**ENTENDIENDO LA EXPERIENCIA LÚDICA EN EXHIBICIONES MUSEOGRÁFICAS DE DIFERENTES CARÁCTERÍSTICAS**

|  |  |
| --- | --- |
| Itzia Guzmán Morales  **Posgrado Diseño Industrial**  **UNAM**  **id.itzia.guzman@gmail.com** | Isaac Castañeda Segura  **Posgrado Diseño Industrial**  **UNAM**  **isaac.castaneda.segura@gmail.com** |

# ***Resumen***

Las exhibiciones museográficas se diseñan abordando temas que generen interés en los visitantes, estas a su vez son planeadas a partir de los elementos característicos del tópico y se presentan en formas que los visitantes puedan comprender. Sin embargo, en México son pocos los análisis de las experiencias que viven los visitantes durante su recorrido a las exhibiciones. En este artículo se propone, que a pesar de las diferencias temáticas, las experiencias pueden ser evaluadas a partir de criterios lúdicos con el objetivo de desmitificar la idea de que lo lúdico radica en elementos museográficos propios de ciertos museos dirigidos a diferentes públicos. Nuestra percepción es que la experiencia museográfica puede ser más profunda, a partir de su grado lúdico, cuestión que es independiente a la idea generalizada en relación a la existencia de exhibiciones especializadas para niños y adultos. Lo lúdico es común a todos los seres humanos, independientemente de la edad, y por lo tanto su potencial puede ser aprovechado en exhibiciones de todo tipo.

Se aplicó una herramienta cuantitativa para identificar el grado lúdico en exhibiciones de diferentes características y se realizó una interpretación de los mismos a partir, no sólo de los resultados, sino también de los comentarios y perspectivas de los participantes.

***Palabras Clave***

Experiencia, Lúdico, Exhibición, Museo, Diseño

***Términos Generales***

Experiencia de Usuario, Diseño de Experiencia.

***Introducción***

En el campo del Diseño, el estudio de la experiencia ha alcanzado relevancia en las últimas dos décadas. Una parte importante de este fenómeno se debe a la importancia de generar satisfacción en las personas que usan ciertos productos o servicios, es decir, la creciente necesidad de las empresas e instituciones por hacer sus productos más deseables, ha encaminado a muchos investigadores a indagar con más detalle en cómo se desenvuelven los individuos al momento de interactuar con el entorno diseñado.

Bajo la noción anterior, reconocemos que los museos son instituciones que ofrecen servicios culturales y recreativos. El Diseño cumple un papel fundamental en la conceptualización de los espacios de exhibición y adquiere una dimensión estratégica para garantizar la satisfacción de los visitantes y la comprensión de los contenidos.

La presente investigación gira en torno a la evaluación de la experiencia museográfica en museos mexicanos a partir de criterios lúdicos. El término lúdico se asocia a jugar, diversión y niños. No obstante, todos los seres humanos juegan a lo largo de su vida, y las experiencias que adquirimos a partir de ello suelen ser de las más memorables y significativas. Desgraciadamente, el análisis del juego tiende a ser dedicado la mayoría de las veces a su papel en el desarrollo infantil, dejando a un lado el potencial que tiene en las personas adultas. En el imaginario colectivo, un museo lúdico se caracteriza por su orientación a un público infantil, y se diseñan sus espacios con elementos que garanticen su entretenimiento y comprensión. El potencial de la experiencia lúdica no debe ser limitado a la edad ni a los temas museísticos, por ello consideramos necesario que se revise el grado lúdico de las exhibiciones, ya que puede incrementarse la profundidad de la experiencia y la satisfacción del visitante.

***Método***

Para esta investigación decidimos comparar dos exhibiciones albergadas en museos de características diferentes. El UNIVERSUM Museo de las Ciencias, está conceptualizado propiamente como interactivo y dedicado a divulgar el conocimiento científico, dirigido al público general, pero cabe destacar que su afluencia primordial se conforma por estudiantes de educación básica. Por otro lado el Museo Universitario Arte Contemporáneo MUAC recibe un público que desea conocer propuestas artísticas contemporáneas de nivel internacional. La intención de elegir museos con temáticas tan diferentes, se halla en que el primero de ellos es percibido por el público como un museo típicamente lúdico e interactivo, y por el contrario, el segundo tiene un carácter contemplativo. Sin embargo, la experiencia de los visitantes debe ser analizada para reconocer el grado lúdico real.

Para comenzar a entender la experiencia lúdica debemos enfatizar que jugar es una actividad común a todo ser humano, es algo que todos hemos experimentado en las diferentes etapas de nuestras vidas. Sin embargo, tratar de dar una definición concreta es un reto. Las múltiples facetas del juego, así como los diferentes roles que desempeña en la vida, producen variadas explicaciones sobre su sentido. Esta ambigüedad aumenta al reconocer que no es una actividad exclusiva del ser humano. Diversos campos del conocimiento se han ocupado de estudiarlo. Expertos en las ciencias naturales y sociales han elaborado diversas formulaciones teóricas para explicar su porqué y para qué. Sin embargo, como apunta el sociólogo e historiador holandés Johan Huizinga todas estas tienden a superponerse más que a excluirse entre sí (1938). Para este autor el concepto de juego es ajeno a las formas en que expresamos cotidianamente la estructura de la vida mental y social, por ello debemos confinarnos a describirlo:

Resumiendo las características formales del juego, podríamos llamarlo una actividad libre posicionada casi conscientemente fuera de la vida “ordinaria” al ser “no serios”, pero al mismo tiempo absorbiendo al jugador intensa y absolutamente. Es una actividad sin un interés material y ningún provecho se puede obtener de ella. Procede dentro de sus propios límites de tiempo y espacio, de acuerdo a reglas fijas y de una manera ordenada. Promueve la formación de grupos sociales los cuales tienden a rodearse a sí mismos de un aire de secreto y haciendo hincapié de sus diferencias con el mundo a través de un disfraz o algún otro medio (Huizinga, 1938).

