

deSignis | HORS
SERIE 03

Cocina, gusto, identidad

Coordinado por Francesco Mangiapane, Carina Perticone e Ilaria Ventura Bordenca



COMITÉ PATROCINANTE: ARGENTINA: Tomás Maldonado† (Politécnico de Milán MIP), Eliseo Verón† (Universidad de San Andrés UDESA); BÉLGICA: Jean-Marie Klinkenberg (Universidad de Lieja ULIEJE); ESPAÑA: Román Gubern (Universidad Autónoma de Barcelona UAB); FINLANDIA: Eero Tarasti (Universidad de Helsinki HY/HU); ITALIA: Umberto Eco† (Universidad de Bolonia UNIBO), Paolo Fabbr† (CCIS-Universidad de Urbino UNIURB); PERÚ: Desiderio Blanco (Universidad de Lima ULIMA) †.

COMITÉ DE REDACCIÓN: ARGENTINA: Gastón Cingolani (Universidad Nacional de las Artes), María Teresa Dalmasso (Universidad Nacional de Córdoba UNC), Lucrecia Escudero Chauvel (Universidad Nacional de Rosario UNR), Claudio Guerri (Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo Universidad de Buenos Aires UBA), Guillermo Olivera (Universidad de Stirling, Reino Unido), Oscar Steimberg (Universidad Nacional de las Artes UNA); BRASIL: Clotilde Pérez (Universidad de San Pablo USP), Mónica Rector (Universidad North Carolina UNC), María Lucia Santaella (Pontificia Universidad Católica de Sao Paulo PUCSP); COLOMBIA: Armando Silva (Universidad del Externado UE); CHILE: Rafael del Villar (Universidad de Chile UC), Elizabeth Parra (Universidad de Concepción UDEC); ESPAÑA: Charo Lacalle (Universidad Autónoma de Barcelona UAB), Cristina Peñamarín (Universidad Complutense de Madrid UCM), José María Paz Gago (Universidad de La Coruña ULC), Carlos Scolari (Universidad Pompeu Fabra UPF), Teresa Velázquez García-Talavera (Universidad Autónoma de Barcelona UAB); MÉXICO: Alfredo Tenoch Cid Jurado (Universidad Autónoma de México- Xochimilco), Lydia Elizalde (Universidad Autónoma del Estado de Morelos UAEM); PUERTO RICO: Eliseo Colón Zayas (Universidad de Puerto Rico UPR); REPÚBLICA ORIENTAL DEL URUGUAY: Fernando Andacht (Universidad de la República, UR); REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA: Rocco Mangieri (Universidad de Los Andes ULA)

COMITÉ CIENTÍFICO: Winfried Nöth (Universidad de Kassel UK, Alemania), Herman Parret (Universidad Católica de Lovaina KULeuven, Bélgica), Yong Xiang Wang (Chinese Semiotics Studies, China), Carmen Bobes (Universidad de Oviedo UNIOVI, España), José Romero Castillo (UNED, España), Manuel Ángel Vázquez Medel (Universidad de Sevilla US, España), Anne Henault (Université de Paris Sorbonne, Francia), Jacques Fontanille (Université de Limoges UNILIM, Francia), Erik Landowski (Centre National de la Recherche Scientifique CNRS, Francia), Patricia Violi (Universidad de Bolonia UNIBO, Italia), Oscar Quezada Macchiavello (Universidad de Lima UL, Perú), Paul Colby (Middlesex University MDX, Reino Unido), Bernard McGuirk (Universidad de Nottingham NTU, Reino Unido), Greg Philo (Universidad de Glasgow UG, Reino Unido), José Enrique Finol (Universidad del Zulia LUZ).

