

## O papel do espaço na experiência do visitante em exposições museológicas

### The space's role in visitor experience in museum exhibitions

Bianca de Cássia Chaves Ribeiro<sup>1</sup>  
Julia Nolasco de Moraes<sup>2</sup>

DOI 10.26512/museologia.v12i23.52279

#### Resumo

Este artigo é parte de pesquisa de mestrado que analisa o espaço arquitetônico como elemento de comunicação nas exposições museológicas, buscando compreender suas influências na experiência dos visitantes a partir de uma discussão teórica situada no encontro entre Arquitetura e Museologia. Abordamos as exposições como uma linguagem própria dos museus – embora não exclusiva –, na qual os principais elementos são objetos, discurso, público e espaço, sendo este último o focalizado neste estudo. O espaço da exposição é, em nossa abordagem, reconhecido como componente ativo na construção do significado; não é apenas um recipiente, mas um mediador que influencia a percepção dos objetos e a interpretação do discurso, impactando a experiência do público que visita exposições em museus.

#### Palavras-chave

exposição museológica; espaço expositivo; linguagem museográfica; arquitetura de museus; experiência do visitante.

#### Abstract

This article is part of a master's research that analyzes the architectural space as a communication element in museum exhibitions, aiming to understand its influence on visitors' experiences through a theoretical discussion situated at the intersection of Architecture and Museology. We approach exhibitions as a language specific to museums – though not exclusive to them – in which the main elements are objects, discourse, audience, and space, with the latter being the focus of discussion. In our approach, the exhibition space is recognized as an active component in the construction of meaning; it is not merely a container, but a mediator that influences the perception of objects and the interpretation of discourse, thereby impacting the experience of the public visiting museum exhibitions.

#### Keywords

museum exhibition, exhibition space, museographic language, museum architecture, visitor experience.

#### Introdução

A palavra “museu” pode se referir tanto à instituição quanto ao espaço físico que a abriga e enfocar temas tão diversos quanto as expressões culturais e naturais existentes. Trata das relações entre o humano, o espaço, o tempo e a memória. Pode assumir diferentes formas e estruturas, de modo a abarcar as diversidades e particularidades com que tais relações possam se estabelecer;

1 Mestre em Museologia e Patrimônio (UNIRIO-MAST), graduada em Arquitetura e Urbanismo (UFMG). Diretora na Equipe B Arquitetura, Museologia e Design, atuando desde 2012 no desenvolvimento de projetos museográficos e expográficos. E-mail: biancaccr@gmail.com

2 Doutora em Ciência da Informação (IBICT-UFRJ/ECO), Mestre em Ciência da Informação (IBICT-UFF), Bacharel em Museologia (UNIRIO). Professora da Escola de Museologia da UNIRIO e do Programa de Pós-graduação em Museologia e Patrimônio - PPG-PMUS/ UNIRIO-MAST. Coordenadora do Curso de Mestrado do PPG-PMUS/ UNIRIO-MAST. Na graduação, é responsável por disciplinas de Museologia e Comunicação, entre elas as dedicadas à concepção, planejamento, montagem e avaliação de exposições curriculares. E-mail: julia.moraes.unirio@gmail.com. ORCID: 0000-0002-2362-6175

segundo a cultura, os valores e as visões de mundo de cada grupo social em lugares e tempos particulares. Pode ser um edifício, uma ação sobre o território, um sistema organizado de informações, coleções ou experiências, mas deverá ser sempre aberto/destinado ao público – seja este visitante, comunidade ou agente de memória. Poderá ser físico ou virtual, local ou global, público ou privado. Apresenta-se, por definição (ICOM, 2022), como lugar de educação, cultura, pesquisa, reflexão, fruição e entretenimento que tem as exposições como uma de suas atividades de maior visibilidade (Cury, 2014: 46) e de interlocução com o público (Mantovani, 2018: 122). Destacadas por Scheiner como “a principal instância de mediação dos museus” (2003: 2), as exposições são ações museológicas de grande impacto social, por meio das quais os museus constroem discursos e estabelecem a comunicação com as pessoas.

