



Caminhos
da Memória

Para fazer uma
exposição



SaberMuseu



Caminhos
da Memória

Para fazer uma
exposição

2017

Presidente da República

Michel Temer

Ministro da Cultura interino

João Batista de Andrade

Presidente do Instituto Brasileiro de Museus

Marcelo Mattos Araujo

**Diretora do Departamento de
Processos Museais**

Renata Bittencourt

**Diretora do Departamento de Difusão,
Fomento e Economia dos Museus**

Eneida Braga Rocha de Lemos

**Diretor do Departamento de
Planejamento e Gestão Interna**

Denio Menezes da Silva

**Coordenador Geral de
Sistemas de Informação Museal**

Alexandre Cesar Avelino Feitosa

Coordenação de Museologia Social e Educação

Cinthia Maria Rodrigues Oliveira

Equipe técnica

Dalva Oliveira de Paula

Daniilo Alves de Brito

Joana Regattieri Adam

Juliana Vilar Ramalho Ramos

Kim Rafael Lima Carvalho Teixeira de Albuquerque

Maria das Graças Rocha Gonçalves Silva

Mônica Padilha Fonseca

Raquel Fuscaldi Martins Teixeira

Renata da Silva Almendra

Sandro dos Santos Gomes

Vitor Rogério Oliveira Rocha

Vivian de Oliveira Cobucci

Pesquisa e elaboração do texto

Katia Bordinhão

Lúcia Valente

Maristela Simão

Colaboradores

Angelo R. Biléssimo

Cesar Valente

Projeto gráfico e diagramação

Cesar Valente

Revisão

Bruno Aragão

I59

Instituto Brasileiro de Museus.

Caminhos da memória: para fazer uma exposição. / pesquisa e elaboração do texto Katia Bordinhão, Lúcia Valente e Maristela dos Santos Simão – Brasília, DF: IBRAM, 2017.

88p. : il. ; 20,5 cm. – (Série Caminhos da Memória, 1)

ISBN: 978-85-63078-55-1

1. Memória. 2. Expografia. 3. Exposição I. Instituto Brasileiro de Museus. II. Maristela dos Santos Simão. III. Kátia Bordinhão. IV. Lúcia Valente. V. Título.

CDD 069.074

Ficha elaborada pelo
Centro Nacional de
Estudos e Documentação
da Museologia

Sumário

APRESENTAÇÃO	5	O processo criativo	26	DEPOIS	41
INTRODUÇÃO	8	A equipe	26	Desmontagem	41
EXPOSIÇÕES	11	Curador	27	Avaliação	41
ANTES	15	Projeto	29	RECURSOS EXPOGRÁFICOS	43
O básico	15	Módulos	30	Conservação	45
Local	15	Abertura e ficha técnica	30	Cor	46
Nome	17	Suportes	31	Luz	53
Duração	17	Segurança	31	Climatização	57
Data	17	Ação educativa	33	Som	57
Público-alvo	17	Acessibilidade	34	Texto e legibilidade	59
Acervo	19	Orçamento	34	Suportes	67
Recursos financeiros	19	Cronograma	34	EXERCÍCIOS	79
O conceito	21	Divulgação	35	1. Habilidades	79
Objetivos	23	DURANTE	37	2. Ideias	83
Pesquisa	23	Montagem	37	3. Maquete	85
Narrativa	25	Manutenção	38	Roteiro para	
Identidade visual	25	Mediação	38	construção da exposição	87
		Lista de conferência	39	REFERÊNCIAS	88



Exposição "Diáspora", de Josafá Neves, Museu da Abolição/Ibram, dez/2016-mai/2017, Recife/PE

1

Apresentação

Marcelo Mattos Araújo

Presidente do Instituto Brasileiro de Museus (Ibram)

Tornada possível com o desenvolvimento do Ambiente Virtual de Aprendizagem Saber Museu, a educação a distância representa excelente alternativa encontrada pelo Ibram para atender à grande demanda por formação e capacitação de profissionais atuantes no campo museal brasileiro, eixo programático preconizado pela Política Nacional de Museus.

A criação da ferramenta virtual assegura de forma contínua e ampliada articular, coletar e divulgar informações, disponibilizar materiais didáticos e realizar parcerias que tornem

possível a oferta sustentável de cursos, oficinas, seminários e outras atividades formativas.

Já experimentado com sucesso em cursos presenciais e sob gestão de equipe pedagógica multidisciplinar, o ambiente virtual do Saber Museu enseja a criação de biblioteca virtual e física que agregue a expressiva produção de conhecimento gerada para a consecução do programa.

A série *Caminhos da Memória* vem ao encontro desta proposta didática e multiplicadora. Para iniciá-la, nada melhor que abordar um dos mais instigantes e fundamentais temas do universo museológico: o fazer de uma exposição. Boa leitura!

Saber Museu

Publicada em 2003, a Política Nacional de Museus (PNM) contém a Formação e Capacitação de Recursos Humanos como um dos seus eixos programáticos. Dentre os objetivos previstos para ser alcançados nesse item estão a ampliação da oferta de cursos de extensão e de oficinas nas diversas áreas de atuação dos museus, bem como o apoio à realização de fóruns de discussão para divulgação da produção de conhecimento da área dos museus, da memória social, do patrimônio cultural e da museologia.

Movido por esse intuito, o Ibram lança mão de uma ferramenta virtual para articular, divulgar, coletar informações, disponibilizar materiais didáticos e realizar parcerias para atender a demanda por formação na área museológica. Trata-se da plataforma Saber Museu.

O Saber Museu é um ambiente virtual de aprendizagem que visa integrar os diferentes esforços de formação já empreendidos pelo Ibram. Nesse sentido, seus objetivos principais são propor, organizar, promover e realizar ações formativas – presenciais e à distância – voltadas para aqueles que atuam no campo museal e demais interessados. Do mesmo modo, pretende estimular, apoiar e subsidiar cursos, oficinas, seminários e outras atividades de capacitação.

Um componente importante no sistema de educação à distância é o desenvolvimento e a produção de materiais de apoio aos cursistas. Pensando nisso, o Ibram criou a série *Caminhos da Memória*, a qual englobará os materiais instrucionais dos cursos ofertados pelo Saber Museu que dialoguem com essa temática. Disponibilizado nas versões impressa e online, cada

livro terá o aspecto de um caderno didático com informações básicas sobre um determinado assunto, a fim não só de orientar o leitor quando a ferramentas que auxiliem sua prática profissional, como também de fazer uma reflexão sobre o tema na sua importância como ferramenta de comunicação e seu papel no reconhecimento de identidades e na valorização da diversidade.

Para inaugurar a série *Caminhos da Memória*, o Instituto Brasileiro de Museus lança a publicação **Para fazer uma exposição**. O livro está dividido em três momentos: antes, durante e depois, abrangendo as fases de planejamento, execução e avaliação da montagem de uma exposição. Também são apresentados os recursos expográficos que servem como infraestrutura técnica para a criação de uma exposição. Essa obra didática tem finalidade introdutória do tema e não pretende, portanto, esgotar o assunto. Em vez disso, visa oferecer

orientações básicas e alguns recursos teóricos e metodológicos para auxiliar na construção de exposição simples e com poucos recursos. A educação a distância está cada vez mais presente em nosso país, conquistando espaços nos ambientes acadêmicos e corporativos. Muitos órgãos do Governo Federal, por exemplo, têm recorrido a essa modalidade educacional como forma de atender as suas demandas por capacitação. Nesse cenário, o Saber Museu surge como uma promissora iniciativa. Aliando economicidade e alcance geográfico, essa plataforma virtual viabiliza a oferta de cursos temáticos e de materiais instrucionais que podem abarcar boa parte das necessidades de conhecimento prático e teórico do campo museal. Um caminho a ser trilhado pelo Ibram de modo a contribuir para as ações de formação e capacitação.

Equipe Saber Museu

Introdução

Uma exposição se realiza no encontro entre sujeito (visitante) e objeto (conjunto expositivo), ou, numa concepção mais abrangente e atual, entre a sociedade e seu patrimônio. Embora seja bem possível criar exposições que não utilizam objetos materiais – apenas sons, imagens, luzes – haverá, no entanto, sempre um sujeito para quem essa exposição foi criada e que sem o qual ela não terá razão de existir.

Para alguns, as exposições representam os museus. Mas exposições podem ser criadas e apresentadas de muitos modos e sob inúmeros formatos, não sendo necessário, absolutamente, a utilização de espaços fechados, cobertos, construídos ou edificadas. Elas

podem acontecer em parques, ruas, florestas ou mesmo virtualmente. As possibilidades são muitas e a criatividade não cansa de acontecer.

O que torna uma exposição fascinante, na maior parte das vezes, é a vitalidade das linguagens e não o acervo em si. Para que se possa criar uma exposição fascinante, é necessário sempre ter claro o que se quer fazer, para quem se quer fazer e por que fazer. E, paralelamente, planejar, representar e visualizar o resultado da sua montagem, mesmo antes de ela ser executada. Isso deve ser feito, preferencialmente, por uma equipe multidisciplinar. A equipe deverá trabalhar de maneira afinada, desde sua concepção e deve assumir em conjunto a responsabilidade

pelo projeto. Caberá ao coordenador do projeto, um profissional de qualquer das áreas envolvidas, ter aptidão para liderar e concretizar o trabalho, motivando e envolvendo todos os membros do grupo. Um projeto expográfico, ou seja, o projeto de uma exposição envolve muitos itens e necessita de um bom tempo para ser feito.

Uma exposição se baseia na escolha e na apresentação de objetos que possam sustentar uma narrativa sobre um assunto determinado. As seleções e definições apontam as ideias e imagens desejadas e estabelecem, pelos sentidos, diálogos com o público.

Nesse sentido, a exposição é apenas a ponta do iceberg. Ela traz consigo, também, a questão da guarda e da conservação desses mesmos objetos. As decisões entre expor e conservar sempre levantam dúvidas e a forma de conciliar, de maneira responsável, a exposição e a conservação, é estabelecer um diálogo entre os profissionais das duas áreas.

Esse manual leva em conta a importância das exposições, o papel que elas exercem; seu custo em gastos, tempo e em esforço humano; e a complexidade de sua realização. Ele foi pensado como um guia, com orientações básicas que visam não só facilitar o desenvolvimento do trabalho, mas também a construção de uma reflexão crítica sobre as exposições. Procura atender, portanto, a necessidade de buscar o aprofundamento teórico e o conhecimento das novas metodologias.

O manual foi dividido em três tempos: antes, durante e depois; consideradas as fases de planejamento, execução e

avaliação e desmembradas em uma série de subitens que tentam enumerar questões fundamentais em todo o processo. Num capítulo adicional, optamos por detalhar os recursos expográficos que servem como infraestrutura técnica para a criação de uma exposição. Este capítulo detalha alguns conhecimentos específicos e pretende servir de suporte nas escolhas de cor, luz, textos, letras e outros itens importantes.

Não se pretende esgotar todo o assunto referente a exposições no trabalho a seguir, mas tentou-se, por meio de alguma pesquisa e com base em experiências práticas e estudos, pelo menos pinçar e esclarecer os pontos mais importantes e vitais a ser pensados. Nosso objetivo é oferecer possibilidades, não limitar as opções.

Esperamos que sirva como um apoio ou um ponto de partida para auxiliar profissionais que já atuam em instituições museológicas e mesmo aqueles interessados e curiosos no assunto.

- ◆ Sobre museografia e expografia, ver:
Exposição: concepção, montagem e avaliação, de Marília Xavier Cury.
A exposição museológica como estratégia comunicacional: o tratamento museológico da herança patrimonial, de Marcelo Bernardo da Cunha.



Uma exposição pode ser criada e apresentada sob diferentes formatos, mas é no encontro entre sujeito (visitante) e objeto (conjunto expositivo) que ela se realiza

Exposições

1 São parte de um sistema de comunicação, com lógica e sentido próprios. Pretendem desempenhar um papel para **representar e comunicar** histórias, tradições, novidades, conhecimentos, modos de fazer e viver.

2 Muitas vezes podem ser o primeiro contato dos visitantes/espectadores com determinado assunto, questões da vida, de particularidades, do passado, das artes, da ciência e de muitas outras áreas do conhecimento humano.

3 Resultam de uma soma de esforços, coletivos e individuais, de conteúdo teórico e conceitual, transformados na materialidade das cores, das texturas, na qualidade e

quantidade dos objetos, do local, da iluminação.

4 Traduzem discursos e narrativas por meio de intermediações sensoriais, como imagens, sons, cheiros, sensações. Expor é, ainda, escolher o que ocultar, optar entre o que lembrar e o que esquecer. A exposição, deste modo, traduz anseios, medos, questionamentos, afirmações, perguntas e respostas, propondo soluções por meio de uma discussão pública e coletiva.

Expor é também, e sobretudo, **propor**.

(BELLAIGUE,1996:45 e CUNHA, 2005:2-4).

5 Exposições devem ser instrumentos para a produção, reprodução e difusão de conhecimentos. São espaços para a circulação de ideias, e, deste modo, profundamente ideológicas e essencialmente políticas. Espaços para revelar e tornar público posicionamentos.

6 *“Expor é ou deveria ser, trabalhar contra a ignorância, especialmente contra a forma mais refratária de ignorância, a ideia pré-concebida, o preconceito, o estereótipo cultural. Expor é tomar e calcular o risco de desorientar-se - no sentido etimológico (perder a orientação, perturbar a harmonia, o evidente e o consenso, constitutivo do lugar comum, do banal)”*
(MOUTINHO, 1994:4)



Museu de Belas Artes de Young, San Francisco, USA

Para começar a pensar a exposição

Por que fazer?

O primeiro passo para a concepção de uma exposição reside nesta pergunta. Para mostrar assuntos, artistas, objetos, ofícios; para colocar conceitos em discussão; para prestar atenção em algum acontecimento; para dar visibilidade a uma comunidade; questionar atitudes; exercitar a criatividade.

Para quem fazer?

