

**Municipalidad de Rosario, Secretaría de Cultura y Educación**

**Escuela Superior de Museología**

**Asignatura:** Sociosemiótica

**Año lectivo:** 2014

Lic. Paola Rosso Ponce

**Fundamentación**

Acorde con el desarrollo y los debates que se vienen sosteniendo en un lapso que supera las dos décadas, en la asignatura se abordará especialmente al museo como creador de relatos, productor de sentido y centrado en el visitante. Los museos del siglo XXI ya no son de “algo”, sino para “alguien”. Este ya no es el “público general” único y uniforme, hoy se presenta diverso y heterogéneo. Estos públicos son productores de contenido, participan, son actores de su visita. Por ende, los equipos de profesionales del museo, entre ellos el museólogo, tienen como desafío propiciar el debate y alimentar el pensamiento crítico; que el visitante se lleve más preguntas que respuestas. Y esto es posible pensando al museo como organización comunicante, como un hecho comunicativo en su totalidad.

Por cuanto, los contenidos de la asignatura resultan complementarios a la formación recibida en las demás asignaturas, articulando las herramientas de análisis semiótico en el abordaje de la institución museo.

**Objetivos**

**Objetivo general**

- Desarrollar en el alumno una mirada semiótica que le permita operar reflexivamente en torno a cómo se representan los diversos fenómenos comunicativos que el museo presenta.

**Objetivos Específicos**

Que los alumnos:

- Se aproximen a las corrientes semióticas que han abordado el campo de la museología.
- Lograr una primera aproximación a los conceptos centrales de la semiótica como una teoría de producción de sentido.
- Que los alumnos adquieran la capacidad de acotar un fenómeno semiótico para su análisis.

**Contribución a las competencias profesionales**

Partiendo del precepto enunciado en el perfil formativo del diseño curricular de la carrera que la misión del museólogo es la salvaguarda y comunicación del patrimonio y la información referida al mismo, en relación con las sociedades que le dieron origen a lo largo del tiempo.

Teniendo la posibilidad de resignificar ese patrimonio elaborando nuevos discursos en nuevos contextos socioculturales, construyendo relatos que funcionen como “disparadores” en los visitantes. Y que el campo de construcción político profesional y epistémico de la Museología tiende a favorecer y promover procesos de integración social que propendan al desarrollo social, cultural y educativo de la comunidad, con una propuesta de dinamización del medio en los que se insertan, a partir de un trabajo multi e interdisciplinario en cooperación con otras instituciones y actores sociales, construyendo redes.

Para lograr lo anteriormente expresado el museólogo contará en su formación con los recursos aportados desde la sociosemiótica aplicada a la museología y podrá participar en el diseño, comunicación y difusión de programas y proyectos museológicos. Un ejemplo de ello es desarrollar exhibiciones del patrimonio y actividades de difusión, atendiendo a las necesidades de la comunidad, conociéndola, haciéndola partícipe del proceso de construcción de relatos.

Lo expuesto pone de manifiesto la relación entre las competencias de la materia sociosemiótica con las siguientes Áreas de competencia y sus actividades del Diseño curricular de la carrera (la numeración se corresponde con el documento “Diseño jurisdiccional de la Tecnicatura Superior en Museología”):

- **Área de competencia 1.** Participar desde el campo de la Museología en la implementación de políticas de gestión del Patrimonio Integral en clave del desarrollo local y regional.

### **Actividades profesionales**

1.3. Desarrollar y participar en proyectos socioculturales relacionados con la producción de conocimiento integral de la comunidad para la promoción cultural, científica y educativa desde los diferentes tipos de museos y demás unidades de gestión patrimonial.

- **Área de competencia 2.** Gestionar los museos y demás unidades de gestión patrimonial.

#### *Subárea de competencia:*

2.1. Participar en la planificación, administración, seguimiento y difusión de programas y proyectos museológicos.

### **Actividades profesionales**

2.1.1. Participar en la definición de la misión, visión, objetivos, programas y proyectos del museo en el marco institucional que le corresponda.

