



INFORME TÉCNICO

Implementación de una plataforma tecnológica y comunicacional que posibilite la virtualización de los museos y centro cultural de gestión provincial, diversificando la oferta y fortaleciendo el turismo científico

CONICET



I P C S H



SECRETARÍA DE CIENCIA,
TECNOLOGÍA, INNOVACIÓN
PRODUCTIVA Y CULTURA



Ministerio de Ciencia,
Tecnología e Innovación
Argentina



cofecYT
Consejo Federal de Ciencia y Tecnología

Gobernador

- Mariano Arcioni

Vice Gobernador

- Ricardo Sastre

**Secretario de Ciencia, Tecnología,
Innovación Productiva y Cultura**

- Mauro Carrasco

**Subsecretaria de Ciencia, Tecnología,
Innovación Productiva y Cultura**

- María Paula Alvarado

Subsecretaria de Cultura

- Carla Olivet

Director General de Patrimonio

- Leandro Loupías



No imprima este documento si
no es estrictamente necesario.
En caso de hacerlo **imprima doble faz**

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	4
EL PROYECTO	7
FICHA TÉCNICA	7
MARCA PRODUCTO	8
EQUIPO DE TRABAJO	9
METODOLOGÍA DE TRABAJO	10
RESULTADOS OBTENIDOS	10
PLATAFORMA DIGITAL	10
MUSEOS Y ESPACIOS CULTURALES	11
CONCLUSIONES Y	14
PRÓXIMOS PASOS	14
REFERENCIAS Y FUENTES DE INFORMACIÓN	15

INTRODUCCIÓN

La situación de pandemia global ha fomentado el desarrollo y uso masivo de herramientas digitales. La diversidad de usuarios/os, ya sean personas físicas o instituciones, ha desplegado una amplia gama de combinaciones y usos tendientes a sostener una estrategia de comunicación inclusiva y accesible. Por su parte, las medidas de distanciamiento social impactaron en la continuidad de actividades concebidas para la presencialidad, como es el caso de las visitas a museos y centros culturales, planteando múltiples interrogantes acerca de su rol y adecuación a estos tiempos. En general, las diferentes disciplinas y actores que administran estos espacios culturales debieron interactuar, buscar alianzas, generar acuerdos y co-crear maneras alternativas de apertura a modo de reposicionarse y delinear un plan de trabajo tendiente a una estrategia digital adecuada. Se registra un amplio espectro de formas de digitalización en los espacios culturales, desde equipos que cuentan con trayectoria y experiencia en la ampliación de contenidos digitales y se ven impulsados a re-configurar para responder a las necesidades actuales, hasta equipos que están dando sus primeros pasos, definiendo cómo empezar y aprendiendo a usar las herramientas¹. A éste escenario debe agregarse el caso de sitios y localidades que por diferentes motivos, no cuentan con las condiciones de conectividad requeridas que permitan sostener actividades en línea (on-line) y deban explorarse opciones digitales fuera de línea (off-line). Por su parte, la integración de espacios culturales y el diseño y planificación de rutas del conocimiento ha sido otro de los desafíos a abordar desde la digitalización, debido a que la mayoría de estos espacios se encuentran distantes geográficamente y no fueron concebidos en el marco de un relato interconectado.

El proceso de adecuación digital en sus diferentes escalas depende de las políticas públicas desarrolladas y de los recursos disponibles, tanto económicos como humanos. De esta manera las interrelaciones entre los diferentes elementos que conforman una estrategia de comunicación y sus características nos permiten arribar al concepto de ecosistema digital. Internet representa el medio en donde se desarrollan e interactúan los diferentes canales de comunicación. En Argentina, y según un estudio llevado a cabo en 31 aglomerados urbanos², se registró que el 64,2% de los hogares urbanos tiene acceso a computadora y el 90,4%, a internet (Figura 1). Además, los datos muestran que 88 de cada 100 argentinas/os usan teléfono celular y 87 de cada 100 utilizan internet (Figura 2)².



Figura 1. Hogares con acceso a computadora e internet. Fuente: INDEC, Encuesta Permanente de Hogares.