COMITÉ ASESOR: ALEMANIA: Stephanie Averbek-Lietz (Universidad de Bremen UB) ; AUSTRIA: Jörg Türschmann (Universidad de Viena UNIVIE); ARGENTINA: Betty Amman (Universidad Nacional de Córdoba UNC), Mario Carlón (Universidad de Buenos Aires UBA), Olga Corna (Universidad Nacional de Rosario UNR), José Luis Fernández (Universidad de Buenos Aires UBA), Susana Frutos (Universidad Nacional de Rosario UNR), María Ledesma (Universidad de Buenos Aires UBA), Isabel Molinas (Universidad Nacional del Litoral UNL), Gabriela Simón (Universidad Nacional de San Juan UNSJ), Marita Soto (UNA), Sandra Valdetaro (Universidad Nacional de Rosario UNR);BOLIVIA: Víctor Quelca (Universidad Autónoma Gabriel René Moreno UAGRM); BRASIL: Ana Claudia Alves de Oliveira (Pontificia Universidad Católica de São Paulo PUCSP PUC SP), Luiz Carlos Assis lasbeck (Universidade Católica de Brasília UCB), Beth Brait (Pontificia Universidad Católica de São Paulo PUCSP), Heloisa Duarte Valente (Universidad de São Paulo), Yvana Fachine (Pontificia Universidad Católica de São Paulo PUCSP), Irene Machado (Universidad de São Paulo SP), Eufrazio Prates (Universidad de Brasília UB), Darcília Simoes (Universidad Estadual de Rio de Janeiro UERJ); BULGARIA: Christian Bankov (Universidad de Sofía US); COLOMBIA: María Cristina Asqueta (Uniminuto), Gladys Lucia Acosta Valencia (Universidad de Medellín UDEM), Andrea Echeverri (Universidad de los Andes UA), Douglas Nino (Universidad Jorge Tadeo Lozano UJTL), Claudia Maya (Universidad de Medellín UDEM), Eduardo Serrano (Universidad del Valle UNIVALLE), Álvaro Góngora (Universidad Javeriana UJ); CHILE: Rubén Ditrus (Universidad Central de Chile UCC), María José Contreras (Pontificia Universidad Católica de Chile PUC), Paulina Gómez Lorenzini (Pontificia Universidad Católica de Chile PUCU), Jaime Otazo (Universidad de La Frontera UFRO), Héctor Ponce de la Fuente (Universidad de La Frontera UFRO), Claudio Cortés (Universidad de Chile UC), Carlos del Valle (Universidad de La Frontera UFRO); ECUADOR: Jorge Andrés Díaz (CORDICOM), Alberto Pereira Valarezo (Universidad Central del Ecuador UCE); ESPAÑA: Eva Aladro (Universidad Complutense de Madrid UCM), Ricardo Carniel Buggs (Universidad Autónoma de Barcelona UAB), Pilar Couto (Universidad de A Coruña ULC), Héctor Fouce (Universidad Complutense de Madrid UCM), Rayco González (Universidad de Burgos UBU), Asunción López Varela (Universidad Complutense de Madrid UCM), Miguel Martín (GESC, Madrid), José María Nadal (Universidad del País Vasco UPV), José Manuel Pérez Tornero (Universidad Autónoma de Barcelona UAB), Félix Ríos (Universidad de La Laguna ULL), Raúl Rodríguez (Universidad de Alicante UA), Vanessa Sainz (Universidad Complutense de Madrid UCM), Marcello Serra (GESC, Madrid), Santos Zunzunegui (Universidad del País Vasco UPV); FRANCIA: Luca Acquarelli (Universidad de Lille), Juan Alonso (SciencesPo), Claude Chabrol (Universidad Sorbonne Nouvelle), Patrick Charaudeau (Universidad de Paris XIII), François Jost (Universidad Sorbonne Nouvelle), Guy Lochard (Universidad de Paris VIII), Marta Severo (Universidad de Nanterre); REINO UNIDO: Alexandra Campos (Universidad de Nottingham UN); ITALIA: Paolo Bertetti (Universidad de Siena UNISI), Patrizia Calefato (Universidad de Bari UNIBA), Massimo Leone (Universidad de Torino UNITO, Universidad de Shanghai SHU), Anna Maria Lorusso (Universidad de Bolonia UNIBO), Giovanni Manetti (Universidad de Siena UNISI), Gianfranco Marrone (Universidad de Palermo UNIPA), Roberto Pellerrey (Universidad de Génova UNIGE), María Pía Pozzato (Universidad de Bolonia UNIBO); MÉXICO: Jacob Bañuelos (Instituto Tecnológico de Monterrey Campus Ciudad de México ITM CCM), Alberto Betancourt (Universidad Nacional Autónoma de México UNAM), Carmen de la Peza (Universidad Autónoma Metropolitana UAM – X), Roberto Flores (Instituto Nacional de Antropología e Historia INAH), Tanius Karam (Universidad Autónoma de la Ciudad de México, UACM), Raymundo Mier (Universidad Autónoma Metropolitana UAM X), María Eugenia Olavarria (Universidad Autónoma Metropolitana UAM – A), Marta Rizo García (Universidad Autónoma de la Ciudad de México, Silvia Tabachnik (Universidad Autónoma de México UAM); PERÚ: José David García Conto (Universidad de Lima UNILIMA), Celia Rubina Vargas (Pontificia Universidad Católica de Perú PUCP); PUERTO RICO: Silvia Álvarez Curbelo (Universidad de Puerto Rico UPR); REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA: Luis Javier Hernández (Universidad de Los Andes ULA), Alexander Mosquera (Universidad del Zulia. LUZ), Dobrila de Nery (Universidad del Zulia LUZ) RUSIA: Inna Merkoulava (Universidad Estatal Académica de Humanidades, Moscú).

DIRECCIÓN: Lucrecia Escudero Chauvel (Universidad Nacional de Rosario UNR, Argentina)
SUBDIRECCIÓN: Teresa Velázquez García-Talavera (Universidad Autónoma de Barcelona, UAB, LAPREC, España)
DIRECTOR EJECUTIVO: Gastón Cingolani (Universidad de las Artes, UNA, Argentina); Pablo Porto López (Universidad de Buenos Aires, UBA; Asistente técnico <pabloportolopez@gmail.com>
COMITÉ DE EDICIÓN: María Teresa Dalmasso (Universidad Nacional de Córdoba UNC – CEA, Argentina), directora; Eliseo Colón Zayas (Universidad de Puerto Rico UPR), codirector
SECCIÓN PERSPECTIVAS: Mariano Dagatti (CONICET – Universidad de San Andrés, Argentina), <onairamdagatti@gmail.com>
SECCIÓN LECTURAS: Miguel Martín (GESC Universidad Complutense de Madrid, UCM, España), <kmiguelmartink@gmail.com>
SECRETARÍA DE REDACCIÓN: Cristina Peña Marín (Universidad Complutense de Madrid, UCM, España), Guillermo Olivera
SECRETARÍA: Sebastián Gastaldi (Universidad Nacional de Córdoba UNC – CEA, Argentina), <comiteeditorialdesignis@gmail.com>
SECRETARÍA FINANCIERA: Verónica Luz Báez (LAPREC-UAB, España), <veronicalunabaez@gmail.com>
TRADUCCIONES: Carolina Casali (CEA Universidad Nacional de Córdoba UNC, Argentina) <coordinadora, carocasali84@gmail.com>

DIRECTOR DE MEDIOS DIGITALES: Sebastián Moreno Barreneche (Universidad ORT, Uruguay), <Sebamoreno87@outlook.com>
ASISTENTE TÉCNICO: André Peruzzo (Universidad de Sao Paulo USP, Brasil), <info@designisfels.net
WEBMASTER: Iria Caballero Ullate <www.designisfels.net> sobre un concepto de Horacio Weinhouse

deSignis | HORS SERIE 03

Cocina, gusto, identidad
Cuisine, taste, identity

Coordinado por / Edited by:
Francesco Mangiapane, Carina Perticone e Ilaria Ventura Bordenca

Comerse el museo: un estudio semiótico de los cafés y restaurantes de los museos de arte moderno. Los casos de MoMA, Malba, Tate Modern y del Centro Pompidou / Eating the Museum: A Semiotic Study of Cafés and Restaurants in Modern Art Museums. The Cases of MoMA, Malba, Tate Modern, and the Pompidou Center

A. Aluminé Rosso ORCID 0000-0002-9677-1664

RESUMEN

Este trabajo tiene por objetivo exponer algunos resultados de los trabajos de campo realizados en Moma, Malba, Tate Modern y del Centro Pompidou, entre 2017 y 2023, en los que se han estudiado sus cafeterías y restaurantes observado sus modificaciones espaciales y sus propuestas gastronómicas. Las características compartidas y estables por estos espacios condujeron a reflexionar en la posible existencia de los géneros *café* y *restaurante museal* los cuales contribuiría a la aparición de nuevas prácticas de visita participando de la consolidación de vínculos sostenidos entre los museos y sus públicos. A tales fines, los cafés fueron estudiados bajo la noción de *géneros mediáticos* propuesta por Steimberg (2013) y la teoría de *prácticas semióticas* desarrollada por Fontanille (2008), ensayando un diálogo metodológico entre dos tradiciones de estudios semióticos: la argentina y la francesa.

