Universidad Nacional de Rosario

Facultad de Ciencia Política y RRII.

Maestría en Comunicación Digital Interactiva

Título: Análisis de la virtualización de la muestra física 100to Radio. Estudio de caso del Museo Lidia Ferré durante la pandemia 2020

Autora: Busaniche, Melisa

Director: Dr. Gabriel Miremont

Fecha de presentación: 5 de diciembre de 2022

Resumen

El trabajo está enmarcado en el Instituto Nº12 “Gastón Gori” (de gestión pública), que brinda formación técnico profesional, en la ciudad de Santa Fe de la Vera Cruz, en diferentes disciplinas, centrando el análisis en la Tecnicatura de Museología y Gestión Patrimonial.

El establecimiento cuenta con un museo, cuya misión es reconstruir la memoria institucional, mediante la indagación permanente de su historia. Sus acciones son tendientes a recuperar, conservar y exhibir aquellos bienes materiales e inmateriales que den cuenta de ello; integrando diversidad de voces, testimonios, experiencias que conforman la identidad de la comunidad educativa.

Durante el cursado 2020, los alumnos de tercer año de la carrera llevaron a cabo una muestra en homenaje por los 100 años de la radio en Argentina, pensada para realizarse de manera presencial, pero debido a la pandemia de COVID -19 fue desarrollada en formato virtual. Es así que, durante el aislamiento se articuló interdisciplinariamente desde diferentes cátedras para llevar adelante la creación de dicha muestra alojada en la url: http://instituto12.com.ar/museolidiaferre/

Esta tesis busca indagar y analizar el proceso de virtualización de la muestra 100to Radio y cómo se fue construyendo.

Palabras claves: Museos. Virtualización. Locos de la azotea. Sonido. Radiofónico.

Abstract

The work is framed in the Institute Nº12 "Gastón Gori" (of public management), which provides professional technical training, in the city of Santa Fe de la Vera Cruz, in different disciplines, focusing the analysis on the Museology and Heritage Management Technique.

The establishment has a museum, whose mission is to reconstruct the institutional memory, through the permanent investigation of its history. Their actions tend to recover, preserve and display those tangible and intangible assets that account for it; integrating diversity of voices, testimonies, experiences that make up the identity of the educational community.

During the 2020 course, the third-year students of the degree carried out a sample in tribute to the 100 years of radio in Argentina, designed to be carried out in person, but due to the COVID -19 pandemic it was developed in a format virtual. Thus, during the isolation, interdisciplinary work was articulated from different chairs to carry out the creation of said sample hosted at the url: http://instituto12.com.ar/museolidiaferre/

This thesis seeks to investigate and analyze the virtualization process of the 100th Radio sample and how it was built.

Keywords: Museums. virtualization. Crazy on the roof. Sound. radiophonic.

Agradecimientos

En primer lugar, a mi familia y seres amados, que alentaron y acompañaron cada paso de esta aventura del saber.

A todas aquellas personas que me impulsaron a seguir adelante y me dieron una mano desinteresada para lograr mis objetivos.

A todos los profesores de la Maestría que brindaron sus conocimientos.

A Gabriel Miremont que acompaño cada paso de mi trabajo.

Índice

Introducción 7

Capítulo 1 La virtualización de los lenguajes sonoros 9

1.1 Hacia una definición de lo virtual 10

1.2 Potencialidades del medio digital en relación a los museos 12

1.3 Hacia un marco conceptual de referencia sobre la primera trasmisión de radio en Argentina y sus lenguajes 15

1.4 Pensar lo radiofónico 17

1.5 Convergencia multimedia en los museos 20

Capítulo 2 El museo incorpóreo 23

2.1 Análisis de usabilidad e interface 24

2.2 Mapa del sitio 34

2.3 Evaluación global del sitio web del Museo Lidia Ferré 34

Capítulo 3 Modificación del soporte físico y su transformación en lenguaje virtual 39

3.1 Descripción y análisis de la experiencia 100to Radio virtual 40

3.2 Apartado metodológico análisis de entrevistas a docentes y estudiantes 50

3.3 Análisis del contenido del proyecto y su adaptación al medio virtual 53

3.4 La temática patrimonial llevada al terreno virtual. 60

Capítulo 4 Experiencias de producción digital de la exposición 100to Radio en el Instituto Nº 12 Gastón Gori. 65

4.1 El Museo Lidia Ferré en la web. 66

4.2 La narrativa hipermedia, elementos de la comunicación digital interactiva aplicada al museo. 71

Capítulo 5 Epílogo 76

5.1 Reflexiones finales. 77

Biblia narrativa de la producción digital de 100to Radio App 79

Referencias 94

Anexo 97

Entrevistas a docentes 98

Entrevistas a estudiantes 101

Índice de gráficos y cuadros

Cuadro 1: Amigabilidad de la interface de usuario 29

Cuadro 2: Contenidos abordados 31

Cuadro 3: Interactividad multimedia 32

Cuadro 4: Nivel comunicativo del sitio 33

Cuadro 5: Mapa de navegación del sitio web del Museo Lidia Ferré 34

Cuadro 6: Escaleta de secciones y contenidos de 100to radio App 86

Índice de ilustraciones

Ilustración 1: Vista de la página inicial del sitio web del Museo Lidia Ferré 37

Ilustración 2: Texto iniciático en la apertura de la exposición 40

Ilustración 3: Menú de contenidos de la exposición virtual 100to Radio 41

Ilustración 4: Acceso a línea histórica 42

Ilustración 5: Vista del material expuesto en la sección publicidad 42

Ilustración 6: Presentación de infografía de la sección radioteatro 43

Ilustración 7: Video de los personajes realizados por Nini Marshall 44

Ilustración 8: Video sobre la audición de la Guerra de los mundos 45

Ilustración 9: Vista del material expuesto en la sección deportes 45

Ilustración 10: Video sobre la audición Oral Deportiva 46

Ilustración 11: Video sobre temas y cantantes prohibidos en la Dictadura Militar Argentina 47

Ilustración 12: Presentación de infografía de la sección música y radio 47

Ilustración 13: Catálogo de radios en 3D 49

Ilustración 14: Lanzamiento campaña de Instagram día 14 de septiembre de 2020 anunciando la apertura del sitio web. 55

Ilustración 15: Lanzamiento campaña de Instagram día 15 de septiembre de 2020 anunciando secciones de la exposición 100to Radio 57

Ilustración 16: Identidad gráfica de la exposición 100to Radio creada por estudiantes 57

Ilustración 17: Lanzamiento campaña de Instagram anunciando nuevas secciones de la exposición 100to Radio 58

Ilustración 18: Lanzamiento campaña de Instagram anunciando nuevas secciones de la exposición 100to Radio 60

Ilustración 19: Marca de identidad del Museo Lidia Ferré creada por estudiantes del ciclo 2020 67

Ilustración 20: Vista del edificio actual del Instituto Nº 12 Gastón Gori 68

Ilustración 21: Los locos de la azotea 85

Ilustración 22: Boceto 100to radio App 87

Ilustración 23: Boceto 100to radio App 88

Ilustración 24: Boceto 100to radio App 89

Ilustración 25: Boceto 100to radio App 90

Introducción

Esta tesis es el resultado de un arduo proceso de trabajo colectivo de docentes y estudiantes del Instituto Nº 12 Gastón Gori, el sueño por los horizontes comunes y sobre todo compartir un proceso de compromiso comunicativo puesto al servicio de la historia, del patrimonio y de la identidad en la configuración de la radio en Argentina. Ellos dieron luz y fueron inspiración para poder describir y analizar la experiencia de trabajo en relación a un medio que despierta la imaginación, que informa y sobre todo que posee la cualidad de empatizar con sus fieles oyentes, creando relatos, tejiendo palabras y sobre todo hilvanando la posibilidad de tramar un espacio donde todos puedan construir, encontrarse y desarrollarse. Un medio que potencia la libertad y es una invitación permanente a estimular la imaginación, creando y recreando el espíritu y sentido crítico, sensibilizando a su audiencia frente a temáticas variadas y acompañando cada momento del día. Con el pasar de los años, el transcurso legó radios de todo tipo, algunas de carácter noticioso, otras que siembran ideas, algunas de carácter deportivo, otras que hilvanan canciones y las esparcen por el éter o aquellas que trasmiten discursos.

La investigación propuesta intentará producir conocimiento específico en torno al Museo Lidia Ferré, perteneciente al Instituto Nº 12, haciendo énfasis en los desafíos que debió enfrentar debido al pasaje de una exposición pensada para la presencialidad a una en formato virtual; esto conllevó cambios permanentes para adaptarse a las nuevas exigencias y los nuevos públicos que emergieron tras la pandemia de COVID-19.

A partir de la investigación, se analiza el contenido de la exposición 100to Radio y como los actores intervinientes construyeron sentido a partir de la implementación de diversos recursos narrativos y tecnológicos.

El interés que motiva este trabajo, deviene de su estrecha relación con el ámbito profesional y laboral de desempeño, así como también el interés constante y permanente tendiente al fortalecimiento de actividades patrimoniales e históricas.

Para llevar a cabo este estudio se aplicaron entrevistas en profundidad con los actores involucrados en la misma (estudiantes) que viabilizaron la posibilidad de recoger parte de la información para construir el corpus de análisis. Como así también integrantes del cuerpo educativo que llevo a cabo la exposición, contando además con la posibilidad de acceder a la totalidad de materiales del proceso creativo e investigativo llevado adelante en el ciclo 2019, como así también las charlas y videoclases que fueron desarrollándose, insumos de vital importancia para el análisis del proceso de

virtualización y reconfiguración de la exposición 100to Radio. Lo antes mencionado aporto elementos de relevancia para la presente investigación que intenta producir conocimiento específico en torno a la temática, destacando la producción de sentido de un museo incorpóreo que interpela a sus visitantes más allá de las dificultades, para que luego de realizar su visita virtual se les presenten más preguntas que respuestas firmes.

Finalmente, se pone de manifiesto también luego del análisis y desarrollo teórico una propuesta de aplicación para dispositivos móviles que acompañe y complemente el recorrido de 100to Radio, buscando dar respuesta a los interrogantes que motivaron y vehiculizaron la búsqueda de producir conocimiento empleando la tecnología para complementar una experiencia expositiva y educativa a partir de la virtualidad.

La investigación pretende ser un aporte al conocimiento de los estudiantes de la carrera de Museología y Gestión Patrimonial, como así también para el cuerpo docente de la institución y todas las personas interesadas en la temática.

Capítulo 1

La virtualización de los lenguajes sonoros

La Virtualización De Los Lenguajes Sonoros

1.1 Hacia Una Definición De Lo Virtual

Imaginar tan solo algunos años atrás un escenario tan fluctuante y diverso como el actual y al alcance de un clic, era terreno de series o películas distópicas que fantaseaban con realidades impensadas. La pandemia de COVID 19, transformó esas distopías de la ficción en realidad. Días completos de encierro en los hogares organizando actividades variadas para sobrellevar las aciagas jornadas de aislamiento, nuevas maneras de habitar los espacios, horas extenuantes de teletrabajo, clases virtuales, cumpleaños celebrados por zoom u otro tipo de aplicaciones, transformación del hogar en aulas, atenciones médicas o profesionales a través de videollamadas, museos que debieron mutar sus muestras al formato virtual, entre muchas otras y un sinfín de escenas posibles que dan cuentan del escenario en el cual está enmarcada la investigación.

Por su parte Sibilia (2008) establece que:

> en este contexto surge una posibilidad inusitada: el cuerpo humano, en su anticuada configuración biológica, se estaría volviendo obsoleto. Intimidados (y seducidos) por las presiones de un medio ambiente amalgamado con el artificio, los cuerpos contemporáneos no logran esquivar las tiranías (y las delicias) del upgrade. Un nuevo imperativo es interiorizado: el deseo de lograr una total compatibilidad con el tecnocosmos digital. (p.11)

Ante este escenario, es también necesario establecer de qué hablamos cuando nos referimos a lo virtual, de acuerdo con Lévy (1999) “la palabra virtual procede del latín medieval virtualis, que a su vez deriva de virtus: fuerza, potencia.” (p. 10) De acuerdo con la filosofía escolástica, “es aquello que existe en potencia, pero no en acto”. (p.10) El autor establece que “lo virtual no se opone a lo real sino a lo actual: virtualidad y actualidad sólo son dos maneras de ser diferentes.” (p.10)

De forma distinta a lo prefijado y establecido, lo virtual sería entonces “el conjunto problemático, el nudo de tendencias o de fuerzas que acompaña a una situación, un acontecimiento, un objeto o cualquier entidad y que reclama un proceso de resolución: la actualización.” (Lévy, 1999, p.11)

Por una parte, la entidad produce su virtualidad, es decir, un acontecimiento o problemática puede ser interpretado de múltiples maneras. Por otra, “lo virtual constituye la entidad” (Lévy, 1999, p.11): la virtualidad conforme a un ser, las tensiones y propósitos que lo motivan.

En cuanto actualización, sostiene que es una permanente creación que tiene sus propias lógicas y propósitos. “Lo real se asemeja a lo posible; por el contrario, lo actual no se parece en nada a lo virtual.” (Lévy, 1999, p.12)

Por lo expuesto, queda entonces establecida la distinción entre realización (algo posiblemente predefinido) y actualización (iniciativa de una probable solución exigida por una problemática de carácter complejo). Pero retomando el tema que compete al presente trabajo, la virtualización, puede ser definida como lo contrario a la actualización.

Por ello Lévy (1999) aclara que:

> la virtualización no es una desrealización (la transformación de una realidad en un conjunto de posibles), sino una mutación de identidad, un desplazamiento del centro de gravedad ontológico del objeto considerado: en lugar de definirse principalmente por su actualidad (una «solución»), la entidad encuentra así su consistencia esencial en un campo problemático. (p.12)

Lograr la concreción del proceso de virtualización de cualquier entidad, consistirá entonces en dilucidar la referencia general, dando respuesta a un aspecto particular.

Por tanto, la virtualización transforma una problemática, tornándola más fluida, incrementando su grado de libertad; no es el pasaje de una realidad a otra, ella implica un fuerte vector en la “creación de realidad”. (Lévy, 1999, p.13) Lévy establece que virtualizar no implica desmaterializar, ella implica “asimilarla como una desustanciación”. (Lévy, 1999,108)

Conforme a lo establecido por Panozzo Zenere (2013), el aporte de Lévy es la idea de sustancia “como materia contenedora de esencia” (p.1), por ello entonces, la desustanciación no puede ser entendida como pérdida de existencia ya que el cuerpo no deja de existir, sino que origina “otro tipo de presencias” (p. 1)

Ahora bien, en cuanto a desmaterialización de la realidad, Maldonado (1999) plantea que “está implícita la idea de que existe una sustancia -la materia precisamente-, cuya materialidad puede ser afectada. En suma, la desmaterialización presupone una materia preexistente” (p. 12)

Por lo hasta aquí expuesto, surgen otras formas de consumo, producción y trabajo que perfilan escenarios novedosos y que posibilitan pensar las sociedades digitales y las experiencias en relación a la movilidad. Ahora bien, las tecnologías no son buenas ni malas, pero es de destacar que no son neutrales. Ese horizonte es un terreno indeterminado y simplificarlo sería reducir un fenómeno inconmensurable.

Considerando la situación por la que atravesó el mundo, inmerso en la pandemia de COVID 19, que conllevo aislamiento en distintas oportunidades, las nuevas formas de

home office/ e- commerce/ ocio, visitas virtuales a los museos, entre otras, nos obligan a recibir y dar un cúmulo de información muy considerable, que si bien es necesaria nos constriñe a cuestionarnos la trascendencia de vivir en una sociedad digital.

1.2 Potencialidades Del Medio Digital En Relación A Los Museos

Para comenzar, es conveniente recuperar la definición propuesta por el ICOM[1] para establecer que es un museo:

> un museo es una institución sin ánimo de lucro, permanente y al servicio de la sociedad, que investiga, colecciona, conserva, interpreta y exhibe el patrimonio material e inmaterial. Abiertos al público, accesibles e inclusivos, los museos fomentan la diversidad y la sostenibilidad. Con la participación de las comunidades, los museos operan y comunican ética y profesionalmente, ofreciendo experiencias variadas para la educación, el disfrute, la reflexión y el intercambio de conocimientos. (ICOM, 2022)

Durante el marco de la 26ª Conferencia General del ICOM, llevada a cabo en Praga, durante agosto de 2022, se procedió a modificar la definición de museo; estableciendo una que está de acuerdo con su nuevo rol, en conformidad con la inclusión, la participación comunitaria y la sostenibilidad.

Es necesario considerar también, que las nuevas tecnologías, tendieron a modificar sustancialmente la institución museo, desde la forma de interrelación con su público, hasta la visita virtual de diferentes colecciones o recorridos virtuales para poder conocer las salas y el patrimonio en exposición.

Es conveniente señalar que el medio digital conlleva una gran revolución tecnológica en materia museológica, pero existe una confusión en cuanto a la delimitación de sus características y potencialidades.

Por su parte, Berenguer afirma que existen tres atributos del medio digital, ellos "son la espacialización, la ingravidez y la interactividad." (Berenguer como se citó en Bellido Gant & Ruiz Torres, 2012, p. 2)

En cuanto a la espacialización, es aquella lograda por medio:

> de las imágenes sintéticas en movimiento, imágenes generadas por ordenador en varios elementos pequeños y sencillos para obtener otros más complejos, teniendo más relevancia aquéllas que por su contenido llegan a parecer moleculares en su diseño y la conquista infográfica, que trata de la generación de imágenes sintéticas por ordenador. (Berenguer como se citó en Bellido Gant & Ruiz Torres, 2012, p. 2)

En relación al segundo término, la ingravidez o intangibilidad, se relaciona al paradigma moderno en "el cual todo es y no es a la vez." (Berenguer como se citó en

[1] Consejo Internacional de Museos, creado en 1946.

Bellido Gant & Ruiz Torres, 2012, p. 2) Por ello la desmaterialización permite las telecomunicaciones de un punto a otro del planeta tierra.

El tercer atributo mencionado por el autor es la interactividad. Por esto, el espectador puede modificar la manera de recepcionar la obra de acuerdo a su forma de interacción y suponiendo la participación del espectador en la misma.

Por su parte, Rodríguez de las Heras aclara que, el espacio digital estaría delimitado por la pantalla electrónica, "donde la imagen digital que aparece no ofrece una superficie sino una interface activa a través de la cual se establece una triple relación con el mundo real." (Rodríguez de las Heras como se citó en Bellido Gant & Ruiz Torres, 2012, p. 2) En una primera instancia, "el espectador puede interactuar con el mundo digital a través de su mano, utilizando el ratón o cualquier dispositivo similar; el espectador puede intervenir, de una manera superficial, en este nuevo entorno." (Rodríguez de las Heras como se citó en Bellido Gant & Ruiz Torres, 2012, p. 2) En una segunda instancia, "el espectador puede entrar en ese mundo produciéndose una sensación de inmersión total. El último nivel, y más sugerente, consistiría en poder introducirse en ese mundo digital a través de la vida artificial." (Rodríguez de las Heras como se citó en Bellido Gant & Ruiz Torres, 2012, p. 2)

Desde hace algunos años, se habla de la presencia de museos en los medios digitales, fenómeno que cobró mayor relevancia y notoriedad debido a la pandemia COVID-19 durante el año 2020. La participación de estas instituciones en esos medios, posibilitó un acercamiento directo a las obras patrimoniales en tiempo de aislamiento y facilitó la manera de comunicarse con él público.

En otro sentido, allá por el año 1987, Negroponte se preguntaba sobre qué cosas se mantendrían analógicas y auguraba que:

> sólo la conversación en vivo cara a cara y la actuación, que pueden llegar a ser apreciadas nuevamente. El digital es un medio libre de ruidos y apto para corregir errores. No veo razón para que nadie siga trabajando en el terreno analógico -sonido, película, vídeo-, toda transmisión será digital. (Negroponte como se citó en Moreno Sánchez, 2002, p. 50)

Esta aseveración se fue tornando cada vez más real, si observamos el entorno en el cual estamos inmersos.

Los museos como instituciones propias de la modernidad, debieron aggiornarse, indagando estrategias que permitieran afianzar y profundizar vínculos, buscando difundir como en el caso del presente análisis, el patrimonio sonoro, que pueda ser puesto al servicio de la sociedad y que constituya un punto de partida en la cotidianeidad.

Tal como afirma Martín, al referirse al tema de difusión patrimonial, se hace referencia a un proceso que implica "funciones de documentar, valorar, interpretar, manipular, producir y divulgar no ya el objeto en sí, sino un modelo comprensible y asimilable de dicho objeto en su relación con su pasado histórico y su medio presente." (Martín como se citó en Bellido Gant, 2008, p. 45) Por tanto, la difusión entonces, sería explicada por medio de los objetos, permitiendo crear un vínculo relacionado con la actualidad.

Por ello, la difusión debe ser entendida no como la generalización de los elementos que conforman el patrimonio, ni una actividad dedicada a suavizar los contenidos científicos en pos de una comprensión rápida. Debe ser considerada como los actos realizados para darlo a conocer, que pueda ser gozado y comprendido por sus visitantes.

El empleo y utilización de tecnologías permiten democratizar el acceso a la información accediendo en forma rápida al bien patrimonial. Esto admite suprimir las distancias geográficas, ya que, contando con acceso a una computadora con conectividad, se puede acercar la información al público en cualquier momento y lugar.

Dentro de las potencialidades de pensar una exposición, como 100to Radio, en formato virtual se puede mencionar también, la "disponibilidad constante del bien estudiado que redunda en su acercamiento." (Bellido Gant, 2008, p. 46). Esto facilita la aproximación, ya que no es necesario conseguir entradas, depender de un horario preestablecido, los aforos permitidos, las colas, entre otros; con tan solo un clic se puede visitar desde la comodidad hogareña y en cualquier intersticio horario.

Otro aspecto necesario en cuanto a la virtualización del lenguaje, es considerar la inclusión de diversos soportes (audio, audiovisual, textos, imágenes, música) que aproximan "al mundo virtual señalando distintos aspectos que aportarán un conocimiento global del mismo." (Bellido Gant, 2008, p.46)

Es de destacar que pensar la virtualización del lenguaje, no debe estribar en dar sentido a la información que se intenta ofrecer; el trabajo no debe limitarse en verter información en soporte digital (es decir volcar la misma información que podemos encontrar en un folleto tradicional; se deben considerar las potencialidades que ofrece lo virtual, no solo teniendo en cuenta los aspectos del diseño (que también son pertinentes), sino logrando la síntesis que permita equilibrar ambos lados de la balanza, generando un contenido accesible, entendible y que facilite la comunicación.

1.3 Hacia Un Marco Conceptual De Referencia Sobre La Primera Transmisión De Radio En Argentina Y Sus Lenguajes.

Para comenzar este apartado, es preciso vincular la investigación al lenguaje sonoro y lo referente a su conceptualización teórica, como se desarrollará en lo sucesivo.

Desde 2018, año de creación del Museo Institucional Lidia Ferré, se desarrollaban muestras en formato presencial, con diferentes temáticas relacionadas a la vida e historia institucional. El 2020, presentaría un nuevo desafío, vincular la muestra a la historia de la radio en Argentina, ya que ese año el medio llegaría a su centenario. Destacando que el Instituto N° 12 Gastón Gori cuenta dentro de su oferta académica con las carreras de Tecnicatura en Comunicación Social y Tecnicatura en Locución.

Con las siguientes palabras se iniciaba el 27 de agosto de 1920 un hecho inusitado y pionero para la historia de la radiodifusión:

> señoras y señores: la sociedad Radio Argentina les presenta hoy el festival sacro de Ricardo Wagner, Parsifal, con la actuación del tenor Maestri, el barítono Aldo Rossi Morelli, la soprano Sara César, y los bajos Chirino y Poggi, todos con la orquesta y el coro del teatro Constanza, de Roma, dirigidos por el maestro Félix Von Weingartner. (Ulanovsky, 2020, p.17)

Aquella transmisión cambiaría la vida de la radiodifusión, convirtiéndose en la primera del mundo concebida para "difusión permanente, con continuidad artística y dirigida a todo público." (Ulanovsky, 2020, p.17) Uno de los hechos que también la tornan ejemplar, es que se llevó a cabo desde la azotea del teatro Coliseo de Buenos Aires (con recursos muy rudimentarios, pero con todo el ímpetu de quienes realizan una proeza); la trasmisión duró tres horas y fue escuchada por aproximadamente unos 50 oyentes que poseían receptores de piedra galena. Luego volvieron a realizar emisiones el día "28 de agosto y en jornadas sucesivas con la reproducción desde el mismo teatro, de otras óperas como Aída, Iris, Rigoletto, Manón, Nina y la repetición de Parsifal." (Ulanovsky, 2020, p.17)

Los precursores fueron conocidos como los locos de la azotea, cuatro jóvenes amigos, "melómanos, radioaficionados, médico uno de ellos y estudiantes de medicina los otros tres." (Ulanovsky, 2020, p.17) El doctor era Enrique Telémaco Susini (especialista en otorrinolaringología), sus tres compañeros de aventuras fueron Miguel Mujica, César Guerrico y Luis Romero Carranza.

Así fue que con el correr de los años, la transformación de un medio al que muchos pregonaron decadente, continua con gozante lozanía, llegando en 2020 a cumplir sus primeros y joviales 100 años.

Recuperando el eje concerniente a este apartado, centraremos la atención sobre los lenguajes sonoros que son parte fundamental en la esencia de la muestra 100to Radio. Iniciando el análisis en torno a las teorías de la comunicación, Fernández (1999) propone que el dispositivo mediático se suele tener como preocupación central y es tenido en cuenta como lo dado, dejando de lado su situación en cuanto a "lo institucional o lo discursivo." (p.33)

En este sentido, el autor aclara que el primero en establecer "una diferenciación rigurosa entre dispositivos técnicos y los lenguajes que pueden soportar, referida a los medios electrónicos, haya sido Umberto Eco." (Fernández, 1999, p.33) Estableciendo que, se produce así una necesaria distinción entre "un dispositivo técnico y su reconocimiento y despliegue desde una perspectiva estilística." (Fernández, 1999, p.33)

Ahora bien, la radio está ligada al progreso histórico en el plano de la radiofonía, como así también al de la telefonía inalámbrica. Fernández expone la siguiente aproximación "definir a la materia de la expresión, que circunscribe la facultad discursiva de un medio, como el conjunto de las restricciones y posibilidades discursivas que establecen los dispositivos técnicos utilizados para la comunicación." (Fernández, 1999, p.37)

La denominación de medio propuesta por el autor es "todo dispositivo técnico o conjunto de ellos que -con sus prácticas sociales vinculadas- permiten la relación discursiva entre individuos y/o sectores sociales, más allá del contacto cara a cara." (Fernández, 1999, p.37)

Entonces, el sitio "de todo dispositivo técnico mediático en el universo de lo discursivo" (Fernández, 1999, p.37), se define como el terreno de transiciones que genera en todas sus dimensiones la interacción comunicacional. Por lo antes expuesto, es que se destacan dos aspectos, por un lado, el relacional, aquel que posibilita vincular de diversas maneras a emisores y receptores; por otro lado, están las dimensiones de tiempo y espacios sociales, logrando diferenciarlas del medio utilizado.

Por lo hasta aquí expuesto, Fernández propone para realizar este tipo de análisis, no poner el énfasis solo en las características técnicas (específicamente) de los dispositivos empleados, sino también en los resultados que obtenemos del empleo de esos dispositivos y su contribución al campo discursivo.

