

**“CONTAME UN CUADRO”.**

**Una experiencia sonora en el Museo Provincial de Bellas Artes “Dr. Pedro E. Martínez” de Entre Ríos**

Zulema Alegre

Universidad Nacional de Entre Ríos - Argentina

zam\_hotmail.com

María Virginia Scoreanzi

Universidad Nacional de Entre Ríos - Argentina

virscoreanzi@gmail.com

Recibido: 06 de febrero de 2022

Aceptado: 03 de Mayo de 2022

Identificador permanente (ARK): <http://id.caicyt.gov.ar/ark://u3hpxvhya>

### **Resumen:**

En el siguiente artículo se comparte una experiencia de vinculación entre la comunicación y la educación realizada en el espacio del Museo Provincial de Bellas Artes “Dr. Pedro E. Martínez” de Entre Ríos. En el marco de la tesis de Licenciatura “Contame un cuadro”, se desarrolló una audioguía para la exhibición permanente de dicha institución.

Uno de los objetivos generales del proyecto fue explorar las posibilidades que ofrecen las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC’s) en el campo de la cultura y la comunicación en museos, posibilitando nuevos vínculos entre los ciudadanos y las Bellas Artes.

Este material fue pensado como un recurso interactivo entre la narración sonora, la contemplación de las pinturas y el transitar en el espacio del museo. La transmisión de un mensaje, un concepto o una idea puede potenciarse si se la enmarca en una dinámica afectiva y vivencial, que establezca una comunicación personal con el visitante.

A partir de los recursos del lenguaje radiofónico se buscó interpelar a la imaginación, la emoción y la racionalidad del escucha, tratando de generar un producto que complemente el lenguaje sonoro con el visual, brindando nuevos matices de comprensión y sentido. Diálogos, monólogos, dramatizaciones, música y tramas sonoras dieron creatividad y dinamismo a la pieza comunicacional que nos acerca al pintor Cesáreo Bernaldo de Quirós.

Palabras clave: Comunicación, Educación, Museo, Audioguía, Bellas Artes, Mediación cultural.

**"TELL ME A PAINTING". A SOUND EXPERIENCE AT THE MUSEUM OF FINE ARTS "DR. PEDRO E. MARTÍNEZ" FROM ENTRE RÍOS**

**Abstract:**

The following article shares an experience of linking communication and education in the field at the Museum of Fine Arts "Dr. Pedro E. Martínez" of Entre Ríos. Within the framework of the Bachelor's thesis "Tell me a painting", the production of an audio guide was carried out for the permanent exhibition in the already mentioned institution.

One of the general objectives of the project was to explore the possibilities offered by Information and Communication Technologies (ICTs) in the field of culture and communication in museums, enabling new links between citizens and Fine Arts.

This material was thought of as an interactive resource between the sound narration, the contemplation of the paintings and the transit in the museum space. The transmission of a message, a concept or an idea could be enhanced if it is framed in an affective and experiential dynamic, which establishes a personal communication with the visitor.

From the resources of radio language, we sought to question the imagination, emotion and rationality of the listener, trying to generate a product that complements the sound language with the visual one, providing new nuances of understanding and meaning. Dialogues, monologues, dramatizations, music and soundtrack gave creativity and dynamism to the communicational piece that brings us closer to the painter Cesáreo Bernaldo de Quirós.

Keywords: Communication, Education, Museum, Audio Guide, Fine Arts, Cultural Mediation.

|2|

Imagen 1. Contame un cuadro 1



|3|

Fuente: Zulema Alegre

*Los museos son casas que guardan y presentan sueños, sentimientos, pensamientos e intuiciones que ganan cuerpo a través de imágenes, colores, sonidos y formas. Los museos son puentes, puertas y*

*ventanas que conectan y desconectan mundos,  
tiempos, culturas y personas diferentes.*

*Instituto Brasileiro de Museos (Salgado, 2013, p.12)*

Los siguientes párrafos pretenden recuperar la producción de la Tesis de Licenciatura en Comunicación Social “Contame un cuadro” (Universidad Nacional de Entre Ríos) que culminó con la realización de una Audioguía para la Sala Cesáreo Bernaldo de Quirós del Museo Provincial de Bellas Artes “Dr. Pedro E. Martínez” de Paraná, Entre Ríos.