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| ANTICIPACIÓN | SORPRESA | PLACER | ENTENDIMIENTO | FUERZA | EQUILIBRIO |
| INTERÉS | APRECIACIÓN | SATISFACCIÓN | TOLERANCIA | ENERGÍA | DIGNIDAD |
| APERTURA | DESPERTAR | OPTIMISMO | EMPATÍA | VITALIDAD | GRACIAS |
| DISPOSICIÓN | ESTIMULACIÓN | GRATIFICACIÓN | CONOCIMIENTO | DEVOCIÓN | SERENIDAD |
| EXPECTACIÓN | EXCITACIÓN | ALEGRÍA | HABILIDAD | INGENUIDAD | FACILIDAD |
| CURIOSIDAD | DESCUBRIMIENTO | FELICIDAD | INTUICIÓN | INGENIO | CONTENTO |
| DESEO | INCITACIÓN | DELEITE | MUTUALIDAD | EMPUJE | REALIZACIÓN |
| EUFORIA | EMOCIÓN | JÚBILO | SENSIBILIDAD | PASIÓN | ESPONTANEIDAD |
| ADMIRACIÓN | ASOMBRO | DIVERSIÓN | MAESTRÍA | CREATIVIDAD | BALANCE |

Tabla 1. Los Elementos del Juego (Eberle, 2014) Traducción de los autores. El original se puede revisar en el anexo 1

El potencial del hombre como hacedor de objetos se ha representado con la locución latina Homo Faber. Huizinga, reconoció la insuficiencia de este concepto ya que para él, la génesis y el desarrollo de la cultura poseen un profundo carácter lúdico. Esto lo motivó a afirmar que el Hombre es también Homo Ludens, un hombre que juega y crea cultura a partir de ello (1938).

En la literatura contemporánea, la cuestión de elaborar una definición concreta del juego sigue sin ser resuelta. Sin embargo, existen aportaciones que permiten comprender mejor la experiencia del juego. Scott Eberle, propone que el juego debe ser entendido como un proceso, con un inicio y varias etapas que lo conforman hasta llegar a un final. Eberle define 6 elementos que integran la experiencia del juego: anticipación, sorpresa, placer, entendimiento, fuerza y equilibrio (2014). Cada uno de ellos se presenta en una experiencia de juego completa. Sin embargo cada uno de los elementos puede variar en intensidad, con ocho grados de profundidad, los cuales pueden ser consultados en la Tabla 1.

Para esta investigación proponemos utilizar los elementos del juego enlistados por Eberle para describir el grado lúdico de la experiencia. Por ello, se elaboró un cuestionario el cual se aplicó a 60 visitantes mayores de 18 años, 30 cuestionarios por cada una de las dos exhibiciones. El cuestionario que se diseñó abarca tres secciones, una dedicada a obtener información demográfica, la segunda a comprender los aspectos motivacionales del visitante y la tercera a la evaluación lúdica mediante la escala de Eberle.

La evaluación se realizó a personas mayores de 18 años, el motivo de elegir a este grupo de personas radica primeramente en que consideramos que en la edad adulta las decisiones que se toman, parten de un compromiso consciente originado en las motivaciones para realizar ciertas actividades. Y en segundo lugar porque existen pocas investigaciones en México con respecto a las experiencias lúdicas en adultos.

Para identificar los aspectos motivacionales empleamos en nuestro cuestionario los 5 criterios elaborados por John H. Falk, quien es el autor del libro *Identity and the Museum Visitor Experience.* En términos generales el libro es una recopilación de experiencias traducidas a un modelo, para cuya elaboración realizó un estudio, no sólo del público visitante, sino también del contexto en el que se desenvuelve el ámbito museístico en la Era de la Información o la Era del Conocimiento.

Falk considera que la visita a un museo está formada por las expectativas individuales, así como por las perspectivas de un contexto socio-cultural más grande (2009).

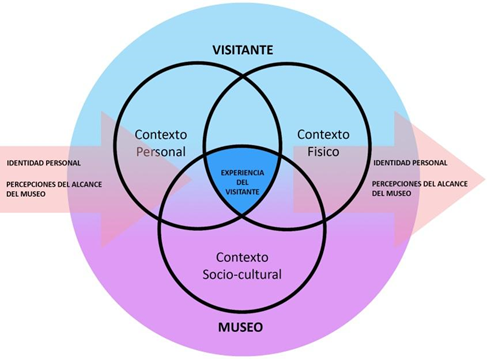


Figura 1. Modelo Experiencial de John H. Falk (2009)

De tal forma Falk identifica cinco personalidades motivacionales para asistir a un museo y las denomina de la siguiente manera, más adelante se describirán a detalle cada una de ellas.

* Explorador
* Facilitador
* Buscador de Experiencias
* Profesional/Pasatiempos
* Recargador

Cada uno de los cuales está definido por:

* Un contexto personal: el conocimiento, la experiencia y los intereses previos a la visita.
* El contexto físico: las exhibiciones, programas y objetos con los cuales el público interactúa o interactuará.
* El contexto socio-cultural: el grupo de interacciones que ocurren en la visita al museo condicionadas por las experiencias culturales y los valores propios de cada persona.