Por ello, pensar lo radiofónico y las características de su discurso específico permitirán vislumbrar un acercamiento al apasionante mundo de este medio.

1.4 Pensar Lo Radiofónico.

La radiofonía es mucho más que voces, música y sonidos; sin dudas el medio logró sobrevivir tantos años debido a la combinación correcta de esos elementos y los distintos géneros que le fueron aportando un sinfín de relatos; así como también la posibilidad de empatizar y acompañar a sus oyentes en cada momento de la jornada con sus diversos estados de ánimo, sensaciones y emociones. Otra de sus funciones es la social, en aquellos lugares recónditos donde solamente este medio es el único que posibilita el contacto y forma de comunicación, ya que muchos de estos carecen del servicio eléctrico, internet, entre otros. La radio es también aquella que entre medio de las catástrofes se hace presente como forma de sostenimiento ante dolor y brindando la información particularmente necesaria. Coincidiendo con lo expresado por Haye (2000) "la radio es una experiencia a través de la cual los individuos producen cultura, situación que la distingue de un simple instrumento y de los productos culturales. Las radios son productoras y modeladoras de cultura". (p.12)

Por su parte, las prácticas de comunicación que pone en escena la radio, se transforman en un "espacio de negociación y creación de identidades;" (Haye, 2000, p. 12) que permiten establecer un ida y vuelta entre el medio (que genera contenidos) y la comunidad de oyentes, donde se generan ideas y valores.

De acuerdo con McQuail (1994), la radio está entramada por varios hilos que componen la urdimbre. Dentro de esos hilos que menciona el autor, podemos referirnos a "las circunstancias y la forma de su distribución y recepción,"(p.25) si nos remitimos a la radio específicamente, hablamos de un contenido múltiple, dónde los oyentes tienen una diversidad de materiales a disposición. Existe gran número de géneros, entre los que pueden mencionarse el informativo, el interpretativo, el dramático, el de opinión, entre otros. Por su parte "los géneros, a su vez, disponen de un amplio espectro de alternativas o estructuras, que llamamos formatos." (Haye, 1995, p.20)

Siguiendo en esta línea de análisis, Haye (1995) también establece la necesidad de centrar la atención en la recepción como un acto individual o colectivo. En los inicios de la radio la misma, contaba con baja tasa de oyentes debido a la escasa cantidad de equipos y los existentes daban la posibilidad de escucha mediante auriculares, tornando la recepción individual. Los años sucesivos, conllevan una llegada masiva, una postal repetida por ese entonces, era la de la escucha hogareña, en familia, con vecinos y amigos en torno al equipo receptor (por ese entonces ocupaba un sitio preferencial, ya que además de lo mencionado, su tamaño era notablemente importante, recordemos que los equipos

eran eléctricos y a válvula). Con el transcurrir del tiempo, llegó "la transistorización y la miniaturización de los aparatos," (Haye, 1995, p.20) esto trajo una accesibilidad económica para poder adquirir una radio personal, así comienza a trazarse el hábito que fue aumentando exponencialmente el número de oyentes. Llegando a la actualidad con la posibilidad de tornarla más portable aún, ya que cada teléfono celular cuenta con aplicaciones que facilitan recibir diferentes frecuencias y dispositivos que permiten la conectividad instantánea con cualquier parte del mundo. Incorporándose fenómenos comunicacionales como los podcasts, que no serán tema de investigación del presente trabajo, pero que es importante mencionarlos, ya que dentro de la aplicación desarrollada para esta tesis se puede acceder a tres episodios de ellos y sus respectivos guiones técnicos.

Otro de los hilos que postula McQuail (1994), es "la dimensión política" (p. 26), esto implica "tanto las tendencias de la autoridad exterior a limitar y regular el medio, como cualquier otra tendencia interior al mismo medio, de carácter crítico, inconformista o restrictivo." (Haye, 1995, p.21)

McQuail establece, que un factor muy importante en materia de radio fue el elevado grado de regulación o supervisión de las autoridades, en un primer momento en lo que atañe a lo técnico, luego por mezcla de decisiones democráticas (o como el caso de Argentina, contextos totalitarios por momentos).

El tercer hilo al que refiere el autor, tiene que ver con los "valores culturales y sociales". (McQuail, 1994, p.28). Permitiendo hacer una distinción entre lo real y la utopía.

Ahora bien, ante la pregunta sobre ¿qué es la radio?, podemos teorizar que es un medio que transmite mensajes por medio de la tecnología. Pero existe más de una manera de definirla. Las variantes radican en las diferencias con el lugar desde donde "se la observa, el modo como se la piensa, la manera como se la enseña." (Haye, 1995, p.27)

Desde la perspectiva de Haye, podemos observar dos planteos para poder analizar los radiofónico. Por un lado, encontramos a la radio concebida como un medio de difusión, es decir un medio transmisor de mensajes con claros objetivos. De acuerdo con el autor, "este modelo predominó en América Latina hasta mediado de los años setenta. Tras de este modelo, existe un modelo informacional o instrumental que venía gestándose desde la década de los cuarenta." (Haye, 1995, p.27) Aquí, se centran los mensajes entre emisor y receptor, no precisamente en forma vertical o desde arriba hacia abajo, simplemente con un carácter no lineal, un modelo de tipo o carácter comercial. Lo

descripto se vincula a la perspectiva funcionalista, mostrando dos tendencias. La primera "estrictamente funcionalista: la radio es un medio capaz de vehiculizar contenidos para cambiar actitudes (vender, convencer, educar y hasta liberar pueblos)". (Haye, 1995, p.27) La segunda tendencia, vincula a "la radio como un medio de imposición: la radio es manipuladora, está ligada al poder, es un medio de dominación". (Haye, 1995, p.27)

Por otra parte, Haye plantea pensar a la "radio como práctica significante." (Haye, 1995, p.28) Aquí ya no se está hablando de un canal por el cual emitir contenidos, sino un lugar

donde intervienen diversos actores que ponen en escena diferentes competencias a la hora de generar sentido. Por esto, se deja de lado el esquema de emisor activo - receptor pasivo, en esta nueva manera de comprender el circuito se está retroalimentando permanentemente. Por esto, "el sentido no circula, no es algo que se trasmite de un lado al otro de manera lineal, sino que es producto de una labor comunicativa, de una interacción entre sujetos activos" (Haye, 1995, p.28) que se ubican en distintos roles o lugares de poder.

Es así que, las emisoras ahora productoras, proponen un terreno de sentidos; por su parte los receptores actualizan el sentido (a través de sus expectativas e intereses y sus competencias comunicativas). Por ello, esta práctica comunicativa y radiofónica, se transforma en un espacio "de negociación y de creación de identidades, porque se ponen en juego adhesiones, imaginarios, rasgos culturales que constituyen a los sujetos." (Haye, 1995, p.28)

Por tanto, la audiencia de la radio no es fin de un proceso sino parte necesaria de la práctica comunicativa, y se encuentra en todo momento en las estrategias de producción y emisión. Haye (1995) establece que, dentro de esta línea de pensamiento, la radio puede ser entendida como una "experiencia cultural," (p.28) ya que los individuos "producen cultura." (p.28) Se puede establecer entonces que los medios producen y modelan cultura.

El medio radiofónico comunica, acerca y expone hechos, acontecimientos, personalidades y con esto hace una puesta en común; generando un terreno de experiencias compartidas. Además, plantea que "compartir es un requisito para significar. Por tratarse de un medio masivo, los significados y los sentidos que vehiculiza la radio son sociales, atañen a varios o muchos" (Haye, 1995, p.33)

Pensar en lo radiofónico, conlleva además pensar en aquellos elementos que componen el discurso. Aquí nos encontramos con palabras, sonidos, música y silencios,

es necesario que todos se equilibren en su justa medida para obtener el mensaje radiofónico deseado.

Como corolario de las reflexiones en torno a la radio, recuperando lo planteado por Haye (1995), es necesario considerar el pasado recuperando aquellos aspectos positivos que valgan ser repetidos. En esa construcción permanente es necesario no olvidar los aspectos normativos y estéticos, buscando amasar "sueños, diseñando amaneceres en los que una voz amable nos anuncie el comienzo de una nueva jornada. (p. 222)

Iniciando el análisis por la virtualización del lenguaje sonoro y el marco referencial presentado en este capítulo, se intentará analizar el contenido de la muestra 100to Radio y como los actores intervinientes construyeron sentido a partir de la implementación de diversos recursos narrativos y tecnológicos. Destacando en términos de Dujovne (1995) en relación a los museos, su fin último es tratar de concretar la visibilidad de la historia, los hallazgos y las creaciones, para que el mismo torne más placentera la vida y el acercamiento al patrimonio.

1.5 Convergencia Multimedia En Los Museos.

Vivimos en una sociedad de cambios vertiginosos y atravesada por el permanente desarrollo de los medios de comunicación, que nos permiten hablar de la sociedad de la información, los museos son permeables a este tipo de avances y para ello se analizará la categoría conceptual de convergencia mediática que permita profundizar en el análisis.

La convergencia mediática puede ser entendida como la posibilidad de diferentes plataformas de red de ofrecer servicios o señales diferentes y la posibilidad del mismo dispositivo de poder recibir esos servicios. Es un concepto donde los medios y los lenguajes están todos en un mismo espacio, es decir todo converge en un mismo equipo.

La misma, fue posible gracias a algunos acontecimientos que definieron su evolución en la sociedad. Entre ellos se puede mencionar el gran avance en materia tecnológica, en el plano de telecomunicaciones, electrónica, informática, etc.

Otros aspectos que permitieron su crecimiento y desarrollo, fueron la globalización económica, como así también las modificaciones en las mentalidades, hábitos y consumos culturales de las sociedades.

De acuerdo con Jenkins (2008), "esta circulación de los contenidos mediáticos (a través de diferentes sistemas mediáticos, economías mediáticas en competencia y fronteras nacionales) depende enormemente de la participación activa de los consumidores". (p.15) El autor establece que la idea de convergencia debe ser concebida

“como un proceso tecnológico que aglutina múltiples funciones mediáticas en los mismos aparatos”. (Jenkins, 2008, p.15) No obstante, cuando se habla de convergencia se habla de la representación de un cambio cultural, que permite a los consumidores conseguir información y posibilitar “conexiones entre contenidos mediáticos dispersos”. (Jenkins, 2008, p.15)

Por su parte, Salaverría (2003) incorpora cuatro dimensiones que se articulan entre sí y permiten pensar la convergencia, entre las que menciona están: la empresarial, la tecnológica, la profesional y la comunicativa.

En cuanto a la dimensión empresarial, establece que hay un marcado proceso de generación de medios, como así también la manera en que los mismos organizan lo económico y lo editorial. Por ello, “la aparición de internet como nueva plataforma para el periodismo, ha obligado a revisar los modelos de articulación de los medios en el seno de los grupos de comunicación.” (Salaverría, 2003, p. 33)

La segunda dimensión es la tecnológica, de acuerdo a Salaverría (2003) esta tiene una estrecha vinculación instrumental, en el transcurso de estos años (en su trabajo refiere al ámbito de la prensa, pero claramente puede aplicarse en sentido amplio). La digitalización e internet, potenciaron nuevas maneras de hacer y difundir contenidos y los museos no son esquivos a este panorama.

Conforme a esto, los “receptores digitales” (Salaverría, 2003, p.33) experimentan un vertiginoso “proceso de convergencia” (Salaverría, 2003, p.33), que se distingue por la creación de “dispositivos móviles, interactivos y con capacidad para reproducir contenidos multimedia". (Salaverría, 2003, p.33)

Sobre la tercera dimensión, la profesional, el autor aclara que tanto la primera como la segunda impactan estrechamente en la labor, tornándola más exigente, un trabajo más veloz, que emplea nuevas técnicas en materia digital, para así “dominar los códigos tanto textuales como audiovisuales para la elaboración de contenidos multimedia”. (Salaverría, 2003, p. 33)

Por otra parte, Area Moreira (2012) establece que:

> hoy en día, en esta segunda década del siglo XXI, un sujeto culto –es decir, alfabetizado en las nuevas formas culturales–, además de leer y escribir textos impresos, debe ser capaz también de interactuar con un sistema de menús u opciones mediante un teclado, un ratón o una pantalla táctil, saber navegar a través de documentos hipertextuales sin perderse, conocer los mecanismos y procedimientos para grabar imágenes, procesarlas y difundirlas en un sitio web, poseer las destrezas para buscar y encontrar en la Red aquel dato o información que necesita para resolver un problema, saber discriminar y otorgar significado a

> las numerosas informaciones que llegan diariamente por múltiples medios, escribir un documento y enviarlo por correo electrónico o por SMS, participar en un foro expresando su opinión, y, en fin, subir fotos, vídeos o presentaciones para compartirlos con otras personas en una red social, etc. (p.15)

El desarrollo tecnológico, la digitalización y el uso de pantallas principalmente, cambiaron las maneras de relacionarse con las nuevas tecnologías. Surgiendo así, otras formas de consumo, producción y trabajo que perfilan escenarios novedosos que son permeables para pensar las sociedades digitales y las experiencias en relación a la movilidad.

De las dimensiones antes explicitadas, se desprende una cuarta y última que es la comunicativa. La convergencia creó nuevas posibilidades en materia de lenguajes digitales, destacando que hasta el inicio de internet no existía ninguna plataforma que facilitara la propagación de mensajes que amalgamaran lo textual y lo audiovisual, permitiendo al usuario su intervención y participación y en la actualidad en tiempo real (cómo se genera por ejemplo con la utilización de redes sociales). Todo esto conlleva una verdadera revolución digital, creando un ambiente propicio en materia multimedial. Las herramientas tecnológicas fueron reforzando algunos aspectos del movimiento histórico y dejándolo expuesto. Por su parte Sibilia, establece que estas herramientas técnicas no son estáticas en el tiempo, como así tampoco neutrales, todo dependerá del uso que se realice de las mismas. Por ello:

> de modo que las tecnologías no son neutras porque son históricas y, justamente por eso, cargan consigo una serie de creencias y valores propios de su época. Todos los artefactos, desde un simple martillo hasta la más sofisticada nave espacial, si bien se pueden usar para hacer muchas cosas, no es cierto que se puedan usar para hacer "cualquier cosa". Cada herramienta supone, propone y estimula ciertos modos de usarla (y no otros), que a su vez implican determinados modos de vivir (y no otros). (Sibilia, 2021, p.4)

Por lo expuesto hasta aquí, se puede esbozar que “la integración multimedia en todas sus dimensiones” (Salaverría, 2003) exige tres aspectos fundamentales que son planificación, innovación y formación. Por esto, la “convergencia multimedia” (Salaverría, 2003) debe tender a optimizar recursos generando productos atractivos, precisos y adecuados para los nuevos públicos/ visitantes emergentes.

Capítulo 2
El museo incorpóreo

El Museo Incorpóreo

2.1 Análisis De Usabilidad E Interface

Se propone para comenzar el recorrido de este capítulo, recuperar algunas categorías conceptuales como la de usabilidad planteada por Mordecki (2012), que la establece como una disciplina que debe construir algo imperceptible que posibilita funcionalidades que serán empleadas fácilmente por los usuarios. Ahora bien, cuando los usuarios deben utilizar herramientas informáticas, sean estas una aplicación o un sitio web, se deben enfrentar "con problemas que provienen de dos orígenes distintos: los que son propios de la tarea que está desempeñando y los que surgen del uso de la propia herramienta y son por tanto ajenos a la tarea". (Mordecki, 2012, p.3) El escenario perfecto sería, según el autor aquel dónde no se tuvieran inconvenientes que provengan de la herramienta. Por tanto, al referirnos a usabilidad, hablamos de:

> reducir al mínimo las dificultades de uso inherentes a una herramienta informática, analizando la forma en que los usuarios utilizan las aplicaciones y sitios Web con el objetivo de detectar los problemas que se les presentan y proponer alternativas para solucionarlos, de modo de que la interacción de dichos usuarios con las aplicaciones y sitios Web sea sencilla, agradable y productiva. (Mordecki, 2012, p. 3)

Dentro de los atributos de la usabilidad, nos encontramos con algunos aspectos imprescindibles a tener en cuenta, como, por ejemplo:

- Todas las interfaces pueden ser utilizadas, incluso las más complejas y rebuscadas, "la usabilidad es un atributo de calidad." (Mordecki, 2012, p. 4)
- Los inconvenientes de usabilidad no son tan trágicos, los mismos no se traducen en obstáculos o inconvenientes, solamente puede provocar que los usuarios abandonen el sitio sin demasiados rodeos.
- Mordecki (2012), establece que, no hay una solución específica para los problemas de usabilidad; lo que es preciso entonces, es la detección del problema, la propuesta de una solución concreta que este acompañada de un trabajo metódico que emplee la Usabilidad en los procesos habituales, como forma de emplearla a largo plazo.

De lo expuesto se desprende, que el eje de la usabilidad debe estar entonces en "hacer menos interfaz" (Mordecki, 2012, p. 4), la atención del usuario debe estar destinada a la tarea y no al revés.

Los sitios web que son sencillos en su usabilidad, conllevan aspectos positivos a la hora de desarrollar un proyecto. Entre ellos, se puede mencionar:

- "Usuarios más satisfechos" (Mordecki, 2012, p. 5), que pueden lograr sus objetivos fácilmente y con poco esfuerzo.
- "Usuarios más fieles" (Mordecki, 2012, p. 5), que emplean el sitio o aplicación una y otra vez e investigan sus funcionalidades.
- "Menor costo de soporte y mantenimiento" (Mordecki, 2012, p. 5), esto conlleva menos inconvenientes para la utilización de sus usuarios y menor ayuda de un soporte, lo ideal es realizar aplicaciones que sean usables al momento de construirlas.

Por otra parte, es de vital importancia la percepción en cuanto a la interacción que debe tener el usuario; es decir que el acento debe estar "en la capacidad del usuario de recibir a través de sus sentidos los estímulos que el sistema genera, decodificar e interpretar estos estímulos y actuar en consecuencia." (Mordecki, 2012, p. 9)

Ahora bien, es necesario tener en cuenta que el diseñador de la interfaz debe considerar al menos dos aspectos, por un lado, conocer su disciplina y por otro conocer a fondo "el dominio de la tarea que el usuario realizará con el sistema." (Mordecki, 2012, p. 9)

Al respecto, Scolari (2019) aclara que, "una interfaz es una red de actores humanos y tecnológicos que interactúan y mantienen diferentes tipos de relaciones entre sí." (p.1)

El autor propone en este sentido un análisis a partir de las leyes de interfaz, una suerte de principios en los que se basa para tratar de comprender, interpretar y entender su funcionamiento.

Ahora bien, las premisas establecidas por Scolari (2019) son: la interfaz es el lugar de la interacción; las interfaces no son transparentes; conforman un ecosistema; evolucionan; las mismas coevolucionan con sus usuarios; no se extinguen; se transforman; si una interfaz no puede hacer algo, lo simulará; están sometidas a las leyes de la complejidad; el diseño y uso de una interfaz son prácticas políticas; las mismas son el lugar de la innovación.

Para el caso de la exposición virtual 100to Radio, tanto estudiantes como docentes de la Tecnicatura en Museología y Gestión Patrimonial, trabajaron en la construcción de la arquitectura web de la interface para el Museo Lidia Ferré. Al comenzar el cursado del ciclo lectivo 2020, el mundo se vio de manera inusitada e impensada sumergido en la

pandemia de COVID-19, lo cual conllevó a reorganizar la educación, las formas, y también los medios para el desarrollo adecuado del cursado. Ciertamente, recuperando el planteo de Vicent (2020) "cuando el mar se ve azotado por un temporal, a la tripulación del barco siempre le queda el consuelo de saber que tarde o temprano obedecerá a su nombre y pasará, porque es temporal." Ese temporal implicó repensar estrategias para llevar adelante lo planificado en torno a los 100 años de la radio, ya que el panorama avizoraba turbulencias y los horizontes se presentaban un tanto nubosos y difusos.

En primer lugar, luego de numerosas reuniones por videollamadas a través de google meet y de los ajustes necesarios para dar forma a la investigación, se definió trabajar con

WordPress; un sistema de gestión de contenidos con código abierto (lo que implica que el software puede ser modificado por cualquier persona ya que es autoadministrable y gratuito) y brinda la posibilidad de trabajar con recursos y plantillas. Este sistema de administración de contenidos fue la herramienta que facilitó aspectos importantes y necesarios del sitio; fundamentalmente porque los estudiantes no tenían conocimiento en materia de programación. Dentro de las potencialidades que se consideraron en torno a WordPress, se puede mencionar la posibilidad de actualización periódica y la opción de localizar los contenidos de forma ordenada y cronológica al estilo de un blog (en primer lugar, los contenidos recientes y por último los más antiguos).

Se trabajó con PHP, un lenguaje de código abierto, conveniente para desarrollo web y que puede incrustarse en HTML.[2]

Esta herramienta facilitó la creación de un sitio web que brindara accesibilidad al público visitante, como así también la implementación de diferentes tipos de piezas comunicacionales que facilitaran un acercamiento a la temática de la exposición.

Por ello, recuperando el planteo de Mordecki (2012) "el diseñador de la interacción debe ayudar al usuario a percibir la interfaz del sistema de tal manera que sea capaz de modelar en su cerebro la forma más útil de utilizarla." (p. 10)

Entonces, entre el individuo (visitante en este caso) y el sistema en el que debe acontecer la interacción, se debe generar un "proceso continuo en el que el usuario percibe las señales que emite el sistema" (Mordecki, 2012, p.11), las mismas deben ser decodificadas y volver a generar señales que permitan comenzar el ciclo nuevamente.

[2] Código abierto significa que es de uso libre y gratuito para todos los programadores que quieran aplicarlo. Incrustado en HTML significa que en un mismo archivo vamos a poder combinar código PHP con código HTML, siguiendo algunas reglas.

Ahora bien, el usuario no interacciona con toda la máquina, sino que está en contacto con su interfaz; con aquello que puede percibir. Por ello, el diseño de interacción de las interfaces puede ser sintetizado en cuatro aspectos fundamentales, a saber:

- Usabilidad, anteriormente desarrollada;
- Accesibilidad: que es "el conjunto de tareas destinadas a brindar acceso universal a la aplicación, lo que implica permitir que todos los individuos puedan utilizarla independientemente de sus capacidades físicas, técnicas o cognitivas." (Mordecki, 2012, p.11)
- Arquitectura de la información, es lo que implica una recuperación de la información por medio de la navegabilidad o la búsqueda.
- Diseño Gráfico, es aquel que ordena visualmente la interfaz, dando una disposición también a los diferentes elementos que se presentaran en la pantalla.

Teniendo en cuenta la presentación general del sitio web del Museo Lidia Ferré, se puede aclarar que el mismo tiene fines educativos y de divulgación patrimonial, poniendo a consideración de sus visitantes las exposiciones realizadas desde su inicio hasta la actualidad. El énfasis del análisis de esta tesis en particular, centra su trabajo en la exposición 100to Radio, a partir de la cual se inaugura la interface y su presentación en formato virtual.

Otro aspecto destacable, es que toda la labor llevada a cabo, permite articular las prácticas profesionalizantes para los futuros Técnicos en Museología y Gestión Patrimonial.

Ahora bien, en cuanto a la interface, es pertinente aclarar que la misma deviene de un trabajo meticuloso, elaborado y pensado para que los usuarios tengan una experiencia adecuada y satisfactoria dentro del sitio web.

Al comenzar a perfilar los primeros pasos y dar orden a la investigación, ideas y actividades iniciáticas, fue primordial definir el rol del sitio web, tratando de dilucidar con claridad aquello que se intentó reflejar, es decir tener una visión clara de los objetivos planteados para el mismo.

También fue esencial definir el público a quien se ofrecerían los contenidos, esto permitió precisar un tipo de interfaz adecuada para el mensaje de la exposición.

Teniendo en cuenta lo planteado por Mordecki (2012), otro aspecto a considerar es el escenario en el cual los usuarios utilizaran el sitio; el autor aclara que será preciso "intentar describir cómo es el entorno y la actitud con que lo utilizarán," (p. 32) ya que

no es lo mismo quien dispone de un tiempo prudencial para realizar la visita, de aquellos que la recorrerán de manera apresurada, veloz o superficialmente. En síntesis, se puede aclarar que el escenario, es la posibilidad de generar una descripción de situación y contexto en el que se creará la interacción de los usuarios con el sitio.

Además, se debió tener en cuenta en la construcción de la interface, definir el alcance que implica también "conocer los objetivos y expectativas de los usuarios que visitarán el sitio desde su propio punto de vista." (Mordecki, 2012, p. 37) Esto permitió, establecer los contenidos y herramientas que debían estar presentes; de esa manera se determinó aquello que podrían hacer y leer los visitantes del sitio.

Ahora bien, cuando los aspectos antes mencionados ya habían sido previstos, fue tiempo de dar paso a la construcción de la arquitectura de la información, aquella herramienta que facilitó "definir y ordenar el contenido de modo de hacer más fácil para el usuario su uso y ubicación". (Mordecki, 2012, p. 38) Fue preciso entonces, establecer la arquitectura de la información, que sería la base que posibilitaría la forma de navegación del sitio. En este sentido se puede establecer que el Museo Virtual Lidia Ferré, presenta una navegación global, exhibiendo "la división más general de la información del sitio," (Mordecki, 2012, p. 40-41) correspondiéndose con el nivel "de primer orden de la taxonomía." (Mordecki, 2012, p.41)

A continuación, se detalla en forma de planillas una evaluación realizada sobre la interface del Museo Lidia Ferré http://instituto12.com.ar/museolidiaferre/, teniendo en cuenta aspectos como amigabilidad de la misma, los contenidos abordados, interactividad y nivel comunicativo.