É justamente a esta ação museológica que dedicamos nossa pesquisa de mestrado, que se propõe a analisar a estrutura espacial de exposições visando identificar, na configuração dos espaços expositivos, influências para a experiência dos visitantes, na medida em que determina percursos, conforma padrões de visitação, privilegia visadas, proporciona encontros entre as pessoas e contribui para a apreensão do discurso museológico. Neste artigo, especificamente, buscamos compreender as especificidades da linguagem expositiva a fim de identificar o papel do espaço arquitetônico na conformação da experiência dos visitantes em exposições realizadas em museus, tratando-se de uma discussão essencialmente teórica a partir do cruzamento de referências da Museologia e da Arquitetura<sup>3</sup>. Para tanto, no eixo Museu/Exposição, recorreremos a autores do campo museológico no Brasil e no exterior como María Bolaños Atienza (2006), André Desvallées e François Mairesse (2013), John Falk e Lynn Dierking (2013), Helena Uzeda (2018), Luisa Rocha (1999), Maria Ignez Mantovani (2018), Marília Xavier Cury (1999, 2005, 2014, 2020), Roger Silverstone (1994) e Tereza Scheiner (2003). Em relação à argumentação ligada à Arquitetura/Espaço, consideramos aqueles que discutem o conceito de espaço arquitetônico, como Bárbara Coutinho e Ana Cristina Tostões (2020), Bruno Zevi (1996), Henry Urbach (2010), Lúcia Leitão e Norma Lacerda (2016), Siegfried Giedion (2008) e Yi-Fu Tuan (2001).

Entendendo que “projetar exposições em museus é a arte e a ciência de organizar os elementos visuais, espaciais e materiais de um ambiente em uma composição pela qual os visitantes se movem” (Dean, 1994: 32), defendemos o espaço como componente semântico no processo comunicacional das exposições museológicas. A partir disso, organizamos nossa discussão nas seguintes seções: (1) Introdução dos principais conceitos mobilizados a partir de autores das duas áreas do conhecimento; (2) considerando a exposição como uma linguagem de natureza específica utilizada pelos museus, apresentamos os elementos que a compõem: objeto, discurso, espaço e público; (3) na terceira seção destacamos aspectos ligados ao espaço enquanto elemento de comunicação em uma exposição; e na sequência (4) discutimos a relação entre espaço, movimento e comunicação nas exposições, defendendo que o modo como o visitante se desloca pelos espaços da exposição impacta os processos de construção de sentido.

3 A pesquisa de mestrado da qual deriva este artigo adota como estudos de caso os museus Memorial Minas Gerais Vale e MM Gerdau: Museu das Minas e do Metal, ambos localizados em Belo Horizonte/MG. No entanto, em virtude da limitação de número de páginas do artigo, não é possível avançar para as especificidades dos dois museus, tendo-se focado em apresentar a discussão teórica que fundamenta a questão.

## Exposições em museus: entre a museologia e a arquitetura

O termo exposição, segundo Desvallés e Mairesse (2013: 42), significa “tanto o resultado da ação de expor, quanto o conjunto daquilo que é exposto e o lugar onde se expõe”. Conforme Davallon (2010: 17), é um conjunto de objetos destinados a um público atendendo a uma ideia e uma intenção, com capacidade de produzir significado a partir de uma disposição espacial. Em nossa discussão, a interpretação está relacionada ao campo do conhecimento da Museologia, tratando das exposições que ocorrem no espaço dos museus, exposições museológicas. Diferentemente de exposições com fins comerciais ou publicitários, por exemplo, as exposições em museus se diferenciam por sua motivação, como explica Dean:

[as exposições em museu] têm a missão de fornecer lugares para educação e reflexão. A motivação museológica para a exposição é fornecer os objetos e informações necessárias para que a aprendizagem ocorra. As exposições cumprem, em parte, a missão institucional do museu ao expor coleções à vista, assim afirmando a confiança do público na instituição como guardiã do testemunho social. [...] os objetivos específicos das exposições de museus envolvem o desejo de mudar atitudes, modificar comportamentos e aumentar a disponibilidade de conhecimento (Dean, 1994: 2-3, tradução nossa).

As exposições museológicas, portanto, são desenvolvidas com o objetivo de alcançar determinados efeitos no visitante, promovendo conhecimento e pensamento crítico por meio de experiências que comuniquem algo que esteja alinhado às premissas e intenções do museu em que são realizadas. Ainda, sendo ações que detêm forte visibilidade, “depositam em si grande parcela da responsabilidade social dos museus, pois constituem-se na interface entre a instituição e o público” (Cury, 2005: 115).

Marília Xavier Cury (1999: 54) defende que a exposição é “a materialização de uma poesia, é dar forma a um conceito através de objetos, é selecionar um objeto que sustente, em sua materialidade, uma ideia”. Mas de que modo são materializadas para tornar possível a relação entre museu e público no espaço expositivo? Podemos caracterizar simplificada e que uma exposição se constitui pela distribuição organizada de conteúdos e/ou objetos em um determinado ambiente, de modo a compor narrativas e apresentar temáticas específicas, determinadas a partir das intenções discursivas do museu (Mantovani, 2018: 20). Nas palavras de Scheiner, “expor é dispor de forma a tornar visível uma ordem subjacente das coisas, é atuar de modo a fazer com que efetivamente ‘a linguagem se entrecruze com o espaço’” (2003: 2).