Desde el inicio del proyecto y a lo largo de todo el recorrido nos preguntábamos cómo enriquecer la visita y acompañar al público de un Museo de Bellas Artes. En otras palabras ¿cómo brindar otras posibilidades para mirar sin imponer? ¿Cómo presentar nuevas capas de sentido que potencien la experiencia en el espacio del museo? ¿Qué elementos elegir para que esa comunicación sea un encuentro? ¿Desde qué lugares y qué prácticas pensamos esa comunicación?

El desafío fue generar un producto para presentar de manera creativa, original y dinámica la biografía del pintor entrerriano Cesáreo Bernaldo de Quirós, información sobre su técnica pictórica, el contexto histórico de producción, anécdotas, datos curiosos y las preguntas recurrentes que surgen en el desarrollo de las visitas guiadas<sup>1</sup>. La pieza sonora revela su rol pedagógico uniendo Comunicación y Educación para vincular empáticamente la obra de arte con el visitante.

La Doctora en Historia y Máster en Museología Carmen Valdés Sagüés afirma que la colección patrimonial y la sociedad son los dos pilares de todo museo y que sus acciones se fundamentan en lograr una vinculación eficaz entre ellos (1999). Estos organismos suelen exhibir objetos “mudos” a públicos que pueden, o no, compartir los conocimientos y convenciones sociales necesarias para interactuar.

El término “mediación” es utilizado hace varios años en el ámbito museológico para referirse a las acciones realizadas para establecer vínculos entre los visitantes y las piezas exhibidas.

Si bien existe una gran variedad de tipos de museos, de acuerdo al arqueólogo y museólogo Joan Santacana, son los museos de arte los que suelen presentar diseños de exhibiciones estáticas, donde el visitante se encuentra frente a la obra sin otra mediación que la cartelería de sala (marbetes, textos curatoriales, etc.).

En esta línea, otro de los conceptos que acompañó la investigación es el de *layering*. Es una estrategia expositiva mediante la cual se buscan satisfacer necesidades de una diversidad de visitantes, superponiendo múltiples actividades y dispositivos con la idea de que alguno de estos recursos lo movilice, lo interpele y sea el motivo para volver. Cada

---

<sup>1</sup> En este proceso fue fundamental la colaboración de trabajadores del Museo. Facilitaron entrevistas, materiales, catálogos y documentos para profundizar la investigación sobre el artista y la colección patrimonial. Entre estos últimos podemos mencionar el catálogo institucional (2020) y el artículo publicado por los investigadores Walter Musich y Karen Spahn sobre la formación de la Colección Fundacional del Museo Provincial de Bellas Artes de Entre Ríos (Revista de Artes Avances N°27, 2017-2018).

visitante es diferente y llega con un estilo, un modo de aprendizaje de su preferencia por eso siempre van a aparecer nuevas posibilidades de mediación. En relación a este concepto, la Fundación Teoría y Práctica de las Artes (TyPA) señala que “*El layering* busca, justamente, tender puentes entre los objetos que no dicen nada y la gente que no conocemos” (2015: 16).

El mencionado autor español Santacana, señala que es preciso que exista un terreno común entre el artista y el público para posibilitar no sólo la comprensión sino el aprendizaje en el arte, ya que este no puede darse en el vacío. “Bajo el término frecuente de ‘formación del visitante’, el objetivo de enseñar a mirar no se limita a una educación erudita sino que se preocupa por la emoción, sin por ello cometer el error de pensar que esta sería universal, (...) inevitable” (Eidelman et al., 2013: 163). En este sentido, la audioguía puede ser un elemento de mediación entre las obras de arte y los visitantes, dinamizando la museografía estática de la Sala Cesáreo Bernaldo de Quirós, para crear un acercamiento diferente fusionando lo intelectual y lo emocional.