**Exploradores:** Individuos que visitan el museo debido a una curiosidad o un interés general en descubrir más acerca de un tema. Un largo número de estos visitantes se describen así mismos como gente curiosa quienes disfrutan aprender cosas nuevas. Los exploradores consideran que visitar un museo refuerza la perspectiva de sí mismos. Los Exploradores son visitantes a quienes les importa el contenido del museo genéricamente y no en términos específicos.

**Facilitadores**: Visitan un museo a fin de satisfacer las necesidades y deseos de alguien que les importa en vez de satisfacer los propios. Los Facilitadores se presentan en dos sub grupos: Facilitadores Padres y Facilitadores Socializadores. Los primeros son generalmente padres o abuelos quienes visitan estos espacios a fin de satisfacer las necesidades de sus hijos o nietos. Los segundos son adultos que satisfacen las necesidades de sus parejas o amigos, muchas veces la meta es servir de anfitrión y muchas otras significan pasar un tiempo de calidad con alguien.

**Buscadores de Experiencias:** Este grupo de visitantes, generalmente turistas, son típicamente motivados a la visita del museo a fin de coleccionar experiencias. Frases como “he estado ahí” o “he hecho esto” son comunes dentro de este grupo. La meta principal del Buscador de Experiencias es ver el destino, el edificio, lo que es icónico o lo que está en exhibición. Los Buscadores de Experiencia generalmente no están fuertemente motivados por el tema del museo, ellos están más motivados por la idea de estar en un lugar culturalmente importante.

**Profesionales/Pasatiempos:** Individuos cuya profesión o pasatiempo está ligado al tema de la exhibición. Este tipo de personalidad-motivación representa la categoría más pequeña de la visita a estas instituciones. Dado que estos individuos poseen fuertes vínculos con el trabajo hecho por el museo relacionado al contenido, la satisfacción de estos es considerada extremadamente importante. Los Profesionales/Pasatiempos son los visitantes más críticos, a diferencia de los Buscadores de Experiencia o los Exploradores, su principal motivación en visitar un museo no es algo generalizado sino algo típicamente específico.

**Recargadores:** Estos individuos visitan el museo a fin de reflexionar, meditar o simplemente relajarse en el ambiente del lugar. Algunos museos, por ejemplo, museos de arte, acuarios, jardines botánicos y lugares con áreas verdes, podrían recibir un largo porcentaje de este tipo de visitantes. La vasta mayoría de los Recargadores ven a los museos como lugares que les permiten tener la oportunidad de evitar ─aunque sea por un momento─ el ruido, el desorden y el caos del mundo exterior, así como la vida rutinaria. Ellos ven a los museos como un respiro del mundo y piensan en los espacios, las colecciones o los escenarios como fuentes de inspiración.

***Resultados de la encuesta***

La encuesta se realizó en las exhibiciones Travesía: Ballena Gris en el UNIVERSUM y De Ida y Vuelta. Lance Wyman. Íconos Urbanos, en el MUAC. Los cuestionarios se aplicaron al final de las exhibiciones con el fin de que los visitantes hubieran terminado de recorrerlas en su totalidad y se les solicitó de forma aleatoria su participación. En total se pudo contar con la opinión de 36 mujeres y 24 hombres, con un promedio de edad de 32 años y con un rango de 18 a 76 años de edad. En la Tabla 2 se presentan el sexo de los visitantes según cada exhibición y en la Tabla 3 se presenta la ocupación.

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Sexo de los Visitantes a Ida y Vuelta | | |  | Sexo de los Visitantes a Travesía | | |
|  |
| Sexo | Frecuencia | Porcentaje |  | Sexo | Frecuencia | Porcentaje |
| Hombres | 11 | 36.67 |  | Hombres | 13 | 43.33 |
| Mujeres | 19 | 63.33 |  | Mujeres | 17 | 56.67 |
| Total | 30 | 100.00 |  | Total | 30 | 100.00 |

Tabla 2. Frecuencia Simple del Sexo de los Visitantes por cada Exhibición.

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Ocupación de los Visitantes a Ida y Vuelta | | |  | Ocupación de los Visitantes a Travesía | | |
|  |
| Ocupación | Frecuencia | Porcentaje |  | Ocupación | Frecuencia | Porcentaje |
| Empleado | 2 | 6.90 |  | Empleado | 6 | 20.00 |
| Estudiante | 16 | 55.17 |  | Estudiante | 11 | 36.67 |
| Militar | 1 | 3.45 |  | Hogar | 1 | 3.33 |
| Profesionista | 9 | 31.03 |  | Ministro pastoral | 1 | 3.33 |
| Profesor | 1 | 3.45 |  | Oficio | 1 | 3.33 |
| Total | 29 | 100.00 |  | Profesionista | 6 | 20.00 |
|  |  |  |  | Profesor | 4 | 13.33 |
|  |  |  |  | Total | 30 | 100.00 |

Tabla 3. Frecuencia Simple de la Ocupación de los Visitantes por cada Exhibición.

Todos los encuestados viven en México, 47 de ellos en el Distrito Federal, 7 en el Estado de México y uno en Veracruz. De los 60 encuestados sólo uno de ellos reportó ir sin acompañantes. La Tabla 4 muestra la relación de los encuestados con sus acompañantes. Todos ellos reportaron que les gusta visitar museos y su tipo de museos favoritos se reportan en la Figura 2. Las palabras mencionadas para la descripción de cada uno de los elementos lúdicos se muestran en las Figuras de 5 a la 10.