Nesse sentido, compreendendo a exposição como uma linguagem museológica específica realizada com a função de expressar ideias de forma estruturada em um dado espaço, enfocamos aquelas que se dão no ambiente físico do museu e com a presença do visitante, nas quais a materialidade e as características arquitetônicas do edifício são determinantes. Ressaltamos, nesse contexto, o encontro entre Museologia, enquanto “campo muito vasto que compreende o conjunto de tentativas de teorização ou de reflexão crítica ligadas ao campo museal” (Desvallés; Mairesse, 2013: 63), e Arquitetura, por ser a área de conhecimento implicada na concepção de espaços para abrigar funções humanas (Giedion, 2008; Zevi, 1996). Se “a ação museológica é, por excelência, multi e interdisciplinar”, conforme destaca Mantovani, o universo de exposições “é um dos terrenos mais ricos de interação entre profissionais” (2018: 117) e, mais

que isso, da interação entre pessoas e saberes diversos<sup>4</sup>.

Nesse contexto, compete elucidar a compreensão de Arquitetura como “qualquer atividade humana que transforma o ambiente físico de forma intencional dentro do esquema da organização, contendo significado e comunicação implícitos” (Rossi, 1995 *apud* Duarte, 2010: 130). Enquanto atividade voltada à concepção de espaços, explicitamos o entendimento de “espaço” como o vazio interno resultante de ação projetual em que se definem limites, conexões e outras relações (Giedion, 2008; Zevi, 1996). Embora edifícios possam se destacar por sua forma, geometria, materialidade e outros aspectos visuais, a essência do projeto arquitetônico é a conformação do espaço, a elaboração do vazio interior onde as pessoas se deslocam e realizam suas atividades. Destacamos, a partir do exposto, dois aspectos como fundamentais na atuação dos arquitetos: o espaço e o fator humano, pois:

[...] se a composição do vazio constituinte do espaço interno, das cavidades, [...] distingue a arquitetura em relação às demais artes visuais, a destinação desse espaço – a inclusão do humano – distingue igualmente o espaço da arquitetura diante de outros possíveis espaços existentes na natureza e dos quais se ocupam outros campos disciplinares (Leitão; Lacerda, 2016: 814).

Entendendo, portanto, que à Arquitetura interessa conceber espaços para a vivência humana, projetar o espaço do museu contempla imaginar seu uso pelas pessoas, atendendo às “necessidades funcionais e sociais de um museu no espaço, prevendo-se, no mínimo, os trabalhos relacionados à conservação, pesquisa, educação e comunicação” (IBRAM, 2020: 7). Se projetar é fazer projeções e idealizar o que poderá ser realizado no futuro, no exercício do projeto arquitetônico os ambientes são imaginados para atender aos usos, deslocamentos, atividades e experiências pretendidos e, no caso das exposições, incluem-se objetivos comunicacionais e educativos no acolhimento dos visitantes. Portanto, na concepção de exposições museológicas, espaço, movimento e discurso devem ser aliados no objetivo de proporcionar experiências e permitir a interação entre os públicos e o museu. Isso ocorre por meio da disposição planejada de objetos, informações e outros recursos ao longo de uma sequência de ambientes organizados de acordo com as intenções do discurso, e que são também condicionados pelas características espaciais do edifício que abriga a instituição.

Nesse cenário, cabe destacar que o espaço não é mero plano de fundo para a instalação da exposição, antes é um aspecto substancial para a elaboração do projeto expositivo e para a experiência perceptiva que o visitante terá ao longo do percurso, conforme observado por Barbier-Bouvet (1989):

[...] a sua dimensão fundamental [das exposições] não é a especificidade do tema, nem a natureza dos suportes que oferece - texto, imagens, objetos - mas a existência de um espaço que os une. A exposição é primeiramente um lugar e como qualquer lugar a sua prática envolve fundamentalmente o corpo: de certa forma, o percurso numa exposição materializa, inscrito no chão, o seu percurso em informação e sensação. Trajetos, paradas, evitamentos são todos indicadores [...] de um percurso cultural e uma progressão perceptiva (Barbier-Bouvet, 1989: 12, tradução nossa).

4 Não exclusivamente disciplinares, podendo contemplar saberes tradicionais, por exemplo. Ressaltamos que nos últimos anos têm sido desenvolvidas novas experiências de fazer expográfico nos quais os saberes disciplinares e não disciplinares se atravessam, como é o caso de exposições desenvolvidas por/com pessoas indígenas. Nesses processos a concepção da exposição pode incorporar outros elementos e métodos, mas tratamos de projetos convencionais de exposições, nos quais estão implicados diversos aspectos técnicos comumente associados a saberes disciplinares.

