

---

## Trabajo Final de Máster

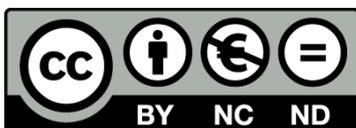
*Plan de recorrido del visitante y accesibilidad: Museu del Disseny de Barcelona*

*Ariadna Paniagua Díaz*

*Sebastián Paéz Guillén*

*Paulina Castanón Mancilla*

---

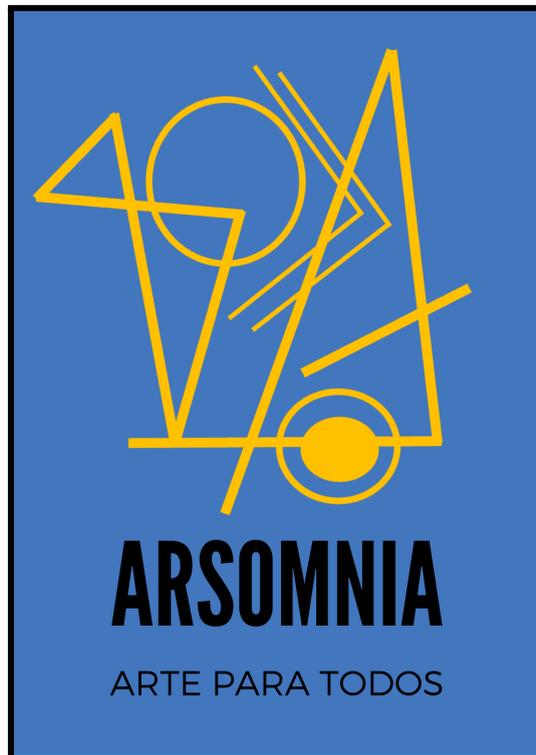


Aquest TFM està subject a la licència [Reconeixement-NoComercial-SenseObraDerivada 4.0 Internacional \(CC BY-NC-ND 4.0\)](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/)

Este TFM está sujeto a la licencia [Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada 4.0 Internacional \(CC BY-NC-ND 4.0\)](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/)

This TFM is licensed under the [Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International \(CC BY-NC-ND 4.0\)](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/)

27 de junio 2023



**Plan de recorrido del visitante y accesibilidad**  
**Museu del Disseny de Barcelona**

**2023-2024**

**UIC**  
barcelona

*Ariadna Paniagua Díaz*  
*Sebastián Páez Guillén*  
*Paulina Castañón Mancilla*

## Índice

<b>Primera parte. El museo y la accesibilidad. El Museu del Disseny y sus características</b>	
1.1. Misión y visión.....	5
1.2. Histórico del museo.....	6
1.3. Sede: “Un edificio para un museo”.....	6
1.4. Colección y actividades: “Una nueva museografía flexible y plural”.....	7
1.5. Accesibilidad y experiencia del visitante en el museo.....	8
<b>2. Concepto de accesibilidad.....</b>	<b>9</b>
<b>3. Contexto actual.....</b>	<b>10</b>
3.1. La accesibilidad en los museos del territorio.....	10
3.2. Discapacidades y características.....	12
3.3. La fundación ONCE.....	13
3.4. Experiencia del visitante.....	14
<b>4. Medidas.....</b>	<b>15</b>
4.1. Criterios DALCO.....	15
4.2. Puesta en práctica de la accesibilidad en museos.....	16
4.3. Herramientas para personas con discapacidad.....	17
<b>5. Referencias.....</b>	<b>18</b>
5.1. Participación e inclusión.....	19
<b>Segunda parte. Análisis de visitantes y territorio.....</b>	<b>20</b>
<b>1. Perfil del visitante.....</b>	<b>20</b>
<b>2. Servicios de comunicación y difusión en el museo: interactivos o no.....</b>	<b>21</b>
<b>3. Territorio y participación en el barrio.....</b>	<b>22</b>
3.1. Participación cultural de los barrios.....	22
3.2. Territorio.....	23
<b>Tercera parte. Conclusiones de la fase de análisis y diagnóstico. ¿Por qué implementar mejoras en el Museu del Disseny?.....</b>	<b>24</b>
<b>1.1. “Acciones para la accesibilidad”. Puntos fuertes y débiles.....</b>	<b>24</b>
1.2. Evaluaciones DALCO y MUSA.....	26
<b>2. Comentario sobre los diseños expositivos.....</b>	<b>27</b>
2.1. Aspectos generales.....	27
2.2. El ámbito expositivo.....	28
2.3. Los objetos expuestos.....	28
2.4. Objetos accesibles al tacto.....	31
2.5. Audiovisuales e interactivos.....	33
<b>3. Comentario sobre la señalética.....</b>	<b>33</b>
3.1. Aspectos generales.....	33
3.2. Incoherencias en el recorrido.....	34
3.3. Incoherencias en la señalización.....	35
3.4. Señalética y accesibilidad.....	36
3.5. Puntos a favor.....	36
4. Diseños de paneles y recursos impresos.....	37
<b>Cuarta parte. Objetivos y estrategias.....</b>	<b>39</b>

<b>1. Objetivos del plan.....</b>	<b>39</b>
Objetivos generales.....	39
<b>2. Líneas estratégicas del proyecto.....</b>	<b>39</b>
OBJETIVO GENERAL 1.....	40
OBJETIVO GENERAL 2.....	40
<b>Quinta parte. Plan de acción.....</b>	<b>41</b>
<b>Proyecto 1. Atención al visitante. Una mirada social.....</b>	<b>41</b>
Creación de habitaciones inmersivas.....	41
Actividades comunitarias.....	44
<b>Proyecto 2. Interacción digital. Participación.....</b>	<b>45</b>
Fuera del museo:.....	46
Dentro del museo:.....	47
<b>Proyecto 3. Un diseño inclusivo y universal. Accesibilidad.....</b>	<b>48</b>
<b>Sexta parte. Producción del proyecto.....</b>	<b>49</b>
<b>1. Proyectos. Resumen de cada apartado.....</b>	<b>49</b>
Proyecto 1.....	49
Proyecto 2.....	49
Proyecto 3.....	49
<b>2. Requisitos administrativos y técnicos.....</b>	<b>50</b>
2.1. Logística y recursos técnicos.....	50
Proyecto 1.....	50
Proyecto 2.....	52
Proyecto 3.....	54
2.2. Estructura organizativa y recursos humanos.....	58
Proyecto 1.....	59
Proyecto 2.....	59
Proyecto 3.....	59
<b>3. Aspectos jurídicos.....</b>	<b>61</b>
<b>3. Comunicación.....</b>	<b>62</b>
<b>4. Presupuesto.....</b>	<b>63</b>
4.1. Conceptos generales.....	63
4. 2. Financiamiento.....	65
4.3. Patrocinio.....	65
4.4. Partnerships.....	66
4.5. Recursos públicos.....	67
4.6. Subvenciones.....	67
<b>5. Cronograma.....</b>	<b>68</b>
<b>6. Evaluación.....</b>	<b>69</b>
<b>Conclusión.....</b>	<b>71</b>
<b>Anexos.....</b>	<b>72</b>
<b>Bibliografía.....</b>	<b>79</b>

## Propósito del proyecto

Arsomnia es una empresa que ofrece servicio de consultoría para mejorar la experiencia del visitante a los museos. Centrará su primer proyecto en el Museu del Disseny de Barcelona. Considerando al Museu del Disseny como un eje central en la ciudad, nuestro proyecto mejorará la experiencia del visitante en este centro. La elección de esta institución para la implementación de este plan se debe primordialmente a la predisposición del museo por mejorar su política de accesibilidad. Habiendo analizado el espacio y estrategias del museo en este aspecto, consideramos que la institución podría sacar el máximo provecho de estas medidas gracias a los servicios de nuestra consultoría.

Arsomnia es una palabra derivada del latín *ars*, arte, y *omnis*, todos, es decir, “Arte para todos”. El proyecto promueve la interactividad y la accesibilidad. Nos enfocaremos primeramente en la accesibilidad de forma que podamos mejorar el recorrido no solo para las personas con discapacidad, sino para todo el mundo que quiera contar con una buena experiencia en el museo. El objetivo es reunir y mejorar los recursos necesarios para crear un ambiente de confort e innovador a través de una experiencia multisensorial.

## **Primera parte. El museo y la accesibilidad. El Museu del Disseny y sus características**

### **1. Concepto**

Para comprobar si el Museu del Disseny tiene la accesibilidad en el centro de su misión y de sus programas, es pertinente analizar esta institución teniendo en cuenta una serie de aspectos generales y más específicos que nos llevarán a reconocer qué se está haciendo bien en el museo en concepto de accesibilidad y cuáles son los puntos en los que se podría mejorar y donde entraría nuestro servicio de consultoría.

#### **1.1. Misión y visión**

Aunque el Museu no especifica una misión o visión explícita en su página web, se plantean diferentes puntos de vista sobre el carácter de su institución. Hemos tomado como referencia las palabras mencionadas por el director del museo, José Luis de Vicente, y los contenidos presentes en la página web para definir los ideales de la institución.

El director define un proyecto con un marco estratégico en el que "apuesta por nuevos formatos y plataformas que aportan un plus de innovación y experimentación y que se posiciona muy bien en el contexto actual e internacional, teniendo en cuenta colectivos diversos, así como entidades vecinales". De esta forma, el equipamiento "tiene que jugar un papel articulador con el tejido cultural y artístico de la ciudad, en el marco de la nueva centralidad cultural que representa la plaza de las Glories".

Vicente destaca que el punto de mira está en preguntarse "qué es diseño, cuáles son los límites y qué respuestas puede dar para solucionar los problemas de la sociedad". Así, quiere tener en cuenta a todas las entidades que colaboran con el museo, como el Foment de les Arts y del Disseny (FAD) y la Fundación BCD (Barcelona Centro de Diseño), y de la comunidad del diseño de la ciudad, que cuenta con 20 escuelas. De Vicente centra su proyecto "en relación con el barrio en el que está el museo, el Poblenou, con la ciudad y el resto de las instituciones culturales". (El Periódico, 2022)

Dicho esto, la misión del museo, a grandes rasgos, es la siguiente: Apostar por la innovación y la experimentación a través de nuevas actividades y formatos, para posicionar al Museo del Diseño en un contexto actual e internacional teniendo en cuenta colectivos diversos, así como entidades vecinales.

Por otra parte, podríamos considerar que la visión sería preguntarse desde el propio museo “qué es diseño, cuáles son los límites y qué respuestas puede dar para solucionar los problemas de la sociedad.” (José Luis de Vicente en El Periódico, 2022).

## **1.2. Histórico del museo**

El Museu del Disseny de Barcelona se describe como el museo de las artes del objeto y del diseño por la confluencia de diferentes colecciones en su espacio: la del Museu de les Arts Decoratives, el Museu de Ceràmica, el Museu Textil i d'Indumentaria y el Gabinet de les Arts Gràfiques. El elemento clave es el objeto y todo lo que este representa y lo que ha aportado tanto en el pasado como en el presente.

Con un fondo conservado de más de 70.000 objetos, el Museu del Disseny cuenta con un triple patrimonio:

1. Las colecciones históricas de artes decorativas (mobiliario, cerámica, vidrio, tejidos, relojes, papeles pintados, papeles de guarda, etc.).
2. Las colecciones de diseño (de producto, gráfico y de moda).
3. Las artes de autor de los siglos XX-XXI (cerámica de arte, esmalte de arte, joya de arte, etc.).

El museo se centra en la conservación de estas piezas a la vez que “se propone una reflexión crítica sobre cuál debe ser la aportación real del diseño a la sociedad del siglo XXI.” (Museu del Disseny, 2023)

## **1.3. Sede: “Un edificio para un museo”**

El museo se ubica en el edificio Disseny Hub Barcelona de la plaza de les Glòries, obra del equipo de arquitectos MBM (Martorell, Bohigas, Mackay, Capdevila y Gual).

La gestión del edificio Disseny Hub Barcelona es una colaboración público-privada compartida por el Museu del Disseny de Barcelona, FAD (Fomento de las Artes y del Diseño) y BCD (Barcelona Centre de Disseny). El edificio consta de dos partes: una subterránea y otra a nivel de calle, que consta de tres plantas, donde se sitúan las exposiciones permanentes. (Bonart Cultura, 2013).

Su ubicación crucial en un punto estratégico de la ciudad y confluyente con otros centros importantes sitúa al museo como un agente importante en su función artística y social. De esta forma, es relevante la comunicación vial y la señalización en el barrio para que todos los visitantes puedan llegar al museo de una forma adecuada y sin problemas.

#### 1.4. Colección y actividades: “Una nueva museografía flexible y plural”

El museo no sigue un orden cronológico de un solo itinerario, sino que utiliza los espacios acorde al discurso general y de forma flexible. Esto se plasma en cuatro exposiciones permanentes.<sup>1</sup>



2



3



4

<sup>1</sup> Además de las tres exposiciones que vemos mencionadas debajo, la cuarta sería la exposición dedicada al Modernismo.

<sup>2</sup> Dissenyes o treballes? La nova comunicació visual. 1980-2003

<sup>3</sup> Del món al Museu. Disseny de producte

<sup>4</sup> El cos vestit. Siluetes i moda patrimoni cultural (1550-2015)

Además, el museo cuenta con un Centro de Documentación abierto a todo el público especializado: investigadores, profesionales y estudiantes de diseño que utilizan este espacio para la investigación y documentación sobre las artes del objeto y el diseño. Consta de más de 22.000 documentos incluyendo colecciones especiales y bases de datos especializadas. Varias instituciones públicas y privadas han integrado sus bibliotecas o archivos en el centro, como son el BCD, el FAD y el área de Hábitat Urbano del Ayuntamiento de Barcelona.

Por otra parte, se ofrece también un programa regular de actividades que tienen relación con las exposiciones, visitas guiadas, servicios educativos, publicaciones, servicios en línea, ciclos de conferencias y talleres.

Fuera del museo, la institución gestiona las visitas guiadas del piso-museo de la Casa Bloc, Vivienda 1/11, símbolo de la arquitectura racionalista barcelonesa.

### **1.5. Accesibilidad y experiencia del visitante en el museo**

En 2020, a raíz de los problemas causados por la COVID-19, el Departamento de Colecciones creó dos proyectos relevantes en materia de accesibilidad y experiencia del visitante. Primero, la creación de diversas exposiciones virtuales a través de Google Arts & Culture. Segundo, una exposición online relacionada con la COVID. Este es un buen recurso para facilitar la visita sin tener que desplazarse al museo. En este año se introdujo también el carnet del donante, gracias al cual el museo recibe un apoyo por parte de los visitantes, y estos obtienen beneficios a cambio, como el libre acceso a las exposiciones y ventajas vinculadas a productos y servicios.

El museo no solo crea actividades concernientes a accesibilidad, sino que se basa en la política del museo, que incluye la accesibilidad entre sus acciones. Esta serie de acciones se han llamado “Acciones para la accesibilidad”. De esta forma, destacan ciertos programas realizados durante el 2020, estando el primero ya implantado en la colección permanente:

- Como complementos para la exposición permanente *Modernisme, cap a la cultura del disseny*, además de la audioguía de la que ya se dispone y que facilita el acceso a los contenidos por parte del visitante, se hicieron tres estaciones táctiles sobre todo enfocadas en las personas con discapacidad

visual a modo de muestra: Rajola de ceràmica de Pujol i Bausis d'Esplugues de Llobregat, Penjador Calvet d'Antoni Gaudí y Plat i tassa de Masriera i Carreras.

- Durante los meses de enero y febrero se realizaron actividades familiares de sensibilización en materia de discapacidad e inclusión.

Destacamos una actividad particularmente interesante, “El món de Victor Papanek”, una visita dinamizada y taller construidos a través de un juego de memoria táctil. El juego está pensado para que sea accesible para todas las personas y especialmente aquellas con discapacidad visual.

- Para las escuelas de diseño, se ha trabajado en el diseño del proyecto "Diseny per a la inclusió, El procés com a resultat", pensado para discutir temas de sensibilización y aprendizaje en cuestiones de accesibilidad, vulnerabilidad y visibilidad.

## **2. Concepto de accesibilidad**

Para centrarnos en una mejora de la accesibilidad en el museo, debemos definir a qué nos referimos cuando hablamos de este concepto. Zúñiga, autora del *Manual de accesibilidad para museos*, explica lo siguiente: “Definimos la accesibilidad como el grado en el que un producto, dispositivo, servicio o entorno, físico o virtual, se encuentra a disposición del mayor número de personas posible, independientemente de sus capacidades físicas, sensoriales o cognitivas.” (Zúñiga, 2019). De esta forma, implementar la accesibilidad en el museo significa no solo beneficiar a personas con discapacidad de una u otra forma, sino convertir la visita en una experiencia que sea adecuada y que cubra las necesidades de todo el mundo.

Un museo accesible es aquel que integra y fomenta la participación de todas las personas, que nos acerca a la cultura eliminando barreras para que todos podamos disfrutar de nuestra visita. Un museo accesible es de todos y para todos. (Zúñiga, 2019)

La incorporación de la accesibilidad en el museo supone la necesidad de una inversión extra en términos de recursos, pero supondrá un beneficio a largo plazo tanto social como económico. A través de las acciones de implementación de accesibilidad en el museo se mejora la imagen de este tanto ante el público general como ante los colaboradores, generando un mayor interés y por tanto un aumento en las visitas.

### **3. Contexto actual**

Una vez analizada la institución, su función y algunas de sus prácticas más representativas respecto a interacción y accesibilidad, debemos enmarcar al Museu del Disseny dentro de un contexto general que nos permita tener en cuenta las actuaciones gubernamentales básicas y leyes, además de otros ejemplos que sirvan de inspiración en el desarrollo de nuevas acciones.

#### **3.1. La accesibilidad en los museos del territorio**

Actualmente en Cataluña se está desarrollando el *Pla d'accessibilitat de museus i centres i espais d'arts visuals de Catalunya*. Dicha estrategia se empezó a llevar a cabo en 2020 y planea culminar sus objetivos estratégicos en 2024. Mencionamos algunos de los puntos más importantes.

