

A CONTRIBUIÇÃO DO DESIGN PARA O PROJETO EXPOSITIVO EM MUSEUS DE ARTE E COMO ELE PODE FOMENTAR A APROXIMAÇÃO ENTRE PÚBLICO E OBRA

Luana Pinheiro (IC) e Zuleica Schincariol (Orientadora)

Apoio: PIBIC Mackpesquisa

RESUMO

Este trabalho visa destacar a qualidade da contribuição do design para o projeto expográfico em museus de arte. Investiga ferramentas, métodos e abordagens capazes de evidenciar a função comunicacional da exposição e de potencializar sua interação com o público. Nesse cenário, acredita-se que o design, enquanto linguagem transdisciplinar e instrumentalizada, pode generosamente contribuir para configuração de um ambiente mais dinâmico e participativo, proporcionando experiência e auxiliando no desenvolvimento de uma sociedade mais inclusiva nesses espaços. Para tanto, passa por breve contextualização histórica sobre a origem dos museus e das exposições com foco no público, evidenciando mudanças e transformações no modo de expor. Reflete sobre conceitos relacionados a Expografia e ao Design de Exposição e, por fim, toma como objeto de estudo e de caso o MASP (Museu de Arte de São Paulo) e a exposição de seu acervo, analisando a expografia disruptiva e revolucionária proposta por Lina Bo Bardi.

Palavras-chave: Design, Exposição, Museu

ABSTRACT

This work aims to highlight the quality of the design contribution to the expographic project in art museums. It investigates tools, methods and approaches which are able to highlight the communicational function of the exhibition and to enhance its interaction with the public. In such a scenario, it is believed that design as a transdisciplinary and instrumentalized language can generously contribute to the configuration of a more dynamic and participatory environment, providing experience and helping to develop a more inclusive society in these spaces. Therefore, it goes through a brief historical contextualization about the origin of museums and exhibitions focused on the public, showing changes and transformations in the way of exhibiting. It considers such concepts as Expography and Exhibition Design and it finally takes MASP (Museum of Art of São Paulo) and the exhibition of its collection as an object of study and case study by analyzing the disruptive and revolutionary expography designed by Lina Bo Bardi.

Keywords: Design, Exhibition, Museum

1. INTRODUÇÃO

Descobrir como fazer para que tudo o que fazemos e pensamos se relacione com tudo o que sentimos e sabemos é a grande chave para o desenvolvimento de outras dimensões do Design. O Design deve ser entendido não apenas como uma atividade de dar forma a objetos, mas como um tecido que envereda o designer, o usuário, o desejo, a forma, o modo de ser e estar no mundo de cada um de nós. (COUTO; OLIVEIRA, 1999, p. 9).

A exposição resulta da dinâmica relação entre forma e conteúdo. Como elemento vivo e transformador que é, à medida em que atravessa os sentidos, convida a uma exploração capaz de deslumbrar e despertar, revelar e ensinar. No museu, ela age como porta-voz, concedendo significados e valores ao espaço e aos objetos. De acordo com Franco (2018), uma exposição nasce necessariamente da intenção de comunicar. Mas ela só o faz a partir da adição de agentes fundamentais que garantam a sua formação.

Ao considerar que, no universo dos museus e das exposições, o design apresenta considerável relevância tanto para o projeto expositivo quanto para sua ativação cultural, esta pesquisa propôs destacar a qualidade da contribuição do design para o projeto de concepção expositiva em museus de arte e como ele pode, ainda, ampliar e aprofundar a relação entre público e obra. Levando em conta as tramas que envolveram a formação do museu até a sua configuração como a conhecemos hoje, achou-se relevante iniciar este estudo traçando e apresentando um breve percurso histórico sobre sua origem, a fim de conhecer possíveis diferentes formatos de exposições e de que forma se relacionavam com o espaço.

Em retorno à exposição, importa destacar que é através dela que o museu é capaz de fazer ver e valer seus objetivos e anseios enquanto instituição. Isso significa que o museu não é um lugar neutro, ele movimenta discursos capazes de promover importantes encontros na sociedade em que está inserido. No entanto, para que algo possa se configurar como exposição, faz-se necessário que haja uma dinâmica de organização de conteúdos ou objetos em um ambiente, abrangendo “ações de selecionar, pesquisar, documentar, organizar, exibir e difundir” (FRANCO, 2018). Esse processo de execução organizacional é chamado de expografia. Para Franco (2008), a expografia é uma área da museografia que se ocupa da definição da linguagem e do design da exposição, está intimamente ligada aos processos de desenvolvimento de suportes e equipamentos expositivos, de circuitos, recursos gráficos e comunicacionais. Nesse sentido, o design dispõe de ferramentas capazes de explorar, movimentar e estabelecer ritmo entre diferentes elementos de linguagem, auxiliando na construção de narrativas que percorrem a relação espaço–obra–espectador e/ou ambiente–objeto–homem.

Sabendo-se ser possível que uma exposição possa servir como instrumento tanto de informação quanto de educação e cultura, indaga-se: como o design pode contribuir para a elaboração do projeto expográfico? Como ele pode propiciar interação entre o espectador e o que está exposto?

Este estudo acredita que o designer de exposições, uma vez consciente de suas

habilidades e capacidades técnicas, seja capaz de impulsionar mudanças na percepção e na experiência estética, de proporcionar acesso e aproximação, auxiliando no desenvolvimento de uma sociedade mais inclusiva nesses espaços. Dessa forma, também se propôs investigar algumas das metodologias projetuais ligadas ao fazer expositivo, estruturadas para que a projeção tenha sua qualidade otimizada e atinja os referidos objetivos. Nesta pesquisa, destacamos e apresentamos a metodologia proposta por Marília Xavier Cury.

Ao considerar que as instituições museológicas são fundamentalmente espaços democráticos e de construção social, sendo a exposição parte essencial da configuração destes lugares, tomou-se como objeto de estudo e de caso o MASP (Museu de Arte de São Paulo) e a exposição permanente de seu acervo. Escolheu-se esta instituição por seu caráter predominantemente disruptivo, manifestado especialmente na expografia proposta por Lina Bo Bardi. Em seu projeto, Lina removeu as obras da parede e as dispôs sobre suportes transparentes sustentados por uma base de concreto. Popularmente conhecidos como *Cavaletes de Cristal*, tais suportes revolucionaram tanto a forma de expor a obra, quanto como o visitante se relaciona com ela pois, desapegados de uma hierarquia duramente estabelecida, os expositores foram espalhados pelo espaço e passaram a conferir aos visitantes completa autonomia para decidirem seu próprio percurso.

Ao inserir o design e seus valores práticos no contexto da elaboração do ambiente expositivo, conclui-se ser ele um potencial viabilizador de propostas que vão além da fórmula função-uso, forma-conteúdo. A contribuição do design para o planejamento do espaço expositivo pode incorporar mudanças tecnológicas, conceituais e ampliar a relação entre pessoas, ambiente e objeto projetado, favorecendo a troca de informação, enriquecendo objetivos educacionais e podendo servir, principalmente, como aporte identitário cultural. Compreendeu-se também que uma investigação com ênfase na relação entre o design e o ambiente expositivo em museus é relevante principalmente para o profissional designer que deseja caminhar em direção à elaboração de projetos de contexto expositivo, auxiliando-o a identificar competências e limites da área de atuação.