2.1.2. Participar en la elaboración del Plan Estratégico de Museos y demás unidades de gestión patrimonial.

2.1.4. Participar en el diseño y la mejora de los aspectos arquitectónicos y de ambientación de los diferentes tipos de museos.

2.1.7. Desarrollar estrategias de comunicación que favorezcan la creación y fortalecimiento de vínculos al interior de la institución, con los visitantes, la comunidad y con otras instituciones.

- **Área de competencia 3.** Evaluar programas y proyectos referidos al Patrimonio

Integral, en museos y demás unidades de gestión patrimonial, con el fin de posibilitar su conocimiento y apropiación por parte de la comunidad.

*Subárea de competencia:*

3.1 Desarrollar exposiciones del patrimonio y actividades de difusión del mismo, atendiendo a las necesidades de la comunidad.

### **Actividades profesionales**

3.1.1. Realizar estudios de públicos.

3.1.2. Desarrollar programas de extensión desde una lógica interdisciplinaria e intersectorial para el aprovechamiento de los recursos del museo y demás unidades de gestión patrimonial.

3.1.3. Desarrollar productos y servicios en función de las características y necesidades de los visitantes y su comunidad.

3.1.4. Participar y generar programas y proyectos relacionados con la promoción de la visita al museo y demás unidades de gestión patrimonial.

3.1.5. Participar y generar programas y proyectos relacionados con la producción de conocimiento acordes a los intereses y necesidades de los diversos miembros de su comunidad.

- **Área de competencia 4.** Promover y desarrollar prácticas culturales, sociales y educativas comprometidas con la inclusión social y la construcción de ciudadanía, a partir del patrimonio integral.

### **Actividades profesionales**

4.3. Diseñar y/o participar en proyectos socioculturales políticos, educativos y ambientales desde los diferentes tipos de museos y demás unidades de gestión patrimonial.

## **CONTENIDOS POR UNIDADES**

### **Unidad 1: El enunciado museístico**

Introducción a las tradiciones teóricas de la semiótica. Analizar las principales polémicas abiertas por los autores seleccionados, en el marco de una discusión contemporánea sobre el museo. Semiótica de la mirada. El museo como productor de relatos. El sentido como producción discursiva. Producción y circulación de sentido. El museo como exponente de los discursos sociales.

### **Unidad 2: El visitante como productor**

El museo como espacio de producción. El visitante en el centro de la escena. Autoridad compartida, coautoría. Visitante como actor de su visita y productor de contenido. Sociología y semiótica.

### **Unidad 3: El museo, un hecho comunicativo en su totalidad**

Niveles de análisis del museo y su contenido. La exposición. Capas y tramas de sentido. Marca

museo. Estrategias de circulación del sentido, museo 2.0.

#### **Unidad 4: Análisis y praxis de los niveles de discursividad**

Nuevas prácticas en la configuración museística. Roles y lugares dados dentro de la institución “museo”. Relación entre el adentro y el afuera. Lugar teórico y lugar real del visitante.

Se realizarán observaciones y se prevé además la realización de entrevistas para por ejemplo, poder determinar cómo son definidas las estrategias de circulación de sentido de las entidades analizadas, cuál es el lugar del visitante en la construcción de los relatos, etc.

#### **Propuesta metodológica**

Los contenidos de la asignatura se desarrollarán en clases teórico prácticas.

En la etapa teórica los alumnos analizarán tanto la bibliografía obligatoria como la de referencia.

En la etapa práctica los alumnos aplicarán las categorías y nociones aprendidas.

Se abordarán temas específicos a analizar en los museos y unidades de gestión patrimonial de la ciudad o en el aula a partir de la presentación de casos de otras regiones.

De este modo, los alumnos aplicarán las herramientas descriptivas al museo, por ejemplo: análisis de casos (museos, exposiciones, canales de comunicación como la web o las redes sociales, obras de arte, etc.); observación y entrevistas en instituciones locales como se expresa en la Unidad 4. Por cuanto, se propone, también, realizar visitas a museos y/o otras unidades de gestión patrimonial con el fin de habilitar el encuentro del alumno con el/los profesionales que realizan cotidianamente las tareas que contribuyen a la creación de los relatos que brinda el museo desde todos sus canales.