Este modelo de accesibilidad busca abarcar áreas tanto físicas como sensoriales, intelectuales, culturales y económicas. El plan de accesibilidad en los museos de Cataluña se enmarca en la visión de varias normativas:

- El código de accesibilidad de Cataluña
- El Plan de Museos de Cataluña
- Decreto del Sistema Público de Centros y Espacios de Artes Visuales de Catalunya

En cuanto a sus objetivos estratégicos encontramos:

1. Evaluar, diagnosticar y planificar la accesibilidad universal en los museos, centros y espacios de artes visuales de Cataluña.
2. Promover la formación y la sensibilización en accesibilidad universal entre los profesionales que trabajan en los museos, centros y espacios de artes visuales.
3. Fomentar la mejora de las instalaciones, los servicios y la comunicación para lograr la accesibilidad universal en los museos, centros y espacios de arte visual.
4. Promover el trabajo en red.

5. Difundir la oferta accesible de los museos, centros y espacios de artes visuales entre los profesionales del ámbito y la ciudadanía.

Dentro de este contexto y medidas, si se tiene en cuenta la premisa de que el museo debería ser inclusivo para todos, debemos tener en cuenta tanto el espacio como los recursos que se utilizan en este mismo.<sup>5</sup>

Una vez explicadas las posibles prácticas de accesibilidad en el museo, es pertinente también realizar una evaluación de accesibilidad en estas instituciones, que conlleva un análisis situacional y de posibles acciones a llevar a cabo. Así, lo ideal es contar con la asesoría de profesionales que se centren en la experiencia del visitante, especialmente en accesibilidad y diseño universal. Aquí es donde entra en juego Arsomnia.

Para este análisis de condiciones, es necesario tener en cuenta las diferentes legislaciones y estándares nacionales en cuanto a accesibilidad. En nuestro país contamos con leyes y reglamentos que buscan el cumplimiento de derechos de las personas con discapacidad. España cuenta con legislación en materia de accesibilidad universal desde el año 2003, en virtud de la Ley 51/2003, de 2 de diciembre, de igualdad de oportunidades, no discriminación y accesibilidad universal de las personas con discapacidad (LIONDAU, en adelante), que posteriormente queda integrada junto con otras ordenaciones legales (Ley 13/1982, de 7 de abril y Ley 49/2007, de 26 de diciembre) en el Real Decreto Legislativo 1/2013, de 29 de noviembre, por el que se aprueba el Texto Refundido de la Ley General de derechos de las personas con discapacidad y de su inclusión social. Asimismo, se cuenta con la Ley 6/2022, de 31 de marzo, de modificación del Texto Refundido de la Ley General de derechos de las personas con discapacidad y de su inclusión social, aprobado por el Real Decreto Legislativo 1/2013, de 29 de noviembre, para establecer y regular la accesibilidad cognitiva y sus condiciones de exigencia y aplicación.

En materia de los mecanismos que hacen posible la accesibilidad en edificios y otras instalaciones, destacamos la Convención Internacional sobre los derechos de las personas con discapacidad. Aprobada el 13 de diciembre de 2006 por la Asamblea General de las Naciones Unidas (ONU), ratificada por España el 3 de diciembre de 2007 y que entró en vigor el 3 de mayo de 2008, establece en su artículo 9 que es «obligación de los Estados Partes adoptar las medidas pertinentes para asegurar el acceso de las personas con

---

<sup>5</sup> En Anexos detallamos una serie de prácticas esenciales según el diseño universal y ejemplos de cómo se podrían llevar a cabo. Todas las tablas de este apartado han sido obtenidas de la publicación digital: Zúñiga Robles, Liz (2019). *Manual de accesibilidad para museos*. 1a ed. Museo de Arte de Lima.

discapacidad, en igualdad de condiciones con las demás, [...] a la información y a las comunicaciones, incluidos los sistemas y las tecnologías de la información y las comunicaciones». Estas medidas se aplicarán, entre otras cosas, a «dotar a los edificios y otras instalaciones abiertas al público de señalización en formatos de fácil lectura y comprensión». Igualmente, establece la «obligación de promover otras formas adecuadas de asistencia y apoyo a las personas con discapacidad para asegurar su acceso a la información». (Agencia Estatal Boletín Oficial del Estado, 2022).

Puesto que el Museu del Disseny se enmarca dentro del contexto español, y específicamente dentro del contexto catalán, es importante tener en cuenta esta legislación y normativa y explorar, además, cómo se está implementando en la Comunidad Autónoma.

### **3.2. Discapacidades y características**

#### **Concepto**

La Convención sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad de la ONU, en su Artículo 1, define el concepto de discapacidad: “Una situación que surge cuando una persona con deficiencias (físicas, sensoriales, cognitivas) temporales o permanentes trata de realizar una actividad, o participar interactuar con el entorno, y se encuentra con limitaciones o restricciones debido a factores sociales (actitudes negativas de otras personas) y ambientales (barreras en el entorno físico y/o tecnológico), por lo cual se evita su participación plena y efectiva en la sociedad, en igualdad de condiciones con las demás”. (Naciones Unidas, 2016)<sup>6</sup>

### **3.3. La fundación ONCE**

Dentro del contexto de leyes y normativas no solo de Cataluña, sino de toda España, consideramos importante mencionar el papel de la ONCE. Teniendo en cuenta las organizaciones que respaldan y se esfuerzan por el cumplimiento de objetivos en materia de accesibilidad, tenemos que destacar la función de la ONCE, puesto que esta resulta una fuente importante de conocimiento y referencia de apoyo para nuestro proyecto y a partir de ella buscaremos más recursos a implementar en el museo.

---

<sup>6</sup> En Anexos presentamos tipos de discapacidades y principales dificultades. Esto nos permite saber a qué personas nos estamos dirigiendo y cómo podemos ayudarlas de la mejor manera posible:

La ONCE (Organización Nacional de Ciegos Españoles) es una entidad española que tiene como objetivo principal la atención, la rehabilitación y la inserción laboral de las personas con discapacidad visual. La fundación ONCE, por su parte, es la entidad encargada de gestionar los recursos de la organización y de impulsar diversas iniciativas para mejorar la calidad de vida de las personas con discapacidad visual.

En cuanto al impacto de la ONCE en la accesibilidad y la cultura, cabe destacar su papel pionero en la adaptación de libros, revistas y otros materiales a formatos accesibles para personas con discapacidad visual, como el braille o la audición de textos. La ONCE también ha impulsado iniciativas para la inclusión laboral de las personas con discapacidad visual, como el desarrollo de tecnologías de apoyo y la formación de profesionales en la materia. Además, ha promovido numerosas iniciativas para hacer más accesibles los espacios culturales y artísticos a las personas con discapacidad visual, como la audiodescripción de obras de teatro y cine o la adaptación de museos y exposiciones a formatos accesibles. Asimismo, la organización ha impulsado la creación de obras y eventos culturales que aborden la discapacidad visual y promuevan la inclusión y la diversidad.

Una de sus iniciativas ha sido el desarrollo de la tecnología TIFLOAUDIO, que permite a las personas ciegas o con discapacidad visual acceder a información visual a través de dispositivos auditivos. Esta tecnología ha sido utilizada en muchos museos españoles, como el Museo del Prado en Madrid y el Museo Nacional de Arte de Cataluña en Barcelona, para ofrecer audiodescripciones de las obras de arte y exposiciones.

Además, la ONCE ha trabajado en colaboración con los museos para ofrecer visitas guiadas específicas para personas con discapacidad visual. Estas visitas incluyen la utilización de maquetas táctiles, reproducciones en relieve y descripciones detalladas de las obras de arte, lo que permite a las personas con discapacidad visual disfrutar plenamente de las exposiciones.

En definitiva, las iniciativas de la ONCE han permitido una mayor inclusión y accesibilidad en los museos, lo que ha beneficiado a toda la sociedad. Así, consideramos que sería beneficioso establecer una colaboración con la ONCE tomando como base sus iniciativas que han ayudado a otros museos en toda España a volverse más accesibles.

### 3.4. Experiencia del visitante

Una vez llevada a cabo esta fase de análisis y cumplimiento de normas, se observará cómo se suceden estas medidas y si de verdad están favoreciendo al público. Para esto, lo ideal es hacer encuestas en distintos formatos para confirmar que el trato con el visitante está siendo adecuado. En el Museu del Disseny ya se cuenta con iniciativas de accesibilidad de la que no disponen otros museos, y algunas de las cuales hemos mencionado en el caso de la ONCE: audioguías, material didáctico en lengua de signos y con subtítulo, maquetas con relieve y braille. No obstante, estas hacen un claro hincapié en la discapacidad visual, dejando de lado otros tipos de discapacidades, y específicamente la discapacidad de movilidad, que no se encuentra especialmente atendida en el museo, siendo su recorrido caótico, con falta de señalización, de rampas y otros recursos para personas con silla de ruedas.

Un mecanismo de evaluación de la experiencia del visitante, que se puede comprobar a través de encuestas, es la cadena de accesibilidad. Esta cadena consta de tres partes acorde a las expectativas y experiencias del visitante, y es importante que el museo cumpla con cada una de las etapas para garantizar una buena experiencia y la vuelta del visitante en un futuro.

Las tres fases a cumplir para evitar perder la confianza del visitante son las representadas en la siguiente ilustración. La primera fase depende de cómo se comunica el museo de forma que resulte atractivo y que el visitante se haga una idea de lo que va a acontecer en este mismo y de si es accesible o no, mientras que la segunda y la tercera se centran en el propio recorrido. En estas fases es donde toma especial importancia la accesibilidad, ya que si esta no ha sido satisfactoria, el visitante podrá sentirse discriminado y no volverá.



## 4. Medidas

### 4.1. Criterios DALCO

Antes de implementar nuevas medidas de accesibilidad en el museo, además de analizar el entorno, estudiaremos primero a los usuarios. Para esto se pueden seguir criterios establecidos que faciliten esta tarea. Estos son los criterios DALCO (Deambulaci3n, Aprehensi3n, Localizaci3n y Comunicaci3n), de la normativa espa1ola UNE 170001-1 para el dise1o de espacios, equipamientos, productos y servicios. Estos criterios no son m1s que las acciones que realizan las personas en el entorno, independientemente de si cuentan con una discapacidad o no:

- **Deambulaci3n:** es la acci3n de desplazarse o moverse sobre una superficie para llegar de un lugar a otro. Se refiere a zonas de circulaci3n horizontales y verticales, espacios de aproximaci3n, 1reas de descanso, desniveles y pavimentos o suelos. El desplazamiento ha de tener en cuenta los productos de apoyo (bastones, andaderas, sillas de rueda, muletas, coche de beb3, etc.), asistentes personales o animales de servicio.
- **Aprehensi3n:** es la acci3n de coger, asir, alcanzar, aprehender, sujetar, girar, manipular, pulsar y operar. Tambi3n hace referencia al alcance y al transporte de lo manipulado. Toma en cuenta la localizaci3n, espacios de aproximaci3n y uso, ubicaci3n, dise1o, elementos del transporte y los servicios auxiliares.
- **Localizaci3n:** es la acci3n de identificar d3nde est1 alguien o algo. Se centra en los elementos o signos informativos. Atiende a la se1alizaci3n, iluminaci3n y otros medios de localizaci3n y servicios auxiliares.
- **Comunicaci3n:** es el intercambio de informaci3n necesario para llevar a cabo cualquier tarea. Se refiere a que la informaci3n ha de ser precisa para que los entornos sean comprendidos y utilizados por todas las personas bajo los criterios de seguridad, comodidad, m1xima autonom1a y naturalidad. Para atender a toda la diversidad humana, la comunicaci3n debe asegurar que tanto el canal como el contenido sean accesibles. (Z1niga, 2019)<sup>7</sup>

---

<sup>7</sup> Ver m1s en Anexos.

## 4.2. Puesta en práctica de la accesibilidad en museos

Ejemplos destacados de recursos que pueden mejorar la experiencia global en el museo son los siguientes. Algunos de ellos ya han sido implementados por el Museu del Disseny, y es por ello que sería pertinente explotar al máximo su capacidad. Para hablar sobre los diferentes mecanismos de accesibilidad existentes y que servirían en nuestra propuesta, nos referenciamos de nuevo en el manual de accesibilidad de Liz Zúñiga Robles. Zúñiga apunta a 4 polos para garantizar un adecuado sistema de accesibilidad en los museos, estos son:

- **Espacio físico:** acceso y uso de los espacios, equipamientos, servicios e infraestructura, así como sistemas de emergencia y evacuación.
- **Contenidos e información:** muestras, piezas, textos, exhibiciones, publicaciones, productos y servicios.
- **Comunicación:** interna y externa, señalética y localización.
- **Atención adecuada:** interacción entre personas, pautas y herramientas a las necesidades diversas de los visitantes.

## 4.3. Herramientas para personas con discapacidad

Un diseño claro e innovador es clave para una buena experiencia en el museo. Si bien es verdad que el Museu del Disseny cuenta ya con sus propios mecanismos en este ámbito, hay aspectos a mejorar. Dentro de su guía, Liz Zúñiga también establece algunas ideas para mejorar la experiencia con las personas con discapacidad. Mencionamos algunas de las más importantes, teniendo en cuenta que hay que tener en consideración también aspectos de diseño gráfico y de web, códigos qr, textos adaptados, y de atención del personal que mejoren estas herramientas.

### Visuales

- **Audiodescripción:** para que las personas con discapacidad visual no queden excluidas del repertorio visual o audiovisual.
- **Ayudas ópticas:** lentes monoculares, lupas de mango, lupas con luz o lentes de aumento.

- **Formatos accesibles:** dirigido a personas con discapacidad visual, con letra grande o braille. En dichos formatos se deben considerar aspectos como:
  - colores y contrastes
  - tipos de letra
  - tamaño de letra
  - proximidad al objeto
  - redacción
  - iluminación
- **Piso podotáctil:** baldosas con relieve útiles para guiar o advertir a las personas del recorrido.

El Museu del Disseny cuenta, por ejemplo, con pantallas audiovisuales que podrían ser adaptadas a todos los públicos y ofrecer una experiencia interactiva que ahora mismo no se está aprovechando.

### Auditivas

- **Bucle magnético:** herramientas para ampliar el audio y aislar el sonido del ambiente. Es sumamente útil para personas con prótesis auditivas.
- **Lengua de señas:** se utiliza en videos grabados pero también se puede capacitar o contratar a guías con esta aptitud.
- **Transcripción de textos a audio:** conversión de la audioguía a texto. Se puede visibilizar en el teléfono móvil de los usuarios o en dispositivos propios del museo.
- **Subtitulación:** herramienta útil para personas con discapacidad visual pero también para personas que no hablan el lenguaje de la pieza audiovisual.

### Movilidad

- **Rampas y ascensores:** deben ir de acuerdo al recorrido del museo.
- **Pasamanos de escaleras:** se recomienda tener más de una altura.
- **Formato de pasillos:** se deben tener en cuenta aspectos como:
  - ancho mínimo de los pasillos
  - recorrido del museo, en lo posible siempre debe ser horizontal
  - pavimento no deslizante
  - en lo posible evitar alfombra u objetos que se puedan enredar con otros objetos o sillas de ruedas

- **Parking:** espacioso para desmontar silla de ruedas.

### Cognitivas

- **Talleres de capacitación:** para los guías y personas de atención del museo.
- **Formato de comunicación:** adecuación de mensajes para personas con discapacidad cognitiva. Debe poder ser transmitida tanto de manera visual como auditiva.

## **5. Referencias**

Para realizar un correcto plan de accesibilidad es necesario entender la oferta de nuestra institución. El Museo del Disseny se centra casi exclusivamente en una experiencia perceptible únicamente visual. Parece prudente pensar que para que este museo sea atractivo para los usuarios con discapacidad visual, es necesario una propuesta que esté enfocada en ellos. Además del ejemplo descrito de la ONCE, y en materia exclusiva de museos, por ejemplo en Madrid existe el Museo Tifológico, un espacio enfocado para el disfrute táctil. De esta forma, las piezas expuestas están hechas específicamente para la apreciación táctil.

Pero no solamente los museos diseñados para gente exclusivamente ciega han implementado estas estrategias: en Nueva York, el MET ha optado por realizar ciertas actividades similares. El MET permite un recorrido guiado por un educador en el que los visitantes pueden tocar las obras de su museo, incluyendo las esculturas romanas o egipcias. Adicionalmente, el museo tiene una colección dedicada principalmente al disfrute táctil. Finalmente, el MET cuenta con un recorrido de imágenes verbales, donde un orador describe a gran detalle las distintas obras expuestas.

### **5.1. Participación e inclusión**

Nuestro objetivo no es solo buscar la accesibilidad en el museo, sino conseguir la inclusión y participación activa de las personas. El diseño tiene que acercarse a todos los grupos sociales y expresar un sentimiento común entre comunidades.

A tomar en cuenta como inspiración y gran referencia tanto en accesibilidad y participación como en discurso tenemos el Museum of the Home de Londres. El museo tiene un discurso temático en varias líneas. Primero, sobre cómo las personas percibimos el hogar: “We consider the business of maintaining our homes and gardens, and how this has changed over time. We trace change, continuity and resistance to new technologies and practices”, y sobre cómo las personas nos relajamos y pasamos tiempo en la casa. Esto último muestra, sobre todo, la importancia de la idea de confort y el sentimiento de pertenencia y como estos se pueden ver afectados: “We explore leisure from music-making and broadcast entertainment, dining and socialising to children’s play. And we consider devotional practice within the home”. (Museum of the Home, 2023). El confort y las emociones en el hogar están intrínsecamente relacionados con el diseño y cómo este se conforma como un elemento funcional en nuestras vidas.