Com esta pesquisa pretendeu-se, por fim, perseguir os seguintes objetivos específicos: analisar a contribuição do design na criação de espaços destinados às exposições de arte; conhecer critérios de escolha para disposição e organização visual de exposições; compreender a composição de cenários expográficos a partir da linguagem transdisciplinar do design; identificar competências e limites do profissional designer no campo do Design de Exposições e destacar a influência do design na relação entre o espectador e o objeto no ambiente construído.

Ambiciona-se que as investigações aqui propostas sejam um somatório ao que já se conhece a respeito do Design de Exposições e que possam auxiliar na difusão do conhecimento acerca da prática expositiva.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 O Objeto, o Museu e o Público em marcha na linha do tempo

Sob julgamento do olhar popular, um dos conceitos frequentemente atribuídos ao museu é o de *um lugar* com função dedicada a guardar e conservar objetos que possuam algum valor. Numa breve busca pela definição da palavra "conservar" no Dicionário Brasileiro da Língua Portuguesa, podemos encontrar os seguintes significados: 1. manter(-se) no mesmo estado ou condição; 2. fazer(-se) durar; 3. conseguir(-se) manter vivo, presente; 4. pôr-se a salvo; 5. guardar-se; 6. preservar-se (CONSERVAR, 2020). Ao falarmos especificamente deste museu, presente e representado pelo imaginário comum, a intenção de preservação e/ou conservação pode ser associada como algo direcionado somente às *coisas* inanimadas que vemos expostas numa sala de exposições. Como se o museu, em condição de guardião, estivesse incumbido de preservar e proteger apenas o objeto.

Uma "coisa" exibida em território museal, seja ela um artefato, uma pintura, uma escultura, dentre outras muitas coisas, antes de ser escolhida para integrar o museu, pode ser tida apenas como uma coisa material. No entanto, o objeto que é selecionado e passa a fazer parte do museu torna-se um objeto "musealizado". De acordo com Mário Chagas (1996), a musealização é uma cristalização do olhar museológico. Nesse processo, o objeto abandona suas funções originais e "recebe outros valores simbólicos, históricos e/ou culturais, passando a corresponder ao interesse e objetivo de preservação, pesquisa e comunicação de um museu." (IBRAM, 2014).

Todavia, se a palavra "conservar", conforme ainda nos mostra o Dicionário, pode também querer dizer: 7. permanecer; continuar exatamente da mesma forma (CONSERVAR, 2020), não seria incomum que também caísse sobre o objeto exposto (já musealizado) a falsa ideia de coisa imutável, como se, uma vez selecionado, levado e posicionado em um aparato de exibição, sua história estaria encerrada. Para a documentalista Helena Dodd Ferrez (1991),

um objeto, ao longo de sua vida, perde e ganha informações em consequência do uso, manutenção, reparos, deterioração. Perdas e ganhos esses que se tornam mais acentuados quando há mudanças de um contexto para outro. Podem mudar de lugar, de proprietário, de função e suas propriedades físicas também se modificam. E é esse conjunto de informações sobre um objeto que estabelece seu lugar e importância dentro de uma cultura e que o torna um testemunho, sem o qual seu valor histórico, estético, econômico, científico, simbólico e outros é fortemente diminuído [...].

Ora, uma vez que os objetos possuem um significado, um sentido simbólico e um caráter informacional passíveis de transformação e/ou reconfiguração, vale ressaltar que, dessa forma, nem o objeto, nem a maneira de preservá-lo e exibi-lo, bem como a maneira de nos relacionarmos com ele, apresentam espírito de imutabilidade. Ferrez (1991) defende ainda que um objeto, ao entrar para o contexto museológico, continua a ter vida e, por conseguinte, a ter uma história a ser documentada. O museu, guardião assumido, se encarrega portanto, de conservar não apenas o objeto, mas sua memória e seu juízo simbólico.

A origem das exposições é associada ao século XVII, por Jan Lorenc, Lee Skolnick e Craig Berger (2007), que apontam seu surgimento a partir dos chamados *Gabinetes de*

Curiosidades. Esses, por sua vez, apareceram durante o Renascimento na Europa sob a forma de espaços destinados a acomodar coleções de objetos das mais diferentes naturezas e, dado o seu teor de raridade, suscitavam a curiosidade. Krzysztof Pomian (1984) define coleção como “qualquer conjunto de objetos naturais ou artificiais, mantidos temporária ou definitivamente fora do circuito de atividades econômicas, sujeitas a uma proteção especial, num local fechado, preparado para esse fim e expostos ao olhar do público”. Por esse prisma, o colecionismo pode ser compreendido como uma prática da qual se apropriaram os gabinetes de curiosidades e, mais a frente, os museus.

Também conhecidos por *quarto de artes e raridades*, estes espaços propiciavam o exercício da contemplação e produção intelectual. Não eram abertos ao público em geral, sendo exibidos por seus proprietários de maneira privada a um grupo seleto da elite da época. Em uma época de explorações e descobertas, dada a multiplicidade de objetos raros ao alcance dos olhos e das mãos, para quem possuía um gabinete e o exibia, era esse um claro demonstrativo de poder; para quem o visitava, significava um lugar de deslumbramento e, para ambos, um lugar de representação de prestígio e destaque social. No entanto, se observarmos a imagem ilustrativa de um desses gabinetes, teremos a impressão de que estas salas não passavam de um depósito de objetos amontoados, inexistindo um possível método de seleção e ordenação, podendo contemplar somente uma lógica pessoal de organização. Conforme postulam Daubenton e Diderot (Enciclopedie: 1751; Cabinet: 2:489 *apud* Lara Filho, 2006) no verbete *Cabinet d'Histoire Naturelle*, “para formar um gabinete não é suficiente apenas uma grande coleção de objetos [...], é necessário distinguir o que tem valor para ser guardado daquilo que pode ser rejeitado e dar a cada objeto ou conjunto um arranjo conveniente”. Temos aqui revivida a ideia de musealização do objeto e o apontamento da necessidade de se adotar um sistema de seleção e ordenação básica.

O antropólogo Levi-Strauss (1973 *apud* DANTAS, 2008) afirma que os homens são, por definição, seres que colecionam e classificam. Desse modo, podemos considerar a formação dos gabinetes como consequência de um desejo manifestado na essência do ser humano, de reunir e organizar objetos sistematicamente. Os gabinetes e seu anseio pelo colecionismo apresentaram grande relevância para o exercício de registrar, guardar e preservar a cultura material produzida pelo homem, também inspiraram a formação de instituições como a Academia Real de Pintura e Escultura em Paris, instalada no Palácio do Louvre (hoje *Museu do Louvre*), fundada em 1648. Ainda no século XVIII surgiram os primeiros museus de arte, como o Museu Britânico, em Londres (1753), o Museu do Prado, na Espanha (1819) e a Antiga Pinacoteca, na Alemanha (1836). No entanto, ainda que o surgimento desses espaços soasse como novidade, a forma de organização e exposição dos objetos de alguns, não se distanciavam totalmente do jeito amontoado de organizar os objetos nos gabinetes. Em seu livro intitulado “No Interior do Cubo Branco”, Brian O’Doherty (2002, p.05) cita, por exemplo, a dinâmica de exibição proposta pela *Galeria de exposição no Louvre* em 1833:

[...] obras-primas como se fossem papel de parede, cada qual ainda não separada e isolada no recinto, como um trono. Contrariando a (para nós) horrorosa concatenação de períodos e estilos, as exigências impostas ao visitante pela disposição estão além da nossa compreensão. É preciso alugar

pernas de pau para chegar ao teto ou apoiar-se nas mãos e nos joelhos para espiar uma coisa próxima do rodapé? [...] Perto do chão, os quadros eram ao menos acessíveis e atendiam ao olhar "próximo" do conhecedor antes de ele se afastar a uma distância mais sensata. Pode-se vislumbrar o público do século XIX caminhando, espichando-se, enfiando o rosto em quadros e agrupando-se a boa distância com rostos interrogativos. [...] As pinturas maiores vão para o topo (mais fáceis de ver à distância) e são às vezes distanciadas da parede, para manter o plano do observador; os "melhores" quadros ficam na zona central; quadros pequenos caem bem embaixo. O trabalho perfeito de pendurar os quadros resulta num mosaico engenhoso de molduras sem que se veja uma nesga de parede desperdiçada.