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Acompañantes en Ida y Vuelta | | |  | Acompañantes en Travesía | | |
| Acompañante | Frecuencia | Porcentaje |  | Acompañante | Frecuencia | Porcentaje |
| Amigo | 15 | 51.72 |  | Amigo | 3 | 10.00 |
| Familia | 5 | 17.24 |  | Familia | 5 | 16.67 |
| Hijo | 1 | 3.45 |  | Hijo | 11 | 36.67 |
| Pareja | 8 | 27.59 |  | Pareja | 11 | 36.67 |
| Total | 29 | 100.00 |  | Total | 30 | 100.00 |

### Tabla 4. Frecuencia Simple de la relación de los encuestados con sus acompañantes

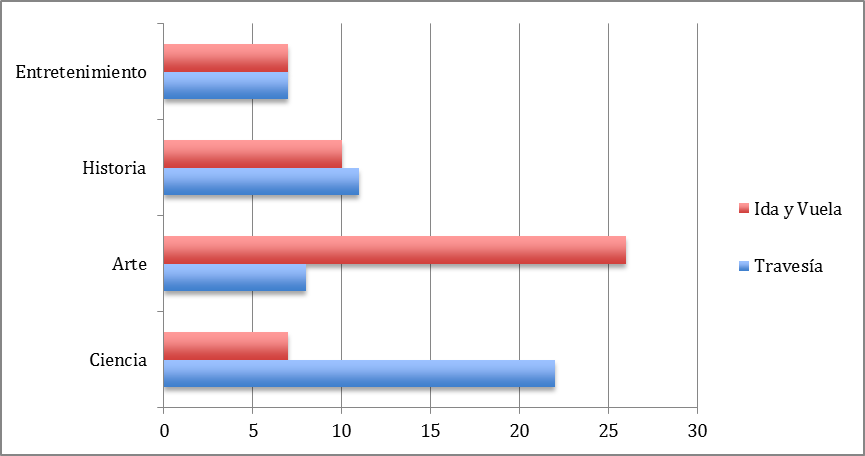


Figura 2. Museos Favoritos de los Visitantes a las dos exhibiciones

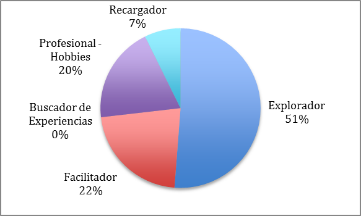


Figura 3. Personalidades motivacionales en Travesía

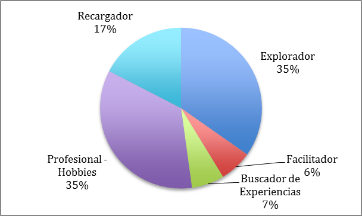


Figura 4. Personalidades motivacionales en Ida y Vuelta

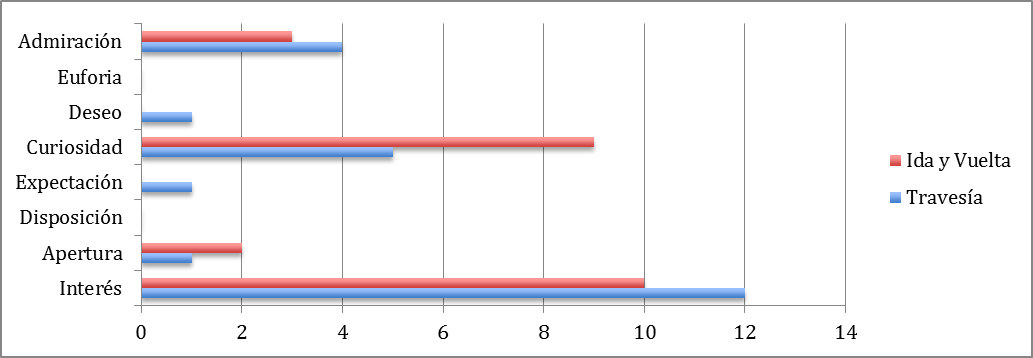


Figura 5. Evaluación de la Anticipación en las Exhibiciones