El Museum of the Home cuenta también con diversos proyectos comunitarios centrados tanto en la participación y la inclusión como en la accesibilidad:

Se ha realizado un proyecto llamado *Shelf Life* que consiste en una película producida por el foro en colaboración con la cineasta Mina Salimi. La película retrata a seis personas y los objetos más importantes que tienen en sus hogares. Además, el Museum of the Home ha trabajado con los artistas Yara + Davina y los residentes de Arden Estate para crear una mezcla de té personalizada que refleje y celebre la zona local y su comunidad (*What’s Your Cup of Tea?*). El Museo del Hogar llevó un Carro de Té a Arden Estate y otros lugares cercanos de forma semanal, interactuando con los residentes y recopilando opiniones sobre los sabores.

En temática de accesibilidad, del 28 de marzo al 25 de junio de 2023 se realizó la exposición *The Front Door*. Esta es una exposición de fotografía en línea con el proyecto *Disability and the Home* que explora la idea de casa en relación con las experiencias de las personas con discapacidad.

A modo de conclusión en esta fase de análisis y teniendo en cuenta las referencias en otros museos, establecemos que toda actuación de accesibilidad supone un valor añadido no solo para personas con discapacidad, sino para todo el público, que puede aprovechar las posibilidades de comodidad y seguridad implementadas.

## Segunda parte. Análisis de visitantes y territorio

### 1. Perfil del visitante

Según las estadísticas del 2019 realizadas por el Museo, se hacen dos distinciones generales: por edad y por origen. Además, se explora el tipo de público mayoritario que asiste a las actividades, que es el público joven y el público adulto (30 a 39 años). Esto difiere en parte con las estadísticas del 2020, donde se establece que el visitante principal ronda las edades de 20-29 años, seguido por los visitantes de 40-49 años, y con muy poca diferencia los visitantes de 30-39 años. En cuanto a la procedencia de los visitantes, la mayoría proceden o viven en la ciudad de Barcelona, seguido por el público tanto del resto de Cataluña como del resto de Europa. El porcentaje más bajo es el del resto de España.

Estas estadísticas hacen también una división de los tipos de público según las actividades a las que asistan. El público escolar constituye el gran porcentaje, de un 47%, en 2020, mientras que en 2019 tiene más peso el público especializado. Siguen el público general y el público familiar.

A lo largo de los años ha habido un crecimiento exponencial en los visitantes de las exposiciones, sobre todo las permanentes, pero especialmente de los visitantes que asisten a actividades. La exposición temporal Victor Papanek alcanzó un total de 21.892 visitantes, siendo la segunda más visitada y proporcionando visibilidad a la actividad asociada de juego de memoria.

Es importante tener en mente en nuestro análisis estos tipos de públicos mayoritarios y los puntos fuertes y débiles en la realización de actividades y exposiciones.<sup>8</sup>

### 2. Servicios de comunicación y difusión en el museo: interactivos o no

El museo cuenta con una estrategia de comunicación tanto online como offline para mejorar su notoriedad de marca y alcanzar a un mayor público para sus exposiciones y actividades. En materia de participación y accesibilidad, tenemos en cuenta las redes sociales,

---

<sup>8</sup> Indicadores de visitas totales al museo y visitantes por actividad. Museu del Disseny de Barcelona. (2019). Memoria 2019. *Ajuntament Barcelona*. [memoria\\_museu\\_del\\_disseny\\_2019.pdf \(barcelona.cat\)](#)

Instagram, Facebook, Twitter y Youtube, para ver si estas redes utilizadas por el museo realmente están consiguiendo que el público participe y se sienta incluido. Teniendo en cuenta los datos de 2019<sup>9</sup> que proporciona el propio museo, el crecimiento de las redes se ha dado de forma lineal y se ha conseguido cierto grado de participación con la comunidad a través de likes, comentarios, Shares, Saved Posts, reacciones a Instagram Stories y mensajes directos.

El museo ha visto reflejado un mayor éxito en sus redes cuando los contenidos han sido en formato audiovisual o interactivo: “Els continguts que presenten una major interacció per part de les audiències són aquells en format audiovisual, així com les fotografies que resumeixen esdeveniments que han tingut lloc al Museu. Vista la bona acollida del format Quiz a Instagram, proposem extendre'l a Twitter aquest 2020”. (Museu del Disseny, 2019). El formato Quiz, por ejemplo, muestra que la interacción directa con el público debe de ser una prioridad tanto online como offline. De la misma manera, las iniciativas que más éxito han tenido también han sido de carácter participativo: *In Conversation With...*, Museum Week, concursos vía Instagram Stories, Quiz y Takeovers.

En este apartado es especialmente relevante mencionar la función de la página web a la hora de promover la imagen del museo así como los nuevos contenidos que este ofrece, pero también todo tipo de información necesaria antes de realizar la visita. La página web es especialmente importante en el mantenimiento de una buena experiencia del visitante. Según las cifras del 2019, la página web (<http://ituseudeldisseny.barcelona.cat>) incrementó el tiempo de lectura: 2:17 minutos de media (vs 2:09 del 2018 y 1:57 del 2017), por lo que se valora positivamente la mejora de los contenidos y la presentación. No obstante, la tasa de rebote, aunque se mantiene elevada, disminuyó un 2,35% en 2019. Esto nos muestra que aunque puede haber muchos usuarios que accedan a la página, los contenidos no son lo suficientemente buenos o adecuados como para mantener la atención del visitante. Además, los aumentos en las visitas se deben mayormente a anuncios de nuevas exposiciones. Por ejemplo, en 2020 la página web presenta una bajada, pero sus visitas aumentan coincidiendo con la apertura de la nueva exposición permanente en ese momento, *Modernisme, cap a la cultura del disseny*. Incrementa también el tiempo de lectura de los usuarios. El origen del incremento del tráfico se debe en su mayor parte a las Newsletters, con un aumento del 20%, y al tráfico proveniente de las redes sociales, con un aumento del 58%.

---

<sup>9</sup> Tomamos los datos más recientes proporcionados antes del impacto de la COVID.

De estos datos extraemos que para ofrecer contenidos accesibles y de calidad es necesario ir en conjunción y actuar en todas las redes sociales de las que se disponen. No es suficiente con tener un tráfico alto, sino que hay que mantener y aumentar el tiempo de lectura y la interacción, puesto que es lo que realmente nos muestra que la información se está proporcionando adecuadamente y que resulta interesante para el público.

### **3. Territorio y participación en el barrio**

Aunque nuestro proyecto requiere una concentración específica en la institución y cómo ésta actúa a un nivel interno, es igualmente relevante analizar a qué población nos estamos dirigiendo y cómo se comporta esta misma para tener en mente las actividades que atraen al público. Se incluye también un estudio de las vías de acceso al museo, importantes en concepto de accesibilidad.

#### **3.1. Participación cultural de los barrios**

Según los resultados obtenidos en la encuesta del Ayuntamiento (Encuesta de participación y necesidades culturales en Barcelona, Proceso de elaboración y análisis de resultados, febrero 2020), se evidencia que vivir en un determinado barrio condiciona respecto a la existencia de desigualdades en la participación cultural en Barcelona. En esta encuesta se vincula el barrio según la renta, siendo este también un elemento clave en la explicación del consumo de cultura.<sup>10</sup>

#### **3.2. Territorio**

Para los peatones y personas que utilizan el transporte público, la comunicación con el barrio es muy accesible a pesar de las reformas que se están haciendo actualmente.

La circulación de peatones en el entorno de la Plaza de les Glòries (que se encuentra enfrente del Museo del Diseño) está afectada en diferentes ámbitos por la mejora del entorno de la Escola Casas y la urbanización provisional de la Gran Vía, entre la calle de Badajoz y la rambla del Poblenou.

---

<sup>10</sup> En la Tabla 1 en Anexos se pueden identificar las evidentes desigualdades en el acceso de actividades de cultura y que es consecuencia de la desigualdad en la base territorial.

El acceso a las estaciones de metro y TRAM de la Plaza de les Glòries y su entorno continúan funcionando con normalidad y sin modificaciones. En el caso del bus, las dos paradas ubicadas en la Gran Vía, entre la calle Escultors Claperós y la rambla del Poblenou, sentido centro ciudad, se anulan. Alternativamente, se crea una nueva parada en el espacio ganado en la Gran Vía, entre las calles de Llacuna y Roc Boronat (delante del centro comercial).<sup>11</sup>

Ahora, con los vehículos, la apertura total de los túneles de les Glòries han comportado modificaciones en la movilidad y la superficie de la zona, que ha quedado completamente libre del tráfico privado, permitiendo el paso a peatones, bicicletas y transporte público (autobuses y taxis). Asimismo se tienen ciclovías, que tienen conexión tanto con la plaza como con el Museo del Diseño.

### **Tercera parte. Conclusiones de la fase de análisis y diagnóstico. ¿Por qué implementar mejoras en el Museu del Disseny?**

#### **1. Evaluaciones personales**

Teniendo en cuenta esta fase de análisis y diagnóstico del contexto social y territorial en cuanto a accesibilidad y del propio funcionamiento y procedimientos del Museu del Disseny, concretamos los puntos claves y las debilidades que nos llevan a optar por este museo para implementar medidas de accesibilidad. Además, no buscamos atraer a nuevo público, sino mejorar la participación del que ya asiste.

##### **1.1. “Acciones para la accesibilidad”. Puntos fuertes y débiles**

La institución está implicada con la accesibilidad, contando ya con el programa “Acciones para la accesibilidad”, y cumple con las políticas base en este campo. No obstante, se necesitan reformas cruciales al respecto y que mejorarían el museo en todo su conjunto, haciéndolo atractivo no solo para personas con discapacidad, sino para todo el mundo. Desde el punto de vista como visitantes de la propia institución, contamos de primera mano con una evaluación de la experiencia del visitante en el Museu del Disseny.

---

<sup>11</sup> Ver la imagen 2 y 3 en Anexos para comprobar las vías de comunicación en el barrio.

A modo de evaluación general, tenemos en cuenta la cadena de accesibilidad en los museos. Detectamos que el primer punto de interés por el museo es algo con lo que la institución ya cuenta, y por tanto no es tan difícil de promover. De esta forma, los puntos más débiles de la cadena de accesibilidad serían los dos que corresponden al propio recorrido. En esta cadena, si alguno de los criterios se rompe, como hemos podido constatar en este caso, algunas personas quedan excluidas de vivir la experiencia, consiguiendo un efecto contrario al que propone la misión y visión del museo. El diseño debe ser funcional y experimental, y es por ello que debería hacerse uso de este mismo para explotar las ventajas de la institución y de su amplia colección al máximo.

El museo ya cuenta con su propia política de accesibilidad, que mencionamos y que está recogida bajo el nombre “Acciones para la accesibilidad”:

- Esta serie de acciones mejoran la experiencia del visitante, y sobre todo la del visitante con discapacidades, al introducir elementos interactivos en el recorrido que consigan el entendimiento y disfrute de todo el mundo. En la exposición permanente, en todas las salas encontramos maquetas visuales y táctiles, con explicaciones descritas, que permiten al visitante con discapacidad visual experimentar la colección, al mismo tiempo que le permite al visitante general disfrutar del tacto de estas piezas originales como son la Rajola de cerámica de Pujol y Bausis, el Penjador Calvet de Antoni Gaudí y el Plato y Taza de Masriera i Carreras, además de réplicas de objetos con las mismas características que los originales. Nuestro interés por el Museu del Disseny viene precisamente de esta atención particular a la accesibilidad, con cambios en la colección y actividades específicas, teniendo en cuenta que es un museo que ya tiene maquetas y otros recursos que muchas instituciones no han implantado o ni siquiera se han planteado implantar todavía.

Ahora bien, antes de realizar el recorrido, partimos de la concepción base de que el propio museo plantea para su colección y exposiciones “una nueva museografía flexible y plural”:

- De acuerdo a este principio, el museo, aunque organiza las piezas en orden cronológico, no sigue un discurso consecuente en su itinerario debido a esta flexibilidad que plantean. Entendiendo el concepto base de esta experimentación, esta innovación puede resultar contraproducente a la hora de proporcionar una buena experiencia del visitante. De hecho, partiendo de la expectativa de conocer esta “nueva museografía”, es posible que el visitante se encuentre abrumado ante un recorrido algunas veces difícil de seguir y de entender y del que se pueden obviar

partes importantes que, de tener una organización clara, serían claramente accesibles para el visitante. Desde nuestra propia experiencia, el recorrido resulta confuso, y las partes de cada una de las cuatro salas de la colección no están debidamente conectadas por su discurso. Siendo cada una de las partes de la colección de distinta temática, se aprecia que cada sala ha sido diseñada de una manera completamente diferente (no solo en su discurso, sino en la tipografía, diseño y audiovisuales utilizados), con discursos también muy variados y que no proporcionan una visión general del museo. Hay una falta de comunicación en ciertas partes del recorrido, incluyendo problemas expositivos, de señalización, y de diseño de textos.

- Si bien es verdad que el museo tiene entre sus prioridades la accesibilidad, esto no quiere decir que su acercamiento sea completamente acertado. La discapacidad visual sigue siendo el centro, teniendo en cuenta las maquetas con relieve y braille y audioguías, pero la discapacidad de movilidad y la cognitiva, por ejemplo, quedan relegadas a un segundo plano. Faltan rampas en el museo, la posición de las cartelas no se encuentra siempre a una distancia adecuada para facilitar su acceso, y los ascensores, ya de por sí escasos, no funcionan correctamente y no permiten llegar a todas las plantas. Sí hemos advertido que el museo cuenta con piso podotáctil, pero únicamente en una de sus plantas, debido a la poca iluminación de esta. Sí que se dispone de sillas en cada planta que el visitante puede coger en cualquier momento. Además, encontramos un punto fuerte en el material didáctico del museo, que proporciona una audioguía en lengua de signos y subtítulo.

## **1.2. Evaluaciones DALCO y MUSA**

Teniendo en cuenta nuestro análisis general de accesibilidad, podemos aplicar los criterios DALCO, que nos permiten acotar cada una de las medidas implementadas a las necesidades específicas del visitante. Tomamos como referencia la tabla de criterios mencionada y utilizamos tres encuestas realizadas por nosotros mismos para comprobar si las medidas se ajustan o no a estos criterios y a la regulación MUSA de accesibilidad en museos.

Entre los criterios DALCO, encontramos que los puntos débiles del museo son la Deambulación, especialmente en cuanto al espacio de maniobra y cambios de plano, y la Localización, donde falla tanto la iluminación, por las salas oscuras, como la orientación y

señalización, siendo esta última escasa y confusa y confundiendo muchas veces la orientación del visitante. En cuanto a Aprehensión y Comunicación, el museo se adapta a estas de forma más satisfactoria, aunque cabe destacar el fallo, especialmente, en la parte interactiva de comunicación. Los recursos audiovisuales, que pasan desapercibidos por el visitante, carecen, en su mayoría, de audio o audiodescripción, por lo que su uso queda relegado casi al mero esteticismo, y los textos del recorrido resultan en ocasiones largos y tediosos y, en definitiva, no siempre accesibles para personas con discapacidades cognitivas. A esto se suma el uso de las cartelas para identificar cada objeto, que cuentan con una distribución desproporcionada y, aunque se identifican con los símbolos del objeto representado en ocasiones, nunca están específicamente junto a este mismo, lo que causa confusión.

- Para analizar las herramientas a disposición de los visitantes del museo que facilitan la accesibilidad, realizamos tres encuestas en base a los criterios MUSA y dividimos estas mismas en tres categorías: **diseños expositivos, diseños de la señalética y diseño de paneles y recursos impresos.**<sup>12</sup>

Todas las categorías van en relación a la puesta en práctica de accesibilidad en museos, teniendo en cuenta los siguientes parámetros: **a) Espacio físico:** acceso y uso de los espacios, **b) Contenidos e información:** muestras, piezas, textos, exhibiciones, publicaciones, productos y servicios, **c) Comunicación,** especialmente señalética y localización, y **d) Atención adecuada.**

---

<sup>12</sup>1. Diseños expositivos: [ENCUESTA PARA EL DISEÑO DE ESPACIOS EXPOSITIVOS](#)

2. Diseños de la señalética:

[CRITERIOS DE ACCESIBILIDAD PARA EL DISEÑO DE LA SEÑALÉTICA](#)

3. Diseños de paneles y recursos impresos: [CRITERIOS DE ACCESIBILIDAD PARA EL DISEÑO DE PANELES Y RECURSOS IMPRESOS](#)

Tras realizar cada encuesta, llegamos a unas conclusiones de cada categoría, analizando aspectos que figuran, otros que faltan, y aspectos a mejorar:

## **2. Comentario sobre los diseños expositivos**

### **2.1. Aspectos generales**

En materia de exposición, el Museu del Disseny presenta puntos fuertes en ciertas temáticas, y puntos débiles en otras. Según la encuesta, mencionamos las carencias teniendo en cuenta cinco categorizaciones: **1. Vitrinas, peñas y catenarias, 2. El ámbito expositivo, 3. Los objetos expuestos, 4. Los objetos accesibles al tacto, 5. Audiovisuales e interactivos.**

Mientras que en la primera categorización se cumplen con todos los estándares en cuanto a medidas y ubicación, el resto de categorías presentan numerosos fallos y aspectos a mejorar. Llama especial atención el punto dos, el ámbito expositivo, siendo este especialmente susceptible a mejoras. En cuanto a objetos expuestos, accesibles al tacto y audiovisuales, no son tantos los fallos, sino que, más bien, el potencial de estos podría aprovecharse mucho más de lo que se está haciendo en estos momentos. Nos llama la atención, también, que en un museo del diseño, destacando el diseño por su carácter funcional y experimental, no haya ningún recurso interactivo más que las maquetas y objetos táctiles.

### **2.2. El ámbito expositivo**

Prestamos especial atención al ámbito expositivo, que causa confusión en el discurso del recorrido y que puede ser problemático para el visitante. De entre los cuatro puntos a valorar en esta categoría, decidimos que el museo solo se ajusta a uno de estos, el elemento que diferencia claramente la unidad discursiva de las demás.