Franco (2018) considera a Revolução Industrial como um momento de transição histórica para as exposições, apontando as Exposições Universais como impulsores de um novo tipo de exibição. Conta (*ibidem*, 2018):

Criadas para divulgar os últimos avanços tecnológicos da área industrial e agrícola de cada país, essas exposições também se prestavam à instrução das classes trabalhadoras urbanas e rurais. Seu sucesso pedagógico levou muitos países a criarem museus de ciência, técnica e artes decorativas, nos quais eram expostas coleções de artefatos mecânicos e produtos industriais. Esse novo tipo de museu, com finalidade notadamente didática, introduziu expressivas transformações na forma de expor, como a utilização de modelos animados, ou cenários e aparatos que o público podia tocar.

Danièle Giraudy e Henri Bouilhet (1990 *apud* SARTORELLI, 2019) nos contam que em 1914, o Museu de História da Arte de Viena propôs distanciar os quadros na parede, passando então a colocá-los alinhados um ao lado do outro. Este pode ser tido como um exemplo de processo de racionalização aplicado à exibição da arte.

Além disso, vale citar que uma das mais expressivas mudanças a respeito da projeção expositiva foi promovida pelo MoMA (Museu de Arte Moderna). Fundado em 1929 em Nova York, ele estabeleceu um método de expor que apresentou ao mundo o conceito de "espaço neutro" ou "cubo branco", como ficou conhecido. Nessa configuração, a obra era isolada de tudo o que pudesse prejudicar sua apreciação. (O'DOHERTY, 2002). Elas eram expostas em paredes brancas, com iluminação discreta, permitindo uma comunicação quase inexistente com o lado de fora. Era um espaço asséptico, projetado de modo tal que fornecia aos trabalhos de arte uma aura de santidade, onde até mesmo a presença do público sugeria uma intromissão.

Acredita-se que essa maneira de organizar e exibir o objeto de arte, influenciou a configuração de muitos museus de arte moderna desde então.

2.2 As exposições com foco no público e a experiência interativa

Por muito tempo, o museu foi visto apenas como um local associado ao colecionismo, distanciado de qualquer outro objetivo que não o da exibição. Foi a partir do século XX que passaram a ser vistos como um espaço que não apenas conserva, mas que também comunica e educa. Para Franco (2018), existiu um importante momento que impulsionou um novo olhar sobre o papel social dessas instituições:

Em 1946, foi fundado o International Council of Museums (ICOM), vinculado à UNESCO e tendo em sua presidência o francês Georges-Henri Rivière.

Fundador do Musée National des Arts et Traditions Populaires (França), Rivière foi o criador do conceito de ecomuseu, que expandiu o foco de preocupação da museologia tradicional ao reconhecer como objeto de interesse a relação da sociedade com o seu patrimônio em um determinado território. [...] Essa ampliação da ideia de museu e do conceito de patrimônio acarretou substantivas modificações nas exposições de diversos museus.

O interesse cada vez mais crescente na participação do público, estimulou os museus a repensarem e renovarem seus processos de elaboração e apresentação de exposições (*ibidem*, 2018):

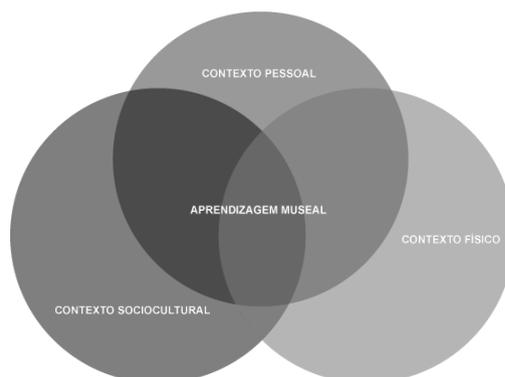
No século XIX, o visitante era um observador passivo de uma exposição que lhe oferecia poucas possibilidades de compreensão. Quando passaram a ser entendidas como um meio para a comunicação de uma mensagem, e não mais como locais de exaltação e culto ao objeto, as exposições voltaram-se à compreensão dos visitantes.

À medida em que o público ganha destaque, a informação e a comunicação passam a ser ainda mais valorizadas, passando a importar que o visitante apreenda de fato a mensagem transmitida. Para alcançar esse objetivo, a formação de equipes cada vez mais interdisciplinares passou a ser essencial, podendo ser composta por museólogos, curadores, pesquisadores, educadores, arquitetos e designers que, num trabalho conjunto, assumem a busca por melhores estratégias expográficas de comunicação.

Outro movimento importante nessa nova dinâmica foi a inserção dos estudos e avaliações de público. As avaliações puderam mostrar, por exemplo, que cada visitante é capaz de construir seu próprio percurso e experienciar a exposição a partir de estímulos pessoais. Dessa forma, conhecer os desejos e as necessidades do visitante passou a ser uma etapa fundamental no processo de concepção de exposições.

Em *The Museum Experience*, Falk e Dierking (1992) compartilham o resultado da investigação a respeito da dinâmica de experiência da aprendizagem no museu, a partir de um modelo que sintetiza as relações que ocorrem durante a visita. Nesse modelo, a visita ao museu é interpretada a partir da conjunção de três contextos: o *pessoal*, o *físico* e o *sociocultural* (*ibidem*, 1992).

Adaptação do modelo de experiência interativa (*interactive experience model*), proposto por Falk e Dierking.



Fonte: Elaboração da autora.

O contexto sociocultural está relacionado a todos os contatos que o indivíduo estabelece com outras pessoas durante a visita ao museu (recepção, monitores, outros

visitantes, etc). Já o contexto físico engloba todo o ambiente onde se dá a interação, seja no espaço onde está localizada a exposição, seja em outras áreas do museu. Por fim, o contexto pessoal envolve tanto os conhecimentos prévios (bagagem cultural) do visitante, quanto suas motivações, desejos, experiências em geral, ocorridas fora do museu. A intersecção entre esses três contextos formam a aprendizagem museal. Para os autores, essa experiência é chamada de *experiência interativa*.

2.3 O museu de Lina Bo e seu discurso expositivo

Considerado o primeiro museu moderno do Brasil, o MASP (Museu de Arte de São Paulo), iniciou suas atividades em 1947 na Rua 7 de Abril, passando a ocupar o icônico prédio na Avenida Paulista, projetado por Lina Bo Bardi, somente em 1968.

Fundado por Assis Chateaubriand e Pietro Maria Bardi, o MASP tem, na gênese de seu projeto museológico, o princípio formador. Desde o início, Bardi buscou afirmar sua intenção de romper com o tradicional modelo de museu, voltado para a conservação e convidativo apenas para a apreciação. Destacou que o que se pretendia com o projeto do MASP era criar um “anti-museu”, que pudesse ser capaz de se desligar dos modelos do século XVIII para estabelecer conexão com outras possibilidades de compreensão e vivência da arte. Para ele, o museu deveria possuir um “caráter universal e didático”. (BARDI, 1948).