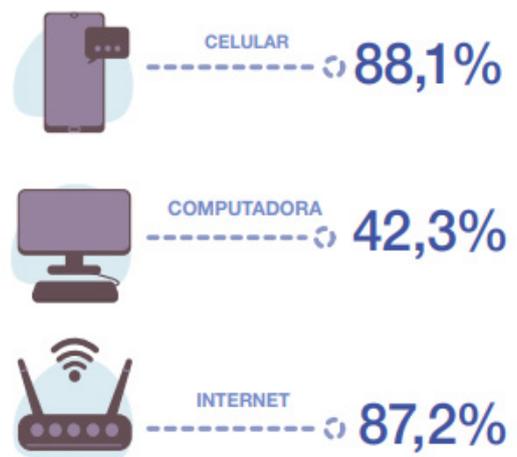


Figura 2. Población de 4 años y más, por utilización de bienes y servicios de las TIC. Fuente: INDEC, Encuesta Permanente de Hogares.

En el análisis regional (Figura 3), la región de Patagonia registra el mayor acceso de los hogares a internet (92,0%) y supera a la media nacional. También se observa que tiene la mayor incidencia de uso de computadoras (45,6%) y celulares (92,0%), respecto de las demás regiones del país. En cuanto al acceso a computadoras, le siguen la región Pampeana (43,7%) y el Gran Buenos Aires (43%)².

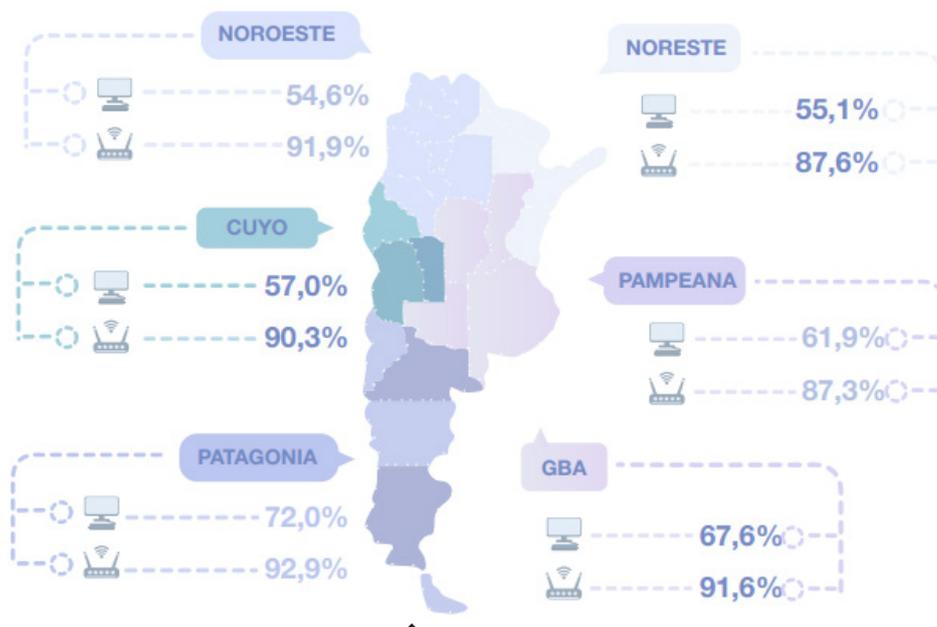


Figura 3. Hogares con acceso a computadora e internet según región. Fuente: INDEC, Encuesta Permanente de Hogares.

A escala nacional y para el primer trimestre de 2022 se registraron, en promedio, 7.838.864 de accesos a internet fijos. Esto significó un aumento de 2,0% respecto al primer trimestre de 2021. En cuanto a los accesos a internet móviles, se contabilizaron en promedio 34.781.914 de accesos, lo que implicó una suba del 9,9% respecto al mismo trimestre del año anterior. Los análisis discriminan entre accesos residenciales y de organizaciones (Figura 4)³.