Palabras clave: museos de arte moderno, cafés de museos, experiencia del visitante, géneros mediáticos, semiótica de la cultura.

ABSTRACT

This paper aims to present some results of the fieldwork in Moma, Malba, Tate Modern, and the Pompidou Center (2017-2023), focusing on studying their cafés and restaurants, observing their spatial modifications, and their gastronomic proposals. The shared and stable characteristics of these spaces led to reflect on the possible existence of the museum café and restaurant genres, which would contribute to the emergence of new visiting practices by consolidating sustained links between museums and their audiences. To this end, the cafés were studied under the media genres proposed by Steimberg (2013) and the theory of semiotic practices developed

by Fontanille (2008), trying a methodological dialogue between two traditions of semiotic studies: the Argentine and the French.

Keywords: modern art museums, museum cafés, visitor's experience, media genres, semiotics of culture.

Aluminé Rosso candidata doctoral de ULiège y del ICAR (CNRS, ENS, Universidad de Lyon) bajo la dirección de María Giulia Dondero y Pierluigi Basso. Magister en Crítica y Difusión de Arte (UNA), Licenciada en Ciencias de la Comunicación (UADE) y Especialista en Curaduría de Arte (USAL) y en Marketing Estratégico (UADE). Miembra activa del IIEAC, donde formó parte de su Comité Académico. Desde 2016, estudia la experiencia del visitante en los museos de arte moderno realizando trabajos de campo en Europa y América. Sus investigaciones se han presentado en conferencias internacionales y se han publicado en inglés, español y francés. E- mail de contacto aarosso@uliege.be

FECHA DE PRESENTACIÓN: 20/06/2023 FECHA DE APROBACIÓN: 18/07/2023

1. Devorar el arte: museos y gastronomía

La relevancia que ha adquirido la gastronomía en los museos en el siglo XXI se manifiesta, por un lado, en la sofisticación de los menús, y por otro lado, en las transformaciones arquitectónicas realizadas en los últimos años con el objetivo de integrar cafeterías y restaurantes más espaciosos y sofisticados que expandan la visita y, de ser posible, la promuevan en las redes sociales. Pues como lo ha señalado Claire Bishop (2018, p. 19): lo que algunos museos parecen comprender por contemporaneidad es una buena imagen institucional que los posicione, y los vincule con “lo nuevo, lo *cool*, lo fotogénico, lo bien diseñado, lo exitoso económicamente*”.

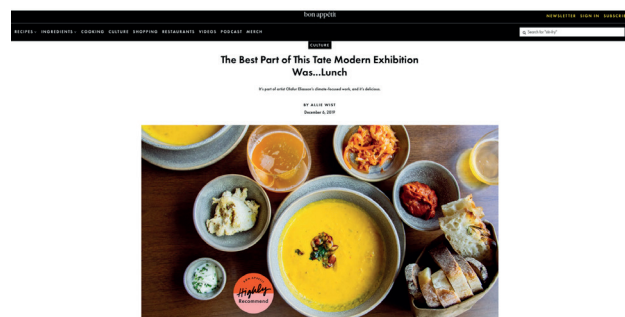


FIGURA 1. Captura de pantalla: Bon appétit sobre Tate Modern

Entre 2017 y 2020, Malba, MoMA, el Centro Pompidou y la Tate Modern han remodelado el espacio de sus cafeterías y aplicado nuevas estrategias de posicionamiento y comunicación. Malba y en MoMA repitieron una de las estrategias de diseño espacial (y de experiencia del visitante) ya observada en otros museos occidentales: establecer un recorrido relativamente lineal entre los espacios de consumo y los de ocio. Regularmente el café museal se encuentra próximo a la boutique y librería e, inclusive, en algunos casos, se ofrecen libros en él. Tal es el caso de Tate Modern que no solo vincula sus exposiciones con sus múltiples propuestas gastronómicas sino también sus catálogos, ligando su compra al salir de la exposición con su lectura en el café del museo.

La concepción de los menús según la programación expositiva es otro fenómeno que acentuado en los últimos años. Tate Modern ha incorporado propuestas gastronómicas vinculadas a sus exposiciones temporales. Podemos recordar el menú inspirado en la exposición *Picasso 1932. Love, fame, tragedy* (2018); o la exposición de *Yayoi Kusama. Infinity Mirror Rooms* (2022-2023) que incluye dos eventos gastronómicos: *Kusama with fizz* y *Kusama and dinner*.

Lo mismo puede decirse de la fundación Louis Vuitton de París que entre las estrategias de comunicación de la exposición *Monet-Mitchell* (2021-2022) incluyó la degustación de un postre del cuaderno de recetas del artista francés. La creación gastronómica se presentó como un “*Hommage à Claude Monet selon ses carnets de recettes : Gâteau Vert*”. Sin embargo, el caso más paradigmático del vínculo entre arte y gastronomía puede encontrarse en el café de Moma de San Francisco que hace más de una década ofrece postres que rinden homenaje a Matisse, Koons, Kahlo, Lichtenstein, Avedon y Thiebaud.



FIGURA 2. Capturas de pantalla: Instagram de la Fondation Louis Vuitton.

El vínculo entre la gastronomía, los artistas y los museos no es un fenómeno nacido en la contemporaneidad, pero sí acentuado en ella. Los artistas contemporáneos explotan las posibilidades expresivas, reflexivas y estéticas implicadas en la acción de cocinar, de servir y de comer. Recordemos los trabajos de Rirkrit Tiravanija quien en 1992 inauguró *Untitled (Free)* en la Galería 303 de Nueva York. Esta obra, en la que el artista convirtió una galería en una cocina donde servía arroz y curry tailandés

gratis, fue recreada en MoMA en 2014 como parte de la exposición *Contemporary Galleries: 1980-Now*. Un ejemplo más radical, aunque fuera de un museo, es la obra *Shamiyaana—Food for Thought: Thought for Change* (2016–17) del artista Rasheed Araeen presentada en Documenta14 que consistía en la puesta en funcionamiento de un restaurante en el centro de Atenas.