Alinhada às ideologias do MASP, Lina Bo Bardi, responsável pela expografia do museu, desenvolveu seu trabalho em torno desse movimento de ruptura e integração. Em um primeiro momento, ela projetou a expografia do acervo adotando estruturas verticais tubulares como suporte para as obras, propondo o distanciamento da ideia tradicional do quadro pendurado na parede. Já aí, Lina Bo demonstrava que remover as paredes do museu poderia provocar no visitante uma atitude menos passiva em relação a maneira como este interagia com a obra e, conseqüentemente, com o espaço, uma vez que era possível caminhar por entre os expositores e ter contato com a frente e o verso da obra. O projeto de exposição proposto por Lina, demonstrou preparar o público para fruir a arte de maneira mais participativa e dinâmica.

A configuração do projeto expositivo na época de sua inauguração.



Fonte: BARDI, P. M. (1992).P. 98.

Lina também levou sua proposta de "museu sem paredes" para a segunda sede do Museu, localizada na Avenida Paulista. Projetou novos expositores que ficaram

mundialmente conhecidos como "*Cavaletes de Cristal*". Explorando a transparência que o vidro fornece, esses suportes exibiam seu potencial de conferir à obra a possibilidade de romper com o aspecto hermético e conservador. Eles eram um claro convite aos não-iniciados na arte.

Afastado das paredes, os quadros parecem flutuar pelo espaço. Com a sala repleta de visitantes, é possível enxergar através da transparência dos suportes toda a movimentação, proporcionando a fusão entre as imagens das pessoas circulando pelo espaço e as obras expostas. Essa integração visual estimula a ideia de que a partir desse momento, os indivíduos deixam de ser meros espectadores da exposição para agora fazer parte dela.

A disposição dos expositores buscou afastar possíveis hierarquias artísticas ou cronológicas entre as obras, para que assim o espectador pudesse depositar sobre o objeto, um julgamento espontâneo. As etiquetas com as informações sobre a obra foram colocadas no verso do quadro, obrigando o visitante a dar a volta no expositor para acessar o conteúdo. Nas palavras de Lina (1950, p.17):

O fim do museu é o de formar uma atmosfera, uma conduta apta a criar no visitante a forma mental adaptada à compreensão da obra de arte, e nesse sentido não se faz distinção entre a obra antiga e uma obra de arte moderna. No mesmo objetivo a obra de arte não é localizada segundo um critério cronológico, mas apresentada quase propositadamente no sentido de produzir um choque que desperte reações de curiosidade e de investigação.

O MASP, como dito, esteve desde sua origem conectado ao objetivo de ser um museu fundamentalmente educativo, capaz de formar democraticamente um público mais diverso. Com seu projeto expositivo, Lina (1970) resgata a ideia da arte integrada à vida:

Como responsável pelo projeto do Museu e pelo projeto do cavalete de cristal (porque é um cavalete e um quadro nasce no ar, num cavalete) com painel didático, para a exposição dos quadros, quero esclarecer que no projeto do Museu foi minha intenção destruir a aura que sempre circunda um museu, apresentar a obra de arte como trabalho, como profecia de um trabalho ao alcance de todos.

2.4 O Design de Exposição e os ambientes que comunicam

Quando adentramos o museu ou galeria de arte, interagimos com o espaço organizado, o que se dá pela mensagem expressa por meio do projeto de design (LORENC; SKOLNICK; BERGER, 2010 *apud* COSSIO, 2011).

O projeto de exposição apresenta preocupações em informar, identificar, orientar e ambientar. Por isso, a SEDG (*Society for Environmental Graphic Design*, 2019) considera o Design de Exposições como uma célula do Design Gráfico Ambiental, que por sua vez, manifesta-se como uma área pluridisciplinar que converge design gráfico, design de produto, arquitetura e comunicação. As outras duas células que integram o Design Gráfico Ambiental são *Sinalização* e *Ambientação*.

A sinalização preocupa-se em desenvolver as melhores estratégias para informar, direcionar e identificar espaços. A SEDG (2019) defende que as funções da sinalização são: ajudar os usuários a entender o espaço, identificando, orientando e informando; realçar

visualmente o ambiente e proporcionar segurança às pessoas. A Associação dos Designers Gráficos (ADG Brasil, 2004) considera que a ambientação pode também ser chamada por *design total*, pois são recintos inteiramente concebidos pelo designer. Poulin (2012) formula que o ambiente construído que vivenciamos em nossas vidas diárias depende continuamente do Design Gráfico Ambiental para comunicar informações e identidade, moldar a nossa percepção global e memória de um senso de lugar.

Fernández e Fernández (2010) sinalizam mudanças no pensar expositivo, apontando que, numa exposição, onde antes o mais evidente era o objeto e a sua informação, o que se pretende agora é que o público se sinta parte dela. Nota-se aqui o estímulo à exploração de novas mídias, recursos tecnológicos e multimeios. Explicam ainda, que as exposições "podem ser permanentes ou temporárias, com uma vida útil de cinco anos ou cinco dias. Podendo variar em escala: desde pequenas telas até o tamanho de uma pequena cidade" (*ibidem*, 2010). Os autores destacam que as funções de uma exposição podem ser classificadas em: *simbólicas*, *documentais* ou *estéticas*.

Em qualquer dos formatos que se pretenda, projetar uma exposição significa construir e oferecer uma experiência para o público. Fundamentalmente, uma experiência de qualidade, conforme destaca Cury (2006, p. 44):

Uma experiência em exposição que se pretenda de qualidade deve desenvolver-se em direção a consumação. Estar na exposição, caminhar por seu espaço, observar os objetos, apreender o seu conteúdo temático, apreciar os efeitos expográficos e sensoriais, observar, analisar, julgar, criticar, comparar, relacionar, lembrar, rejeitar, discordar, emocionar-se. A conclusão do processo de visita é a apreciação em si mesma, aquela realizada pelo próprio público que, em sua mente, recria o discurso expositivo.

Ao se propor catalizar a experiência sensível nos espaços construídos, o design deve atentar-se aos processos, pois é no processo que as ideias e os objetivos são testados e validados. Para Bonsiepe (1992), o design consiste no domínio no qual se estrutura a interação entre usuário e produto, para facilitar ações efetivas. Assim, espera-se que o designer voltado para a atividade projetiva expositiva seja capaz de relacionar processos complexos, desenvolver ferramentas e acionar técnicas para alcance dos diversos objetivos projetuais.