A partir dessas considerações, entendemos que ao planejar uma exposição os profissionais envolvidos adotam estratégias com vistas a causar sensações e alcançar efeitos no visitante que percorre um dado espaço expositivo (espaço arquitetônico convertido em exposição). Se “conceber e montar uma exposição significa construir e oferecer uma experiência para o público”, conforme argumenta Marília Xavier Cury (2005: 45), interessa refletir sobre a influência do espaço nas experiências proporcionadas. Em se tratando de experiências que ocorrem no espaço – às quais denominamos experiências espaciais – nos referimos às variadas possibilidades de aprender, conhecer ou experimentar proporcionadas por, ou em, espaços arquitetônicos, a partir do deslocamento de indivíduos em seu interior. Cabe ressaltar que as experiências vivenciadas pelas pessoas não podem ser controladas e serão sempre particulares, influenciadas por seus conhecimentos prévios, pelo estado emocional no momento da visita, pelo comportamento de outros indivíduos, pelas condições do ambiente, entre outros fatores. Mesmo não sendo possível determinar a experiência que o visitante terá ao percorrer a exposição, no exercício do projeto buscamos provocar sensações, imaginar ações, percursos, interações e vivências que podem ocorrer no espaço expositivo.

Em vista disso, sendo intenção do projeto expositivo dar forma às ideias, qualificar o espaço e tornar a experiência do público possível (Cury, 2005: 113), é relevante compreender de que modo tal processo ocorre. Nessa perspectiva, Falk e Dierking (2013) argumentam que a experiência do visitante no museu começa muito antes e continua muito depois da visita presencial e, partindo disso, elaboram o Modelo Contextual de Aprendizagem<sup>5</sup>, em que diferenciam os aspectos envolvidos na experiência do público nos contextos pessoal, socio-cultural e físico, os quais se sobrepõem e influenciam mutuamente. O contexto pessoal se refere à bagagem individual que cada visitante traz consigo, incluindo conhecimentos, memórias, interesses e expectativas; o sociocultural considera as influências de aspectos sociais e culturais mais amplos, relacionados aos grupos a que o visitante pertence (família, amigos, trabalho, país); o físico, por sua vez, se refere ao contexto material, ambiental e espacial do museu, contemplando o edifício, o mobiliário, os objetos e demais suportes. Aos três contextos soma-se ainda a dimensão temporal, responsável pelo prolongamento e ressignificação da experiência em momentos posteriores à visita.

Embora reconhecendo a interferência recíproca entre os contextos, à nossa pesquisa concerne particularmente o contexto físico, por ser o cenário onde se dá a relação do público com o espaço das exposições: a partir do momento que o visitante adentra o museu e se desloca pelos ambientes, são os suportes materiais que viabilizam e condicionam suas ações, a interação com outras pessoas, o contato com os objetos e conteúdos. Nesse sentido, ao projetar exposições, parte significativa das decisões envolve aspectos físicos: o layout dos ambientes, a sequência de visitação, o posicionamento de objetos e conteúdos, o desenho de vitrines e suportes, a distribuição de equipamentos e recursos, entre outros elementos. As condições do espaço expositivo são, portanto, determinantes na visita, conforme relata a museóloga Helena Uzeda (2018: 76-77): “as experiências dos visitantes, assim como a percepção dos objetos e a construção de seus significados submetem-se ao espaço das exposições, sendo preciso vivenciá-lo e senti-lo para que as experiências cognitivas e sensí-

5 O “Modelo Contextual de Aprendizagem” é descrito no livro *The Museum Experience Revisited* (2013). Na primeira edição do livro, publicada em 1995 com o nome *The Museum Experience*, a teoria era chamada de “Modelo da Experiência Interativa”.

veis se concretizem”.

Cabe evidenciar, ainda, que ao considerar exposições nos espaços do museu, nos referimos a ações presenciais, que se realizam com a presença física das pessoas, contexto em que podemos recordar Jean Davallon ao declarar que “a exposição é o meio da presença, pois reúne fisicamente objeto e visitante” (Davallon apud Scheiner, 2003: 3). Scheiner complementa que, além de meio da presença, a exposição é:

[...] uma poderosíssima instância relacional [...] que não apenas conjuga pessoas e objetos, mas também – e principalmente – conjuga pessoas e pessoas: as que fizeram os objetos, as que fizeram a exposição, as que trabalham com o público, as que visitam o museu, as que não estão no museu, mas falam e escrevem sobre a exposição” (Scheiner, 2003: 3).