Sin embargo, a partir de la *instagramatización* de las experiencias tanto gastronómica como museal estas relaciones parecen haberse reforzado. Al menos así parecen mostrarlo ciertas campañas de comunicación que incentivan a los visitantes de museos a compartir sus fotos y videos en las redes sociales. *Antropofagia revisitada*, fue una propuesta de Malba realizada en conmemoración de los cien años de la Semana de Arte Moderno. El museo convocó a la artista Ivana Vollaró a intervenir el café. La obra incluyó una poesía y el ploteo de la frase *Devoremos Abaporu* y fue acompañada por un evento que consistió en comer galletas con la forma del célebre caníbal de Tarsila do Amaral.

Desde 2017 a la fecha, hemos realizado trabajos de campo MoMA (Nueva York), Centro Pompidou (París), Tate Modern (Londres) y de Malba (Buenos Aires) estudiando sus espacios intermediarios (aquellos que median entre el espacio expositivo y el urbano (Rosso, 2022), y hemos observado que sus cafés y restaurantes poseen ciertas características compartidas que corresponderían a un fenómeno genérico.

Este estudio presenta algunas reflexiones surgidas del análisis de estos espacios bajo la noción de género mediático, la cual reenvía al concepto de *horizonte de expectativas*, pertinente para poner a prueba nuestra hipótesis: el café museal, en tanto género, condensa la propuesta institucional y contribuye a la aparición de nuevas prácticas de visita que participan de la consolidación de vínculos sostenidos entre los museos y sus públicos (Rosso, 2022). De este modo, el café se presenta como un espacio estratégico en y para el estudio de la experiencia del visitante. En las próximas líneas ensayamos un dialogo teórico metodológico revisando las categorías y reflexiones propuestas de Jacques Fontanille, Pierluigi Basso, Maria Giulia Dondero, Eliseo Verón, Oscar Traversa y Oscar Steimberg.¹

2. Museos, cafés y prácticas: una *matriochka* genérica

Oscar Steimberg define al género como “clases de textos u objetos culturales discriminables en todo lenguaje o soporte mediático que presenta diferencias sistemáticas entre sí y que, en su recurrencia histórica, instituye condiciones de previsibilidad en distintas áreas de desempeño semiótico e intercambio social” (2013, p. 49). Comprendiendo a los espacios intermediarios y a los museos como objetos culturales que responden a esta caracterización, proponemos la existencia de los géneros *café* y *restaurante museal*. Si bien establecemos algunas diferencias esenciales de ambos casos, nos ocupamos de la caracterización de los cafés puesto que, por su emplazamiento, ocupa un lugar central en el desarrollo de la visita al museo.

Steimberg (2013) propone comprender al género como una institución *relativamente estable* que presenta propiedades comunes y diferencias sistemáticas, localizables en sus regularidades temáticas, retóricas y enunciativas, cuyo estudio implica el análisis de la *distancia* implicada entre sus instancias de producción y de reconocimiento (Verón, 1998). Esta distancia o *desfase* dará cuenta de los efectos de la *circulación² social* del género condicionada por las posibles alteraciones en cualquiera de los dos polos, determinando así su muerte o su vigencia.

Entendemos que tanto los museos, sus *espacios intermediarios* (Rosso, 2022) como sus exposiciones presentan fuertes estabilizaciones en su organización que nos permitiría ubicarlas genéricamente. Pensemos en las retrospectivas las cuales establecen un horizonte de expectativas bien definido: la presentación (casi) completa y cronológica de la obra de un artista. Incluso los montajes están estabilizados según lenguajes, géneros artísticos y museales, pensemos en el cubo blanco instalado por el museo moderno, o los montajes de colecciones de Bellas Artes (estabilizado desde el color del muro, la altura de la obra o el marco del cuadro). Esto es más evidente en términos arquitecturales, siendo los museos de bellas artes, cuyas dimensiones retóricas, temáticas y enunciativas se encuentran altamente estabilizadas, el ejemplo más claro.

Debemos, entonces, encontrar propiedades comunes y diferencias sistemáticas que nos permitan distinguir las condiciones de previsibilidad del género *café museal*, aquí analizado en museos de arte moderno, aunque debería ser estudiado, eventualmente, en otros tipos de museos. El análisis de cualquiera de los espacios intermediarios e, inclusive, de las exposiciones, debe tener en cuenta las características del género que *enmarca* dicho espacio diferenciándolo del resto del sistema (museo de Bellas Artes, de arte contemporáneo, metamuseo, manierista, (Zunzunegui, 2003)), ya que como indica Steimberg (2013), los géneros hacen sistema en sincronía.

Una vez que nuestro objeto está enmarcado y *ubicado* genéricamente (café vs restaurante; colección vs exposición temporal) avanzamos hacia el estudio de la propuesta culinaria (cocina de chef vs cocina de artista) o expositiva (retrospectiva vs colectiva) la cual estará compuesta a su vez por objetos pertenecientes a otros géneros (desde los platos servidos, los muebles, la decoración; u obras de diferentes lenguajes y géneros, en el caso de las exposiciones). Estamos enfrente a un efecto de *matriochka genérica* y, en consecuencia, de horizontes de expectativas que orientan ciertas prácticas de visita.

Sin embargo, dichas prácticas nunca son absoluta y rígidamente determinadas ni por los géneros museales, ni por la organización del espacio, sino que emergen de una *negociación* entre lo propuesto y lo finalmente realizado, siendo el dispositivo museal un “gestor de contacto” (Traversa, 2014) entre la materialidad del discurso espacial museal y la experiencia del público. Consecuentemente, el comportamiento del visitante expresa el écart entre la producción y el reconocimiento (Verón, 1998) del discurso museístico.

En su estudio del Centro Pompidou, Eliseo Verón (1983) explica que, en el museo, el cuerpo del visitante funciona como espacio de resonancia de todos los índices del discurso espacial. Así, el territorio museal se constituye como una red de reenvíos en el espacio, temporalizados por el cuerpo significativo del sujeto en el momento de dicha apropiación espaciotemporal (Verón, 1983). Dichas negociaciones, engendran estrategias de visita que una vez (relativa y temporalmente) estabilizadas pueden ser comprendidas como vínculos (aquí decimos, contrato de visita) entre los visitantes y las instituciones.