Cuadro 1

Amigabilidad de la interface de usuario

	SI	MEDIO	POCO	NADA	NC
La interface de usuario no opone ninguna resistencia a la navegación por el multimedia				✓	
Se puede regresar con facilidad al menú principal después de haber salido de él	✓				
El acceso a los distintos menús es fácil	✓				
Los iconos son suficientemente grandes y fáciles de seleccionar	✓				
Puede ser utilizado el multimedia sin un conocimiento amplio del funcionamiento de los ordenadores	✓				
Los iconos permiten reconocer con facilidad las funciones o procesos que representan	✓				
Los aspectos gráficos de las pantallas y de los menús son agradables	✓				
Las imágenes y animaciones se presentan en el momento adecuado	✓				
Los sonidos son los adecuados, además de agradables	✓				
El diseño es motivador para el recorrido del usuario	✓				

La interface es uniforme, es decir, con similitud de uso, configuración y estilo de las distintas pantallas	✓				
Se identifican fácilmente los distintos niveles de navegación	✓				
El multimedia permite ir a todo punto de la aplicación en cualquier momento	✓				
El multimedia permite salir de la aplicación en cualquier momento	✓				
Las zonas con vínculos están bien identificadas en todo momento	✓				
Los iconos reaccionan rápido a las acciones de las personas usuarias	✓				
Las animaciones no son pobres, pero tampoco parece una feria el multimedia	✓				
Los estímulos lanzados a las personas usuarias están perfectamente sincronizados	✓				

Cuadro 2

Contenidos abordados

	SI	MEDIO	POCO	NADA	NC
La información que contiene es relevante	✓				
La información que contiene es pertinente	✓				
La información que contiene es actual	✓				
La información que contiene es necesaria	✓				
La información que contiene está bien organizada.	✓				
La información no se transmite en forma monótona			✓		
El conjunto de mensajes se percibe como un todo relacionado	✓				
Los contenidos están libres de contravalores culturales, sexistas, étnicos o religiosos.	✓				
El multimedia permite desarrollar habilidades y destrezas específicas del tema que trata	✓				
Se ejercitan suficientemente los contenidos para facilitar el afianzamiento de lo aprendido	✓				
No hay errores ni omisiones notorias en la información			✓		
Plantea o insinúa estudios de casos o problemas que las personas usuarias pueden seguir desarrollando después	✓				

Cuadro 3

Interactividad multimedia

	SI	MEDIO	POCO	NADA	NC
Tiene distintos niveles adaptables a las habilidades y conocimientos de las personas usuarias	✓				
Hay forma de establecer que trabajo ha realizado cada persona en el multimedia	✓				
Captura y retiene durante el tiempo suficiente la atención de las personas usuarias	✓				
La intervención de las personas usuarias refuerza la comprensión del mensaje transmitido	✓				
Las respuestas de interactividad que ofrece el multimedia no se quedan sólo en pasar de una pantalla a otra o en una mera imitación de acciones, sino que propicia una participación activa con decisiones de las personas usuarias		✓			
Las personas usuarias no tienen la sensación de poder participar, pero no lo hacen porque la aplicación multimedia no se lo permite			✓		
La interactividad del multimedia refuerza el mensaje mismo		✓			
No hay áreas aparentemente sensibles que equivocan a las personas usuarias				✓	

Cuadro 4

Nivel comunicativo del sitio

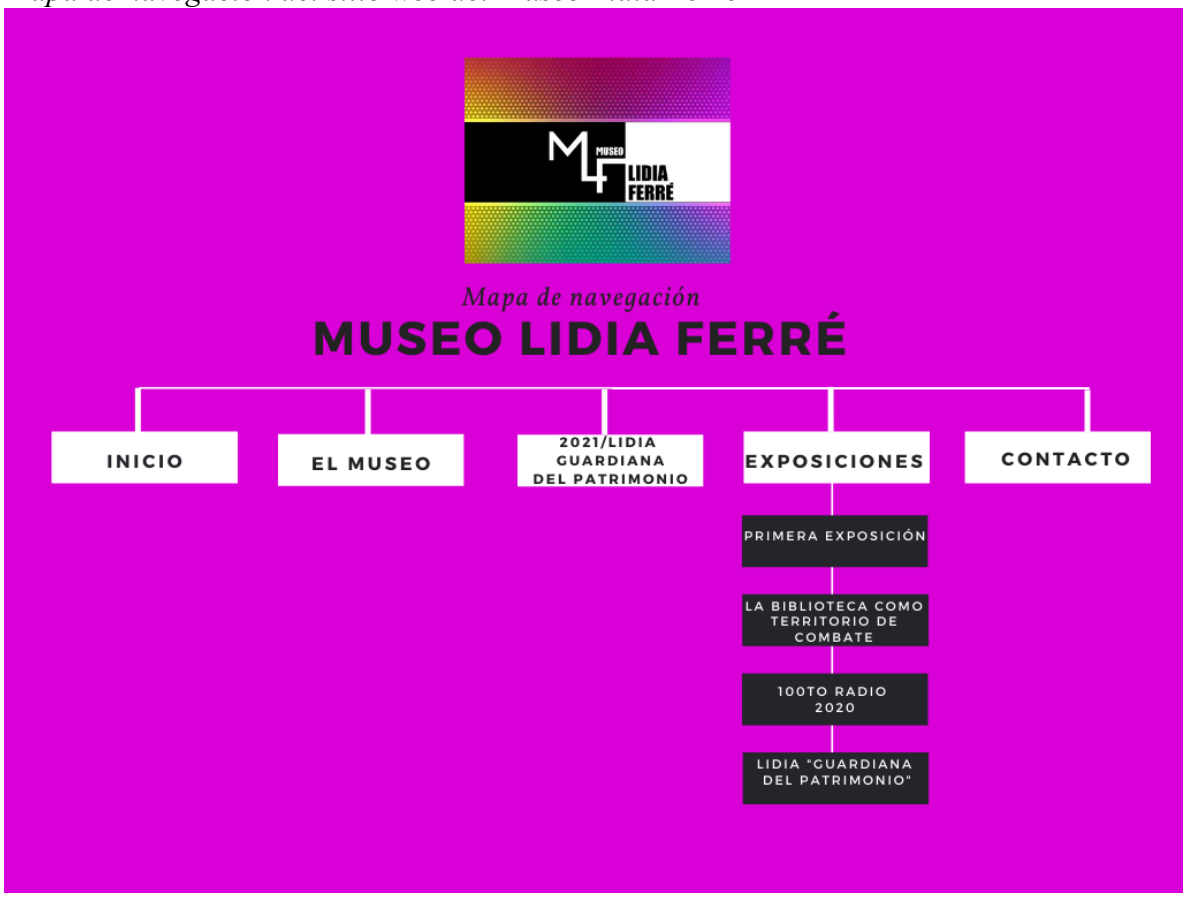
	SI	MEDIO	POCO	NADA	NC
Las personas usuarias tienen la sensación de navegar libremente por la aplicación multimedia	✓				
Siempre las personas usuarias saben lo que han trabajado y lo que les queda por trabajar	✓				
Las personas usuarias pueden ir hacia adelante o hacia atrás en cualquier momento, así como a cualquier punto del multimedia	✓				
Aunque las personas usuarias del multimedia no actúen, en éste sucederá siempre algo para mostrar su vitalidad		✓			
No tiene botones desactivados o que no respondan a las expectativas de las personas usuarias				✓	
La información presenta recursos que establecen lazos afectivos con las personas usuarias	✓				
Se observa preocupación por cambiar a las personas usuarias				✓	

2.2 Mapa Del Sitio

El sitio presenta una organización jerárquica de la información, es decir que la misma es establecida en forma de árbol. Dentro de la pantalla de inicio se puede observar un menú, luego a medida que se ingresa se puede ir navegando en esas ramas que propone y según sea el título al que se ingrese, permite navegar por el contenido y cuando se precise pasar a otro tema no necesariamente se debe retomar el menú principal. A continuación, se presenta mapa de navegación del sitio.

Cuadro 5

Mapa de navegación del sitio web del Museo Lidia Ferré



2.3 Evaluación Global Del Sitio Web Del Museo Lidia Ferré.

La misión del Museo del Instituto Nº 12 Gastón Gori es preservar y poner a disposición de sus estudiantes y visitantes una colección de bienes tangibles e intangibles, como así también de artefactos y soportes tecnológicos que pertenecieron en el transcurso de los setenta años de vida de la institución. El mismo, cuenta además con bienes tales como materiales discográficos, bibliográficos y tecnológicos, donados por docentes y ex docentes de la casa de estudio. A su vez, ese material permite poner en acción las prácticas profesionalizantes de los estudiantes de la carrera.

Se destaca también que este ámbito patrimonial cobró vida, a partir de 2018, por iniciativa institucional con el permanente vínculo con la carrera de Tecnicatura en Museología y Gestión Patrimonial que allí se dicta.

Durante el año 2019, la comunidad educativa definió que el museo tuviera el nombre de Lidia Ferré, como homenaje y referencia a una de las personalidades significativas para la vida académica, ya que Lidia fue docente y regente del Instituto Nº 12; además fue Profesora en Artes Visuales y Licenciada en Museología. Sus aportes en materia patrimonial incluyeron relevamientos, presentaciones y exposiciones sobre el acervo de la región; parte de este material fue publicado en diversas revistas científicas y en medios de comunicación de la región.

El sitio web del museo, pretende poner a disposición y alcance de sus visitantes el patrimonio institucional y la presentación de las diferentes exposiciones que se llevan a cabo desde su creación hasta el presente. Como se afirma dentro del sitio, la misión del mismo es "reconstruir las memorias del Instituto Superior Nº 12 Gastón Gori mediante la indagación permanente de su historia, los orígenes y evolución de la institución." (Museo Lidia Ferré, s.f.)

Para poder profundizar en algunos aspectos referidos al trabajo con la interface se procedió a realizar entrevistas en profundidad con estudiantes y docentes que llevaron a cabo la organización del trabajo conjunto.

Ante la pregunta sobre cómo se fue configurando el proceso de construcción de la interface para el museo y la presentación virtual de la exposición 100to Radio, una de las estudiantes manifestó:

> el proceso de adaptación no alteró el trabajo estructural que ya veníamos desarrollando desde el año lectivo previo a la pandemia, sólo tuvimos que explorar diversas alternativas aplicadas a nuestros recursos (y conocimientos) tecnológicos limitados.
>
> Por otra parte, había que generar un núcleo que contuviera esos tópicos: la exposición (o los pasillos del edificio, si fuera la exposición convencional) alojando, a su vez, en un sitio web del Museo virtual; anclándose al sitio web del Instituto. Esta labor, considerando la escasa experiencia del alumnado fue un desafío. Rescato aquí la importancia de la cátedra de TIC aplicadas a museos, donde tuvimos oportunidad de familiarizarnos y utilizar herramientas tecnológicas acordes a nuestras necesidades.
>
> Al tomar la decisión de digitalizar la exposición, a través del sitio web del Museo para que alojara la misma, implicaba que tuviéramos que diseñar la identidad gráfica institucional como así también buscar material digitalizado sobre las exposiciones realizadas por estudiantes de museología de años anteriores, motivo por el cual los plazos previstos de la inauguración de la exposición "100to radio" se fueron trasladando del Día de la Radio Nacional, en

> agosto, al Día del Museólogo, en septiembre… pero finalmente, llegamos. (R. Laurino, comunicación personal, 22 de julio del 2022).

Otra de las estudiantes que participó en el desarrollo del sitio del museo y virtualización de la exposición expresó:

> para llevar la muestra al plano digital primero había que decidir cómo íbamos a hacerlo. En un principio se pensó en las redes sociales que ya poseía el Museo Lidia Ferré pero que estaban casi inactivas, pero a esto se le sumó el desafío de crear una página web desde cero para volcar en ella la muestra 100to Radio y las exposiciones de los años anteriores y futuros. Para desarrollar la web había que investigar qué opciones gratuitas había disponibles y luego aprender a utilizarlas.
>
> Pensar en el diseño, paleta de colores, tipografía adecuada también llevó su tiempo. (L. Herrera, comunicación personal, 22 de julio del 2022).

Ante la misma interrogación sobre la configuración y el proceso de replanteo de un horizonte común que permitiera llevar a cabo el sueño colectivo de la exposición, otra de las estudiantes declaró:

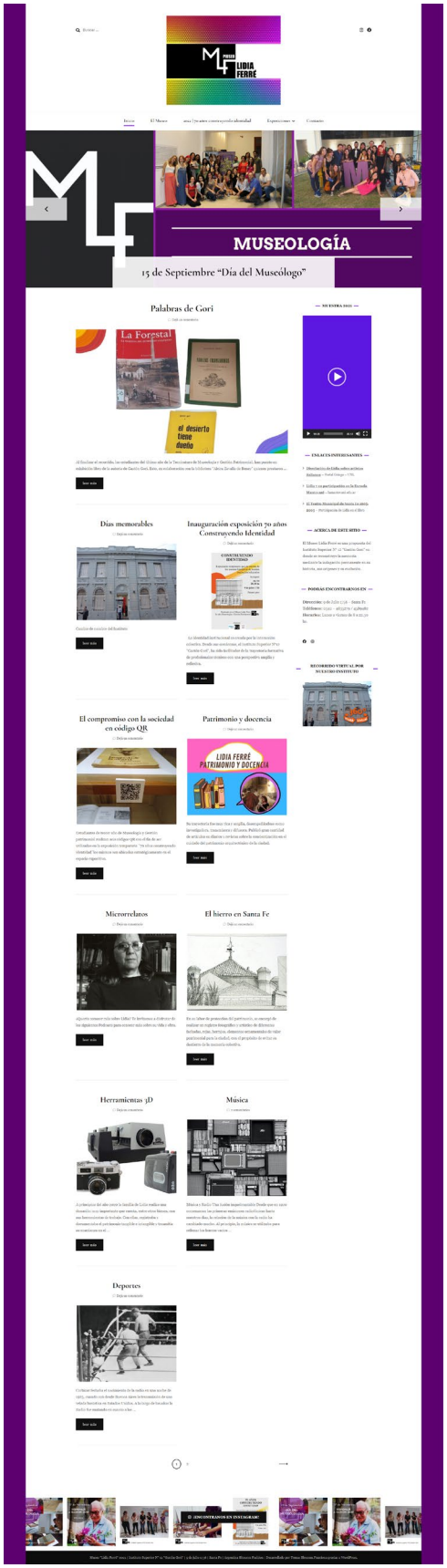
> cuando comenzamos nuestro tercer año de Museología (2020) se decidió seguir en pie con lo dicho el año anterior, sobre realizar una exposición sobre los 100 años de radio en Argentina. Nada más que ahora debíamos repensarla, ¿Cómo realizar una exposición que no sea corporal? Así que en principio se optó por solucionar y dar respuesta a esta pregunta. Vimos que desde el ICOM se estaba incentivando a los museos hacer uso de las tecnologías y el mundo digital para seguir comunicando de alguna manera y no perderse o ser más afectados por la pandemia. Viendo esto y como los museos buscaban maneras de comunicar, pensamos lo mismo. Fue así como surgió la idea de crear un sitio virtual (web 2.0) que sería el espacio que permitiera comunicar y exponer nuestra muestra.
>
> Llegando al fin la solución, la muestra 2020 se haría virtual, y parte de la página web del Museo Lidia Ferré. Como dije anteriormente, para poder expresar la exposición debía crearse una plataforma o sitio (…) (L. Cabrera, comunicación personal, 10 de julio del 2022).

Otra de las alumnas que intervino en la concreción de la exposición, hizo hincapié en el trabajo de redes complementando lo que se trabajaría en la interface y aspectos referidos al diseño gráfico (es de destacar que la alumna es Profesora en Artes Visuales, por tanto, se enfocó en desarrollar los aspectos referidos a la paleta de colores e identidad visual):

> el Museo Lidia Ferré ya contaba con una página propia en Instagram. Se procedió a solicitar la contraseña a estudiantes anteriores para poder gestionar la misma. Además, en conjunto con la materia de Diseño Gráfico se elaboró la identidad del Museo creando un logo que lo identificara.
>
> Un punto importante fue elegir cuáles serían los colores de la muestra, del cual se determinó que se usarían los colores de la carrera Locución (rojo) y Museología (violeta) en conjunto. (E. Piedrabuena, comunicación personal, 1 de agosto del 2022).

Ilustración 1

Vista de la página inicial del sitio web del Museo Lidia Ferré



Nota: Extraído de Museo Lidia Ferré. (http://instituto12.com.ar/museolidiaferre)

El docente coordinador del grupo desarrollador, que se encuentra a cargo de la cátedra de Fotografía y Nuevos Lenguajes Audiovisuales, cuando fue consultado sobre este aspecto manifestó:

> El primer paso fue una breve introducción sobre el funcionamiento de la web y reconocimiento de diferentes gestores de contenidos. Posteriormente, definir qué tipo de administrador de contenidos se utilizaría. Se decidió por WordPress y luego se buscaron "temas" (son estilos predefinidos de organizar la información dentro del sitio web) que fueran sencillos de utilizar sin demasiados conocimientos técnicos y que permitieran reflejar las definiciones existentes en el plano estético con respecto a la muestra en general. (M. Allende, comunicación personal, 4 de agosto del 2022).

Finalmente, la Profesora y Jefa de Sección de la Carrera de Museología y Gestión Patrimonial, cuando fue consultada en torno a la construcción de la interface manifestó:

> en el 2019 realizada la investigación sobre el centenario de la Radiofonía en Argentina se seleccionaron temáticas específicas para abordar, entre ellas estaban: los orígenes, el radioteatro, emisoras santafesinas, la música en tiempos de dictadura militar, el deporte, las publicidades entre otras.
>
> Estaba en proceso el diseño expositivo en función a los espacios de exhibición en la comunidad educativa y con miras a realizar paneles y dispositivos interactivos para que dicha exposición sea itinerante. Pero en marzo del 2020 el giro fue determinante para la no presencialidad y en ese mismo mes antes del inicio del ciclo académico se conversó con las y los docentes de las asignaturas de TICS y Lenguajes Audiovisuales y en forma interdisciplinaria se evaluó la factibilidad de transformar la exposición diagramada corpórea para traducirla a formato virtual. En forma interdisciplinaria, desde las diferentes cátedras el personal docente puso a disposición un dominio Web 2.0 en el cual se utilizaron las aplicaciones que la misma permitía. (D.C. Martínez, comunicación personal, 1 de agosto del 2022).

No obstante, las adversidades, el tiempo de trabajo y la mirada multidisciplinaria fortalecieron y fueron vigorizaron las decisiones y el contenido de exposición, como así también de diagramación conjunta para confluir en una interface adecuada.

Capítulo 3
Modificación del soporte físico y su trasformación en lenguaje virtual

Modificación Del Soporte Físico Y Su Trasformación En Lenguaje Virtual

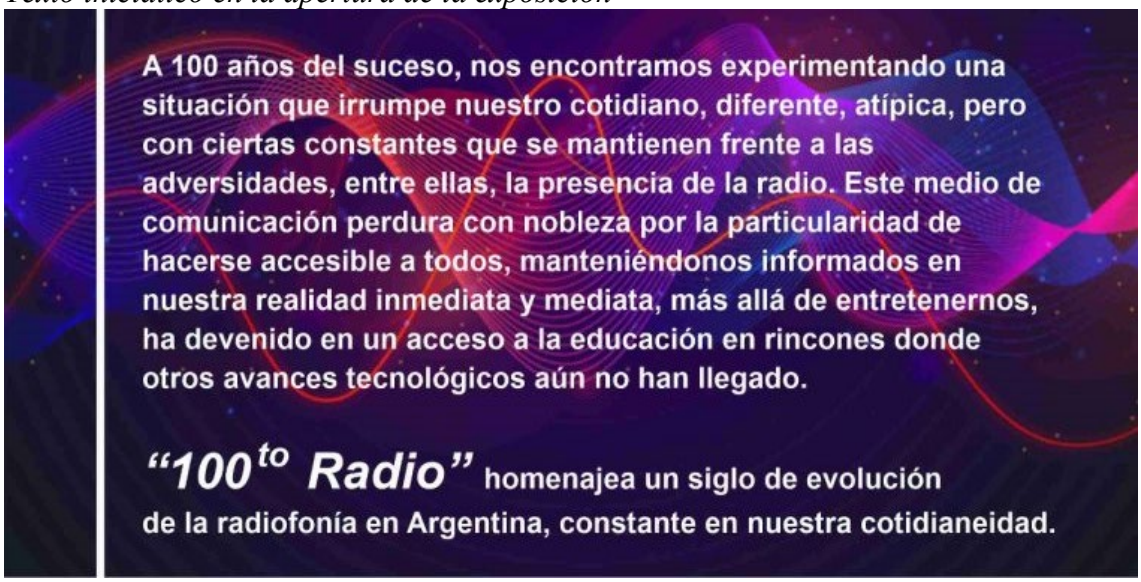
3.1 Descripción Y Análisis De La Experiencia 100to Radio Virtual

El espacio de la exposición 100to Radio en formato virtual, exhibe en su sitio web, un menú principal que podemos encontrar en la parte superior, donde aparecen pestañas internas, permitiendo su navegación, exponiendo una estructura simple, funcional al contenido y piezas comunicacionales desarrolladas para tal fin.

En la presentación de la exposición digital, puede apreciarse un texto iniciático que describe en forma general lo que se recorrerá en la visita.

Ilustración 2

Texto iniciático en la apertura de la exposición



Nota: Extraído de Museo Lidia Ferré. Exposición 100to Radio (http://instituto12.com.ar/museolidiaferre)

A continuación, se encuentra un menú de contenidos, en primer lugar, permite ingresar a una línea histórica, donde se pueden observar los hechos y acontecimientos sobresalientes en 100 años del medio radiofónico. De acuerdo con lo manifestado por Ulanovsky (2020) con el transcurrir de los años:

> de a poco la radio fue instalándose en el centro de la vida cotidiana, como un ordenador de rutinas familiares. Así se formaron millones de argentinos y, como si fuera poco, recibieron compañía, imaginación e información. (…) En sus años de crecimiento, la radio construyó incontables gustos y creó una variada gama de necesidades personales y culturales, de consumo y de entretenimiento. (p. 28-29)

Otra de las subpáginas está dedicada a las voces de la radio, gente que imprimió su sello particular en la construcción y sostenimiento del aire radiofónico. Haciendo hincapié en dos emisoras de Amplitud Modulada de la ciudad de Santa Fe, LT9 y LT10; recorriendo parte de la historia de sus hacedores y de los programas emblemáticos grabados en la memoria colectiva. Este material está realizado en Genially.[3] Cabe aclarar, que al momento del análisis realizado en esta tesis, el contenido del apartado era el descripto, que con el devenir del tiempo fue modificado por razones técnicas.

Ilustración 3

Menú de contenidos de la exposición virtual 100to Radio

Nota: Extraído de Museo Lidia Ferré. Exposición 100to Radio (http://instituto12.com.ar/museolidiaferre)

[3] Una aplicación web para realizar presentaciones interactivas que ofrece un surtido de plantillas y recursos para la creación de contenidos diversos y de manera muy simple. Esta herramienta posee un editor en línea avanzado, con el cual se pueden crear contenidos desde cualquier lugar o momento, presentando una versión gratuita que puede utilizarse de manera ilimitada o bien contratar un plan premium que ofrece recursos más avanzados.

Ilustración 4

Acceso a línea histórica

Nota: Extraído de Museo Lidia Ferré. Exposición 100to Radio (http://instituto12.com.ar/museolidiaferre)

Dentro de los temas que presenta la exposición virtual, también se encuentra el de la publicidad radiofónica; al igual que el espacio anteriormente mencionado, el contenido es presentado a través de Genially, que permite recorrer jingles históricos y reconocer a sus hacedores; características distintivas y formas locutivas propias de determinado período histórico, como así también la construcción y creación de este tipo de piezas comunicacionales.

Ilustración 5

Vista del material expuesto en la sección publicidad

Nota: Extraído de Museo Lidia Ferré. Exposición 100to Radio (http://instituto12.com.ar/museolidiaferre)

Continuando, otro de los ejes que presenta la exposición es el de radioteatro. En este espacio se hace referencia a un género consolidado en los albores del medio, llegando incluso a tener elencos estables y compañías que viajaban a pueblos y ciudades llevando un momento placentero de recreación a un público ávido de aventuras, sueños y pasiones.

Ilustración 6

Presentación de infografía de la sección radioteatro

Nota: Extraído de Museo Lidia Ferré. Exposición 100to Radio (http://instituto12.com.ar/museolidiaferre)

En este aspecto la sección revaloriza la tarea de Niní Marshall (actriz, comediante y guionista); el espacio presenta un video subido a la plataforma de YouTube, de uno de sus clásicos personajes que la llevó a trascender en el medio. Es de destacar que esta pieza fue producida íntegramente por los estudiantes para la exposición.

Ilustración 7

Video de los personajes realizados por Nini Marshall

Nota: Extraído de Museo Lidia Ferré. Exposición 100to Radio (http://instituto12.com.ar/museolidiaferre)

Ahora bien, también se destaca en este espacio el radioteatro a nivel mundial, marcando hito fundacional la audición de La Guerra de los Mundos. Orson Welles, pone al aire una adaptación del texto perteneciente a H. G. Wells, dentro de una audición del Mercury Theatre emitidas por la cadena CBS (Columbia Broadcasting System). De acuerdo con Bosetti "ese capítulo operó como un verdadero revulsivo e instauró un antes y un después inapelable". (Narrativa Radial, s.f.)

En esa transmisión:

> la supuesta presencia de marcianos en el Estado de New Jersey demostró las poderosas dotes de Orson Welles y su elenco para tornar verosímil una fábula fantástica; o, si se prefiere, reveló la habilidad para mixturar manifestaciones provenientes del patrón dramático (el radioteatro) con aquellos que abrevaban del patrón de los servicios de información periodística (los noticieros) y así construir un nuevo modelo estético radiofónico. (Narrativa Radial, s.f.)

El hecho aseveró la importancia de los medios masivos de comunicación (en este caso la radio) y los alcances de esta sobre la opinión pública. Todo el universo narrativo y ficcional puesto a disposición de los oyentes, llevo a causar caos y espanto al hacer creer a la población que los marcianos habían tomado el control total y comenzaban a invadir la tierra.

Ilustración 8

Video sobre la audición de la Guerra de los mundos

Nota: Extraído de Museo Lidia Ferré. Exposición 100to Radio (http://instituto12.com.ar/museolidiaferre)

Otro de los espacios de la exposición virtual es el de deporte, aquí a través de una presentación realizada en Genially, por medio de diapositivas que contienen texto e imágenes, se hace una narrativa de la evolución en materia radiofónica. Se indica el hecho que marca la alianza entre la radio y el deporte, cuando el viernes 14 de septiembre de 1923, comienza la transmisión de "combate de boxeo por el título mundial de los pesados entre Jack Dempsey y Luis Angel Firpo. La transmisión estuvo a cargo de Radio Cultura." (Museo Lidia Ferré, s.f.)

Dentro del contenido de este material, del mismo modo, se establece el hito de la primera transmisión de fútbol en la República Argentina, como así también los programas, locutores y relatores en materia deportiva; no solo a nivel nacional sino también haciendo hincapié en el ámbito santafesino.

Ilustración 9

Vista del material expuesto en la sección deportes

Nota: Extraído de Museo Lidia Ferré. Exposición 100to Radio (http://instituto12.com.ar/museolidiaferre)

Luego puede observarse un video que acompaña el material, haciendo referencia al emblemático programa La oral deportiva, conducido por José María Muñoz en radio Rivadavia, el mismo contó con una vigencia de 45 años ininterrumpidos en el ámbito de la radiofonía. Allí puede apreciarse un fragmento, que permite al visitante sumergirse por un momento en lo que fuera parte de la audición, a través de un video subido en la plataforma YouTube y elaborado especialmente como pieza comunicacional para 100to Radio.

Ilustración 10
Video sobre la audición Oral Deportiva

Nota: Extraído de Museo Lidia Ferré. Exposición 100to Radio (http://instituto12.com.ar/museolidiaferre)

Continuando en este apartado descriptivo, otro de los contenidos que permite recorrer la exposición virtual, es el de Música y Radio. Aquí se habla de uno de los pilares fundamentales de la radiofonía y el lugar preponderante que ocupa y cómo fue conquistando espacios a lo largo de 100 años. Acompaña al texto curatorial una infografía que refuerza el sentido del apartado.

Por otro lado, se realiza un desarrollo de la música durante la Dictadura Militar en Argentina, las censuras y las medidas a las que debió someterse en torno a canciones y artistas que estaban prohibidos. Acompaña a este texto un video subido en la plataforma YouTube que sintetiza y recorre alguno de los exponentes musicales vedados durante ese período.

Ilustración 11

Video sobre temas y cantantes prohibidos en la Dictadura Militar Argentina

Nota: Extraído de Museo Lidia Ferré. Exposición 100to Radio (http://instituto12.com.ar/museolidiaferre)

Ilustración 12

Presentación de infografía de la sección música y radio

Nota: Extraído de Museo Lidia Ferré. Exposición 100to Radio (http://instituto12.com.ar/museolidiaferre)

Para finalizar el recorrido por la exposición virtual, una pestaña invita a visualizar en formato 3D, un catálogo de diferentes modelos y marcas de radiotransmisores.