El museo cuenta con paneles con letras amplias y de distinta tipografía que muestran los distintos contenidos y temas a lo largo de la exposición. Sin embargo, a la hora de reforzar el resto de textos en cuanto a visibilidad y entendimiento, no se utiliza ningún tipo de recurso especial para resumir el discurso de la colección. Además, los

espacios impracticables para personas con movilidad reducida continúan de esta forma. También, los elementos discursivos diferenciadores cambian entre plantas, confundiendo al visitante sobre su verdadero propósito. Mientras que las cartelas se encuentran desorganizadas en la primera planta, y aún señalizadas con dibujos para indicar el objeto correspondiente, en el resto de plantas encontramos otra organización más funcional pero igualmente problemática, al contar con una tipografía más pequeña. La cadena del visitante se rompe al no poder cumplir con requisitos básicos a la hora de mostrar la colección.

### 2.3. Los objetos expuestos

- Encontramos diversos fallos, también, a la hora de identificar con claridad los objetos expuestos de la colección. Si es verdad que el museo cumple con casi todos los criterios de este apartado, hay un punto importante a mejorar, y que ya hemos mencionado con anterioridad, que dificulta enormemente el entendimiento del discurso:

**¿Los objetos que forman parte de un conjunto tienen un número de relación y este aparece en la cartela?**<sup>13</sup>

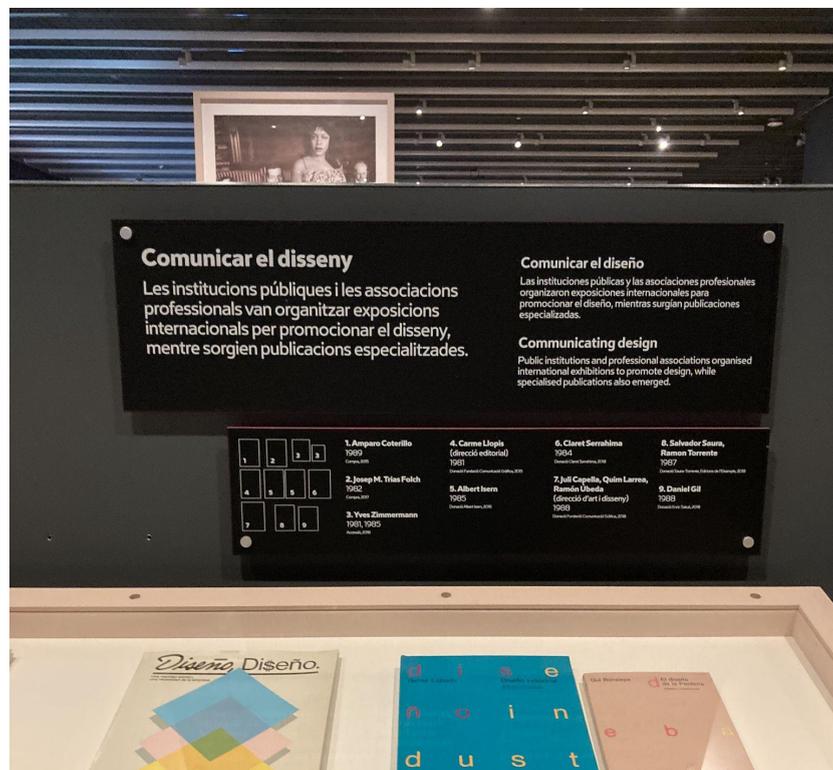
En este apartado vemos claramente las inconsistencias entre las plantas del museo. Mientras que en la planta cero las cartelas de los objetos (mayormente mobiliario y revistas) se encuentran dispersas e identificadas por imágenes, en la planta uno (la diseño gráfico) estas se ubican justo al lado de la pieza, mientras que en la planta de moda se vuelve al formato primero, pero esta vez con números y bien distribuido. Aunque el último recurso podría resultar confuso, lo cierto es que su diseño es bastante más sencillo y apropiado, por lo que es más difícil perderse a la hora de identificar las piezas. En las imágenes de la siguiente página se puede apreciar esta distribución:

---

<sup>13</sup> Dentro del test MUSA



14



- También, hay que destacar que, mientras los textos generales están en tres lenguas: catalán, castellano, inglés, las cartelas solo figuran en catalán.

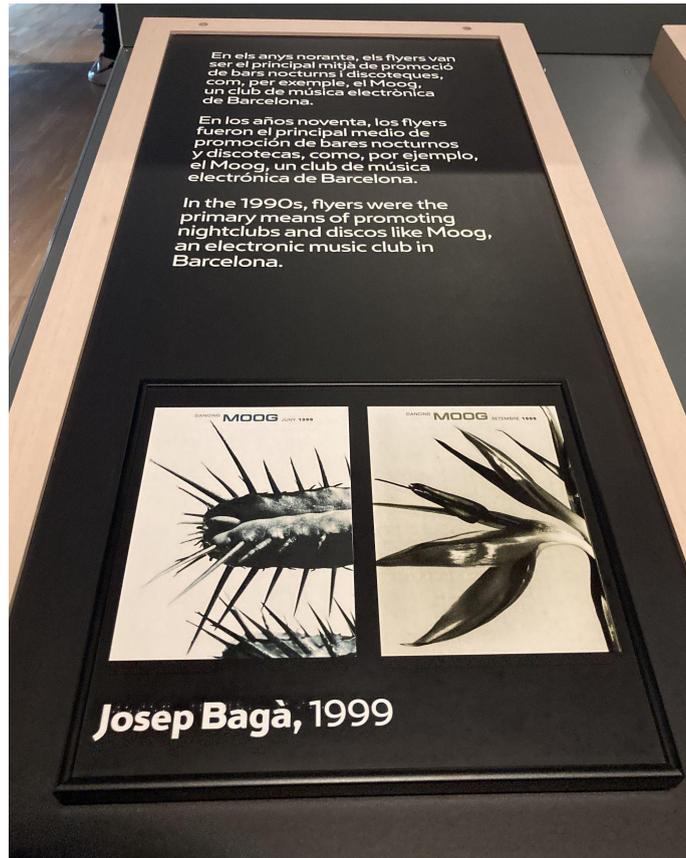
<sup>14</sup> Cartelas de la primera y tercera planta, respectivamente. Las cartelas incluyen título, fecha y descripción en catalán. En la cartela de la tercera planta encontramos, bajo las descripciones del recorrido, enumeraciones con iconos correspondiendo, en este caso, a cada edición de cada libro o revista presentados. *Todas las imágenes han sido tomadas para documentar este proyecto.*

- Destaca también la planta dos, donde sí aparece un número de registro asociado a la pieza, lo que no pasa en la otra parte de la colección:



## 2.4. Objetos accesibles al tacto

Un aspecto importante y a favor del museo es el uso de maquetas de determinadas obras y piezas de la colección para el disfrute del visitante. Piezas originales y réplicas se distribuyen para poder ser tocadas. Las maquetas cuentan, además, con una descripción y con su traducción en braille, siendo estas accesibles para todo el mundo. Un aspecto a mejorar sería la descripción, que podría hacerse, también, en formato auditivo, y habría que añadir símbolos que indicasen claramente que estas piezas pueden tocarse.



15



<sup>15</sup> Maquetas en braille (Ver más en Anexos 1)

## **2.5. Audiovisuales e interactivos**

Los audiovisuales del museo son un gran aspecto a mejorar y en el que es nuestra intención centrarnos. Si bien es verdad que los audiovisuales cuentan, a veces, con sonido de ambiente, imágenes descriptivas y subtítulos, y que las pantallas son adecuadas para la vista, estos pasan totalmente desapercibidos. Los audiovisuales son un mero apoyo que no aporta información relevante a la exposición o que, de intentarlo, no mantiene la comunicación con el espectador en todo momento. Sería interesante incluir un audio principal y explicativo, así como elementos interactivos al lado de las pantallas, y otros recursos que permitan al espectador “entrar” en la experiencia audiovisual. En un museo que cuenta también con obras de diseño gráfico, el potencial de estos recursos no se está aprovechando más que de forma casual.

## **3. Comentario sobre la señalética**

### **3.1. Aspectos generales**

Uno de los aspectos más preocupantes que hemos encontrado en el museo es la señalética. Esta problemática no solo afecta a las personas con discapacidad, sino que se extiende al espectador en general. El museo falla en muchos aspectos del test MUSA en temas de señalización, incluso en básicos como poner los avisos de manera que sean fácilmente visibles. En la imagen de abajo, que corresponde a la segunda planta del museo, la señal de salida está demasiado alta y tiene una luz que le da de frente que, lejos de resaltar, dificulta más su visibilización.



### 3.2. Incoherencias en el recorrido

Otro de los puntos en los que falla el museo es en homogeneizar las denominaciones de los espacios del directorio de plantas/plano de situación con la que aparece en el resto de recursos comunicativos del equipamiento. Dentro de las distintas plantas no vemos una homogeneización ni de la señalética ni del recorrido. Por ejemplo, las plantas uno y dos comienzan el recorrido de izquierda a derecha, pero la planta tres empieza el recorrido de derecha a izquierda. Con las puertas sucede algo similar, ya que las puertas de entrada de las plantas uno y tres están ubicadas al extremo derecho, mientras que la puerta de entrada de la planta dos está ubicada al extremo izquierdo.

Uno de los puntos a tener en especial consideración es la vaga integración del espacio de la planta cero con el resto del museo. Una vez se sale de este espacio, no hay ningún letrero o aviso que muestre dónde sigue el recorrido. Hay que volver al pasillo del museo para continuar el recorrido, subir las escaleras que llevan a la entrada del edificio y doblar a mano izquierda.

### 3.3. Incoherencias en la señalización

Ya metiéndonos en el recorrido, vemos también varias incoherencias entre las distintas plantas. Por ejemplo, solo la planta tres divide su recorrido enumerando sus secciones, tal como se ve en la siguiente imagen:



Naturalmente, el hecho de que esta segmentación se encuentre en solo uno de los cuatro espacios transmite una sensación de desorden. Eso no lo vemos, por ejemplo, en el Museo Picasso de Barcelona, donde la numeración por secciones es continua durante el recorrido entero del museo.

Otro error, esta vez más específico, lo encontramos en la planta dos. En esta observamos unos cajones cuyos letreros, “estirar”, no son fáciles de ver. Es difícil darse cuenta de la existencia de este aviso. De hecho, no lo habíamos visto en los recorridos anteriores que hicimos de este museo. Debido a esta señalización poco visible, es muy fácil perderse una parte de la colección.



### **3.4. Señalética y accesibilidad**

En cuanto a las herramientas más específicas en materia de accesibilidad, encontramos otros fallos.

Para las personas con discapacidad visual y de movilidad, existe el piso podotáctil en una sola de las plantas, y el recorrido no está direccionado por este mismo. Una persona con discapacidad, en este museo, podría tropezar con facilidad. Este mismo camino podotáctil tampoco está marcado desde la entrada del edificio hasta el mostrador principal, tal como es recomendado.

Otra problemática ha sido observar que las señalizaciones no estaban en braille, siendo estas solo apreciables para personas sin discapacidad visual.

También nos tocó experimentar que el ascensor no funcionaba cuando lo intentamos usar. Teniendo en cuenta que en el museo no hay rampas, una persona en silla de ruedas hubiese tenido problemas para desplazarse de un piso a otro.

### **3.5. Puntos a favor**

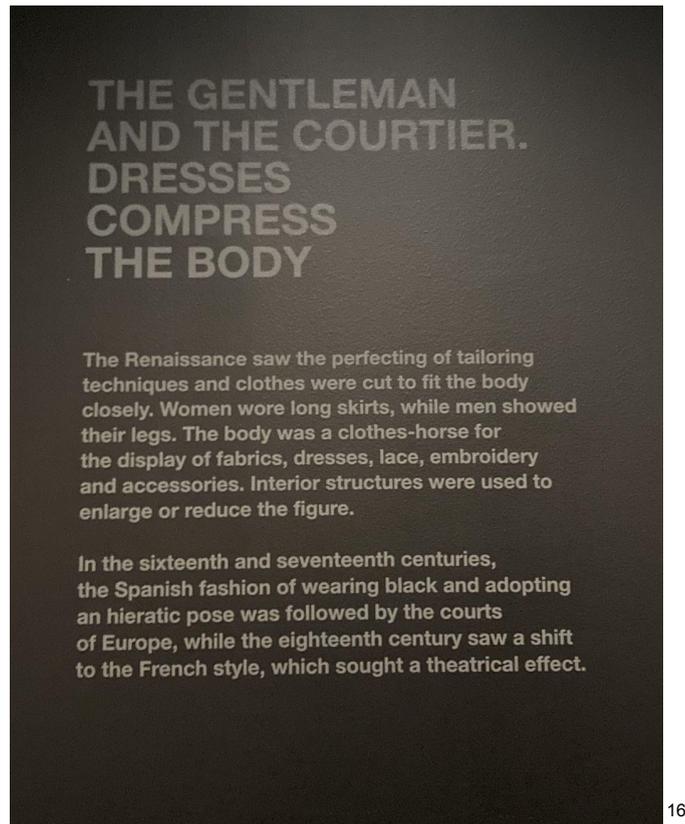
Ahora bien, sí hay puntos a favor. Por ejemplo, muchas de las obras tienen traducción al braille, al igual que los botones del ascensor. Al mismo tiempo, hay que mencionar que si bien es cierto que el museo falla en el tema de la señalización, el personal del museo puede

compensar un poco esas carencias. Por ejemplo, a la entrada de cada piso hay un guía que te recomienda cómo debes continuar el recorrido. Asimismo, el personal del mostrador principal está atento para la entrega de audioguías, sillas y otros recursos.

#### **4. Diseños de paneles y recursos impresos**

El diseño de los paneles y recursos impresos tiene una gran importancia dentro del recorrido expositivo del visitante. Estas son las principales fuentes de información sobre las piezas, y deben de ser lo más amenas posibles para que todo visitante pueda entenderlas. En el Museu del Disseny, cada panel se encuentra traducido en tres idiomas: catalán, castellano e inglés. La tipografía de los textos según el estudio de MUSA se basa en tres maneras de evaluación: los aspectos generales, el apoyo de los paneles y la ubicación.

En los aspectos generales tenemos la evaluación de la ornamentación de las letras, los trazos medios, el contraste de color entre la tipografía y el fondo para que resulte más legible y que produzca la menor fatiga visual posible. Asimismo, descubrimos que se debe evitar el exceso de color en la tipografía, la cursiva, el subrayado y el uso mayúsculas. Igualmente se debe tomar en cuenta la separación de los interlineados y los tamaños de los paneles. El apoyo y la ubicación de los paneles es importante para una mayor visibilidad desde una distancia preferible. Además, en general, la tipografía del museo se encuentra bastante bien en las salas cero y uno, pero en la uno la luz y la elección de colores no favorece en absoluto los criterios de accesibilidad.



Tras haber tenido en cuenta un contexto general sobre el concepto de accesibilidad, la accesibilidad en museos, las leyes y normas en este tema, y después de analizar por nosotros mismos el recorrido y experiencia del visitante en el Museu del Disseny, podemos concluir que el museo no cumple con todas las etapas de la cadena del visitante. La experiencia de la persona con o sin discapacidad se puede ver mermada por estos fallos en el recorrido e inconsistencias en la exposición. Además, la comunicación no se mantiene tras la visita. Después de visitar el museo, no se realizan encuestas. Las nuevas exposiciones no son accesibles, normalmente, a través de la página web.

Todos estos aspectos nos hacen ver que, no solo para mejorar la accesibilidad, sino para atraer la atención del público habitual y del no público, es necesario mejorar e implementar los recursos actuales y otros nuevos que cumplan con todas las medidas estipuladas, al tiempo que se incluyen mecanismos interactivos e innovadores. El Museu del Disseny no debería ser solo una exposición de una gran colección, sino una experiencia atractiva para todos los públicos.

---

<sup>16</sup> Texto en inglés de la planta tres del museo. El contraste de grises y negros no favorece a la visualización.

## Cuarta parte. Objetivos y estrategias

A partir de las conclusiones generales, establecemos las bases que nos llevan a constituir nuestros objetivos para la mejora del recorrido del visitante:

- El recorrido del museo es confuso. Lo que el Museu del Disseny considera un concepto innovador de “nueva museología” puede resultar un problema para muchos visitantes. En esta categoría incluimos la falta de señalización, problemas en los textos, y los fallos en el ámbito expositivo.
- Además, destacamos el problema principal que nos concierne y que viene relacionado con el primero: la accesibilidad. Si bien es verdad que el museo cumple muchos estándares en materia de accesibilidad, la prioridad sigue estando únicamente en las personas con discapacidad visual.

### 1. Objetivos del plan

#### Objetivos generales

1. Fomentar la filosofía del para y con las personas a través de la mirada social y el discurso participativo.
2. Utilizar el diseño universal como herramienta de accesibilidad.

### 2. Líneas estratégicas del proyecto

Teniendo en cuenta los objetivos generales, diseñamos una serie de estrategias que nos permitirán cumplir con estos, todo ello teniendo en cuenta la variedad en la colección del museo (diseño de producto; diseño de moda; diseño gráfico; artes decorativas: vidrio y cerámica; moda y textiles, e indumentaria histórica) y siguiendo una división entre las diferentes plantas dependiendo del punto central que defiende cada objetivo.

#### **OBJETIVO GENERAL 1**

Fomentar la filosofía del para y con las personas a través de la mirada social y el discurso participativo.

Se trata de reflexionar sobre el diseño no solo como objeto sino como elemento funcional aplicando este mismo a diferentes clases sociales y modos de vida a lo largo de la historia y en la actualidad.