Desde otra tradición metodológica, al estudiar el dominio o campo artístico³ Pierluigi Basso (2002, p. 40) propone redefinir la noción de género entendido, desde la tradición francesa, como un principio organizador del texto y, a su vez, un modo semiótico de práctica (Rastier, 1998), sería uno de los horizontes preliminares bajo los que tiene lugar toda producción e interpretación lingüística. Esta definición apunta a los textos artísticos, en cierto modo clausurados, distinto al enfoque (trans)mediático, más abarcador, de la perspectiva argentina. Se trata de diferencias esenciales entre las dos tradiciones: en la francesa el género sigue analizándose lingüísticamente, teniendo una base objetivada en el texto, contrariamente a la propuesta de Steimberg. Así, en el primer caso se aborda un medio fijo, y en el segundo no.

Sin embargo, lo que nos interesa es el interés de Basso (2002, p. 41) de distender el absolutismo otorgado al género para reconocer la existencia de un “entramado de géneros en competencia en un mismo campo*” lo cual expresaría la compleja gestión de su abordaje y “la necesidad de reconstruir al menos un horizonte caracterizado por una dosis de sistematicidad capaz de guiar las performances productivas e interpretativas de los actores sociales*”.

La idea de entramado nos interesa para pensar nuestra *matriochka genérica* (inclusive si esta apunta a otros niveles de pertinencia) ya que como afirma Basso (2002, pp. 46-47) la trama cultural dinámica que informa nuestras prácticas interpretativas no puede someterse a un marco normativo, ya que al final no encontramos un género como estructura integrada y coherente de formas, sino múltiples lógicas genéricas que no son capaces por sí solas de cerrar el sentido de un texto. De este modo, reconducir a los objetos culturales a estatus y prácticas implica “poner en relieve el régimen de significación que estos predisponen*” sin pretender que esto sea suficiente para caracterizar la significación propia de la práctica que “descansa en marcos culturales anidados unos dentro de otros, potencialmente *ad infinitum**” (Basso, 2002, p. 21).

Pues, más que los criterios que definen al género localmente habría que detectar socio semióticamente cómo responden a las dinámicas del campo artístico, o a las que se sitúan entre estos y otros campos sociales (Basso, 2021). Nuestra idea de *matriochka* metaforiza los encastres del entramado genérico, la inclusión de cada capa a y en la otra, pero también el espacio de juego, de margen (el espaciado entre las muñecas) y de posibles otros usos. Esto se evidencia en el estudio de la circulación

de los géneros, la cual depende de los actores que intervienen, sostienen o rechazan su vigencia. Así, las prácticas contemporáneas observadas en los museos de arte implican desde la intervención de artistas en los cafés hasta la transformación de la sala de exposición en una cantina⁴.

3. En vistas de un estudio de las prácticas de visita:

El problema de la negociación entre visitante y espacio museal planteado por Verón nos remite, aunque desde otra perspectiva metodológica, a la teoría de las prácticas semióticas desarrollada por Jacques Fontanille (2010) quien establece una distinción fundamental entre el estudio de los textos y las prácticas que estos orientan. A diferencia de los primeros, las prácticas son un proceso abierto cuyo curso de acción se desarrolla espaciotemporalmente caracterizado por disposiciones sintagmáticas que aceptan y rechazan, que se exigen o excluyen, se desean o desdeñan. En este sentido, el curso de las prácticas se desarrolla en tensión entre una presión reguladora externa, la programación, y una presión reguladora interna, la acomodación⁵.

Fontanille indica que la programación debe considerar constantes ajustes en la interacción dados por el entorno o por la interferencia con otras prácticas de las que pueden tomar prestadas rutinas adquiridas, así como promover innovaciones, apareciendo tensiones entre la acomodación *a priori* y la acomodación en tiempo real o, incluso, a posteriori. En nuestro caso, los ajustes de las prácticas vinculadas a consumir un café se solapan con aquellas implicadas en la visita a un museo de arte moderno. Pues bien, aunque algunos cafés habiliten el ingreso sin visitar las exposiciones, la experiencia museal enmarca la experiencia culinaria diferenciándola de otras.

Aunque para Fontanille el género concierne al nivel de pertinencia del texto y su intertexto (mientras que para Steimberg pertenece a todos los niveles, tanto de lo local como lo global), la idea de *interferencia de prácticas* puede vincularse con nuestra idea de muñecas rusas y, más aún, su noción de *formas de vida* que Maria Giulia Dondero (2022) aplicó el análisis de los cafés de estilo Global Brooklyn⁶.

Dondero plantea el interrogante por la relación entre la organización del espacio de los cafés y la configuración de un *ambiente* particular capaz de representar el espíritu de una *comunidad*, pero, sobre todo, la manera de ser de los clientes de este tipo de espacios: “intelectuales nómadas contemporáneos que huyen de la normalidad de la vida y el trabajo ordinarios”. Su análisis de los cafés no solo pone en evidencia la complejidad de estudiar las prácticas sociales, las cuales involucran diferentes niveles de análisis semiótico, sino también la eficacia metodológica de la noción de *formas de vida* de Fontanille (2015) concebida como el tipo de semiosis más global y abarcadora incluyendo estrategias, prácticas, objetos, textos y signos.

Dondero explica que a partir de este concepto podemos establecer la estratificación y reconocimiento tanto de una práctica como de los valores que pone en escena. En el caso del estudio de los cafés, esta noción hace posible poner en relación las formas del espacio como textualidades, de los soportes de estos espacios y de los objetos que circulan en el café (desde la tipografía del menú, es decir, las características plásticas del texto escrito, el propio menú, como también las tazas, las sillas, las mesas) y luego de los movimientos de las personas como escenas predicativas que pueden encontrar una primera forma de estabilización en las prácticas.

De este modo, es posible observar que “el mobiliario, la comida y las actitudes en determinados lugares son coherentes con la elección de vida” de los actores que se apropian de estos espacios y participan de la creación de su ambiente. Esta afirmación coincide con nuestra hipótesis inicial: los cafés de los museos condensan los valores institucionales colaborando en la consolidación de vínculos entre los museos y los visitantes.

4. Los cafés museales

Sí bien en esta etapa de trabajo, hemos estudiado únicamente la organización espacial de los cafés de los museos, lo que correspondería a sus instancias de producción (en términos de Verón) o la programación de sus prácticas (en términos de Fontanille), nuestro análisis hipotetiza sobre las prácticas que orientan estos espacios a fin de constatarlas en una próxima etapa de investigación. Para ello hemos observado:

- a) El emplazamiento de los cafés, la dependencia o independencia de la visita al museo, relación con demás espacios de consumo, vínculos con el espacio urbano (aperturas o cierre);
- b) el estilo arquitectónico y diseño de mobiliario, la relación con la arquitectura del museo;
- c) los modos de apropiación espacial propuestos por dicha organización;
- e) la disposición de los espacios de venta y exposición de alimentos, por un lado, y de preparación, por otro lado;
- y f) sus menús, tanto lo que propone como su presentación.