As exposições museológicas são, nesse sentido, entendidas como a principal instância de relação entre os museus e as pessoas – incluindo não apenas aqueles que visitam exposições, mas todas as envolvidas nas diversas dimensões da experiência. Apesar de considerar tal amplitude, convém delimitar que nossa pesquisa se concentra em uma parcela específica desse grupo de indivíduos envolvidos no espaço relacional do museu: o público que visita as exposições. A condição de visitante é, segundo Moraes (2022: 3) “talvez, a mais tradicional (na acepção temporal e consensual) performance museal protagonizada pelos públicos”. Cabe destacar, segundo o entendimento atual dos públicos de museus, que há uma variedade de termos e conceitos que buscam alcançar as diferentes relações que se estabelecem entre as pessoas e as instituições museológicas. Dentro das múltiplas possibilidades abarcadas pelo termo “visitante”, podem estar incluídas público espontâneo, público estimulado, público escolar, público cativo (ou frequentador assíduo), público com deficiência, turistas, vizinhança, comunidades específicas, entre outras performances (Moraes, 2022).

Ao discutirmos aspectos de influência da exposição na experiência desse grupo de indivíduos, é importante atentar para alguns aspectos dessa relação. Cabe considerar, inicialmente, que se no início da trajetória dos museus os objetos foram os protagonistas, expostos de modo tal a permitir apenas a apreciação contemplativa e distante do visitante, houve significativa mudança nessa postura do público em relação ao que é exibido. María Bolaños Atienza (2008: 15) destaca que nos anos 1960 iniciou-se o questionamento das exposições históricas positivistas do século XIX, que privilegiavam a apresentação segundo uma ordem linear cronológica dos eventos voltada à transmissão do conhecimento (do museu para o visitante). A partir de então, surgem uma série de experimentações com vistas a explorar novas possibilidades de associação a partir de discussões e temáticas que se pretenda abordar nas exposições, o que favoreceria a transversalidade, a simultaneidade, o cruzamento das informações e de saberes, a autonomia do visitante, em uma lógica discursiva aberta, mais preocupada em produzir sentido que em produzir história (Atienza, 2008: 16). Em relação ao comportamento do público nesse processo, a autora destaca que:

O novo visitante deixou de ser o “contemplador” racional e distante [...] – cuja posição diante do objeto museológico tinha como horizonte a informação, o pensamento e o conhecimento –, para se tornar um desfrutador que substituiu “conhecimento” pela “emoção” e mergulha num exercício de sentimento apaixonado, narcisista e supostamente espontâneo; um espectador tão interessado na fruição sensorial do objeto quanto na plenitude do espírito, com corpo e alma (Atienza, 2006: 19, tradução nossa).

Projetar exposições para o novo visitante passa por compreendê-las enquanto processos abertos à interação livre e propositiva; à interpretação pessoal e à dúvida; que proporcionem alternativas e caminhos para que o indivíduo possa interpretar e construir sentidos conectados com suas vivências e conhecimentos anteriores; e que alcance a superação da contemplação pela experiência (Atienza, 2006; Mantovani, 2018, Scheiner, 2003). Para que a exposição museológica efetive sua função de comunicação, é necessário que forma e conteúdo atuem como meios para proporcionar, ao mesmo tempo, informação e emoção. Scheiner (2003: 6;12) ressalta que a “experiência de aprendizado, diz-nos a Psicologia, não resulta da informação, mas da vivência”, uma vez que a produção de conhecimento ocorre quando o sujeito, partindo da informação apreendida, é capaz de elaborá-la, transformando-a em vivência. Os museus precisam, portanto, “compreender que vivenciar é infinitamente mais importante que informar” (Scheiner, 2003: 12), o que deve guiar a realização das exposições, a fim de proporcionar experiências diversas e qualificadas para seus públicos enquanto percorrem os espaços expositivos.

Nesse aspecto, embora educar e partilhar conhecimentos sejam intenções dos museus e, por extensão, das exposições, é necessário destacar o que diferencia os processos de aprendizado que ocorrem no espaço museológico daqueles que se dão em espaços de educação formal, como as escolas. Para isso recorreremos ao conceito de *free-choice learning* (aprendizado de livre escolha) (Falk, 2005) para denominar experiências nas quais a pessoa dispõe de alto grau de liberdade para definir o que, quando e por que aprender um determinado assunto. A maioria dos processos de aprendizagem que ocorrem fora da escola se enquadram nessa categoria, como livros, filmes, *podcasts*, parques e o que mobiliza nosso interesse: os museus.

Enquanto a educação formal é repleta de métodos, regras e imposições, o processo de aprendizado nos museus é guiado pelas demandas e interesses intrínsecos do indivíduo, de forma livre, “não sequencial, individualizada e voluntária” (Falk, 2005: 273). É propriamente no caráter de espontaneidade e interesse genuíno que reside importante potencial de estabelecer a comunicação entre o museu e seus públicos, conforme Scheiner complementa:

Eis aí a verdadeira dimensão pedagógica do Museu: não a que se estabelece pela via formal das operações didáticas controladas, dependentes do logos; mas a que permite deixar fluir uma relação espontânea entre a capacidade imaginante do indivíduo e as muitas linguagens da exposição (Scheiner, 2003: 12).