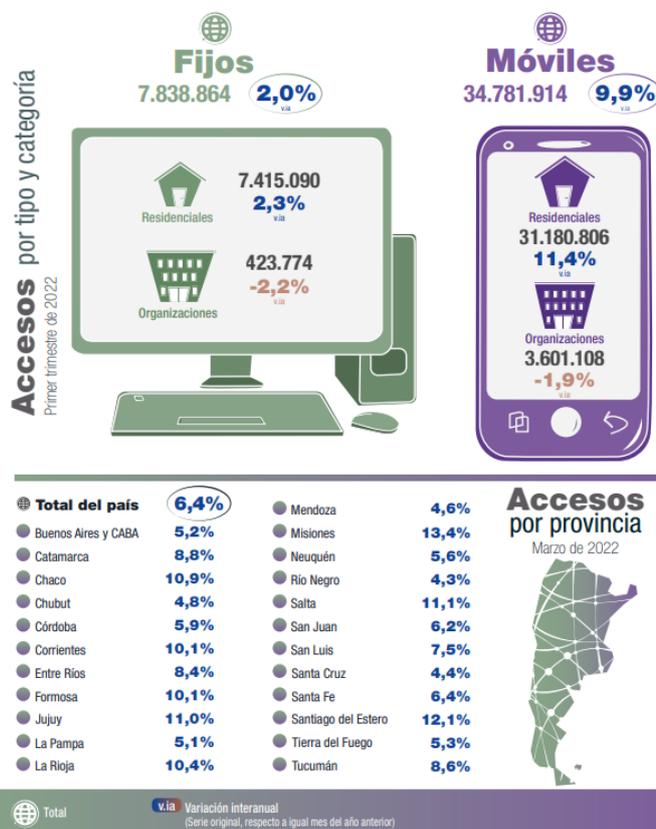


Figura 4. Hogares con acceso a computadora e internet según región. Fuente: INDEC, Encuesta Permanente de Hogares.

La presente propuesta considera que la dimensión digital no reemplaza a la presencialidad, sino que puede complementarla. De esta manera la virtualización es una forma alternativa de mantener abiertos los museos y otros sitios culturales, se trata de otra forma de acceder y mantener contacto con un público diverso. Las experiencias de construcción de contenidos digitales en las instituciones, condujeron a una interacción obligada con otras disciplinas y grupos de trabajo, con el objetivo de ampliar las fronteras de dichos espacios concebidos para una dimensión física. En la Provincia del Chubut y a través de la presentación a concurso de un proyecto a la línea denominada: Proyectos Federales de Innovación (PFI) 2021⁴, la interacción y construcción de contenidos digitales entre algunos museos y centros culturales provinciales se llevó a cabo en asociación con una línea de investigación en turismo científico del Instituto Patagónico de Ciencias Sociales y Humanas (CCT CONICET-CENPAT). De esta manera el turismo, una de las principales actividades económicas de la provincia, ofrece una matriz social adecuada para la inserción del conocimiento científico siendo a la vez un potente agente multiplicador que fomenta la socialización de la ciencia. La alianza entre turismo y ciencia incluye a las poblaciones: residente, escolar y turística; permitiendo a su vez construir rutas del conocimiento a través de la integración de sitios y espacios que conectan el territorio.

EL PROYECTO

FICHA TÉCNICA

Título

Implementación de una plataforma tecnológica y comunicacional que posibilite la virtualización de los museos y centro cultural de gestión provincial, diversificando la oferta y fortaleciendo el turismo científico.

Jurisdicción

Provincia del Chubut

Innovación Tecnológica que se transfiere

Desarrollo y diseño de una plataforma comunicacional, contiene una página web y la virtualización de cada sitio con vinculación a códigos QR que mediante internet e intranet facilitan el ingreso y uso en sitios con y sin internet. El desarrollo cuenta con espacio disponible para sumar nuevos elementos, como por ejemplo, información de otros puntos de interés provinciales pudiendo adecuarse a diferentes entornos. Las visitas, tanto físicas como virtuales, acceden gratuitamente a los contenidos digitales. La propuesta posibilita integrar espacios culturales y diversificar la oferta turística y educativa provincial.

Duración de la ejecución

12 meses

Carácter del Proyecto

Público

Sitios virtualizados

- Archivo Histórico Provincial. Rawson.
- Museo Provincial del Soldado de Malvinas. Rawson.
- Museo Provincial de la Familia Perón. Camarones.
- Museo Provincial de Ciencias Naturales y Oceanográfico "del Hombre y el Mar". Puerto Madryn.
- Centro Cultural por la Memoria "el viejo aeropuerto". Trelew.

Entidad beneficiaria

Secretaría de Ciencia, Tecnología, Innovación Productiva y Cultura - SCT/PyC.

Dirección del Proyecto

Director: Dr. Diego González Zevallos IPCSH (CCT CO-NICET-CENPAT)

Poblaciones destinatarias

Población residente de la Provincia del Chubut. Comunidad educativa del Chubut, en sus diversos niveles. Visitantes (físicos y virtuales) y turistas en general. Sector turístico provincial y regional.

Unidad de Vinculación

Centro de Investigación y Extensión Forestal Andino Patagónico CIEFAP.