Se promoverá el diálogo, la participación y la confrontación de ideas, entendiendo el aula como un espacio de construcción de conocimiento. Se propiciará el debate para la construcción de ideas superadoras.

Para el desarrollo de las clases se utilizarán los medios técnicos de que disponga el establecimiento, por ejemplo: notebook, proyector, TV, DVD, pizarrón, etc.

#### **Articulación horizontal y vertical**

La articulación horizontal se propondrá con las siguientes asignaturas de primer año: Pensamiento filosófico, científico y humanístico, Historia del arte, Museología I, Sociología, Museografía I e Itinerarios de la práctica I Museología, TICs y digitalización: distintas aproximaciones. Cada unidad planteada en este programa puede articularse con las materias aquí señaladas, enriqueciendo el proceso de enseñanza-aprendizaje.

Asimismo, a partir del año próximo se plantearán estrategias de articulación vertical con la asignatura correlativa: Comunicación. Como así también con Fotografía y nuevos lenguajes audiovisuales.

Cabe destacar que por los próximos dos años denominados “de transición” se establecerán articulaciones con materias de la currícula anterior; por ejemplo Fotografía y montaje audiovisual, Museografía II y III, Museología III, entre otras.

## Evaluación

Criterios de evaluación. Condiciones para la regularización:

- a. Aprobar un parcial escrito al final del primer cuatrimestre.
- b. Realizar Informes/presentaciones orales sobre diferentes temas del programa, actividades prácticas a realizar en museos y unidades de gestión patrimonial.
- c. Aprobar un coloquio al final del Segundo cuatrimestre.

Trabajos prácticos: basados en lecturas obligatorias y en el análisis de casos, los mismos serán evaluados en forma oral y/o escrita, están sujetos a modificaciones en función del desarrollo del proceso de enseñanza-aprendizaje (ver ejemplificación en Anexo 1).

## Nota identitaria

El dictado de Sociosemiótica es inédito en la historia de la carrera, brindará a los alumnos nuevas herramientas para la construcción de un pensamiento crítico necesario para el desarrollo de su profesión en instituciones que son un hecho comunicativo en su totalidad, generadoras de relatos y coproductora de contenidos junto a la sociedad que se presenta cada vez más diversa, heterogénea y compleja (lo complejo en tanto entramado de saberes y dificultades).

## Bibliografía obligatoria y de referencia por unidad

### Unidad 1: El enunciado museístico

- Huyssen, A. (1995) “Escapar de la amnesia: el museo como medio de masas” en *El Paseante, N° triple: El arte en el fin de siglo*.
- Gonzalez Cirimele, L. (2002) “El discurso semiótico de la identidad en los museos comunitarios de Oaxaca” en *Cuicuiló*, vol. 9, núm.25. Escuela Nacional de Antropología e Historia, México.
- Guasch, A. M. (2008) “Los museos y lo museal. El paso de la modernidad a la era de lo global” en Revista *CALLE 14*, vol. 2, núm. 2. Universidad Distrital Francisco José de Caldas, Bogotá, Colombia.
- Mason, Riannon. (2006) “Cultural Theory and Museum Studies”. En: Macdonald, Sharon (ed.). *A Companion to Museum Studies*, Blackwell Publishing, pp. 17-32.
- Mendez, L. M. (org) (2012) *REPROGRAME. Comunicação, branding e cultura numa nova era de museus*. Edição 1.6
- Sherman, D. J. and Irit Rogoff. (2003) *Museum Culture*. London, Routledge.
- Vázquez Rodríguez, F. (1992) “Más allá del ver, está el mirar. (Pistas para una

semiótica de la mirada)” en *Signo y pensamiento* N° 20, Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá, Colombia.

