

The image features a white background with three large, abstract purple shapes. Each shape is filled with a faint, light purple grid pattern. The shapes are defined by thick black outlines. One shape is a triangle on the left side. Another is a trapezoid-like shape at the top right. The third is a trapezoid-like shape at the bottom left. The word "EXPOGRAFIA" is centered in the white space between the shapes.

# EXPOGRAFIA



3

## 2. Expografia

O termo expografia foi utilizado pela primeira vez na França na década de 90 e teve como precursor e grande defensor André Desvalleé<sup>16</sup> (ARAUJO<sup>17</sup>, 2004, p.306). Este termo surgiu para que houvesse diferenciação entre outras áreas do conhecimento muito próximas a ela – como o vocábulo museografia que possui significado parecido, porém é sinônimo da Museologia aplicada, e essa área abrange métodos e técnicas necessárias para a implementação dos processos museológicos que incluem, mas não se restringem, ao desenvolvimento das exposições.

Ao questionar o que vem a ser uma exposição, MENESES (2004, p.208) define-a como uma “formulação de ideias, conceitos, problemas e sentidos, expressos por intermédio de vetores materiais”. Isso nos mostra que, de maneira geral, o ponto central de uma exposição é o objeto que está em comunicação constante com o público.

Scheiner (apud ROCHA 2003, p.6) complementa essa definição com o seguinte questionamento:

*“O que é uma exposição? É o principal veículo de comunicação dos museus com a sociedade, a atividade que caracteriza e legitima o museu como tal. Sem as exposições, os museus poderiam ser coleções de estudos, centros de documentação, arquivos; poderiam ser também eficientes reservas técnicas, centros de pesquisa ou laboratórios de conservação; poderiam ser, ainda, centros educativos cheios de recurso – mas não um museu.”*

Não somente os museus, que vêm nas exposições seu principal meio de comunicação, mas todas as instituições que produzem projetos expográficos e utilizam as exposições como vetores comunicacionais e interativos baseados na troca de experiências entre ela e o visitante.

Como visto no tópico sobre espaço expográfico, há muito tempo as exposições tinham como única tipologia gráfica o cubo branco, meio no qual não deveriam ser deixadas marcas de subjetividade estruturadora e os espaços deveriam ser trabalhados da forma mais neutra possível, deixando que o objeto comunicasse a ideia por si só, esperando também que o indivíduo possuísse experiência sensorial e cognitiva suficiente para que a comunicação pudesse ser compreendida.

<sup>16</sup> Foi um dos precursores dos ideais da nova museologia, privilegiando os novos paradigmas sociais. Sua linha de pesquisa defende a relação do homem com a realidade.

<sup>17</sup> Marcelo Mattos Araújo é diretor da Pinacoteca do Estado de São Paulo. Museólogo, foi diretor do Museu Lasar Segall. Colabora com instituições museológicas no Brasil.

Todavia, esse modo de pensar a exposição foi perdendo a força com a chegada de novas tecnologias e mudanças culturais sociais. Isso fez com que a expografia viesse ao longo dos anos desenvolvendo novas formas de se comunicar com o público, de modo que ele próprio tivesse condições de elaborar suas críticas diante dos objetos exibidos. Nesse sentido, a expografia fornecerá as ferramentas e o objeto dará o caminho para que o público tire suas conclusões. Para isso, a exposição deverá dominar a linguagem dos objetos expostos.

Para que as exposições possam obter êxito em comunicar sua mensagem ao público, um longo caminho deve ser percorrido e muitos detalhes devem ser observados. A exposição pode ser entendida como um ato de expressão do curador e/ou da equipe que a organiza. Desta maneira, a exposição deverá contar com uma equipe interdisciplinar qualificada para que o excesso de equipamento técnico e elementos gráficos não se sobreponham ao conteúdo, e vice-versa, de forma que todos possam discutir e chegar a um denominador comum e, com isso, a exposição passe a ser comunicada para um público mais amplo.

As equipes interdisciplinares citadas são formadas, segundo CURY (2005, p.33), por pesquisadores, educadores, designers e museólogos, a fim de responder a algumas indagações que são levantadas ao longo da exposição e que tem por objetivo entender melhor o comportamento do visitante na mesma. Os questionamentos levantados são “como as pessoas aprendem, o quê e como estamos ensinando e, ainda, quais são as melhores estratégias expográficas de comunicação”.