En el cierre puede observarse una pestaña de agradecimiento, donde se encuentran los datos de los alumnos y docentes que participaron en la realización, como así también de todos aquellos que aportaron conocimiento para su realización.

El trabajo se llevó a cabo de forma conjunta y mancomunada para la construcción y definición de lo que se expuso en 100to Radio. Las actividades previas, implicaron arduas jornadas de reuniones por medio de google meet. Además, se coordinó periódicamente, por medio de un aula de classroom donde se subían diariamente los avances, materiales e ideas posibles para dar forma a la misma.

Las herramientas virtuales, como se describió anteriormente, facilitaron el hecho de haber desarrollado la exposición, que de otra manera no se hubiera llevado a cabo. Por su parte, Deloche (2003) sostiene al respecto que las mismas "son portadoras indiscutibles de la potencial transformación de lo real y por tanto obligan a abrir un debate". (p. 13)

Es de destacar, que la presencia del museo en internet ofrece a sus públicos nuevas maneras de acceso al patrimonio; por ello el museo virtual puede ser entendido como una forma de reforzar el mensaje y no como una competencia que disputa la preminencia por el sentido.

Cuando se comenzó a organizar el cúmulo de materiales y contenidos de la investigación desarrollada por los estudiantes de la carrera, nunca se perdió de vista el sentido de poner a consideración de los potenciales visitantes, una muestra que lograra recorrerse con facilidad, y que no perdiera de vista la esencia. Fue necesario definir las estrategias comunicativas que permitieran transmitir el contenido adecuadamente. Esto se tradujo en una conversión de formato y de estilos, atendiendo a la diversidad y variedad de visitantes digitales.

De acuerdo con Panozzo (2013), es preciso repensar la relación que presentan los museos con el mundo virtual, frente a los nuevos escenarios imprevistos como corolario de la pandemia COVID-19, sería pertinente revisar si el mundo virtual implica una nueva forma de pensar el ser real. De acuerdo con la autora, "lo más frecuente y lo que nos sucede desde la infancia es tomar por real a lo físico externo a nosotros. Con el tiempo aparece la presencia de las ideas y la consecuente cuestión de la entidad de idea." (Panozzo, 2013, p.1) Ahora bien, la autora propone que nos cuestionemos ante los nuevos escenarios virtuales en que sitio colocaríamos a la institución museológica como tal y sus

objetos/relatos ante esta nueva situación que se plantea, derivada de la asociación entre lo físico y la mente humana.

Ilustración 13
Catálogo de radios en 3D

SONY ICF-8

TONOMAC

CASIO

VALVULAR

SANYO

SILVERSONIC

SONY

SEIKO

PHILCO

DYNA

Nota: Extraído de Museo Lidia Ferré. Exposición 100to Radio (http://instituto12.com.ar/museolidiaferre)

La experiencia virtual en el tiempo de pandemia, sirvió para fortalecer los vínculos pedagógicos, fortificar los aprendizajes compartidos y sobre todo ahondar en el conocimiento personal y salir de la zona de confort, buscando siempre sobreponerse al aislamiento y temores, buscando tejer un mensaje profundo y sólido en relación al patrimonio.

3.2 Apartado Metodológico Análisis De Entrevistas A Docentes Y Estudiantes

Para desarrollar la investigación se optó por un enfoque de carácter cualitativo, en consonancia con el objeto de estudio definido. De acuerdo con Sautu (2003):

> el procedimiento paso a paso que se diagrama para llevar a cabo una investigación es un arte en la toma de decisiones, algunas de las cuales son teóricas y tienen un alto nivel de abstracción y otras son eminentemente técnicas y prácticas. (p.30)

Por tanto, en este "conjunto articulado de decisiones epistemológicas, teóricas, metodológicas y técnicas" (Sautu, 2003, p. 30), se definió para la recolección de datos la realización de entrevistas en profundidad con estudiantes y docentes de la Tecnicatura en Museología y Gestión Patrimonial. El objetivo de las mismas facilitó la obtención de "datos empíricos a partir del discurso del entrevistado acerca de su vida, del mundo social en el que se encuentra inscripto, experiencias, vivencias, sentimientos, construcción de significaciones sobre determinados acontecimientos." (Alberdi, 2021, p. 5).

Se coordinaron encuentros previamente pautados, buscando un "entorno confiable" (Alberdi, 2021, p. 5) para llevar a cabo una conversación articulada a través de preguntas abiertas, no direccionadas y orientativas.

Para comenzar se consultó a los entrevistados sobre el origen de la investigación, tiempo de realización y cómo fue definida la exposición por los 100 años de la radio en Argentina. La respuesta fue que la iniciativa de desarrollar la misma, nació por la inquietud de la docente coordinadora de la carrera, Diana Clara Martínez, también interina de las materias troncales de la mencionada Tecnicatura. Para esto se pusieron de manifiesto los conocimientos adquiridos por el estudiantado en las cátedras de Museografía, Museología y Gestión de Museos; como así también materias que brindan conocimiento en otras disciplinas tales como Fotografía y Nuevos Lenguajes Audiovisuales, Tecnologías de la Información y la Comunicación, Diseño Gráfico y Diseño de Proyectos Culturales. La antesala de la investigación inició durante el comienzo del ciclo 2019, en ese entonces el grupo se encontraba cursando el segundo año de estudio. De acuerdo a lo expresado por la docente "la exposición 2020 comenzó su etapa investigativa un año antes dado que se requieren varios meses para indagar sobre

una temática, de la cual hay que definir aspectos y de qué forma se harían visibles en una exposición museal" (D.C. Martínez, comunicación personal, 1 de agosto del 2022).

Desde la creación del Museo Institucional, en 2018, los alumnos avanzados generan una exposición considerando a las otras cinco carreras que también forman parte del Instituto: Bibliotecología, Archivística, Ambientación y decoración de interiores, Comunicación Social y Locución. Año a año, cada una de las carreras cobra preminencia a la hora de considerar una exposición dentro del museo. En 2020, se celebraría un siglo de presencia y transmisión radiofónica en nuestro país, por lo tanto, la carrera de Locución sería la oportuna a destacar desde una exposición temporal.

De acuerdo a lo expresado por una de las estudiantes, desde su origen la exposición fue pensada de forma corpórea y tangible, el trabajo se estaba llevando a cabo y diseñando "con gráfica impresa y dispositivos interactivos, pensando en acercarnos a un perfil de visitante estudiantil y docente, el mismo que frecuenta los espacios en común del edificio." (R. Laurino, comunicación personal, 22 de julio del 2022). El anteproyecto original "partió de un brainstorming de temáticas afines a la radio, de los que cada uno de los integrantes del equipo, decidimos abordar, investigar, realizar entrevistas y propuestas expositivas, para luego arribar al guion museográfico entre todos." (R. Laurino, comunicación personal, 22 de julio del 2022) El objetivo iniciático, de acuerdo a lo expresado por otra de las estudiantes, era "explotar al máximo la creatividad de cada uno, para luego elegir los medios más apropiados para llevar adelante la muestra." (L. Cabrera, comunicación personal, 22 de julio del 2022).

Además, otra de las alumnas expresó que a la par de la investigación llevada a cabo "se fueron realizando propuestas de montaje, disposición de imágenes, cantidades, dispositivos para interactuar, entre otros." (E. Piedrabuena, comunicación personal, 1 de agosto del 2022).

En simultáneo, se realizaron entrevistas con diversos profesionales que habían trabajado en el medio radiofónico en la ciudad de Santa Fe y que fueron de vital importancia para enriquecer el trabajo.

Para desarrollar adecuadamente las distintas líneas de actividades los estudiantes acordaron dividir en "diferentes sucesos y temáticas en relación a la radio." (L. Cabrera, comunicación personal, 22 de julio del 2022)

Ahora bien, el 2020 presentaría un escenario brumoso y diferente del prestablecido en los albores de 2019. Por ello, otro de los docentes que acompañó en el proceso, establece que toda la aventura fue cuando ante las restricciones por motivos

sanitarios “se modificaron las formas, pero no la esencia. Retomar las actividades y el cambio de perspectiva implicó un desarrollo intensivo de cuatro meses. Me refiero a la reconfiguración desde el plano digital” (M. Allende, comunicación personal, 4 de agosto del 2022).

Por su parte la docente de TICS y Diseño de Proyectos Culturales sintetiza el camino recorrido de la siguiente manera:

> de acuerdo a lo escrito por el periodista Manuel Vicent en un artículo del diario el País… Un temporal se afronta derrotando cada ola. Salvada una, todo el esfuerzo se dirige a salvar la otra, hasta que al final el peligro se aleja y el combate termina. El trabajo fue arduo e implicó coordinación, acuerdos, desacuerdos, pero sobre todo cambios de perspectivas que posibilitaron enriquecer y generar una exposición valiosa para visitantes y estudiantes. (M. Busaniche, comunicación personal, 4 de agosto del 2022).

Ahora bien, otro de los aspectos considerados dentro de las conversaciones desarrolladas, fue acerca del proceso de virtualización. Al respecto todos entrevistados coinciden que las adversidades no detuvieron las ganas y el entusiasmo por la tarea a desarrollar, por su parte, el Profesor de Fotografía y Nuevos Lenguajes Audiovisuales manifestó:

> al comienzo fue difícil de aceptar que era posible, pero el contexto general impuesto por la pandemia nos permitió comprender rápidamente que era un momento propicio para aprovechar el interés general de la comunidad por encontrar nuevos contenidos en la web. Se popularizaron algunas prácticas de navegación y la búsqueda de un tipo de contenidos que estaban reservados para otros formatos. Estas condiciones externas al proceso facilitaron el impulso creativo de imaginar diferentes recursos que puedan ser apreciados por el público de manera no presencial. Obviamente, fue costoso el aprendizaje de técnicas y procedimientos de producción de material digitalizado y, en general, la apropiación de las tecnologías como colaboradoras en nuestra tarea cotidiana. (M. Allende, comunicación personal, 4 de agosto del 2022).

La coordinadora de carrera expresó que “el desarrollo y puesta en línea del contenido expositivo fue gradual. Se comenzó por los orígenes y visibilizar la fecha en la cual se cumplían los 100 años y semana a semana se subían nuevos tópicos.” (D.C. Martínez, comunicación personal, 1 de agosto del 2022).

En tal sentido, cuando los estudiantes fueron consultados al respecto, todos acordaron en que no fue tarea simple la virtualización de la exposición “porque mientras aprendíamos sobre lo digital, teníamos que llevar adelante una muestra. Se comenzó a trabajar en la cocina de un sitio web y también cómo subir las diversas piezas comunicacionales en ella.” (L. Cabrera, comunicación personal, 22 de julio del 2022).

Entre los aspectos que facilitaron y tornaron factible la virtualización, tuvo preponderancia la división de tareas:

> si bien todos sabíamos cómo hacerlo, solo tres personas estaban abocadas a subir el contenido a la página web y redes sociales. Además, primero se comenzaba anticipando la llegada de la muestra a través de redes sociales, para luego ir inaugurando cada sección de la misma. (L. Cabrera, comunicación personal, 22 de julio del 2022).

Otra de las respuestas de las estudiantes, se enfoca en el sentido de los contenidos para la corporeidad y la metamorfosis:

> todas aquellas ideas que solamente funcionarían en la presencialidad, como por ejemplo la utilización de paneles o creación de un recorrido, fueron dejados de lado, para así abocarnos a recorridos virtuales.
>
> Una vez seleccionada la información que se trabajaría en cada temática elegida, se procedió a buscar medios para disponerla. No sólo se utilizaron imágenes, sino también videos, herramientas como Genially o audios. (E. Piedrabuena, comunicación personal, 1 de agosto del 2022).

En otra de las respuestas, se hace hincapié sobre mantener la mirada atenta en el sentido de comunicación permanente con los visitantes potenciales y el trabajo asiduo de redes sociales:

> este fue el proceso, por medio de las redes se publicitaba explicando brevemente el eje temático que se subiría.
>
> Comenzamos en septiembre subiendo las diferentes piezas, iniciamos con la línea histórica, luego gente de radio y así sucesivamente hasta octubre. (L. Herrera, comunicación personal, 22 de julio del 2022).

Finalmente, un aspecto no menor en el sentido de la reorganización y creación de la exposición virtual fue el del diseño gráfico, de acuerdo a otra de las estudiantes, fue pertinente además haber "definido los colores, también establecer las fuentes tanto de texto como de títulos. De acuerdo a las redes sociales o plataforma que se utilizarían, tendríamos en cuenta el formato de imagen o extensión de texto a usar." (E. Piedrabuena, comunicación personal, 1 de agosto del 2022).

En el siguiente apartado se profundizará sobre los contenidos y el tipo de piezas adaptadas para la exposición virtual.

3.3 Análisis Del Contenido Del Proyecto Y Su Adaptación Al Medio Virtual.

Ahora bien, en referencia a los contenidos y recursos más adecuados para exponer, es preciso comprender que difundir no implica, de acuerdo a lo expresado por Bellido Gant (2008) "una vulgarización de los elementos singulares del patrimonio, ni como una actividad menor destinada a aligerar las actuaciones científicas." (p. 45) Todo debe ser tendiente a ofrecer un cúmulo de labores, enfocadas en acercar medios e instrumentos adecuados para que el patrimonio pueda ser "apreciado, valorado y disfrutado por el mayor número de visitantes." (Bellido Gant, 2008, p. 46)

En torno a las decisiones que el equipo de trabajo debió tomar sobre los recursos adecuados para el desarrollo de la exposición virtual, los docentes manifiestan algunas consideraciones técnicas. El Profesor de Fotografía y Nuevos Lenguajes Audiovisuales aclaró que:

> se realizó una búsqueda y un reconocimiento de recursos utilizados en otros sitios web de similares características y funciones. Posteriormente se trabajó en la instrucción del funcionamiento de algunas herramientas como carruseles visibilizadores de imágenes, creadores de líneas de tiempo, reproductores de archivos con contenido multimedia y manipulación de código HTML para poder incrustar otro tipo de información. (M. Allende, comunicación personal, 4 de agosto del 2022).

Por su parte la coordinadora de carrera manifestó que los estudiantes exploraron diversidad de recursos y aplicaciones, para poder comunicar de manera clara, correcta y precisa, "para desarrollar por ejemplo una línea histórica con hipervínculos que permitieran dar cuenta de los sucesos más relevantes de estos 100 años de recorrido tecnológico y sociocultural para el desarrollo de la radio en nuestro país." (D.C. Martinez, comunicación personal, 1 de agosto del 2022).

Desde las cátedras de Tecnologías de la Información y la Comunicación y Diseño de Proyectos Culturales, se aportaron contenidos referidos al campo digital, herramientas útiles para desarrollar adecuadamente las piezas comunicacionales. También se gestionó mediante dichas cátedras una charla virtual con el Técnico Operador de Radio Salvador Rodríguez (integrante del cuerpo técnico de Radio Nacional Santa Fe), para escuchar fragmentos claves y emblemáticos en la construcción sobre el eje radioteatro.

Los alumnos por otro lado, expresaron que una vez definida la virtualización y con los contenidos ya organizados por cada uno de los grupos de investigación, fue tarea sencilla adecuar, porque "cada uno de los estudiantes integrantes ya veníamos investigando y desarrollando un tópico específico de la radiofonía. Sólo tuvimos que buscar y elegir la aplicación que más se adaptara a las necesidades comunicacionales." (R. Laurino, comunicación personal, 22 de julio del 2022).

Dentro de las herramientas detalladas en las diferentes entrevistas, los estudiantes destacan algunos programas online de acceso gratuito, entre ellos "Timetoast (para realizar la línea de tiempo con hitos históricos); Genially (para los tópicos gente de radio, deportes y publicidad) y Canva (para radioteatro y música)." (R. Laurino, comunicación personal, 22 de julio del 2022).

El contenido de la exposición se fue subiendo de forma progresiva en la interface, cada una de las temáticas fue presentada desde las diferentes redes sociales, que

acompañaron y complementaron las piezas comunicacionales; las redes empleadas fueron Facebook, Instagram y Youtube. Es de enfatizar que, “la presencia de material sonoro (audios) son una constante presente en la mayoría de los tópicos, dada la naturaleza de la temática radiofónica.” (R. Laurino, comunicación personal, 22 de julio del 2022)

De acuerdo a lo mencionado por las alumnas consultadas, fueron también de vital importancia para el trabajo realizado el empleo y utilización de programas de diseño, como Corel Draw y Adobe Photoshop, programas de edición de video como Adobe Premier, como así también de edición y digitalización de sonido como Adobe Audition, Sony Vegas y SoundForge.

Ilustración 14

Lanzamiento campaña de Instagram día 14 de septiembre de 2020 anunciando la apertura del sitio web.

Nota: Extraído de redes sociales del Museo Lidia Ferré.

Dentro de las respuestas de las estudiantes se hace hincapié en aspectos referidos a la tarea propia de la museología, aclarando que:

> antes de pensar en los recursos vimos la tarea como grupo, de retomar nuestras investigaciones para así poder armar un guion museológico. Teniendo en cuenta que el guion museológico es el desarrollo más amplio del concepto y que finalmente se convierte en la base para preparar el guion museográfico. En él

> desarrollamos la información y la división de los temas de acuerdo con lo que se quería exponer, ya que no contábamos con objetos corporales, la localización, los tópicos señalados para la exhibición y catalogación de lo que se tenía.
>
> La problemática fue que al ver la recopilación de temas eran demasiados y no se podría exponer todo. Por lo que tuvimos nuevamente la tarea de realizar selección y recorte. Y así, pudimos comenzar. (L. Herrera, comunicación personal, 22 de julio del 2022).

Finalmente es de destacar lo manifestado por otra de las estudiantes frente a la virtualización:

> como equipo pensamos en sacar el máximo provecho posible a la muestra virtual porque este formato nos daba más recursos y espacio para contar lo que queríamos, aspecto que no íbamos a poder realizar si esta muestra se hacía corpórea porque contábamos con un espacio reducido y, por lo tanto, los recursos también iban a tener que reducirse lo máximo posible, sin perder la idea central de la misma. Entonces, como equipo sabíamos que había que escoger recursos variados, entretenidos porque estábamos en un contexto donde las personas se pasaban horas con el celular y había que captar la atención de alguna forma. (L. Cabrera, comunicación personal, 22 de julio del 2022)

Ahora bien, en torno a la definición de las piezas comunicacionales más adecuadas para la exposición de las diferentes líneas de investigación, una de las alumnas expresaba que "a medida que íbamos armando la página web también íbamos escogiendo que herramientas o soportes digitales convenía usar y nos permitía la misma. Lo que hacía repensar continuamente como exponer los contenidos." (L. Herrera, comunicación personal, 22 de julio del 2022)

En sentido organizacional, otra de las estudiantes comentaba que:

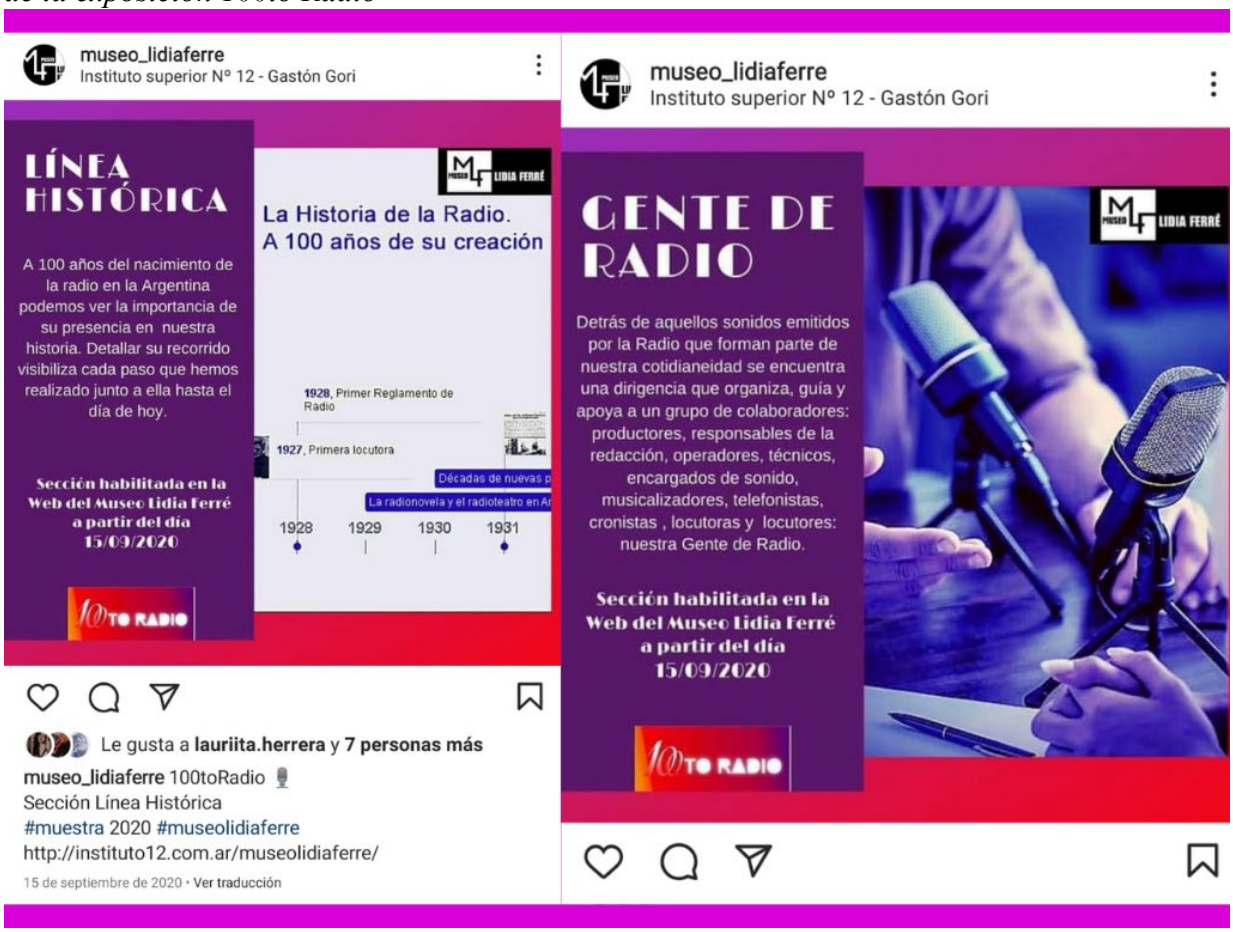
> los elementos utilizados para cada sección proponían conservar una constante gráfica que los unifique, como la tonalidad violeta/rojo simbólico de las carreras de Museología y Locución respectivamente y blanco/negro de las fotografías. Las tipografías Art Deco para titulares y palo seco para textos, entre otros acuerdos. (R. Laurino, comunicación personal, 22 de julio del 2022)

Para iniciar el recorrido se ofrece una línea histórica y luego se pueden apreciar "pequeños textos acompañados de audios originales de la época, fotografías 360º y otros que combinan textos con música y algo de interactividad del usuario para descubrir el mensaje." (L. Cabrera, comunicación personal, 22 de julio del 2022)

Como corolario de la definición de piezas comunicacionales, la coordinadora de carrera aclaró que, partieron de la definición de subtemas elegida durante 2019, cada una "con su propio recorte histórico y restaba buscar imágenes, sonidos y aplicaciones que sean de comprensión ágil para poder abarcar la mayor cantidad de públicos posibles." (D.C. Martínez, comunicación personal, 1 de agosto del 2022)

Ilustración 15

Lanzamiento campaña de Instagram día 15 de septiembre de 2020 anunciando secciones de la exposición 100to Radio



Nota: Extraído de redes sociales del Museo Lidia Ferré.

Ilustración 16

Identidad gráfica de la exposición 100to Radio creada por estudiantes

Nota: Extraído de Museo Lidia Ferré. Exposición 100to Radio (http://instituto12.com.ar/museolidiaferre)

Un aspecto que todos enfatizan, tanto docentes como estudiantes fue el de haber organizado grupos de trabajo tendientes a fortalecer cada línea de acción, para así poder lograr la concreción de las tareas.

Finalmente, se consultó tanto a estudiantes como cuerpo docente sobre las fortalezas y debilidades que presentaba la exposición virtual, en torno a esto, la mayoría destaca la falta de conocimientos específicos en cuanto al desarrollo web y manejo de software, remarcando que:

> si bien la muestra se pudo concretar, pero en modo virtual, logró el mismo objetivo que se tenía, nada más que dimos uso de otras herramientas. Y se trabajó en perspectiva de usuarios, creamos experiencias de calidad para los visitantes, se trató de fidelizar al público ya existente e incrementar el número de visitas a través de las redes sociales y la continua publicidad, para así captar a otro sector del público ya existente. (L. Cabrera, comunicación personal, 22 de julio del 2022)

Ilustración 17

Lanzamiento campaña de Instagram anunciando nuevas secciones de la exposición 100to Radio

Nota: Extraído de redes sociales del Museo Lidia Ferré.