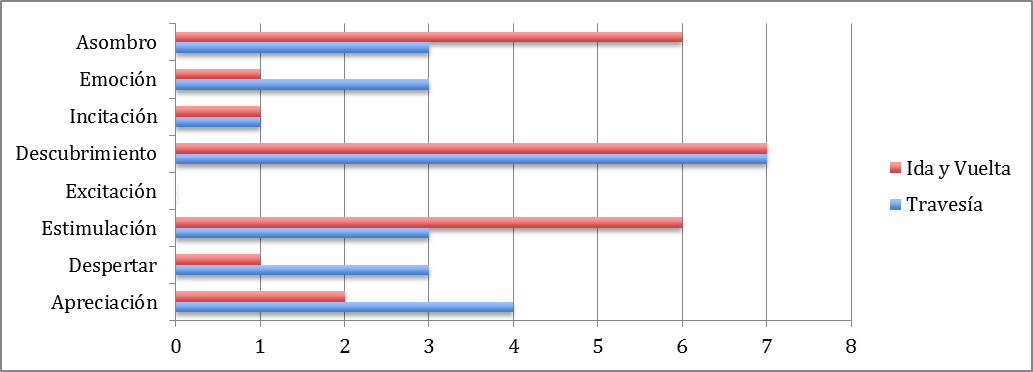


Figura 6. Evaluación de la Sorpresa en las Exhibiciones

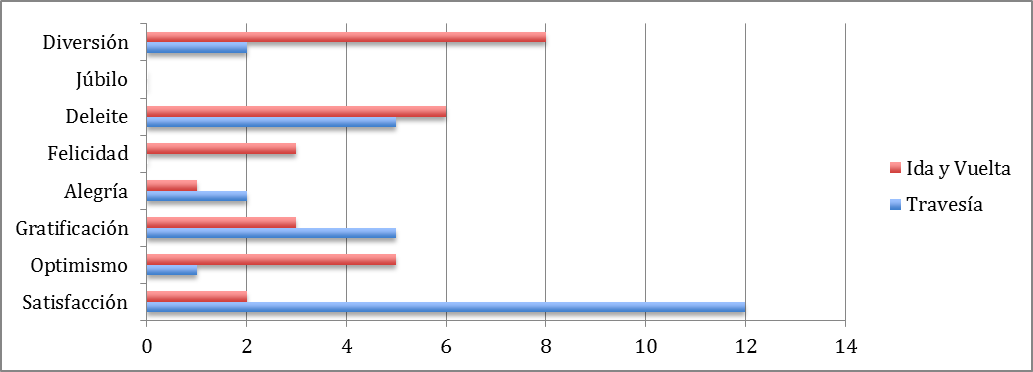


Figura 7. Evaluación del Placer en las Exhibiciones

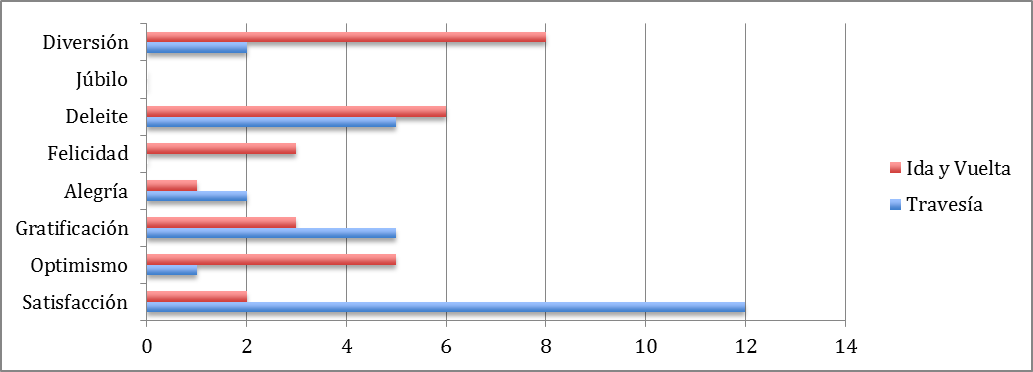


Figura 8. Evaluación del Entendimiento en las Exhibiciones

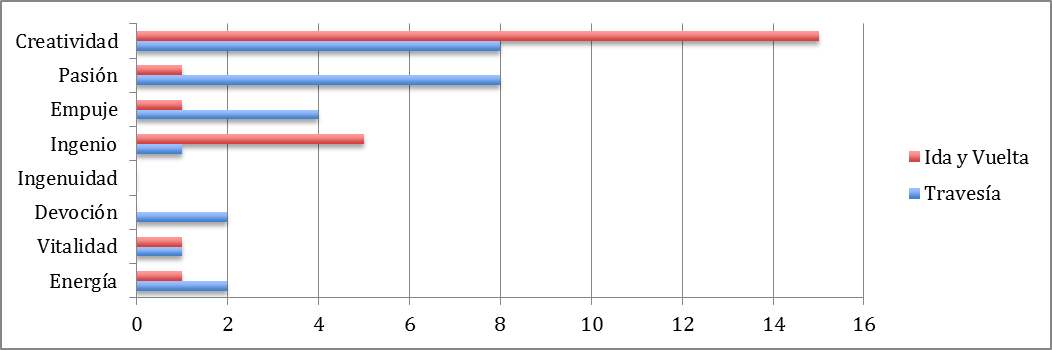


Figura 9. Evaluación de la Fuerza en las Exhibiciones

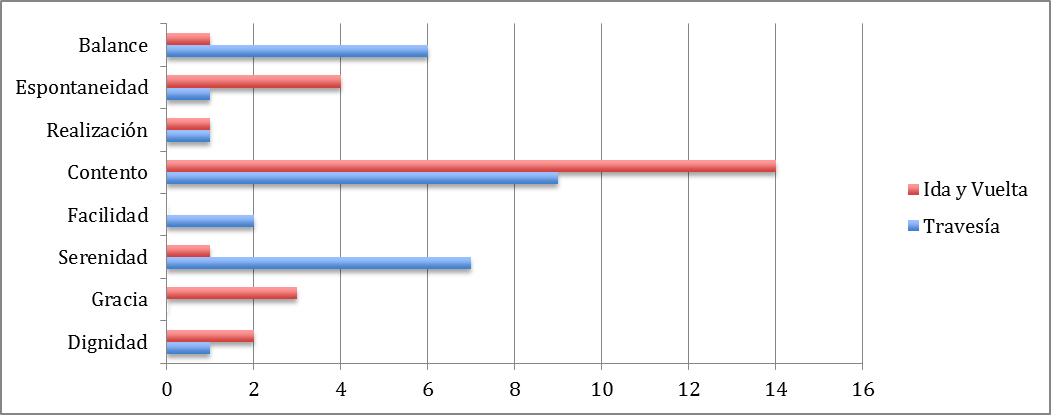


Figura 10. Evaluación del Equilibrio en las Exhibiciones.

Para realizar una evaluación más profunda se propone el uso del Índice de Experiencia Lúdica (IEL), el cual determina la calidad de la experiencia del visitante en la exhibición, contando con tres grados: Bajo, Medio y Alto. La tabla 5 muestra la evaluación general de las dos exhibiciones, y posteriormente se presentan la evaluación dependiendo la personalidad motivacional del visitante.