MARCA PRODUCTO

Objetivo

En general, el posicionamiento de una iniciativa o de un destino suele ir más allá de las bondades o virtudes de sus atractivos, productos y servicios; se relaciona también a la marca o imagen que proyecta sobre la demanda. Una marca refiere a un símbolo o diseño, creado por una entidad o proyecto como en éste caso, que posee la capacidad de llamar la atención y caracterizar a una propuesta⁵. Se trata de una red de elementos, conocimientos y significados vinculados y que dan sentido. De esta manera se logra una representación e identificativo combinando componentes artísticos, naturales y culturales, entre otros⁶. Esa imagen generada por la marca turística apunta a la memoria asociativa basada en las percepciones de las poblaciones usuarias. A escala nacional, Argentina posee su Marca País y se trata de una política de Estado que busca posicionar a nuestro país en el contexto internacional mediante sus factores diferenciales, sus tradiciones, su cultura y sus productos; siendo también una herramienta de gran utilidad para la construcción de nuestra identidad⁷.

El porqué de Historias al Sur

- porque el turismo científico nos adentra en otra forma de hacer turismo a través de la inserción del conocimiento.
- porque invita a conocernos y seguir construyendo conocimiento incluyendo los saberes locales, el origen e identidad de la región.
- porque decir SUR es decir Patagonia
- porque se trata de un territorio colmado de HISTORIAS que han trascendido a la región.
- porque las HISTORIAS AL SUR integran al territorio y van desde la montaña (en el logo: color verde), a la meseta central (en el logo: marrón) y llegan al mar (en el logo: color celeste)...siempre como testigo (Figura 5).
- porque esas historias transcurrieron bajo este cielo patagónico, limpio y lleno de estrellas y de enorme potencial para el astroturismo (en el logo: la cruz del sur).
- porque se trata de un turismo de intereses especiales, cuyo objetivo no es la masividad sino más bien ofrecer una vía alternativa y complementaria a productos ya existentes.
- porque es una propuesta de turismo científico que incluye diversidad de disciplinas y nos invita a reflexionar acerca del rol de la ciencia argentina en la sociedad.
- porque representa otra manera de abordar al territorio a través de una legítima federalización de la ciencia y la tecnología.



Figura 5. Aplicaciones principales de imagen de marca y paleta de colores

EQUIPO DE TRABAJO

Se conformó un equipo de trabajo multidisciplinario representado mayoritariamente por personal de la Secretaría de Ciencia, Tecnología, Innovación Productiva y Cultura (SCTIPyC), seguido por personal del Instituto Patagónico de Ciencias Sociales y Humanas [IPCSH (CCT CONICET-CENPAT)]. La vinculación tecnológica estuvo a cargo del Centro de Investigación y Extensión Forestal Andino Patagónico (CIEFAP) y la Oficina de Vinculación Tecnológica [OVT (CCT CONICET-CENPAT)].

Equipo comunicación, diseño tecnologías y documental

Antonio Armada - *SCTIPyC*
 María Mercedes Caldentey - *SCTIPyC*
 Vanesa Zadoff - *SCTIPyC*
 Kevin Hughes - *SCTIPyC*
 Estefany Tardon - *SCTIPyC*
 Bruno Marchesani- *SCTIPyC*
 Ivana Gonzalez Bagur - *IPCSH (CCT CONICET-CENPAT)*
 Lucas Bandieri - *IPCSH (CCT CONICET-CENPAT)*

Equipo Cultura

Leandro Loupías - *SCTIPyC*
 Administradoras/es de museos - *SCTIPyC*

Equipo Redes y Equipamiento

Víctor Lo Valvo - *SCTIPyC*
 Francisco Pérez - *SCTIPyC*
 Sebastián Machado - *SCTIPyC*
 Marcelo Alejandro Valdivia - *SCTIPyC*
 Fernando Valdebenito - *SCTIPyC*

Equipo Vinculación Tecnológica

Ricardo Ernesto Steger - *Vinculación Tec. CIEFAP*
 Juan Pablo Cévoli - *Vinculación Tec. CONICET*

Equipo Dirección, gestión y comunicación interna

Nicolás Sarrá - *SCTIPyC*
 Nicolás Sueyro - *SCTIPyC*
 Rocío Carbajales - *SCTIPyC*
 Federico Abbondio - *IPCSH (CCT CONICET-CENPAT)*
 Diego González Zevallos - *IPCSH (CCT CONICET-CENPAT)*

