

Sofía Ruggiero Ponti

sofia.ruggieropont@gmail.com

Facultad de Bellas Artes. Universidad Nacional de La Plata
Argentina

// Taller de Diseño en Comunicación Visual 5B

Titular

María Branda

Adjuntas

Ana Cuenya, María Cecilia Blanco

Auxiliares docentes

Fabio Ares, Marcelo Alonso

Museo Azzarini al encuentro del sonido

Museo de Instrumentos Musicales Dr. Emilio Azzarini

PROYECTO DE GRADUACIÓN

02

En el último año de taller, la Cátedra Rollié (Taller de Diseño en Comunicación Visual 2-5B) orienta a los alumnos en la elección temática del proyecto final de graduación bajo la consigna «bienes comunes de uso social en crisis o conflicto». La elección de comitentes vinculados al hacer público desde la Universidad, las ONG o las cooperativas proponen la integración del alumno en un contexto con problemáticas que puedan resolverse desde la comunicación visual y cuyos resultados contribuyan a mejorar la calidad de vida de la población. Con este criterio, seleccioné para la realización del Proyecto de Comunicación Integral el Museo de Instrumentos Musicales Dr. Emilio Azzarini. Esta institución es única en el país ya que se creó gracias a la donación de más de ochocientos instrumentos musicales, partituras, libros y soportes sonoros que formaban parte de la colección privada del Dr. Veterinario Azzarini, que luego de su muerte fueron legados por su familia a la Universidad Nacional de La Plata.

Al encontrarse enmarcado dentro de los museos universitarios, el Museo Azzarini desempeña un papel fundamental en el área educativa y de investigación, y mantiene un compromiso de actualización en conceptos culturales y de inclusión. La numerosa colección de instrumentos musicales, y de material sonoro y bibliográfico se encuentra catalogada y expuesta en el edificio de la Casa de la Cultura.

En 2012 se decide renovar la identidad de la institución y se comienza a pensar en el museo desde una mirada sociológica, para descubrir las particularidades del objeto a partir de entender su origen, su historia y su contexto sociocultural. La actualización de los conceptos museológicos resultó en una nueva

organización espacial de los instrumentos y del recorrido por la exposición, pensado a modo de *viaje al encuentro del sonido*, en el que se presentan distintas épocas, los respectivos orígenes de los instrumentos y sus usos en las diferentes culturas.

A partir del acercamiento al Museo y de la investigación sobre la temática y el análisis de su comunicación, se pudo evidenciar la necesidad institucional de poner en valor su identidad a partir de los nuevos conceptos enfocados en la experiencia del usuario. La dificultad de llevar a cabo esta actualización de conceptos por parte de la institución fue la principal problemática detectada, ya que los valores a comunicar no articulaban una identidad gráfica que se trasladara de manera efectiva a todas sus áreas de comunicación y, a causa de ello, se desatendían las necesidades comunicacionales de distintos segmentos de público.

La estrategia planteada tuvo en cuenta la valorización de la historicidad patrimonial y la diversidad tanto cultural como musical del Azzarini. Las referencias de estos conceptos devinieron en formas gráficas sistematizadas. En principio, se rediseñó el signo marcario sobre la base del estudio de la rúbrica, la grafología y la letrografía, con el motivo de construir una firma que transmita la identidad e historicidad patrimonial del Museo y del mismo Dr. Azzarini [Figura 1].

Figura 1. Propuesta de marca



La construcción de un sistema de imagen implicó, entonces, seleccionar instrumentos representativos de cada área continental por sus particularidades en la construcción o la ejecución. La representación de los mismos permitió el uso de distintas modalidades: fotográficas, vectoriales e ilustrativas, así como de recursos variados en el uso de texturas, cromaticidad y tipografías. Una vez definidos, se desarrolló un manual de marca y un catálogo de piezas institucionales en el que puede verse el sistema de identidad y su aplicación en papelería institucional [Figuras 2].



Figura 2. Carpetas de fichero y fichas de depósito

El proyecto cubrió las necesidades de comunicación visual en el espacio arquitectónico tanto exterior como interior. El sistema permitió destacarlo en el contexto y generar una señalética interna con identificadores, nomencladores y distribuidores, con una mejora en el reconocimiento de espacios, de usos y de datos de

Figura 3. Nomencladores en braille, identificadores de vitrina, paneles informativos



interés para el visitante. Se tuvo en cuenta, también, que estas piezas pudieran satisfacer las necesidades comunicacionales del segmento de público con diferentes capacidades en su visita al Museo, como es el caso de los nomencladores en braille [Figura 3].