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| IEL en Ida y Vuelta | | |  | IEL en Travesía | | |
|  |
| IEL | Frecuencia | Porcentaje |  | IEL | Frecuencia | Porcentaje |
| Bajo | 7 | 23.33 |  | Bajo | 6 | 20.00 |
| Medio | 15 | 50.00 |  | Medio | 19 | 63.33 |
| Alto | 8 | 26.67 |  | Alto | 5 | 16.67 |
| Total | 30 | 100.00 |  | Total | 30 | 100.00 |

Tabla 5. Índice de Experiencia Lúdica (IEL) en las exhibiciones

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| IEL de los Exploradores en Ida y Vuelta | | |  | IEL de los Exploradores en Travesía | | |
|  |
| IEL | Frecuencia | Porcentaje |  | IEL | Frecuencia | Porcentaje |
| Bajo | 5 | 31.25 |  | Bajo | 3 | 14.29 |
| Medio | 8 | 50.00 |  | Medio | 13 | 61.90 |
| Alto | 3 | 18.75 |  | Alto | 5 | 23.81 |
| Total | 16 | 100.00 |  | Total | 21 | 100.00 |

Tabla . Índice de Experiencia Lúdica (IEL) de los Exploradores en las exhibiciones

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| IEL de los Facilitadores en Ida y Vuelta | | |  | IEL de los Facilitadores en Travesía | | |
|  |
| IEL | Frecuencia | Porcentaje |  | IEL | Frecuencia | Porcentaje |
| Bajo | 2 | 66.67 |  | Bajo | 3 | 33.33 |
| Medio | 1 | 33.33 |  | Medio | 5 | 55.56 |
| Alto | 0 | 0.00 |  | Alto | 1 | 11.11 |
| Total | 3 | 100.00 |  | Total | 9 | 100.00 |

Tabla 7. Índice de Experiencia Lúdica (IEL) de los Facilitadores en las exhibiciones

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| IEL de los Buscadores de Experiencias en Ida y Vuelta | | |
|
| IEL | Frecuencia | Porcentaje |
| Bajo | 1 | 33.33 |
| Medio | 1 | 33.33 |
| Alto | 1 | 33.33 |
| Total | 3 | 100.00 |

Tabla . Índice de Experiencia Lúdica (IEL) de los Buscadores de Experiencias en las exhibiciones

(Nota: No se registraron datos en Travesía)

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| IEL de los Profesionales/Hobby en ida y vuelta | | |  | IEL de los Profesionales/Hobby en Travesía | | |
|  |
| IEL | Frecuencia | Porcentaje |  | IEL | Frecuencia | Porcentaje |
| Bajo | 5 | 31.25 |  | Bajo | 2 | 25 |
| Medio | 5 | 31.25 |  | Medio | 5 | 62.5 |
| Alto | 6 | 37.5 |  | Alto | 1 | 12.5 |
| Total | 16 | 100 |  | Total | 8 | 100 |

Tabla 9. Índice de Experiencia Lúdica (IEL) de los Profesionales/Hobby en las exhibiciones

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| IEL de los Recargadores en Ida y Vuelta | | |  | IEL de los Recargadores en Travesía | | |
|  |
| IEL | Frecuencia | Porcentaje |  | IEL | Frecuencia | Porcentaje |
| Bajo | 1 | 12.50 |  | Bajo | 1 | 33.33 |
| Medio | 4 | 50.00 |  | Medio | 1 | 33.33 |
| Alto | 3 | 37.50 |  | Alto | 1 | 33.33 |
| Total | 8 | 100.00 |  | Total | 3 | 100.00 |

Tabla 10. Índice de Experiencia Lúdica (IEL) de los Recargadores en las exhibiciones

***Análisis de resultados de la encuesta***

Las tablas y gráficas presentan una serie de datos que en una primera lectura dan algunas ideas interesantes sobre las características de sus visitantes y de su experiencia en cada una de las exhibiciones. En los siguientes párrafos se hace una interpretación más profunda, misma que sienta las bases para la comparación y discusión de las cualidades lúdicas de cada una de ellas.

Los datos iniciales ofrecen información demográfica de los encuestados y permite corroborar algunos de los resultados sobre las personalidades motivacionales.

El primer aspecto a destacar consiste en que el grupo predominante de visitantes de ambas exhibiciones consiste en estudiantes, cuestión congruente con el hecho de que ambos se encuentran en el interior del campus universitario, aunque cabría preguntarse si estos resultados serían similares a dos exhibiciones con las mismas características, pero en ubicaciones distintas. El siguiente grupo predominante consiste en profesionistas, lo cual sugiere que en ambos casos los visitantes suelen ser personas con un nivel de educación superior.

La tabla 4 nos indica que en la exhibición de Ida y Vuelta los visitantes iban acompañados en su mayoría por amigos y parejas, mientras que en Travesía, los acompañantes predominantes eran los hijos y las parejas, esto es un indicativo de que los museos son lugares que estimulan relaciones personales.

Una de las preguntas iniciales tenía la intención de conocer el tipo de museo preferido por los encuestados, de tal forma se supo que la mayoría de los visitantes afirmó que su tipo de museo preferido correspondía al espacio de exhibición en el que se encontraban.