Outro ponto de vista interessante sobre as exposições é defendido por CURY (2005, p.34). Para ela a exposição é considerada uma obra (de arte) onde a experiência do visitante ocorre com a interação dos signos comunicados por ela e a mensagem que é sintetizada e compreendida por ele:

*“Se considerarmos uma exposição como obra (e a considero), a experiência do público ocorre pela apreciação que ele faz a partir de seu universo referencial, criando uma síntese subjetiva.”*

Para que se possa estabelecer uma comunicação e troca de experiências entre a exposição e o público, elas deverão utilizar elementos que busquem interação e que façam, de certa maneira, com que o público possa fazer parte dela e recriá-la à partir dos conhecimentos adquiridos.

## 2.1. Elementos da expografia

Como vimos anteriormente, as exposições têm por intuito provocar uma atitude ativa no visitante. Mas de que forma ela conseguirá atingir esse objetivo?

Para responder a esse tipo de pergunta focaremos essa pesquisa nas exposições comunicativas explicitadas no capítulo anterior.

As exposições comunicativas são também, em sua maioria, interativas, pois buscam fazer com que o público faça parte dela e a recriem a seu modo trazendo à tona a troca de experiências e conhecimento.

CURY (2005, p.41) nos mostra que há muito mais em uma exposição do que uma simples mensagem a ser passada ao público. “Dizer que exposição é a transmissão de uma mensagem a um determinado público-alvo por meio de objetos ganha um sentido negativo ou equivocado ou, ainda, limitado.”

Isso pode passar a ideia de que a instituição já possua todo o conhecimento e compreensão estruturados de forma que o público estará apenas apto a recebê-la e compreendê-la sem a obrigação de interrogá-la.

Antes de mais nada, não podemos falar de exposições e o modo como são estruturadas sem ressaltar que são concebidas com base nas experiências prévias do público.

Sobre os elementos de construção de uma exposição, CURY (2005, p.42) divide-a em duas partes:

*Exposição é, didaticamente falando, conteúdo e forma, sendo que o conteúdo é dado pela informação científica e pela concepção de comunicação como interação. A forma da exposição diz respeito à maneira como vamos organizá-la, considerando a organização do tema (enfoque temático e seu desenvolvimento), a seleção e articulação dos objetos, a elaboração de seu desenho (a elaboração espacial e visual) associados a outras estratégias que juntas revestem a exposição de qualidades sensoriais.*

Essas seriam as espinhas dorsais de uma exposição. Tendo estes elementos bem delimitados, o enfoque a ser dado ao projeto expográfico poderá ser mais cuidadoso.

Os elementos que poderão ser utilizados em um projeto expográfico são ilimitados, dependendo do enfoque da exposição e do grau de importância que um elemento deverá ter em detrimento ao outro. Esses recursos podem variar de textos, ilustrações, legendas, fotografias, cenários, mobiliários, até sons, texturas, cheiros e a própria temperatura do espaço podem ser trabalhados de forma a causar novas sensações e provocar a interação e imersão do público com os objetos expostos.

A apropriação do espaço expográfico e o desenho da exposição podem torná-la linear, seguindo um começo, meio e fim onde cada acontecimento depende da compreensão do anterior; ou episódica, onde o próprio público irá construir a ordem dos acontecimentos de modo a formar sua própria compreensão da exposição, de forma não linear.

Então, para podermos responder ao questionamento levantado anteriormente, a exposição atingirá seus objetivos onde, além de conseguir comunicar a sua mensagem ao público, fizer com que os mesmos construam seus conhecimentos com as ferramentas interativas disponíveis ao longo da exposição.

## 2.2. Relação da expografia com o objeto, indivíduo e espaço expositivo

Pudemos notar, com o conteúdo já exposto, que o espaço expositivo é território de intensa discussão entre o indivíduo e os objetos.

Vimos também que o objeto tem como pressuposto comunicar uma mensagem ao indivíduo de forma que a sintetize e gere novos objetos a partir desses questionamentos. Mas de que forma esses objetos são apresentados para que o indivíduo possa realizar essa reflexão?

Eis que entra o espaço expográfico como mecanismo de diálogo entre o indivíduo e o objeto, de modo a transmitir a mensagem de forma clara ao indivíduo. O trabalho da expografia é fazer com que essa tríade funcione em harmonia levantando questionamentos ao indivíduo por meio dos objetos e do espaço expográfico.