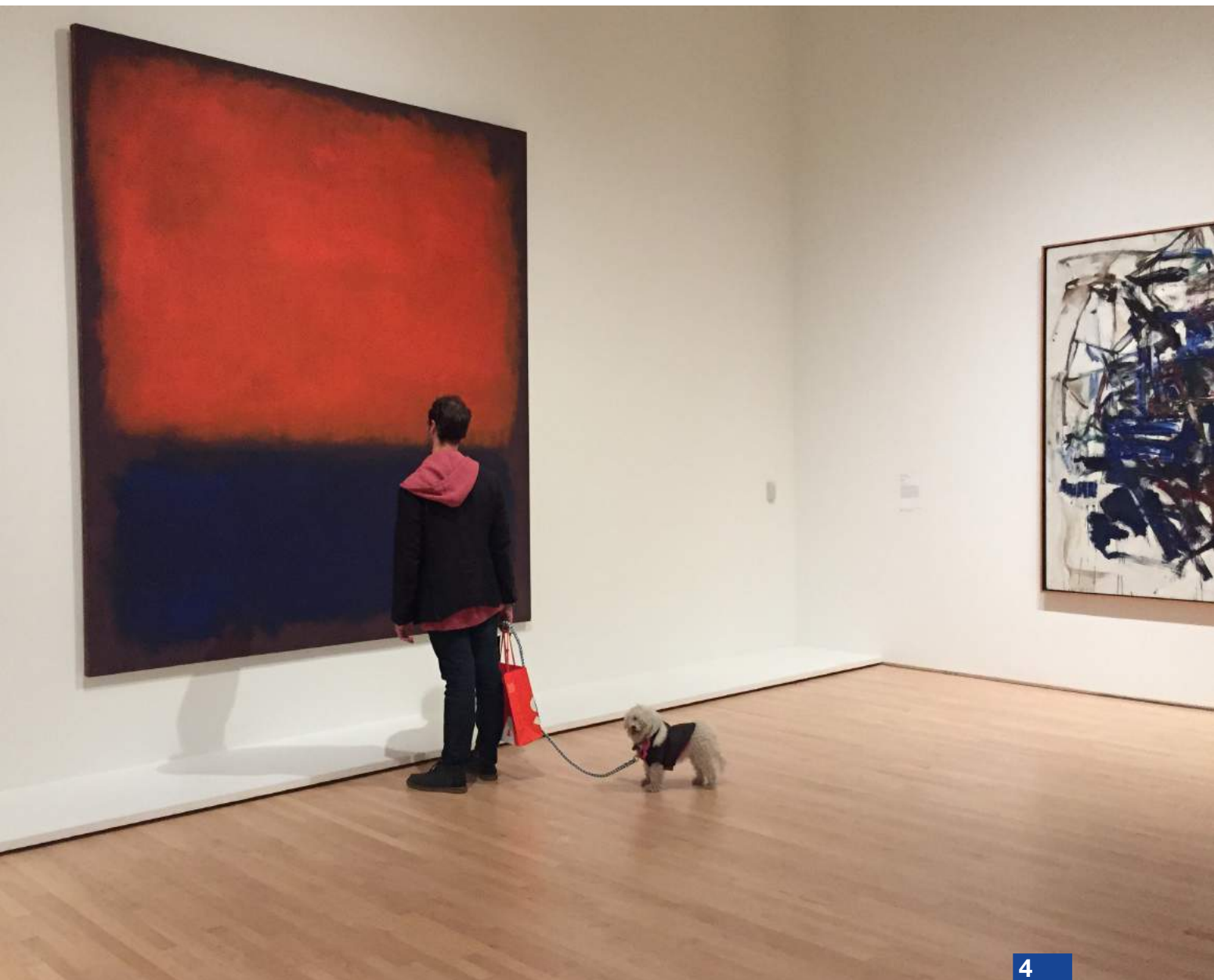
Quem são as pessoas que queremos atingir com nossa exposição? O que elas pensam, do que gostam, o que as motiva a sair de casa? Seremos capazes de provocar alguma mudança nessas pessoas, apresentar novos pontos de vista, quebrar paradigmas? Considerar nosso público possível e desejável ajuda a desenhar melhor nosso projeto.

O que fazer?

Qual será a ideia, a proposta que será desenvolvida na exposição? O que se pretende mostrar? Qual será o caminho escolhido para a transmissão das informações contidas nos acervos e nos desejos? Há que se ressaltar que, em uma exposição, é necessário fazer escolhas, não é possível mostrar tudo sobre as propostas, os objetos e as ideias.

Pesquisa

Análise e levantamento de temas podem orientar o conteúdo da exposição. Uma das etapas mais importantes na definição do que será exposto é a pesquisa, que pode ser histórica, antropológica, cultural, tecnológica, de conceitos e outras, e que vai fundamentar as diversas escolhas que serão feitas durante todo o processo.



Antes

O básico

Local

Onde será realizada a exposição?

Verificar a viabilidade do espaço, os itens de segurança e a acessibilidade do público visitante. Conferir detalhes como placas de saída, existência de extintores, alvará dos bombeiros e condições construtivas do espaço.

Autorizações poderão ser necessárias, tanto em lugares privados quanto públicos, como por exemplo, alvarás e pedidos formais por escrito para a utilização do espaço. Considerar prazos para as viabilizações de licenças, quando exigidas.

Definido o local, é necessário fazer um rascunho desenhado

e escrito do espaço físico. Um esboço, também conhecido por croqui. Contém uma avaliação do local, planta baixa com medidas e áreas aproximadas, pontos de iluminação, existência de climatização, mobiliário fixo e móvel disponíveis, mobiliário de conforto (necessário para uma boa visitação e fruição), itens de segurança, acessos, circulação.

Nesta etapa já devem ficar claras as condições de uso do espaço: o que pode e o que não pode ser retirado, acrescentado, pendurado, pintado.

Todas estas informações sistematizadas facilitarão o desenvolvimento na construção e na divulgação da exposição.



Exposição "¡Mira! – Artes Visuais Contemporâneas dos Povos Indígenas", Casa da Cultura da América Latina (CAL) da Universidade de Brasília (UnB), 2014, Brasília, DF

Nome

É importante que o título da exposição apresente, da melhor forma possível, o seu conteúdo, seja de fácil entendimento, e que também possua características que contribuam para uma rápida memorização.

Os títulos podem ser divertidos, lúdicos, interessantes, curtos, de uso cotidiano, ou que, de alguma maneira, causem curiosidade. Muitas vezes, há alguém na própria equipe com facilidade no uso das palavras. Deve-se ouvir todas as sugestões, anotá-las, analisá-las e depois de algum tempo, selecionar a melhor.

Duração

Pensar na duração de uma exposição pressupõe definir seu perfil. As exposições podem ser de curta, média ou longa duração e, nesses casos, estão diretamente relacionadas ao tempo de permanência para visita pública. Podem também ser itinerantes (aquelas que permanecem em um local e,

depois de um determinado prazo, seguem para serem montadas em outro local). O tempo que uma exposição permanece em “cartaz” demanda diferentes orçamentos, estratégias de divulgação, usos e tipos de materiais expositivos, acarretando mais trabalho e mais custos. Esse tempo também vai determinar alguns cuidados com a conservação do acervo selecionado para a exposição. Ver item Conservação, na página 41.

Data

É necessária a fixação de data de início e término da exposição. Esta informação será útil para o estabelecimento de metas, composição de cronograma de desenvolvimento, orçamento, montagem e desmontagem. Os melhores dias da semana para abertura de uma exposição, geralmente, são a quinta ou a sexta-feira.

Público-alvo

É parte de um universo de pessoas que se deseja que visite a exposição. Normalmente, quando se monta

uma exposição, trabalha-se para adaptá-la e para atingir a todos, mas é essencial ter consciência da dificuldade deste alcance.

Identificar e conhecer o público, especificamente aquele que se quer atingir, seus hábitos, preferências, necessidades e interesses, como se locomove, lugares que frequenta. É parte de uma importante pesquisa inicial.

Acervo

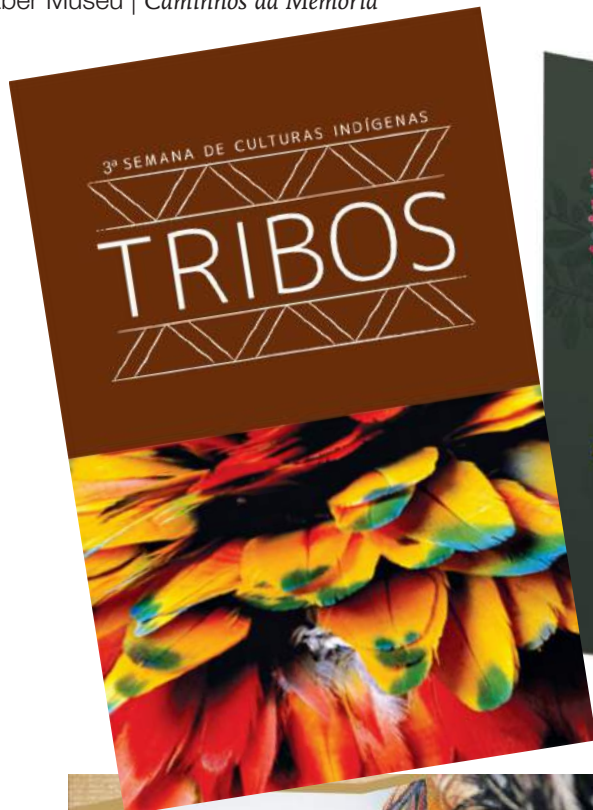
Escolha e relação dos objetos que farão parte da exposição, estejam eles ou não na instituição ou sob sua guarda. Nesta etapa está a criação de obras, se for o caso, quem faz e como; a arrecadação de objetos através de pedido para instituições, pessoas, comunidade, artistas, enfim, todos que de alguma forma estejam envolvidos com a ideia. Existe sempre a possibilidade de utilizar o acervo que já existe na instituição museal, de criar uma nova narrativa com os objetos que se encontram na reserva técnica e dar uma outra roupagem para o que está próximo. O público que visita o museu

pode se surpreender com novos arranjos e linguagens que podem ser inventadas e concebidas a partir do que se tem à disposição. Combinar o acervo que se tem e propor releituras por artistas locais, visitantes ou alunos é uma boa alternativa.

Vale lembrar que qualquer “coisa” pode virar acervo! Ver figuras 6, 7 e 8.

Recursos financeiros

Quanto poderá ser gasto e quais valores estarão disponíveis para a viabilização do projeto. Haverá necessidade de fazer um orçamento geral indicando a origem dos recursos para cada item, implementação e manutenção da exposição. Dependendo da situação, se for preciso, levantar recursos financeiros dentro ou fora da instituição e estabelecer uma série de ações que podem ajudar na concretização do projeto. As parcerias e os voluntários também devem ser considerados como recursos valiosos. É importante controlar regularmente o orçamento.



Exemplos de nomes de exposições e amostras de cartazes, divulgados nos sites das instituições



O conceito

Essa é a parte primordial, e deve ser sempre enfatizada. A exposição precisa ter uma intencionalidade, de modo que as escolhas sejam conscientes e direcionem o trabalho ao resultado que se busca. É preciso saber o que se quer dizer, para então desenvolver a maneira mais adequada possível para dizê-lo.

“Exposição é ação com reflexão, é experimentação, é prática embasada em teoria, é ensaio e erro”

(PLANEJAMENTO DE EXPOSIÇÕES, 2001:12)

Neste momento procura-se criar estratégias que facilitem o desenvolvimento das ideias, como por exemplo: uma equipe multidisciplinar que contemple várias habilidades profissionais, uma dinâmica com exercícios de criatividade, uma pesquisa de exposições anteriores, uma listagem de exposições de interesse do grupo que a propõe e do público.

Esta etapa deverá organizar as informações, iniciar o projeto e considerar alguns princípios com relação à construção de exposições, em geral:

- Utilizar recursos variados, porque a repetição cansa;
- Sempre partir do que é conhecido para o desconhecido;
- A exposição compõe-se de introdução, desenvolvimento e conclusão;
- Apresentar objetos acompanhados do seu contexto;
- Exibir textos escritos: curtos, simples e objetivos;
- Hierarquizar as mensagens: nem tudo tem a mesma importância;
- Uma mensagem para cada espaço. Evitar múltiplas mensagens no mesmo espaço;
- Arquitetura e design a serviço das ideias e da compreensão do discurso, não o oposto.



Objetivos

O que pretende a exposição? Definição clara e escrita dos objetivos da exposição. Os objetivos são informações importantes usadas para todas as decisões, como por exemplo a narrativa, os objetos que serão expostos, a maneira como serão vistos, as ações culturais e educacionais desenvolvidas no decorrer da exposição etc.

Pesquisa

A pesquisa às fontes específicas de conhecimento dará o suporte que servirá de base para a construção da exposição. Essa pesquisa poderá ser feita, segundo as necessidades da exposição e as decisões da equipe, a partir de fontes documentais, objetos, entrevistas, história oral, fotografias, filmes, enfim, uma infinidade de origens, e estará de acordo com o enfoque que será dado ao tema na exposição. Uma exposição não deve induzir ao erro ou reproduzir informações sobre as quais não haja certeza da veracidade. Deve

ajudar a compreender melhor um acervo, por exemplo, detalhando seu significado e o enriquecendo com outros valores e fontes de pesquisa.

No desenvolvimento de uma exposição deve-se levar em consideração as pesquisas relacionadas aos objetos escolhidos, seus contextos e a disseminação do conhecimento. Atentar para a variedade de pontos de vista culturais, por exemplo, de seu público, consultando grupos locais quando for apropriado.

Pesquisar, nesse sentido, também é investigar, interpretar, mapear, interrogar (no sentido de arguir, questionar), documentar e preservar o patrimônio em toda sua diversidade cultural, regional, étnica e linguística.

A pesquisa pode e deve ir além das dimensões materiais, pode ampliar-se para as representações do intangível, dos conhecimentos, dos saberes, técnicas, artes, crenças, ritos, sons, palavras, expressões, movimentos.