### **ESTRATEGIAS - *Una mirada social:***

- a) **Un nuevo discurso:** Se cambiará la manera en que se realiza el recorrido del museo. Al centrar el recorrido en el visitante, conformamos un *storytelling* que une las motivaciones del museo y de nuestro proyecto con las expectativas del visitante. Se crea una historia que gira en torno a cómo estos artículos de diseño funcionan en la vida diaria, qué fue lo que los inspiró para crearlos y cómo han incidido y continúan afectando en el modo de vida de las personas.
  - Como estrategia de contenido, se priorizará la creación de debate y conversación dentro y fuera de las exposiciones.
  
- b) **Participación:** La relación con los públicos se centrará en sus necesidades. Se fomentará la participación en los contenidos y la valoración continua de la institución.
  - Ampliar los espacios interactivos para fomentar la creatividad del usuario a través de talleres comunitarios, relacionado con las diferentes variantes del diseño y importancia en el día a día de las personas.
  - Mejorar la comunicación con el visitante y su experiencia a través de herramientas y metodologías en el ámbito analógico y digital. El objetivo es que la experiencia sea lo más inmersiva posible y que el relato conecte con los públicos.

### **OBJETIVO GENERAL 2**

Utilizar el diseño universal como herramienta de accesibilidad.

Se trata de extender el concepto de accesibilidad a todo el mundo que visite el museo consensuando una serie de estrategias que ponen la accesibilidad en el centro. El espacio como espacio habitado y donde se encuadran las discapacidades.

## **ESTRATEGIA - Accesibilidad en el centro:**

-Priorizar las discapacidades no solo de tipo visual, sino de movilidad, auditivas y cognitivas implementando herramientas y metodología de acuerdo a las necesidades de estas mismas. Se pondrá especial énfasis en el sonido, en el olfato y en los audiovisuales para sacar el máximo provecho de estos.

-Facilitar a todas las personas el acceso, comprensión, uso y recreación en los espacios y el acceso a la información y colección del museo.

-Comprobar que las instituciones con las que se tienen acuerdos cumplan con los estándares de accesibilidad y garantizar que estas medidas se cumplen y están consensuadas dentro del propio museo.

## **Quinta parte. Plan de acción**

### **Proyecto 1. Atención al visitante. Una mirada social**

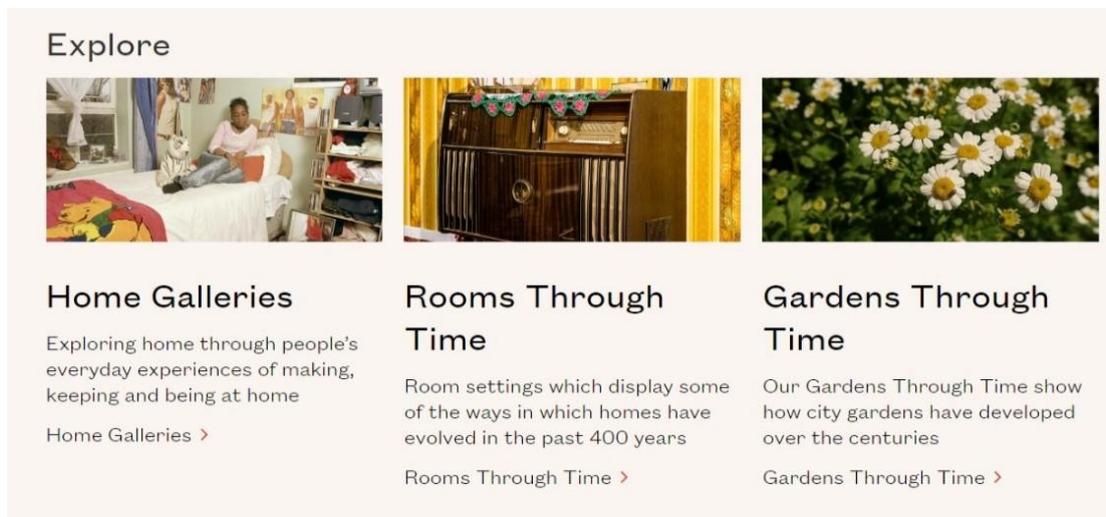
El Proyecto 1 se enfoca en la remodelación y cambio del relato del museo así como en la participación y evaluación activa del visitante.

#### **Creación de habitaciones inmersivas**

Creación de un relato general representativo del museo y otro específico para cada una de las plantas. De esta forma, se consigue un discurso unificado al tiempo que se profundiza en cada variante de diseño. El relato general se plantea con un recorrido de cómo el diseño ha ido evolucionando a lo largo de los años y cómo esto representa la sociedad de un determinado momento. Buscamos juntar el valor histórico, estético y simbólico con el valor utilitario y social del diseño universal. Se pretende lograr esto mediante la participación activa del visitante, creando una serie de entrevistas a través de *focus groups* donde las personas interesadas puedan contar sus vivencias y experiencias con respecto a cómo el diseño ha sido parte de su vida diaria.

¿Cómo conseguir esto?

El espectador no solo verá, sino que tocará, escuchará, olerá y experimentará el recorrido como si la experiencia de las personas que conviven en este espacio y que usan estos objetos fueran él mismo. El ruido de unos platos moviéndose; niños riendo y colocando libros en sillas que funcionan como estanterías, el olor de un pan recién hecho y el de uno caducado. Tomando como partida esta idea de mostrar cómo las personas pasan el tiempo y se relajan en casa, queremos hacer un recorrido que guíe al espectador a través de habitaciones que le sumergen en un ambiente privado y personal. Para esto, se reestructurarán las plantas del museo de forma que cumplan con el discurso que el propio museo pretende comunicar.



Museum of the Home. *Home Galleries*, un programa que explora las experiencias diarias de las personas al hacer, mantenerse y estar en la casa.

El objetivo es mostrar la funcionalidad del diseño y cómo este ha evolucionado a lo largo de los años de la forma más participativa posible. Una forma de explorar esto es el confort y cómo nuestra idea de este ha cambiado a lo largo del tiempo:

- Planta cero. Diseño de **mobiliario**: habitaciones con réplicas de los muebles que podemos ver en esta misma planta. Las habitaciones recrearán casas mostrando la vida diaria de su época y cómo vivían personas concretas de esta misma.
- Colección de **objetos y Modernismo**: esta planta, que consta de elementos más tradicionales (cerámica, carrozas y elementos del Modernismo), se plantea la visita en torno a la creación de una casa en la que se pueda ejemplificar cómo se utilizaban estos objetos en siglo XIX. La selección de objetos de la casa viene dada por una selección individual, pero se ve influenciada por los códigos sociales, tendencias y comportamientos de ese determinado momento, es por eso que es

importante mostrarle al público las variaciones en estilo y en el gusto a lo largo de los años.

En estas dos plantas consideramos generar una experiencia inmersiva incluyendo diferentes recursos:

- Ambientación y reestructuración de la sala en formato de casas y habitaciones.
- Sonidos de fondo de personas de otras épocas y estratos sociales en diferentes idiomas (catalán, castellano, inglés).
- Olores de comida o de elementos cotidianos: sales de baño, perfume, etc., y olores molestos como el olor a sudor para sorprender al visitante.
- Objetos que se pueden tocar.
- Muebles de diseño interactivo, es decir, el diseño elitista que encontramos en el Museo del Diseño al alcance de todos.

El diseño representativo y que forma parte de las colecciones siempre ha pertenecido o ha representado a personas blancas de clase media-alta. A través de las perspectivas de otras personas que se encuentran fuera de este espectro, contamos la historia de estos objetos y de las casas desde un punto de vista más representativo y empático. El objetivo es explorar la diversidad de comunidades locales e internacionales, mostrando cómo estas personas viven en oposición a lo que se entiende como habitación y como muebles ideales. Por eso, será importante la participación de los visitantes en la creación del relato, a partir de experiencias personales.

Una referencia representativa es el contar una historia, real o ficticia, de dos personas concretas en la época victoriana celebrando la muerte y la vida en el más allá. La séance, un encuentro para hacer contacto con los muertos dentro de la vivienda familiar era una práctica típica en la época victoriana. Los objetos en la casa muestran la emoción por la celebración de este evento para estas personas: “Anne often finds herself caught up in the excitement of new trends, the terrarium in the corner of the room is a reminder of her enthusiasm for the fern 'mania' of last year.” (Museum of the Home, 2023)<sup>17</sup>

---

<sup>17</sup> <https://www.museumofthehome.org.uk/whats-on/rooms-through-time/a-parlour-in-1870/>. Los avances tecnológicos, los muebles caros y los asequibles, los comportamientos domésticos, la calefacción y la electricidad...todos estos factores han impactado en la forma en la que se ha experimentado el hogar y el confort. El diseño no es solo un objeto, sino que cumple con una finalidad.



Interior of a parlour, John Soden, 1862. How our ideas of comfort have changed, including lighting and furniture.<sup>18</sup>

- En la última planta, dedicada a la **moda**: las piezas, que se recogen en vitrinas, se pondrán a disposición del público mediante el uso de réplicas con tejidos similares. Se fabricarán réplicas de la ropa y se exhibirán sin un cristal de por medio para que la gente la pueda tocar. Este será también un espacio donde se exhiben distintos tipos de telas y donde las personas puedan tocarlas: seda, algodón, terciopelo, látex. Una experiencia que puede ser entretenida sobre todo para personas con discapacidad visual.

De esta forma, se preserva el patrimonio al tiempo que se consigue una experiencia interactiva con el visitante. Todas las plantas profundizarán en el uso de maquetas y réplicas para conseguir este objetivo.

### **Actividades comunitarias**

Se realizarán actividades comunitarias en el propio museo. En consonancia con el proyecto *Repensar el diseño*, se plantea la posibilidad de colaborar con el público a la hora de contar su experiencia personal en el hogar y en relación con el diseño. Para esto se harán talleres con diferentes comunidades. Se busca crear un ambiente de confort e innovador mediante una experiencia que involucre a una gran parte de la comunidad en el proceso de diseño y ejecución del proyecto. Todo esto se realizará de la siguiente manera, mediante charlas-talleres participativos:

---

<sup>18</sup> *The figure relaxing in this painting may have just returned from the races – he has mud on his boots and a book called 'The Turf' lies on the table to the left. The man looks comfortable but his pose and behaviour would not have been considered respectable during the Victorian period. Smoking in the parlour was frowned upon and his red face and discarded tankard suggests he may have overindulged at the races.* (Museum of the Home, 2023)

- Organizar grupos de discusión y talleres participativos con diversos grupos de la comunidad, incluyendo personas con diversos intereses y situaciones.
- Proporcionar un espacio para que los participantes compartan sus perspectivas y experiencias sobre el diseño interactivo y accesible y la experiencia en el hogar.
- Fomentar la colaboración y la generación de ideas innovadoras para mejorar la experiencia en el museo.

La colaboración y aportación de ideas puede ser tanto en formato hablado como escrito e incluso mediante dibujos. Todas estas posibilidades se ofrecerán a los participantes, para que estos estén lo más cómodos posible con el formato elegido.

Como mencionamos con anterioridad, y de forma similar, esta implementación de las ideas del público en cuanto a su experiencia personal es precisamente lo que se utilizará, a través de un *focus group*, para la elaboración del recorrido en las habitaciones del Proyecto 1. De esta forma, en las actividades comunitarias abordamos a un público específico, concretamente a estudiantes de centros de diseño, para obtener otro tipo de visión sobre el tema que nos concierne.

Para elaborar estas actividades se pueden establecer colaboraciones con diversas organizaciones y entidades que compartan el interés en la accesibilidad y el diseño interactivo, como instituciones educativas y de diseño, instituciones culturales y museos, etc. El museo será el encargado de convocar a estas instituciones para conformar los talleres dentro del edificio.

## **Proyecto 2. Interacción digital. Participación**

Consideramos que el refuerzo de las herramientas y metodologías en el ámbito digital tanto fuera como dentro del recorrido del museo es crucial a la hora de incrementar la participación activa y el entendimiento de los contenidos por parte del usuario. Estas herramientas, dentro del recorrido, se inscribirán dentro del ámbito analógico del recorrido y servirán como un mecanismo de refuerzo:

## **Fuera del museo:**

*Repensar el diseño.* Queremos llamar la atención de la audiencia para que esta pueda empezar su experiencia de forma satisfactoria desde la página web. Por tanto, le daremos prioridad a la web para que esta no sea solo un complemento sino una extensión de la experiencia en el museo. Por consiguiente, le debemos dar preferencia a las imágenes y vídeos y no tanto a lo escrito. Además, acompañaremos los textos con transcripciones auditivas para darle más protagonismo a los elementos de la colección. Esto se hará a través de la tecnología TIFLOAUDIO, que permite a las personas ciegas o con discapacidad visual acceder a información visual a través de dispositivos auditivos, y se conseguirá mediante la colaboración con la ONCE. Queremos pasar de esto: [Página web del Museu del Disseny](#) a esto: [Página web del Met Museum](#), es decir, de una web plana y con mucho texto a una web atractiva y dinámica.

Además, a través del espacio web y redes sociales (Instagram, Facebook, Twitter) se abrirá una plataforma colectiva en la que los visitantes podrán contarnos qué les gustaría ver en las exposiciones permanentes y temporales y en las distintas habitaciones que crearemos. De esta forma, las personas tendrán una capacidad de participación directa en las decisiones del museo.

Por tanto, la web tendrá que tener los siguientes contenidos para darle un valor añadido en materia de interactividad:

- Digitalización de la colección y acceso y uso gratuito de las imágenes. Se plantea hacer un archivo de imágenes del museo que sea público. De esta forma, todo el mundo tendrá acceso a la colección y será el usuario el que pueda utilizar libremente estas imágenes
- Tres idiomas: catalán, castellano e inglés
- Algunos de los recursos de la biblioteca se podrán consultar online
- Se incluirán enlaces directos y ejemplos de publicaciones en redes sociales
- Se ofrecerá una programación híbrida presencial/virtual y se anunciará siempre en la página web y en redes sociales
- El diseño de la web será accesible, con ilustraciones y tipografía que sean fáciles de distinguir y que no tengan contrastes que dificulten su visión.
- Sistema de donaciones directas para proyectos comunitarios

Además de la página web, se creará un podcast conjunto con el Disseny Hub y con diseñadores invitados. Los temas a discutir estarán relacionados con el diseño y se buscará la participación del público semanalmente a través de encuestas en redes sociales. De esta forma, utilizando un sistema de votaciones, se podrán elegir los temas y los diseñadores de la siguiente semana. Como referencia nos inspiramos en el Museo Triennale de Milán: <https://triennale.org/magazine/serie/podcast>

#### **Dentro del museo:**

- Recurriremos al uso de audiovisuales en la planta relacionada con diseño gráfico. A través de pantallas interactivas, será posible que el visitante cree sus propios diseños en base a un modelo propuesto. Los audiovisuales con los que ya cuenta el museo se mejorarán de forma que expliquen el discurso del museo en formato de historia, para que el visitante pueda seguirlo fácilmente. En lugar de pantallas que muestran el tráiler de diferentes películas, nuestros recursos plantean una acción directa por parte del visitante.

**Programa *Crea tu propio diseño*:** Este se convertirá en el recurso interactivo clave, especialmente para los públicos más jóvenes y grupos. La idea parte de una iniciativa del Red Dot Museum de Singapur (<https://museum.red-dot.sg/pages/exhibition-design>). Los usuarios del museo pueden crear diferentes tipos de figuras a partir de imágenes de elementos de uso cotidiano como sillas, mesas, herramientas, etc. Se puede hacer ya sea usando pantallas táctiles.

- Para comprobar que las medidas que se implementen estén haciendo efecto en el público, se realizará un CRM para una mejor tramitación digital de los procesos relacionados con actos, actividades, difusión, etc. En consonancia con el proyecto, se busca la opinión de voces de las que no siempre se encuentran testimonios. Queremos trabajar con los visitantes para saber qué piensan y cómo repensar el espacio en su favor.

### **Proyecto 3. Un diseño inclusivo y universal. Accesibilidad**

Acciones concretas y elementos técnicos a implementar:

-Continuar con el proceso de adecuación de las infraestructuras, servicios, actividades y contenidos. En concepto de accesibilidad, es pertinente realizar mejoras primero en materia de movilidad:

- Se evaluará la movilidad en el recorrido y en los cambios de planta en este mismo. Es importante hacer ascensores y escaleras accesibles para todo el mundo. Se añadirá la señalización pertinente que guíe a los usuarios a los ascensores, así como para guiarlo a lo largo del museo. Las señalizaciones tienen que ser visibles en todo momento desde que se sale del primer espacio en la entrada del museo hasta la primera y última planta.
- El recorrido tiene que seguir la misma dirección en toda instancia.
- El piso, además, tiene que ser podotáctil cuando sea necesario.
- Importante, definir mejor la señalización entre la primera sala y el resto de las salas, para que el usuario tenga claro donde sigue el recorrido, una vez salga de la primera sala.
- Reevaluar la ubicación de la señalización del museo (como salidas, baños, etc), para que sea claramente visible para todos los usuarios.
- Construir un recorrido que sea coherente, tanto para quienes tengan acceso por ascensor como para quienes entran por la puerta principal de la sala.

-Las personas con discapacidades también tendrán acceso a la colección a través de las maquetas que ya hay disponibles, sonidos y olores añadidos.

-Como adecuación del formato expositivo, integrar los gráficos y la tipografía de las cartelas con un mismo diseño para todas las plantas del museo y los pasillos. Además, se revisará que los textos tengan un contraste, tamaño y tipografía distinguibles para su fácil comprensión.

-Visibilizar las audioguías con lengua de signos y subtítulos de las que ya dispone el museo de forma que todo el mundo tenga acceso a estas y pueda entender el recorrido con claridad.

-Se crearán acuerdos y colaboración con la ONCE y otras instituciones para la mejora de todas las herramientas de accesibilidad. Técnicos especializados de la ONCE visitarán la institución para comprobar que las medidas aplicadas se están cumpliendo de forma correcta.