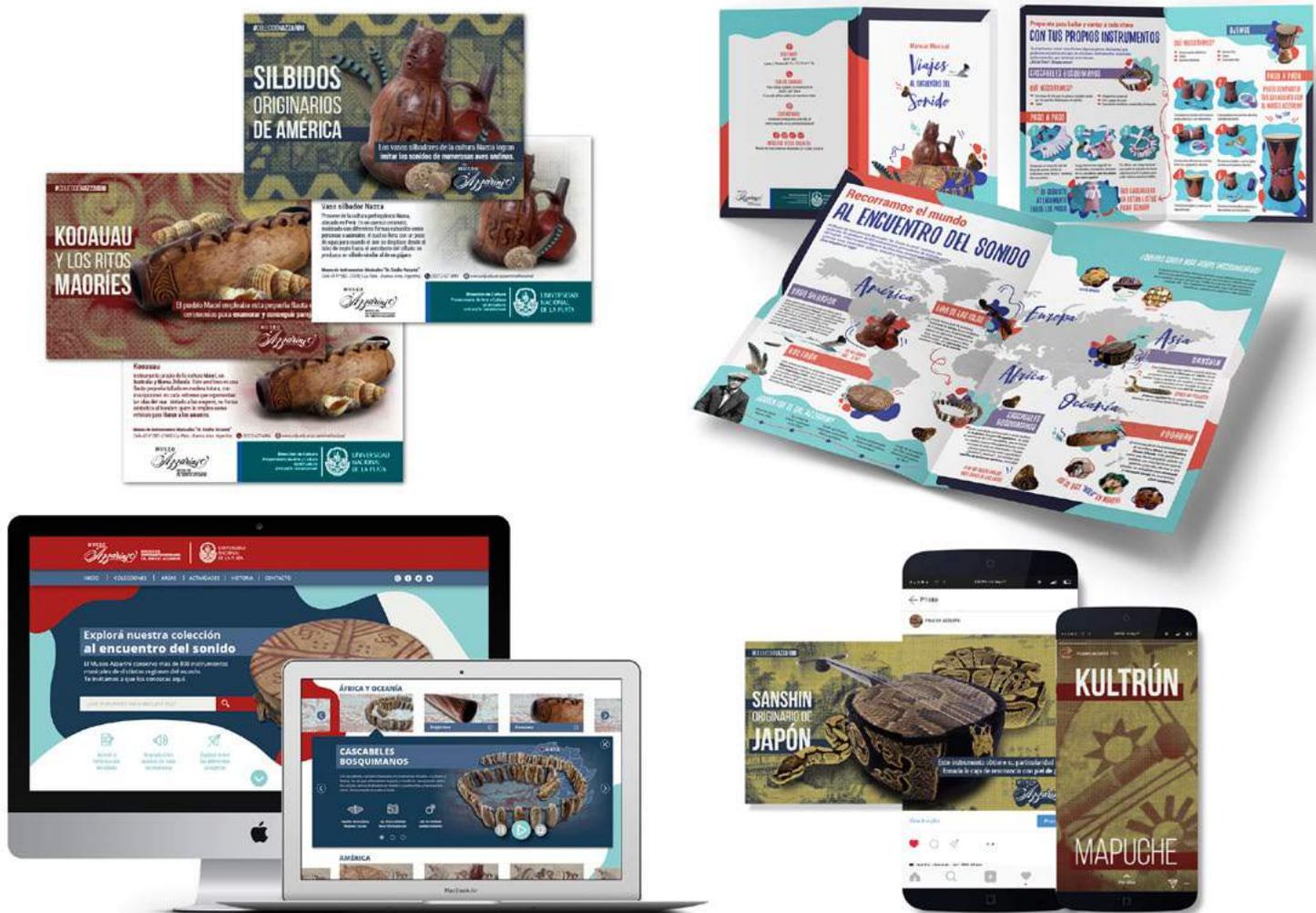
Para responder a las necesidades de los distintos grupos de usuarios se propuso que los sistemas de piezas de capacitación y promoción tuvieran como eje la *narrativa transmedia*, que consiste en contar una historia a través de diferentes piezas, agregando nuevos niveles de información en cada una. De esta manera, se busca que el usuario desee completar el relato y se lo incentiva participar de la construcción de la pieza, generando un vínculo colaborativo y dinámico.

Otro espacio de desarrollo del proyecto fue el manual musical, cuyos destinatarios son niños en etapa escolar. Las actividades didácticas e infografías presentadas en esta pieza se basaron en el diseño de currícula de cuarto y quinto grado de primaria y en la distribución a través del servicio educativo del Museo. En esta pieza se propuso la participación en las redes sociales de la institución, donde se puede acceder a datos ampliatorios de los instrumentos.

Asimismo, se diseñó un catálogo web para usuarios académicos que tienen la necesidad de acceder a información de manera dinámica, de realizar búsquedas y de navegar entre diferentes categorías. El catálogo permite generar una vista previa de los instrumentos para incentivar la visita y la consulta en el Museo.

A modo de información complementaria a la visita, se desarrolló un sistema de postales, una por cada instrumento icónico de cada continente, que se vinculan visualmente con el sistema de imágenes y de videos generados para las redes sociales. Además, brindan información más detallada sobre el instrumento y su contexto, ya que fueron pensadas para un público familiar, para profesionales, para investigadores y para estudiantes [Figura 4].

Figura 4. Manual didáctico, infografía, catálogo web, postales, imágenes para redes sociales



Finalmente, se propuso que el Museo realice un ciclo de conciertos al aire libre, en el patio de la institución, un fin de semana por mes. Esto responde a los días que el segmento de usuarios familiares tiene libres para realizar este tipo de actividades recreativas. Para ello, se desarrollaron piezas de comunicación eventual centradas en la ambientación del espacio [Figura 5].

Figura 5. Comportamiento del espacio en eventos