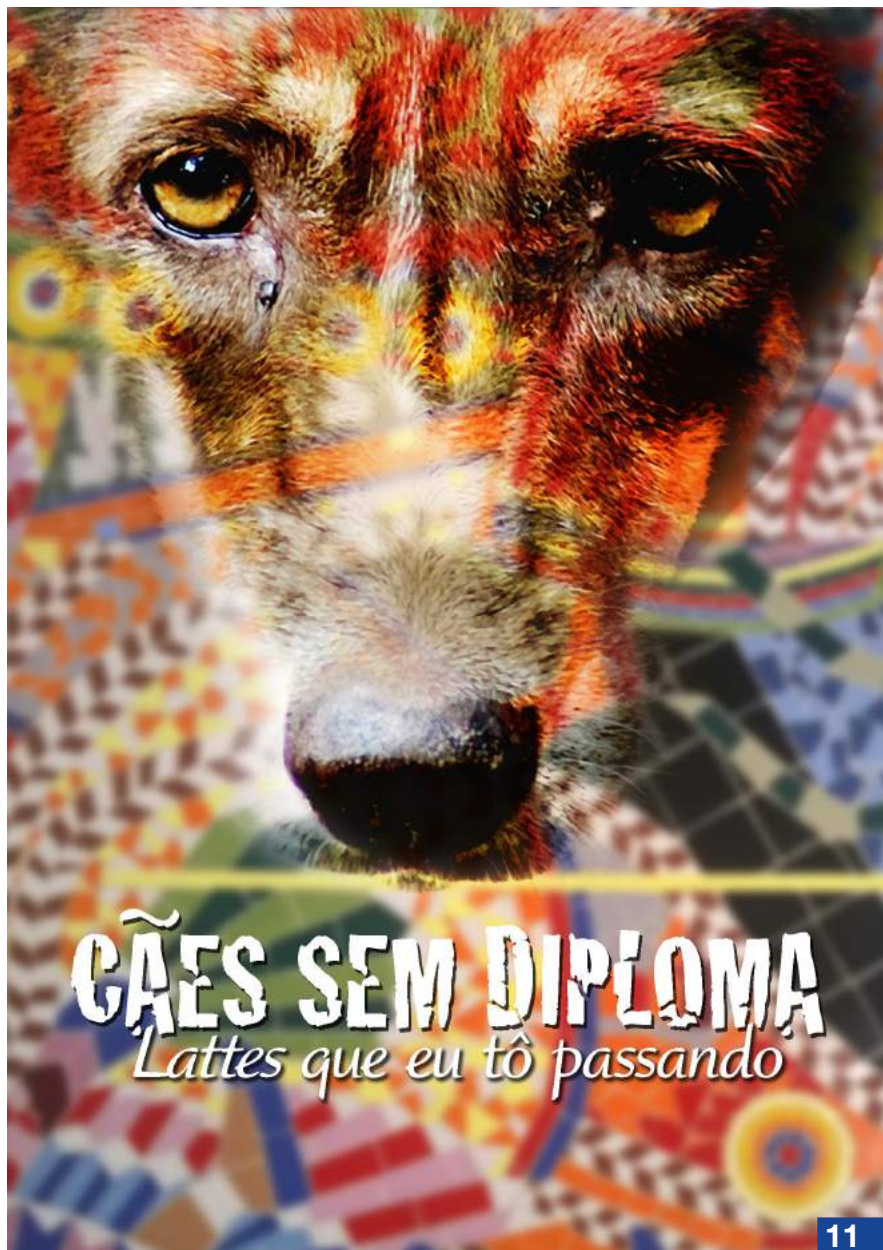
O uso de metodologias participativas, como o Inventário Participativo, tem por objetivo agregar instrumentos que estimulem a própria comunidade a identificar e valorizar as suas próprias referências culturais, colaborando para o resultado do processo.

Sobre Inventário Participativo ver **Educação Patrimonial: Inventários Participativos**, editado pelo IPHAN.

Ver também a publicação

Pontos de Memória: metodologia e práticas em museologia social,

IBRAM/OEI



Exemplo de identidade visual, criada para a Exposição Cães sem Diploma, que foi realizada na Universidade Federal de Santa Catarina em 2014

Narrativa

Uma exposição sempre irá contar uma história, por isso se fala em narrativa. Como essa história será contada é uma decisão da equipe. A narrativa em uma exposição implica em uma série de escolhas, de artifícios, de linguagens (visuais, sonoras, tecnológicas, acessíveis) que deverá ter começo, meio e fim. Pode-se até criar um texto e com base nele, desenvolver os vários módulos que irão compor a exposição. Esse processo facilita muito o trabalho de dividir o espaço expositivo, dar graduações de importância a alguns pontos ou objetos que se deseja destacar e ajudará o visitante a entender que mensagem se deseja transmitir.

Identidade visual

A esta altura, feitas as definições principais e conhecida a narrativa da exposição, já é possível escolher algum elemento visual que será apresentado como a “cara” da exposição. Pode ser um objeto, um ambiente, uma cor ou um conjunto de coisas que possam ser identificadas facilmente com o que a exposição pretende ser ou mostrar.

Essa identidade visual ajudará na divulgação prévia do evento, acompanhando e ilustrando o texto de divulgação, onde se fala sobre o local, a data, os horários e os objetivos.



O processo criativo

A partir desse momento, em que já estão feitas as definições preliminares e conceituais da exposição, a equipe deve reunir-se para desenhar a exposição propriamente dita. Existem várias técnicas e ferramentas para que se trabalhe em grupo estendendo os limites do pensamento, imaginando aquilo que não existe.

Uma das possibilidades é a utilizada pelos profissionais do design. Seria bom reunir o grupo com os mais variados perfis e históricos culturais – mesmo que não façam parte do corpo da instituição –, voluntários etc. até o máximo de dez pessoas, num local apropriado, com disponibilidade de até um dia. Ter à disposição quadro para anotações, folhas grandes de papel e canetas para desenhar,

vários blocos de post-its, etc.

É importante que haja (por escolha do grupo ou de outra maneira) um intermediador neutro para mediação das discussões. Nesse processo de geração de muitas ideias o que importa é a quantidade, desafiar as ortodoxias, projetar modelos originais.

Sugere-se desenhar, rascunhar, ainda que de maneira rudimentar ou amadora, já que o pensamento visual ajuda as pessoas a descrever, discutir e compreender melhor as questões, mesmo as mais complexas. Valem as regras de “não julgar”, “uma discussão por vez”, “pensar visualmente” e “encorajar ideias malucas”. Fazer perguntas do tipo “E se...” dinheiro não fosse um problema, por exemplo.

Depois de expandir ao máximo as ideias a equipe deve reduzir o seu número estabelecendo os critérios viáveis: contexto, tempo, receita, público e impacto. O número deve chegar a de 3 a 5 ideias potenciais e então rascunhar um protótipo de exposição.

A equipe

Para criar, desenvolver e montar uma exposição é mais fácil e divertido fazê-lo em grupo. Para isso, é necessário conhecer o grupo que irá trabalhar junto e suas habilidades individuais. A realização de reuniões para esta “descoberta de talentos” é essencial.

O ideal seria reunir uma equipe com profissionais especializados nas áreas

mais importantes envolvidas em uma exposição como: design gráfico, arquitetura ou design de exposição, pedagogia/educação, história, jornalismo, conservação e, claro, museologia. Essa equipe, responsável pela concepção e execução da exposição, deve trabalhar em sintonia sob a supervisão de um profissional que pode ser da museologia.

É importante adequar os processos às condições, incluindo a equipe e suas características. É importante errar, pois a experiência pode trazer boas soluções.

Curador

O responsável (ou responsáveis) pela exposição será a pessoa apontada pelo grupo com qualidades para gerenciar o projeto. Esta pessoa deverá ser capaz e ter tempo para acompanhar todas as etapas e ações necessárias para a montagem da exposição, e de preferência, ter habilidade para

ser o agregador da equipe. Muitas vezes o curador toma decisões pelo grupo que deverão ser respeitadas e aceitas, por isso, essa escolha é essencial em todo o processo.

No caso de uma exposição a ser realizada por um grupo sem experiência profissional, deve-se fazer um levantamento das pessoas que possuem conhecimento mais específico, ou que possam se adaptar para desenvolver a liderança nas diversas necessidades da exposição, como por exemplo: marcenaria, habilidades manuais, de escrita, financeira e de comunicação. Podem ser escolhidos pelo grupo ou pelo responsável.

É recomendável realizar reuniões frequentes para avaliação do trabalho realizado.

Atenção: não assumir tarefas que a equipe não consiga fazer com qualidade, pois isso poderá comprometer o resultado final.

Projeto

O projeto define a expografia: acervo, forma, cor, luz, textos, suportes, circuito e demais informações. O conceito e os objetivos traduzidos no espaço.

Desse modo, o projeto deve sempre levar em conta o espaço em que vai se desenvolver, as necessidades de conforto e segurança, o uso e o desenvolvimento de linguagens expositivas, as condições do ambiente e os objetivos de diálogo e discussão, sempre a partir das possibilidades e limitações das instituições e da equipe envolvida.

Essas decisões devem estar bem discutidas e embasadas e ser viáveis, tanto em termos de custos quanto de tempo para sua execução. Devem passar uma ideia, conter uma narrativa, enfim, é como se aqui, todos os itens importantes tivessem que estar contemplados, de maneira que o resultado final esteja de acordo com o que a equipe deseja para a exposição. É uma etapa complexa que exige um tempo de maturação

até que se chegue a boas soluções de acordo com os objetivos.

Depois de definidos todos os itens anteriores, é fundamental desenhar ou obter (caso já exista) uma planta baixa o mais detalhada possível. Para isso, sugere-se a criação de um esboço. A planta deverá ter medidas precisas, pontos de luz, tomadas, área, infraestrutura (o que existe), tipo de iluminação, climatização, suportes, vitrines, sinalização, sonorização, segurança.

Quando se utiliza uma sala própria para exposições, esses itens geralmente já estão levantados, o que facilita bastante o trabalho.

Os desenhos são essenciais para a concepção e posterior montagem. A confecção de maquetes ajudará na melhor compreensão da proposta expositiva.

A partir das informações precisas e da confecção da planta pode-se desenhar a distribuição espacial

da exposição para visualização do local, dos objetos, da circulação do público etc. É interessante providenciar várias cópias da planta ou reproduzi-la em um quadro para discutir com o grupo as várias sugestões e ideias. Há programas e sites que permitem que se façam maquetes virtuais simples, de modo fácil e barato, como o Floor Planner (www.floorplanner.com), o Home Styler (www.homestyler.com), o Room Sketcher (www.roomsketcher.com) ou o Planning Wiz (planningwiz.com).

Nessa etapa é importante anotar as propostas, para que todos se sintam ouvidos e para que não se percam as boas ideias.

Módulos

Ao desenvolver o projeto da exposição, para facilitar a organização, divisão de tarefas, detalhamento e distribuição dos recursos expográficos no espaço onde ela acontecerá, pode-se utilizar a estratégia de divisão do tema no espaço em forma de

módulos. Os módulos podem definir subtemas, recortes, circuito, circulação, dar destaque, entre outros. Esse método ajudará a estabelecer pontos de interesse e escalas de hierarquia, incluindo o módulo de abertura, ficha técnica e módulos de transição.

Abertura e ficha técnica

Faz parte das exposições, tradicionalmente, a criação de um texto que as apresente. Esse texto introduz o visitante ao tema desenvolvido e geralmente é escrito pelo curador.

Ao final, costuma-se colocar a ficha técnica, que contém a relação das pessoas que produziram a exposição.

O Livro de Visitantes ou Livro de Registro também faz parte de uma exposição. É um livro simples, tipo livro de atas, no qual o público registra as informações básicas como nome, idade, cidade de origem, instituição a que pertence etc. Entretanto, para que se possa conhecer melhor os visitantes



Indicações claras facilitam a circulação do público e ajudam na segurança de todos

de uma exposição e mapear seu perfil, pode-se fazer esse registro de outras maneiras e acrescentar diversos campos para colher mais informações a seu respeito, podendo resultar numa pesquisa de público.

Também ao final das exposições, tornou-se um hábito pedir para que as pessoas que as visitam deixem comentários sobre o que viram, sugestões etc. E isso pode ser feito de várias maneiras.

Suportes

Relacionar os suportes existentes e os que serão necessários para o acervo, considerando tamanho,

peso e tipo, e a necessidade de construção de novos suportes expositivos, como por exemplo, paredes, módulos, vitrines, cubos, cabides, caixas, varais. Ver sugestões na página 62.

Segurança

Com relação ao espaço onde será realizada a exposição, deve-se planejar com antecedência a verificação dos itens mais importantes relacionados à segurança das pessoas que circularão, responsáveis, montadores, prestadores de serviços e visitantes, tais como: equipamentos de prevenção contra incêndio, instalações elétricas,



saídas de emergência, sinalização, rampas de acesso e escadas, elevadores, corrimões.

Alguns objetos exigem, além de transporte adequado até o local, contratação de seguro, plano de emergência em caso de incêndio, proteção do acervo etc.

Quando da montagem da exposição, também é fundamental ter e observar alguns cuidados, em especial ao manusear ferramentas ou materiais perigosos. É preciso sempre conhecer a legislação e as orientações específicas para cada procedimento.

Ação educativa

Um projeto que se propõe a dialogar com os visitantes, com o objetivo de estimulá-los para que percebam, compreendam e interpretem as obras, os objetos, as provocações e inspirações presentes na exposição, para construção de possíveis significados.

As ações educativas podem prever mediação com grupos organizados

provenientes de escolas, jogos e materiais didáticos para as diversas faixas etárias, além de acessibilidade diferenciada para portadores de necessidades especiais, como por exemplo os deficientes visuais e/ou auditivos.

É um processo importante na comunicação de uma exposição e deve ser pensado e planejado desde a sua concepção. De preferência, as ações são criadas por um profissional da área da educação ou por alguém com experiência.

Alguns pontos podem auxiliar a pensar nessas ações:

- estudar, conhecer e ouvir a comunidade na qual será realizada;
- conhecer as expectativas e tentar superá-las;
- ter flexibilidade para se adaptar;
- pensar num pré-projeto para testes, experimentação e adequação;
- contar com uma equipe multidisciplinar;
- avaliar para retroalimentar.

Acessibilidade

Deve-se prever as possibilidades de acesso físico, sensorial e intelectual, assim como planejar mobiliário de conforto para os visitantes, de todas as idades e condições físicas.

Por exemplo: verificar se o local possui rampas de acesso ou elevadores, se existe espaço apropriado e suficiente para circulação do público visitante geral, cadeirantes e carrinhos de crianças, sem obstáculos.

Recomenda-se que a altura da exposição fique entre 90cm e 160cm do piso.

Orçamento

Esse item deve fazer parte do projeto da exposição que organizará e estabelecerá todo o gasto para sua confecção/realização. Distribui os recursos financeiros disponíveis, internos e externos, e os gastos com material e mão-de-obra.

A pessoa encarregada do orçamento deve ser organizada, escolhida pelo grupo, de total confiança para administrar o dinheiro e prestar contas de tudo o que foi gasto.