## **Sexta parte. Producción del proyecto.**

### **1. Proyectos. Resumen de cada apartado.**

#### **Proyecto 1.**

- En la primera parte del Proyecto 1, el objetivo será invitar a participar a los visitantes mediante una entrevista colectiva donde las personas que hayan vivido en las décadas de los 70, 80 y 90 cuenten sus vivencias e historias sobre la vida en sus casas y cómo el diseño ha sido parte de su vida a lo largo de los años. Con esta información se creará el relato histórico que llevarán las tres habitaciones principales de la planta cero. Asimismo se llevará a cabo la creación de la habitación modernista.
- En la segunda parte se colocarán las réplicas de las ropa en la tercera planta de moda.
- Actividades comunitarias.

#### **Proyecto 2.**

- Página web. Podcast. *Crea tu propio diseño*. CRM.

#### **Proyecto 3.**

- Movilidad. Señalización. Gráficos y cartelas. Anunciar las audioguías al visitante. Acuerdos con la ONCE.

## 2. Requisitos administrativos y técnicos.

La correcta planificación, organización y gestión de estos recursos serán clave para el éxito del proyecto y la mejora de la experiencia del visitante en el Museu del Disseny de Barcelona.

### 2.1. Logística y recursos técnicos

Se deberá coordinar la logística de implementación de las mejoras propuestas. Esto implica la gestión de los recursos materiales, como ascensores, escaleras, señalizaciones y carteladas, asegurando que estén disponibles en el momento adecuado y en las cantidades necesarias.

#### Proyecto 1

El Proyecto 1 se caracteriza por la producción y utilización de réplicas y espacios, recursos generadores de ambiente.

#### Parte 1: habitaciones inmersivas

##### Recursos técnicos:

- **Materiales** para la construcción de cuatro habitaciones. Como materiales se necesitan paredes hechas de yeso. Cada habitación será de doce metros cuadrados. Estas habitaciones tienen que contener lo siguiente:

-Réplicas de los muebles del museo: sillas, mesitas, mesas, lámparas, chimenea y sofás. En total haremos de diez a quince réplicas por habitación.

-Sistema de audio estéreo con sonidos y voces grabados previamente.

-Sistema Olorama para crear los olores artificiales en el espacio.

-Vinilos como decoración de las paredes.

-Elementos decorativos: comida falsa, cubiertos, vajilla.



**Parte 2: Tercera planta, moda.**

Recursos técnicos:

- En esta planta se colocarán réplicas de las de la ropa con los distintos tipos de tela de cada época. El objetivo será replantear la exhibición para que sea una experiencia más amena para las personas con discapacidad visual.



## Proyecto 2

El proyecto dos requiere una mayor inversión en recursos técnicos y personal de instalación y supervisión:

### Recursos técnicos:

- **Tecnología multimedia:** Necesitamos contar con la tecnología adecuada para el uso de pantallas interactivas. Habrá que garantizar la disponibilidad de pantallas y reproductores de vídeo necesarios para ofrecer una experiencia multimedia de calidad.

El museo cuenta con diez pantallas que podríamos usar para la proyección de los vídeos. Respecto a las pantallas interactivas, se comprarían tres pantallas que se ubicarían en la primera planta de diseño gráfico para el programa *Crea tu propio diseño*.



- **Sistema de gestión de contenido:** Se utilizará un sistema de gestión de contenido (CMS) para administrar y actualizar la información visual, textos introductorios y otros elementos digitales que formen parte de la experiencia del visitante, además de la página web. Este será un sistema fácil de usar y mantener.



- **Espacio y materiales de grabación:** Sala de oficinas del Museu del Disseny para la grabación del podcast. Se necesitarán tres micrófonos, uno para el responsable del museo, otro para el responsable del Disseny Hub y otro para la persona invitada.



### Proyecto 3

Es el que conlleva mayor inversión en materiales e irá de acuerdo a la estructura presentada con anterioridad:

- **Ascensores y escaleras.** Estos serán siempre visibles y señalizados y funcionarán correctamente. Para esto necesitamos que el museo deje siempre en funcionamiento el ascensor y que se indiquen correctamente las plantas dentro del mismo. Se realizará un mantenimiento regular para garantizar su correcto funcionamiento.



- Se implementará el **piso podotáctil** no solo en la planta de diseño gráfico sino donde es pertinente. Para llevar esto a cabo se definirán los espacios específicos donde se instalarán adecuadamente, siguiendo las normativas de accesibilidad. Este será colocado a una distancia de 30cm x 30cm, con 2.30mm de espesor y 7.50mm de alto relieve, enfrente de las escaleras mecánicas, el ascensor y los espacios de las exposiciones que tengan réplicas que puedan ser peligrosas para la movilidad. Todo esto se instalará teniendo en cuenta los planos del museo.

En materia de señalización y gráficos se considera lo siguiente:

-Se necesita producir más **señalizaciones** y repartir estas por las salas. Habrá que asegurarse de que sean claras, visibles y sigan una misma dirección para orientar a los visitantes de manera efectiva.



-Elaboración de un **nuevo diseño común** para todas las cartelas e infográficos. Estos serán informativos, estéticamente atractivos y cumplirán con los estándares de accesibilidad.

# Disseny Hub

19

-**Elaboración de un cartel indicativo** de la disponibilidad de audioguías con lenguaje de signos. Se creará un cartel que indique claramente la disponibilidad de audioguías para los visitantes. Estará ubicado en un lugar visible y estratégico para informar a los visitantes sobre esta opción adicional.

---

<sup>19</sup> Misma tipografía en todas las exposiciones.





#### Recursos técnicos aplicables a los tres proyectos:

- **Personal técnico:** Contratar personal técnico calificado, como expertos en accesibilidad y diseñadores, para llevar a cabo la implementación de las mejoras propuestas. Habrá que instalar y mantener los recursos técnicos. Estos recursos de personal se especificarán en el apartado de Recursos Humanos.
- **Equipamiento y herramientas:** Compra de equipamiento y las herramientas necesarias para llevar a cabo las tareas de instalación y mantenimiento de los recursos técnicos. Esto puede incluir herramientas de carpintería, equipos de señalización, sistemas de audio, entre otros.
- **Herramientas de evaluación:** Utilizaremos las herramientas de evaluación pertinentes, incluyendo el CRM, y que mencionaremos con posterioridad para recopilar información y evaluar la efectividad de las mejoras implementadas.

En cuanto a **logística**, específicamente para los recursos relacionados con accesibilidad, se seguirán estos pasos de instalación:

1. **Planificación y diseño:** Antes de comenzar, se planificará y diseñará la instalación de los recursos de accesibilidad, específicamente el piso podotáctil, de acuerdo con las regulaciones y estándares locales. A considerar: el diseño, los colores contrastantes y las dimensiones necesarias para guiar a las personas con discapacidad visual de manera segura.

2. **Selección del material:** Elección de un material adecuado para el piso podotáctil, como baldosas cerámicas, hormigón texturizado o plástico duradero. El material cumplirá con los estándares de seguridad y accesibilidad.
3. **Herramientas y equipos:** Se reunirán las herramientas y equipos necesarios, que pueden incluir una regla, nivel, martillo, cincel, espátula, adhesivo para pisos, sierra eléctrica o manual (según el material utilizado), entre otros.
4. **Preparación del área:** Limpieza y preparación del área donde se instalará el piso podotáctil.
5. **Marcar la ubicación:** Se marcarán las líneas y los espacios donde se colocarán las baldosas o las superficies podotáctiles. Se utilizará una cuerda o cinta métrica para que las marcas estén rectas y alineadas correctamente.
6. **Instalación:** Se seguirán las instrucciones del fabricante para la instalación del piso podotáctil. Se aplicará el adhesivo apropiado en la parte posterior de las baldosas o superficies y se colocarán en su lugar, asegurándose de seguir las marcas y líneas previamente establecidas. Se utilizarán las herramientas adecuadas para ajustar y recortar las piezas según sea necesario.
7. **Verificación y ajuste:** Una vez instalado, se verificará que el piso podotáctil esté correctamente colocado y nivelado. Asegúrate de que las superficies sean Las superficies tienen que ser antideslizantes y los elementos táctiles tienen que cumplir con las especificaciones requeridas.
8. **Mantenimiento:** Una vez instalado, hay que asegurarse de realizar un mantenimiento regular del piso podotáctil. Se limpiará y se comprobará su estado periódicamente, realizando reparaciones o reemplazos según sea necesario.

## **2.2. Estructura organizativa y recursos humanos**

A la hora de llevar a cabo los tres proyectos, contaremos con un equipo de personal externo especializado que pueda llevar a cabo el montaje, aspectos técnicos y el diseño de los nuevos elementos del recorrido del museo. Asimismo, para trabajar de la mano del museo internamente, desde la institución deberán designar a un encargado de cada proyecto, para que pueda colaborar en la gestión y ejecución del proyecto. Arsonnia trabajará de la mano con ellos apoyándolos en lo necesario como un intermediario entre las personas subcontratadas y el museo.

## Proyecto 1

- Un historiador encargado de la supervisión del relato histórico y social de cada habitación y réplicas creadas para cada planta, y además un encargado de interpretar los diálogos para los sonidos de las grabaciones y ambientación en cuanto a sonido.
- Equipo técnico y de instalación de habitaciones.
- Dos personas responsables de las actividades comunitarias que puedan monitorear el desarrollo de las mismas, su planeación y ejecución.

## Proyecto 2

- Diseñador de la página web para la reestructuración del diseño y apartados a mejorar.
- Programador para la implementación de pantallas *Crea tu propio diseño* .
- Un técnico encargado de la producción del podcast.
- Un anfitrión especializado en contenido y búsqueda de invitados para el podcast.

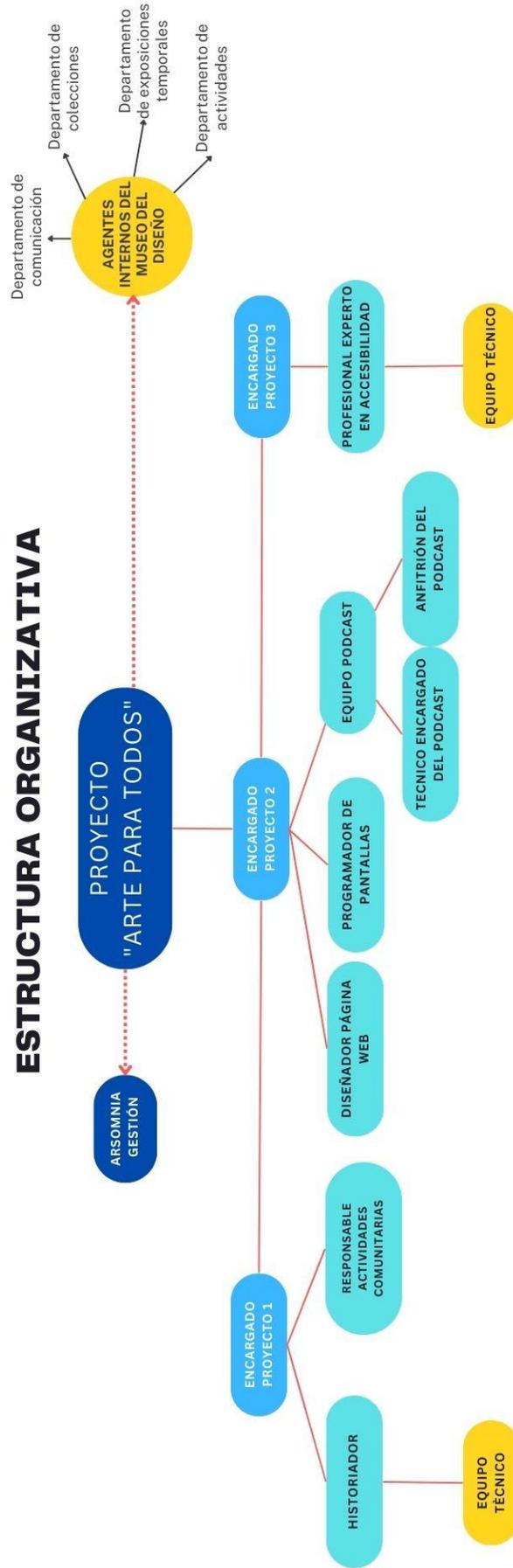
## Proyecto 3

- Profesional experto en accesibilidad para la supervisión de la colocación de instrumentos para la misma.
- Equipo técnico y de instalación especializado en colocación de señalizaciones, cartelas, piso podotáctil.

Como se mencionó anteriormente, el personal externo trabajará de la mano con el personal interno designado por el museo. Los departamentos del museo que se verán implicados en estos proyectos son:

- Departamento de Comunicación
- Departamento de Colección
- Departamento de Actividades
- Departamento de Exposiciones temporales

# ESTRUCTURA ORGANIZATIVA



### 3. Aspectos jurídicos

El proyecto tiene una serie de aspectos jurídicos clave para llevarse a cabo y que son imprescindibles para su realización:

1. **Derechos de autor:** En materia de derechos de autor, es pertinente conseguir los permisos necesarios para poder realizar réplicas de los contenidos de la colección. Los contenidos de la página web ya cuentan con el permiso necesario y la colección ya está iniciada en el proceso de digitalización. En caso de ser necesario, el museo tendrá que pedir los permisos pertinentes a la hora de publicar nuevas obras en redes sociales.

La colección del museo será totalmente digitalizada y el uso de imágenes será de uso libre, por lo que se prescindirá de la tarea de gestionar los derechos de reproducción por parte de la institución.

2. **Protección de datos personales:** Al recopilar información sobre los usuarios en la página web y en el CRM, tendremos que cumplir con la ley de protección de datos así como el Reglamento General de Protección de Datos (RGPD). Se pedirá el consentimiento de los usuarios en todo momento y se garantizará la seguridad de los datos recopilados.
3. **Marcas comerciales:** No se utilizarán marcas registradas sin autorización al desarrollar la página web, podcast u otros materiales del proyecto.
4. **Cumplimiento normativo:** Se cumplirá con la normativa de accesibilidad y seguridad en los espacios físicos del museo, así como las regulaciones relacionadas con actividades comunitarias y acuerdos con entidades externas, como la ONCE.

Siguiendo con el cumplimiento normativo:

5. **Gestión de contratos y acuerdos:** Será necesario establecer y formalizar el acuerdo con la ONCE para asegurar la colaboración en términos de accesibilidad. Esto implicará la redacción y firma de contratos y acuerdos legales. Asimismo, los contratos con empresas y personal externo se deberán redactar y firmar y especificar el número de horas, tareas y condiciones pertinentes. Además, habrá

que dar de alta a los trabajadores en la Seguridad Social y pagar los correspondientes seguros.

### **3. Comunicación**

Ya hemos mencionado que la comunicación del museo con su público es un pilar fundamental en nuestro proyecto. Dentro de la comunicación interna, encontramos las medidas que ya tiene el museo, como las audioguías o las visitas guiadas, además de las que implementaremos nosotros: la nueva señalización, una nueva estrategia gráfica y digital y la experiencia inmersiva.

Por otra parte, nuestra estrategia de comunicación externa con los públicos se enfocará en tres actividades que ya forman parte de los proyectos planteados:

- La primera y más importante es la reestructuración de la página web para que esta vaya de la mano con el propósito del proyecto: una comunicación más inclusiva y participativa. A través del espacio web y redes sociales (Instagram, Facebook, Twitter) se abrirá una plataforma colectiva en la que los visitantes podrán contarnos qué les gustaría ver en las exposiciones permanentes y temporales y en las distintas habitaciones que crearemos. De esta forma, las personas tendrán una capacidad de participación directa en las decisiones del museo.
- El segundo es el podcast, que buscará que el tema de la accesibilidad se posicione también fuera del museo.
- El tercero son las actividades comunitarias, que buscarán crear y/o fortalecer una comunidad alrededor del museo, además de ofrecer un espacio en el que las personas puedan escuchar sus desafíos y entender cómo un diseño inclusivo es importante para todos.

Por supuesto, además de estos tres medios principales, es importante establecer una política de accesibilidad para los otros medios del museo. Esto implica:

- Que los videos en las redes sociales del museo tengan el audio transcrito, para que las personas con discapacidad auditiva lo puedan entender.
- Newsletters con textos grandes y tipografía fácil de leer, para personas con discapacidad visual y discapacidad cognitiva.

- Los anuncios gráficos también deben ser claramente legibles y fáciles de comprender.

## 4. Presupuesto

### 4.1. Conceptos generales

Este proyecto está específicamente diseñado para el Museo del Diseño, por lo que el uso de los recursos públicos por parte del museo, será esencial para la financiación del mismo. Sin embargo, se buscarán recursos externos por medio de patrocinios y subvenciones para la distribución de gastos del proyecto, ya que este tendrá una duración de ejecución de dos años. A continuación se expone el desglose de los costes:

<b>COSTES DE NUESTRO PROYECTO</b>	
<b>Proyecto 1:</b>	
10 réplicas habitación 1 (variado: mesas, sillas, sofás, utensilios)	3.000,00 €
10 réplicas habitación 2 (variado: mesas, sillas, sofás, utensilios)	3.000,00 €
10 réplicas habitación 3 (variado: mesas, sillas, sofás, utensilios)	3.000,00 €
10 réplicas para casa modernista	3.000,00 €
10 réplicas para exposición de moda	2.000,00 €
Sistema de audio estéreo con sonidos	500,00 €
Sistema Olorama	4.000,00 €
Material decorativo para las habitaciones (vinilos, cartelas etc)	300,00 €
Actividades comunitarias	500,00 €
<b>TOTAL</b>	<b>19.300,00 €</b>
<b>Proyecto 2</b>	
3 pantallas interactivas	3.600,00 €
CMS membresía	120,00 €
3 micrófonos para podcast	360,00 €
3 audífonos para podcast	300,00 €
Interfaz de audio	225,00 €
<b>TOTAL</b>	<b>4.605,00 €</b>
<b>Proyecto 3</b>	
30 baldosas podotáctiles	1.050,00 €

12 Carteles para señalización y cartelas	240,00 €
<b>TOTAL</b>	<b>1.290,00 €</b>

La mano de obra expuesta a continuación será externa:

<b>MANO DE OBRA PROYECTO 1</b>	
Salario de encargado de las habitaciones (historiador)	1.100,00 €
Equipo técnico y de instalación de habitaciones (3 personas)	3.300,00 €
2 personas responsables de las actividades comunitarias	2.200,00 €
<b>TOTAL</b>	<b>6.600,00 €</b>

<b>MANO DE OBRA PROYECTO 2</b>	
Salario 1 diseñador página web	1.200,00 €
Programador Crea tu propio diseño	1.200,00 €
Técnico encargado del postcast	1.100,00 €
Anfitrión del podcast	1.100,00 €
<b>TOTAL</b>	<b>4.600,00 €</b>

<b>MANO DE OBRA PROYECTO 3</b>	
Equipo técnico y de instalación de señalizaciones, cartelas, piso podotáctil (3 personas)	3.300,00 €
Experto en accesibilidad para supervisión	2.000,00 €
<b>TOTAL</b>	<b>5.300,00 €</b>

<b>PROYECTO 1 - COSTES + MANO DE OBRA</b>	<b>25.900,00 €</b>
<b>PROYECTO 2 - COSTES + MANO DE OBRA</b>	<b>9.205,00 €</b>
<b>PROYECTO 3 - COSTES + MANO DE OBRA</b>	<b>6.590,00 €</b>

El proyecto se dividirá en dos financiamientos:

En el primer año se hará la ejecución de los Proyectos 1 y 3, que tendrán un coste total de 34.990,00 €, agregando la primera parte de los honorarios de Arsomnia. En el segundo año se realizará el Proyecto 2 y se agregarán los costes de la segunda parte de los honorarios de Arsomnia. Esto conformará un total de 46.695,00 € como coste total del proyecto.