El grupo de estudiantes pondera que dentro de las fortalezas está el trabajo en equipo y colaborativo, orientado permanentemente por el personal docente de la carrera. Frente a la consulta sobre este aspecto una de las estudiantes manifestó:

> interpreto también como una fortaleza el haber superado con creces las expectativas en un contexto social (y personal) de incertidumbre, sin precedentes abriendo un espacio a otros estudiantes para otras exposiciones. Por otra parte, el factor económico, que se veía más como una amenaza para efectuar la exposición corpórea, se disipó al desarrollarse de forma virtual. (R. Laurino, comunicación personal, 22 de julio del 2022)

Otra de las consultadas manifestó que la fortaleza:

> es haber logrado crear una página web para un museo en crecimiento y como herramienta de trabajo y práctica de futuros estudiantes de museología. En ella se pueden cambiar muchos aspectos con el objetivo de aprender y dar a conocer desde otra perspectiva el patrimonio del instituto. (L. Cabrera, comunicación personal, 22 de julio del 2022)

Dentro de las fortalezas el Docente de Fotografía y Nuevos Lenguajes Audiovisuales hace referencia a:

> la posibilidad de perdurar en el tiempo; la capacidad de ser visitada por personas de otros lugares sin necesidad de acercarse a la ciudad de Santa Fe; la facilidad con que puede actualizarse o completarse; flexibilidad para la organización de los contenidos; accesibilidad a distintos públicos; entre otras. (M. Allende, comunicación personal, 4 de agosto del 2022)

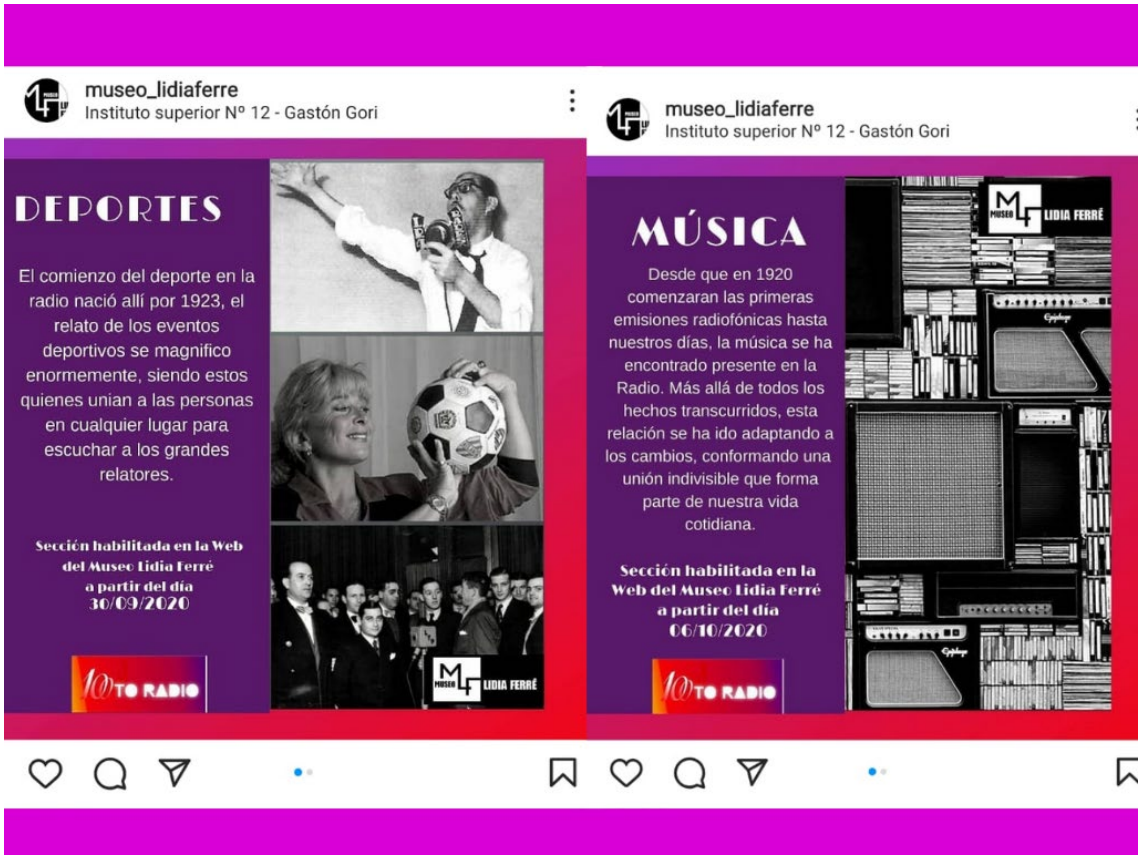
En torno a las debilidades los consultados manifiestan “la escasa interacción que puede tener el público con la muestra, no hay un ida y vuelta con la gente, tanto en la página web como en redes sociales.” (L. Cabrera, comunicación personal, 22 de julio del 2022) Como así también aquellas limitantes “propias de cualquier otro contenido no presencial, principalmente la imposibilidad de contar con un feedback del público en el momento de su visita; es decir las limitaciones para ofrecer una guía que oriente el recorrido.” (M. Allende, comunicación personal, 4 de agosto del 2022).

Es necesario remarcar que todos los consultados acuerdan que, “los museos como las muestras virtuales no son solo un recurso digital adecuado, sino también modélico, ya que pueden actuar como incentivo para acercar al público de forma presencial a sus instalaciones.” (L. Herrera, comunicación personal, 22 de julio del 2022).

Los datos recogidos a partir de las entrevistas en profundidad nos permiten observar la apropiación por parte del estudiantado de las herramientas teóricas y prácticas puestas al servicio y construcción de la exposición virtual, como así también de la interface del Museo Lidia Ferré, poniendo a consideración de sus usuarios/visitantes el contenido patrimonial.

Ilustración 18

Lanzamiento campaña de Instagram anunciando nuevas secciones de la exposición 100to Radio



Nota: Extraído de redes sociales del Museo Lidia Ferré.

3.4 La Temática Patrimonial Llevada Al Terreno Virtual.

Para iniciar este recorrido teórico recordemos que, por medio de las tecnologías de la información y la comunicación, el humano pudo transmitir sus pensamientos, valores y conocimientos, es decir pudo extenderse más allá de su territorio o espacio físico, así como también llegar a quienes estaban alejados. Con el intervalo del tiempo y de los medios, el hombre pudo construir su entramado sociocultural del pasado y la civilización actual.

El desarrollo tecnológico, la digitalización y el uso de pantallas principalmente, cambiaron nuestra relación con las nuevas tecnologías.

Surgen otras formas de consumo, producción y trabajo que perfilan escenarios novedosos y que posibilitan pensar las sociedades digitales y experiencias en relación a la movilidad.

De acuerdo con Amar (2011):

> no se trata, en la transición actual del transporte a la movilidad, de una simple extensión de dominio o de una reformulación conceptual, sino de un cambio que

> afecta su significación misma. Resumiendo, uno puede decir que la movilidad es entendida en términos de creación de relaciones, de oportunidades y de sinergia, más que como un pasaje de distancias a una velocidad cada vez mayor. Dicho de otro modo, la "religancia" se transforma en el nuevo valor de la movilidad, en cuanto engloba y supera el valor velocidad-distancia que presidía el paradigma del transporte. (p.3)

Ahora bien, las tecnologías no son buenas ni malas, pero es de destacar que no son neutrales, como ya se ha manifestado anteriormente. Ese horizonte es un terreno indeterminado y simplificarlo sería reducir un fenómeno inconmensurable.

Sin lugar a dudas el torbellino de avances de la revolución 2.0, trajo aparejado un sinfín de nuevos escenarios y fenómenos que merecen ser analizados. Entre ellos la constante aceleración de los tiempos, que desdibujan los límites espacio-temporales, “ignorando las antiguas distinciones entre día y noche, horario de trabajo y tiempo libre, fin de semana o vacaciones”. (Sibilia, 2020, p. 985)

Las herramientas tecnológicas fueron reforzando algunos aspectos del movimiento histórico y dejándolo expuesto. Por su parte Sibilia, establece que estas herramientas técnicas no son estáticas en el tiempo, como así tampoco neutrales, todo dependerá del uso que se realice de las mismas, expresando que:

> de modo que las tecnologías no son neutras porque son históricas y, justamente por eso, cargan consigo una serie de creencias y valores propios de su época. Todos los artefactos, desde un simple martillo hasta la más sofisticada nave espacial, si bien se pueden usar para hacer muchas cosas, no es cierto que se puedan usar para hacer "cualquier cosa". Cada herramienta supone, propone y estimula ciertos modos de usarla (y no otros), que a su vez implican determinados modos de vivir (y no otros). (Sibilia, 2021, p.4)

Por ello, es imprescindible aclarar la necesidad de no caer en formas estereotipadas y en críticas infértiles en materia de nuevas tecnologías o la vana obnubilación y obcecada admiración.

El plano digital, se presenta en materia de patrimonio cultural como una puerta posible para la investigación, el intercambio, la divulgación, posibilitando el acceso a los visitantes en cualquier momento o lugar a los diferentes contenidos, “configurando un espacio transgresor, no desde la óptica física y empírica sino desde lo cibernético e irreal, abriendo hasta el infinito nuestras capacidades mentales.” (Torres Falcón, 2017, p. 15)

Destacando que, si bien es importante el desarrollo de una presencia cibernética del museo, esto “no debe doblegarse inconscientemente al súmmum tecnocrático, sino sólo recurrir a la sensatez en la complementación técnica, con fines a la preservación y divulgación de la memoria patrimonial según sus estatutos y códigos” (Torres Falcón,

2017, p.19), ya que como fue manifestado anteriormente, la experiencia de visita presencial a la institución no puede ser suplantada sino complementada.

Ahora bien, en el ciberespacio, los objetos y relatos museables y corpóreos transmutan de lo tangible "a una codificación inmaterial y de variable abstracta, en el trazado digital" (Torres Falcón, 2017, p. 19); que, para el caso puntual de este análisis, puso a disposición de los visitantes contenidos previamente deliberados y producciones elaboradas para tal fin.

Es de destacar que en consonancia con la misión que profesa el museo institucional, la virtualización de la exposición, permitió exhibir la herencia de la centuria radiofónica; mostrando tanto bienes del plano material e inmaterial, visibilizando además a los diversos actores del medio radiofónico como así también las piezas comunicacionales más relevantes. La conversión del guion museológico al plano digital favoreció y acercó el contenido a los visitantes, estimulando y propiciando la producción narrativa, procurando una manera novedosa de visitar al museo. Esta reinvención y transformación, posibilitó la articulación de discursos "permitiendo un juego indefinido de posibilidades y recorridos narrativos." (Gertrúdix y Álvarez, 2017, como se citó en Gertrúdix et. al., 2011, p.158)

De acuerdo con Bellido Gant & Ruiz (2013) "las tecnologías de la información y la comunicación en materia patrimonial son un distintivo de nuestras sociedades; "en sus inicios se consideraban como dos realidades muy dispares, hoy vemos que su relación y mutua influencia es imprescindible para ambas." (p.1)

Bellido Gant & Ruiz (2013), aclaran que el patrimonio se vio beneficiado por el lenguaje digital en materia de difusión, presentando potencial tanto didáctico como educativo. Por otra parte, previo a la pandemia de COVID-19 como así también durante la misma, los museos incrementaron su presencia en relación a contenidos digitales y ampliaron los aspectos móviles, que lograron reflejar en sus mensajes patrimoniales. De acuerdo con Moreno Sanchez (2015), "el museo utiliza todos los medios y soportes, tanto tradicionales como novísimos para llegar a sus audiencias; todo un paradigma de convergencias hipermedia y transmedia." (p.89)

Siguiendo al autor, aclara que tanto la museología como así también la museografía, deben trabajar en fortalecer la comunicación con todas las personas. Dentro de las líneas de fortalecimiento propuestas se pueden mencionar "la interactividad, la interacción y la ergonomía, conceptos necesarios para facilitar la accesibilidad integral a

todas las personas, independientemente de su condición física, psicológica o sociológica. (Moreno Sanchez, 2015, p.89)

Ahora bien, es preciso aclarar, que no solo por tener una presencia digital interactiva se puede alcanzar el efecto deseado en el público visitante, para ello es preciso tornar accesibles los valores patrimoniales, sin perder de vista que las tareas primordiales del museo deben ser las de investigar, preservar y difundir los acervos.

Por otra parte, y no menos destacable, en el caso tomado para este análisis, es la presencia del sonido en la exposición. De igual manera, los museos ofrecen contenidos sonoros para mejorar y fortalecer las experiencias con su patrimonio - colecciones. Lo que se intenta de esta manera es "provocar respuestas emocionales en sus visitantes, equilibrando la estimulación y la reflexión que les permitan comprender mejor las ventajas del uso del sonido en un entorno multisensorial." (Eve Museografía, 2020)

Dentro de las exposiciones, el sonido puede ser empleado de diversas maneras, "como parte de la colección del museo, herramienta de interpretación, dispositivo de participación de los visitantes, revelación arquitectónica, oportunidad creativa para los artistas y como modelo conceptual capaz de describir nuestra relación con el mundo." (Eve Museografía, 2020)

Muchos museos buscan ampliar sus horizontes, despertar el interés y captar la atención de sus visitantes intentando proveer accesibilidad al patrimonio con experiencias variadas y atractivas, sin perder de vista el mensaje que intenta plasmarse.

Por otra parte:

> este es un momento adecuado para llamar la atención sobre la importancia del sonido en los museos a través de la investigación y las teorías emergentes. (…) El abanico de posibilidades refleja las perspectivas que existen tanto en el campo de la museología como en la museografía (la teoría y la práctica de los museos), así como sobre los estudios sonoros aplicados a la práctica del arte, a través de los cuales se puede abrir una puerta al pensamiento contemporáneo, proporcionando también un recurso para profesionales en el terreno museístico. Esta riqueza de perspectivas ayuda a abordar los obstáculos que a menudo aparecen en los proyectos de los museos en los procesos de producción de contenidos: la tendencia a aislar roles u objetivos, y la falta de comunicación entre profesionales, cuando deberían estar intercambiando información entre ellos durante las etapas conceptuales, de desarrollo y de ejecución de cualquier proceso proyecto pequeño o grande (Eve Museografía, 2020)

Por ello, el trabajo del museo debe ser multidisciplinar, implicando un reto permanente que ofrezca experiencias variadas, atractivas y que permitan al visitante irse con más preguntas que certezas que impliquen pensar y repensar aquello que ofrecen las exposiciones. Es así que, el sonido puede ampliar "la experiencia de la comprensión de

los visitantes hacia las colecciones y contenidos iluminando ideas, hitos o momentos de la historia" (Eve Museografía, 2020), por lo expuesto el sonido puede ser perfectamente entendido como objeto museable. Existen algunas herramientas que facilitan la incorporación del mismo "entre los muchos elementos de la experiencia del museo, pero también desafían su capacidad para el desarrollo de contenidos conectados a la experiencia del visitante" (Eve Museografía, 2020)

Como corolario, es de destacar que el sonido genera emociones, sensaciones y la posibilidad de transportar a otros momentos o espacios históricos como en el caso a analizar, aunque no sea tangible también tiene un espacio preponderante en los museos otorgando sentido y profundidad al relato.

Para el caso de la exposición por los 100 años de vida radiofónica, se trabajó con la premisa propuesta por López Vigil (2005) "usar palabras concretas, que se puedan ver, que se toquen, que se muerdan, que tengan peso y medida. Palabras materiales. Palabras que pinten la realidad" (p.25)

Por esto, es preciso considerar que el sonido genera fantasías, estimula los sentidos, permitiendo mantener cerrados "los ojos sin miedo porque los oídos no tienen párpados y la radio mantiene abiertos los ojos de la mente." (FM la Tribu como se citó en López Vigil 2005, p.26)

Capítulo 4

Experiencias de producción digital de la muestra 100to Radio en el Instituto N° 12 Gastón Gori.

Experiencias De Producción Digital De La Muestra 100to Radio En El Instituto N°12 Gastón Gori

4.1 El Museo Lidia Ferré En La Web

Para iniciar este apartado, es imprescindible enfatizar las características que deben poseer los medios digitales para captar a sus públicos potenciales; entre ellas se deben destacar la interactividad, la actualización y la permanente incorporación de elementos multimedia. La idea de los sitios web de los museos es que sean espacios activos, con un trabajo comunicativo pensado y no anquilosado, como una suerte de catálogo digital de información o imágenes yuxtapuestos. El trabajo en el sitio web del Museo Lidia Ferré, implicó utilizar diversos lenguajes comunicativos, permitiendo de manera novedosa recorrer la historia del Instituto Nª 12 Gastón Gori y de las diversas exposiciones realizadas en el mismo. Es de destacar que su contenido es actualizado anualmente, ya que las exhibiciones, como se expresó, son realizadas únicamente por docentes y alumnos que cursan el tercer año de la carrera.

Con el trabajo en el plano digital del museo institucional, se trata de acrecentar y fortalecer el lazo de pertenencia de las personas que integran la institución, como así también de aquellos que no la conocen y que por primera vez acceden a su contenido.

Ahora bien, antes de continuar es preciso adentrarse en la historia institucional que señala en el antecedente la creación de la Escuela de Bibliotecología en la ciudad de Santa Fe de la Vera Cruz, fundada un 18 de marzo de 1952, bajo el decreto Nº 2831. En sus orígenes la sede fue la escuela Juan José Paso. Con el correr del tiempo y el devenir histórico, el edificio para continuar las actividades fue el de la escuela Presidente Beleno, durante el horario de 18.30 a 20.40, bajo el decreto Nº 1219 del año 1969, allí se lo denomina como Gustavo Martínez Zuviría, que tiempo más tarde sería modificado por el nombre actual.

Por su parte, la Escuela de Bibliotecología se transforma en Instituto Superior de Nivel Terciario mediante el decreto Nº 712 del año 1978, lo que conllevó a que los títulos tuvieran alcance a nivel nacional.

La denominación definitiva como Instituto Nº 12 llegaría en el año 1982, mediante el Decreto Nº 489. Ese mismo año se crean las carreras de Técnico Superior en Periodismo y Técnico Superior en Decoración de Interiores.

Con posterioridad a los hechos remarcados, inician la carrera de Archivística y luego la de Locución (esta última bajo convenio con el Instituto Superior de Enseñanza Radiofónica, ISER).

Ilustración 19

Marca de identidad del Museo Lidia Ferré creada por estudiantes del ciclo 2020

Nota: Extraído de Museo Lidia Ferré. Exposición 100to Radio (http://instituto12.com.ar/museolidiaferre)

Como corolario, en el año 2011, luego de diversos cuestionamientos por el nombre de la institución, bajo disposición Nº 008, se cambia el nombre definitivamente por el de Gastón Gori. Quien fuera poeta, periodista, ensayista, historiador y gran colaborador en diversos medios de comunicación de la ciudad de Santa Fe.

En suma, durante el año 2016 se incorpora la sexta carrera de dicha institución, que es la de Técnico Superior en Museología y Gestión Patrimonial.

Es de enfatizar, además, que durante más de veinte años la institución no contó con edificio propio, esto se concretó en el año 2017, comenzando a funcionar en la nueva sede de 9 de Julio Nº 1756 de la ciudad de Santa Fe, de lunes a viernes de 8 a 23 hs.

Se puede evidenciar en el desarrollo y construcción de la interface del Museo Lidia Ferré, la presencia de una serie de elementos que permiten sumergirse a partir de piezas comunicacionales en el acervo patrimonial, posibilitando que el usuario recorra a su gusto las diversas exposiciones llevadas a cabo anualmente desde 2018.

Dentro de los contenidos digitales que se presentan en el sitio web del museo, muy pocos poseen algún grado de interactividad, de acuerdo con lo analizado en el trabajo de

tesis, la exposición que logra abrevar en esas fuentes es 100to radio, fundamentalmente gracias la realización dentro de un entorno virtual. Por su parte, el usuario puede optar sobre cómo realizar el recorrido o visita, o de qué forma acceder al material que allí se presenta.

Ilustración 20
Vista del edificio actual del Instituto Nº 12 Gastón Gori

Nota: Extraído del sitio web perteneciente al Instituto Nº 12 Gastón Gori (http://instituto12.com.ar)

Es necesario considerar también que, si nos remontamos algunos años antes a 1990, internet no era el enorme sitio en el cual pueden cruzarse direcciones en materia de segundos con solo pulsar un enlace; actualmente se puede trazar un paralelismo con una serie de islas dispersas. No existían en aquel entonces buscadores, no se podían unir textos e imágenes con sencillez en una pantalla y la exploración de información era prácticamente una misión imposible. En este plano, Tim Berners-Lee tuvo un rol preponderante en materia eficiente y rápida en el intercambio de datos entre la comunidad científica. Para esto combinó dos tecnologías existentes (el hipertexto y el protocolo de comunicaciones de internet), logrando crear una nueva forma de acceder a la información de manera más equivalente e intuitiva.

El autor expresa que su idea iniciática era la posibilidad de poder enlazar "cualquier cosa potencialmente conectada a cualquier cosa" (Berners-Lee, 2000, p.1), su intención en la creación del Web era equiparar el funcionamiento social al funcionamiento de la mente humana. Su creación buscaba no solo potenciar la exploración de información, ser un instrumento de investigación o resumir sus potencialidades solamente al e-commerce; que, si bien son aspectos notables, son tan solo una faceta. Lo mencionado anteriormente es parte del día a día de los seres humanos, pero de acuerdo al autor eso empaña el sentido de la verdadera apreciación que deberíamos tener.

Berners-Lee manifiesta que el Web nació de la síntesis de ideas que tenía en mente, que fue compaginando y así creó "los primeros programas para el Web" (Berners-Lee, 2000, p.2) y elige las siglas que utilizamos a diario "URL (entonces UDI), HTTP, HTML y, naturalmente, World Wide Web." (Berners-Lee, 2000, p.2)

La creación consistió en poder dar forma a las ideas de una manera no unificada al estilo Web; tal como expresa el autor "fue un proceso de unión, no la resolución lineal de un problema bien definido detrás de otro". (Berners-Lee, 2000, p.3) Entonces el trabajo puede sintetizarse de la siguiente manera, una pequeña parte de información en el espacio etiquetada en una dirección y el ordenador el encargado de obtenerla. De acuerdo al autor "los ordenadores pueden no encontrar la solución a nuestros problemas, pero serían capaces de hacer el trabajo pesado necesario, ayudando a nuestras mentes humanas encontrando intuitivamente caminos a través del laberinto." (Berners-Lee, 2000, p.4)

Berners-Lee también plantea, que varias personas lograron llegar a ideas semejantes que no pudieron ponerse en práctica. Y asume que su trabajo surgió en el instante adecuado, "cuando el hipertexto e Internet habían visto ya la luz." (Berners-Lee, 2000, p.6), y que solo restaba lograr esponsales entre ambas.

Por otra parte, el autor introduce al lector en el terreno del funcionamiento del Web; comienza a trazar la idea de nuevas definiciones de límites creados a partir de su utilización. Plantea algunos aspectos en relación a la importancia del Web, cuya finalidad debe ayudar a la persona a "ser intuitiva además de analítica, porque nuestra sociedad necesita ambas funciones. Los seres humanos tienen un equilibrio natural cuando usan las partes creativa y analítica de su cerebro." (Berners-Lee, 2000, p. 186)

Berners-Lee utiliza la analogía "tentadora" (Berners-Lee, 2000) entre el Web entendido como el cerebro, "neuronas y página web, y una mezcla de estructura y aparente aleatoriedad. Sin embargo, un cerebro tiene una inteligencia que surge a niveles bastante diferentes a partir de cualquier cosa de la que pueda ser consciente una neurona." (Berners-Lee, 2000, p.190)

Finalmente, establece que entre todas las personas del mundo podría fomentarse la esperanza de trabajar mancomunadamente para el bien común, haciendo el día a día más asequible para todos.

Como colofón, expone que gracias al esfuerzo mancomunado de cientos de personas se da la pauta "de que, si tenemos la voluntad individual suficiente, podemos hacer colectivamente de nuestro mundo lo que queramos." (Berners-Lee, 2000, p.195)

En otro sentido, centrando la mirada en los contenidos digitales vertidos dentro del sitio web, es ineludible que sean producidos en diversos formatos, para posibilitar el consumo "de acuerdo a las capacidades de las que esté dotado el dispositivo de acceso con que cuente el usuario que los revisa." (Camus, 2009, p.24) En este aspecto, el sitio del Museo Lidia Ferré, ofrece a sus usuarios, un recorrido por la misión y la visión del mismo (que pone a consideración los horizontes trazados y el sentido del espacio patrimonial), como así también un recorrido por las exposiciones que se van brindando al público año a año. Notándose una diferencia sustancial entre aquellas corpóreas, de las que fueron netamente realizadas para ser visitadas virtualmente. Comenzando por la primera, llevada a cabo en 2018, donde se desarrolló la temática de los orígenes y nombre de la institución, luchas por el edificio propio y un recorrido sobre las diferentes carreras que se dictan. En el espacio web se puede hallar una síntesis concisa acompañada de un corpus de imágenes de la exposición presencial.

Otro de los espacios que encontramos dentro de la web, es el de la exposición realizada durante 2019, denominado La Biblioteca como Territorio de Combate. Al igual que la exposición del año anterior, puede observarse en el apartado una síntesis ajustada del sentido de la misma y un corpus pequeño de imágenes reflejando su inauguración.

Es de enfatizar, que:

> es muy relevante que los creadores de contenidos trabajen considerando que el usuario tiene poco tiempo para visualizar los contenidos. Sin embargo, el hecho de que se escriba en términos de privilegiar la síntesis y el resumen, no significa que de manera alternativa no se puedan ofrecer versiones largas de los mismos contenidos, como así también, entregar documentos que ofrezcan más información junto a elementos desarrollados en otros soportes (imágenes, videos, presentaciones interactivas y otro tipo de objetos descargables) que le permitan al usuario contar con una gama amplia de componentes para elegir cómo informarse. (Camus, 2009, p.25)

Esto posibilita que el usuario realice elecciones que sean de su agrado, interés o motivación, todo en función de sus tiempos o necesidades. Es por ello que preferentemente al momento de producir contenidos se definan "formatos cortos y simples de leer." (Camus, 2009, p.25)

Además, encontramos en el apartado exposiciones, un espacio destinado a la exposición virtual 100to Radio, realizada en 2020, a la que se hizo referencia en otros capítulos de del presente trabajo.

Al momento del presente análisis se puede encontrar, además, un espacio referido a la exposición 2021, también presentada en formato netamente virtual. La misma hace referencia a Lidia Ferré (a quien se homenajea permanentemente a través del nombre

elegido para el museo institucional), contando con diferentes piezas como imágenes de los trabajos que realizaba, relevamientos, textos y podcast, se puede ahondar en la labor de esta incansable trabajadora del patrimonio santafesino.

Finalmente, dentro del sitio web existe un formulario de contacto directo con el espacio del museo.

La interface presenta un contenido claro, conciso, ordenado y estructurado a la hora de navegarlo; para ello el equipo de trabajo (tanto docentes como estudiantes), tomaron decisiones estilísticas a la hora de producirlo. Para organizar los contenidos fue preciso realizar una jerarquización, colocando los mismos en orden decreciente de importancia.

Destacando que:

> una página web puede contener texto, imágenes, ficheros de sonidos, ficheros de video, enlaces de hipertexto a otros recursos de internet. Todo ello se indica mediante los códigos HTML adecuados.
>
> La página web es transferida al ordenador del usuario mediante el HTTP. HTTP es un protocolo del género cliente/servidor. Las páginas web generalmente residen en servidores HTTP. El usuario solicita una página web existente en un servidor HTTP mediante un software cliente especializado (navegador o browser), bien pulsando un enlace hipertexto o designando una dirección concreta URL en la WWW. El servidor envía entonces la información requerida al ordenador del usuario. El software o navegador interpreta los códigos HTML y presenta la información contenida en la página web de forma inteligible en la pantalla del ordenador del usuario. (Moreno Muñoz, 2000, p. 54)

Es preciso también remarcar que siempre se tuvo en cuenta al público potencial que visitaría el sitio web, por ello el tipo de herramienta elegida para el diseño permitió un abanico de posibilidades adaptable a los requerimientos y necesidades. Considerando también dentro de los aspectos una legibilidad optima, con una tipografía clara, teniendo presente un contraste necesario entre el texto y el fondo (todo el sito está organizado de igual forma, fuente negra en titulares, cuerpos en tono de gris y fondos blancos)

Como se puso en evidencia a lo largo del análisis, emplear criterios de buen diseño facilita traducir adecuadamente el mensaje que se intenta brindar.

4.2 La Narrativa Hipermedia, Elementos De La Comunicación Digital Interactiva Aplicada Al Museo

Para introducir este apartado, es preciso recuperar el planteo de Scolari (2008), este autor aclara en torno a una definición de hipermediaciones que:

> no nos referimos tanto a un producto o un medio sino a procesos de intercambio, producción y consumo simbólico que se desarrollan en un entorno caracterizado por una gran cantidad de sujetos, medios y lenguajes interconectados tecnológicamente de manera reticular entre sí. (p.113)

Por ello, al hablar de hipermediaciones refiere no solo a una gran cantidad de "medios y sujetos" (Scolari, 2008) sino además a la permanente actualización e hibridación, como así también contaminación en el plano tecnológico – digital. En síntesis, las hipermediaciones configuran un aspecto inusitado que irrumpe dentro de los medios tradicionales, generando nuevas identidades. Por esto, Scolari establece que existe una construcción y nueva configuración de identidades colectivas conllevando a pasar "de los nuevos medios a las hipermediaciones." (Scolari, 2008) El autor, toma como punto de referencia el planteo de Martín Barbero, donde "el estudio de las mediaciones se insertaba en un proceso social bien determinado -la constitución de un sujeto histórico desde los comienzos de la modernidad, aunque con fuertes ramificaciones en el pasado medieval" (Scolari, 2008, p.115), en el cual los medios masivos tenían un rol preponderante. Ese panorama se encuentra en permanente discusión, ya que ni identidades colectivas ni los medios masivos presentan la uniformidad que tenían en el esplendor de la modernidad, exhibiendo una marcada "desmasificación y fragmentación de las grandes identidades." (Scolari, 2008, p.115)

Continuando con lo expresado por Scolari, el punto está en considerar que las mediaciones y las hipermediaciones no son "universos teóricos separados" (Scolari, 2008), sino que presentan en otros términos un encadenamiento más que una ruptura. Aclarando que, los hipermedios no parten de cero, toman como punto inicial a los medios masivos, germinando del ecosistema mediático y transformándolo a su vez.