El Museo Provincial de Bellas Artes “Dr. Pedro E. Martínez” cuenta con una trayectoria de 95 años de existencia y es el mayor referente público de las Artes Visuales de Entre Ríos. Tiene una única sala de exhibición permanente que presenta la Colección Quirós. Exhibe 22 óleos por lo que es la muestra más numerosa que se puede visitar de manera permanente en el país de este artista. El conjunto abarca diferentes períodos de su producción pictórica. Cesáreo Bernaldo de Quirós es considerado una figura importante en la pintura argentina y se inscribe en las corrientes artísticas realista y post impresionista de principios y mediados del Siglo XX. A lo largo de su vida produjo más de 2000 obras y trabajó los grandes géneros de la pintura: figuras, bodegones, paisajes, interiores, retratos, entre otros. Plasmó numerosas escenas y personajes del imaginario popular argentino.

|5|

### **Lo visual y lo sonoro: una dupla que potencia**

Vista y oído ambos comunican el mundo, acercan una versión de sujetos, objetos y contextos pero cada uno brinda diferentes percepciones. El lingüista italiano Raffaele Simone teoriza “(...) se supone que cada uno de los dos sentidos, dado que pueden percibir cosas distintas, da acceso a distintas modalidades de conocimiento e incluso a contenidos distintos de experiencia” (2001: 19).

El ser humano experimenta y conoce su entorno a través de la información que les proporcionan los sentidos - el gusto, el olfato, la vista, el oído y el tacto- y que conforman los conceptos con los que se desarrollará. En la experiencia que propone la audioguía la vista y el oído serán los sentidos convocados de manera especial dado que se trata de dar voz a la obra de arte.

Para pensar la audioguía analizamos las características propias de lo visual y lo sonoro. Lo visual se despliega en el espacio, los cuadros están en la sala, son estables, se nos presentan todos a la vez, y luego podemos focalizar y detenernos en una pincelada, distinguir colores. En cambio, el sonido es fugaz, inasible. No es posible adelantarse, se desarrolla en el tiempo. El oído tiene la particularidad de percibir en sucesión.

La audioguía es un complemento que no compite con la imagen y genera un acompañamiento a partir de la conversación que entabla con el visitante.

Frente a la obra de arte, los aportes sonoros son un puente que otorga elementos informativos y descriptivos capaces de apelar a la emoción para así aprender acerca de la obra y su autor. Mario Kaplún en el libro *Una pedagogía de la comunicación* relata el caso de un niño que prefería la radio a la televisión dado que encontraba en la primera decorados más bonitos. Este ejemplo nos habla del poder sugestivo, evocador del lenguaje sonoro, de su fuerza, de las posibilidades que puede brindar. La audioguía, como la radio, habla a la imaginación y a la emoción del oyente y no solo a la racionalidad.

Dentro de las posibilidades de las TIC's, las audioguías son pertinentes para el ámbito de los museos por su complementariedad con lo visual. Éstas pertenecen al universo de textos radiofónicos por lo que tienen su propio lenguaje y modo de hacer. Existe un consenso en que los elementos básicos del lenguaje radiofónico son la palabra, la música, los efectos de sonido y los silencios. En numerosos textos, autores como Arnheim, Kaplún, Haye, Rodero Antón reflexionan acerca de cómo es que esos elementos puestos en relación pueden crear imágenes mentales, sensaciones y la recreación de ambientes al escucha. "En este sentido, resulta de gran relevancia lo que propone Ricardo Haye que es prestar especial atención al objetivo de la producción para balancear de modo inteligente los elementos" (Gardella; 2012: 51).

La audioguía brinda así al observador nuevas capas de información sin interferir en la contemplación habilitando, para el que lo desee, nuevos matices, por lo que constituye un recurso útil tanto para el visitante primerizo como para el recurrente, garantizando el recorrido autónomo. Este formato otorga al usuario la libertad de utilizar de manera total o parcial la audioguía. En palabras de la profesora e historiadora de arte Ana Ávila "El visitante requiere la audioguía al ser un medio más práctico que el de la cartela: le permite mayor movilidad y le resulta menos agotador que la lectura de textos" (2003: 373).