Essa relação da expografia com o objeto, indivíduo e espaço expandiu as exposições, que começaram a atingir um público maior e mais diversificado, como é possível observar no relato de Maria Violeta Polo<sup>18</sup> (2005, p. 7)

*Em meados da década de 1990 as exposições de arte no Brasil, que antes eram visitadas apenas por uma elite cultural, sofreram uma importante mudança. Elas foram conquistando um espaço cada vez maior, inclusive na mídia, o que favoreceu organizações de mega-exposições populares. Questionamentos sobre a forma dessas exposições tornaram-se cada vez mais presentes. Uma das principais perguntas voltava-se para a escolha da expografia a ser aplicada em cada mostra.*

Segundo CURY (2005, p.38) “procura-se a interação entre mensagem expositiva e o visitante, para que a exposição permita uma experiência de apropriação de conhecimento”. Ou seja, a exposição ter por função trabalhar o espaço expositivo com os objetos a serem expostos de modo que possa haver uma interação entre a mensagem a ser transmitida e o público.

Falamos aqui em comunicação e interação, tópicos que serão explicitados mais adiante, como fonte de relação entre essa tríade. CURY (2005, p.87) também afirma que a “exposição não tem importância por si só, mas sim pela interação entre o museu (o autor), a exposição propriamente e o público”.

Assim, para que a exposição receba uma conotação mais importante, ela deverá estar diretamente ligada à experiência do usuário com os elementos expositivos (objetos e espaços).

<sup>18</sup> É Mestre em Artes pela UNESP (2006) e Bacharel em Artes Plásticas pela UNESP (2003). Desenvolveu seu mestrado e iniciação científica como bolsista da FAPESP na área de história da arte com o foco em expografia e curadoria. Atua nas seguintes sub-áreas: escultura e Designer em cerâmica, pintura em encáustica e óleo, fotografia, cenografia, expografia, reciclagem e experimentação de novos materiais.

## 2.3. Comunicação e interação

Como foi possível observar durante a leitura dessa pesquisa, o objeto no museu é uma informação, pois ele estando em ambiente externo é neutro, ilusório, sem dono, que é tão imparcial, que é composto de vários significados e o objeto colocado no museu, passa por seleção e classificação e se completa com as experiências dos visitantes. Assim sendo, até onde a forma de selecionar, preservar e apresentar esses objetos para a sociedade são as verdadeiras funções do museu? Partindo desse questionamento, os historiadores, curadores e museólogos começaram a pensar nesse objeto como uma forma de comunicação, mas para se alcançar isso seria necessário interação. Com isso, surgiu um novo conceito de exposição, as exposições comunicativas. Esse novo paradigma para a museologia procura a relação entre o objeto, o homem e o espaço.

As mudanças na sociedade e o surgimento de novas tecnologias colocaram os museus a prova e dessa forma estes precisaram sair em busca de novos recursos para apresentar seus objetos para a sociedade. Entende que esse novo modo do museu ver a informação e assim trabalhar as exposições com o olhar da comunicação, dá a ele o rumo que deveria ter seguido desde o início dos tempos:

*“Esse novo enfoque, além de reorganizar as práticas museográficas, orientando-as para a sustentação do fenômeno da comunicação, deu à exposição a qualidade de unidade de análise do fato museal. (...) O fato museal é entendido como o processo de comunicação e apreensão da ideia apresentada (tema/conhecimento produzido), através da exposição de um objeto (coleção) em um cenário (museu). (BRUNO, 2004, p.28)*

A informação é o registro de um tempo, lugar, cultura e convivência. Para que a comunicação dessa informação aconteça entre o emissor e receptor, é necessária a interdisciplinaridade das mais diferentes áreas com a museologia. No início, a História era a área mais importante e fundamental para o museu. Hoje em dia, áreas como Design, Arquitetura, Planejamento e Gestão cultural complementam a História, permitindo a ampliação do campo de visão da informação. Para que haja a interligação entre essas áreas, é preciso observar a comunicação como transmissão entre emissor e receptor, que ocorre por meio da interação. ROCHA (2005, p.70) expõe que “a comunicação envolve um sistema de significação através do qual uma ordem social é comunicada, reproduzida, experimentada ou explorada”. Esse sentido é construído com a cultura do objeto apresentado e a cultura do receptor. Ou seja, a comunicação provoca um choque de culturas, que faz com que o homem aprenda algo novo, se lembre de algo que ele já viveu ou lhe permite pensar no objeto com funções para o futuro. Essa colisão é a chave para a narrativa do objeto museal que é formada por interpretação e comunicação. ROCHA (2005, p. 52) explica que isso acontece porque o “sentido modifica-se de acordo

com o fluxo interacional entre os sujeitos e os diferentes contextos, que geram uma nova visão de mundo e, conseqüentemente, implicam em cisão, fusão e refusão de culturas.”