En este sentido, los museos no son ajenos a la realidad y a los cambios tecnológicos, y de esta forma, el desafío consiste entonces en hacer confluir su patrimonio con el paradigma hipermedia. El eje consiste entonces, en hacer confluir apropiadamente el conocimiento, la historia y el patrimonio para ponerlo al servicio de los visitantes; sin perder de vista la concepción museológica y museográfica que tornan al museo en un espacio emocionante y de continua interpelación. Es por esto que:

> vamos al museo a mirar. Y a pensar. Y a emocionarnos. A disfrutar. A conocer. A hacernos preguntas. A hacer preguntas a otra gente. A interrogar los objetos. A cuestionar. A participar de actividades. A tomar contacto de muy diferentes maneras con un patrimonio que es nuestro. (Dujovne, Calvo & Staffora, 2001, p.43)

Los museos deben enfrentar al futuro teniendo una apertura comunicativa, narrativa e hipermedial; como es el caso referido en el presente análisis, el museo no solo es un espacio de preservación y difusión de objetos materiales, sino también promovedor y conservador del patrimonio inmaterial, destacando que el uso único y exclusivo de TICS

no vuelve efectivo al mensaje museológico por sí mismo. Para ello es necesario que un museólogo pueda pensar en el entramado que desea poner a consideración de los visitantes, lo que conlleva investigación, selección y manejo de herramientas tanto teóricas como prácticas propias de la disciplina.

De acuerdo con Hoptman (1994, como se citó en Del Río Castro 2012) los museos en la red, facilitan la conectividad y presentan "(…) una forma básica de referirse a lo interrelacional o interdisciplinar. La relevancia de la conectividad reside en que permite superar las limitaciones marcadas por los sistemas tradicionales de organización y presentación de la información." (Del Río Castro, 2012)

En este sentido, el autor aclara que el conocimiento es ordenado en disciplinas que contienen dentro de sí algunos parámetros preconfigurados, como por ejemplo "tipo de obra, fecha, título, artista, etc." (Del Río Castro, 2012)

La presencia en internet brinda otro tipo de opciones para presentar la información, posibilitando que los visitantes establezcan aquellas relaciones que estimen "significativas según sus conocimientos, gustos o intereses". (Del Río Castro, 2012) Durante este devenir, la información muta su forma estática, generando contenidos para los usuarios, que comienzan a ser partícipes en la producción de significados. Es por esto que, la representación digital comienza a tener un nuevo rol "son clavos en los que enganchar una narrativa" (Mackenzie,1997, como se citó en Del Río Castro 2012)

Es decir, la obra, objeto o relato patrimonial, dejan de poseer valía por sí mismas y cobran sentido en torno al contexto de cada usuario; "esta posibilidad coloca a los visitantes en el centro de la experiencia virtual y los convierte en articuladores de significado." (Del Río Castro, 2012)

En capítulos anteriores se precisó sobre la importancia de crear, desarrollar y mantener un sitio web para el museo institucional, remarcando que sin duda alguna esta herramienta permitió en sentido amplio, generar las prácticas profesionalizantes, como así también el acercamiento a una temática relevante en torno al centenario. El énfasis siempre fue tendiente a estrechar la vinculación con el público, experiencia que ya se venía llevando adelante desde 2018 en forma presencial.

El objetivo tanto de docentes y estudiantes, fue generar un sitio web que no solo presentara información reiterativa de lo ya conocido, sino recordar la razón de existencia como también sus actividades pasadas, presentes y futuras. El desafío consistió en poder trascender y superar la mera exposición informativa o promocional.

Es de destacar, además, que la experiencia de virtualización de la muestra 100to Radio nunca tuvo por finalidad sustituir la exposición real, sino permitir adentrarse a sus visitantes en el disfrute y goce de materiales preparados especialmente.

Otro aspecto a considerar es, que los museos convergen como ya se explicitó, en un paradigma hipermedia, donde también deben aproximarse otras disciplinas que otorguen riqueza y nuevas perspectivas para el desarrollo y conservación patrimonial. Como así también no perder de vista aspectos que provienen del terreno museográfico y que esto conlleve a un permanente replanteo en la búsqueda de un mensaje profundo, bien construido y sostenido por una interdisciplinariedad para enriquecer el terreno específico; empleando las nuevas tecnologías como hilo conductor en la construcción de sentidos y de espacio expositivo. Para pensar en los conceptos de hipermedia dentro del museo, es preciso tener en cuenta "la interactividad, la interacción y la ergonomía" (Moreno Sánchez, 2015, p.89)

Por su parte, de acuerdo con Wagner (1997, como se citó en Moreno Sánchez 2015), "el concepto de interactividad aparece debido a la posibilidad tecnológica de crear conexiones." Lo cual confluye en que "interacción se refiere a acciones dinámicas sin mediación tecnológica y la interactividad refleja esas acciones dinámicas valiéndose de la tecnología." (Moreno Sánchez, 2015, p. 90)

De acuerdo con Robertson la interacción se origina "cuando existe una actividad cognitiva consciente en el intercambio entre los participantes del proceso comunicativo." (Robertson, 2002, como se citó en Moreno Sánchez, 2015). Por su parte, Cabero y Llorente destacan que "el concepto de interacción tiene que ver con la relación humana y el de interactividad con la relación que se da con el medio tecnológico." (Cabero & Llorente, 2007, como se citó en Moreno Sánchez, 2015)

Si bien existen diversas posturas en relación a esos conceptos, Moreno Sánchez (2015) sostiene que la interacción está vinculada "a la relación interpersonal e interactividad a la relación entre personas y sistemas tecnológicos." (p.90)

Por otra parte, en cuanto al concepto de ergonomía el autor señala que es la interrelación entre las cosas y las personas, situándose en la correspondencia "física adaptativa, pero que en el museo va más allá con interacciones estéticas, emocionales, informativas." (Moreno Sanchez, 2015, p. 90)

En suma, la comunicación en todas sus dimensiones es uno de los ejes fundamentales para la vida activa de un museo, recordando que comunicar exige un

intercambio, una reciprocidad de ideas, valores y palabras en pos de ofrecer experiencias que obturen no solamente el disfrute sino el permanente intercambio de conocimientos.

Capítulo 5

Epílogo

Epílogo

5.1 Reflexiones Finales

La pretensión de este trabajo es abrir un debate en torno a la comunicación y las nuevas tecnologías, en un espacio de conocimiento, saber y preservación como es el museo, la idea no es dar una respuesta acabada sino abrir interrogantes que pueden seguir madurando con el trascurso del tiempo y las vicisitudes.

En el desarrollo de este trabajo se intentó producir conocimiento específico, tomando como referencia la adaptabilidad que tuvo que llevar a cabo la institución educativa y por supuesto también el Museo Lidia Ferré, eje del análisis. Los desafíos de la virtualidad y la vinculación con los nuevos públicos/visitantes fueron aspectos nodales para aventurarse en la construcción.

Por esto, es imprescindible:

> considerar la museología como un compromiso ético y estético que se ha de llevar a cabo en un constante diálogo entre el museo y la comunidad. El conocimiento mutuo ha de conducir a ambos a un análisis científico en el que se pongan sobre la mesa las diferentes memorias y las narrativas que las han de hacer explícitas, teniendo presente que dicho conocimiento ha de surgir de la práctica y de la reflexión museológica, que siempre tiene lugar en un tiempo y en un espacio concretos. Desligar el museo de la comunidad que lo sostiene y conserva sería un grave error metodológico porque ambos están llamados a trabajar en estrecha relación creando un ámbito de concienciación museológica capaz de implicarlos en la consecución de una museología dialógica, crítica y solidaria capaz de abrir nuevos horizontes de compromiso para descubrir espacios de la memoria que favorezcan una acción liberadora para la comunidad y para sus miembros." (Hernández Hernández, 2019, p.334)

Es de destacar que pensar en una institución de estas características y en el montaje expositivo llevado adelante, no solo implicó tener en cuenta factores tecnológicos para modificar la interfaz, sino pensar en piezas comunicacionales que aportaran valor y sentido a la temática por los 100 años de la Radio en Argentina.

Se pudo observar, que ciertas estrategias, actitudes, prácticas de los actores educativos, debieron modificarse, adaptarse e incluso surgieron nuevas formas de interrelacionarse para la exposición virtual.

Finalmente, a partir de lo observado, se propone el diseño y creación de una aplicación web progresiva; que posibilite complementar la experiencia de visita virtual de la exposición. Para ello se tuvieron en cuenta aspectos relacionados con la comunicación digital y el diseño de interfaces, como así también historias y sonoridades propias del mundo radiofónico. Para la creación de la misma, se tuvo en cuenta lo expresado por los actores intervinientes sobre la escasa interactividad que la exposición

presentaba y la imposibilidad de tener un ida y vuelta que permitiera medir la satisfacción del público visitante. Como se podrá observar detalladamente en la biblia narrativa de la producción digital/maqueta, una de las premisas es el sonido, por ello se creó una serie de tres podcasts pensados especialmente para complementar el trabajo expositivo ya realizado en 100to Radio. Además, se puede acceder a la lectura de sus guiones técnicos en formato accesible PDF. Otro de los aspectos contemplados es un juego, que incluye una experiencia de verdadero falso para recapitular los ejes presentados. De igual forma, considerando lo recogido y analizado en las entrevistas, se creó un nivel de satisfacción a partir del uso de emojis que incluyen las siguientes categorías: genial, excelente, muy bueno, aceptable, no entendí, no sé. Finalmente, la aplicación ofrece la posibilidad (empleando la lógica del sonido), de poder grabar un audio para dejar un comentario sobre la exposición puntualmente, como así también aquellas personas que así lo deseen puedan dejarlo por escrito; a diferencia del formulario general que presenta el sitio web del museo, aquí la idea es que el visitante solo pueda expresar sus observaciones puntuales sobre 100to Radio.

La premisa de esta investigación y desarrollo de aplicación, son el intento de convidar a otros para que a partir de lo descripto, analizado y expuesto se pueda continuar profundizando en tal sentido.

Biblia narrativa de la producción digital de 100to Radio App

Biblia Narrativa De La Producción Digital De 100to Radio App

Justificación

Acceso al enlace de 100to Radio App: https://bellaflor.com.ar/100/

Con los cambios vertiginosos, acelerados y en algunos aspectos abruptos como se manifestó a lo largo de esta investigación, se puede considerar que la exposición 100to Radio fue un proyecto que permitió perfectamente su adaptabilidad al formato virtual. Ahora bien, como propuesta para complementar la experiencia de visita virtual al museo, se propone la creación de una aplicación móvil que pueda descargarse, utilizarse y visualizarse perfectamente en cualquier tipo dispositivo (tablet, celulares, computadoras, etc.). Es de destacar, que encontramos numerosa cantidad de aplicaciones de diversa índole que otorgan acceso a información en cualquier instancia, lugar o espacio físico y sin algún tipo de costo, como el prototipo de maqueta previsto para 100to Radio app.

Se definió para la creación de la propuesta una aplicación web progresiva para la aplicación; en la misma se trabajó empleando tecnologías web como HTML, CSS y JavasScript (que posibilitan generar interfaces para diversos servicios en internet).

La principal diferencia de las aplicaciones web progresivas con las aplicaciones móviles o de escritorio, es que pueden emplearse en todo tipo de dispositivos. Otro de sus potenciales, es que se comportan como una web nativa, pero emplean tecnologías web, es decir que aplican:

> la usabilidad de una aplicación móvil nativa al conjunto de características de un navegador moderno, aprovechando al máximo los avances en ambas áreas de desarrollo, ofreciendo ventajas evidentes al permitir a los usuarios ejecutarlas directamente desde el escritorio sin pasos adicionales. (Ranchal, 2019)

Además, puede destacarse que poseen universalidad, ya que una aplicación progresiva debe poder ejecutarse sin inconvenientes por cualquier tipo de usuario, de manera independiente al navegador empleado.

Otro aspecto es que debe ser responsive o adaptativo, es decir, que una misma página pueda ser visibilizada o utilizarse en cualquier dispositivo, ya sea computadora, teléfono, tablet, etc.

Ahora bien, en cuanto al diseño, el mismo debe emular las aplicaciones móviles nativas, presentando una serie de menús simples y con fácil accesibilidad.

Por otra parte, en cuanto a instalación pueden ser descargadas sin necesidad de acceder a una tienda de aplicaciones, solo se precisa una url y no es necesaria una instalación previa.

Sintetizando, este tipo de aplicación facilita a los usuarios una experiencia similar a la de un sitio web, siendo optimizada para poder visitarse y emplearse de manera ágil y simple.

Para su creación se trabajó con una plantilla de wordpress y pluggins que posibilitaron personalizarlo en lo estético y funcional.

Finalmente, se diseñó una aplicación para dispositivos considerando aspectos relacionados con la comunicación digital, el diseño de interfaces, gamificación, como así también historias y sonoridades propias del mundo radiofónico.

Por todo lo expuesto, considerando conveniente para complementar y profundizar la comunicación de contenidos de la experiencia y para ahondar la historia de la radiofonía argentina, se propone desarrollar una aplicación que permita fortalecer el vínculo con los visitantes.

Objetivos

Objetivo general

● Profundizar y complementar la experiencia propuesta por la exposición virtual 100to Radio para sus visitantes.

Objetivos específicos

● Invitar al usuario a escuchar podcast relacionados con los 100 años de vida de la radio en Argentina.

● Profundizar el contenido ofrecido en los podcasts en una versión accesible en formato PDF para personas con discapacidad auditiva.

● Atraer y sostener el interés del usuario en el contenido de la exposición a partir de la participación a partir de la utilización de gamificación.

● Apreciar y evaluar el nivel de satisfacción de la experiencia 100to radio a través de la app.

● Atraer, sostener e involucrar a los usuarios a través de la retroalimentación de un formulario que posibilita al visitante reflejar sus opiniones en audio o texto.

Definición De Audiencia.

La aplicación está dirigida objetivamente al público/visitante del Museo Lidia Ferré, es decir personas interesadas con la temática patrimonial, en la historia de la radio, como así también estudiantes y docentes de la comunidad del Instituto Nº 12.

En torno al centenario de la radio de la radio en la República Argentina, surgieron a lo largo y ancho del país diversos homenajes en distintos medios de comunicación, espacios y museos. Para el caso del museo institucional tomado como referencia para el trabajo de análisis, se optó por llevar adelante una exposición cuya temática reflejara la importancia histórica del medio, como así también la relevancia que el mismo tiene para los estudiantes del Instituto Nº 12 Gastón Gori.

Reconociendo aspectos vinculados y tendientes a la inclusión, se pensó también en una aplicación accesible que permita a aquellos interesados encontrar material que facilite mantener los ejes propuestos por el museo, que son divulgación y difusión del patrimonio histórico.

Tratamiento.

Título: 100to Radio App**.**

Lema: Parte del aire, del oído a la imaginación.

Storyline

100to Radio App presenta una manera de complementar la experiencia ofrecida en la exposición virtual, exhibiendo una profundización sonora y gamificada sobre la historia de vida de la radiofonía argentina como patrimonio histórico. A partir de la implementación de diferentes recursos, se ofrece a los visitantes una manera novedosa de encontrarse con contenidos que amplifican y promueven diferentes sentidos.

Sinopsis (Narrativa Y Funcional)

La mítica noche del 27 de agosto de 1920 sería el hito fundacional de la epopeya del medio donde prima por excelencia la escucha atenta. Un medio que supo aggiornarse con las vicisitudes de los tiempos y que supo encontrar siempre el camino recto para estar joven, activo y gozando de plena salud. Por el éter pasaron voces con colores y tonalidades que fueron matizando las horas del día, también se sucedieron formatos, estilos, melodías, tecnología, todo esto fue la cimiente de un hecho verdaderamente histórico, imparable y permanentemente activo.

La radio fue perfilando históricamente un estilo coloquial, característico del lenguaje hablado, conversacional. Por esto, su discurso siempre está dirigido al oído del radioescucha, empleando expresiones sencillas que faciliten el acercamiento con todos

los públicos, ya que la idea no es utilizar jergas profesionales o términos demasiado específicos, sino la comprensión de aquello que se pretenda desarrollar.

Es de destacar que la sensibilidad ingresa por el oído y no produce indiferencia, si se sintoniza algo que conmueve o genera una sensación agradable, automáticamente se activa la atención del ser humano. La radio es un medio que permanentemente trabaja con las sonoridades, entrando por la puerta grande, permitiendo desplegar las alas de la imaginación.

A través de la polifonía de sonoridades, se intenta generar un nuevo nexo entre el museo institucional y sus visitantes, poniendo un abanico de propuestas y recursos tendientes a fortalecer el universo comunicativo. Esta nueva manera de comunicación sin contacto físico con el objeto concreto, facilita "señalar la existencia del elemento interactivo, que ofrece al hombre una nueva forma de relacionarse con los objetos". (Hernández Hernández, 2011, p. 63).

La aplicación despliega una ampliación del recorrido propuesto en la exposición virtual, facilitando el acceso a los contenidos que se sustentan en la posibilidad de ofrecer podcasts con temáticas variadas cuyo eje es el medio radiofónico. Además, se brinda la posibilidad de encontrar en PDF accesibilidad a los guiones técnicos en formato escrito del contenido de los mismos.

También se propone un juego, realizado en la plataforma Genially, que posee opciones de verdadero falso, adecuando así la experiencia para consolidar los conocimientos ofrecidos en la exposición virtual a partir de la utilización de la app.

Otro aspecto clave desarrollado, es poder tener en cuenta el nivel de satisfacción de los visitantes con la exposición y, además, siguiendo la lógica del sonido, se ofrece la posibilidad de dejar comentarios grabados como así también en formato textual.

Finalmente, se vincula la aplicación con un enlace a las redes sociales del museo, Facebook e Instagram.

Plot Points (O Elementos Narrativos)

Tema principal: 100 años de la radio en Argentina

Temas secundarios:

● **Podcast:** Episodios que invitan a recorrer la historia de la radio en formato sonoro, recuperando aspectos nodales acontecidos durante la centuria.

● **Accesibilidad:** Al texto de guiones técnicos utilizado en los podcasts, en formato visual a través de PDF con efecto flipbook.

● **Gammificación:** Empleo de juego para fidelizar al público visitante con el contenido de la exposición 100to Radio.

● **Nivel de satisfacción:** A través de la utilización de emojis el visitante puede expresar su grado de interés por la exposición.

● **Sugerencias:** Posibilidad de grabar o escribir comentarios y/o sugerencias en relación al recorrido realizado.

Caracterización / Descripción De Personajes / Protagonistas

Locos de la azotea

Eran cuatro jóvenes que sin otro sentido más allá de la pasión y con un precario equipo de no más de cinco vatios de potencia, lograron trascender la azotea y sentar las bases de la radiofonía en Argentina.

De acuerdo a lo expresado por Ulanovsky (2009), “el equipo, de tan precario, parecía estar atado con piolines. El único micrófono que se pudo conseguir para tomar los ruidos del ambiente era uno para sordos y había sido ubicado en el paraíso del teatro Coliseo.” (p.17)

Los pioneros no eran especialistas en materia radiofónica, no eran locutores o comunicadores, sino jóvenes entusiastas que estudiaban medicina y un médico, los cuatro eran radioaficionados. Ellos eran el Doctor Enrique Telémaco Susini (especializado en garganta, nariz y oído), que a su vez fanatizó con esta aventura a su sobrino Miguel Mujica, quien motivó a sus compañeros de estudios médicos y aventuras culturales, César Guerrico y Luis Romero Carranza.

Al respecto Ulanovsky (2009), manifiesta que:

> Susini se reserva para él y sus amigos el siguiente perfil: "Éramos médicos estudiosos de los efectos eléctricos en medicina y también radioaficionados lo suficientemente bien informados como para estar a la vanguardia. Pero, básicamente, éramos personas imaginativas, amantes de la música y el teatro y por eso se nos ocurrió que este maravilloso invento podía llegar a ser el más extraordinario instrumento de difusión cultural". (p. 17-18)

Por su parte, Rocca señala que “la radiotelefonía argentina nació como un entretenimiento de aficionados que jugaban a transmitir y recibir,” (Rocca como se citó en Ulanovsky, 2009, p. 18) y esa aventura se volvió un medio imperecedero y necesario para el acompañamiento de la vida diaria.

Ilustración 21
Los locos de la azotea

Nota: En la imagen se puede observar a Cesar Guerrico, Luis Romero Carranza, Miguel Mujica y Enrique Telémaco Susini,

Especificaciones Funcionales Y Diseño Visual Del Proyecto

Formulario Multiplataforma

1. Aplicación Web Progresiva

La misma contiene

a) Podcasts: serie sonora documental de 3 episodios destinados a profundizar en aspectos que recorren algunos ejes de la conformación del medio a lo largo de sus cien años de historia.

- Episodio 1: Los pioneros, historia de una azotea.
- Episodio 2: Adaptabilidad radiofónica.
- Episodio 3: Nuevos escenarios radiofónicos

b) Versión accesible de los podcasts: Versión escrita y accesible del material sonoro trabajado en los podcasts en formato PDF con efecto flipbook.

c) Juego en línea: Generado dentro de la plataforma Genially, al que cada usuario podrá acceder de manera independiente en el momento que determine. A partir de preguntas breves y de opción verdadero/falso que recapitulan aspectos nodales vertidos en la exposición 100to Radio del Museo Lidia Ferré. Esto permite la interacción lúdica del visitante, acompañando y tendiendo nexos comunicativos con la exposición virtual.

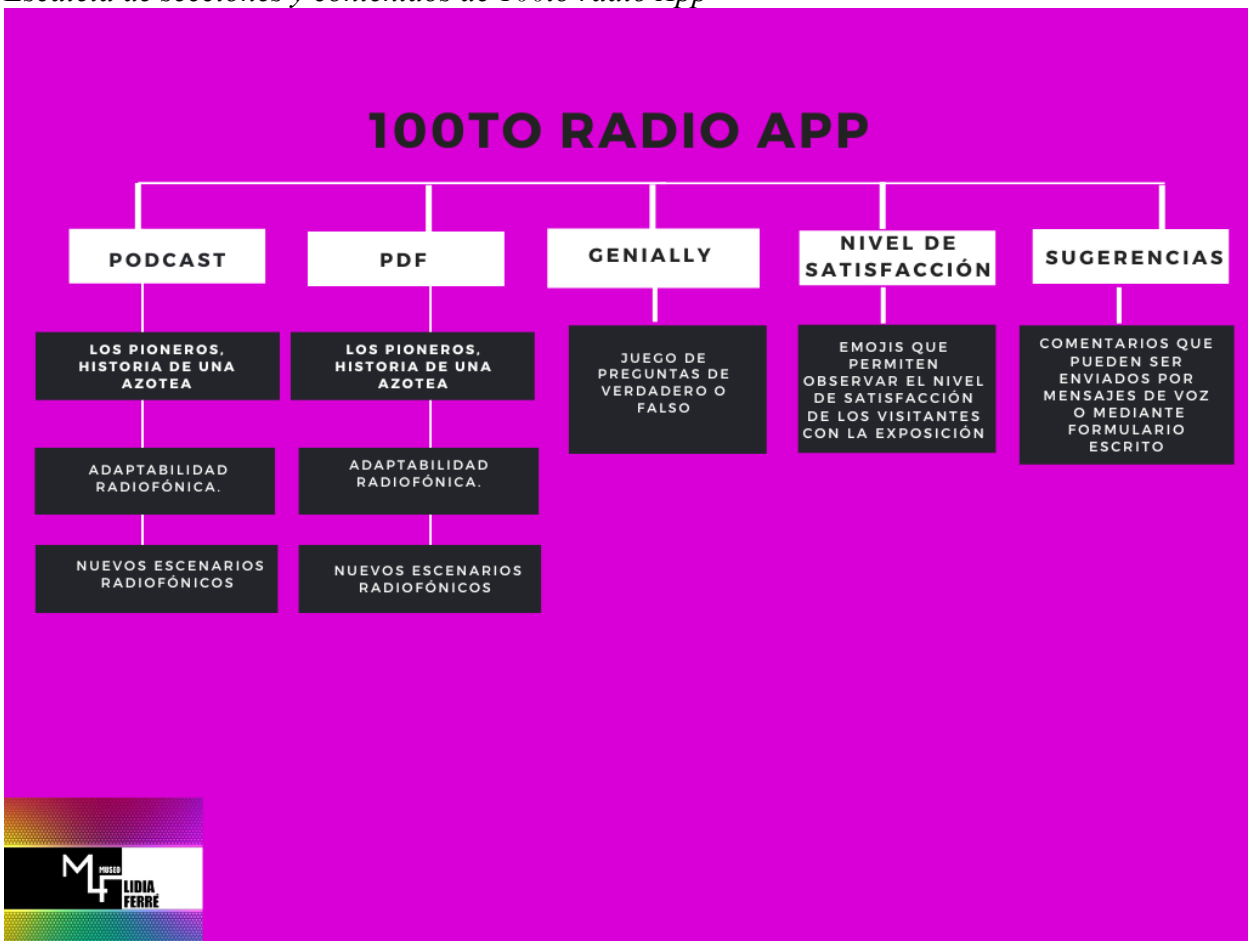
d) Nivel de satisfacción: A través del empleo de emojis que permitan al usuario expresar de manera simple que sensación generó la exposición 100to Radio. Este estilo de expresión, conlleva de forma novedosa la manifestación de felicidad, amor, aprobación, disgusto, enojo y otras emociones básicas del ser humano simplificadas con expresivas caras. Es un modo de comunicación naturalizada/normalizada en todo el mundo y puede ser fácilmente comprendida por las diferentes edades o países y se realiza de forma intuitiva y ágil. Además de manera muy simple y sin necesidad de emplear mucho tiempo el visitante puede manifestarse y permite a los estudiantes y docentes creadores, recibir información que no pudo ser obtenida dentro de la exposición virtual.

e) Sugerencias: Ofrecen al visitante la opción de grabación luego de haber realizado el recorrido virtual o bien rellenar un formulario de texto que permita manifestar algún tipo de sugerencia o comentario.