4.1. Centro Pompidou: Un Espacio de trabajo sin gusto a trabajo

La cafetería se emplaza en el entre piso del hall de entrada sobre la librería, independiente del ingreso a las exposiciones. Al subir las escaleras encontramos su estructura construida en materiales tipo acrílicos fundiéndose con el resto del edificio. Desde las alturas, el café se presenta como un mirador-observatorio urbano cuya vista es el funcionamiento del hall de entrada del museo: la cocina-mostrador es una especie de *foodtrack* amarillo rodeado por mesas, en su mayoría colectivas, y pequeños espacios semicerrados a través de bloques de acrílico en colores transparentes.



FIGURA 3. Café y hall del Centro Pompidou, fotos de la autora, enero 2023

La exposición de productos responde a las clásicas vitrinas y mostrador de las cantinas que se integran a la cocina (expuesta) en un continuum de acero inoxidable. Siguiendo esta lógica, el menú, escrito a mano alzada en pizarras, expone una variedad de bebidas y opciones populares (tarta de limón, muffins, cookies, hasta manzanas, pasando por sándwiches y ensaladas). La experiencia de compra tiene su pasaje autoservicio con una pequeña barra donde se sirven condimentos, servilletas, bandejas y cubiertos.

Dada a la disposición espacial y la oferta gastronómica, el café habilita diferentes prácticas: la post-visita en dúo, la pausa café en familia, la lectura, dibujo y escritura en solitario (vinculada, quizás, a su vecindad con la librería), pero, principalmente, el uso de los boxes como espacio de estudio y de trabajo.

4.2 Malba: un espacio de encuentro

El café de Malba, sucursal de una pastelería porteña, se encuentra integrada al museo a partir de una continuidad arquitectónica con el hall de entrada y su mobiliario: blanco, minimalista, compartiendo la gran fachada en vidrio. Así la cafetería, que opera también como restaurante, se abre al espacio público expandiéndose en una terraza de madera al parque lindero al edificio. Esta extensión genera un acceso totalmente independiente de los ingresos del museo.

La exposición de productos, un menú de inspiración francesa con adaptaciones argentinas (tortas con dulce de leche y alfajores), se realiza a través de una gran vitrina en vidrio y estantes de madera clara que se integran al mostrador siguiendo el diseño minimalista del mobiliario del museo. La fabricación de los productos no forma parte del proceso de compra y, en este caso hay camareros que se ocupan de atender a los clientes.

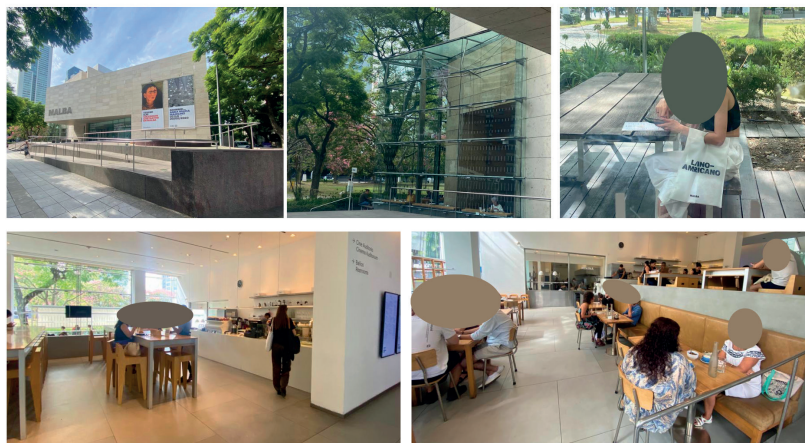


FIGURA 4. Fachada y café de Malba, fotos de la autora, febrero 2023

Las mesas del café son en su mayoría colectivas, comenzando por unas barras altas acompañadas de bancos, luego mesas con sillas y sillones compartidos, mesas colectivas y una barra frente al ventanal que mira la vida urbana del museo. El mobiliario se organiza en una disposición escalonada, que va del hall de entrada hasta llegar a las mesas grupales de madera rustica de la terraza. La zona lindera al hall del museo suele ser el espacio para la exposición de obras de arte contemporáneo, conectando ambas experiencias de visita.

Como en el caso anterior, emerge una escena colectiva que orienta prácticas de consumo disímiles: espacio de encuentro con amigos, inicio o cierre de la visita al museo (principalmente en la barra), espacio de esparcimiento en familia, pareja o amigos, (sobre todo en el parque), espacio de trabajo (generalmente en la barra de las ventanas).

4.3 Tate Modern: café vs restaurant

La institución ofrece varios espacios gastronómicos, siendo el restaurant del noveno piso la atracción turística destacada por sus vistas panorámicas. En este caso, hemos estudiado la cafetería ubicada en la entrada del edificio Blavatnik compartiendo su fachada vidriada con la boutique. Este espacio se extiende hacia la explanada del museo donde se instalan mesas que habilitan el consumo del café independientemente del ingreso al museo. Sin embargo, la presencia institucional es aún mayor que en los casos anteriores: Tate hace presente su logo en cada objeto, remarca incluso la selección y elaboración de su propio café (ofreciéndolo en su tienda online y en la boutique) e interviene el espacio con obras de arte emplazadas en explanada y, en ocasiones, al interior del café.