A importância da exposição para a comunicação é apresentada através de duas vertentes: na primeira, a representação, se refere à verdade e nesse contexto, a exposição é planejada para apresentar algo existente e no qual não haja mudanças que interfiram em sua forma, conceito ou significação; na segunda, a simulação, que exige uma constante pesquisa e introdução de informação, já que nesse contexto, a exposição irá representar algo existente, mas que está aberto às mudanças todo o tempo. (MONTEIRO<sup>19</sup>, 1998, p.52).

CURY (2005, p.39) concorda com MONTEIRO que as exposições têm como finalidade “reduzir a lacuna existente entre o que estimulou o autor (artista) a fazer o artefato”, criando assim uma cadeia de novos significados e expressões que são compartilhados, interpretados e revelados.

A dinâmica cultural criada a partir do contexto da interação permitiu observar que a comunicação faz parte da obra, não sendo apenas um meio para transmitir informação. Assim, o foco de atenção do visitante passa a ser o processo de concepção da obra e não somente o objeto por si só. Nessa nova visão, o museu ganha dinâmica e explora melhor as suas atuações perante a sociedade e valoriza sua própria existência como um local de organização dos objetos e circulação dos seus significados. Essa movimentação de signos se efetiva no momento que a informação é transmitida ao receptor e o diálogo que isso cria transforma o museu em um membro atuante na sociedade e permite ao visitante fazer parte das suas influências e atuações.

### 2.3.1. Relação entre visitante e exposição

O visitante é peça importante na nova abordagem da Museologia, pois é ele quem faz com que o questionamento sobre a função do museu ocorra. Dessa forma, ele foi incluso no processo da comunicação, como receptor das informações. Isso tudo aconteceu devido as transformações da sociedade que levaram a um aumento na procura de uma mensagem que fosse além daquela pré-estabelecida. Hoje, as pessoas buscam na comunicação uma forma de expressão e contribuição na formação dos significados dos objetos. Ou seja, o visitante passou a ser um colaborador do museu, por meio de suas experiências e conhecimentos.

Para que a comunicação ocorra, CURY (2005, p.45) apresenta os modelos de transmissão e qual a condição do emissor e receptor:

<sup>19</sup> Aline Veríssimo Monteiro tem experiência na área de Psicologia, com Ênfase em Tecnologia e Cognição. Formada em Psicologia pela UFRJ (1993), Mestre e Doutora em Comunicação pela UFRJ (1998/2004).



*[...] no modelo transmissivo de comunicação a mensagem é fechada e o público é passivo. Em outro momento, o modelo de comunicação museológica foi flexibilizado pela avaliação. A comunicação tem bases explicativa e argumentativa e o público, embora ativo, é re-ativo, pois o modelo comunicacional museológico ainda está preso às intenções do museu e à ideia de "impacto" da comunicação na vida das pessoas.*

Os métodos atuais da Museologia para elaboração da exposição permite uma ligação indireta entre o visitante e os profissionais que aturam nessa montagem pois, antes de mais nada, os profissionais do museu também são indivíduos, pertencentes a uma sociedade cultural. A exposição então torna-se uma cadeia de troca de conhecimentos e vivências. Nesse âmbito cultural, o visitante procura ter suas expectativas superadas e também que a exposição acrescente novos significados para seus incessantes anseios de conhecimento.

Quando o museu propõe uma nova maneira de apresentar os objetos, focando explorar o processo de criação do mesmo e desvendar seus significados, ele permite ao visitante ser um participante dessa ação, interpretando e (re) interpretando os significados e valores apresentados no espaço expositivo.