<b>AÑO 1</b>	
Costo proyecto 1 y 3	32.490,00 €
Primer pago Arsomnia	2.500,00 €
<b>TOTAL</b>	<b>34.990,00 €</b>

<b>AÑO 2</b>	
Costo proyecto 2	9.205,00 €
Segundo pago Arsomnia	2.500,00 €
<b>TOTAL</b>	<b>11.705,00 €</b>
<b>TOTAL DEL PROYECTO</b>	<b>46.695,00 €</b>

## 4. 2. Financiamiento

Como manera de financiamiento, sugerimos utilizar tres métodos de captación de recursos: Recursos propios del museo, patrocinio y subvenciones. De esta forma, sugerimos financiar estos proyectos financiarlos con los siguientes porcentajes en el primer y segundo año:

	AÑO 1		AÑO 2	
	€	%	€	%
<b>RECURSOS PROPIOS</b>	13.996,00 €	40%	3.511,50 €	30%
<b>PATROCINIO</b>	15.745,50 €	45%	7.023,00 €	60%
<b>SUBVENCIONES</b>	5.248,50 €	15%	1.170,50 €	10%
<b>TOTAL</b>	<b>34.990,00 €</b>	<b>100%</b>	<b>11.705,00 €</b>	<b>100,00%</b>

Como total de financiamiento sobre el proyecto (año 1 y año 2) los porcentajes por métodos de financiamientos serían los siguientes:

<b>TOTAL SOBRE EL PROYECTO</b>	€	%
<b>RECURSOS PROPIOS</b>	17.507,50 €	37,49%
<b>PATROCINIO</b>	22.768,50 €	48,76%
<b>SUBVENCIONES</b>	6.419,00 €	13,75%
<b>TOTAL DEL PROYECTO</b>	<b>46.695,00 €</b>	<b>100,00%</b>

De esta manera, los recursos propios quedarían en un 37,49% sobre todo el proyecto, el patrocinio con un 48,76% y las subvenciones con un 13,75%.

## 4.3. Patrocinio

Nuestro proyecto tiene tanto un factor social como de innovación. Al promover una mejora enfocada en las personas con discapacidad, pero también en mejorar la experiencia del público general, las empresas pueden estar interesadas en patrocinar nuestro proyecto con el fin de obtener una imagen socialmente positiva o de empresa con sensibilidad social.

Como mencionamos anteriormente, la accesibilidad es un tema muy actual y está muy presente en la agenda pública. Si a esto le sumamos que este proyecto está dedicado

a una institución cultural de prestigio, consideramos que más de una empresa querría involucrarse en un proyecto de estas características, sobre todo para la mejora de su imagen corporativa.

Yendo más allá, estaríamos interesados en buscar el patrocinio de empresas que tengan un reconocimiento por haber trabajado en temas de accesibilidad. Una primera referencia puede ser The Valuable 500, una asociación global de empresas que buscan poner fin a la exclusión por discapacidad. Principalmente, el programa que proponen se enfoca en prácticas laborales, pero se extiende a muchas áreas dentro y fuera del área corporativa, por eso creemos que nuestro proyecto encaja con la filosofía e interés de las empresas comprometidas con The Valuable 500. En España, las compañías vinculadas con The Valuable 500 son cuatro: Cerealto, Ciro Foods, Endesa, Banco Santander y Telefónica.

Otras opciones que hemos explorado son empresas españolas que cuentan con fundaciones que trabajan con programas de inclusión social para personas con discapacidad. Entre ellas tenemos a Seguros Mapfre, BBVA y Caixabank. De estas, es importante destacar la última, pues tiene una importante participación dentro del sector cultural de Barcelona.

#### **4.4. Partnerships**

Además de recibir dinero por patrocinio, buscamos trabajar con otras empresas en forma de partnerships para mejorar la viabilidad. Una forma partnership será la mencionada anteriormente con Once, donde nos apoyaremos en su *know how* en temas de accesibilidad para orientarnos a la hora de planificar y evaluar el proyecto.

Por otra parte, pensamos apoyarnos en empresas tecnológicas para apoyarnos en el diseño de la experiencia. Estas estrategias se han visto recientemente en otros proyectos de experiencias inmersivas. En nuestro caso en particular, buscaremos empresas que podrían aportar su experiencia en el diseño de servicios y en la mejora de la interacción usuario y objeto. Ejemplos destacados serían IDEO, empresa de diseño especializada en innovación y en la mejora de la experiencia del usuario, y Designit, una firma de diseño estratégico que trabaja en sectores diversos como es el diseño de experiencias.

## 4.5. Recursos públicos

El ICUB (Institut de Cultura de Barcelona), es un organismo que apoya al museo y que también puede desempeñar un papel relevante en el apoyo al proyecto. Algunas formas en las que el ICUB puede ayudar incluyen:

- Asesoramiento y orientación: El ICUB puede brindar asesoramiento y orientación al Museo del Disseny en relación con las subvenciones y ayudas disponibles, así como en la planificación y ejecución del proyecto.
- Posible financiamiento: El ICUB también puede ser una fuente de financiamiento directo o indirecto para el proyecto. A través de programas específicos o de colaboraciones con otras entidades, el ICUB puede contribuir económicamente a la implementación de medidas de accesibilidad y mejora de la experiencia del visitante.

## 4.6. Subvenciones

El Museu del Disseny puede optar a diversas subvenciones y ayudas para llevar a cabo esta actividad de mejora de la accesibilidad y la experiencia del visitante. Algunas posibles opciones son:

- Subvenciones del Ayuntamiento de Barcelona: El Ayuntamiento de Barcelona puede ofrecer programas de subvenciones destinados a proyectos culturales y de mejora de la accesibilidad. Estas subvenciones pueden estar enfocadas en la promoción de la cultura, el fomento de la inclusión y la accesibilidad, y la dinamización de la vida comunitaria.
- Subvenciones de organismos autonómicos y estatales: Organismos como la Generalitat de Catalunya, que pueden contar con líneas de financiamiento dirigidas a proyectos culturales y sociales. Estas subvenciones pueden estar orientadas a la mejora de la accesibilidad en espacios culturales, la promoción de la participación comunitaria y la innovación en el ámbito cultural. De hecho, una de las modalidades para participar por una de las subvenciones Generalitat de Catalunya es la siguiente: Proyectos y actuaciones para mejorar la accesibilidad a personas con discapacidad, así como otras actividades dirigidas a colectivos vulnerables o en riesgo de exclusión social.
- Fondos europeos: El Museo del Disseny podría buscar oportunidades de financiamiento a través de programas y proyectos financiados por la Unión Europea. Destacamos tres:

- El Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER). Este fondo financiero ayuda a las empresas (públicas o privadas) que busquen desarrollar acciones que se alineen con estos ejes: prestar especial atención a grupos vulnerables, combatir las discriminaciones, garantizar una protección social correcta, luchar contra la pobreza y la exclusión social.
- Programa Europa Creativa: Pensamos que nuestro proyecto encaja con la filosofía del programa porque este se centra en los desafíos actuales de la cultura, además de fortalecer un desarrollo sostenible y diverso
- Horizonte Europa: Uno de los principales pilares de este programa son los retos sociales, donde se incluye la accesibilidad.

## 5. Cronograma

A continuación presentamos el cronograma de este proyecto.<sup>20</sup> Teniendo en cuenta que este proyecto consta de varios elementos y actividades, se ha decidido dividirlo en dos frases:

El Proyecto 1 y el Proyecto 3 se iniciarán al mismo tiempo. La coordinación entre estos dos proyectos es esencial para que puedan realizarse al mismo tiempo y para no prolongar el tiempo de clausura de las salas. La organización de ambos proyectos (que cuenta con planificación, búsqueda de financiamiento y contratación de personal y proveedores) durará 4 meses. En noviembre se iniciarán las obras y estas terminarán en febrero. El lanzamiento de estas obras se hará de forma escalonada para no cerrar todas las salas al mismo tiempo. De esta manera, la reinauguración de las salas queda de esta manera:

1. Noviembre 2024: Cierre de la sala de diseño gráfico.
2. Diciembre 2024: Reapertura de la sala de diseño gráfico y cierre de la sala de Modernismo y la sala de objetos comunes.
3. Enero 2025: Reapertura de la sala de Modernismo.
4. Febrero 2025: Reapertura de la sala de objetos comunes y cierra la sala de moda.
5. Marzo 2025: Reapertura de la sala de moda.

Paralelamente, se realizarán las actividades comunitarias desde septiembre del 2024 hasta su evaluación en diciembre.

---

<sup>20</sup>

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1493BpUiAM-Ufzd0VU62m3isKrUpfvBkahX1y2OZ5Pt0/edit?usp=sharing> . Enlace directo al cronograma.

En cuanto al Proyecto 2, hemos decidido iniciar en enero del 2025, para que no se junten los recursos y tareas de todos los proyectos al mismo tiempo. De enero a marzo empezaría la planificación y búsqueda de financiamiento para las tres actividades de este proyecto. Tanto la reestructuración de la web como el diseño del software para el juego interactivo *Crea tu propio diseño* durarán tres meses y se lanzarán en julio del 2025. Por otra parte, el programa de podcast durará tres meses (de mayo a julio). No lanzaremos todos los capítulos el mismo día, sino que lanzaremos uno por semana. Es importante mencionar que debido a esta modalidad, los procesos de grabación, lanzamiento y promoción a veces se cruzarán.

## 6. Evaluación

El CRM (Customer Relationship Management) puede ser utilizado tanto como una herramienta de gestión para el proyecto como un método de evaluación. A través del CRM, se pueden recopilar y analizar datos relacionados con los visitantes, sus preferencias, interacciones y feedback. Estos datos nos ayudarán a evaluar la efectividad de las mejoras implementadas y realizar ajustes o mejoras adicionales en función de la información recopilada. Todas las medidas pretenden mejorar la cadena del visitante en sus tres fases, desde que el visitante planea la visita al museo hasta que experimenta el recorrido de este mismo.

Al utilizar el CRM, se llevarían a cabo las siguientes actividades de evaluación:

- **Seguimiento de visitantes:** Registrar la información de los visitantes, como su perfil demográfico, preferencias y frecuencia de visitas. Esto permitirá tener una visión más clara de nuestra audiencia y realizar análisis.
- **Análisis de datos:** Obtener información valiosa sobre el comportamiento de los visitantes, como las áreas más visitadas, la duración de la visita, las interacciones con elementos interactivos, entre otros. Estos datos ayudarán a evaluar la efectividad de las mejoras implementadas.
- **Gestión de feedback:** Utilizar el CRM para recopilar y gestionar el feedback de los visitantes. Se implementarían formularios o encuestas en línea para recopilar opiniones y sugerencias, y luego utilizar esta información para evaluar la satisfacción de los visitantes y realizar mejoras.
- **Personalización de la experiencia:** Utilizar los datos recopilados en el CRM para personalizar la experiencia de los visitantes. Por ejemplo, se pueden enviar comunicaciones y ofertas especiales basadas en sus intereses y preferencias, lo que permitirá evaluar la efectividad de estas estrategias de personalización.

Además, contaremos con otros dos recursos cruciales de evaluación especialmente centrados en accesibilidad e interacción con el público:

- **Entrevistas y *focus groups*:** Se realizarán entrevistas y *focus groups* con los visitantes para recopilar opiniones más detalladas sobre su experiencia en el museo. Obtendremos información sobre qué aspectos disfrutaron más, qué áreas podrían mejorarse y cualquier otra sugerencia que puedan tener.
- **Evaluación de cumplimiento normativo:** Se realizarán auditorías y revisiones periódicas para asegurarnos de que el proyecto cumple con las regulaciones legales y normativas pertinentes. Se verificará el cumplimiento de las normas de accesibilidad, la señalización, los acuerdos con la ONCE y cualquier otro requisito legal aplicable.

## Conclusión

Arsomnia tiene como objetivo principal mejorar la experiencia del visitante en el Museu del Disseny de Barcelona a través de un diseño interactivo y accesible. A través de proyectos que fomentan la participación y la accesibilidad, se busca recopilar las opiniones y mejorar la experiencia de las personas sobre este enfoque y brindar un ambiente de confort y creatividad.

El proyecto se enfoca en la interactividad y la accesibilidad, buscando no solo beneficiar a las personas con discapacidades, sino a todos aquellos que deseen disfrutar de una experiencia enriquecedora en el museo. Se busca reunir y mejorar los recursos necesarios para crear un entorno multisensorial y acogedor.

La elección del Museu del Disseny como sede central del proyecto se basa en su predisposición por mejorar la política de accesibilidad y en el análisis del espacio y estrategias del museo en este aspecto.

## Anexos

### Estrategias de accesibilidad (1)

Principios del diseño universal	Ejemplo de aplicación
<b>Uso equitativo</b> El diseño debe ser de fácil comprensión para todos los visitantes. Se recomienda que las piezas gráficas sean similares entre sí y conserven una misma línea de diseño.	Plano de ubicación (integrado en alto relieve, tinta y braille).
<b>Flexibilidad en el uso</b> El diseño debe adaptarse a diferentes preferencias y necesidades de uso.	Audio guía multimedia (información en Lengua de Señas, subtítulos, audio descripción y bucle magnético).
<b>Simple e intuitivo</b> Independientemente de la experiencia, los conocimientos o el nivel de concentración de los visitantes, el diseño debe ser de muy rápida decodificación.	Recomendaciones a tener en cuenta antes de iniciar una visita con textos o gráficos claros y sencillos.
<b>Información perceptible o fácil de percibir</b> El usuario debe poder recibir información con independencia de sus capacidades sensoriales, utilizando diferentes modos (táctil, sonoro, escrito, pictozz).	Maquetas táctiles para niños que aprenden a través del tacto.
<b>Tolerancia al error</b> El diseño debe minimizar las acciones accidentales o fortuitas que pueden tener consecuencias fatales o no deseadas.	Contar con sillas de evacuación para personas con movilidad reducida (PMR).
<b>Mínimo esfuerzo físico</b> El diseño debe requerir el mínimo esfuerzo físico posible.	Macrotipos, son más fáciles de leer para todos.
<b>Tamaño adecuado de aproximación y uso</b> Debemos proporcionar un tamaño y espacio adecuado para el acercamiento, alcance, manipulación y uso, independientemente de la edad, tamaño corporal, postura o movilidad del usuario.	Módulo de recepción o información a doble altura.