O controle das despesas e das receitas, se for bem executado, pode auxiliar muito no bom desempenho da exposição.

Cronograma

Deve considerar com cuidado as várias etapas do projeto, fixar prazos e monitorar o progresso das ações. Uma boa ideia é estabelecer o prazo final para a exposição estar pronta e, a partir daí, montar o cronograma de trás para frente até o momento presente. Sempre verificando o prazo de todas as etapas e identificando preliminarmente possíveis atrasos. O cronograma poderá ser feito em diferentes unidades de tempo (dias, semanas, meses) e estar em local visível e de fácil acesso para toda a equipe.

Sobre acessibilidade e gestão de museus ver:

Acessibilidade a Museus, de Regina Cohen, Cristiane Duarte e Alice Brasileiro.

Orientações para Gestão e Planejamento de Museus, de Manuelina Maria Duarte Cândido.

Divulgação

Parte importante de todo o planejamento e execução de um evento é informar o público a que ele se destina sobre sua realização.

E a peça principal da divulgação é um texto que reúna, de forma sintética, as informações essenciais: uma breve descrição da ideia, dos objetivos, de quem realiza e onde acontece.

Mondrian e o movimento De Stijl

Pela primeira vez na América Latina uma exposição mostrará a trajetória artística de Pietr Mondrian e as principais obras do grupo que participou do movimento “De Stijl” (O Estilo), cujas influências na pintura, arquitetura, moda, literatura e tantas outras artes são sentidas ainda hoje em todo o mundo. A exposição “Mondrian e o movimento De Stijl”, com curadoria da Art Unlimited, será apresentada durante 2016 no Centro Cultural Banco do Brasil, em várias capitais. Serão cerca de 70 obras — 30 das quais de Mondrian — e uma seleção de múltiplas manifestações do neoplasticismo que compõem o mais completo conjunto desse período já exibido no Brasil.

A abertura será no CCBB de São Paulo, dia 25 de janeiro. Em 21 de abril, coincidindo com o aniversário da cidade, a exposição inicia sua temporada em Brasília. No CCBB de Belo Horizonte abre dia 20 de julho. E, finalmente, a partir de 11 de outubro, no Rio de Janeiro.

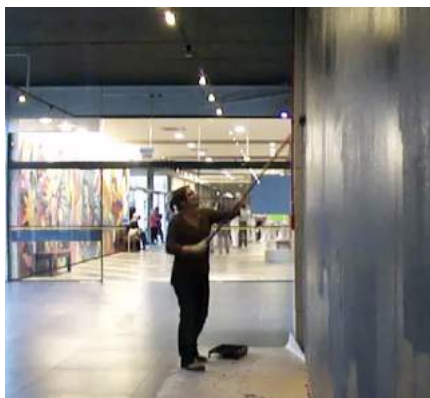
A partir da coleta e redação dessas informações será possível preparar várias ações, cuja oportunidade e eficácia devem ser avaliadas conforme cada caso.

Estas são algumas ações de divulgação que podem ser feitas com os dados do texto básico: a criação de um evento no Facebook, uma nota para WhatsApp, um e-mail para jornais, emissoras de rádio, colunistas e blogueiros.

Naturalmente, é preciso levar em conta os públicos-alvo da exposição, para encontrar os veículos e ações mais adequados.

Um segundo texto, com a mesma estrutura, mas mais detalhado, com mais informações sobre as principais atrações da exposição, deve estar pronto caso surja oportunidade de publicá-lo ou algum radialista ou jornalista peça maiores informações.

Exemplo de texto inicial de divulgação



17

Exposição "Além de 3x4", 2013, Museu da Imagem e do Som, FCC, Florianópolis, SC

Durante

Montagem

É a etapa de construção física da exposição. Geralmente, e dependendo do tamanho – tanto do espaço quanto da exposição – pode acontecer em alguns dias, uma semana ou mais. Bem planejada e com uma boa equipe, essa etapa pode ser resolvida rapidamente. Sempre lembrar de prever tempo extra para eventuais contratempos.

É necessário ter um cronograma de montagem claro especificando as atividades de cada equipe. Listar as pessoas/equipes responsáveis pelas diversas atividades incluindo também os profissionais (prestadores de serviço externos), se for o caso, contratados para tarefas específicas. Pode-se destacar uma pessoa da equipe que ficará responsável somente pela supervisão da etapa de montagem.

As atividades de manutenção do espaço, pintura de paredes e de suportes fazem parte da infraestrutura da exposição e deverão ser executadas prioritariamente, pois normalmente criam sujeira e pó. Em seguida começam as atividades mais limpas da montagem, até a fase de acabamento e limpeza do local.

Na montagem da parte gráfica, a impressão dos materiais deve ser acompanhada de perto. Fazer testes dos materiais evita surpresas durante a instalação ou construção dos suportes.

A equipe deve procurar manter-se fiel ao projeto original. Mas é possível que seja necessário fazer alguns ajustes de última hora.

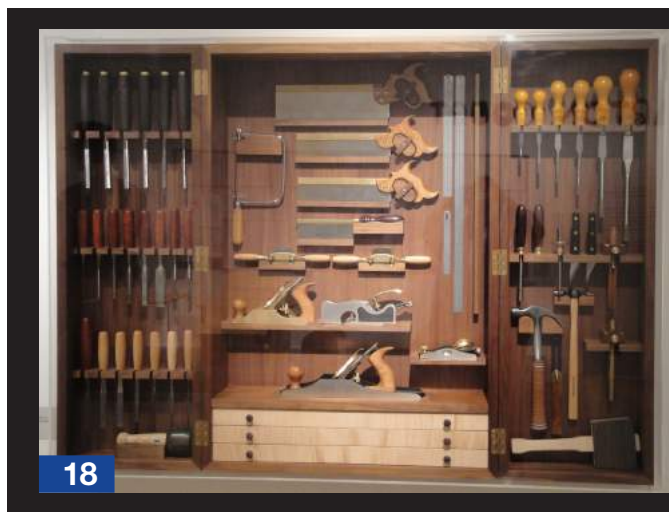
A entrada do acervo é normalmente a última etapa, por questões de segurança.

Manutenção

Depois da exposição montada, enquanto ela acontece, é necessário realizar o acompanhamento diário da qualidade dos suportes, dos recursos expográficos e pensar em possíveis readequações a partir de feedback dos visitantes e dos profissionais envolvidos na sua concepção. Dependendo da duração e do acervo exposto, será indispensável planejar e realizar higienização de vitrines e verificação dos objetos, legendas etc. Este é um processo de comunicação constante, de observação e análise do retorno esperado.

Mediação

O trabalho de mediação é opcional. No entanto, se for considerado, deve estar de acordo com a proposta de ação educativa do projeto e ser efetivo em todos os momentos em que foi planejado. Deve ser executado por pessoas treinadas e preparadas para todos os públicos. O trabalho de mediação deve auxiliar o público a criar seus próprios caminhos interpretativos e aprofundar as relações intermediadoras entre educadores, exposição e visitantes.



18

Museu do Design, Londres, UK

“As coisas não são, portanto, simples objetos neutros que contemplaríamos diante de nós; cada uma delas simboliza e evoca para nós uma certa conduta, provoca de nossa parte reações favoráveis ou desfavoráveis, e é por isso que os gostos de um homem, seu caráter, a atitude que assumiu em relação ao mundo e ao ser exterior são lidos nos objetos que ele escolheu para ter à sua volta, nas cores que prefere, nos lugares onde aprecia passear”.

MERLEAU-PONTY 2004:23

Lista de conferência para a montagem

1. PREOCUPAÇÕES

TRANSVERSAIS

- Acessibilidade
- Segurança
- Higienização
- Informação
- Equipe
- Avaliação

2. AMBIENTE

- Limpeza
- Pintura
- Iluminação
- Som
- Climatização

3. IMPRESSÃO/GRÁFICA

- Texto de abertura
- Ficha técnica
- Legendas
- Sinalização
- Material Educativo
- Fotos e imagens
- Outros textos

4. SUPORTES

- Mobiliário
- Expositores
- Instalações

5. MONTAGEM

- Colagem
- Montagem dos suportes
- Instalações
- Acervo

6. EQUIPE

- Educativo
- Recepção
- Bilheteria
- Segurança
- Apoio

7. OUTROS

- Livro de ocorrências
- Livro de assinaturas
- Guarda-volumes
- Kit de emergência para reparos
- Espaço de organização



Exposição “Além de 3x4”,
2013, Museu da Imagem
e do Som/CIC/FCC, em
Florianópolis, SC

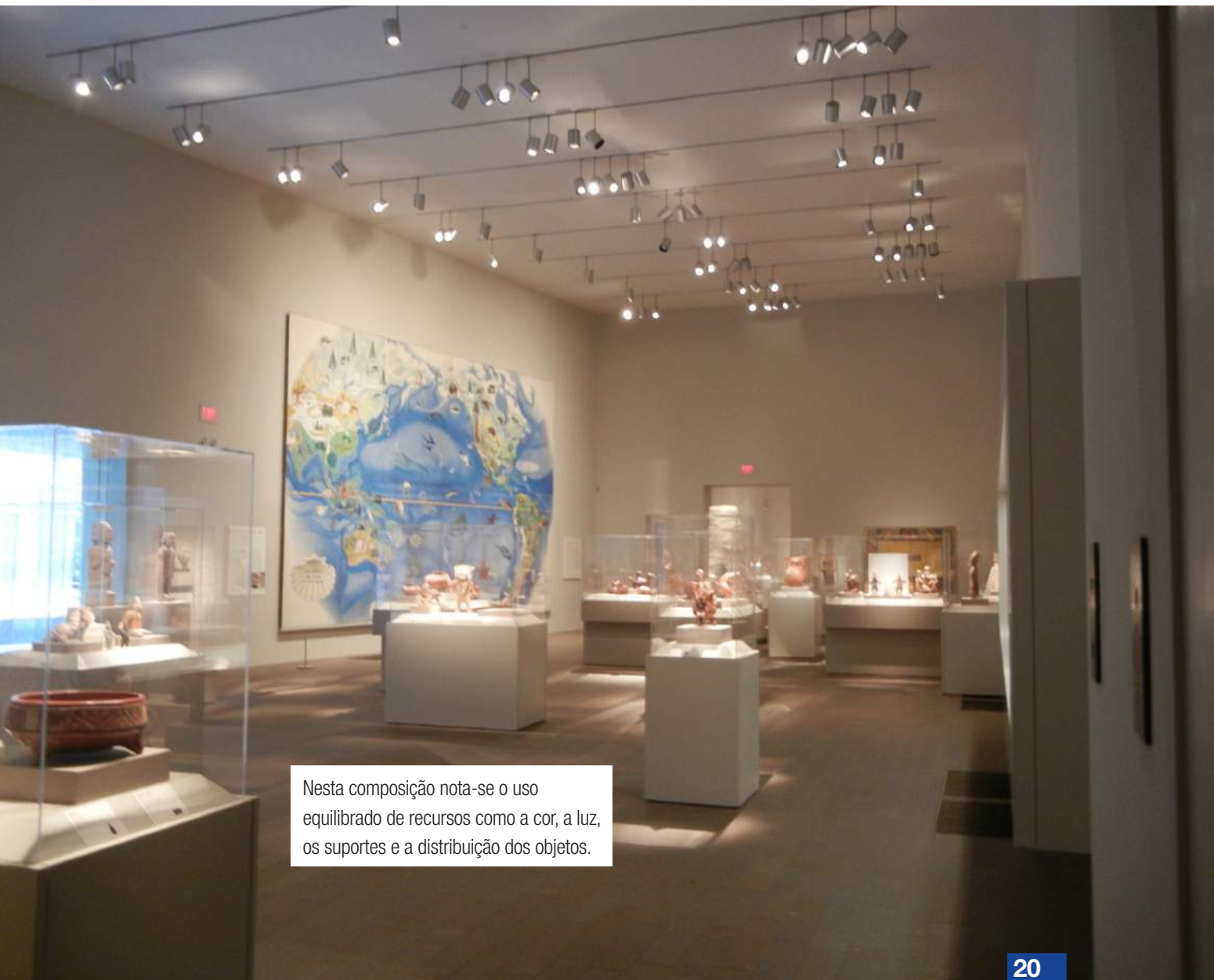
Depois

Desmontagem

Apesar de parecer simples, à primeira vista, o processo de desmontagem exige cuidados e planejamento. Sugere-se a criação de um cronograma de desmontagem, para que se cumpra os prazos, no caso, principalmente, do uso de um local ou instituição de terceiros. Pode haver uma equipe responsável por esse trabalho, mas é conveniente que seja feito meticulosamente, o manuseio dos objetos, a retirada de elementos das paredes, a armazenagem e acondicionamento do material utilizado, o descarte do que não será mais usado, que resulta na entrega do local limpo e em boas condições. É bom considerar um termo de recebimento e de entrega do local para evitar problemas.

Avaliação

Avaliação é uma ferramenta utilizada para a compreensão e aprofundamento do trabalho desenvolvido em uma exposição. Assim, ela tem dois momentos: a avaliação que os responsáveis pela exposição fazem do resultado do seu trabalho e a avaliação feita pelo público visitante. A equipe avalia como se organiza, planeja e executa as atividades, a gerência de seus recursos, seu relacionamento interno e externo e como vê o resultado de seu trabalho final: a exposição. O público deve ter a chance de dizer qual a sua experiência com o tema abordado, como interagiu com a exposição, o que e como aprendeu.



Nesta composição nota-se o uso equilibrado de recursos como a cor, a luz, os suportes e a distribuição dos objetos.

Recursos Expográficos

Ferramentas para a composição visual da exposição

Exposições vão muito além do ato de pendurar quadros em paredes ou objetos em vitrines com textos e legendas. Uma série de fatores pode influenciar na comunicação de uma exposição: cor, textura, som, iluminação, por exemplo. Os mesmos objetos dispostos de diferentes maneiras podem contar histórias totalmente distintas. Uma exposição que conta histórias, sem o uso de objetos, pode fazê-lo utilizando variados recursos.

O desenvolvimento de uma exposição representa a tradução de considerações de um nível conceitual para a prática, com a utilização de um substrato físico. Deve considerar as relações entre os objetos expostos, seus suportes e

o ambiente, a partir das interações de luz, sons, cores, sensações, linguagens e os variados públicos.