Guion o Escaleta De La Plataforma Principal

Cuadro 6

Escaleta de secciones y contenidos de 100to radio App



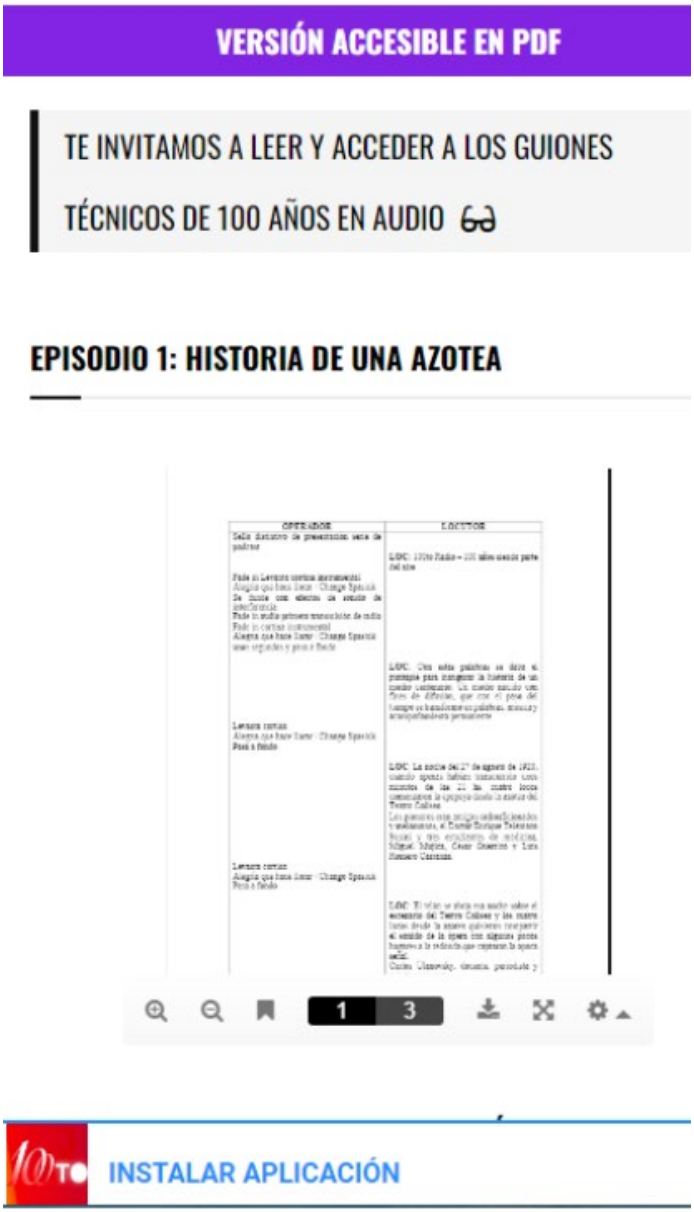
Storyboard O Bocetos De La/s Plataforma/s Proyectadas

Ilustración 22

Boceto 100to radio App

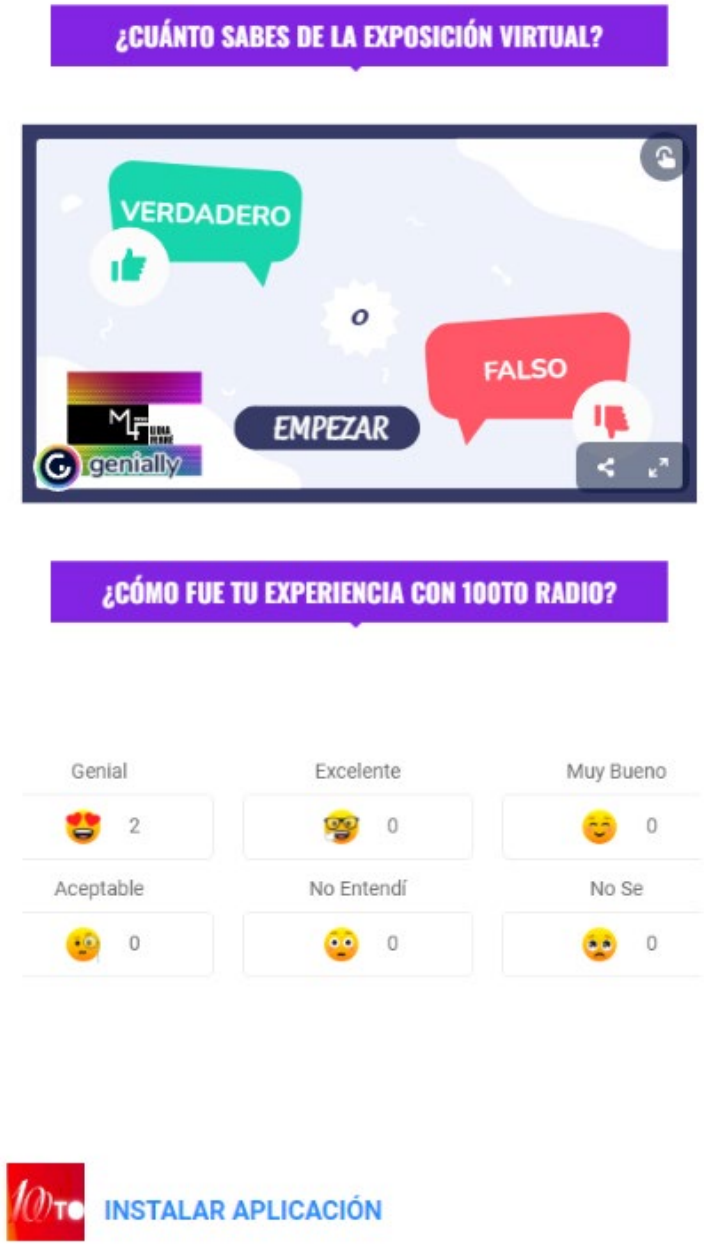
Nota: La ilustración exhibe la lista desde donde se puede acceder a los tres podcasts propuestos en la serie.

Ilustración 23
Boceto 100to radio App



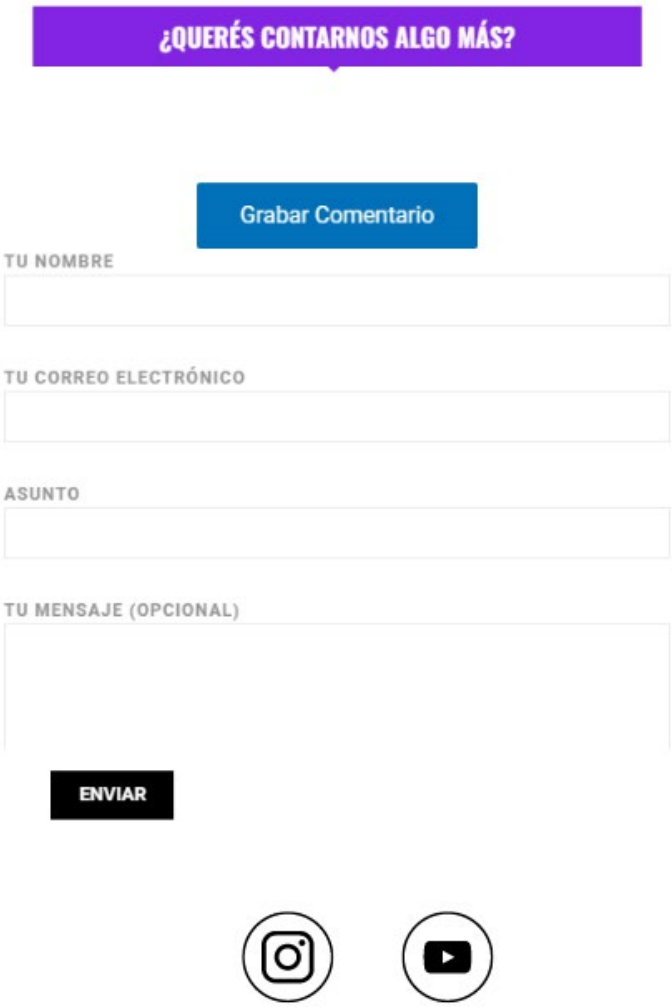
Nota: La ilustración exhibe uno de los guiones técnicos de los podcasts al que se puede acceder y leer a través de un efecto flipbook.

Ilustración 24
Boceto 100to radio App



Nota: La ilustración exhibe el juego de verdadero o falso que tiene vinculación con la exposición virtual del Museo Lidia Ferré y luego el nivel de satisfacción a través del empleo de emojis.

Ilustración 25
Boceto 100to radio App



Nota: La ilustración exhibe un botón de grabación para posibles comentarios (formato audio) y un formulario de contacto en formato escrito, como así también la posibilidad de interacción con las plataformas Instagram y YouTube del Museo Lidia Ferré.

Estrategias De Participación Y Propuestas De Interacción De Los Usuarios

La intención es poder interpelar a los visitantes a partir del conocimiento sobre el patrimonio radiofónico, la centuria del medio y la posibilidad de vinculación con el Museo Lidia Ferré desde otro aspecto (tal como se afirma en el sitio web del mismo), y por tanto desde la app en consonancia con su finalidad se intenta:

> convertir el museo en un espacio de referencia, encuentro y diálogo entre los diferentes actores – alumnos, docentes, y diversos agentes- de distintos tiempos y épocas en la vida de la institución; pudiendo reconocerse, tanto desde la labor expositiva como de investigación, el surgimiento de un relato polifónico, abierto, y a la vez propio, en los debates y en la defensa de la educación pública.
>
> Abrir un espacio dinámico, de tal modo que cada tramo o segmento que la integre sea capaz de dialogar con nuevos aportes; ente ndiendo que el cuidado y la defensa del propio patrimonio está siempre, íntimamente atravesado por el compromiso social, la ética profesional, el respeto a la diversidad, la democratización de la cultura, la batalla por el reconocimiento a los derechos humanos y culturales, la accesibilidad a la educación y el sentido de pertenencia (Museo Lidia Ferré, s.f.)

El proyecto comunicacional de creación de la app, intenta ser una versión de complementación de la experiencia virtual 100to Radio, cuyo objetivo de aprendizaje es generar contenido que interpele sobre la importancia de la radiofonía. En cuanto a la propuesta comunicacional, se intenta potenciar la experiencia del recorrido virtual que realicen los visitantes de forma directa y personalizada. La intención es estimular y ofrecer una opción distinta, con acceso a materiales culturales que promuevan el interés y generen un atractivo complementario a la exposición virtual.

En cuanto a la utilización de redes sociales, se ofrece una vinculación de anclaje a las empleadas por el Museo Lidia Ferré, las mismas son Facebook e Instagram.

Propuesta De Implementación De Redes Sociales

A través de las redes sociales del Museo se propone hacer una campaña de promoción y activación de la aplicación, buscando generar y despertar el interés del público. Esto en consonancia con la línea de actividades propuestas por el equipo de trabajo de la exposición 100to Radio.

Especificaciones De Diseño

La aplicación presenta una apariencia sencilla (en consonancia con el diseño general de la exposición) y posee un comportamiento básico, se precisa para su instalación una computadora, un dispositivo móvil, celular, tablet, etc.; ya que el empleo

y utilización de una web progresiva facilita su adaptabilidad de acuerdo al equipamiento técnico del que disponga el visitante.

La aplicación se define por un nivel de interactividad media, facilitando el acceso al contenido ofrecido "ejemplo típico sería la navegación que realizamos en la red, cada uno elegimos el recorrido que deseamos realizar según nuestros intereses." (González de Medina, 2020, p.4) Se intentó a partir de la creación de la app, involucrar con la exposición a los visitantes y que puedan acceder a otro tipo de contenidos.

Considerando que la misión del sitio web y del museo, es reconstruir las memorias del Instituto Superior Nº 12 por medio de la indagación permanente de su historia, los orígenes y evolución de la institución, recuperando, conservando y exhibiendo aquellos bienes materiales e inmateriales que den cuenta de ello.

El ingreso a la aplicación es de fácil comprensión y de carácter intuitivo (ya sea para un visitante poco habituado a este tipo de aplicaciones, como uno más avanzado), no presenta dificultades para realizar movimientos dentro de la misma.

Se empleó un diseño minimalista y sencillo, aplicando los mismos criterios trabajados dentro del sitio web. Se utilizó para ello el logo del Museo Lidia Ferré.

La paleta de color aplicada para este diseño, es el tono violeta, que identifica a la carrera de Museología dentro del Instituto Nª 12 Gastón Gori, en conformidad con el sitio web del museo institucional.

También se tuvo en cuenta que, de la idea a la aplicación propiamente dicha, el usuario pueda avanzar con la menor complejidad posible, empleando una tipografía legible y adecuada para el diseño, la roboto, sans serif.

Se tuvo como premisa para la creación de la aplicación, mantener una "coherencia visual a lo largo de toda la navegación" (Tabor y Vrdoljak, 2017, p. 43), esto concede a sus usuarios la posibilidad de entender la interfaz y "aprender las interacciones más rápidamente." (Tabor y Vrdoljak, 2017, p. 43)

Para el sector de podcast se trabajó con una playlist para poder identificar los episodios fácilmente y encontrarlos de manera ordenada, agradable para así poder definir cual quiere oírse primero.

Otro de los aspectos del diseño visual fueron los emojis para comprobar el nivel de satisfacción, utilizando un diseño sencillo, ameno y familiar que permite que el visitante con solo un clic pueda emitir su opinión en torno al recorrido propuesto a través de audio o texto escrito.

Implementación Y Ejecución

Indicadores De Éxito O KPIs

El éxito se valora de acuerdo a los siguientes criterios:

● Cantidad de participantes que juegan Genially.

● Cantidad de interacciones que se propone a través de la medición del nivel de satisfacción.

● Cantidad de comentarios de los usuarios en audio y/o texto dentro de la aplicación.

Cronograma De Lanzamiento De Piezas

La propuesta es que una vez que las piezas de la exposición 100to terminaron de lanzarse se pueda concluir invitando a los visitantes a disfrutar y recorrer los contenidos propuestos en la aplicación.

Equipo De Producción

Melisa Busaniche

El desarrollo y diseño de la aplicación tendrá como coordinadora, productora de contenidos y desarrolladora a Melisa Busaniche, Licenciada y Profesora en Comunicación Social egresada de la Universidad Nacional de Entre Ríos; como así también Locutora Nacional Mat. Nac. 12.398.

Estudiante en proceso de Tesis de Maestría en Comunicación Digital Interactiva en la Universidad Nacional de Rosario.

Con experiencia de desempeño en instituciones educativas de Nivel Medio y Nivel Superior en las carreras de Tecnicatura en Comunicación, Tecnicatura en Locución, Tecnicatura en Museología y Gestión Patrimonial, Profesorado de Nivel Inicial, Profesorado de Teatro y Profesorado de Matemática en la ciudad de Santa Fe.

Además, es conductora de un programa de radio cultural educativo, tendiente al fortalecimiento y divulgación del patrimonio cultural que cuenta con más de 16 años en el aire radiofónico.

Referencias

Alberdi, M. C. (2021). *Texto base Unidad III, Metodología de la investigación*. Maestría en Comunicación Digital. Universidad Nacional de Rosario.

Amar, G. (2011). *Homo mobilis. La nueva era de la movilidad.* La Crujía Ediciones.

Area Moreira, M. (2012). *Alfabetización digital y competencias informacionales*. Editorial Ariel.

Bellido Gant, M. L. (2008). *Los fundamentos del medio digital*. En M. L. Bellido Gant (Dir.), *Difusión del patrimonio cultural y nuevas tecnologías* (pp. 36-52). Universidad Nacional de Andalucía.

Bellido Gant, M. L., Ruiz Torres, D. (2012). *Los museos de los nuevos medios: virtualidad e interacción como nuevos paradigmas del conocimiento y la difusión*. En V. Andrade Pereira y A. Colorado Castellary (Eds.), *ArTecnología: arte, tecnología e linguagens midiáticas* (pp. 52-65), Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Brasil.

Berners-Lee, T. (2000). *Tejiendo la red*. Editorial Siglo XXI.

Camus, J. C. (2009). *Tienen cinco segundos*. www.tienes5segundos.cl.

Consejo Internacional de Museos. (24 de agosto de 2022). *El ICOM aprueba una nueva definición de museo.* https://icom.museum/es/news/el-icom-aprueba-una-nueva-definicion-de-museo/

Del Río Castro, J. N. (2012). Museos de arte en la red. *Telos cuadernos de comunicación e innovación,* (90). https://telos.fundaciontelefonica.com/archivo/numero090/museos-de-arte-en-la-red/

Deloche, B. (2003). *El museo virtual. Hacia una ética de las nuevas imágenes.* Ediciones Trea.

Dujovne, M. (1995). *Entre musas y musarañas*. Fondo de Cultura Económica.

Dujovne, M., Calvo, S., Staffora, V. (2001). Defectos y virtudes del museo. *Revista ir al museo.1*(3), 41-45. http://www.bnm.me.gov.ar/giga1/documentos/EL001225.pdf

Eve Museografía. (26 de agosto de 2020). *Como se escucha a un museo*. https://evemuseografia.com/2020/08/26/como-se-escucha-a-un-museo

Fernández, J. L. (1999). *Los lenguajes de la radio.* Atuel.

Gertrúdix, M., Gertrúdix F., García F. (2017). El lenguaje sonoro en los relatos digitales interactivos. *Cuadernos de información y comunicación*, (22), 157-167. https://doi.org/10.5209/CIYC.55972

González de Medina, D. (2020). *Texto base Unidad IV, Diseño Digital Interactivo*. Maestría en Comunicación Digital. Universidad Nacional de Rosario.

Haye, R. (1995). *Hacia una nueva radio.* Paidós.

Haye, R. (2000). *La radio del siglo XXI. Nuevas estéticas.* La Crujía.

Haye, R. (2004). *El arte radiofónico. Algunas pistas sobre la constitución de su expresividad.* La Crujía.

Hernández Hernández, F. (2011). *El museo como espacio de comunicación*. Ediciones Trea.

Jenkins, H. (2008). *Convergence culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Paidós.

Lévy, P. (1999). *Qué es lo virtual*. Paidós.

López Vigil, J. I. (2005). *Manual urgente para radialistas apasionados.* Artes Gráficas Silva

López Vigil, J. I. (2015). *Pasión por la radio. Capacitación de capacitadores.* Artes Gráficas Silva.

Maldonado, T. (1999). *Lo real y lo virtual*. Gedisa.

McQuail, D. (1994). *Introducción a la teoría de la comunicación de masas.* Paidós.

Mordecki, D. (2012), *Miro y entiendo.* Concreta.

Moreno Muñoz, A. (2000). *Diseño ergonómico de aplicaciones hipermedia*. Paidós.

Moreno Sánchez, I. (2002). *Musas y nuevas tecnologías.* Paidós.

Moreno Sánchez, I. (2015). Interactividad, interacción y accesibilidad en el museo transmedia. *Revista Zer*, *20* (38), 87-107. http://www.ehu.eus/zer/es/hemeroteca/articulo/Interactividad-interaccin-y-accesibilidad-en-el-museo-transmedia/584 >

Museo Lidia Ferré. (s.f.). *El museo Misión y visión.* https://instituto12.com.ar/museolidiaferre/el-museo/

Narrativa Radial. (s.f.). *La guerra de los mundos (30/10/1938*). *Cuando la ficción devino en "Realidad"*. https://www.narrativaradial.com/sitio/la-guerra-de-los-mundos-30101938-cuando-la-ficcion-devino-en-realidad/

Panozzo Zenere, A. (2013). El ser virtual: El museo virtual. El Museo de Arte de Uruguay, MUVA. *Revista Estudios de Arte*, (24), 1-6. https://www.academia.edu/27929731/El_ser_virtual_El_museo_virtual

Ranchal, J. (26 de septiembre de 2019). *Qué son, cómo funcionan y ejecutan las aplicaciones web progresivas.* https://www.muycomputer.com/2019/09/26/aplicaciones-web-progresivas/

Salaverría, R. (2003). Convergencia de los medios. Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui, (81), 32-39. https://revistachasqui.org/index.php/chasqui/article/view/1471/1500

Sautu, R. (2003). *Todo es Teoría: objetivos y métodos de investigación*. Lumiere.

Scolari, C. (2008). *Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la Comunicación Digital Interactiva.* Gedisa.

Scolari, C. (2019), *¿Cómo analizar una interfaz? Documento de trabajo, Versión 1.0.* Universitat Pompeu Fabra.

Sibilia, P. (2008). *El hombre postorgánico. Cuerpo, subjetividad y tecnologías digitales.* Fondo de Cultura Económica.

Sibilia, P. (2020). *El malestar de lo ilimitado*. Fronteras, 33 Congreso Latinoamericano de Psicoanálisis, Montevideo.

Sibilia, P. (2021). *Texto base Unidad II, Cuerpo, subjetividad y tecnologías digitales*. Maestría en Comunicación Digital. Universidad Nacional de Rosario.

Tabor, M., Vrdoljak, M. (2017). *Don't Panic Guía a la galaxia de aplicaciones móviles.* Universitat Oberta de Catalunya.

Torres Falcón, R. (2017). *Las TICs en la museología andaluza: del eclipse contemplativo a la inmersión interactiva.* [Tesis Doctoral, Universidad de Granada]. <https://digibug.ugr.es/flexpaper/handle/10481/48770/28039269.pdf?sequence=6&isAllowed=y>

Ulanovsky, C. (2009). *Historia de los medios de comunicación en Argentina Días de radio (1960 - 1995).* Emecé.

Ulanovsky, C. (2020). *36.500 días de radio. Cien años, cien voces…y más.* Editorial Octubre.

Vicent, M. (11 de abril de 2020). El temporal. *Diario el País.* https://elpais.com/elpais/2020/04/09/opinion/1586438468_538989.html

Anexo

Entrevistas En Profundidad

Entrevistas A Docentes

Profesora y Museóloga Diana Clara Martínez

1- ¿Cómo definieron antes de la pandemia Covid-19 la realización de la muestra por los 100 años de la radio? ¿Qué tiempo de realización y organización demandó la misma?

La exposición 2020 comenzó su etapa investigativa un año antes dado que se requiere varios meses para indagar sobre una temática, de la cual hay que definir aspectos y de qué forma se harían visibles en una exposición museal.

2- ¿Cómo se construyó la interface cuando llevaron la muestra al plano digital?

En el 2019 realizada la investigación sobre el centenario de la Radiofonía en Argentina se seleccionaros temáticas específicas para abordar, como los orígenes, el radioteatro, frecuencias Santafesinas, la música en tiempos de dictadura militar, el deporte, las publicidades entre otras.

Estaba en proceso el diseño expositivo en función a los espacios de exhibición en la comunidad educativa y con miras a realizar paneles y dispositivos interactivos para que dicha exposición sea itinerante. Pero en marzo del 2020 el giro fue determinante para la no presencialidad y en ese mismo mes antes del inicio del ciclo académico se conversó con las y los docentes de las asignaturas de Tics y Lenguajes Audiovisuales y en forma interdisciplinaria se evaluó la factibilidad de transformar la exposición diagramada corpórea que pasara a formato virtual.

En forma interdisciplinaria desde diferentes cátedras el personal docente puso a disposición un dominio Web 2.0 en el cual se utilizaron las aplicaciones que la misma permitía.

3- ¿Qué decisiones tomaron como equipo de trabajo a la hora de pensar los recursos más adecuados para llevar a cabo la muestra virtual?

Si bien se tuvieron muchas reuniones virtuales en equipo, el grupo de estudiantes fue muy entusiasta y participativo, cada uno exploró diferentes aplicaciones sugeridas en parte por los docentes y en parte por motivación propia dado que se tenían en claro que contenido se buscaba comunicar. Para ello experimentaron diferentes aplicaciones gratuitas en el cual desarrollar por ejemplo una línea histórica con intervínculos que permitiera dar cuenta de los sucesos más relevantes de estos 100 años de recorrido tecnológico y sociocultural que representó la radio en nuestro país.

4- ¿Cómo definieron el tipo de piezas comunicacionales que tendría cada sección de la muestra?

Se tenía del año anterior los subtemas con su propio recorte histórico y quedaba buscar imágenes, sonidos y aplicaciones que sean de comprensión ágil para poder abarcar la mayor cantidad de públicos posibles. Una aplicación con texto, imagen y sonido llevaba a diseñar otra y otra más para dar cuenta de la riqueza y la variedad de temas que atravesaba y atraviesa la radio en la vida cotidiana.

5 ¿Cómo define su experiencia de trabajo en equipo para desarrollar la muestra 100to Radio?

Fue un esfuerzo enorme por parte de todo el equipo, pero también fue una actividad que nos daba esperanzas en un contexto mundial de incertidumbre. Fue una apuesta grande de realizar un trabajo a la distancia con los dispositivos personales que eran escasos, pero con la ayuda mutua el logro superó las expectativas que imaginé en marzo del 2020.

6 ¿Cómo fue el proceso de virtualización de la muestra?

El desarrollo y puesta en línea del contenido expositivo fue gradual. Se comenzó por los orígenes y visibilizar la fecha en la cual se cumplían los 100 años y semana a semana se subía contenido y quedó más material sin compartir en la Web.

7 ¿Cómo fue el trabajo de pre- producción de la muestra?

Varios encuentros semanales virtuales, división de roles en cuanto al desarrollo de contenido, el diseño de la página, correcciones, criterios comunicacionales, entre otras. Luego se elaboró un protocolo de manejo de las redes ya que dicha página está vinculada con la Página web del Instituto Superior N°12 Gastón Gori y otras redes sociales como Facebook e Instagram.

8 ¿Qué fortalezas y debilidades considera que tiene la muestra virtual?

Como fortaleza el no bajar el proyecto ante las dificultades que se presentaban y como debilidad el no poder con aplicaciones que podamos contabilizar el uso de la misma por parte de los usuarios y poder hacer estadística de público.

Profesor Marcelo Allende

1- ¿Cómo definieron antes de la pandemia Covid-19 la realización de la muestra por los 100 años de la radio? ¿Qué tiempo de realización y organización demandó la misma?

La muestra se definió a comienzos del ciclo 2020 cuando ya estaban impuestas las restricciones por motivos sanitarios. Desde el espacio curricular Fotografía y Nuevos

Lenguajes Audiovisuales nos sumamos a la organización y al trabajo con posterioridad al diseño de la muestra. El planeamiento y desarrollo de las diversas fases de realización comprendieron 4 meses de trabajo.

2- ¿Cómo se construyó la interface cuando llevaron la muestra al plano digital?

El primer paso fue una breve introducción sobre el funcionamiento de la web y reconocimiento de diferentes gestores de contenidos. Posteriormente, definir qué tipo de administrador de contenidos se utilizaría. Se decidió por WordPress y luego se buscaron "temas" (son estilos predefinidos de organizar la información dentro del sitio web) que fueran sencillos de utilizar sin demasiados conocimientos técnicos y que permitieran reflejar las definiciones existentes en el plano estético con respecto a la muestra en general.

3- ¿Qué decisiones tomaron como equipo de trabajo a la hora de pensar los recursos más adecuados para llevar a cabo la muestra virtual?

Se realizó una búsqueda y un reconocimiento de recursos utilizados en otros sitios web de similares características y funciones. Posteriormente se trabajó en la instrucción del funcionamiento de algunas herramientas como carruseles visibilizadores de imágenes, creadores de líneas de tiempo, reproductores de archivos con contenido multimedia y algo de manipulación de código HTML para poder incrustar otro tipo de información.

4- ¿Cómo definieron el tipo de piezas comunicacionales que tendría cada sección de la muestra?

Ése trabajo se realizó por fuera de nuestro espacio curricular, pero lo que sí tuvimos que definir fue cuáles dispositivos o software o aplicación era más adecuada para cada contenido. Hubo división de tareas y, según intereses y habilidades, hubo un grupo más preocupado por la producción de los textos necesarios para cada caso, hubo otro dedicado a la producción de imágenes, hubo otro encargado a la puesta estética general del sitio y de cada sección o pieza y otro ocupado de la publicación en redes sociales.