- Zunzunegui, S. (2003) *Metamorfosis de la mirada. Museos y semiótica*, Ediciones Cátedra, Madrid.
- \_\_\_\_\_ “Vértigos de la Mirada” en *Miscelánea Museológica*. I. DÍAZ BALERDI, ed. Universidad del País Vasco, Bilbao, España.

#### **Casos de estudio:**

- Instalación de Víctor Grippo Analagogías IV, 1972
- La última cena de Leonardo Da Vinci
- “Mining the museum”, Fred Wilson at the Maryland Historical Society
- Museo del puerto de Ingeniero White. Bahía Blanca, Buenos Aires.

#### **Bibliografía de referencia**

- Barthes, R. (1970) “Elementos de la semiología” en AAVV, *La semiología*, Ed. Tiempo Contemporáneo.
- Casetti, F. (1980) *Introducción a la semiótica*. Fontanella, Barcelona.
- Fabbri, P. (2000) *El giro semiótico*, Gedisa, Barcelona.
- Jakobson, R. (1985) “Lingüística y poética”, en *Ensayos de Lingüística general*, Planeta-Agostini, Barcelona.
- Peirce, Ch. (1974) *La ciencia de la semiótica*. Nueva Visión, Buenos Aires.
- Saussure, F. (1965) *Curso de lingüística general*. Losada, Buenos Aires.
- Soto, Marita (2008) *La puesta en escena de todos los días. Prácticas estéticas de la vida cotidiana*, Buenos Aires, Cap. III y IV.
- Verón, Eliseo (1974) “Para una semiología de las operaciones translingüísticas”, en *Revista Lenguajes* N° 2 (diciembre), Buenos Aires, Nueva Visión.
- \_\_\_\_\_ (1986), *La semiosis social*, Gedisa, Barcelona.

## Unidad 2: El visitante como productor

- Bourdieu, P. y Darbel, A. (2012) *El amor arte. Los museos europeos y su público*. Prometeo, Buenos Aires.
- Dessajan, S. (2013) "Un comité de visitantes en el Museo del Hombre, o cómo los usuarios del museo toman la palabra", en J. Eidelman, M. Roustan et B. Goldstein (comps.) *El Museo y sus públicos: el visitante tiene la palabra*, Paidós y Fundación TyPA, Buenos Aires, 2013.
- Gurian, E. (2013) *The pinterest museum*.
- Lorente, J. P. (2012) *Museología crítica: museos y exposiciones como espacios públicos de controversia y participación colectiva en arte*, España.
- Mendez, L. M. (org) (2012) *REPROGRAME. Comunicação, branding e cultura numa nova era de museus*, Edição 1.6
- Requejo, Ana, et al. (2009). "Descubriendo el patrimonio a través de la comunicación interactiva", *Revista de Museología*, 44, pp. 35-46.
- Simon, N. (2010) *The participatory museum*. Museum 2.0 ed., Santa Cruz, California, USA.

## Casos de estudio

- El museo interactivo de la música Málaga (MIMMA). Málaga, España.
- Santa Cruz Museum of art & history (MAH). California, USA
- Transformación del Oakland Museum of California (OMCA): Reestructurar hacia un modelo centrado en el visitante. California, USA.
- Muestra "Obsesión infinita" de Yayoi Kusama, Malba, 2013.
- Muestra Ron Mueck, PROA, 2014 (en facebook y youtube)

## Bibliografía de referencia

- Verón, Eliseo. (1986) *La semiosis social*, Barcelona, Gedisa.

## Unidad 3: El museo, un hecho comunicativo en su totalidad

- Cordero, Patricia (2009). "Museos 2.0: Las redes sociales como enlace directo entre los museos y su público", en *IV Congreso de la Cibersociedad 2009* [En

[En línea] Disponible en: [www.cibersociedad.net/congres2009/es/coms/museos-20-las-redes-sociales-como-enlace-directo-entre-los-museos-y-su-publico/1030/](http://www.cibersociedad.net/congres2009/es/coms/museos-20-las-redes-sociales-como-enlace-directo-entre-los-museos-y-su-publico/1030/)