A exposição é, portanto, local privilegiado de encontros (e também desencontros) entre museu e visitante, com amplas possibilidades de promover uma diversidade de experiências e aprendizados. Essa ação de comunicação museológica, que é uma “poderosíssima instância relacional”, se configura como a linguagem própria dos museus, uma “forma específica de discurso, que se fundamenta numa conjugação muito especial de signos para dar forma às estruturas narrativas” (Scheiner, 2003: 8) e alcançar efeitos no visitante. Sobre as características desta linguagem trataremos na sequência.

### **A exposição como uma linguagem de natureza específica**

A exposição é uma linguagem própria (embora não exclusiva) dos museus que se realiza a partir da distribuição de objetos ou ideias em um determi-

nado espaço, organizados de forma a representar questões, intenções e discursos e tendo por objetivo efetivar a comunicação com o público. São a ponta do iceberg do processo de musealização, conforme definidas por Cury, “a parte que visualmente se manifesta para o público e a grande possibilidade de experiência poética por meio do patrimônio cultural [...] ainda, a grande chance dos museus de se apresentarem para a sociedade e afirmarem a sua missão institucional” (Cury, 2005: 35).

É, portanto, um conjunto peculiar que simplificada podemos definir ser composto por objeto, espaço, discurso e público. Para a constituição de linguagem tão particular, ou “especialíssima”, nas palavras de Scheiner (2003), a exposição incorpora

[...] elementos específicos de outras linguagens e de outros campos do conhecimento, externos à Museologia: do campo tecnológico, os efeitos de som, luz e as linguagens virtuais; da arquitetura, da arte, do teatro e do design, a capacidade de conjugar forma, espaço, cor, tempo e movimento, criando conjuntos sógnicos de grande expressividade; das disciplinas científicas, o discurso do objeto. Toda exposição é uma forma de argumento cultural, e sua qualidade persuasiva residirá exatamente na maestria com que o museu faz uso das muitas linguagens (Scheiner, 2003: 10).

Esses diversos elementos, especialidades e conhecimentos são associados no “meio da presença” que é a exposição. E é a conjugação desses fatores que permite proporcionar ao público uma experiência de produção de sentido, por meio da qual o museu é capaz de cumprir seu papel educativo de maneira prazerosa, conforme citação:

Museus são lugares para encontrar objetos concretos - a “coisa real”. [...] Dar vida ao assunto, de uma forma tangível é o que as exposições de museus fazem com excelência. Uma visita ao museu pode contribuir muito para estimular um interesse duradouro do aluno em um assunto. [...] A oportunidade de ver objetos em ambientes descontraídos e confortáveis onde a interação entre o espectador e o objeto, o estudante e o professor, visitante e monitor, e os alunos e seus colegas pode ocorrer, leva à retenção e interiorização de um tópico acadêmico de outra forma. É muito mais gratificante ver uma figura pré-colombiana real do que simplesmente ler sobre ela em um livro e olhar para uma foto. O efeito de fazer as duas coisas promove impressões duradouras e maior retenção do conhecimento adquirido. [...] a comunicação que ocorre em um ambiente descontraído e agradável promove a vontade de aprender e continuar aprendendo (Dean, 1994: 6, tradução nossa).

A partir disso, o museu entendido enquanto “lugar da coisa real” tem como aspecto característico o encontro com o objeto, o que podemos destacar como o primeiro elemento da linguagem específica da exposição. Esculturas, pinturas, móveis, cerâmicas, espécimes biológicos, e outros elementos materiais são facilmente identificados pelo senso comum enquanto “objetos de museu” – ou *musedia* (Desvallées; Mairesse, 2013: 68). Não aprofundaremos a discussão sobre o conceito de objeto no contexto museológico, ou questões como formação de coleção ou autenticidade dos acervos, mas nos interessa expandir a compreensão para além da dimensão material. Nesse sentido, é útil a definição de objeto como “qualquer coisa (física ou mental) para a qual uma ação, um pensamento ou sentimento se dirige” (Objeto, 2023). Na linguagem da exposição, portanto, pode ser qualquer signo ao qual seja atribuído sentido.

## Os objetos de museu – *musealia* – são, portanto,

considerados menos como coisas (do ponto de vista de sua realidade física) do que como seres de linguagem (eles são definidos, reconhecidos como dignos de serem conservados e apresentados) e como suportes de práticas sociais (eles são coletados, catalogados, expostos, etc.) (Davallon, 1992 *apud* Desvallées; Mairesse, 2013: 70).