En el proceso de redacción del guion de la audioguía se consideraron las características propias del lenguaje radiofónico para la elaboración de mensajes breves, concisos y con estilo cotidiano. Se utilizaron palabras sencillas y accesibles para un público diverso y heterogéneo, además se incorporó el uso del léxico específico para enriquecer el recorrido en el espacio de un museo de arte, como lo son: nombres de movimientos artísticos, autores, técnicas y términos de las artes plásticas.

Se valoró un lenguaje necesariamente narrativo y descriptivo, con palabras concretas capaces de acercar y pintar la realidad que representan. Se buscó desarrollar la empatía mediante el tono coloquial y agradable de los narradores que propiciaron la comunicación sin perder el vínculo más profundo que conduce a la emoción. Tomando el aporte del radialista José Ignacio López Vigil (1997) la calidez de las palabras viene dada por la manera de decirlas más que por el contenido de ellas, "lo afectivo es efectivo".

Al centrarse en un solo sentido, lo radiofónico exige al escucha un alto grado de concentración generando un riesgo de mayor cansancio, por lo que los teóricos de la comunicación valoran el poder sugestivo de la radio. Éste moviliza la creación de imágenes auditivas que activan la imaginación de la audiencia a partir de sus trayectos

y contextos. La Dra. en Ciencias de la Información Emma Rodero Antón señala que existen fórmulas que pueden resolver y confirmar la eficacia del canal, proponiendo el uso de un lenguaje sugerente y expresivo que interpele al escucha. “Puesto que la atención del oyente es siempre dispersa es necesario encontrar fórmulas que reclamen el interés en la escucha de los productos” (2005: 57).

Considerando estas referencias teóricas, se combinaron diferentes diseños respecto de la palabra pronunciada -desde una descripción sencilla de un paisaje hasta dramatizaciones en las que intervienen numerosos personajes-, recursos expresivos, persuasivos, variedad musical de artistas locales y la amplia gama de efectos sonoros disponibles.

La intención primera del proyecto fue alejarnos de las guías tradicionales para explorar las posibilidades del universo sonoro, teniendo como meta crear una pieza dinámica, creativa, flexible y pedagógica. La audioguía se materializó en tres pistas autónomas en las que se reflejan los núcleos temáticos propuestos por el museo. Propone una escucha activa que incentive la participación para poner en juego los marcos de referencia, los saberes, la memoria, la capacidad de relacionar las ideas pasadas y presentes.

El producto comunicacional pretende ampliar la experiencia del visitante vinculando la vista y el oído, acompaña a la observación de las obras de arte. En el recorrido, el relato se dirige de manera persuasiva al oyente brindando algunas indicaciones, referencialidades, movimientos que lo llevan a interactuar con el espacio de sala. De modo que el texto sonoro no compite con otros tipos de texto y se complementa con el arte pictórico proponiendo un ida y vuelta entre el relato y las obras.

La narración propone, simbólicamente, tomar la mano y acompañar al visitante en las salas, pero al tratarse de un tiempo de disfrute personal, estético y de interés por el pintor no hay un límite o modo único de permanecer frente a la obra, como tampoco hay una forma establecida de deambular por las salas.

La disposición de las obras es fija y permanente. En el marco de esa estructura estable, las acciones del observador serán absolutamente subjetivas: una mirada fugaz, una mirada al detalle, un ir de lo general a lo particular en la sala o contrariamente contemplar cada obra, una por vez.

En la producción se consideraron distintos tipos de visitantes, esto colaboró en la creación de piezas dinámicas y autónomas capaces de ser funcionales a los innumerables recorridos posibles. Las pistas y las salas dialogan entre sí, se vinculan, potencian el recorrido. Sin embargo no es necesario ni obligatorio el transitar minuto a minuto cada pista.