METODOLOGÍA DE TRABAJO

La investigación desarrollada fue de tipo colaborativa y participativa. Para el mensaje de la propuesta se aplicó metodología de interpretación ambiental⁸, incluyendo la comunicación pública de la ciencia como forma comunicacional estratégica e interdisciplinaria para públicos diversos⁹. Se diseñó y generó una propuesta virtual de turismo científico en el marco de un Proyecto Federal de Innovación PFI 2021. Para lograrlo, se trabajó sobre diferentes puntos como: generar una estrategia de comunicación digital, recopilación y articulado de contenidos educativos e informativos para su digitalización; desarrollo de una intranet para conexiones fuera de línea (off-line), la virtualización de los sitios y una página web para conexiones en línea (on-line). La recopilación y análisis documental acompañaron al proceso de intercambio con las administraciones de los museos y centros culturales intervinientes en el proyecto.

En cuanto al diseño de la página web se generó una página principal donde se muestran aspectos generales de todos los museos y los vínculos que direccionan a cada sitio en particular. Para cada museo se presentan las distintas secciones, y se exhiben objetos de relevancia con una descripción asociada. La propuesta integra paseos virtuales, e información para la planificación de las visitas como horarios, ubicación y tarifas. Respecto a la infraestructura tecnológica se instalaron servidores y equipos de wifi en los sitios incluidos en el proyecto. De esta manera se accede también a través de cualquier dispositivo que cuente con lector de códigos QR que se ubicarán en la entrada de cada museo, como así también en los interiores de estos espacios con el objetivo de ampliar información acerca de elementos de interés. En referencia al equipamiento y software empleados para la virtualización, para la realización de los tours virtuales se utilizó una cámara 360° (Insta 360 One X2) y lenguaje de programación JavaScript. La digitalización de objetos 3D fueron realizados con un escaner 3D (Creaform GO!SCAN 20) y por fotogrametría (cámara de celular Motorola G100 y software Meshroom). Las fotografías complementarias para las páginas web fueron tomadas con cámaras Canon EOS y Drone DJI Mavic 2 Zoom.

RESULTADOS OBTENIDOS

PLATAFORMA DIGITAL

La Plataforma Digital generada representa un puntapié que puede ampliarse y/o actualizarse a demanda. A través del empleo de tecnologías, herramientas de programación, una estrategia de comunicación y recurso humano capacitado, se procedió a la articulación de un mensaje que se lo muestra a través de una web, una intranet, una selección de objetos en 3D y canales de comunicación. Se incluyeron las diferentes calidades de conectividad, es por ello que se diseñó una opción "en línea" y otra "fuera de línea"; considerando también las distancias geográficas y las condiciones climáticas en Patagonia, que a menudo influyen en llegar por fuera de los horarios de visita. Es por ello que se generaron códigos QR y alternativas de acceso a los contenidos digitales de los museos y centros culturales, interpretando que la digitalización de estos espacios no reemplaza a la presencialidad, sino que se trata de una complementación.

MUSEOS Y ESPACIOS CULTURALES

Museo del Soldado de Malvinas

Entre el 2 de abril y el 14 de junio de 1982 la Argentina se enfrentó en guerra con Gran Bretaña por la soberanía de las Islas Malvinas. Más de 630 soldados perdieron la vida, en su mayoría jóvenes de entre 18 y 20 años, que habían hecho o estaban transitando el servicio militar obligatorio. Cuando las tropas argentinas desembarcan en Malvinas en aquel abril de 1982, el país llevaba seis años bajo el gobierno militar en el llamado: "Proceso de Reorganización Nacional" iniciado un 24 de marzo de 1976 y caracterizado por una violación sistemática de los derechos humanos. Es así como las Fuerzas Armadas Argentinas, con un importante atraso tecnológico y doctrinario, se enfrentaron a la segunda potencia militar de la Organización del Tratado del Atlántico Norte. El final de la guerra dió lugar a una batalla para quienes regresaron, sus familias y para la sociedad argentina. La derrota produjo la crisis del gobierno militar y la renuncia de Galtieri, quien fue reemplazado por el militar Bignone, mientras que la Armada y la Fuerza Aérea abandonaban la Junta Militar y dejaban al Ejército a cargo de la conducción del Proceso. Este hecho histórico trascendental en la historia argentina reciente fue el resultado de un proceso cultural y político más extenso: aquel que transformó al reclamo por la soberanía usurpada de las islas en 1833 en una causa nacional. Malvinas es una presencia con fuerza creciente cuando nos acercamos a la zonas más próximas al escenario de la batalla, o a las ciudades y pueblos de las que buena parte de sus jóvenes marcharon a combatir. Aún hoy se presentan grandes interrogantes, no sólo hacia atrás, sino también hacia el futuro; porque Malvinas, además de una guerra, es sobre todo una posibilidad de explorarnos como sociedad, en nuestra relación con la juventud, con la vida y la muerte.