### Perfiles de discapacidad (2)

A continuación presentamos perfiles de discapacidad incluyendo instrumentos que usan o que podrían necesitar y las principales dificultades que tienen:

## Física o motora

### PERSONAS CON DISCAPACIDAD FISICA O MOTORA

Definición	Usan	Principales dificultades
<p><b>CON CAPACIDAD SEMI-AMBULATORIA</b></p> <p>Son personas que tienen dificultad para ejecutar determinados movimientos, en algunos casos usan aparatos ortopédicos.</p> <p>También son personas con dificultades en su movilidad por circunstancias transitorias como accidentes, embarazo avanzado, enfermedades o por edad (adulto mayor).</p> <p><i>**Los consideramos como personas con movilidad reducida (PMR).</i></p>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Bastón</li><li>• Muletas</li><li>• Andadores</li><li>• Otras ayudas técnicas para poder desplazarse.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Dificultad para superar pendientes pronunciadas, desniveles aislados y escalones.</li><li>• Dificultad para pasar por espacios estrechos.</li><li>• Dificultad para recorrer trayectos largos sin descanso.</li><li>• Posibilidad de caídas por resbalones, tropiezos o de las ayudas técnicas.</li><li>• Dificultad en abrir y cerrar puertas, especialmente si tienen estas cuentan con mecanismos de retorno.</li><li>• Dificultad para mantener el equilibrio.</li><li>• Dificultad para sentarse y levantarse.</li><li>• Dificultad para accionar mecanismos que precisen de ambas manos a la vez.</li></ul>
<p><b>CON CAPACIDAD NO AMBULATORIA - USUARIOS DE SILLA DE RUEDAS</b></p> <p>Incluye a todas aquellas que presentan limitaciones en su movilidad y desplazamiento, ya sea de forma temporal o permanente; así como también a las personas con dificultades de articulación y manipulación en miembros superiores.</p> <p><i>**Los consideramos como personas con movilidad reducida (PMR).</i></p>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Sillas de ruedas eléctricas</li><li>• Sillas de ruedas manuales</li><li>• Sillas bipedestación</li><li>• Otras sillas especiales</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Imposibilidad para superar desniveles aislados, escalones y pendientes pronunciadas.</li><li>• Peligro de volcar al superar un bordillo y escalón.</li><li>• Imposibilidad para pasar por lugares estrechos.</li><li>• Limitación de sus posibilidades de alcanzar objetos.</li><li>• Limitación de sus áreas de visión.</li><li>• Dificultades para el obstáculo que representan sus propias piernas.</li><li>• Problemas de compatibilidad entre su silla de ruedas y otros elementos de mobiliario.</li></ul>

## Visual

### PERSONAS CON DISCAPACIDAD VISUAL

Definición	Usan	Principales dificultades	Soluciones de comunicación
<p>Se considera discapacidad visual a la baja visión y ceguera. Dentro de la baja visión tenemos la baja visión grave y la baja visión moderada.</p> <p>Las funciones visuales están relacionadas con la percepción de la presencia de la luz y sentir la forma, el tamaño y el color de un estímulo visual.</p> <p><b>PERSONAS CIEGAS</b> Perciben los objetos fundamentalmente mediante el tacto y el oído.</p> <p><b>PERSONAS CON BAJA VISIÓN GRAVE O MODERADA</b> Son difícilmente identificables, ya que la mayoría no utiliza el bastón ni el perro guía. Las personas con baja visión tienen a menudo graves dificultades e inseguridades.</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Bastón guía Es el instrumento esencial de orientación y movilidad que utilizan las personas ciegas para esquivar obstáculos.</li><li>• El bastón blanco, utilizado por personas ciegas.</li><li>• El bastón blanco rojo y blanco, utilizado por personas sordo-ciegas.</li><li>• El bastón verde, utilizado por las personas con baja visión en Europa y Estados Unidos.</li><li>• El bastón amarillo, utilizado por personas con baja visión en Latinoamérica.</li><li>• Perro guía Son perros que han tenido un entrenamiento para asistir y ayudar en sus desplazamientos y movilidad a las personas ciegas o con baja visión. En Perú ya tenemos un reglamento que promueve y regula el uso de perros guía a personas con discapacidad visual (Ley 29830).</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Dificultad para detectar obstáculos (desniveles, elementos salientes, agujeros, etc.).</li><li>• Dificultades para determinar direcciones y para el seguimiento de itinerarios.</li><li>• Limitaciones en la obtención de información gráfica (escritos, imágenes, gráficas, colores, etc.).</li><li>• Dificultad para localizar diferentes objetos (botoneras, paneles informativos, señales, asientos, máquinas con pantallas, tiradores, elementos de mando en general, otros).</li><li>• Dificultad para leer textos que no cuenten con tipografía, color y tamaño adecuados o transcripción al braille.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Braille, macrotipos.</li><li>• Textos en relieve, recursos táctiles.</li><li>• Audiodescripción, alternativas sonoras.</li><li>• Alto contraste (texto/figura, fondo).</li><li>• Tecnología de apoyo (magnificadores, lectores de pantalla).</li><li>• Audiolibros, audioguías.</li><li>• Franjas guía.</li><li>• Tecnología para orientación y Localización del visitante (GPS, NFS, Beacons).</li><li>• Sistemas de Activación Automática (NFS, QR).</li></ul>

## Auditiva

### PERSONAS CON DISCAPACIDAD AUDITIVA

Definición	Usan	Principales dificultades	Soluciones de comunicación
<p>La discapacidad auditiva es el déficit total o parcial de la percepción que se evalúa de la pérdida del audio en cada oído.</p> <p>Algunas personas con discapacidad auditiva usan audífonos u otros sistemas amplificadores del sonido.</p> <p>Según la manera de comunicarse los diferenciamos en:</p> <p><b>SORDOS FIRMANTES</b> Tienen una lengua propia, reconocida legalmente en Perú como LSP o Lengua de Señas Peruana.</p> <p><b>SORDOS ORALISTAS</b> Se comunican con la lengua hablada.</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Lengua de Señas Integran la comunidad sorda. En Perú contamos con la Lengua de Señas Peruana (LSP). La lengua de señas es propia de cada país.</li><li>• Lectura labial Su sistema de comunicación es el habla y su sistema de recepción la lectura labial. Hay que asegurarse de que nuestro interlocutor nos está mirando a la cara y vocalizar de forma clara.</li><li>• Audífonos Dispositivos que mejora la recepción de sonidos.</li><li>• Implantes coclear Es un dispositivo que convierte las señales acústicas en señales eléctricas para estimular el nervio auditivo.</li><li>• Bucle magnético Sistema que amplifica el sonido que se conecta a una salida de audio. El sonido llega amplificado y aislado del ruido ambiental. los ruidos de fondo. Es compatible con cualquier audífono.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Sensación de aislamiento respecto al entorno.</li><li>• Limitaciones en la captación de señales o advertencias acústicas.</li><li>• Problemas para obtener información ofrecida mediante señales acústicas (voz, alarmas, timbres, etc.).</li><li>• Limitación de la capacidad de relación e intercambio con las demás personas.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Intérprete en Lengua de Señas.</li><li>• Subtitulado grabado y en directo.</li><li>• Lengua de señas.</li><li>• Signoguias.</li><li>• Videoguias.</li><li>• Alarmas luminosas.</li><li>• Ascensores acristalados.</li></ul>

## Cognitiva

### PERSONAS CON DISCAPACIDAD COGNITIVA

Definición	Principales dificultades	Soluciones de comunicación
<p>La discapacidad cognitiva abarca la discapacidad intelectual o psíquica.</p> <p><b>PERSONAS CON DISCAPACIDAD INTELLECTUAL</b> Presentan limitaciones en el funcionamiento intelectual, en la adaptación al entorno, su conducta y sus habilidades.</p> <p><b>PERSONAS CON DISCAPACIDAD PSÍQUICA</b> Presentan trastornos en el comportamiento adaptativo ante determinadas situaciones. Esta discapacidad puede ser provocada en personas con trastornos mentales como la esquizofrenia, trastornos de pánico, trastornos de bipolaridad, entre otros.</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Limitación en la comunicación.</li><li>• Pocas habilidades sociales.</li><li>• Adaptación al entorno.</li><li>• Limitación en la concentración.</li><li>• Desequilibrio emocional ante ruidos y megafonía en volumen alto.</li><li>• Temor a lugares oscuros.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Señalética fácil de comprender.</li><li>• Lenguaje fácil.</li><li>• Pictogramas.</li><li>• Acompañamiento humano.</li><li>• Ascensores acristalados.</li><li>• Macrotipos.</li><li>• Luminosidad de espacios.</li><li>• Franjas guía.</li><li>• Maquetas táctiles.</li><li>• Guias multimedia.</li></ul>

### Criterios DALCO (3)

#### Deambulaci3n

Pavimento  
(material y  
características)

Espacio de  
maniobra  
(diseño,  
dimensiones,  
obstáculos)

Zonas de  
circulaci3n  
(pasillos,  
puertas,  
mecanismos de  
cierre, zonas de  
descanso)

Cambios de  
plano (rampa,  
escalera,  
ascensor)

#### Aprehensi3n

Alcance  
(ubicaci3n,  
distribuci3n)

Accionamiento  
(facilidad de uso,  
grifería, sistema  
de apertura  
puertas)

Agarre (facilidad  
de uso)

Transporte  
(elementos de  
traslado)

#### Localizaci3n

Iluminaci3n

Orientaci3n

Señalizaci3n

#### Comunicaci3n

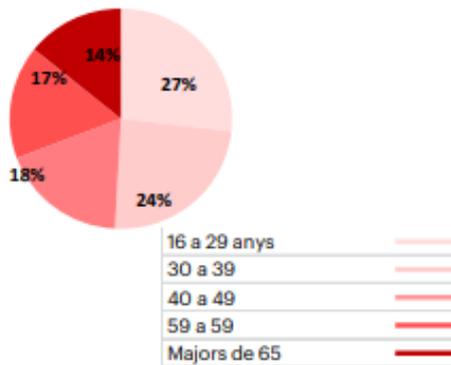
Acústica

Táctil

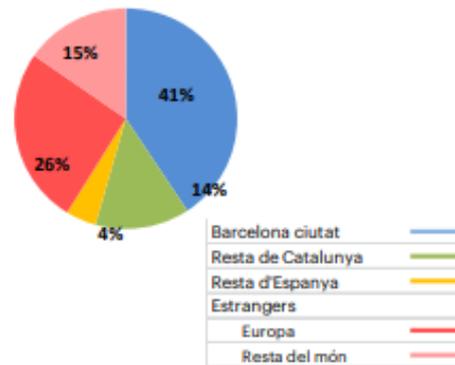
Interactiva

## Perfil del público del museo

Edat dels visitants



Origen dels visitants



Tipus de públic (Activitats)

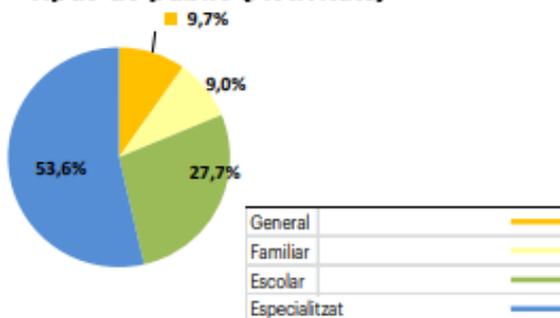


Tabla 1. Participación cultural en los barrios (5)

**TABLA 2. ACCESO/ASISTENCIA Y PRÁCTICA DE ACTIVIDADES CULTURALES. RESUMEN POR RFD.**

*P5. ¿ME PODRÍA DECIR SI DURANTE LOS ÚLTIMOS SEIS MESES HA HECHO ALGUNA DE LAS SIGUIENTES ACTIVIDADES?*

% A menudo o muy a menudo	TOTAL	BARRIOS		
		RFD BAJA	RFD MEDIA	RFD ALTA
<b>Acceso o asistencia</b>	<b>62.4</b>	<b>49.7</b>	<b>68.4</b>	<b>71.9</b>
Leer libros	52.2	39.6	58.3	61.5
Ir al cine	17.1	12.7	17.6	25.0
Visitar exposiciones, museos	15.9	8.7	19.8	20.0
Ir a conciertos	7.9	5.1	8.9	11.3
Ir al teatro	7.0	4.5	8.5	8.0
Otras actividades relacionadas con la literatura	6.6	5.4	8.0	5.1
Ir a espectáculos de danza	2.4	1.6	2.4	4.2
<b>Práctica</b>	<b>39.7</b>	<b>33.8</b>	<b>44.5</b>	<b>38.3</b>
Escribir	13.7	12.7	14.9	12.3
Hacer fotografía o creaciones audiovisuales	13.8	10.3	16.9	12.5
Tocar instrumentos, cantar, hacer música	11.3	8.0	13.2	12.5
Pintar, dibujar, hacer esculturas	11.1	10.5	11.6	10.7
Bailar o hacer danza de cualquier tipo	7.4	8.1	6.9	7.3
Participar en obras de teatro	1.5	1.1	2.0	0.9
<b>N</b>	<b>1655</b>	<b>553</b>	<b>551</b>	<b>551</b>

Imagen 2. Vías de comunicación (6)

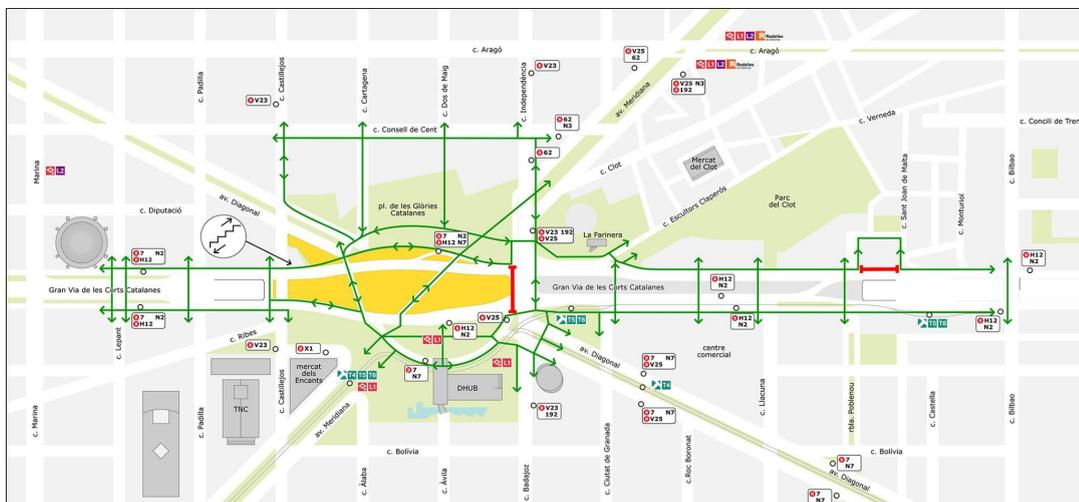
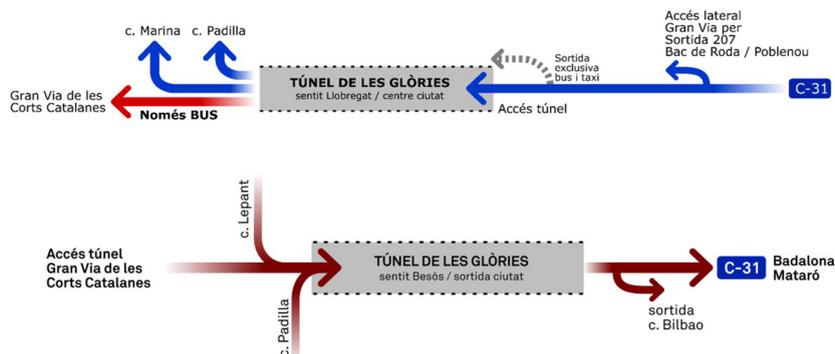


Imagen 3. Vías de comunicación (6)





## Bibliografía

Agencia Estatal Boletín Oficial del Estado (2022). Legislación consolidada.

«BOE» núm. 78, de 01/04/2022. [BOE-A-2022-5140 Ley 6/2022, de 31 de marzo, de modificación del Texto Refundido de la Ley General de derechos de las personas con discapacidad y de su inclusión social, aprobado por el Real Decreto Legislativo 1/2013, de 29 de noviembre, para establecer y regular la accesibilidad cognitiva y sus condiciones de exigencia y aplicación.](#)

Ayuntamiento de Barcelona (2023). Subvenciones para la implementación de programas estratégicos y proyectos específicos de los museos <https://cultura.gencat.cat/es/tramits/tramits-temes/Subvencions-per-a-la-implementacio-de-programes-estrategics-i-projectes-especifics-dels-museus?moda=1>

Bonart Cultural. (16/07/13). “Estiu en el Disseny Hub Barcelona”. *bonart*. [Estiu en el Disseny Hub Barcelona - Bonart](#)

Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya (2019). *Pla d'accessibilitat de museus i centres i espais d'arts visuals de Catalunya*.

EFE. (21/12/2022). José Luis de Vicente dirigirá el Museu del Disseny de Barcelona. *El Periódico. Ocio y Cultura*. [José Luis de Vicente dirigirá el Museu del Disseny de Barcelona \(elperiodico.com\)](#)

Europa Creativa (2023). Europa Creativa. Convocatoria y ayudas. En *Europa Creativa*. <https://europacreativa.es/convocatorias/>

Fondo Europeo de Desarrollo Regional (2023). El Fondo Europeo de Desarrollo Creativo (FEDER). En *Europart*. <https://www.europarl.europa.eu/factsheets/es/sheet/95/el-fondo-europeo-de-desarrollo-regional-feder->

Instituto de Cultura y Ayuntamiento de Barcelona. (2020, febrero). Encuesta de participación y necesidades culturales en Barcelona. Proceso de elaboración y análisis de resultados.

Museu Nacional d'Art de Catalunya (2019-2022, 2029). Estrategia y Plan de Acción. En Museu Nacional.cat. [Plan Estrategico 2019-22 CAST x imprimir.indd \(museunacional.cat\)](#)

Museu del Disseny de Barcelona. (2019). Memoria 2019. *Ajuntament Barcelona*. [memoria museu del disseny 2019.pdf \(barcelona.cat\)](#)

Museu del Disseny de Barcelona. (2020). Memoria 2020. *Ajuntament Barcelona*. [memoria\\_2020\\_museu\\_del\\_disseny.pdf \(barcelona.cat\)](#)

Museu del Disseny de Barcelona. (2023). Centro de Documentación. *Ajuntament Barcelona*. [Quiénes somos | Museu del Disseny de Barcelona](#)

Museum of the Home. (2023). Home Galleries. In *Museum of the Home*. [Home Galleries | Making home | Keeping home | Being at home | Museum of the Home](#)

Naciones Unidas (2016). *Convención sobre los derechos de personas con discapacidad*. OHCHR. [Convención sobre los derechos de las personas con discapacidad | OHCHR](#)

ONCE (s.f.). *Museo Tiflológico de la ONCE. Un museo para ver y tocar*. ONCE.

Consultado el 03/03/2023

<https://www.once.es/servicios-sociales/cultura-y-ocio/el-museo-tiflogico-un-museo-para-ver-y-tocar>

Stack, J. (2013). Tate Digital Strategy 2013–15: Digital as a Dimension of Everything. *Tate Papers no. 19*. [Tate Digital Strategy 2013–15: Digital as a Dimension of Everything – Tate Papers | Tate](#)

The MET Museum. (s.f). *For Visitors Who Are Blind or Partially Sighted*. In *MET Museum*.

<https://www.metmuseum.org/events/programs/access/visitors-who-are-blind-or-partially-sighted>

Zúñiga Robles, Liz (2019). *Manual de accesibilidad para museos*. 2019\_Zuniga\_Manual-de-accesibilidad-para-museos.pdf