É preciso lembrar, ainda, que a intencionalidade e a consciência nas escolhas é parte fundamental de todo o processo, e que fazer escolhas meramente estéticas pode comprometê-lo.

Nesse item, procuramos explicar e ilustrar, de forma clara e simples, como o uso dos recursos expográficos e a prévia definição das estratégias expositivas pode favorecer a comunicação desejada e desenvolver uma abordagem apropriada para produzir exposições vivas, informativas e estimulantes.



- ◆ Sugestão de leitura:
Conservação preventiva de acervos, de Teixeira e Ghizoni.

Diferentes materiais exigem cuidados específicos na sua armazenagem

21



22

Conservação

Ao conceber a exposição e selecionar um acervo é essencial que se conheça e avalie os materiais que constituem os objetos, seu estado de conservação e as condições ambientais apropriadas para seu equilíbrio físico-químico. Os objetos que constituem acervos museológicos podem ser feitos de materiais orgânicos como papel, pergaminho, couro, têxteis, fibras vegetais e animais, tela e de materiais inorgânicos como pedra, metal, vidro, cerâmica, porcelana etc.

“O estado de conservação de um objeto está intrinsecamente ligado ao material no qual foi elaborado, na técnica construtiva e na trajetória das condições de armazenagem e exposição. Quando um objeto é mantido em condições adequadas na armazenagem e na exposição, os fatores de degradação são estabilizados, necessitando apenas a sua manutenção com procedimentos preventivos de conservação, como higienização, controle de micro-organismos e insetos, embalagens de proteção, manuseio correto, entre outros.” (TEIXEIRA, 2012:13)

Os fatores externos que podem afetar os objetos são:

- físicos: temperatura, umidade relativa do ar, luz natural ou artificial;
- químicos: poeira, poluentes atmosféricos, contato com materiais instáveis quimicamente;
- biológicos: micro-organismos, insetos, roedores e outros animais;
- antrópicos: manuseio, armazenamento e exposição incorreta, intervenção inadequada, vandalismo e roubo;
- catástrofes: inundações, terremotos, furacões, incêndios e guerras. (TEIXEIRA, 2012:14)



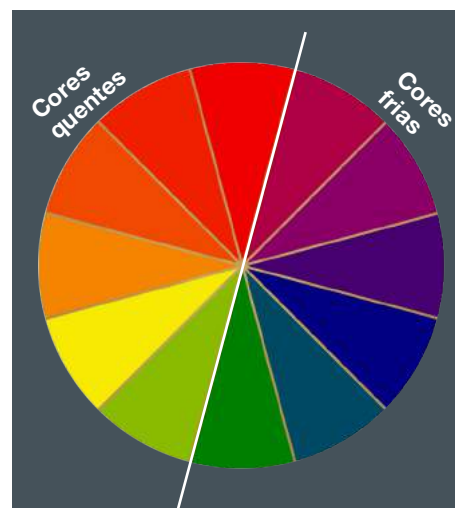
O uso da cor

Como uma linguagem, a cor é difícil de assimilar por meio de raciocínios e interpretações. Ela atrai nosso olhar, mas seu impacto é muito determinado por fatores culturais, psicológicos, simbólicos e funcionais, o que é facilmente percebido nas sinalizações de perigo ou advertência. Alguns aspectos das cores parecem universais: as cores escuras são mais sóbrias, as claras mais leves e informais, as quentes tornam os ambientes mais vibrantes e as frias acalmam. (SOLANO, 2000:190).

A cor pode trazer diferentes qualidades aos ambientes, dependendo das escolhas. Pode-se, através dela, criar espaços mais formais, de introspecção, descontraídos, gerar surpresa ou acolhimento.

A temperatura de cor é outra estratégia para a comunicação. As cores quentes são o vermelho e suas derivações: fortes, vivas, agressivas; as mornas são todos os tons que contém o vermelho com adição do amarelo, os alaranjados; as frias contém o azul, ampliam e dão sensação de calma; as frescas são todos os tons que contém o azul com adição do amarelo, que resulta no verde.

É importante frisar que a cor natural dos materiais contribui com mais uma gama de possibilidades cromáticas, porém gera interferências incluindo as variadas texturas, muitas vezes provocando ruídos indesejáveis (ENNES, 2008:60).





23

Museu de Arte Asiática, San Francisco, USA



24

Licença Creative Commons Zero (CC0)

O claro e o escuro

As extremidades do claro e do escuro são as cores preta e branca.

Com a cor preta e suas derivações, como o azul, o cinza, o marrom e o verde muito escuros, podem, nos espaços físicos, provocar uma sensação de diminuição de seu tamanho, trazer ao ambiente as qualidades da introspecção, do foco, da concentração e da

valorização dos objetos. Como é possível ver nas figuras 23 e 25.

A cor branca, ao contrário, dispersa, expande, aumenta os ambientes, traz a claridade do exterior para o interior. Conseguimos ver tudo ao mesmo tempo. Figuras 24 e 26.

Na sua sala de exposição, o que você quer esconder e o que quer mostrar?



25

“A Leiteira” obra do pintor holandês Jan Vermeer - Licença Creative Commons Zero (CC0)



Licença Creative Commons Zero (CC0)

Figura e fundo

Em uma exposição podemos priorizar os objetos ou o conjunto. Isso vai depender do nosso objetivo e da relação entre o tamanho do espaço expositivo e a quantidade de acervo a ser exposto.

Para que isso aconteça de forma harmônica, precisamos criar estratégias, como por exemplo:

- **Muitos objetos para expor:** criar categorias, módulos e

utilizar formas criativas para sua colocação, dar preferência à cor clara para o fundo.

- **Poucos objetos para expor:** utilizar cor escura no fundo e iluminação com foco nos objetos

O gosto

Deve-se evitar escolher as cores por gosto. As escolhas devem estar relacionadas com os objetivos, o acervo e o ambiente, ou seja, com o projeto da exposição.



27

Galeria Nacional, Londres, UK



Exemplos
de cores
vibrantes



29

Museu de Arte Asiática, San Francisco, USA



30

Luz

A iluminação é a “alma” de uma exposição. Com o uso adequado da luz poderemos enfatizar objetos e dar dramaticidade aos assuntos abordados. A luz age diretamente na forma, cor, espaço e textura.

É um elemento muito complexo que atua diretamente no comportamento, na percepção e na estética criando atmosferas especiais. (ENNES, 2008:60).



Museu de Arte Asiática, San Francisco, USA

Podemos utilizar o recurso da luz natural, a zenital, iluminação artificial e, o mais comum, uma combinação das duas formas. A iluminação artificial possibilita muitas variações de composição, tonalidades de cor e tipos de fontes, como por exemplo, as fluorescentes, as halógenas, a fibra ótica e o LED (abreviatura de “light emitter diode”, um emissor de luz que não aquece). Normalmente os espaços são iluminados por igual e a luz vem do teto, o que resulta numa iluminação geral e difusa. A partir do que já existe no ambiente, pode-se acrescentar opções que valorizem a mostra. Além dos exemplos na página ao lado, ver também as páginas seguintes, 50 e 51.

Em exposições que utilizam acervo sensível à luz e que necessita de cuidados especiais, é necessário prestar atenção na intensidade e no tipo de luz que incidirá sobre os objetos, para que isso não seja um fator de risco na sua degradação.



32

Exemplos dos
efeitos da luz nos
objetos expostos

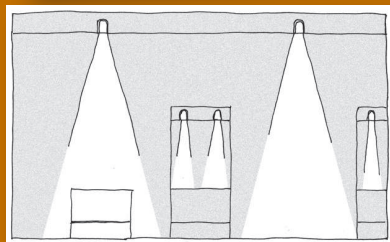
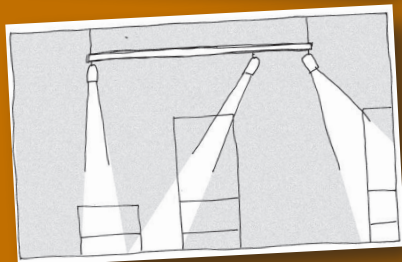
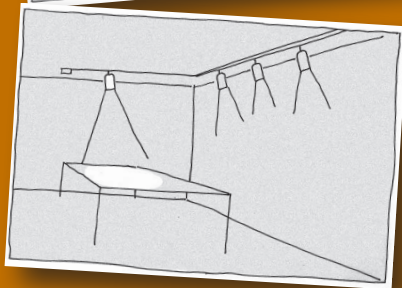
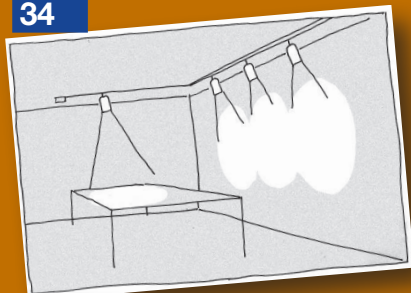


33

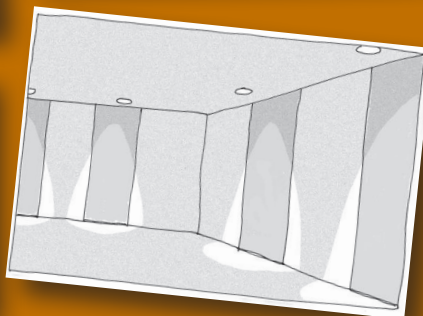
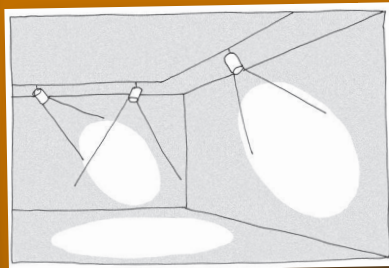
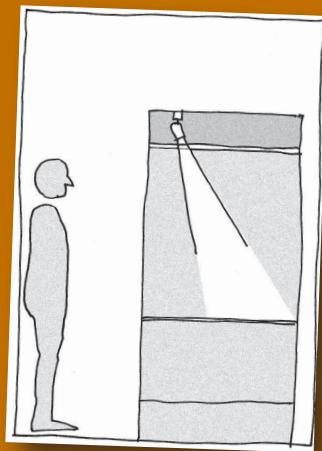
Museu de Arte Asiática, San Francisco, USA

VARIAÇÕES NO USO DA LUZ

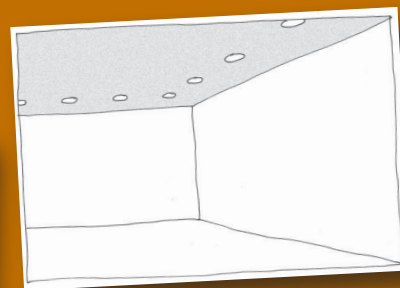
34



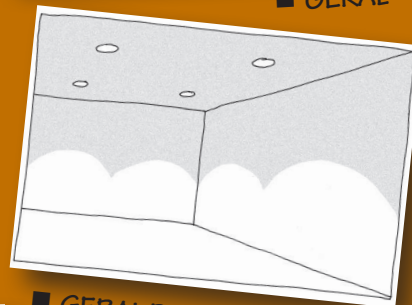
■ FOCADA



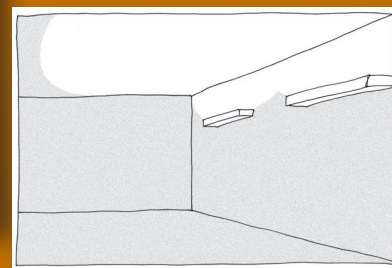
■ FOCADA DIFUSA



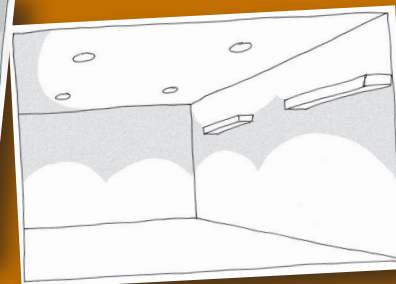
■ GERAL



■ GERAL DIFUSA DIRETA



■ GERAL DIFUSA INDIRETA



■ MISTA INDIRETA GERAL E FOCADA DIFUSA



Climatização

Os índices de umidade relativa e temperatura em espaços expositivos devem sempre ser mantidos estáveis, porque sua variação pode causar deterioração dos acervos. A climatização da exposição,

portanto, é um item importante a ser planejado caso se faça uso de condicionadores de ar, ventiladores, aquecedores ou ventilação natural, de acordo com a natureza dos objetos selecionados.

Som

O uso de recursos sonoros em uma exposição ativa mais um sentido, a audição, e pode acrescentar um elemento que ajuda na sua ambientação. Entretanto, esse recurso deve ser usado sutil e coerentemente com a proposta conceitual, sem causar interferência no conjunto. O som pode estar na música ambiente, em alguns módulos específicos e ainda em estações de áudio utilizando

fonos de ouvidos ou auto-falantes direcionais com gravações ou depoimentos especiais. O áudio-guia, quando disponível, é também um recurso sonoro e mantém o visitante alheio a outros ruídos do ambiente. No planejamento deve haver o cuidado de não sobrepor o som ambiente com o som de vídeos e de pensar na sua manutenção para evitar falhas técnicas.

LEGIBILIDADE

Escolha fontes com traços firmes e consistentes para melhor leitura

LEGIBILIDADE

Serifas e hastes muito finas podem dificultar o foco

Legibilidade

Maiúsculas e minúsculas melhoram o reconhecimento do formato das letras

Legibilidade

serifas

Há quem diga que as serifas facilitam a leitura de textos longos, mas na prática (a menos que as serifas sejam muito finas), por si só, não aumentam ou reduzem a dificuldade.

Legibilidade

Legibilidade

A altura do X é a altura da letra minúscula em relação à altura da maiúscula. Esse tamanho pode variar de família para família.

Legibilidade

Tipos manuscritos dificultam a leitura

Legibilidade

Letras decorativas ou com adornos complicam a tarefa do leitor

LEGIBILIDADE

Muito fina e condensada

LEGIBILIDADE

Muito pesada e expandida.

Texto e legibilidade

Os textos, nas exposições, têm o papel de levar ao visitante informações que o objeto sozinho não transmite. Devem ser curtos, diretos, com informações relevantes, exatas, que reflitam uma pesquisa cuidadosa. São pensados para ajudar a compor a narrativa da exposição e não como meros acessórios. É possível fazer uma exposição com pouco texto, mas tudo o que for usado deve observar alguns princípios básicos.