Textos extraídos del material Museo del Soldado de Malvinas. Link de descarga: <https://goo.su/1HUeFf>

Museo de la Familia Perón

Producto de la severa crisis económica que atravesaba el país en 1899, Don Mario Tomás, padre de Juan Domingo Perón resolvió trasladarse a la Patagonia en busca de trabajo y bienestar. Decidió dejar a su familia en Roque Pérez y vender sus propiedades para asociarse con la firma Maupas Hermanos, que poseía grandes extensiones en Santa Cruz. Luego de un largo viaje en barco se instaló en Chank Aike, en las inmediaciones de Río Gallegos, para dedicarse a la cría de ovinos. Al año siguiente decidió trasladar a su familia: Doña Juana y sus dos hijos llegaron a la Patagonia. Luego de un duro tiempo en Chank Aike, la familia se trasladó a la gobernación del Chubut. Cabo Raso, Puerto Camarones, Comodoro Rivadavia y Sierra Cuadrada fueron los lugares en los que Don Mario intentó inútilmente consolidar la cría de ovinos, sin abandonar su oficio de Juez de Paz, lo que hizo también del hogar una oficina pública. En 1904, Juan Domingo Perón viajó a Buenos Aires para continuar sus estudios, sin embargo, todos los veranos volvía a la Patagonia; una costumbre que lo mantuvo unido a su familia y que marcó un vínculo especial con aquella tierra. La presencia de su madre fue fundamental durante los años vividos en la Patagonia, si bien a sus 8 años Juan Domingo se instaló en Buenos Aires para continuar sus estudios, ello no empañó la estrecha relación con su madre. Es por ello, que el origen de Perón y la integración de la Patagonia a la vida nacional no son hechos aislados. El General pasó parte de su infancia en la región y su familia mas cercana eligió el sur como lugar de residencia, razón por la cual conoció perfectamente todas sus faltas y penurias que pasaban sus habitantes. Sólo quien había vivido y sido parte de esa realidad podía cambiarla.

Textos extraídos del material Museo de la Familia Perón. Link de descarga: <https://goo.su/ljq8ly>

Museo de Ciencias Naturales y Oceanográfico "del Hombre y el Mar"

La propuesta museológica plantea romper la tradicional división categórica y revelar la real unidad y continuidad que la naturaleza presenta; se rescata y privilegia un elemento vital en la historia de la humanidad: el mar. Tradicionalmente, los museos de ciencias naturales se han limitado a mostrar, de manera estática y descriptiva, el objeto de su temática. La actual propuesta, absolutamente apartada de aquel propósito, permite percibir a la naturaleza en constante proceso de cambio y movimiento, en su propia dinámica. El museo está emplazado en el llamado Chalet Pujol que fue construido entre 1915 y 1917 por encargo del comerciante español Agustín Pujol (1870-1927). Los familiares lo donaron al gobierno provincial el 16 de febrero de 1970 y el 22 de febrero de 1972 abrió sus puertas como museo. Las salas de exposición abordan temáticas como pueblos originarios, ecología, viajeros y naturalistas, pesca artesanal, tejidos y cueros; entre otros, y se encuentran distribuidas en diferentes espacios de la vivienda, la cual incluye un mirador y una biblioteca.