- Gonzalez Cirimele, L. (2005) "Las semiósferas y la tradición intercultural en las prácticas museográficas" en *Entretextos. Revista electrónica semestral sobre de Estudios semióticos de la cultura*. [En línea] Disponible en: <http://www.ugr.es/~mcaceres/Entretextos/entre6/museos.htm>
- Gonzalo, Pilar. (2011) "Cultura y conversacion se escriben con hashtag", [En línea] Disponible en: [www.slideshare.net/pilargonzalo/cultura-y-conversacin-se-escriben-con-hashtag-10276735](http://www.slideshare.net/pilargonzalo/cultura-y-conversacin-se-escriben-con-hashtag-10276735)
- Hernández, Francisca. (1998) *El museo como espacio de comunicación*. Sotillo-Cenero: Trea.
- "La Comunicación y el Museo" (2010). Núm. Monográfico de mus-A, en *Revista de los museos de Andalucía*, 12.
- Martínez-Sanz, Raquel. (2012) "Estrategia comunicativa digital en el museo", *El profesional de la información*, vol. 21, n. 4, pp. 391-395.
- Mendéz, L. M. (org) (2012) *REPROGRAME. Comunicação, branding e cultura numa nova era de museus*, Edição 1.6
- Rodá, Conxa. (2010) "De 1.0 a 2.0: el viaje de los museos a la comunicacion social", mus-A, 12, pp. 22-33. [En línea] disponible en: [http://biblioteca.universia.net/html\\_bura/ficha/params/title/1-0-2-0-viaje-museos-comunicacion-social/id/53611660.html](http://biblioteca.universia.net/html_bura/ficha/params/title/1-0-2-0-viaje-museos-comunicacion-social/id/53611660.html)
- Simon, Nina. (2007) "What Museums Can Learn from Web 2.0" *Museums & Social Issues*, Vol 2, Num 2, pp. 257-274 [En línea] Disponible en: [www.museumtwo.com/publications/MSI\\_257-274\\_simon.pdf](http://www.museumtwo.com/publications/MSI_257-274_simon.pdf)
- SocialWin. (2013) "Informe Redes Soda/es y Museos de Arte" [En línea] disponible en: [www.socialwin.es/informes/sector-museos](http://www.socialwin.es/informes/sector-museos)
- Vertedor, Toni. (2013) "La señalética de exposiciones y museos. Un atraso endémico", [en línea] Disponible en: <http://www.nosoloexpo.es/2013/08/la-senaletica-de-exposiciones-y-museos.html>

### **Casos de estudio**

- Sitio web Tate Gallery. Londres, Inglaterra.



- Sitio Web Museo Picasso, Barcelona, España.
- Museo Nacional de Arte de Cataluña

#### **Bibliografía de referencia**

- Fabbri, P. (1996) *Táctica de los signos*. Gedisa, Madrid.
- Lotman, I. (2003) “La semiótica de la cultura y el concepto de texto”, en *Entretextos. Revista Electrónica Semestral de Estudios Semióticos de la Cultura*. N° 2 [En línea] Disponible en: <http://www.ugr.es/~mcaceres/entretextos/pdf/entre2/escritos/escritos2.pdf>

#### **Unidad 4: Análisis y praxis de los niveles de discursividad**

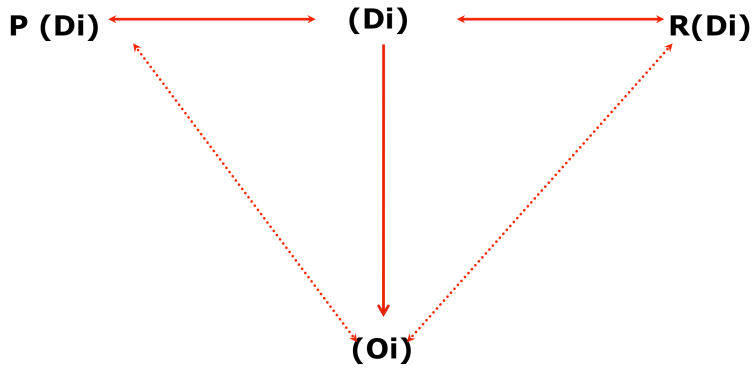
##### **Bibliografía de referencia**

- Genette, Gérard (1997) “Introducción”, en *La obra del arte*, Lumen, Barcelona.
- Sontag, S. (2012) *Sobre la fotografía*, DeBolsillo, Buenos Aires.
- Steimberg, Oscar. (2005) *Semiótica de los Medios Masivos*, Atuel, Buenos Aires [1993].