Abigail Housen<sup>20</sup> (2004, p.371) ressalta que a participação do visitante no projeto expográfico não é um mero trabalho, mas sim um processo de cinco níveis:

#### ▪ **Narrativo**

Os visitantes de museus se entretêm com histórias que utilizem observações e sentidos concretos. A partir dessa primeira perspectiva, suas avaliações acerca das obras de arte são baseadas no que eles gostam e o que eles sabem a respeito de arte. À medida que os visitantes parecem entrar na obra de arte, seus comentários são entremeados por termos emocionais, tornando-se parte do desenrolar de um drama.

#### ▪ **Construtivo**

Os indivíduos criam uma estrutura para observar as obras de arte, usando as suas próprias percepções, conhecimento do mundo natural, valores morais e sociais e visões convencionais do mundo. Se a obra não parece ser do jeito que "deveria" (por exemplo, uma árvore ser alaranjada em vez de marrom ou se a maternidade for transposta para brigas sobre a sexualidade), então o indivíduo julga a obra "estranha", sem valor. A habilidade, a técnica, o trabalho árduo, a utilidade e a função não são evidentes. Respostas emocionais desaparecem à medida que os indivíduos se distanciam da obra de arte, focando só as intenções do artista.

<sup>20</sup> É uma psicóloga americana, que atua nas áreas de percepção e reação do público perante às obras de arte.

### ▪ **Classificatório**

Os indivíduos descrevem a obra usando terminologia analítica e crítica similar à dos historiadores. Eles classificam a obra de acordo com o lugar, a escola, o estilo, o tempo e a proveniência. Eles decodificam a superfície da tela em busca de indícios, usando o seu cabedal de fatos e figuras. Uma vez separada em categorias, o indivíduo explica e racionaliza o significado e mensagem da obra.

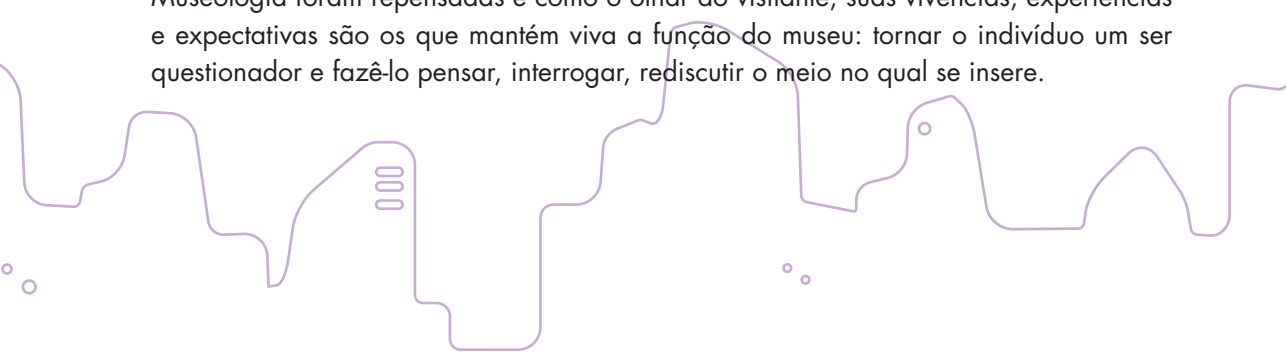
### ▪ **Interpretativo**

Os indivíduos buscam criar algum tipo de relação pessoal com a obra de arte. Eles exploram a tela, permitindo que interpretações da obra lentamente se revelem; eles apontam sutilezas de linha, forma e cor. Sentimentos e intuições precedem a percepção crítica, à medida que esses indivíduos permitem que os símbolos e significados da obra emergem. Cada novo encontro com uma obra de arte evoca novas comparações, percepções e experiências. Eles aceitam a ideia de que o valor e a identidade da obra estão sujeitos a reinterpretações, e vêem uma possível interpretação passível de mudança.

### ▪ **Re-criativo**

Os indivíduos, depois de terem estabelecidos uma longa história de observação e reflexão sobre obras de arte, estão agora prontos para suspender a incredulidade. Uma pintura familiar é com um velho amigo – imediatamente conhecida, mas ainda cheia de surpresas, que necessita de atenção diária e plena. Em todas as amizades significativas, o tempo é um elemento-chave. Conhecer a ecologia da obra – o seu tempo, a sua história, as suas questões, as suas viagens e as suas complexidades – a desenvolver a sua própria história com a obra, em particular, e com a observação, em geral, permitem a esses indivíduos combinar uma contemplação pessoal com uma que abarca preocupações mais universais. Aqui a memória mistura a paisagem da pintura, combinando as visões pessoais e universais.