A definição de objeto em nosso contexto abarca ainda outros recursos físicos adotados para representar ideias, memórias e patrimônios imateriais, como painéis com textos, áudios, vídeos, fotografias, imagens e outros registros. Davallon (2010: 21) destaca que “o traço comum a todas essas “coisas” é que elas foram escolhidas para serem relacionadas e dispostas num espaço, no qual entrará o público (o coletivo) de visitantes”. A partir disso, podemos admitir que o objeto, material ou imaterial, seja considerado o “elemento central do discurso museológico” com o qual devemos “interagir de forma a explorar as suas múltiplas capacidades intrínsecas de nos dizer sobre o mundo” (Mantovani, 2018: 115).

Admitindo que a “concepção da exposição advém da vontade que ela tenha um discurso ou conte uma história” (Davallon, 2010: 30), ao tratar de discurso museológico nos referimos ao discurso próprio dos museus que, segundo Beatriz Pereira e Mariana Valle (2017: 835), “é constituído pelos diversos elementos presentes em suas exposições, com os quais os visitantes podem interagir de alguma maneira”. Baseando-se na linguista brasileira Eni Orlandi, as autoras diferenciam mensagem e discurso, argumentando que enquanto na mensagem ocorre o envio de uma informação do emissor ao receptor por meio de um código, no discurso:

[...] a distinção entre receptor e emissor não é tão clara, estes não interagem de forma seriada como esquematizado na mensagem. Mais do que uma simples transmissão de informação, o discurso diz respeito às relações entre sujeitos e aos sentidos que estes dão à linguagem” (Pereira; Valle, 2017: 837).

No caso das exposições museológicas, os sujeitos envolvidos na relação discursiva são o público visitante e o museu, representado pelos elementos expositivos e pelos diversos profissionais envolvidos no desenvolvimento da exposição. Cabe ressaltar que a elaboração do discurso museológico, assim como a definição dos “modos de mostrar [...] não são naturais nem ingênuos” pois “constituem um exercício de interpretação que encerra significados” (Atienza, 2006: 14, tradução nossa). Uma vez que os sentidos da interpretação serão dados pelas pessoas envolvidas em sua elaboração, é possível dizer que a linguagem expositiva será contagiada pelas visões de mundo daqueles que a produziram, pelos contextos pessoal e sociocultural desses indivíduos (Falk; Dierking, 2013). Diante disso, Cury (2020) nos lembra que a musealização revela tanto sobre quem/o quê se representa, mas, também, sobre aqueles que escolhem/decidem quem/o quê representar.

A elaboração do discurso e os modos de apresentá-lo podem variar de acordo com quem produz, com a tipologia museológica, com as características do seu acervo e com o perfil do público, no entanto a especificidade das exposições museológicas está em seu objetivo de promover comunicação, na intenção instrutiva para construir e difundir conhecimento, crítica, reflexão e experiências. Por tal caráter, a exposição é reconhecida como meio de comunicação e,

de forma mais ampla, o próprio museu assume a condição de mídia, conforme argumentou o Roger Silverstone (1994):

Os museus são, em muitos aspectos, como outras mídias contemporâneas. Eles entretêm e informam; contam histórias e constroem argumentos; visam agradar e educar; definem, consciente ou inconscientemente, de forma eficaz ou ineficaz, uma agenda; eles trazem o que de outra forma não é familiar e inacessível em familiar e acessível. E na construção de seus textos, exposições e tecnologias, eles oferecem um relato do mundo ideologicamente influenciado.

Mas também, é claro, existem diferenças óbvias entre museus e outros meios de comunicação, como jornais, rádio ou televisão. Os museus não são meios de difusão: ocupam espaços físicos; eles contêm objetos; incentivam a interatividade; permitem ao visitante, literalmente, deambular (e maravilhar-se) pelos seus textos; e têm uma permanência incomum - mesmo uma exposição temporária tem uma espécie de permanência não concedida ao programa de televisão ou ao jornal (Silverstone, 1994: 162, tradução nossa, grifo nosso).

A comunicação museológica nas exposições pressupõe, portanto, a já mencionada linguagem de natureza específica porque compreende “não apenas a escrita, mas todos os recursos museográficos” utilizados em seu discurso (Rocha, 1999: 86). Esse idioma particular agrega recursos comuns a outras mídias, como textos, imagens, vídeos e sons, mas acrescidos de características inerentes aos museus: o envolvimento físico-espacial, a presença de objetos e o contato com outros indivíduos presentes no mesmo espaço. Todos esses fatores contribuem para a experiência expositiva, sendo fundamental considerar que:

A exposição não é uma justaposição equivalente e equidistante de objetos de contemplação, é um sistema estruturado por um discurso. [...] O verdadeiro discurso da exposição é aquele construído pelo visitante ao longo do seu percurso, ao relacionar-se numa determinada ordem que lhe é proposta. O significado não é dado na entrada, ele é produzido na saída (Barbier-Bouvet, 1989; 14, tradução nossa).

