

MODELOS DE DIFUSIÓN EN LOS MUSEOS

DIFUSIÓN UNIDIRECCIONAL	DIFUSIÓN MULTIDIRECCIONAL
Monólogo	Diálogo
Tiende a la localidad física	Aspira además a la globalidad virtual
Suele presentar una única vía para acceder al conocimiento	Presenta variados canales de información
El museo es el único generador de contenidos	El visitante puede opinar y generar contenido
El visitante suele ser un receptor pasivo	El visitantes es una pieza activa de la comunicación
Suele circunscribirse al ámbito del museo, con escasa presencia Web	Amplia difusión, actividades y posibilidades Web
Interactividad con el visitante parcial y controlada	Interactividad con el visitante total y abierta
Ofrece escasos canales de expresión para el público	Permite nuevas vías de comunicación
Se acerca al visitante sólo de actividad en actividad, dificultando la fidelización	Da continuidad a su labor didáctica y comunicativa, favoreciendo la fidelización
Mide la aceptación de sus actividades mediante encuestas presenciales e in situ.	Mide la aceptación de sus actos mediante reflexiones abiertas, en cualquier momento y lugar.
Evalúa su éxito sólo en función de valores objetivos (número de visitantes, de actos/actividades, de artículos en prensa...)	Evalúa su éxito añadiendo además componentes subjetivos y opiniones y propuestas del público participante