Existem, em geral, duas utilizações principais dos tipos: **títulos** e/ou **texto** (ou corpo de texto). Títulos são maiores, mais curtos e de leitura mais rápida e fácil do que o texto.

Como o texto é mais longo e suas letras têm tamanho menor, exige um cuidado maior para que sua legibilidade não seja comprometida.

Tipo, família e corpo

Tipograficamente, o conjunto de caracteres com um mesmo desenho, mas com “pesos” diferentes, é conhecido como **família**. Cada família tem um nome comercial.

Por exemplo, estes são alguns pesos da família Helvetica:

Helvetica light
Helvetica roman,
Helvetica italic

Helvetica bold
Helvetica black

O tamanho da letras é medido em pontos, que é uma medida tipográfica, utilizada em todos os processadores de texto e programas de computador que lidam com caracteres, cuja abreviação é pt. E se chama corpo do tipo. Diz-se que um tipo com 24 pontos é um tipo corpo 24.

ALÉM DE 3x4

É um convite à exploração de elementos de identificação, que nos acompanham e nos constituem enquanto sujeitos e que podem ser vistos e lidos de formas diversas. A fotografia de tamanho 3X4, como que implodida, é recomposta e reintegrada nas poéticas artísticas, em narrativas que instauram novos significados e ampliam alguns já existentes, combinando elementos fraturados, reelaborando sentidos, inscrevendo novas formas e conteúdos, num bagunçar de tempos e ideias. Se a função primeira desta particular forma de fotografia é identificar, do mesmo ícone emanam sentimentos e interpretações tantas, nos mais variados contextos e nas tantas relações num mundo de tantos movimentos. A imprevisibilidade criativa embala novas configurações das fotografias 3X4, pretendendo um olhar que fuja e, ao mesmo tempo, encontre, novos elementos que buscam subsídios para questionar os limites e as fronteiras, subvertendo os enquadramentos em reflexões e proposições.

ALÉM DE 3x4

É um convite à exploração de elementos de identificação, que nos acompanham e nos constituem enquanto sujeitos e que podem ser vistos e lidos de formas diversas. A fotografia de tamanho 3X4, como que implodida, é recomposta e reintegrada nas poéticas artísticas, em narrativas que instauram novos significados e ampliam alguns já existentes, combinando elementos fraturados, reelaborando sentidos, inscrevendo novas formas e conteúdos, num bagunçar de tempos e ideias.

Se a função primeira desta particular forma de fotografia é identificar, do mesmo ícone emanam sentimentos e interpretações tantas, nos mais variados contextos e nas tantas relações num mundo de tantos movimentos. A imprevisibilidade criativa embala novas configurações das fotografias 3X4, pretendendo um olhar que fuja e, ao mesmo tempo, encontre, novos elementos que buscam subsídios para questionar os limites e as fronteiras, subvertendo os enquadramentos em reflexões e proposições.

No exemplo acima a linha está excessivamente longa, a entrelinha apertada e o alinhamento justificado. Todos esses elementos complicam a legibilidade.

No exemplo ao lado, as falhas foram corrigidas e o texto pode ser lido com mais facilidade. A linha tem cerca de 35 caracteres, a entrelinha tem 4 pontos (por exemplo: corpo 10, com entrelinha 14) e o texto está alinhado à esquerda, sem hifenização.

O tipo utilizado é Trebuchet.

Assim para que o texto, numa legenda ou rótulo seja lido a cerca de um metro de distância, precisa ter pelo menos 18 pontos. Os textos para identificar elementos de uma exposição, se o público estiver a distâncias de até dois metros, no máximo, devem ser compostos usando corpos entre 20 e 56 pontos. Os títulos, naturalmente, podem ser maiores.

Legibilidade

A legibilidade depende de vários fatores, como as cores do texto e do fundo, do tipo utilizado, do corpo do tipo e também da extensão das linhas e da quantidade de texto. As linhas nunca devem ser muito extensas. O ideal é ter uma largura de cerca de 30 caracteres. E o espaço entre as linhas deve aumentar à medida em que a extensão da linha aumenta.

Outro fator importante para a legibilidade é a **hierarquia das informações**. O leitor deve perceber com facilidade o que é mais importante, identificando o

Distância de leitura (m)	Altura da letra (cm)
5	5
10	10
15	15
20	20
25	25
30	30
40	40
60	50
90	80
110	90
130	100

título, o texto e outros elementos, que se diferenciam pelo tipo, tamanho e, eventualmente, cor.

A consistência na exposição passa também pela consistência no uso dos tipos. Evite usar mais de duas famílias (o excesso mais atrapalha do que ajuda) e cuide para que elementos semelhantes tenham o mesmo corpo e peso.

Na tabela ao lado são sugeridos alguns tamanhos de letras para visualização a grande distância. Para se ter uma ideia melhor, uma letra maiúscula com 5 cm de altura equivale a uma letra em corpo 220 (conforme a família, podem ocorrer variações).

Saber a distância média que existirá entre o texto e o espectador é fundamental para definir o tamanho desse texto.

Por exemplo, se queremos fazer um cartaz para ser visto de longa distância – que seja legível até uns 90 metros –, é preciso usar letras cujo tamanho não seja inferior a 80 centímetros.

Preto/Amarelo	Preto/Amarelo
Preto/Branco	Preto/Branco
Preto/Laranja	Preto/Laranja
Azul/Branco	Azul/Branco
Verde/Branco	Verde/Branco
Vermelho/Branco	Vermelho/Branco
Vermelho/Amarelo	Vermelho/Amarelo
Vermelho/Preto	Vermelho/Preto
Vermelho/Laranja	Vermelho/Laranja
Vermelho/Azul	Vermelho/Azul
Vermelho/Verde	Vermelho/Verde

As cores, de cima para baixo, mostram os contrastes descendentes, na combinação das cores.

As seis linhas superiores são as melhores escolhas de cores para um bom contraste.

As três linhas seguintes mostram um contraste menor e as duas últimas linhas seriam as piores escolhas. Complicam a leitura, em vez de facilitar.

O olho não se concentra em vermelho / azul ou vermelho / verde, quando essas cores encostam uma na outra. Quando usadas em conjunto elas vibram, criando um ruído. Por isso deve-se evitar essas combinações.

Estas são algumas famílias que atendem as especificações de legibilidade e que são facilmente encontradas:

Sem serifa

Helvetica

Arial

Futura

Gill Sans

Trebuchet

Verdana

Frutiger

Com serifa

Garamond

Times New Roman

Glypha

Minion Pro

Numa exposição, contudo, a maioria dos rótulos, legendas, fichas técnicas, banners com informações adicionais, etc, poderão ser vistos de uma pequena distância. Mesmo assim é preciso

ter cuidado com o tamanho das letras e o posicionamento do material, para não criar dificuldade de leitura e desestimular o espectador com os problemas de legibilidade.

Regras básicas de legibilidade

- Mesmo para textos que possam ser lidos de perto, use no mínimo tipos com corpo 14 (letra com 14 pontos de altura) e uma entrelinha generosa.
- Não faça linhas muito longas. O ideal é manter entre 35 e 65 caracteres de largura.
- Evite texto justificado (aquele em que as margens da direita e da esquerda estão alinhadas). A leitura é mais fácil nos textos alinhados à esquerda, sem hifenização (sem cortar palavras) à direita.
- Quanto maior a distância que o leitor ficará do título e do texto, maiores as letras devem ser.
- **Importante:** nunca escreva textos com várias linhas usando apenas maiúsculas (também conhecidas como “caixa alta”).
- Use as maiúsculas com cuidado. Num título ou como nome de um item, é aceitável, mas fora isso não funcionam.
- Todas as letras, números e/ou símbolos devem ter um bom contraste em relação ao fundo. Seja caracteres claros num fundo escuro ou o contrário, é preciso estar atento para o nível de contraste.
- Tanto os caracteres quanto o fundo não devem ter acabamento brilhante, ou que reflita a iluminação do



- ◆ Deve-se evitar colocar texto sobre fotos. No exemplo à esquerda, vemos o desastre causado por uma série de escolhas infelizes: o título muito fino, sobre uma foto com muitos elementos, praticamente desaparece. O texto, então, num corpo menor, fica invisível. Naturalmente, esse é um exemplo extremo, para chamar a atenção para o perigo que se corre ao tentar colocar texto sobre foto.



- ◆ Mas como resolver o problema, se não existe espaço fora da foto para colocar as informações? Uma das saídas é aplicar um fundo escuro, que permita criar um contraste melhor e tornar os textos legíveis.

AS MAIÚSCULAS DEVEM SER UTILIZADAS APENAS EM TÍTULOS OU EM UMA OU OUTRA PALAVRA, COMO DESTAQUE. EM TEXTOS MAIORES, COMO ESTE, DIFICULTAM A LEITURA.

ambiente. Isso atrapalha a leitura. Um acabamento e um suporte fosco evita os reflexos.

- As letras não devem ser excessivamente condensadas ou expandidas, ou muito finas nem muito grossas. A variação excessiva da espessura dos traços numa mesma letra também deve ser evitada.

Legendas

Cada objeto ou artefato deve ser claramente identificado com uma legenda, que é um texto curto com informações sobre a peça.

As legendas devem ser impressas usando uma fonte adequada em um tamanho de pelo menos 18 pontos. O espaçamento 'estendido' (1.5 no word ou 20 ou 24 pontos em programas de editoração) é recomendado para facilitar a leitura.

As legendas devem ser definidas em dois tamanhos, um para identificação do objeto e outro para informações gerais (as legendas padrão na maioria das galerias

públicas têm, no mínimo, 19 centímetros de largura por nove centímetros de altura, com uma margem de 1 cm).

Algumas galerias colocam todas as etiquetas de identificação de tal forma que a borda superior da etiqueta, nas paredes, telas e pedestais, esteja sempre a um metro do chão.

As legendas podem ser impressas em papel adesivo e coladas num cartão ou outro suporte.

As etiquetas com as legendas devem ser colocadas na parte inferior direita do objeto, no suporte de parede, pedestal ou rodapé, com uma linha de visão fixa (sempre à mesma altura em relação ao chão).

Em exposições montadas com fundo predominantemente escuro, um monte de etiquetas brancas pode atrapalhar a visualização dos objetos, competindo com eles. Nesse caso, talvez seja bom imprimir as legendas num papel que tenha a mesma cor do fundo, para reduzir ou evitar o problema.





36

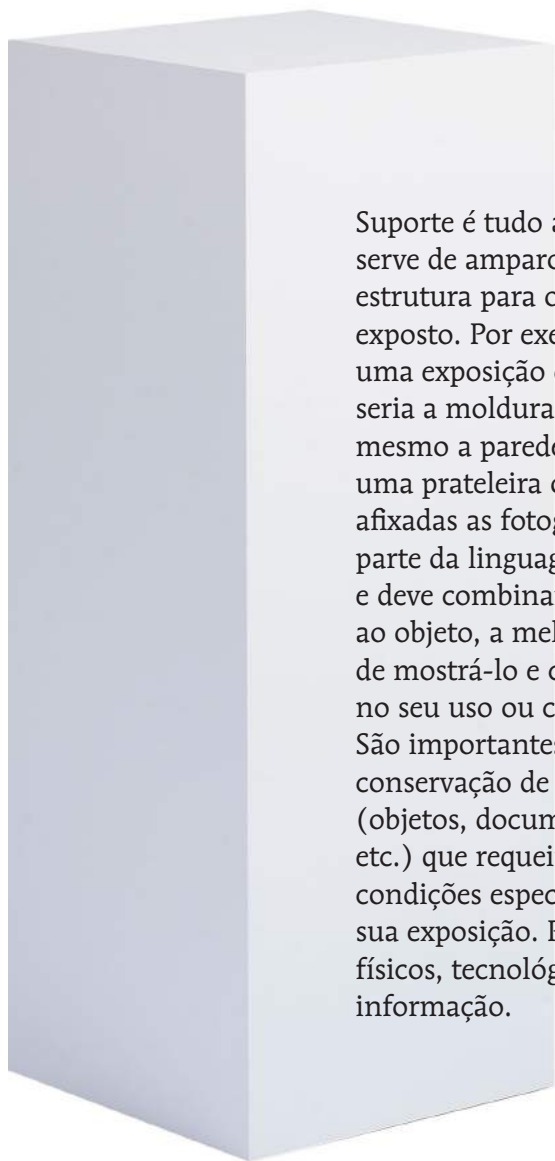
Museu de Arte Moderna de San Francisco (SFMOMA), USA



37

Suportes que apresentam ideias com boas soluções de desenho, de estética agradável, que valorizam os objetos e não têm custo elevado.

Suportes



Suporte é tudo aquilo que serve de amparo, proteção, estrutura para o que será exposto. Por exemplo, se for uma exposição de fotografias seria a moldura, o vidro e até mesmo a parede, um varal, uma prateleira onde serão afixadas as fotografias. Faz parte da linguagem proposta e deve combinar a proteção ao objeto, a melhor maneira de mostrá-lo e criatividade no seu uso ou criação. São importantes para a conservação de acervos (objetos, documentos etc.) que requeiram condições especiais na sua exposição. Podem ser físicos, tecnológicos e de informação.

Físicos

Suportes expositivos físicos são todos aqueles dispositivos que serão utilizados para dar destaque, apoiar, realçar, proteger e que auxiliam na exposição dos acervos. Muitas instituições museais já possuem mobiliário próprio para exposições que podem e devem ser utilizados. É importante verificar suas condições e seu estado para deixá-los de acordo com a proposta expográfica, limpos e seguros.

Como exemplo de suportes podemos citar as vitrines, os módulos, as caixas de apoio, os cabides, as araras, as paredes fixas e móveis, as divisórias, as molduras, os cabos e demais peças do mobiliário expositivo. Existe uma diversidade de suportes e seu uso **criativo** pode ser muitas vezes de **baixo custo**.



38

Museu de Arte Asiática, San Francisco, USA



39

Museu do Design, Londres, UK

Ilha de Alcatraz, San Francisco, USA



40

Suportes que combinam proteção ao objeto e criatividade

Licença Creative Commons Zero (CC0)



41



42

Museu de Hábitos e Costumes, Blumenau, SC



43

Licença Creative Commons Zero (CC0)

Suportes seguros, versáteis, adequados
aos objetos, ajudam na visualização



44

Museu de Arqueologia e Etnologia da Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, SC



45

Torre de Londres, UK



46

Museu de Arte Asiática, San Francisco, USA

Tecnológicos

Alguns autores identificam três níveis de interatividade numa exposição: a **manual** (hands on), a **mental** (minds on) e a **cultural** (heart on).

