositivo con conexión a Internet. Si



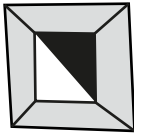
bien existen sectores socio-económicos que no cuentan con este requerimiento básico, el hecho de que el resto de sectores cuenten con él representa un avance en términos de accesibilidad al patrimonio cultural. La cuestión relacionada a los sectores menos privilegiados deberá ser abordada por proyectos futuros de distintas instancias interesadas.

Respecto al 9 % restante que sí requería de la instalación o descarga de un software adicional hay poco que puntualizar. Sin embargo, no se puede dejar de mencionar que para la muestra de museos e instituciones nacionales no se necesitaba de éste. Este hecho, no significa que no sea posible recurrir al requerimiento, pues también se encontró en varias propuestas que el uso de software, y a veces de hardware, era opcional, pero que sí pretendía dar una mejor experiencia.

FIGURA 3. *Requerimientos técnicos en general noviembre, 2020.*



Porcentaje de estudio sobre los requerimientos técnicos del estudio de exposiciones de competencia general.

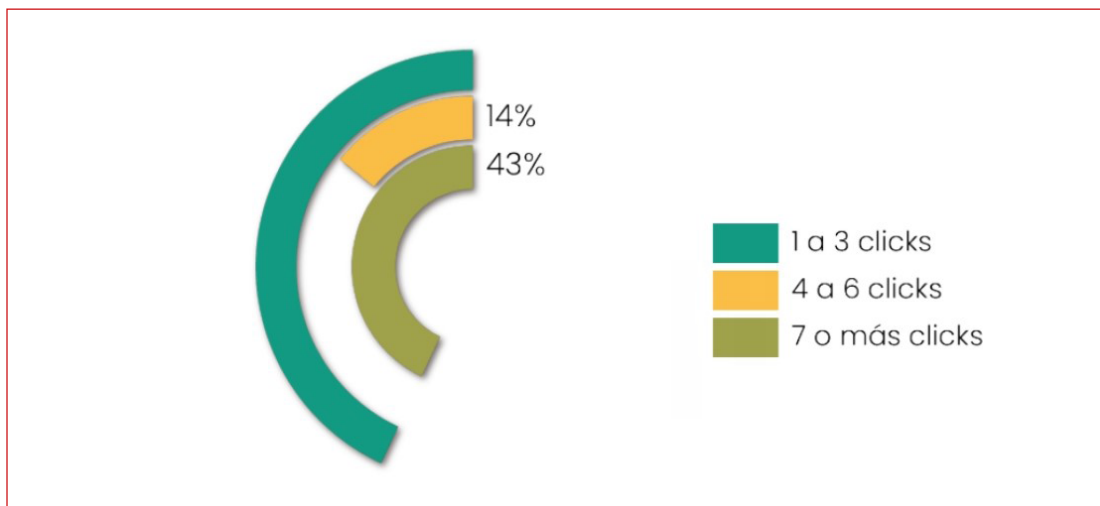


RUTA DE ACCESO

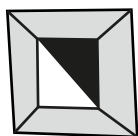
Se consideró importante analizar tanto de manera general como particular las exposiciones pertenecientes a otras instituciones.

Respecto a aquellas propuestas generadas por la UNAM, se encontró que, de la muestra, una muy considerable parte de ellas, el 43 %, requieren realizar más de siete interacciones, clics o taps, para llegar a la exposición a partir de que el usuario ingresa al sitio oficial de la organización o institución que alberga el proyecto. Este porcentaje es equiparable a otro 43 % que representa a las exhibiciones que requieren de una a tres interacciones, dejando al restante 14 % con la necesidad de cuatro a seis interacciones.