# ANEXO 1

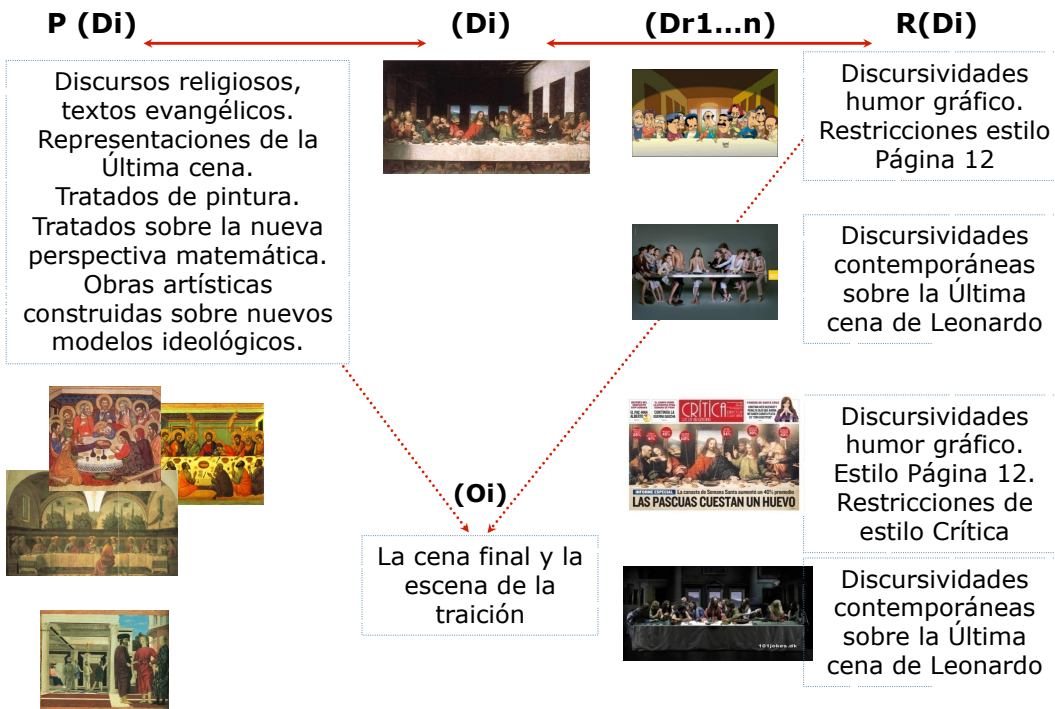
## Ejemplificación correspondiente a la teoría de los discursos sociales desarrollada por Eliseo Verón

Esquematación del funcionamiento de la *semiosis social*  
 "El sentido como producción discursiva" (1976-1980)\*



\*Verón, E., *La semiosis social*, Barcelona, Gedisa, 2004, p. 132

### *La última cena de Leonardo: versiones y transposiciones*



## Anexo II

### PLANIFICACIÓN SOCIOSEMIÓTICA - ESCUELA SUPERIOR DE MUSEOLOGÍA AÑO LECTIVO 2014

se calcula un promedio de 12 clases por cuatrimestre

CUATRIMESTRES	UNIDADES	CLASES
1º 31/3 – 4/7	1 El enunciado museístico	7
	2 El visitante como productor	5
Receso invernal	7/7-18/7	
2º 4/8-14/11	PARCIAL	
	3 El museo, un hecho comunicativo en su totalidad	6
	4 Análisis y praxis de los niveles de discursividad	6