Durante o processo de elaboração de exposição, quanto mais o designer se envolver com as etapas e momentos de tomadas de decisões, mais eficientes serão suas soluções. Cury (2006) sugere que há quatro momentos cruciais para o desenvolvimento do projeto:

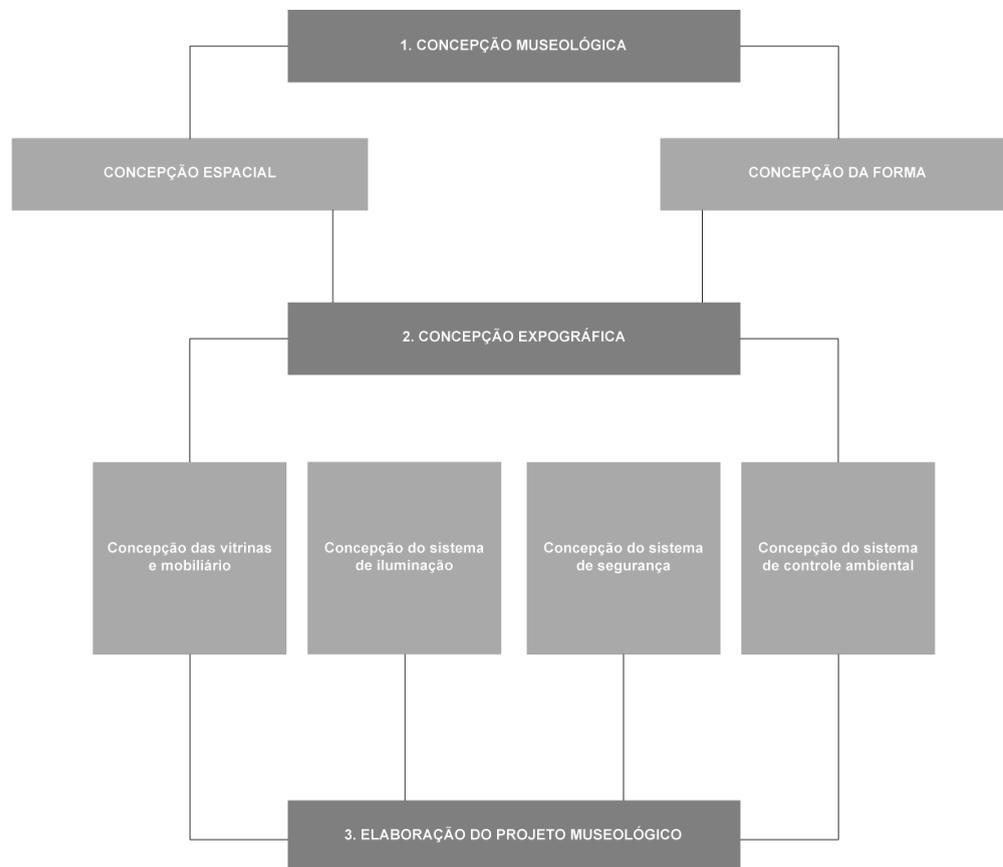
- A escolha do tema e a sua aproximação com o público;
- A seleção e articulação dos objetos museológicos na construção do discurso expositivo;
- As concepções espacial e da forma.

Para ela, estes pontos influenciam e garantem a qualidade da interação entre o público e a exposição. Em sua metodologia, a autora (*ibidem*, 2006) enuncia que as fases

necessárias para a elaboração de uma exposição são: a) planejamento e ideia; b) design; c) elaboração técnica; d) montagem; e) manutenção; f) atualização e avaliação. O processo de construção do produto exposição acontece de modo sequencial, onde seus elementos podem ser divididos ainda entre os momentos de concepção museológica (conceitual e temática) e concepção expográfica (espaço, forma e concretização).

O fluxograma proposto por Cury (2006) exemplifica a dinâmica desses dois momentos de concepção e destaca algumas das atividades ligadas a cada um deles:

Representação gráfica sobre as etapas do processo de construção proposto por Cury.



Fonte: Elaboração da autora.

Concepção Museológica: momento de discussões do tema da exposição e seu corte conceitual; definições das chaves intelectuais e emocionais que irão permitir a participação interativa do público; definição dos objetivos e justificativa da exposição;

- *Concepção Espacial:* estabelecimento do circuito da experiência (apreciação) do público (linear ou múltiplas possibilidades);
- *Concepção da Forma:* criação do padrão de composição visual, iniciando a construção da visualidade tridimensional da exposição, criando-se valores visuais a partir dos adjetivos relacionados ao tema; definição dos principais recursos expográficos.

Concepção Expográfica: cruzamento entre os dois momentos anteriores estabelecendo as bases para o design da exposição, ou seja, as bases para a composição visual do todo e das partes, em um espaço físico; preparação de esboços para o conceito central e para as unidades expográficas.

- *Concepção das vitrinas e mobiliário*, visando a apresentação e conservação dos objetos;
- *Concepção do sistema de iluminação* e outros recursos que, associados ao espaço, forma e acervo, visam a interação do público;
- *Concepção do sistema de segurança*, visando a instalação de equipamento no espaço expositivo;
- *Concepção do sistema de controle ambiental* de temperatura e umidade relativa do espaço expositivo.

Elaboração do Projeto Museológico: Reunião de documentação produzida; preparação de planta arquitetônica e de desenhos para descrição em termos tridimensionais; elaboração do cronograma.

Podemos observar que são várias as etapas em que o design pode dispor de ferramentas para fazer sua contribuição. Pode por exemplo, ser aplicado no momento de concepção dos suportes e elementos do mobiliário da exposição, interagindo com métodos e estratégias do design de produto; no que diz respeito ao design gráfico, evidenciam-se as etapas onde a comunicação e a identidade da exposição começam a ser pensadas. Elementos como a cor, os materiais, a iluminação, as texturas, os sons, as informações textuais, o circuito oferecido, os sinais gráficos e mais uma gama de outras variáveis, afetam diretamente a forma pela qual o objeto exposto se apresenta. Quanto mais o designer se envolver com o processo da concepção expográfica, mais eficiente poderá ser a sua contribuição.

Conhecer para quem se pretende projetar é essencial para o desenvolvimento do projeto. Nesse sentido, Hughes (2010) divide em quatro, os tipos de público que podemos nos deparar em uma exposição:

- **O especialista:** grupo composto por visitantes que conhecem o tema da exposição e querem se aprofundar. Catálogos contendo a relação completa das obras expostas e demais detalhes podem chamar a atenção desse perfil;
- **O turista habitual:** tem familiaridade com o tema. Para ele, textos explicativos e mídias interativas tem a potencialidade de gerar engajamento;
- **O aventureiro:** desconhece o tema e por isso busca por informações que possam fornecer uma ideia geral. Textos de linguagem simples e um circuito claro e bem sinalizado para esse tipo de visitante é importante;
- **O desorientado:** este grupo pode ser composto por pessoas que nunca foram a uma exposição. É o visitante que necessita de referências para entender o tema e o espaço, a fim de se situar. Crianças podem compor esse grupo.

Para o exercício de sua atividade, o designer entende que precisa se instrumentalizar para desenvolver soluções que possam atender a esses e outros tantos perfis. Deve buscar trabalhar em conjunto com outras estratégias, pois compreende que métodos e técnicas favorecem o resultado final do projeto.

3. METODOLOGIA

Este estudo de natureza investigativa e exploratória (PRODANOV; FREITAS, 2013), objetivou examinar e fazer notar a relevância da atividade do design para o projeto expositivo. Para tal, foi dividido em quatro etapas fundamentais de análise, tendo seu percurso iniciado na apuração bibliográfica dos aspectos estruturais concernentes ao assunto.

Recorrendo à literatura específica, buscou-se o aprofundamento do referencial teórico sobre aspectos do problema: *design, exposições, design de exposições, museu, público*. Essa tarefa forneceu apoio para a segunda etapa, a de análise e escolha da instituição museológica cuja exposição de acervo se classificaria como objeto de estudo, servindo aos propósitos da pesquisa. Destacados pela relevância artística e histórica para o país, os museus Pinacoteca do Estado de São Paulo, MASP (Museu de Arte de São Paulo), MAM (Museu de Arte Moderna de São Paulo) e MAC USP (Museu de Arte Contemporânea da Universidade de São Paulo), foram as instituições escolhidas para exploração inicial. De cada um dos museus, buscou-se fazer um levantamento bibliográfico acerca de seu contexto histórico e político, alinhamentos ideológicos, possíveis modificações na estrutura arquitetônica dos seus espaços e na organização espacial de seus acervos. Além disso, foram realizadas visitas técnicas a cada uma das instituições.