Textos extraídos del material Museo Provincial de Ciencias Naturales y Oceanográfico "del Hombre y el Mar". Link de descarga: <https://goo.su/ylrPF6>

Archivo Histórico Provincial

Los fondos documentales que custodia el Archivo proceden principalmente de la diversa actividad administrativa que institucionalmente tuvo lugar en la Colonia Galesa de la Provincia del Chubut, años 1881 a 1884 y la Gobernación del Territorio Nacional del Chubut desde 1884 a 1957. Notas, decretos, resoluciones, expedientes con solicitudes de pedidos de tierras fiscales, boletos de marcas, desalojos, informes sobre problemática obrera, pedidos de permisos para despacho de bebidas alcohólicas, mapas, croquis de construcción de escuelas, juzgados, hospitales, comisarías, estadísticas de diversas instituciones, son algunos de los documentos que conforman el acervo. También cuenta con microfilmaciones de colecciones pertenecientes a otras instituciones que por su destacado valor político, social y cultural se consideró importante difundir y preservar. La microfilmación y la digitalización son técnicas de reproducción que consisten en copiar documentos en soporte película y formato digital respectivamente. De esta manera se facilita el acceso a la documentación y su difusión, preservando los documentos originales que constituyen la memoria histórica de la provincia. El material se encuentra a disposición de la población provincial, como así también de diferentes investigaciones que deseen consultar sobre un tema de interés comprendido entre 1881 a 1957.

Textos extraídos del Informe Final: Digitalización Provincia del Chubut. Secretaría de Cultura , expediente nro. 112310801. Link de descarga: <https://goo.su/qNamA>

Centro Cultural por la Memoria “El Viejo Aeropuerto”

Fue inaugurado el 22 de agosto de 2007, al cumplirse 35 años de la masacre de Trelew, en el marco de la coordinación de políticas entre la Secretaría de Derechos Humanos de la Nación y la Subsecretaría de Derechos Humanos de la provincia. El Viejo Aeropuerto de Trelew funcionó desde noviembre de 1929 como una de las pistas de aterrizaje de la Empresa Aeropostal Argentina. En agosto de 1938 se inauguró su edificio que dejó de operar en 1979, cuando se abrió el nuevo aeropuerto próximo a la Base Aeronaval “Almirante Zar”. La Masacre de Trelew, ejecutada en agosto de 1972, es un antecedente central del terrorismo de Estado en la Argentina. El 15 de agosto de 1972, durante la dictadura encabezada por el general Alejandro Lanusse, veinticinco presos políticos pertenecientes a diversas organizaciones revolucionarias se fugaron del penal de máxima seguridad de Rawson y recorrieron 21 kilómetros hasta llegar al Viejo Aeropuerto de Trelew. El plan inicial era viajar en un vuelo hacia Chile, gobernado por Salvador Allende. Solo seis lo lograron. El resto del grupo no llegó a abordar el avión y, tras resistir unas horas en el aeropuerto, se entregaron a las autoridades militares bajo la condición de que los retornaran al penal y de que se garantizara su seguridad. Sin embargo, en lugar de llevarlos a Rawson, los trasladaron a la Base Aeronaval “Almirante Zar”, dependiente de la Armada. Allí, en la madrugada del 22 de agosto, la guardia los obligó a salir de sus celdas y abrió fuego sobre los prisioneros. Actualmente, en el sitio se exhibe una muestra permanente sobre los diecinueve militantes fusilados en la base Zar. Se realizan recorridas por el espacio y actividades que promueven la memoria y la defensa de los derechos humanos. En el lugar también funciona una biblioteca, una hemeroteca y una videoteca temática. Todos los 22 de agosto se realizan actividades conmemorativas en las que participa la comunidad de la zona.

Textos extraídos de la web oficial: <https://www.comisionporlamemoria.org/sitiosdememoria/ficha/centro-cultural-por-la-memoria-viejo-aeropuerto-de-trelew/#historia>

CONCLUSIONES Y PRÓXIMOS PASOS

La relevancia de generar e implementar una plataforma tecnológica posibilita no sólo virtualizar los espacios culturales seleccionadas en esta etapa, sino que además representa el inicio de un proceso de construcción a través de la inclusión de contenidos digitales que complementan a la actividad presencial. Desarrollar una plataforma de estas características permite no sólo mejorarla, actualizarla y adaptarla a diferentes objetivos, sino que además incluye a diferentes poblaciones como la escolar, turística y residente, entre otras. Se trata también, de un mecanismo accesible, público y gratuito de comunicación pública de la ciencia en donde la interacción entre el sector científico, la función pública y los colectivos sociales involucrados se llevan a cabo en un marco participativo y colaborativo que conduce a la transdisciplina.