Com a interatividade manual o visitante pode manipular modelos, objetos ou montagens para entender o funcionamento de processos e fenômenos.

A cultural acontece quando uma exposição prioriza as identidades presentes no entorno do museu e promove a identificação do visitante local com o acervo e, no caso de um visitante de outro local, o estímulo a conhecer outra cultura.

A interatividade mental deve levar à compreensão científica. Possibilita relações entre o que está no museu e o cotidiano.

VALINHO e FRANCO (2005, p. 1626 in CHELINI, 2012)

São os equipamentos eletrônicos, tecnológicos, que também dão destaque, valorizam as exposições e ajudam a atrair o público.

Podem ser sonoros, como caixas de som e fones de ouvido; visuais, como monitores, computadores e telas sensíveis ao toque, além de outros dispositivos digitais de mídia.

No entanto, deve-se ter cuidado para utilizá-los na medida certa para evitar exageros e com manutenção frequente, para que não surjam “pontos mortos” quando os equipamentos falham.

Levar em conta essas questões:

- O que esta mídia ou tecnologia está possibilitando expograficamente?
- Que interação ela está propondo?
- Que experiência poderá

proporcionar?

- Ela permite trazer para o museu algo que não seria possível mostrar de outra forma?

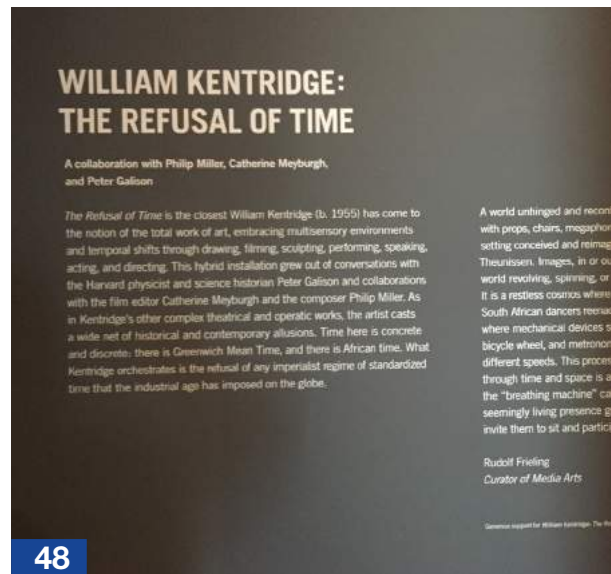
“O mundo pede, exige até, novidades e muitos museus têm tentado atender a esta demanda, buscando criar atrações inovadoras e, por que não dizer, espetaculares. Mas quais são as propostas verdadeiramente inovadoras? Quais são as propostas que fazem diferença, provocam mudanças? E, principalmente, quais propostas são mera repetição, talvez em nova roupagem, mas ainda assim repetições? Seria a transposição de tradicionais estratégias para estas novas ferramentas suficiente para torná-las modernas e, quiçá, compreensíveis? Transferir antigas estratégias (muitas vezes consideradas ruins) para uma nova tecnologia não é sinônimo de inovação e é certo que o público não se deixará enganar por muito tempo.”

(CHELINI, 2012)



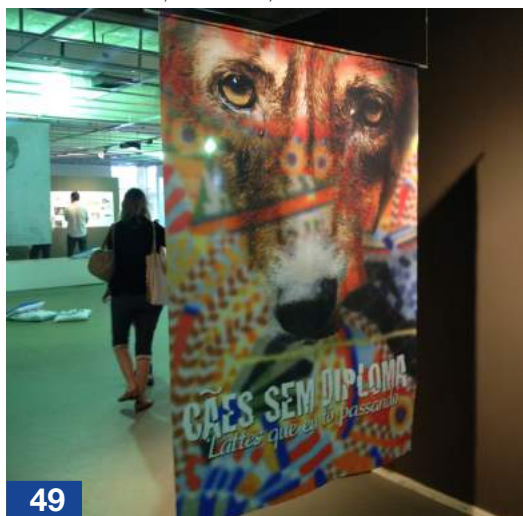
47

Museu de Arte Asiática, San Francisco, USA



48

Museu de Arte Moderna de San Francisco (SFMOMA), USA



49

Exposição "Cães sem Diploma – Lattes que eu tô passando", 2015, UFSC, Florianópolis, SC



50

Licença Creative Commons Zero (CC0)

De informação

Além do papel e da cartolina, existem no mercado atualmente outros materiais que podem ser utilizados como suportes para comunicação visual em exposições, como o vinil, a lona e tecidos sintéticos.

Dependendo do resultado que se deseja obter, do formato e dos recursos financeiros disponíveis, é feita a escolha do suporte (material) e do processo. A seguir listaremos alguns dos processos e materiais mais comuns

Pequenos formatos

Folhetos, cartões, livretos e cartazes (até formato A3) podem ser impressos sobre papel. Existem diversos tipos de papel, com diferentes superfícies. Os mais comuns são o off-set e o couchê. O couchê é um papel gessado, com melhor qualidade e é encontrado com acabamento fosco (mate) ou brilho. E apresentados em diferentes gramaturas (a medida da espessura, do peso, do papel). As folhas de ofício comuns (A4),

por exemplo, têm 75g. As mais espessas, para capas ou cartazes, podem chegar a 250g ou mais.

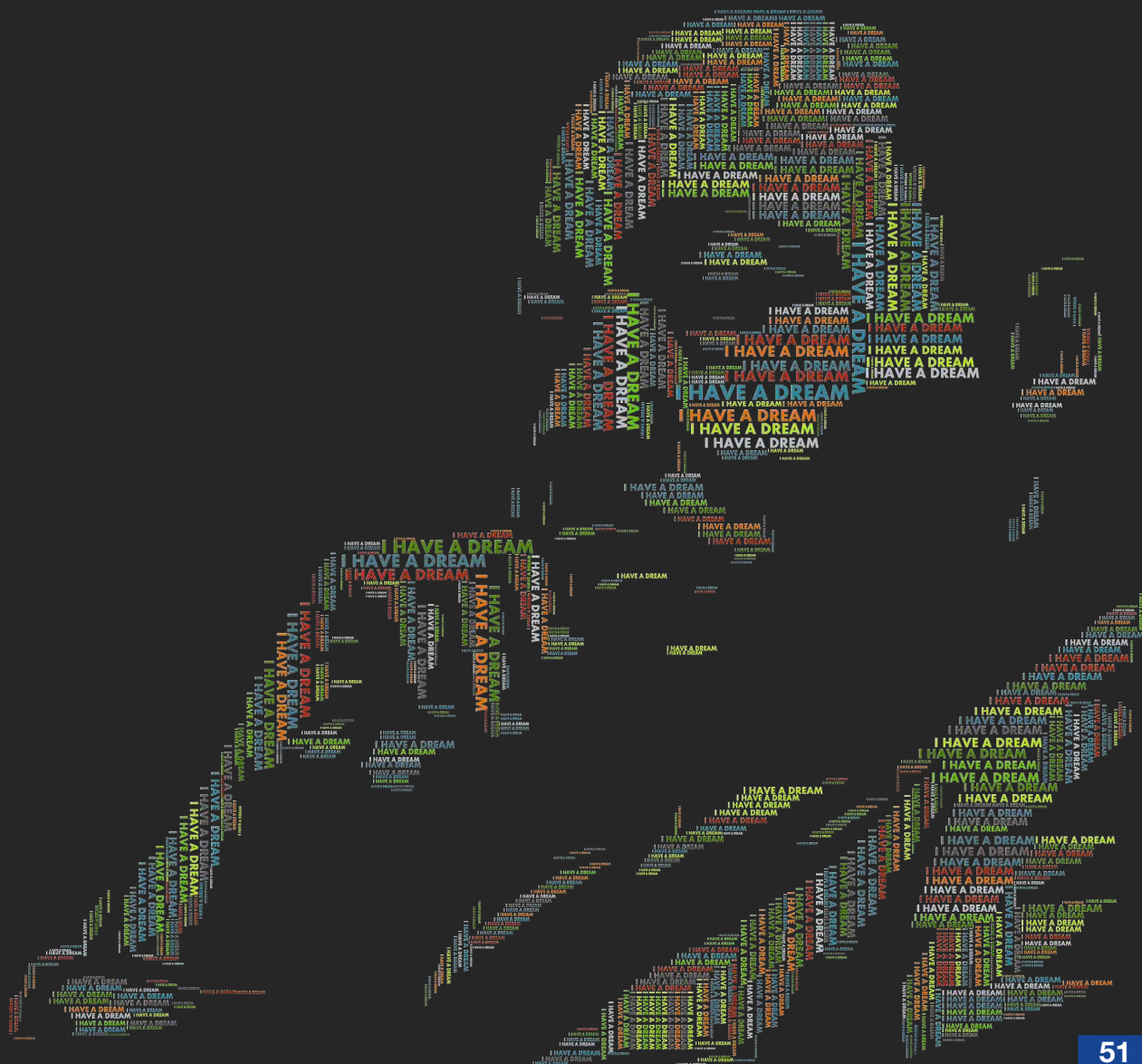
Os processos mais comuns para impressão em papel são o off-set e o digital. O off-set é feito em gráficas e recomendado para tiragens acima de 500 exemplares. A impressão digital é feita em copiadoras, nas gráficas rápidas e só é viável economicamente para pequenas tiragens.

Outro processo para imprimir em cartolinas ou papelão e outras superfícies, como tecido, vidro, plástico e madeira, é a serigrafia. A produção da arte a ser utilizada em serigrafia exige algum conhecimento, para poder tirar o melhor proveito da técnica.

Grandes formatos

Cartazes, banners, faixas e outros elementos com grandes dimensões que podem compor uma exposição, também podem ser impressos numa variedade de suportes: vinil, lona, tecido e papel.

← É importante conhecer as possibilidades técnicas para utilização nas exposições. Grandes formatos, como banners e sublimações (figuras 47 e 49), ou folhetos impressos em off-set e textos recortados em vinil adesivado (figuras 48 e 50).



Os processos mais utilizados são a impressão digital, o recorte e a sublimação.

A impressão digital é semelhante à impressão no papel, com a diferença de ser feita sobre um suporte mais resistente, como vinil ou lona. O recorte é feito em material adesivo e em geral é colado em paredes com cores contrastantes. Textos ou

imagens podem ocupar uma grande extensão de uma parede, compondo um painel de grande visibilidade e efeito. A sublimação é o melhor processo para imprimir em tecido. A única limitação é que o tecido precisa ser sintético. Como no processo digital, aceita qualquer tipo de imagem e é relativamente econômico para produzir elementos de decoração ou informação de grande formato.









A exposição permanente da Ilha de Alcatraz mostra, logo no início, os objetos deixados pelos detentos ao chegar (como sapatos e pincéis de barba), que são expostos como coleções. Em algumas das celas (foto embaixo à esquerda), os pertences dos ex-ocupantes são mostrados usando técnicas de expografia. O complexo penitenciário foi desativado em 1963 e desde 1972 é um parque nacional, aberto a visitação.



Exercícios

A proposta de apresentar alguns exercícios, como dinâmica de grupo, tem por objetivo, além de agregar a equipe de trabalho de forma interativa,

auxiliar na identificação das habilidades e também ajudar no processo de concepção da ideia e do conceito. Procura também auxiliar na identificação do público que

queremos para a exposição e a pensar espacialmente. Inúmeras são as possibilidades. O importante é fazer com que o processo se torne prazeroso e agradável.

1. Habilidades

A partir da explicação sobre o que é a habilidade, o mediador propõe que cada membro do grupo responda às perguntas da primeira parte.

Habilidade é o substantivo feminino que indica a qualidade de uma pessoa hábil, que revela capacidade para fazer alguma coisa. O conceito de habilidade está intimamente relacionado com a aptidão para cumprir uma tarefa específica com um determinado nível de destreza. Outras

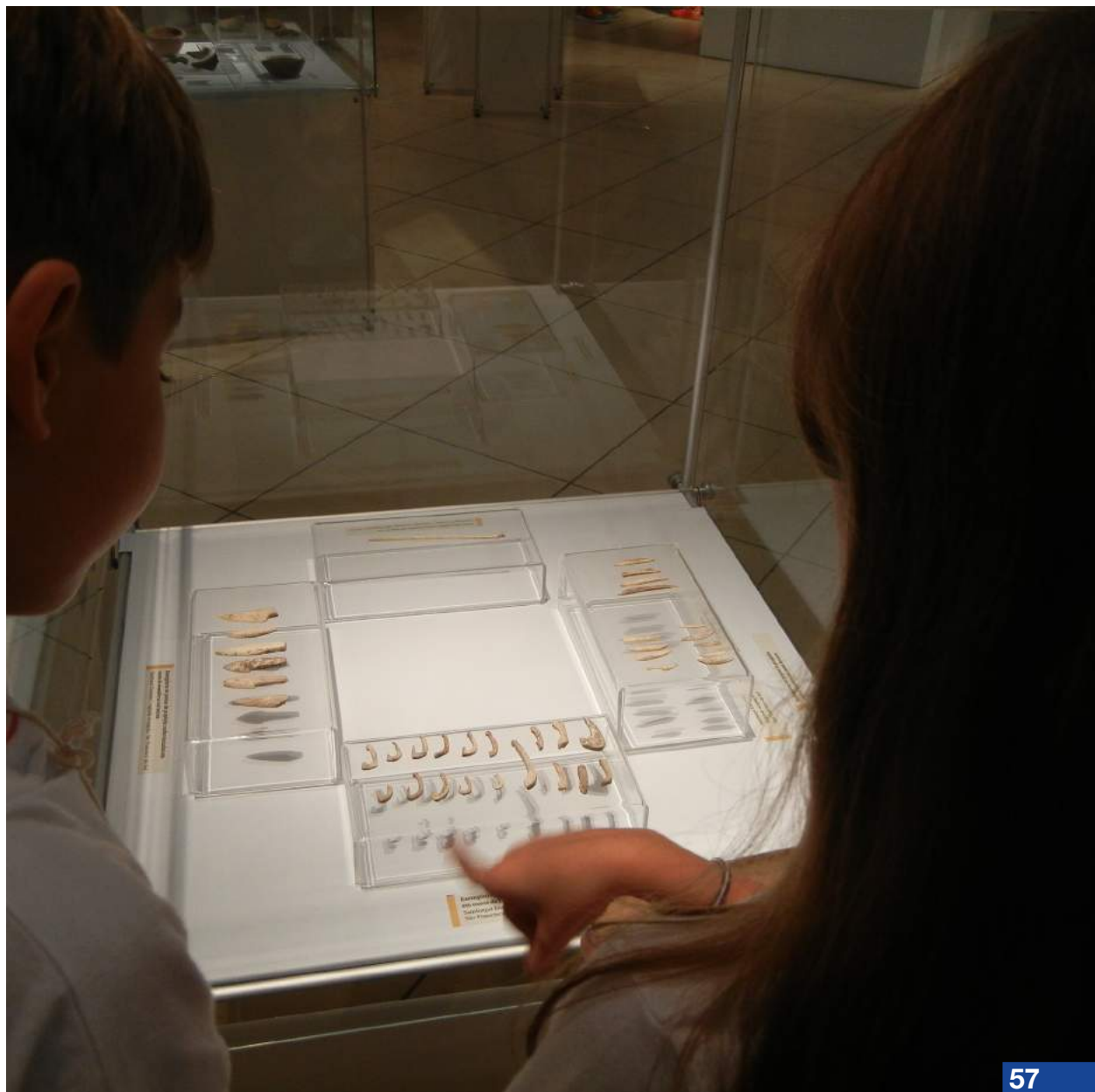
palavras que definem habilidade: capacidade, talento, inteligência, engenho, destreza, agilidade.

