



## Mercado / Vernissage / Paseo de la Galería

### Descripción

# Mercado / Vernissage / Paseo de la Galería

Marketplace / Vernissage / Gallery Camina a los transeúntes o participantes invitados para informarse e intercambiar sobre asuntos públicos u ofertas en un espacio temporal físico o digital dispuesto.

#### Nivel de participación

#### Información Consulta

#### Duración del proceso de participación

**Preparación:** 1/2-2 meses para la invitación de los participantes, etcétera.

**Implementación:** 1-6 horas

**Seguimiento:** 1/2 -1 días para documentación y envío

#### Tamaño del grupo objetivo

<15 personas

15-30 personas

30-100 personas

#### Costos

\$  
\$\$

## Recursos para 'puestos de mercado'

### Recursos humanos necesarios

Al menos una persona para la preparación, moderación y documentación

## El método: qué es, cuándo usarlo y qué resultado esperar

Los marketplaces constan de varios stands, (generalmente áreas separadas equipadas con un póster o rotafolio) para informarse sobre diversos temas, dejar comentarios escritos y/o intercambiar con las diferentes personas que uno conoce allí en un ambiente relajado, análogo a la inauguración de una exposición.

Los marketplaces son útiles después de las sesiones de input para (re)activar a los participantes, al comienzo de un evento o conferencia para ayudar a los participantes a sumergirse en los temas, para recopilar opiniones de diferentes personas sobre múltiples temas, para permitir que los asistentes a un proceso participativo presenten los resultados de sus grupos de trabajo a otros asistentes, o simplemente para que los transeúntes se informen.

Los mercados activan a los participantes a través del intercambio y la creación de redes con otros y proporcionan a los asistentes, así como a los organizadores, una visión general de las discusiones.

## El proceso: cómo llevarlo a cabo en un entorno presencial o en línea usando un PC/portátil con opción de video

El método sigue tres pasos:

**1. Preparación:** Reserve el lugar y el equipo (mesas de bar, rotafolios, notas adhesivas y bolígrafos para que los participantes dejen comentarios, etcétera). Decida si proporcionar stands con o sin anfitrión de tema y organice la información que es relevante para el presente, así como para los anfitriones si lo desea. Configura el espacio; En el caso de un entorno virtual, establezca un espacio público digital y/o diferentes salas para grupos pequeños, una por tema, y proporcione a los participantes acceso a él.

**2. Conducción:** Los anfitriones de los temas están en su respectivo stand. La moderación explica el proceso, las tareas y el tiempo a la audiencia. Los participantes ingresan al área de la galería y caminan a través de ella (en un entorno virtual: saltando a través de diferentes salas de descanso) y participan en cada «stand» según su propio gusto, conversando con otros y / o dejando comentarios y preguntas. Los anfitriones del tema pueden capturar el diálogo.

**3. Conclusión:** Por lo general, después de un descanso en el que la moderación recopiló las mejores ideas de todas las cabinas, se proporciona un resumen de cada cabina a la audiencia en el pleno.

## Participación semipresencial

Los tableros de anuncios interactivos son útiles para visualizar las contribuciones presenciales y

remotas simultáneamente. Si se lleva a cabo en línea, herramientas como [www.miro.com](http://www.miro.com) o MS Whiteboard pueden ser útiles. Sin embargo, se recomienda mantener a los participantes bastante pequeños en este caso, ya que esto requiere cierto trabajo de coordinación y explicación.

## Comunicación digital

Los tabloneros de anuncios interactivos son útiles para visualizar las contribuciones presenciales y remotas simultáneamente. Si se lleva a cabo en línea, herramientas como [www.miro.com](http://www.miro.com) o MS Whiteboard pueden ser útiles. Sin embargo, se recomienda mantener a los participantes bastante pequeños en este caso, ya que esto requiere cierto trabajo de coordinación y explicación.

## Es bueno saberlo

- A veces también se aplica como intermediario entre organizaciones corporativas, públicas y sin fines de lucro para crear nuevas cooperaciones: <https://www.social-marketplace-international.org>
- Garantizar la accesibilidad de los stands para los participantes con necesidades especiales.
- Considere la posibilidad de informar a los anfitriones del tema con preguntas para facilitar la participación de los participantes reservados
- Considere la posibilidad de establecer un mercado/galería en un evento público o festividad local
- Leer más:

<https://de.wikipedia.org/wiki/Galeriemethode> (alemán)

[https://de.wikipedia.org/wiki/Markt\\_der\\_Möglichkeiten](https://de.wikipedia.org/wiki/Markt_der_Möglichkeiten) (alemán)

Compartir:

Twitter

LinkedIn

Facebook

Email

Método de descarga

imprimir página