En conclusión, se deben revisar las estadísticas que arroja la plataforma a modo de tomar conocimiento de las preferencias y descargas de materiales disponibles, ingresos y visualizaciones de la web, videos y material educativo. En base a la gestión de esta base de datos se puede ajustar la estrategia de comunicación institucional a los diferentes canales de comunicación digital disponibles, optimizando la llegada a diversas audiencias y geografías. Estos canales digitales se refieren a las redes sociales (facebook, instagram, twitter, otros), mensajería instantánea (whatsapp, telegram, otros), correo electrónico para comunicación institucional interna y externa (e-mail marketing, newsletters, otros), plataformas digitales (plataformas turísticas, Google Art&Culture, Academia.edu, otras) y el sitio web propio como el espacio que refleja la identidad institucional. El ecosistema digital integra a la plataforma tecnológica y a la gestión y administración de los diferentes canales de comunicación digital. A su vez, el diseño y planificación de esta propuesta contempló acciones a futuro, dado que posee la facultad de replicarse en otros espacios culturales de otras comarcas de la Provincia del Chubut, inclusive en Áreas Naturales Protegidas. Sin dudas, gestionar cultura desde el sector público representa un desafío, sobretodo para estos tiempos asociados a una pandemia que ha cambiado el paradigma de la presencialidad. De allí que la alianza con el sector científico y en el marco de una línea de investigación en turismo científico resulta innovadora y amplía el abanico de posibilidades.

REFERENCIAS Y FUENTES DE INFORMACIÓN

1 Ministerio de Cultura de la Nación (2020). Contenidos digitales y museos. Reflexiones, experiencias y herramientas en tiempos de distanciamiento social. Dirección Nacional de Gestión Patrimonial - Dirección Nacional de Museos, Secretaría de Patrimonio Cultural.

Link de descarga:

https://rma.cultura.gob.ar/publicaciones/AAVV_2020_Contenidos_digitales_y_museos-Experiencias_reflexiones_y_herramientas_en_tiempos_de_distanciamiento_social-Direccion_Nacional_de_Gestion_Patrimonial.pdf

2 INDEC (2021). Informe Técnico: Acceso y uso de tecnologías de la información y la comunicación. Volumen 6 N.º 89 – Ciencia y Tecnología. El módulo de acceso y uso de tecnologías de la información y la comunicación (MAUTIC) se llevó a cabo en el marco de la Encuesta Permanente de Hogares (EPH) a solicitud de la Dirección de Informática, durante el cuarto trimestre de 2021, conjuntamente con las direcciones provinciales de estadística (DPE).

Link de descarga:

https://www.indec.gob.ar/uploads/informesdeprensa/mautic_05_22843D61C141.pdf

3 INDEC (2022). Informe Técnico: Accesos a Internet. Volumen 6 N.º 104 – Servicios. Dirección Nacional de Estadísticas Económicas. Dirección de Estadísticas de Comercio y Servicios.

Link de descarga:

https://www.indec.gob.ar/uploads/informesdeprensa/internet_06_22CAC81B47FA.pdf

4 Subsecretaría de Federalización de la Ciencia, Tecnología y la Innovación (2021). Comité para la Evaluación de los Instrumentos Promocionales del Consejo Federal de Ciencia y Tecnología (RESOL-2018-950-APN-MCT, EX-2018-35949415-APN-DDYGD#MCT). Referencia: Acta N.º 091/21 - Acta Final de Selección PFI 2021 - EX-2021-21093122-APN-DDYGD#MCT.

5 Núñez Guzmán, J.P. (2016). Tesis de grado: Creación y diseño de una marca turística en el cantón La libertad: Universidad Estatal Península de Santa Elena, Ecuador.

6 Kapferer, J. N. (1992). La Marca, Capital de la Empresa. Barcelona, España. ISBN: 84-234-1086-2.

7 Ministerio de Turismo de la Nación (2021). Marca País Argentina. Decreto 460/2021. Boletín oficial.

<https://www.boletinoficial.gob.ar/detalleAviso/primera/246904/20210715>

8 Ham, S. (1992). Interpretación Ambiental. Una guía práctica para gente con grandes ideas y presupuestos pequeños. Departamento de Áreas Silvestres y Turismo. Facultad de Ciencias Forestales y Vida Silvestre. Idaho: Universidad de Idaho.

9 Collignon, M. (2018). Investigar la comunicación pública de la ciencia: notas para construcción de proyectos de investigación. En Herrera-Lima y Orozco (Eds.), Investigar la comunicación pública de la ciencia: comunicar ciencia en México: prácticas y escenarios. (1 ed., pp. 43-57). ITESO <https://doi.org/10.2307/j.ctvjk2vtt.5>