Como en el tejido, los diferentes hilos, sus tamaños y colores combinan incontables diseños, en los materiales radiofónicos los elementos se entrelazan generando numerosas posibilidades. Sin embargo, el modo en el que están dispuestos en la pieza, la ubicación, la duración de los mismos, la intensidad, el ritmo, crearán la trama donde cada sonido se suma al anterior y al siguiente logrando una producción estética. La audioguía pretende unir sensaciones y emociones a las composiciones, los trazos y las texturas de las obras de este pintor entrerriano, invitando al visitante a vincular la imagen, el sonido y continuar el relato.

La palabra es capaz de vehiculizar desde los términos más complejos hasta las cuestiones prácticas del día a día. Poco escapa de la materialidad de las palabras pronunciadas cuando están bien utilizadas. Este predominio no le quita importancia a las funciones que tienen los otros elementos radiofónicos que iremos desarrollando en las siguientes páginas como son la elección de la música y el diseño de los efectos y las tramas sonoras.

En la audioguía la palabra se concretó de dos maneras distintas: la narrada y la dramatizada. Ambas buscaron interpelar la emoción del visitante.

En el caso de los locutores fueron elegidos por su capacidad de emocionar, de interpretar y narrar. Ambos se destacan en las artes dramáticas por lo que se apropiaron del relato y le sumaron expresividad en los cambios de modulación, de movimiento, de ritmo. Conducen de manera amena, con vocabulario sencillo y oraciones breves el desarrollo de toda la audioguía. Facilitaron fechas, contextos históricos nacionales e internacionales, datos biográficos, descripciones y explicaciones de periodos y movimientos estéticos. Enriquecieron el texto sonoro: preguntas direccionadas, diferentes usos de la persona gramatical (del nosotros al tú/vos) para generar impacto de persuasión, comparaciones, descripciones, inclusión del oyente en las escenas mediante la complicidad y la comicidad.

|8|

En busca de creatividad y dinamismo se incorporaron dramatizaciones que brindan al oyente la oportunidad de ser testigos de lo que acontece, otorgándole

realismo y cotidianeidad. Se pensaron para irrumpir, para estimular la emoción, el interés y también para brindar información y despertar la pregunta. Estas breves escenas representan algunas anécdotas de la vida personal y profesional del artista, focalizan en detalles de los cuadros, refuerzan la información presentada por los narradores. Son piezas autónomas, semejantes a las escenas del radioteatro, que funcionan en coordinación con los locutores pero, a su vez, son independientes. Tienen: inicio, desarrollo y desenlace. Todos los recursos se fusionan con los diálogos y monólogos de los actores logrando un mensaje estético que intenta amalgamar lo emotivo y lo racional.

Junto con la intensidad y presencia de la palabra nos acompañan otros elementos con la misma trascendencia como lo son los efectos sonoros y la música. Es común reconocer a los primeros por su capacidad de ambientación y descripción de una escena, por sí mismos o en colaboración de la palabra. Al tratarse de composiciones sonoras breves, de diferentes estilos, enriquecen y dan verosimilitud formando parte del mensaje que transmiten. Por otro lado, la música es reconocida por su gran expresividad estética, su fuerza evocadora que emociona, inspira y estimula. Lo auditivo potencialmente está ligado a lo emotivo, el cerebro traduce en sensaciones lo que oye.

En este vínculo participa lo vivido por el sujeto y se proyectan asociaciones entre el pasado y el presente. Un caso puede ilustrar esta idea: una trama sonora que recrea el río se podrá experimentar desde las más diversas interpretaciones y sentimientos: la calma y la serenidad, recuerdos de recreaciones y vacaciones pasadas, algún lugar significativo o querido, la pequeñez frente a la majestuosidad de la naturaleza o el miedo de que una tormenta nos encuentre lejanos a la orilla.



En la amplitud del universo sonoro existen innumerables elementos para elegir, sin embargo unos pocos sonidos deben convivir en la trama para lograr la intención comunicativa deseada. Por eso no es la cantidad sino el hallazgo e identificación de éstos lo que genera atención y misterio.