FIGURA 4. *Ruta de acceso en clics a exposiciones de la UNAM noviembre, 2020.*

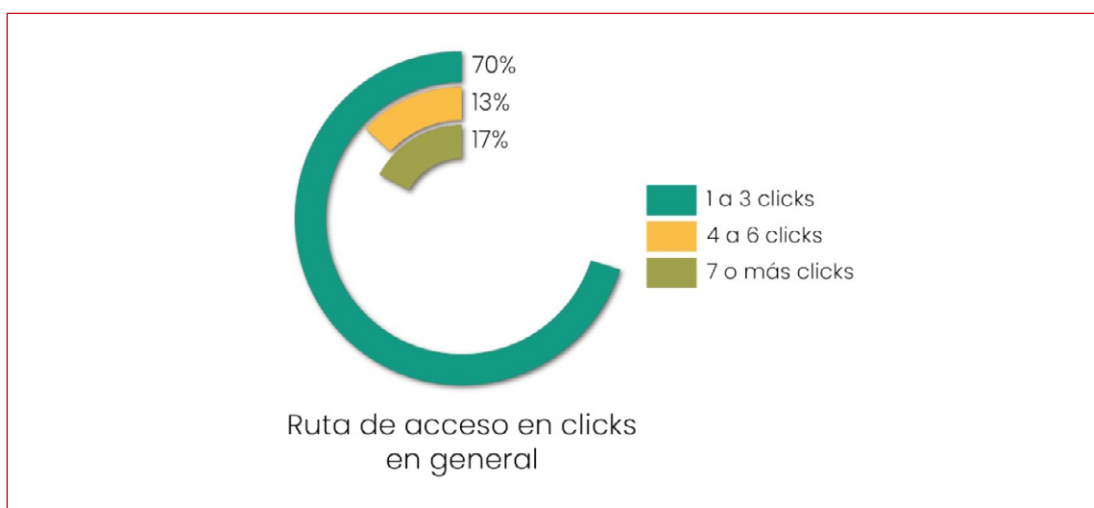


Porcentaje de cantidad de clics necesarios para acceder a las exposiciones analizadas provenientes de la UNAM.



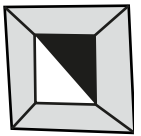
Incorporando el resto de exposiciones con procedencia nacional e internacional, se realizó el análisis del mismo parámetro, en el cual se encontró que un sustancial 70 % de los proyectos expositivos requieren de una a tres interacciones para acceder como usuario a la exhibición.

FIGURA 5. *Ruta de acceso en clics en general noviembre, 2020.*



Porcentaje de cantidad de clics necesarios para acceder a las exposiciones analizadas de la competencia general.

Aunque este diagnóstico haya tomado en cuenta las interacciones a partir de ingresar a las páginas que alojan las exposiciones, no se debe perder de vista que la distribución y promoción de las mismas puede generar entradas a partir de enlaces hipertextuales colocados en distintas páginas o redes. Es decir, si se ingresa a una exhibición desde un enlace sólo se requiere de una interacción, a diferencia de las siete o más que pueda requerir desde el sitio oficial.



¿Por qué esto es importante? La tecnología, la oferta de entretenimiento y la saturación de imágenes avanza exponencialmente. La inmediatez que ofrecen los medios y las redes sociales se ve reflejada en la necesidad que se ha desarrollado de tener los objetos lo más próximos posible.

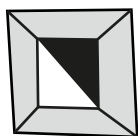
Conocer la cantidad de interacciones que requieren las exposiciones para ser encontradas, así como la cantidad de interacciones que un usuario está dispuesto a realizar permitirá tener un parámetro de cómo organizarlas y gestionar su distribución dentro de la página web del cliente para optar siempre por la mejor experiencia del usuario desde que busca ingresar a la exposición.

INTERACTIVIDAD

Las distintas propuestas consultadas hacían uso de recursos interactivos diferentes, por lo cual en este rubro se evaluó tan sólo el tipo de navegación ofrecida, pues las tipologías se presentaron de forma constante en varios casos.