Em visita ao acervo da Pinacoteca do Estado de São Paulo, notou-se o aspecto predominantemente didático aplicado às exposições, evidenciando soluções projetuais com foco na educação interativa. Reconheceu-se que esse recorte poderia limitar a investigação em torno da interação do público, uma vez que já possui um objetivo estritamente delineado. Em visita ao MAM, descobriu-se que não seria possível o acesso ao acervo permanente onde, em sua programação, somente exposições de curta duração estariam disponíveis. Compreendeu-se que isso dificultaria a exploração de evidências físicas do projeto expositivo. Em visita ao acervo permanente do MAC, notou-se a predominância de visitantes do tipo *especialista*, conforme vimos na classificação proposta por Hughes (2010). Suspeitou-se que essa característica poderia conferir à pesquisa uma visão mais restrita acerca do público e sua relação com a obra. Por fim, o Museu de Arte de São Paulo foi a instituição escolhida para aprofundamento de exploração, pois alinhada às indagações deste estudo, ele ofertou a possibilidade de uma sondagem mais interativa e diversa.

A terceira etapa consolidou-se *in loco*, onde foram realizadas visitas, em horários e dias distintos, à exposição de longa duração da coleção do MASP, intitulada *Acervo em Transformação*.

Conforme sugere Screven (1999), há quatro abordagens para avaliar o envolvimento e aprendizado na exposição:

- **Observação:** relativo a atenção do visitante aos materiais instrucionais e sinalização;

- **Testes objetivos:** questionário aplicado ou questões de múltipla escolha;
- **Observação naturalista:** informação obtida do visitante em conversa informal;
- **Índices comportamentais:** se o visitante consegue desempenhar atividades que reflitam o entendimento de mensagens e interpretações de textos e sinais.

Para esta pesquisa, ideou-se aplicar os métodos de *observação* e *observação naturalista*, onde foram executados de modo a não interferir na experiência de nenhum visitante. Também buscou-se dedicar atenção a aspectos relativos ao Design Gráfico Ambiental, a fim de reconhecer elementos individuais do espaço, que poderiam conceder significados e estabelecer relações de interação. Tentou-se examinar possíveis dificuldades que o visitante poderia vir a ter em acessar, assimilar e interpretar as informações transmitidas via textos e sinais. Investigou-se a interação partindo dos seguintes critérios:

- Como o visitante traçava seu circuito e fruía pelo espaço;
- Se abordava algum dos monitores presentes em busca de algum auxílio;
- Como interagia com o aparelho expositivo.

Sobre a análise acerca do percurso do visitante, levou-se em consideração alguns aspectos propostos por Jean Davallon (2000). Sendo eles:

- **A existência de um programa:** no qual o percurso oferece ao visitante material para que ele possa atribuir significados à exposição;
- **O jogo das retenções:** em que fica evidente no percurso a existência de pontos mais ou menos interessantes onde, em um primeiro momento despertam o interesse do visitante e num segundo, oferecem a ele um tempo para assimilar as informações;
- **A obtenção de valores:** onde o repertório do visitante (bagagem cultural) une-se ao repertório oferecido pela exposição.

Posterior a esta etapa, com a finalidade de ampliar a compreensão acerca dos limites da atuação do design de exposições, foram realizadas entrevistas semi-estruturadas com os seguintes profissionais atuantes na área de projeto de exposições: Maria Ignez Mantovani Franco, Doutora em Museologia e Diretora da EXPOMUS, empresa que atua com desenvolvimento de exposições; Martin Corullon, Arquiteto que integrou a equipe responsável pela expografia do MASP em 2015 e Álvaro Razuk, Arquiteto à frente de um escritório que desenvolve projetos museográficos desde 1989. Contribuíram com respostas, a partir de sua experiência e opiniões pessoais, para as principais indagações: em que momento do projeto de concepção e montagem da exposição, o designer passa a contribuir? Há funções dentro do projeto de exposições que deveriam ser excepcionalmente realizadas pelo designer? Como o design pode propiciar interação entre o espectador e o que está exposto?

Cabe ressaltar que o andamento da pesquisa foi afetado em função dos acontecimentos relacionados à pandemia do COVID-19, que acarretaram no isolamento social e, conseqüentemente, no fechamento temporário da instituição estudada. Visitas técnicas tiveram de ser canceladas, impossibilitando a continuação das investigações *in loco*. Em nota, o MASP se pronunciou sobre o fechamento:

Em contexto de escalada do COVID-19 no Brasil e seguindo as recomendações do Governo do Estado de São Paulo, a partir do dia 17.3.2020, terça-feira, o MASP estará fechado para visitação por tempo indeterminado, visando preservar a saúde e segurança de seus visitantes e colaboradores. (MASP. Acessado em 15 de Agosto de 2020). <<https://masp.org.br>>

Apesar das visitas interrompidas, a pesquisa prosseguiu, respeitando suas limitações. Os profissionais entrevistados concederam entrevistas *online*, via aplicativo de videochamada.

4. RESULTADO E DISCUSSÃO

Todas as visitas ao MASP foram substanciais para as investigações propostas, reafirmando a ideia de que a forma como o público se relaciona com a exposição depende, fundamentalmente, de decisões sobre como apresentá-la no espaço.

No tocante à exposição do acervo no MASP, sua configuração demonstrou, em geral, despertar no visitante sentimentos mistos de estranhamento e surpresa. Assim que adentram a extensa sala de exposições, se deparam com expositores idênticos que parecem ter sido dispostos com o objetivo de desconstruir a impressão de que há um início de jornada pré estabelecido. Sua disposição assemelha-se a uma espécie de mar de molduras que flutuam pelo espaço, devido a transparência dos painéis (*Cavaletes*) onde as obras estão dispostas. Nenhuma obra recebe destaque, nenhum foco de luz ou qualquer outro recurso sensorial que direcione a atenção mais para uma que outra. O visitante claramente escolhe seu trajeto e faz a exploração por iniciativa própria, dentro de seu tempo e disposição, deixando-se guiar pelas obras que mais o atraí.

Iniciado o percurso, foi possível observar que a ausência de uma divisão espacial conferiu a alguns visitantes a perda de foco, pois uma vez que todo o conteúdo expositivo está reunido no mesmo espaço, ele tem uma visão abrangente do todo, recebendo em geral, estímulos visuais: do objeto exposto, dos elementos da arquitetura da sala e das pessoas trafegando em seu entorno.

Em conversa informal com um dos visitantes, ele relatou se sentir, em um primeiro momento, "perdido e ansioso", sem saber por onde iniciar seu itinerário. Pontuou ainda que tinha dificuldade em lembrar-se por onde já havia passado e as obras que já havia visto, fazendo-o "passar pelo mesmo lugar mais de uma vez" e isso dava a ele um sentimento labiríntico. Comparou com uma visita a outro museu, cujas obras eram "separadas por temas" e disse se sentir mais "confortável em uma configuração como essa". Disse ainda ter o costume de frequentar exposições e se "inteirar dos assuntos" antes da visitação. Desse modo, notamos que o visitante em questão poderia integrar o grupo do perfil de público considerado *especialista* (HUGHES, 2010). Mas, ao demonstrar carecer de recursos visuais melhores definidos para se orientar e localizar, poderia ser integrado ao grupo com perfil *desorientado*. Essa situação demonstrou que a necessidade de indicativos de direção e orientação pode ser comum a vários tipos de perfis, mesmo os mais habituados com a dinâmica de determinados espaços. Por outro lado, um segundo visitante relatou que poder enxergar a exposição em sua totalidade, disposta em sala única, lhe conferia a sensação de

"começo, meio e fim", pois a impressão de saber onde a "exposição começa e onde ela termina" lhe desperta o sentimento de "controle da situação, evitando surpresas".