5- ¿Cómo define su experiencia de trabajo en equipo para desarrollar la muestra 100to Radio?

La experiencia es más que positiva y alentadora ya que, a pesar de las dificultades propias impuestas por las restricciones sanitarias, y aprovechando la combinación de comunicación a distancia y algunas pocas instancias presenciales, se logró poner en línea el sitio y producir y publicar una cantidad importante de contenidos.

6- ¿Cómo fue el proceso de virtualización de la muestra?

Al comienzo fue difícil de aceptar que era posible, pero el contexto general impuesto por la pandemia nos permitió comprender rápidamente que era un momento propicio para aprovechar el interés general de la comunidad por encontrar nuevos contenidos en la web. Se popularizaron algunas prácticas de navegación y la búsqueda de un tipo de contenidos que estaban reservados para otros formatos. Estas condiciones "externas" al proceso facilitaron el impulso creativo de imaginar diferentes recursos que puedan ser apreciados por el público de manera "no presencial". Obviamente, fue costoso el aprendizaje de técnicas y procedimientos de producción de material digitalizado y, en general, la apropiación de las tecnologías como "colaboradores" en nuestra tarea cotidiana.

7- ¿Cómo fue el trabajo de pre- producción de la muestra?

Fue un trabajo placentero, con muchos "descubrimientos" por parte del grupo productor, con mucha discusión sobre criterios técnicos, estéticos y de lenguajes. Es muy reconfortante participar de la experiencia que viven las y los estudiantes al momento de "lograr" plasmar algo que fue ideado en un diseño y que luego puede apreciarse en la pantalla.

8- ¿Qué fortalezas y debilidades considera que tiene la muestra virtual?

Son fortalezas: la posibilidad de perdurar en el tiempo; la capacidad de ser visitada por personas de otros lugares sin necesidad de acercarse a la ciudad de Santa Fe; la facilidad con que puede actualizarse o completarse; flexibilidad para la organización de los contenidos; accesibilidad a distintos públicos; entre otras.

Las debilidades son las propias de cualquier otro contenido no presencial, principalmente la imposibilidad de contar con un "feedback" del visitante en el momento de su visita; las limitaciones para ofrecer una guía "en diálogo" con el visitante.

Entrevistas A Estudiantes

Emilia Piedrabuena

1- ¿Cómo definieron antes de la pandemia Covid-19 la realización de la muestra por los 100 años de la radio? ¿Qué tiempo de realización y organización demandó la misma?

El año previo a la pandemia se comenzó a trabajar con la muestra por los 100 años de la radio. Desde un principio buscamos tener en cuenta el significado de la misma a nivel país, pero particularmente a nivel institucional. No sólo queríamos hablar de su surgimiento, sino su importancia a lo largo de todos estos años hasta la actualidad.

Para la organización, entre los estudiantes que llevaríamos a cabo la muestra, nos dividimos en diferentes sucesos y temáticas en relación a la radio para así poder buscar información en profundidad.

Además, a la par de buscar información, se fueron realizando propuestas de montaje, disposición de imágenes, cantidades, dispositivos para interactuar, entre otros.

El tiempo aproximado de organización fue de 6 meses a lo largo del año 2019.

2 - ¿Cómo se construyó la interface cuando llevaron la muestra al plano digital?

El Museo Lidia Ferré ya contaba con una página propia en Instagram. Se procedió a solicitar la contraseña a estudiantes anteriores para poder gestionar la misma. Además, en conjunto con la materia de Diseño Gráfico se elaboró la identidad del museo creando un logo que lo identificara.

Un punto importante fue elegir cuáles serían los colores de la muestra, del cual se determinó que se usarían los colores de la carrera Locución (rojo) y Museología (violeta) en conjunto.

3- ¿Qué decisiones tomaron como equipo de trabajo a la hora de pensar los recursos más adecuado para llevar a cabo la muestra virtual?

Se tomó la decisión de crear una página web para poder abarcar un amplio público que la visitara y no reducirnos solamente a Instagram. Sin embargo, la presencia de las redes sociales, incluyendo también a Facebook, fueron de gran importancia como medios de difusión del contenido que se encontraría en la página web.

4- ¿Cómo definieron el tipo de piezas comunicacionales que tendría cada sección de la muestra?

Teniendo en cuenta que trabajaríamos con una página web, Instagram y Facebook, debíamos tener en cuenta que cada una de ellas trabaja con diferentes formatos de imagen y videos. También debíamos tener en cuenta la extensión de los textos a leer, marcando diferencia entre las redes sociales y la página web, por ejemplo.

En la página web se cargaría la información recolectada en su totalidad, dividiendo las temáticas en diferentes entradas. Por otro lado, en las redes sociales se postearían publicaciones informativas sobre aquellas temáticas que se cargarían semana a semana en la página web.

5- ¿Cómo define su experiencia de trabajo en equipo para desarrollar la muestra 100to Radio?

Fue gratificante la experiencia ya que no sólo fue un momento de aplicación de conocimientos, sino también una instancia de apoyo y acompañamiento en el contexto

que estábamos atravesando. Poder haber llevado a cabo este proyecto no fue sólo un trabajo institucional, sino también un aliento a confiar en que frente a los obstáculos podemos adaptarnos y continuar.

6- ¿Cómo fue el proceso de virtualización de la muestra?

Todas aquellas ideas que solamente funcionarían en la presencialidad, como por ejemplo la utilización de paneles o creación de un recorrido, fueron dejados de lado, para así abocarnos a recorridos virtuales.

Una vez seleccionada la información que se trabajaría en cada temática elegida, se procedió a buscar medios para disponerla. No sólo se utilizaron imágenes, sino también videos, herramientas como genially o audios.

Además de haber definido los colores, también se establecieron las fuentes tanto de texto como de títulos. Nuevamente nombro que de acuerdo a las redes sociales o plataforma que se utilizaría, tendríamos en cuenta el formato de imagen o extensión de texto a usar.

7- ¿Cómo fue el trabajo de pre- producción de la muestra?

El trabajo de pre-producción se encontró lleno de cambios, principalmente por lo anteriormente expuesto: aquellas ideas propuestas para la presencialidad debían ser adaptadas a un formato digital.

Para mayor organización, se creó un subgrupo que llevaría a cabo la creación de la página web para poder entender y aprender las herramientas para crear y subir contenido.

Más allá de tener una temática propia en dónde enfocarse, cada estudiante estaba dispuesto a brindar ayuda a quienes la solicitaban y poder crear una red de contención.

Una vez creada la página web, el grupo de estudiantes que llevaron a cabo ese proceso, se dispuso a explicar y enseñar el funcionamiento a sus compañeras.

Además, se establecieron fechas tanto de inauguración como de publicaciones ya que la información e cada temática no sería subida toda junta, sino semana a semana.

8- ¿Qué fortalezas y debilidades considera que tiene la muestra virtual?

Con respecto a las fortalezas, la muestra virtual nos permitió poder seguir adelante con éste proyecto que veníamos planificando con anterioridad y de no haber sido por la posibilidad de realizar una muestra virtual, no podríamos haber compartido con el público nuestro trabajo realizado. También, poder aplicar conocimientos que habíamos trabajado durante la carrera fue gratificante ya que estábamos teniendo la experiencia de la práctica misma a través de una muestra propia.

En relación a las debilidades, se observó la falta del encuentro con el público y visitantes a la muestra, el diálogo e intercambio que se da por ejemplo en las inauguraciones.

Laura Regina Herrera

1- ¿Cómo definieron antes de la pandemia Covid-19 la realización de la muestra por los 100 años de la radio? ¿Qué tiempo de realización y organización demandó la misma?

Pensamos y definimos la muestra de los 100 años de radio a mediados del año 2019. Fue en la cátedra de Museografía II que tuvimos como trabajo en principio pensar cómo podríamos, en el año 2020, realizar una muestra sobre los 100 años de radio.

Por lo que luego en grupo, éramos 2do año de museología, comenzamos a plantearnos que queríamos, debíamos y se necesitaba mostrar de los 100 años de radio argentina. Entre idas y vueltas generamos un cuadro (bosquejo). Luego decidimos cada uno dividirnos por temas, esos temas serian luego los ejes que organicen la muestra.

Se dispuso una consigna en la cátedra, investigar sobre nuestro tema y luego describir con que soportes se haría la misma, pensando en su exhibición. Por cierto, en un principio la muestra seria itinerante para que pueda ser mostrada en otros espacios educativos.

2- ¿Cómo se construyó la interface cuando llevaron la muestra al plano digital?

Cuando comenzamos nuestro tercer año de Museología (2020) se decidió seguir en pie lo dicho el año anterior, sobre realizar una exposición de los 100 años de radio argentina. Nada más que ahora habría de repensarla, ¿Cómo realizar una exposición que no sea corporal? Así que en principio se tomó por solucionar y dar respuesta a esta pregunta. Vimos que desde el ICOM se estaba incentivando a los museos hacer usa de las tecnologías y el mundo digital para seguir comunicando de alguna manera y no perderse o ser más afectados por la pandemia. Viendo esto y como los museos buscaban maneras de comunicar, pensamos lo mismo. Fue así como salió la idea de crear un sitio virtual (web 2.0) que sería el espacio que permita comunicar y exponer nuestra muestra.

Quedando al fin la solución, la muestra 2020 se haría virtual, y parte de la página web del Museo Lidia Ferré. Como dije anteriormente, para poder expresar la exposición debía crearse una plataforma o sitio. Fue entonces que la solución se vio en crear una página web del Museo donde se pueda exponer la muestra actual y las exposiciones de años anteriores, además de que podría mostrarse a través del sitio del Instituto Gastón Gori.

3- ¿Qué decisiones tomaron como equipo de trabajo a la hora de pensar los recursos más adecuados para llevar a cabo la muestra virtual?

Antes de pensar en los recursos vimos la tarea de como grupo, retomar nuestras investigaciones para así poder armar un guion museológico. Teniendo en cuenta que el guion museológico es el desarrollo más amplio del concepto o guion temático y se convierte en la base para preparar el guión museográfico. En él desarrollamos la información y la división de los temas de acuerdo con lo que se quería exponer, ya que no contábamos con objetos corporales, la localización, a los tópicos señalados para la exhibición y catalogación de lo que se tenía. La problemática fue que al ver la recopilación de temas eran demasiados y no se podría exponer todo. Por lo que tuvimos nuevamente la tarea de realizar selección y recorte. Y así, pudimos comenzar.

Además de poder realizar y desarrollar cada uno un eje temático, en mi caso fue Radioteatro, decidimos dividir las tareas del grupo.

En mi caso participe del desarrollo y diseño de la página web. La cual junto a un educador y tres compañeras pudimos concretar. Fue un gran desafío, ya que era una nueva herramienta por conocer.

Vimos también que era neceser usar las redes sociales, por lo que se crearon para el Museo Lidia Ferré (Facebook e Instagram). Esto permitía hacerla pública y que llegue a otros públicos además de los estudiantes y docentes de la institución Gastón Gori. Una de mis tareas también (elección grupal) fue poder subir y compartir por Instagram/Facebook las publicidades, contenidos y avisos de lo que se iba subiendo a la página. Aquí lo hicimos por medio y uso de flyers videos y audios.

4- ¿Cómo definieron el tipo de piezas comunicacionales que tendría cada sección de la muestra?

A medida que íbamos armando la página web también íbamos escogiendo que herramientas o soportes digitales convenía usar y nos permitía la misma. Lo que hacía repensar continuamente como exponer los contenidos. Si bien tuvimos inconvenientes, lo resolvimos en varios encuentros virtuales con un docente de la carrera que nos dirigió en la orquesta de la web. En mi caso, por ejemplo, el Radioteatro, lo pude formalizar de la siguiente manera: hice uso de la plataforma de YouTube del Museo, la cual me permitió subir un video con voz en off, que se incorpora a la página, también una infografía, texto escrito y un subtítulo. Lo mismo debía pasar con otras secciones de la muestra, llevarían un título general, subtitulo, texto, audio, video o infografía. Algunos hicieron uso de

plataforma como YouTube para comunicar trabajos audios visuales u otras como Genially para comunicar imágenes y textos a la vez.

5- ¿Cómo define su experiencia de trabajo en equipo para desarrollar la muestra 100to Radio?

Llevar a cabo una muestra digital en equipo fue realmente instructivo. En mi caso, me permitió como estudiante adquirir conocimientos de diversas herramientas que ofrece el campo digital y como pueden ser utilizadas en el museo. Algo que me ha ayudado mucho hoy ya como profesional ya que me encuentro trabajando en un museo y también hacemos uso de las redes sociales y sus herramientas para comunicar.

Quiero destacar que a pesar que la muestra en un principio no fue pensada en formato web, nos dio la libertad de utilizar y conocer herramientas digitales, como por ejemplo crear videos e incorporarlos. También pensar que no es solo crear y subir a una web, sino que además conlleva todo un diseño, color y tipografía de acuerdo a la temática e identidad del Museo.

6- ¿Cómo fue el proceso de virtualización de la muestra?

Para poder virtualizar la muestra y hacerla pública tuvimos que hacer publicidad (por medio de redes) sobre cada eje temático que se iba subiendo en diferentes fechas, idear un flyer publicitario, que acompañe a la misma muestra.

Este fue el proceso, por medio de las redes se publicitaba con un flyer explicando brevemente el eje temático que se subiría. Comenzamos en septiembre con Línea Histórica, luego Gente de Radio y así sucesivamente hasta octubre.

Por eje fuimos incorporando contenido a la web y así se fue concretando la muestra. Con el grupo programador fuimos los encargados de ir subiendo los contenidos que nuestros compañeros iban armando.

7- ¿Cómo fue el trabajo de pre- producción de la muestra?

Como mencioné anteriormente no fue solo crear y subir a una página web todo el contenido. Sino que requirió de un diseño con cierto color, tamaño, tipografía, programado y que permita a cada eje temática de la muestra un mismo dialogo comunicacional a pesar de que cada eje contenía diferente información/tema. También se revió que cada eje tenga la información necesaria, ni más ni menos.

8- ¿Qué fortalezas y debilidades considera que tiene la muestra virtual?

Si bien la muestra se pudo concretar, pero en modo virtual, logró el mismo objetivo que se tenía, nada más que dimos uso de otras herramientas. Y se trabajó en perspectiva de usuarios, creamos experiencias de calidad para los visitantes, se trató de

fidelizar al público ya existente e incrementar el número de visitas a través de las redes sociales y la continua publicidad, para así captar a otro sector del público ya existente.

Uno de los contras que puede tener una muestra virtual es que si no se hace publicidad necesaria de la misma no llega a los públicos que se quiere. Otro de los contras que puede tener una muestra virtual es que si tiene demasiado contenido o no presenta cierto atractivo no es tal vez muy visualizada.

Pero lo mejor de una muestra virtual es que si un museo o una misma muestra no presenta objetos corpóreos, puede por otros medios como son los trabajos audio visuales exponer y lograr el fin que se quiere. En mi opinión, los museos como las muestras virtuales no son solo un recurso digital adecuado, sino también modélico, ya que pueden actuar como incentivo para acercar al público de forma presencial a sus instalaciones.

Cabrera Lucila

1- ¿Cómo definieron antes de la pandemia Covid-19 la realización de la muestra por los 100 años de la radio? ¿Qué tiempo de realización y organización demandó la misma?

La muestra, antes de la llegada de la pandemia, fue pensada de forma física, tangible. Desde el comienzo del cursado del año anterior, es decir 2019, ya veníamos gestando la idea de contar la historia de los 100 años de la radio en Argentina, proponiendo estrategias museográficas diversas según lo que cada uno pretendía comunicar. Todo esto con el objetivo de explotar al máximo la creatividad de cada uno, para luego elegir los medios más apropiados para llevar adelante la muestra. Pero paralelamente también realizamos entrevistas con personas que habían trabajado en el medio y que resultaban importantes para reconstruir la historia de la radio y cómo fue cambiando con el paso del tiempo.

Por lo tanto, la muestra comenzó a gestarse entre abril y octubre de 2019, sobre todo la investigación para, en el 2020 establecer qué apoyaturas utilizar para comunicar la muestra.

2- ¿Cómo se construyó la interface cuando llevaron la muestra al plano digital?

Para llevar la muestra al plano digital primero había que decidir cómo íbamos a hacerlo. En un principio se pensó en las redes sociales que ya poseía el museo Lidia Ferre pero que estaban casi inactivas, pero a esto se le sumó el desafío de crear una página web desde cero para volcar en ella la muestra 100to Radio y las exposiciones de los años siguientes. Para desarrollar la web había que investigar qué opciones gratuitas había

disponibles y luego aprender a utilizarla. Pensar en el diseño, paleta de colores, tipografía adecuada también llevó su tiempo.

3- ¿Qué decisiones tomaron como equipo de trabajo a la hora de pensar los recursos más adecuados para llevar a cabo la muestra virtual?

Como equipo pensamos en sacar el máximo provecho posible a la muestra virtual porque este formato nos daba más recursos y espacio para contar lo que queríamos, aspecto que no íbamos a poder realizar si esta muestra se hacía corpórea porque contábamos con un espacio reducido y por lo tanto, los recursos también iban a tener que reducirse lo máximo posible, sin perder la idea central de la misma. Entonces, como equipo sabíamos que había que escoger recursos variados, entretenidos porque estábamos en un contexto donde las personas se pasaban horas con el celular y había que captar la atención de alguna forma.

4- ¿Cómo definieron el tipo de piezas comunicacionales que tendría cada sección de la muestra?

Cada uno fue explorando qué posibilidades gratuitas ofrecía el medio virtual y charlamos qué nos parecía. Cada uno se aboco a una sección de la radio que nos pareció trascendente contar, desde una línea histórica para comenzar, hasta pequeños textos acompañados de audios originales de la época, fotografía 360º y otros que combinaban textos con música y algo de interactividad del usuario para descubrir el mensaje. Entonces, primero vimos qué se nos ofrecía y adecuamos lo que cada sección pretendía comunicar de la forma más amena posible.

5- ¿Cómo define su experiencia de trabajo en equipo para desarrollar la muestra 100to Radio?

Trabajar en equipo nos resultó cómodo porque ya estábamos acostumbrados a trabajar de esta forma pero, el hecho de que solo nos podíamos comunicar virtualmente, hizo más lenta y abrumadora la tarea porque se combinaba la cursada de todos los días con el trabajo (también en computadora) para poder realizar la muestra. A pesar de esto, la experiencia fue positiva porque nos conocíamos y tratamos de potenciar las fortalezas que cada uno tenía.

6- ¿Cómo fue el proceso de virtualización de la muestra?

El proceso de virtualización no fue sencillo porque mientras aprendíamos sobre lo digital, teníamos que llevar adelante una muestra. Se comenzó a trabajar en la “cocina” de una página web y también cómo cargar las diversas piezas comunicacionales en ella. Al dividir las tareas se hizo un poco más sencillo este trabajo porque, si bien todos

sabíamos cómo hacerlo, solo tres personas estaban abocadas a subir el contenido a la página web y redes sociales. Además, primero se comenzaban anticipando la llegada de la muestra a través de redes sociales, para luego ir inaugurando cada sección de la misma, aproximadamente cada una semana.

7- ¿Cómo fue el trabajo de pre- producción de la muestra?

La pre- producción consistió en la investigación llevada adelante el año anterior, aunque también se hicieron algunas entrevistas a personas del ámbito radial en el 2020. Luego de haber reunido la información se tomó la decisión de desplegar lo investigado en varias secciones mientras incursionábamos en los recursos que ofrecía la virtualidad.

8- ¿Qué fortalezas y debilidades considera que tiene la muestra virtual?

La fortaleza es el haber logrado abrir una página web para un museo en crecimiento y como herramienta de trabajo y práctica de futuros estudiantes de museología. En ella se pueden cambiar muchos aspectos con el objetivo de aprender y dar a conocer desde otra perspectiva el patrimonio del instituto.

Dentro de las debilidades se me viene a la mente la escasa interacción que puede tener el público con la muestra, no hay un ida y vuelta con la gente, tanto en la página web como en redes sociales.

Romina Laurino

1- ¿Cómo definieron antes de la pandemia Covid-19 la realización de la muestra por los 100 años de la radio? ¿Qué tiempo de realización y organización demandó la misma?

Durante el año 2019, abordamos el anteproyecto para la exposición del Museo "Lidia Ferré" proyectando la misma en los espacios físicos del Instituto Provincial de Estudios Superiores Nº 12 "Gastón Gori" de Santa Fe. Cabe mencionar que el moderno edificio cuenta con amplios pasillos repartidos en cuatro niveles y un SUM, lugares favorables para el montaje de una exposición temporal.

La iniciativa parte desde la docente coordinadora de la carrera, también titular de las materias troncales de "Tecnicatura en Museología y gestión patrimonial". Así es como desde las cátedras de Museografía, Museología y Gestión de museos, emprendimos (finalizando el ciclo lectivo previo al año de promoción) proyectos, investigaciones y trabajo de campo de la exposición. Desde que se crea el museo institucional, en 2018, los alumnos avanzados generan una exposición considerando a las otras cinco carreras que también conforman al Instituto: Bibliotecología, Archivística, Diseño y ambientación de interiores, Comunicación Social y Locución. Cada año, cada una de éstas se vuelve

protagonista al realizar una exposición entorno a alguna temática de interés en común. En 2020, se celebraría un siglo de presencia y transmisión radiofónica en nuestro país, por lo tanto, la carrera de Locución sería la indicada a destacar desde una exposición temporal. Dicha exposición –corpórea- venía diseñándose con gráfica impresa y dispositivos interactivos, pensando en acercarnos a un perfil de visitante estudiantil y docente, el mismo que frecuenta los espacios en común del edificio.

Orientados por la docente, el anteproyecto partió de un brainstorm de temáticas que afines a la radio, de los que cada uno de los integrantes del equipo, decidimos abordar, investigar, realizar entrevistas y realizar propuestas expositivas, para luego arribar al guion museográfico entre todos.

2- ¿Cómo se construyó la interface cuando llevaron la muestra al plano digital?

El proceso de adaptación no alteró el trabajo estructural que ya veníamos desarrollando desde el año lectivo previo a la pandemia, sólo tuvimos que explorar diversas alternativas aplicadas a nuestros recursos (y conocimientos) tecnológicos limitados.

Por otra parte, había que generar un núcleo que contuviera esos tópicos: la exposición (o los pasillos del edificio, si fuera la exposición convencional) alojando, a su vez, en un sitio web del Museo virtual; anclándose al sitio web del Instituto. Esta labor, considerando la escasa experiencia del alumnado fue un desafío. Rescato aquí la importancia de la cátedra de TIC aplicadas a museos, donde tuvimos oportunidad de familiarizarnos y utilizar herramientas tecnológicas acordes a nuestras necesidades.

Al tomar la decisión de digitalizar la exposición, a través del sitio web del Museo para que alojara la misma, implicaba que tuviéramos que diseñar la identidad gráfica institucional como así también buscar material digitalizado sobre las exposiciones realizadas por estudiantes de museología de años anteriores, motivo por el cual los plazos previstos de la inauguración de la exposición “100to radio” se fueron trasladando del Día de la Radio Nacional, en agosto, al Día del Museólogo, en septiembre… pero finalmente, llegamos.

3- ¿Qué decisiones tomaron como equipo de trabajo a la hora de pensar los recursos más adecuado para llevar a cabo la muestra virtual?

En cuanto a la adaptación desde lo temático fue sencilla: cada uno de los estudiantes integrantes ya veníamos investigando y desarrollando un tópico específico de la radiofonía. Sólo tuvimos que buscar y elegir la aplicación que más se adaptara a las necesidades comunicacionales. Los programas online de acceso gratuito más recurridos

fueron: Timetoast (para realizar la línea de tiempo con hitos históricos); Genially (para los tópicos Gente de radio; deportes; publicidad) y Canva (para radioteatro y música).

A su vez, de manera progresiva, íbamos incorporando cada uno de los tópicos, presentándolos desde la publicación de redes sociales: Facebook, Instagram, YouTube, etc.

Además, utilizamos programas de diseño, como Corel Draw y Adobe Photoshop, de fotografías en 360º y de edición de videos entre otros. Desde ya, la presencia de material sonoro (audios) son una constante presente en la mayoría de los tópicos, dada la naturaleza de la temática radiofónica. El teléfono celular fue el dispositivo electrónico más empleado.

4- ¿Cómo definieron el tipo de piezas comunicacionales que tendría cada sección de la muestra?

Los elementos utilizados para cada sección proponían conservar una constante gráfica que los unifique, como el croma violeta/rojo simbólico de las carreras de Museología y Locución respectivamente y blanco/negro de las fotografías. La tipografías Art Deco para titulares y palo seco para textos, entre otros acuerdos.

5- ¿Cómo define su experiencia de trabajo en equipo para desarrollar la muestra 100to Radio?

El equipo de trabajo estuvo integrado por ocho estudiantes, pero nada habría funcionado sin la asistencia constante de los docentes Diana, “Pato”, Melisa, Leo y Carla.

Pese a ser un equipo de trabajo poco especializado en conocimientos relacionados con la programación -refiriéndome a los estudiantes de Museología- pudimos adaptarnos a nuevos desafíos tecnológicos y superar obstáculos. El compromiso y el deseo de exponer un producto digital que sea de interés al público general (por ser un sitio web) y específico generó una sinergia que fortaleció nuestra confianza para concretar el objetivo.

6- ¿Cómo fue el proceso de virtualización de la muestra?

El proceso fue progresivo. Se realizó una “inauguración de la exposición” en una fecha específica, y luego, semana a semana, se iban agregando los distintos tópicos

7- ¿Cómo fue el trabajo de pre- producción de la muestra?

- Reuniones virtuales.
- Diseño gráfico de carteles, botones, isologotipos, etc.
- Generar redes sociales: Facebook, Instagram, entre otras.
- Hubo dos reuniones presenciales previas, en casas particulares (en momentos permitidos). En la primera, conversamos mucho, entre pizza y pizza, acerca

del sentido, la dirección que debía tomar la exposición. Redactamos los lineamientos generales, enmarcamos los tópicos. Meses después, realizamos otra reunión presencial, aquí sólo quienes nos abocaríamos a éramos cuatro integrantes junto al profesor. Fue el comienzo del desarrollo del sitio web. Esta reunión presencial fue clave para poder llevar a cabo la exposición virtual. Se condensó en una clase práctica avanzada.

8- ¿Qué fortalezas y debilidades considera que tiene la muestra virtual?

En este momento, no puedo detectar debilidades del proyecto llevado a cabo, más que la escasa experiencia de los estudiantes en cuanto a conocimientos específicos de programación web y manejo de softwares especializados.

En cuanto a las fortalezas, la memoria se hace presente por la experiencia de trabajo colaborativo en equipo sostenido y orientado por los docentes, imprescindible para poder llevar a cabo un proyecto digital en nuestra carrera. Interpreto también como una fortaleza el haber superado con creces las expectativas en un contexto social (y personal) de incertidumbre, sin precedentes abriendo un espacio a otros estudiantes para otras exposiciones. Por otra parte, el factor económico, que se veía más como una amenaza para efectuar la exposición corpórea, se disipó al desarrollarse de forma virtual.

Además, esta experiencia brindó la oportunidad de posicionar el Museo virtual "Lidia Ferré" enmarcando la exposición "100to radio", exposiciones previas y posteriores (2021, 2022) en el sitio web del Instituto Provincial Nº12 "Gastón Gori."