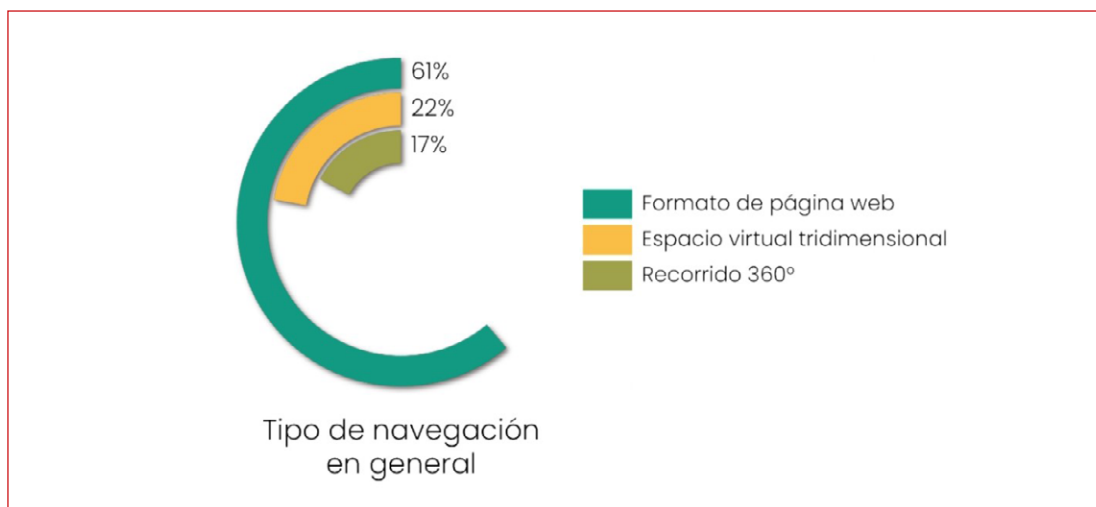
El resultado del diagnóstico fue que el 17 % de las propuestas revisadas hacen uso del recurso recorrido 360°, que podría percibirse como atávico[4], pero que aún tiene posibilidades que no han sido exploradas.

Un 22 % restante de las exhibiciones recurre a la creación, y en muchas veces recreación, de espacios virtuales tridimensionales. No hay que considerar esto como un error, sino como una oportunidad de cuestionar qué pertinencia tiene seguir concibiendo el espacio como tal, es decir, qué ofrece la tecnología y el ciberespacio a la constitución de espacios expositivos. Para finalizar, un vasto 61 %



de las propuestas insiste en llamar exposición virtual a una muestra realizada en lo que asociamos a formatos de páginas web.

FIGURA 6. *Tipo de navegación en General Noviembre, 2020.*

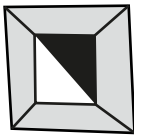


Porcentaje de los tipos de navegación empleadas en las exposiciones analizadas en general.

HIPERTEXTUALIDAD

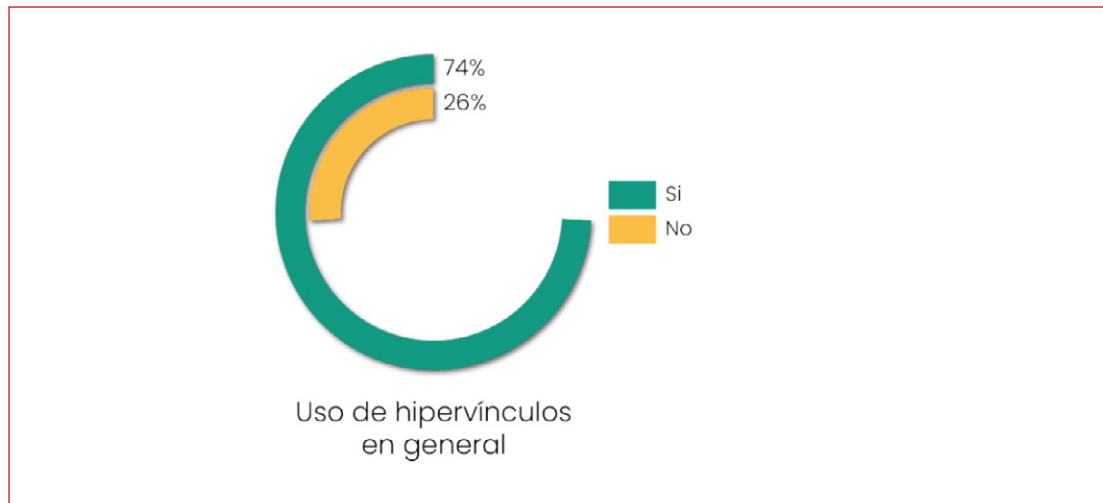
La capacidad de la exposición de comunicarse con otros proyectos expositivos, o bien sólo con otras fuentes de información, es lo que determina su hipertextualidad; en otras palabras, la disposición de vínculos, material complementario u otras fuentes que se proporcionen al usuario. Al considerar esto, se evaluó si distintas instituciones hacen uso del recurso o no.