Estos datos son útiles para entender las personalidades motivacionales reportadas en la figura 3 y 4, y así percatarse de algunas relaciones. En primer lugar hay que resaltar que en general el espacio museal es un lugar que incita a experiencias agradables, esto se puede observar en que la personalidad motivacional predominante para ambos casos es la de Explorador, esto significa que la curiosidad es un aspecto inherente a la condición humana. A continuación se puede comprobar lo esperado, ya que se observa que para el museo de ciencias los Facilitadores representaron el segundo grupo de personalidad reportado, mientras que para el museo de arte el segundo grupo en importancia es el Profesional-Pasatiempos. Este resultado es congruente con los acompañantes, ya que mientras en Travesía abundaron los hijos y las parejas, en Ida y Vuelta prevalecieron los amigos y también las parejas.

Posteriormente se evalúo la experiencia lúdica a partir de los elementos del juego propuestos por Eberle. Se puede apreciar que en su mayoría, los visitantes iniciaron sus recorridos con Interés y Curiosidad, emociones que reflejan una apertura al contenido de la exhibición, sin embargo en ambas exhibiciones se detectó la carencia de emociones de mayor intensidad como, el deseo, la euforia y la admiración.

Considerando que los Elementos del Juego conllevan a una escala de emociones ascendentes, la exhibición de arte obtuvo los puntajes más altos con respecto a la sorpresa provocada por el contenido de la exhibición, no obstante el descubrimiento fue percibido de manera equitativa en ambas exhibiciones.

De igual forma acontece con el concepto de Placer, es decir, nuevamente la exhibición de arte obtuvo el grado emocional de mayor intensidad correspondiente al deleite y la diversión, de hecho la felicidad sólo se reportó para la exhibición de Ida y Vuelta. La intensidad emocional del placer más baja corresponde a la satisfacción, misma que se encontró en mayor medida en la exhibición de ciencias.

En la figura 8 correspondiente al Entendimiento se puede observar que la característica más alta corresponde a la sensibilidad, la cual fue percibida con más intensidad y frecuencia en la exhibición de Travesía. Cabe mencionar que el tema expuesto gira en torno a las ballenas. Este resultado puede estar influido por experiencias previas sobre el cuidado de la flora y fauna, mientras que la segunda trata de un tema menos común al espectador.

La segunda característica que se presentó con un valor importante correspondiente a la sección de Entendimiento, fue el concepto de Conocimiento el cual se presentó con mayor frecuencia e intensidad en la exhibición de Ida y Vuelta. Esto sugiere que la información de ésta exhibición fue procesada con mayor facilidad.

En la figura 9 correspondiente a la sección de Fuerza, el concepto que se presenta con el valor más alto y en la cima de la sección es el de la creatividad, el cual se presentó con mayor frecuencia en la exhibición de arte y diseño. Esto sugiere que el tema o la manera en la que se presentó estimularon sensaciones de creatividad en el espectador. Es importante señalar que el arte y el diseño están popularmente entendidos como disciplinas creativas, esto es un indicador de que la manera en la que percibimos el mundo está configurada por conceptos previamente construidos.

Es interesante observar que los conceptos subsiguientes se presentaron con mayor frecuencia en la exhibición científica con excepción del concepto ingenio. Como en las figuras anteriores los conceptos más bajos de la escala son más frecuentes en la exhibición de Travesía.

Por último, en la sección correspondiente al Equilibrio (figura 10) la característica que se presenta con el valor más alto es la de contento, la cual se presentó con mayor frecuencia en la exhibición de Ida y Vuelta. Esto demuestra que los visitantes de ésta exhibición se percibieron más plenos que los visitantes de Travesía. Con excepción de las figuras anteriores la exhibición De Ida y Vuelta obtuvo la característica más baja.

Los exploradores se presentaron en la misma cantidad en ambas exhibiciones (tabla 5). El Índice de Experiencia Lúdica se ubicó en el grado medio en las dos muestras, no obstante el IEL obtuvo un porcentaje más alto en la exhibición de Travesía. Se puede inferir a partir de este resultado que los temas que son abordados para estimular la curiosidad (cualidad que caracteriza a los Exploradores) son más recurrentes en las exhibiciones relacionadas a tópicos científicos, aunque cabe destacar que la diferencia entre ambas muestras no es significativa.

La tabla 6 muestra el IEL correspondiente a los Facilitadores. La diferencia de asistencia de ésta identidad motivacional entre la exhibición de arte y diseño y la muestra en el museo de ciencias, con 3 y 9 personas respectivamente. De éste hecho se deduce que los museos de arte no son típicamente conocidos como museos familiares, de hecho 2 de 3 facilitadores reportaron un IEL bajo en la exhibición de Ida y Vuelta a diferencia de los facilitadores en Travesía donde el IEL se ubicó en el grado medio.

La tabla 7 corresponde a la identidad motivacional de Buscadores de Experiencias. La exhibición de Travesía no registró ninguno de estos visitantes. El IEL de la exhibición de Ida y Vuelta se ubicó de igual manera en los tres grados con sólo tres visitantes de este tipo. Estos resultados pueden estar determinados por la percepción del resto de los visitantes al no considerar estos museos como lugares icónicos, es decir que la aceptación de estos espacios de exhibición está determinada por sus contenidos y muestras.

La tabla 8 hace referencia a la identidad motivacional de los Profesionales/Pasatiempos. Resalta la diferencia de asistencia entre Travesía y De Ida y Vuelta, que corresponde a 8 y 16 visitantes respectivamente. Este hecho podría tener su origen –como ya se había sugerido anteriormente– en la idea de que el arte es una cuestión de especialistas y conocedores del tema. Sin embargo el número de Profesionales/Pasatiempos en la exhibición de ciencias superó a otras identidades motivacionales que se creyeron iban a ser más recurrentes. El IEL de la exhibición de arte y diseño se ubicó en el grado más alto, mientras que el IEL de la exhibición de ciencias en el grado medio.