MASP/2020 - Visitante na exposição.



Fonte: arquivo pessoal

A ausência de etiqueta ou de qualquer outro conteúdo explicativo localizado à frente do objeto com a finalidade de fornecer nome e título da obra, propõe ao visitante a tarefa desafiadora de não se apoiar no texto, sugerindo que apure a obra a partir de seus próprios recursos e sua própria bagagem. Dessa maneira, o primeiro contato instituído entre o visitante e o objeto exposto o coloca em posição de confronto, fazendo com que estabeleça relação entre os "contextos pessoais" e os "contextos físicos", resultando na *experiência interativa* proposta por Falk e Dierking (1992).

Ainda sobre as legendas, notou-se que alguns outros poucos visitantes demoram a localizar a etiqueta informativa, inserida na parte de trás do quadro. Dessa forma, acabam ou partindo para outro expositor, acreditando não haver de fato informação sobre o objeto, ou percebem timidamente o comportamento do visitante ao lado, a fim de repetir a operação de dar a volta no quadro, localizando assim a informação. Observou-se nessa particularidade relacionada ao local de posicionamento da etiqueta, que qualquer um dos perfis de público (do *especialista* ao *desorientado*) estaria sujeito a procurar pela informação, rompendo com a divisão entre iniciados e não-iniciados na arte, colocando-os no mesmo ponto de fruição.

Notou-se, em geral, que a maioria dos visitantes não busca por auxílio da monitoria: ou relacionam-se com o grupo em que estão inseridos (amigos ou familiares) ou caminham sozinhos pela exposição. Outros dois visitantes relataram sentir a falta de um ponto de parada bem definido, onde fosse possível sentar para descansar e refletir. Ainda, no exercício da *observação naturalista* (SCREVEN, 1999) junto a outros visitantes, a maioria das pessoas com quem o diálogo ocorreu, relatou ter obtido algum contato prévio com a

exposição através da divulgação no site e mídias sociais, da instituição. O contato virtual estabelecido entre o Museu e o público demonstrou ser mais um componente estratégico de interação. O MASP comporta-se de maneira ativa na internet, propiciando ao público, conteúdos de linguagem clara, dinâmica e instrutiva. Esse fato chama a atenção para as ações de divulgação e mídia, cujo êxito parece depender da formação de um hábil plano de comunicação alinhado aos objetivos da instituição. Conclui-se ser essa mais uma porta de entrada para o design e seu potencial de colaboração, sobretudo, para o design gráfico que pode atuar para além do impresso, elaborando mídias e anúncios digitais, catálogos virtuais, dentre outros produtos destinados a levar a informação sobre a instituição e seus programas ao maior número de pessoas.

Todas as coisas projetadas são compostas por elementos visuais que despertam a percepção e de algum modo geram interação. Considerando a escala como um desses elementos, nota-se que através dela é possível estimular o sentimento de grandeza ou inferioridade diante de alguma evidência física construída. Um indivíduo pode sentir-se pequeno quando parado diante de um edifício com muitos andares, ou muito grande quando de frente para uma maquete. A diferença é notada porque "o grande não pode existir sem o pequeno" (DONDIS, 2017). No que tange ao design, projetos que exijam adequação e senso de conforto em sua fabricação, buscam associar-se ao tamanho médio das proporções humanas. Ou seja, no estabelecimento da escala, o fator fundamental é a medida do próprio homem (*ibidem*, 2017).

Nesse sentido, observou-se que os *Cavaletes* expositores do MASP apresentam-se em uma escala que promove a interação entre a obra e o observador através da dinâmica "olho no olho". O que quer dizer que, considerando o tamanho médio das proporções humanas, o fruidor não é posicionado de frente para o quadro de maneira que se sinta diminuído, ele não precisa erguer a cabeça para absorver as propriedades visuais do objeto. A partir disso, conclui-se que o recurso da escala é mais um elemento capaz de exercer influência sobre a relação de leitura no ambiente construído.

Os dados coletados comprovam que, embora o designer de exposições possua uma robusta caixa de ferramentas bastante acessível para a contribuição do aumento da qualidade expositiva, somente quando ele compreende quais os objetivos que se pretende alcançar com a exposição, bem como qual será seu público fruidor, ele poderá assegurar que as soluções projetuais encontrarão o seu destino. Ele deve buscar conhecer ao máximo, detalhes de diferentes perfis de público, bem como suas necessidades, desejos e motivações, e buscar estratégias abrangentes, respeitando as subjetividades de cada um.

Conclui-se também que é importante que se reflita sobre os discursos enunciados pelas instituições que organizam as exposições. Pois, mesmo que público receba um lugar de protagonismo no momento do planejamento da exposição e o designer tenha acesso a ferramentas que possam atender às demandas complexas de projeto, se a instituição não fornecer abertura para que proponham-se ações de aproximação e formação democrática de público, parte de seus esforços terão de ser reconfigurados.

As investigações e experiências que se foram somando, mostraram que o design, embora seja aceito e considerado como uma linguagem indiscutivelmente multidisciplinar e

instrumentalizada, ainda desperta dúvidas quanto às fronteiras e territórios que poderia operar. Passando muitas vezes por um julgamento raso, que indica erroneamente que é no emprego do design gráfico a serviço da produção de material editorial que reside sua única contribuição. A revisão da literatura permitiu fazer emergir conceitos e métodos que reforçam que a presença do design em um processo de elaboração expositiva se faz importante em todas as etapas do processo, conforme foi possível observar na metodologia proposta por Marília Xavier Cury, cujas etapas e componentes demonstram que a atuação do design pode estender-se para várias outras frentes, desde o momento de discussões acerca do tema da exposição e seu corte conceitual, à criação do mobiliário da exposição ou desenho da luz que incide nos objetos.

Em busca de um contraponto para essa questão, Maria Ignez Mantovani foi questionada em entrevista sobre em que etapa do desenvolvimento da exposição, ela acredita que o design possa ser acionado. Em resposta, ela compartilha um pouco do processo de sua equipe. Segue trecho:

Iniciamos, em geral, por um processo de brainstorm envolvendo a equipe da Expomus e definição de que áreas de conhecimento precisaremos reunir, assim como definição de que profissionais escolheremos para cada área. Importante assinalar que não trabalhamos com uma equipe externa fixa. Temos um núcleo duro interno, que interage e define áreas de conhecimento, componentes de equipe, job description de cada um, cronograma de desenvolvimento, que a seguir passa a convidar os futuros indicados para compor o time. Num segundo momento reunimos todos e iniciamos um processo de segundo brainstorm, bastante intenso e instigante. Deste conjunto surgem ou migram entre os componentes da equipe as competências e responsabilidades pelas execuções que virão. Começa-se sempre por pesquisa de conteúdos e de linguagens. Mas todos participam do todo, de forma a beberem da fonte em conjunto. Aos poucos o(s) curador(es) vão desenvolvendo a narrativa, o conceito gerador e conteúdos integrantes. Como isto é vivenciado em conjunto, os arquitetos e designers já vão mentalizando as soluções expográficas, estratégias e linguagens. [...] Em paralelo, outras mãos já começam a revolver a massa de conteúdos e vão dando forma à exposição.