Una vez recabada la información se encontró con que tan sólo un 26 % de la muestra revisada proporciona hipervínculos al usuario,



los cuales varían entre videos, libros o catálogos. El 74 % restante no hace uso de estos elementos.

FIGURA 7. *Uso de hipervínculos en general noviembre, 2020.*

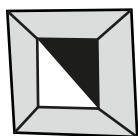


Porcentaje de exposiciones que ofrecen hipervínculos del estudio en general.

ANÁLISIS DE RESULTADOS

Poner las exposiciones al alcance o vista del visitante en el sitio web, es una tarea que habrá que resolver para así cumplir con la necesidad que el usuario tiene para llegar a ellas con la mayor inmediatez posible.

Un punto a considerar es la disposición que tienen las exposiciones para visitarse desde cualquier dispositivo con conexión a Internet, sin embargo, es importante dar seguimiento a las que no generan una experiencia óptima.



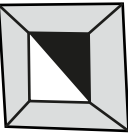
Tomando en cuenta que al usuario le parece pertinente la recreación de espacios tridimensionales, habrá que considerar esta línea, sobre todo en los casos de exposiciones en la AASC que no lo hacen. Esto no significa generar sólo exposiciones con este tipo de navegación, sino explotar las posibilidades que éste ofrece, siempre en función de las necesidades del usuario.

CONCLUSIONES

Hoy en día, las exposiciones virtuales están atravesando procesos metamórficos en función tanto de las necesidades de las instituciones que las gestan como del público o usuario. Los últimos meses han sido espacios de experimentación para los proyectos expositivos. Sin embargo, comienza a ser cada vez más evidente la pertinencia de enfocarse en las necesidades del usuario, en consonancia con la misión y visión del museo o de la institución generadora de exposiciones.

Entre estos resultados destaca que la AASC como una institución educativa mantiene una constante y atractiva difusión cultural, pero se enfrenta a su poca capacidad de retener usuarios recurrentes al desconocer sus necesidades, en lo que a exposiciones virtuales se refiere. Sin embargo, la innovación que proponen en cuanto a la creación de espacios virtuales tridimensionales es mayor a la de la muestra de la competencia analizada.

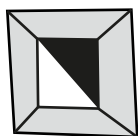
A partir de los resultados de este diagnóstico, toca plantear y proponer soluciones que se atengan tanto a resolver las necesidades del usuario como a generar propuestas expositivas innovadoras que permitan el cumplimiento de los objetivos de cada proyecto.



Una posibilidad de mejora continua es generar un registro y evaluación de cada solución expositiva, con el objetivo de contar con los reportes de las experiencias asertivas para que la innovación sea posible, sin importar el equipo o grupo de trabajo que las diseñe, coordine y genere, de tal suerte que haya un seguimiento y progreso institucional.

NOTAS

- [1] Herramienta que se utiliza para conocer “cómo interactúan los usuarios con el contenido de los [tus] sitios web y aplicaciones, y descubrir qué funciona y qué no. Consulta los completos informes y los paneles para averiguar qué hacen los usuarios en los [tus] sitios web y aplicaciones, así como el papel que desempeña cada canal”. (Google Marketing Platform, s. f.)
- [2] El test de usabilidad fue realizado según el diseño de un guion para permitir un diálogo hacia las personas reclutadas. Participaron ocho personas, entre los 18 y los 34 años de edad, residentes de la Ciudad de México interesados en temas de cultura, arte y recreación, se les pidió entrar a una de las cuatro exposiciones virtuales que se encontraban en exhibición en el 2020: “Chava Flores, 100 años”, “TIME”, “Esto no está fuera de contexto” y “Las otras pandemias”.
- [3] La exposición “Las otras pandemias” fue la de más reciente creación al momento de redacción del presente documento.
- [4] Arcaico o característico del pasado.