La tabla 9 corresponde a la identidad motivacional de los Recargadores. La exhibición De Ida y Vuelta obtuvo un conteo de 9 visitantes, mientras que Travesía sólo 3. Este resultado tiene un significado paralelo con respecto a los resultados de los Facilitadores, es decir la exhibición de ciencias obtuvo un porcentaje mayor de estos visitantes (Facilitadores), se puede suponer a partir de este número que los museos de temas científicos no son propiamente lugares de relajación, no al menos en un sentido común de introspección y meditación, mientras que los museos de arte se suponen exhibiciones tranquilas y que se aprecian en silencio. Cabe aclarar que muchas de estas aseveraciones corresponden a comentarios y pláticas que se sostuvieron con algunos de los participantes.

El IEL en referencia a los Recargadores correspondió a un grado medio para la exhibición de Ida y Vuelta y grados por igual en la exhibición de Travesía.

Finalmente la tabla 10 corresponde a un promedio general de Índice de Experiencia Lúdica para ambas exhibiciones. En los dos casos el IEL se ubicó en el grado medio. Este resultado es interesante a partir de, que si bien en casi ninguno de los casos hubo grado bajo, tampoco lo hubo en grado alto. Como diseñadores esto nos hizo reflexionar sobre cómo la disciplina tiene un papel importante para configurar exhibiciones que estimulan emociones de gran intensidad, aunque se reconoce que esta tarea debe ser multidisciplinaria.

**Conclusiones**

Sin duda alguna las exhibiciones museográficas están pensadas para generar algún tipo de cambio en la perspectiva de los visitantes. Sin embargo uno de los errores más comunes –desde la perspectiva de este estudio– es la idea de que hay exhibiciones más divertidas que otras, un sinónimo comúnmente referido para hablar del grado lúdico.

Bajo los métodos y planteamientos de este estudio pudimos entender que independientemente de las temáticas expuesta o de las características de las exhibiciones, el grado lúdico pudo percibirse, incluso en mayor medida, en aquella exhibición que está pensada como mera contemplación, es decir en la exhibición de arte y diseño. Cabe recalcar que las personalidades motivacionales y el contexto sociocultural influyen de manera concreta en cómo la gente percibe una experiencia lúdica y satisfactoria.

A lo largo del análisis de los resultados nos fuimos encontrando con preguntas que no pueden ser respondidas en es este artículo debido a que cada una de ellas requiere de un estudio profundo, así como del diseño de una herramienta para identificar concretamente la causas. Sin embargo, este artículo es un buen elemento para abrir la discusión. A continuación se hace una breve lista de esas cuestiones.

La primera cuestión que se debe resaltar en ésta lista es el hecho de que se observó que en casi ningún caso se presentaron características de alto grado de la Escala del Juego, sin embargo la exhibición de *Ida y Vuelta Lance Wyman: Iconos Urbanos* obtuvo algunas de las más altas. Estos resultados pueden ser una sorpresa si se parte del hecho de que los museos son conocidos por incitar a la curiosidad, exhibir tópicos que no pertenecen a la cotidianeidad o de presentar temas o colecciones que resultan disruptivos, asombrosos, icónicos, únicos, fascinantes, entre otros adjetivos que son sinónimo de peculiaridad. No obstante, los museos han sido vistos como lugares solemnes, templos de saber y en ocasiones como sedes de objetos, temas o colecciones ajenos a nuestra capacidad interpretativa, es interesante observar cómo estas situaciones se contraponen entre sí. Bajo esta visión se considera que el diseño y sus diferentes ramas tiene un papel fundamental en la creación de vínculos y puentes entre el museo y su visitante.

Con respecto a las identidades motivacionales y el Índice de Experiencia Lúdica resulta interesante observar las claras diferencias. Los Exploradores se presentaron casi de igual forma en ambas exhibiciones, sin embargo cuando comparamos la presencia de los Facilitadores y los Profesionales/Pasatiempos realza el hecho de que los primeros fueron mucho más activos en la exhibición de ciencias mientras que los segundos en la exhibición de arte, esto nos abre a la cuestión del porqué los museos con temas de arte y diseño no se pueden consagrar también como espacios que sean disfrutados por familias, ¿es que acaso la museología opta por alguna preferencia de público? Esto no pretende ser una afirmación, sino más bien un asunto que debe ser reflexionado por los proyectistas de exhibiciones.

Finalmente cabe destacar que lo lúdico debe ser un concepto que debe ser analizado desde diversas perspectivas a fin de encontrar herramientas que puedan funcionar como conectores entre las personas y el entorno museístico. Queda claro que sin importar la percepción que se tenga de un tema y de las construcciones sociales y culturales entorno a estos, los diseñadores debemos ampliar nuestra visión para evitar que los significados preestablecidos determinen la labor innovadora de la disciplina.

Este pequeño estudio no sólo nos arroja datos interesantes, sino también muchas dudas, o mejor dicho muchas otras cuestiones que merecen ser profundizadas. Sin duda alguna la teoría y práctica del diseño contemporáneo tiene muchas tareas a considerar a fin de generar experiencias memorables y significativas.

***Bibliografía***

Eberle, S. (2014). The Elements of Play. Towards a Philosophy and a Definition of Play. American Journal of Play, 6 (2), 214-233.

Huizinga, J. (1938). Homo Ludens. (E. Imaz, Trans.) Madrid: Alianza Editorial.

Falk, J. (2009). Identity and the Museum Visitor Experience. Walnut Creek: Left Coast Press