Por fim, foi possível concluir que uma exposição só poderá alcançar êxito a partir de um conjunto de boas e precisas decisões projetuais executadas em grupo, pois o designer e seu olhar ativo e instrumental tende a potencializar-se com o exercício do coletivo. Quando conectado às questões de desenvolvimento social e cultural da sociedade, é capaz de desenvolver não apenas produtos e serviços de ordem prática, mas também de contribuir com a emancipação do indivíduo, uma vez que se mostra plenamente capaz de trabalhar

os problemas reais da contemporaneidade, com o pensamento crítico e reflexivo sobre a tecnologia, a sociedade e os bens de consumo, o desenvolvimento e o valor da sensibilidade, da percepção estética e emocional, o trabalho cooperativo em equipe, o senso de liderança, a identificação e a solução de problemas" (FONTOURA, 2002).

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

“Tudo é relativo. Design é relação.” – Paul Rand

Este trabalho buscou analisar a relevância da presença do design na prática do projeto expositivo, considerando a exposição como um produto de cultura material, construído a partir da relação entre conteúdo e forma. Compreendeu-se que sua função comunicacional só pode ser ativada quando levadas em conta as transformações na relação entre sujeito, objeto e sociedade.

Considerando que a maneira como nos comunicamos muda todos os dias, faz-se necessário que todos os envolvidos em projetos de exposição ampliem sua base e dediquem energia para compreender e acompanhar as mudanças.

O designer de exposições, a partir do domínio de suas aptidões projetuais, mostra-se plenamente apto a contribuir com a concepção de exposições mais qualificadas, sendo capaz de promover contato e uma interação mais sensível entre o público e a obra. Tornando-se assim, um afiado instrumento à caminho da democratização da arte.

6. REFERÊNCIAS

ADG BRASIL. **O Valor do Design**: Guia ADG Brasil de prática profissional do designer gráfico. São Paulo: ADG Brasil/SENAC-SP, 2004.

BARDI, Lina Bo. **O Museu de Arte de São Paulo**: Função Social dos Museus. *In*: Habitat, no. 1, out/dez-1950, p.17.

_____. **Explicações sobre o Museu de Arte** in jornal “O Estado de São Paulo”, 5/abr/1970 - Arquivo Instituto Lina Bo e P M Bardi.

BARDI, Pietro Maria. **"L' expérience didactique du Museu de Arte de São Paulo**: An Educational Experiment at the Museu de Arte. vol. 1(3-4), Paris, UNESCO, 1948.

_____. **História do MASP**. São Paulo: Instituto Quadrante, 1992.

BONSIEPE, Gui. **Teoria e prática do Desenho Industrial**.

Lisboa: Centro Português de Design, 1992.

CHAGAS. M. **O campo de atuação da museologia**. Cadernos de Museologia (Nº2). 1994. _____. **Museália**. Rio de Janeiro: JC Editora, 1996.

COSSIO, Gustavo. **Design de Exposição de Design**: três estudos sobre critérios projetuais para comunicação com o público. 2011. 204f. Dissertação de Mestrado em Design. Universidade Federal do Rio Grande do Sul. RS, 2011.

CONSERVAR. *In*: **MICHAELIS, Dicionário Brasileiro da Língua Portuguesa**. São Paulo: UOL, 2020. Disponível em: <<https://michaelis.uol.com.br/conservar/>>. Acesso em: 07 jul 2020.

COUTO, R. M. S.; OLIVEIRA, A. J. (Org.). **Formas do Design**: por uma metodologia interdisciplinar. Rio de Janeiro: 2AB: PUC-Rio, 1999.

CURY, Marília Xavier. **Exposição:** concepção, montagem e avaliação.

São Paulo: Annablume, 2006.

DANTAS, Regina Maria Macedo Costa. **A Casa do Imperador:** do Paço de São Cristóvão ao Museu Nacional. Rio de Janeiro, 2007.

DAVALLON, Jean. **L'exposition a l'oeuvre:** stratégies de communication et médiation symbolique. Paris: L'Harmattan, 2000.

DONDIS, Donis A. **Sintaxe da linguagem visual.** São Paulo: Martins Fontes, 1997.

FALK, JOHN, E DIERKING, LYNN. **The museum experience.** Washington DC: Whalesback Books, 1992.

FERNÁNDEZ, L.A.; FERNÁNDEZ, I.G. **Diseño de exposiciones:** concepto, intalación y montaje. Madrid: Alianza Forma, 2010.

FERREZ, Helena Dodd. **Documentação Museológica:** Teoria para uma Boa Prática. *In:* IV Fórum de Museus do Nordeste, 1991.

FONTOURA, A. M. EdaDe: **A Educação de Crianças e Jovens Através do Design.** 2002. 334f. Tese de Doutorado em Engenharia de Produção: UFSC, 2002.

FRANCO, Maria Ignez Mantovani. **Planejamento e Realização de Exposições.** Brasília, DF: Ibram, 2018.

HUGHES, Philip. **Exhibition design.** London: Laurence King Publishing: 2010.

IBRAM. **Museus e a dimensão econômica:** da cadeia produtiva à gestão sustentável. Brasília, DF: Ibram, 2014.

LARA FILHO, Durval. **Museu:** de espelho do mundo a espaço relacional. 2006. 139f. Dissertação de Mestrado em Ciência da Informação - Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2006.

LORENC, J., SKOLNICK, L., BERGER, C. **What is exhibition design?** Hove: Rotovision, 2007.

O'DOHERTY, Brian. **No interior do cubo branco:** a ideologia do espaço da arte. São Paulo: Martins Fontes, 2002.

POMIAN, Krzysztof. **Coleção.** *In:* Enciclopédia Einaudi v. 1. Lisboa: Imprensa Nacional, Casa da Moeda, 1984.

POULIN, Richard. **Graphic design in the built environment:** A 20th Century History. Minneapolis: Rockport, 2012.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de, **Metodologia do Trabalho Científico:** Métodos e Técnicas da Pesquisa e do Trabalho Acadêmico.

Novo Hamburgo - RS, Associação Pró-Ensino Superior em Novo Hamburgo - ASPEUR Universidade Feevale, 2013. Disponível em: <[http://www.feevale.br/Comum/midias/8807f05a-14d0-4d5b-b1ad-1538f3aef538/E-book %20Metodologia%20do%20Trabalho%20Cientifico.pdf](http://www.feevale.br/Comum/midias/8807f05a-14d0-4d5b-b1ad-1538f3aef538/E-book%20Metodologia%20do%20Trabalho%20Cientifico.pdf)>. Acesso em: 31 ago 2020.

SARTORELLI, César Augusto. **Arquitetura de exposições**: Lina Bo Bardi e Gisela Magalhães. São paulo: SESC, 2019.

SCREVEN, C. G. **Information Design in Informal Settings**: Museums and Other Public Spaces. In: Information Design. London: MIT Press, 1999.

SEGD. – Society for Environmental Graphic Design. Disponível em <<http://www.segd.org/home.html#/home.html>> Acesso em: 12 ago 2020.

VOLMMER, LARA (Org.) **ABC da ADG**: glossário de termos e verbetes utilizados em design gráfico. São Paulo: Blucher, 2012.

Contatos: contato.luapalasadany@gmail.com e zuleica.schincariol@mackenzie.br