La construcción de la credibilidad en las piezas surge, entonces, de la correcta selección y combinación de elementos que permitan al oyente identificar e imaginar las situaciones como reales. La verosimilitud favorece la sensación de naturalidad de la audioguía porque ayuda al escucha a reconocer ambientes que le sean verdaderos y confiables, que lo interpelen y lo habiten.

Con respecto a la música, la selección de ésta fue instrumental, de la región Litoral. Se buscó plasmar la identidad entrerriana, en las composiciones elegidas predominan piano y acordeón. Como todo sonido, la música posee características que en su fusión con otros elementos genera un abanico de posibilidades y por su poder evocador nos traslada, nos emociona, caracteriza personajes, describe ambientes y acciones. Puede complementarse con la palabra y ser la pausa justa que habilita la espera y la reflexión.

En palabras de Emma Roderó Antón “(...) hay que seleccionar con precisión los momentos en los que se inserta la música. Si nunca cesa, nos acostumbramos y perdemos la posibilidad de valorar, ilustrar o enfatizar un determinado elemento.” (2005: 82). Este consejo de la especialista en Ciencias de la Información se aplica a cualquiera de los elementos radiofónicos ya mencionados, por eso es importante tener un objetivo claro y la función previamente seleccionada para que el recurso potencie la pieza. Hacer uso de los elementos de manera descuidada, completando el tiempo sin justificación, provoca una pérdida de sentido.

A través de las palabras, las tramas sonoras y la música se unirán las sensaciones y emociones a los trazos y texturas de las obras, invitando al oyente a continuar el relato. El especialista en comunicación radiofónica Ricardo Haye, mentor de este concepto, afirma “(...) La radio debe alimentar su vocación de constituirse en un medio de carácter multisensorial. La estimulación acústica está en condiciones de posibilitárselo mediante su enorme capacidad evocadora y creadora.” (2004: 44-5).

Ni la palabra, ni la música ni los efectos sonoros alcanzarían el protagonismo que los caracteriza si no fuera por el marco de sentido que concede el último elemento abordado: el silencio. Así como un sonido a destiempo rompe la trama y una función equivocada de la música puede confundir al oyente, la presencia de un silencio a tiempo puede realzar, potenciar, dramatizar, internalizar lo que se escuchó y los pensamientos que esto despierta. No es un elemento que completa algo que está incompleto, el silencio está presente desde la elaboración del guion radiofónico y es constitutivo del relato sonoro. Interpretar la totalidad es entender que un sonido no entra y sale de escena porque sí, sino que es parte de un encadenamiento mayor que hace de la pieza comunicacional algo vivo, dinámico, que sorprende, que despierta el interés, que permite conocer.

Una vez finalizado el producto comunicacional, una decena de personas fueron invitadas a testear las pistas con la intención de recuperar sus narraciones respecto de la experiencia y registrar los ecos de los primeros visitantes que escucharon la audioguía. ¿Qué

interpretaciones y emociones generó la escucha? ¿Fue una compañía durante el recorrido por el museo? ¿Se habilitaron nuevas capas de sentido, más allá de la imagen? ¿Conocer de este modo, enriqueció la experiencia?

El grupo seleccionado para esta prueba reunió hombres y mujeres de diferentes edades (de 11 a 65 años) adolescentes, jóvenes y adultos de profesiones y oficios diversos. Se valoraron las diferentes experiencias en museos: algunos de ellos nunca habían ingresado a este tipo de instituciones, otros suelen visitarlos pero no conocían la Sala Cesáreo Bernaldo de Quirós e inclusive algunos trabajadores del museo y artistas que ya contaban con un conocimiento previo del pintor. Este pequeño sondeo trató de representar el público que asiste al museo.