Trabalho individual

Responder às seguintes questões:

1. O que eu penso que sei fazer bem?

(construir, trabalhar com madeira, pintar - com tinta e cores, com tecido, costurar, cozinhar, organizar, escrever, desenhar,



cortar e colar, liderar, comandar, mediar, resolver problemas práticos. Aqui vale também colocar experiência profissional, projetos desenvolvidos e terminados, etc.)

2. O que eu gostaria de saber fazer?

Eu não sei fazer muito bem, mas gostaria de aprender a fazer. Se alguém sabe fazer isso estou disposto a aprender. Gostaria de participar de um grupo para criar alguma coisa e executar tarefas para aperfeiçoar essa habilidade.

3. O que os outros acham que eu sei fazer bem?

Existe alguma tarefa, habilidade que eu faço com muita facilidade e que os outros me elogiam por ter feito. Às vezes, algumas habilidades são tão naturais que não valorizamos devidamente, é preciso que os outros nos digam porque para eles é mais difícil.

Trabalho em grupo

Num quadro, um membro do grupo escreve uma lista de habilidades que vão sendo ditas em voz alta. Sugerir algumas do item 1 da primeira parte. Observar quantas habilidades são possíveis e que às vezes não pensamos nelas.

Expor para o grupo a relação ou lista de habilidades 1, 2 e 3.

Discutir:

O grupo pode escolher ou esperar um ou mais voluntários que queiram demonstrar na prática sua(s) habilidade(s). Marcar um próximo encontro para algum membro do grupo demonstrar sua habilidade, na prática, para o grupo.

Exercício complementar:

Um membro do grupo anota o nome da pessoa e as habilidades nas quais ela se define como competente.

Procurar formar subgrupos com habilidades semelhantes.



58



59



60

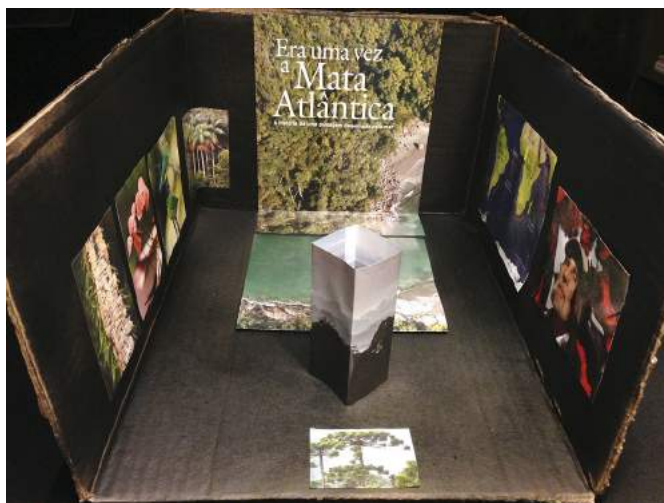
2. Ideias

Procurar, recortar, fazer e imprimir fotos de exposições de objetos no contexto mais amplo possível: na rua, na internet, em museus, em galerias, nas lojas de material de construção, em expositores de diferentes tipos de lojas, estandes de feiras, empresas de locações de material para exposições. Todo esse material interessante, criativo, barato, caro, viável, inviável pode ser compartilhado com o grupo em grandes painéis semânticos, para exercício de observação, da funcionalidade, das ideias, da adaptabilidade, dos materiais, possibilitando maior variedade de soluções para os desafios que uma exposição nos coloca.



Etapas da construção de uma maquete em uma caixa de papelão, que foi pintada de preto para experimentar o uso de tons escuros nas paredes.

Este exercício também pode ser usado para testar a iluminação.



61

3. Maquete

Pegue duas caixas, recorte uma lateral (a entrada para a sua sala de exposição) Pinte todo o interior de uma das caixas de branco e a outra de preto, utilize preferencialmente tintas de acabamento fosco.

Observe a diferença.

Recorte na proporção, na mesma escala, objetos e figuras que se pareçam com o acervo que será mostrado na exposição. Cole nos locais previstos no esboço. As laterais das caixas são as “paredes”. Se pensa utilizar, na exposição, suportes expositivos como cubos ou totens, crie modelos desses suportes em cartolina. Procure ser o mais fiel possível ao projeto.

Veja como as cores das “paredes” influenciam nos espaços, nas dimensões que restaram para circulação. Avalie a cor que mais valorizou os objetos da mostra.

Normalmente as cores escuras escondem as imperfeições das paredes, do reboco e o estado de uso de vitrines e suportes.

Muitos itens do projeto expográfico podem ser testados em uma maquete. Avalie em conjunto com a equipe a melhor solução.



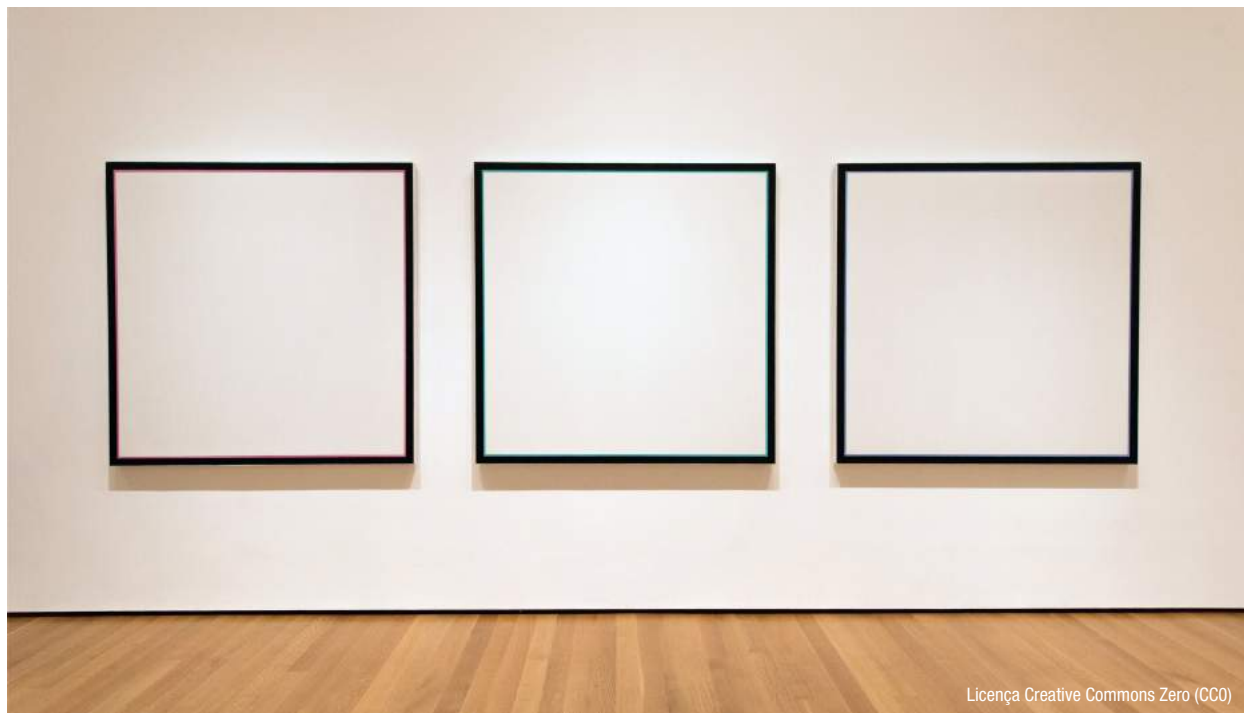
Roteiro para construção da exposição

1. Definir:
Por que fazer? O que fazer?
Para quem fazer?
2. Local, nome, duração, data;
3. Conceito, objetivos, pesquisa, narrativa, resumo e definição dos módulos;
4. Montagem da equipe de trabalho, divisão de tarefas, pense nas ações educativas e nos recursos financeiros;
5. Escolha e encaminhamento do acervo;
6. Criação da identidade visual, desenvolvimento das ações educativas;
7. Montagem do projeto: escolha dos recursos expográficos: cor, iluminação, suportes, textos, linguagem de apoio;
8. Verificação de: segurança, climatização, conservação, acessibilidade;
9. Orçamento e Cronograma;
10. Divulgação;
11. Montagem;
12. Manutenção e adaptações, se necessário;
13. Desmontagem; e
14. Avaliação

Referências

- CHELINI, Maria Júlia Estefânia. Novas Tecnologias para... Novas (?) Expografias. Revista do Programa de Pós-graduação em Ciência da Informação da Universidade de Brasília. *Museologia & Interdisciplinaridade* Vol.1, nº2, jul/dez de 2012. Disponível em: <http://www.periodicos.unb.br/index.php/museologia/article/viewFile/7904/6032>
- CÂNDIDO, Manuelina Maria Duarte. *Orientações para Gestão e Planejamento de Museus*. Florianópolis, SC: FCC, 2014.
- COHEN, Regina; DUARTE, Cristiane e BRASILEIRO, Alice. *Acessibilidade a Museus*. Cadernos Museológicos Vol.2. Brasília, DF: MinC/Ibram, 2012.
- CUNHA, Marcelo Bernardo. A exposição museológica como estratégia comunicacional: o tratamento museológico da herança patrimonial. *Revista Magistro*. Rio de Janeiro, RJ: Unigranrio, 2010.
- CURY, Marília Xavier. *Exposição: concepção, montagem e avaliação*. São Paulo, SP: Annablume, 2005.
- DESVALLÉES, André; MAIRESSE, François. *Conceitos-chave de museologia*. Tradução: Bruno Brulon Soares e Marília Xavier Cury. Florianópolis, SC: FCC, 2014.
- ENNES, Elisa Guimarães. *Espaço Construído: o Museu e suas exposições*. Dissertação de Mestrado, Programa de Pós-Graduação em Museologia e Patrimônio, UNIRIO/MAST, Rio de Janeiro, RJ, 2008.

- GANSLANDT, Rüdiger; HOFMANN, Harald. *Handbook of Lighting Design*. ERCO Leuchten GmbH, Lüdenscheid Friedr. Vieweg & Sohn Verlagsgesellschaft mbH, Braunschweig/Wiesbaden, Alemanha, 1992
- IBRAM, Instituto Brasileiro de Museus. *Pontos de memória: metodologia e práticas em museologia social*. Brasília, DF: Phábrica, 2016.
- IPHAN, Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional. *Educação Patrimonial: inventários participativos*. Texto: Sônia Regina Rampim Florêncio et al. Brasília, DF, 2016
- MERLEAU-PONTY, M. *Conversas - 1948*. Tradução: Fabio Landa e Eva Landa. Revisão da tradução: Marina Appenzeller. São Paulo, SP: Martins Fontes, 2004.
- MOUTINHO, Mário Canova. A Construção do Objeto Museológico. *Cadernos de Sociomuseologia*. Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias, Lisboa, 1994.
- Museums and Galleries Commission. *Planejamento de Exposições*. Tradução: Maria Luiz Pacheco Fernandes. São Paulo, SP: Editora da Universidade de São Paulo, Vitae, 2001
- PADILHA, Renata Cardozo. *Documentação Museológica e Gestão de Acervo*. Coleção Estudos Museológicos, v.2. Florianópolis, SC: FCC, 2014
- SOLANO, Carlos. *Feng Shui Arquitetura Ambiental Chinesa*. São Paulo, SP: Editora Pensamento, 2000.
- TEIXEIRA, Lia Canola; GHIZONI, Vanilde Rohling. *Conservação preventiva de acervos*. Florianópolis, SC: FCC, 2012.



Licença Creative Commons Zero (CC0)

Créditos das imagens

Cesar Valente

Figuras 3, 4, 8, 11, 18, 20, 23, 27, 29, 31, 33, 34, 36, 38, 39, 40, 42, 45, 46, 47, 48, 49, 50, 54, 55, 56, 58, 59 e sem número nas páginas 64 e 65.

Pixabay.com

Imagens com atribuição Creative Commons Zero (CC0)

Figuras 2, 6, 12, 24, 25, 26, 28, 30, 32, 37, 43, 51, 52, 53, 60, 62 e sem número nas páginas 46 e 90.

Lúcia Valente

Figuras 7, 16, 17 (6 fotos), 19, 21, 22, 44 e 57.

Kátia Bordinhão

Figuras 13, 14 e 61 (6 fotos).

Museu da Abolição/Divulgação

Figura 1.

Rômulo Juracy/Divulgação

Figura 5.

Ministério da Cultura

Representação Regional Nordeste do Ministério da Cultura (RRNE/MinC)
Figura 10.

Museu da Língua Portuguesa/ Divulgação

Figura 35.

Textures.com

Imagem liberada para uso.
Figura 15

Unsplash.com

Imagem com atribuição Creative Commons Zero (CC0)
Figura 41

Material de divulgação

Figura 9.



CULTURA
VIVA

MINISTÉRIO DA
CULTURA



Agência Brasileira do ISBN
ISBN 978-85-63078-55-1



9 788563 078551