Por esses níveis apresentados, é possível observar que o indivíduo é a peça fundamental do processo cronológico de atividades do museu, ou seja, foi por ele que se surgiu a necessidade de armazenar objetos para contar a história das sociedades, foi para alcançar um público-alvo maior e disseminar a cultura que as perspectivas da Museologia foram repensadas e como o olhar do visitante, suas vivências, experiências e expectativas são os que mantêm viva a função do museu: tornar o indivíduo um ser questionador e fazê-lo pensar, interrogar, rediscutir o meio no qual se insere.



## 2.4. O Design aplicado na expografia

Partindo do conceito expográfico visto anteriormente, podemos abordar com maior clareza a importância do Design para a expografia. O texto em questão busca questionar a ideia simplista de que o Design é apenas uma atividade projetual que desenvolve produtos industriais, pois, além de objetos, o Designer produz signos.

O Design pode funcionar como um sistema multidirecional que está relacionado diretamente com o objeto, o indivíduo e o espaço. Suas características são: sensorial, trabalha diversas formas de comunicação, busca sistemas de códigos diferenciados dos quais estamos acostumados, ou seja, cria novas condições perceptivas e estabelece o aspecto efetivo do projeto, dando forma e funcionalidade sem perder o objetivo, usando de metodologias já existentes e conceitos estabelecidos na pesquisa.

Para melhor entendermos esta relação, BORDIEAU (apud CARDOSO<sup>21</sup>, 2005, p. 3) nos diz que em suma, expor é, sobretudo um processo cujo resultado não é o de um novo objeto, mas é antes, o de uma profunda experiência cognitiva. Quer isto dizer que à pura percepção dos objetos se sobrepõe a sua interpretação; a orientação à sua leitura; a intervenção do observador e a sua apropriação simbólica ao seu valor de uso.

Desta maneira, entende-se que a real necessidade de um projeto expográfico é atentar-se a detalhes como o uso de materiais específicos e o conhecimento em inovação tecnológica para que dessa forma possa-se construir um significativo conjunto de soluções técnicas e construtivas, para posteriormente estabelecer um diálogo entre o espaço da exposição e objetos e/ou conceitos a expor nesse local de maneira legível e organizada.

Esse processo de elaboração do projeto expográfico permite ao Designer a possibilidade de expandir o espaço expositivo, indo além das estruturas básicas internas, podendo extrapolar o seu espaço interior para além do contentor que o abriga.

É função do Design destacar algumas questões inerentes a qualquer guia expositivo acerca do desenvolvimento funcional, conforme CARDOSO nos apresenta:

- Que caráter quer dar à exposição, o de permanente ou o de temporária?
- Qual o modo de expor os objetos? Qual a mensagem? Qual o conceito?
- Quais os critérios para a sua percepção visual e qual a articulação com os conteúdos resultantes da pesquisa científica?
- Como ordenar a coleção no espaço então definido? Segundo uma orientação cronológica, temática, tipológica, métrica, sequencial, seriada, etc.
- Como preparar e orientar o circuito da exposição? Usando uma sinalética direcional, instalando monitores de apoio ao visitante, usando um apontamento

<sup>21</sup> Maria da Luz Nolasco Cardoso é licenciada em Design de Equipamentos pela Escola Superior de Belas Artes de Lisboa e mestre em Museum Studies pela Universidade de Leicester.

linear e cromático ao nível do pavimento, modelando a luz e dirigindo a sua orientação espacial e focal, etc.

Um exemplo de Design aplicado na expografia é a exposição *Menas, o certo do errado, o errado do certo*, situada no Museu da Língua Portuguesa. Esta foi uma exposição temporária que defendia a ideia de que há mais de uma maneira de analisarmos a linguagem do que a velha dicotomia do certo ou errado, a maneira que olhamos para o mundo e com quais conceitos entendemos nossa língua.

No caso da *Menas*, a exposição funcionou diretamente ligada com a estrutura arquitetônica do museu, trabalhando todo seu espaço de forma linear, seguindo um ritmo, porém episódica, onde o visitante pôde construir o seu próprio caminho dentro da exposição. Merece destaque também a sinalização, com placas claras e objetivas. Além disso, as obras expostas foram cuidadosamente selecionadas e aplicadas de maneiras inusitadas e a interação com o público fez com que ele aprendesse e se divertisse ao mesmo tempo.