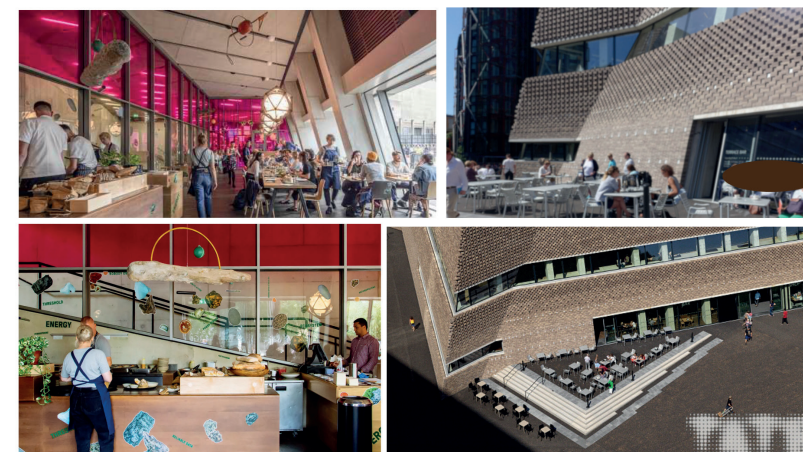


FIGURA 5. Imágenes tomadas del sito oficial del museo

Su menú cambia cada con frecuencia inspirándose en las exposiciones y seleccionando cuidadosamente ingredientes orgánicos, saludables e inclusivos (opciones veganas, sin gluten, etc.). La disposición del mobiliario, en su mayoría grandes mesas compartidas en madera clara como el mostrador, su construcción en vidrio, la cual permite ver movimiento de los visitantes al interior del edificio, y la vista hacia los parques linderos, refuerza la proposición del café: un espacio colectivo, saludable, de algún modo, en contacto con la naturaleza y, sobre todo, con el arte. A diferencia de los casos anteriores, la propuesta del museo es la interacción con los otros, con el edificio y con el arte. Las prácticas de visita son similares a las del Malba, agregando la integración a la vida del parque y la explanada que, dependiendo de la propuesta artística, opera como espacio de juegos o descanso.

4.4 Moma: cierre de la visita

El café de MoMa se encuentra en el segundo piso del museo, al cual se accede únicamente presentando el ticket, antecedido por un espacio de descanso (y carga de dispositivos móviles) una barra de cafés y snacks y la librería-gif shop. Como Malba, se trata de un caso híbrido entre el café y restaurante, pero este adquiere, al menos en los ingresos, la exclusividad del café (se debe hacer fila, es cerrado y apartado del ruido de los espacios intermediarios). Sin embargo, al interior nos encontramos con un escenario similar al que hemos expuesto: mesas colectivas, una barra de acero inoxidable típica de cantinas, la producción de los platos casi totalmente a la vista, y un menú “a la italiana” exhibido tanto en papel como a partir de la puesta en escena de los platos ya preparados en las heladeras de la vitrina. Entre dichas propuestas se ofrecen opciones sin gluten, sin azúcar, vegetarianas y veganas.



FIGURA 6. Cafés y boutique de MoMA, fotos de la autora, marzo 2023.

Como en el caso de Tate, el café está intervenido por una obra artística que se despliega tanto en sus muros como en el diseño gráfico del menú, el uniforme del personal y de los individuales de las mesas. El diseño arquitectónico y el mobiliario también retoma aquel del museo: estética minimalista y los mismos muebles negros que nos acompañan en toda la visita al MoMA. Dado a su emplazamiento y modo de acceso, las prácticas de apropiación del café son más restringidas limitando la experiencia a una pausa o inicio o cierre de la visita al museo.

5. El género *café museal* vs *restaurante museal*

Existen diferencias esenciales entre la propuesta de los cafés y los restaurantes que se corporizan en diferentes prácticas de los usuarios (comportamiento gestuales y corporales, hábitos de consumo, temporalidad de la permanencia, entre otros) vinculadas a la organización espacial y las representaciones sociales que cubren y rodean la experiencia culinaria al interior de un museo de arte.

Los modos “de uso” así como los imaginarios en torno a los restaurantes de museos⁷ responden a sus emplazamientos más exclusivos y, a veces, espectaculares dado por un entorno distanciado del espacio urbano (sea por jardines de esculturas, en el caso del MoMA, en las alturas con vistas a la ciudad en el caso de Tate Modern y el Centro Pompidou) como por la propuesta gastronómica que implica, entre otras cuestiones, otro consumo del tiempo y del dinero.

Este distanciamiento del entorno, en el cual el paisaje urbano se encuentra obstruido o apreciado como “postal”, invita, junto con el mobiliario y su decoración, a una

permanencia más larga y necesaria para disfrutar de ese momento *exclusivo* e íntimo. Sus ingresos determinan una ruptura de la experiencia de los espacios de exposición, ya sea por el decorado como por el personal que recibe a los comensales.

Por el contrario, el café museal se encuentra integrado no sólo a los demás espacios de consumo o de descanso, sino a la propia arquitectura del museo. Su acceso es absolutamente abierto y, en varios casos, operan como observatorio de la vida del museo (Centro Pompidou), o de la vida urbana (Malba y Tate Modern). Como hemos dicho, los cafés de museos se presentan como espacios contiguos entre el hall y las áreas de descanso y consumo, por lo que la permanencia en de los comensales es variable dependiendo de la ocasión, ya sea como cierre de la experiencia museal o como consumo exclusivo del café.

Tanto la decoración como el mobiliario apuntan a la convivialidad, siendo las mesas comunales una característica repetida en todos ellos. El café se caracteriza por la propuesta de un vínculo de cotidianidad con los visitantes convirtiéndose, entonces, en un espacio de trabajo (Centro Pompidou, Malba), de encuentro con amigos, pareja, colegas (Tate Modern, Malba), el lugar de la merienda al salir de la escuela, e inclusive, un lugar de descanso de los padres y madres mientras los niños juegan en el espacio público del museo (Tate Modern, Malba).

6. El café y sus prácticas: el visitante *frontalier*

Desde 2017 hemos estudiado los espacios intermediarios de estas cuatro instituciones a fin de determinar la promesa experiencial y el tipo de visitante modelos que configuran (Rosso, 2021). Concluimos en que la experiencia museal contemporánea incluye el contacto con obras de arte, pero también la sociabilidad, el consumo y el disfrute. Dicha sociabilidad implica compartir la experiencia en otros escenarios como el café, el restaurant, la explanada y las redes sociales. Podríamos considerar que la importancia de los cafés radica en su configuración como espacio de sociabilidad, permanencia y apropiación del espacio museal (Rosso, 2022).

Esta experiencia museal configura un tipo de visitante modelo: el *frontalier* que emerge de las recurrencias espaciales que destacan la habitabilidad de los espacios adyacentes a la sala de exposición. Según las trayectorias espaciales propuestas por los edificios, estos visitantes comparten los rasgos de lo que Verón (2013) ha llamado *visitantes langostas* cuya estrategia de visita a las exposiciones es *tomar* lo que les interesa y de los *visitantes peces* que *pasan a dar un vistazo*. Sin embargo, los *frontaliers* aplican esta estrategia a todo el museo resemantizando sus funciones: el museo es un café, un lugar de encuentro con otros, un espacio de trabajo, una librería, un fondo para los contenidos de Instagram.