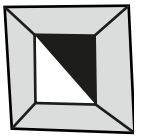


REFERENCIAS

- Antigua Academia de San Carlos. (s. f.). *Antigua Academia de San Carlos*. <http://academiasancarlos.unam.mx/>
- Design Thinking. (2017, julio 4) *¿Qué es el Design Thinking?* <https://www.designthinking.services/2017/07/que-es-el-design-thinking-historia-fases-del-design-thinking-proceso/>
- Dirección General de Planeación – Universidad Nacional Autónoma de México. (2020). *Agenda 2020*. <https://www.planeacion.unam.mx/Agenda/2020/pdf/Agenda2020.pdf>
- Espacio Visual Europa. (2018, agosto 17) *Exposiciones Virtuales para Difusión Patrimonial*. EVE Museos e Innovación. <https://evemuseografia.com/2018/08/17/exposiciones-virtuales-para-la-difusion-patrimonial/>
- Facultad de Artes y Diseño. (s. f.) *Galerías Antigua Academia de San Carlos*. Consultado el 26 de noviembre de 2020. <http://www.fad.unam.mx/difusion-san-carlos.php>
- Google Marketing Platform. (s. f.) *Google Analytics*. Consultado el 22 de noviembre de 2020. <https://marketingplatform.google.com/intl/es/about/analytics/benefits/>
- René Chargoy, (2020, 24 de septiembre). *El reto actual de los museos, conversación a distancia*. Gaceta UNAM. <https://www.gaceta.unam.mx/el-reto-actual-de-los-museos-conversacion-a-distancia/>

EXPOSICIONES

- Antigua Academia de San Carlos. Facultad de Artes y Diseño. UNAM. (2020, 27 de mayo). *Tesoros Redescubiertos*. <https://cidyccaasc.com/exposiciones-actuales#30f1bed2-f4f3-4482-9679-08bc21c9fbd7>
- Antigua Academia de San Carlos. Facultad de Artes y Diseño. UNAM. (2020, 29 de julio). *Time*. <http://academiasancarlos.unam.mx/interactivos/time/>



- Antigua Academia de San Carlos. Facultad de Artes y Diseño. UNAM. (2020, 11 de septiembre). Chava Flores: 100 años. <http://academiasancarlos.unam.mx/interactivos/chavaflores/>
- Antigua Academia de San Carlos. Facultad de Artes y Diseño. UNAM. (2020, 30 de septiembre). Esto No Está Fuera de Contexto. <http://academiasancarlos.unam.mx/interactivos/posgrado/>
- Antigua Academia de San Carlos. Facultad de Artes y Diseño. UNAM. (2020, 4 de noviembre). Las Otras Pandemias. <http://academiasancarlos.unam.mx/PANDEMIAS/>
- Antiguo Colegio de San Ildefonso. (2012, 21 de abril). La Lengua de Ernesto. <http://www.sanildefonso.org.mx/expos/ernestoneto/expo.html>
- British Museum. (2020, 27 de marzo). Exposición permanente. https://artsandculture.google.com/streetview/british-museum/AwEp68JO4NECk-Q?sv_lng=-0.1266024509257022&sv_lat=51.51905368906714&sv_h=306&sv_p=0&sv_pid=JeKwUFYAMWXNWPh3IOg3jw&sv_z=1
- Centro de Arte y Cultura. Universidad Nacional Autónoma de Honduras. (2020, 19 de octubre). Expodemia. <https://cac.unah.edu.hn/gavia/exposiciones/temporales/expodemia>
- Museos Franz Mayer. (s.f.) Entre Pegasus y Dragones. Consultado en noviembre de 2020. <https://franzmayer.org.mx/exposiciones/entre-pegasos-y-dragones-animales-fantasticos-en-la-coleccion-franz-mayer/>

AGRADECIMIENTOS

Agradecemos la colaboración de los integrantes del Seminario Creación, Diseño y Gestión De Exposiciones *Patricia Real Fierros FAD-UNAM*. Profesor: Mtro. Benjamín Martínez Castañeda. Alumnos: Ixshel Q. Jacinto Piña, Luis T. Olvera Torres, Milthon Carlos B. Bautista, Sonia S. López Galindo.