Una constante en los comentarios recabados fue que se encontraron con un artista cercano, vivencial, distante de la representación formal y rígida que tal vez esperaban. Para sorpresa de muchos la audioguía dura 33 minutos y la percepción del tiempo en el lugar fue mucho menor. Las descripciones recogidas mencionan la pieza como “una experiencia sonora de recorrido”, “otra manera de conocer al artista”, “como una conversación”, “como un viaje que te hace ir a mirar las obras” y “un relato que te envuelve”. Señalaron que el ambiente sonoro y la información tienen el mismo peso y que la percepción de la sala cambió a partir de este acompañamiento.

En el marco de lo planificado y elaborado, sorprendieron la cantidad y calidez de los comentarios respecto de la asociación entre experiencias personales y recuerdos a partir de determinadas palabras y tramas.

De este modo, el oyente pudo hacer propio el relato e ir incorporando lo vivido y lo cotidiano al recorrido con la compañía de la audioguía. No es solo una reproducción de ciertas informaciones y datos, es, como alguien señaló, “una conversación”.

Los párrafos producidos fueron tejiendo un texto, los verbos narrar, relatar, secuenciar, describir proponen recorrer los cuadros apelando a una de las acciones más cotidianas en el hombre: contar. ¿Contar qué se preguntarán? Contamos una historia, una vida, la de Quirós, un lugar, el paso del tiempo, decisiones y en cada una de ellas el trazo y el color.

A modo ilustrativo compartimos en el Anexo algunos fragmentos de la audioguía. Como fue mencionado en el desarrollo de este texto la pieza sonora buscó múltiples formas de acercar los datos del pintor y su obra. Los cuatro casos que se presentan son una breve muestra de diferentes posibilidades que los recursos radiofónicos proporcionan. Tramas sonoras combinadas con voz en off, dramatizaciones con información técnica de las pinturas, silencios e indicaciones para el oyente. Además del código QR para oír el fragmento podrán conocer las obras a las cuales refieren los mismos (hay casos que remiten a una obra puntual y otros, a la sala- en general). Por último, una breve explicación acerca de la intención comunicativa en cada ejemplo.

La audioguía buscó ser un puente entre dos orillas: el museo que presenta sus obras y las personas que lo visitan. No fue pensada para la reproducción continua y general dado que el relato se hace íntimo en la escucha. Tal vez, cada persona que pase por ese puente observe algo diferente: escuche el agua que corre, focalice su atención en el cielo, priorice naturalmente el oído sobre la vista o viceversa, pause la audioguía para comentarle algo

a una persona que esté a su lado o sonría por una anécdota del pintor que pierde solemnidad en las dramatizaciones. ¿Conocerá a un Quirós real, apasionado, repleto de historias, con luces y sombras? Esperamos que sí... Cada visitante podrá ser un potencial narrador que hará eco de este relato, con sus palabras y su mirada.

Imagen 2. Contame un cuadro 2



[11]

Fuente: Zulema Alegre

## Anexo

### Fragmentos seleccionados

1- Dramatización: Mario y Carlota - Pista N°1



En este ejemplo resalta la picardía de estos niños, su tono de voz en secreto para lograr la complicidad con el oyente. Los personajes encarnan a los hijos de Quirós y un fragmento

de la conversación refiere a dos de las pinturas que se exponen en la sala permitiendo al oyente ubicarse en la pared de los retratos. Se trata de *Retrato de niña y Niño y loro*. Además incorpora conceptos de arte, concretamente la niña explica cómo el artista realizaba los autorretratos.

2- Trama sonora y locutor - Pista N°2.



Se trata del ensamble de una trama sonora y la voz en *off* frente a la obra *Los Jueces*.

El uso de los planos sonoros, una puerta que se abre, la discusión de las voces en italiano predisponen al escucha a ser testigos de esta sentencia. El narrador se refiere al público de manera directa, interpeándolo como “tranquilo, el acusado no sos vos” para después brindar información de la pintura.

3- Dramatización: Padres de Quirós - Pista N° 3.