Los cafés de los museos parecen ser el espacio por excelencia de estos visitantes, pues bien hemos observado que su visita puede ser ajena a la visita de las exposiciones.

Estos condensan la propuesta institucional, principalmente, el espíritu colectivo que caracteriza, por definición, a todo museo moderno. Por su puesto, cada colectividad posee sus propios valores, a los cuales refieren, por ejemplo, los menús de cada café: lo popular para el Centro Pompidou, lo ético y ecológico para Tate Modern y, en el caso de los museos americanos, lo europeo revisitado como parte de la identidad local. El *café museal* se convierte en un hábito que habla de nosotros mismos y, sobre todo, de nuestro vínculo cotidiano con el museo, nos recuerdan que elegimos realizar dicha actividad allí y, de cierta manera, la cubre (y nos cubre) de un manto cultural.

7. Conclusión: en vista de un estudio de las prácticas museales

A partir del análisis de los cuatro museos, hemos reconocido estabilizaciones que podrían afirmar la existencia del género *café museal* el cual programa ciertas prácticas de visitas. Sin embargo, estas prácticas nunca son absolutamente determinadas por el dispositivo museo o el dispositivo café, sino que emergen en tanto negociación de los que Verón ha llamado instancias de producción y de reconocimiento de la propuesta museal (1998, 2013), o de la tensión entre su programación y su acomodación en términos de Fontanille (2010). Esto nos pone frente al estudio del entramado genérico (Basso, 2002) que las orienta y de la circulación social que determina su vigencia o caducidad de un género (Steimberg, 2013).

Como ha señalado Fontanille (2010) el estudio de las prácticas en general y, en este caso, en los museos, en particular, implica un gran desafío metodológico en términos de acceso y observación⁹, pues su registro audiovisual, por ejemplo, implicaría su textualización y, por tal, un sesgo metodológico. Una solución podría estar dada por las propuestas metodológicas de la lingüística interaccional (Goodwin, 2018; Mondada, 2010), y por las semio-etnografías de Verón (2013) y Floch (2003).

En vistas de estudiar las prácticas de visitas a los museos, lo que nos ha interesado en estas líneas es aportar a los estudios que pretenden aplicar la noción de género a otros objetos culturales. Paralelamente, hemos ensayado un posible dialogo entre referentes de dos perspectivas centrales en los estudios semióticos: la francesa, destacando los aportes de Fontanille, Dondero y Basso y la argentina, condensada en las figuras de Traversa, Steimberg y Verón.

Notas

1. La puesta en relación de estas dos escuelas semióticas forma parte de un trabajo de investigación actual que tiene por objetivo establecer una metodología interdisciplinaria para el estudio de las prácticas de visita a los museos de arte (Rosso, 2022).

2. Entendida en su doble entrada: como circulación social de los discursos (en nuestro caso artísticos); y desfase entre sus instancias de producción y reconocimiento (Verón, 1998)

3. El dominio es definido como una serie de dispositivos institucionales que regulan el sentido de las prácticas y funciona como un principio específico en la organización y producción de textos, y en la propuesta de un régimen experiencial durante el disfrute de los objetos (Basso, 2002, p. 20).

4. Como sostiene Basso (2002, p. 43), al fin y al cabo, el propio desgarramiento del arte contemporáneo es un reflejo de la criollización de los dominios.

5. Proponemos la puesta en fase de estas nociones con la de reenvíos aceptados o negados por una práctica social ha sido trabaja por Eliseo Verón en "El cuerpo reencontrado" incluido en la *Sémiosis social I* (1998, pp. 140-155).

6. Este estilo va más allá de su estética de nostalgia postindustrial, tampoco está ligada a su localización geográfica, sino que incluye una manera de ser, una ética respecto a los modos de consumo tanto culturales como gastronómicos: lo bio, lo independiente, lo anti-Starbucks.

7. En relación con dicha afirmación, puede observarse, por ejemplo, los comentarios de los usuarios de Tripadvisor sobre los restaurantes de cualquiera de los casos analizados.

Referencias bibliográficas

- BASSO FOSSALI, P. (2002). *Il dominio dell'arte. Semiotica e teorie estetiche*. Meltemi.
- BISHOP, C. (2013). *Radical museology*. Dan Perjovschi and Koenig Books.
- DONDERO, M. G. (2022). *Downtown cafés around the world: sharing work and healthy food* [conferencia]. *Lifeworld 15th World Congress of Semiotics / IASS-AIS*, Thessaloniki, Grecia.
- GOODWIN, C. (2018). *Co-operative action*. Cambridge University Press.
- FLOCH, J. (2003). *Sémiotique, marketing et communication : sous les signes, les stratégies*. P.U.F.
- FONTANILLE, J. (2010). *L'analyse des pratiques: le cours du sens*. Protée, 38(2), 9-19.
- (2015). *Formes de vie*. P.U.F.
- MONDADA, L. (2010). Constitution et exploitation de corpus vidéo en linguistique interactionnelle: rendre disponibles les détails multimodaux de l'action située. *Cahiers de praxématique*, 54-55, 327-350.
- ROSSO, A. A. (2022). What Do Museum Visitors Leave Behind? The New Experience and the New Visitor in the Twenty-First Century. *What People Leave Behind. Frontiers in Sociology and Social Research*. Springer.
- (2021). #ArteContemporáneo: La arquitectura del museo de arte moderno como discursividad intermediaria. Un análisis de la promesa experiencial configurada por los edificios de Centro Pompidou, Malba, Moma y Tate Modern. *Cuadernos del Centro de Estudios de Diseño y Comunicación*, 119, 133-150.
- STEIMBERG, O. (2013). *Semióticas. Las semióticas de los géneros, de los estilos, de la transposición*. Eterna Cadencia.
- VERÓN, E. (1998). *La semiosis social: fragmentos de una teoría de la discursividad*. Gedisa.
- (2013). El cuerpo como operador. En *La semiosis social, 2: Ideas, momentos, interpretantes* (pp. 335-360). Paidós.
- TRAVERSA, O. (2014) *Inflexiones del discurso: cambios y rupturas en las trayectorias del sentido*. Santiago Arcos.
- ZUNZUNEGUI, S. (2003). *Metamorfosis de la mirada: museo y semiótica*. Universitat de València.