A diferencia de la dramatización que se presentó hace un momento, esta no tiene relación con ninguna obra de la sala. La escena está construida a partir de un dato histórico, información que se obtuvo en una de las biografías del pintor. Es un breve diálogo dramatizado con efectos sonoros y música que aspira a la emotividad, al estado de ánimo de los personajes. Aquí, son Julio y Carlota los padres, en la anterior Mario y Carlota sus hijos, a lo largo de la audioguía se nombran amigos, pareja, colegas con la intención de presentar al artista cercano a su público y con vínculos reales.

**|14|**

4 - Locutores - Pista N° 4.



Esta selección nos ubica delante del cuadro *La Granja Roja*. Aquí, los dos narradores son explicativos respecto de la técnica. Como se intentó presentar a lo largo de todo este trabajo, la audioguía fue pensada como un recurso en el que confluyen la narración sonora, la contemplación de las obras y el transitar en el espacio del museo. Aquí la narradora, vuelve a incluir de manera directa al visitante invitándolo a realizar movimientos concretos para focalizar en detalles vinculados a la técnica.

|15|

## Referencias

- Ávila, A. (2003) *El Arte y sus museos*. Ediciones del Sebal.
- Arnheim, R. (1980) *Estética radiofónica*. Editorial Gustavo Gili.
- Eidelman, J., Roustan, M. y Goldstein, B. (2013) *El Museo y sus públicos. El visitante tiene la palabra*. Editorial Ariel.
- Fundación TYP A / RED MUS (2015) *Layering en Museos. Diseño de exhibiciones a la medida del visitante. Un estudio de caso*.  
[https://www.typa.org.ar/es/publicacion\\_mus5.php](https://www.typa.org.ar/es/publicacion_mus5.php)
- Gardella, M. E. (2012). *Prácticas y saberes de comunicación radiofónica*. Serie Manuales Humanitas, Facultad de Filosofía y Letras, Universidad Nacional de Tucumán.
- Gutiérrez Zaldívar, I. (1991) *Quirós*. Zurbarán Ediciones.
- Haye, R. (2003) *Otro siglo de radio. Noticias de un medio cautivante*. Editorial La Crujía.
- Haye, R. (2004) *El arte radiofónico: algunas pistas sobre la construcción de su expresividad*. Editorial La Crujía.
- Kaplún, M. (1978) *Producción de programas de radio. El guión-la realización*. Editorial Quipus.
- Kaplún, M. (1998) *Una pedagogía de la comunicación*. Ediciones de la Torre.
- López Vigil, J. I. (1997) *Manual urgente para radialistas apasionados*.
- Museo Provincial de Bellas Artes “Dr. Pedro E. Martínez” (2020) *Quirós. Catálogo de la Colección Cesáreo Bernaldo de Quirós*.  
<https://www.yumpu.com/es/document/view/63718515/coleccion-cesareo-bernaldo-de-quiros>
- Museo Provincial de Bellas Artes “Dr. Pedro E. Martínez” (2018-2021) Entrevistas con guías y personal educativo de la institución.
- Musich W. y Spahn K. (2017-2018) La formación de la Colección Fundacional del Museo Provincial de Bellas Artes de Entre Ríos con las gestiones de Pedro Ernesto Martínez (1925-1936). *Revista de Artes Avances N°27*. Universidad Nacional de Córdoba.
- Rodero Antón, E. (2005) *Producción radiofónica*. Editorial Cátedra.
- Salgado, M. (2013) *Diseñando un Museo Abierto. Una exploración sobre la creación y el compartir de contenidos a través de piezas interactivas*. Wolkowicz Editores.
- Santacana, J. (2006) Bases para una museografía didáctica en los museos de arte. *Revista Enseñanza de las Ciencias Sociales*, N°5, Páginas 125 - 133. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1700744>
- Simone, R. (2001) *La tercera fase. Formas de saber lo que estamos perdiendo*. Editorial Taurus.
- Valdés Sagiús, M. C. (1999) *La difusión cultural en el museo: servicios destinados al gran público*. Editorial Trea.
- Valdés Sagiús, M. C. (1999) La difusión, una función del museo. *Revista Museos.es*, Subdirección General de Museos Estatales, N°. 4, Páginas 64 -75. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2865802>