A construção do discurso, portanto, depende do visitante que se relaciona com a exposição, e de que modo ele se relaciona com essa exposição, física, mental e emocionalmente. O público é, portanto, peça essencial na realização da exposição, uma vez que “o visitante é a relação com o mundo do qual ela [a exposição] trata, não pela mediação abstrata da linguagem [como ocorre em um livro], mas pela mediação perceptiva e corporal dos objetos e do espaço” (Davallon, 2010: 25). Julia Moraes (2022: 6) reforça a centralidade da relação público-museu ao destacar que “não é o museu propriamente quem opera transformações sociais [ou os processos de aprendizado], mas sim aqueles que em condições de se apropriar do museu – instrumento – podem tornar-se mais fortalecidos e mobilizados para agir sobre sua realidade”.

Considerado ainda como espaço de aprendizado, o museu é ambiente de *free-choice learning* (Falk, 2005), uma vez que ao percorrer seus ambientes cada indivíduo tem a opção de escolher o que ver, ler ou ouvir, quanto tempo dedicar a cada assunto, o que merece atenção. Por mais limitações e direcionamentos que possam existir, o público ainda é responsável por construir o significado de sua experiência a partir das relações que estabelece com os objetos, narrativas, ambientes e com outros visitantes e o cenário onde ocorrem tais relações é o espaço da exposição.

Nesse sentido, “o público, ao interpretar as exposições, é curador [...] Essa curadoria será mais rica ou empobrecida, a depender da qualidade elaborativa da exposição” (Cury, 2014: 41). A partir das possibilidades apresentadas no espaço expositivo, o visitante realiza sua própria composição, como se metaforicamente recortasse os elementos que interessam para produzir uma colagem de fragmentos, organizada a partir do sentido por ele construído. Sua seleção dependerá, entretanto, do que foi previamente definido por quem produziu a exposição.

No caso das exposições presenciais, enfocadas em nosso estudo, a curadoria do visitante está condicionada às condições físicas do espaço no qual a exposição se insere, de modo que só é possível realizar sua composição expositiva pessoal a partir do que está disponível para sua ação. Nesse contexto, somam-se aos recursos da linguagem expositiva já abordados neste tópico – objeto, discurso e público – aquele focalizado em nossa pesquisa: o espaço. Como parte de uma linguagem, o espaço expositivo se apresenta, ele próprio, como elemento de comunicação, o que evidenciaremos a seguir.

### **O espaço como elemento de comunicação na linguagem expositiva**

As experiências do público em exposições museológicas são proporcionadas, ou aprimoradas, pela existência de um espaço físico no qual ocorre o encontro do visitante com objetos e com outros indivíduos, em que convergem os aspectos inerentes ao edifício-museu e os elementos especificamente projetados para a exposição. Davallon evidencia o papel do espaço ao tratar a exposição como a “concepção de um dispositivo espacial de mediação” (2010: 24) em que as “operações espaciais participam da produção da significação, tanto dos objetos quanto dos visitantes” (2010: 21).

O espaço da exposição deve, portanto, ser projetado em sinergia com os demais elementos, com o objetivo comum de realizar a comunicação e proporcionar experiências pretendidas. Se a exposição busca valorizar e proporcionar interpretações dos objetos (materiais ou imateriais), o espaço deve dialogar e reforçar o objeto, não disputar atenção com ele. A organização e estruturação desse espaço deve ainda ser realizada de modo a proporcionar a adequada apresentação do discurso museológico; propiciar experiências de aprendizado e emoção; e permitir o encontro com outras pessoas.

Esse espaço não atua simplesmente como receptáculo da exposição, não é um elemento neutro no processo de comunicação e interação que se dá entre museu e visitante. Pelo contrário, como destaca Uzeda (2018), os diferentes elementos que constituem as exposições museológicas, entre os quais está o espaço expositivo,

[...] atuam na estruturação da comunicação narrativa de forma sinérgica, coadjuvando acervos e influenciando percepções. Por mais que o senso comum considere que temas e objetos carreguem intrinsecamente suas próprias significações, o caráter plástico ou valor histórico deles é diretamente afetado pela ambiência que os envolve, capaz de determinar o viés da observação ou privilegiar interpretações peculiares (Uzeda, 2018: 78).

Nesse sentido, é necessário controlar “o efeito da comunicação dos materiais” presentes no espaço, para que o *design* dos elementos e suportes não interfiram negativamente na comunicação capturando a atenção do visitante mais que os próprios objetos expostos (Ennes, 2008: 15). Considerar a influên-

cia de aspectos materiais e simbólicos do espaço na percepção dos objetos e das informações apresentadas reforça o valor da adequada compreensão espacial para o aprimoramento da prática expositiva, uma vez que:

[...] todos os espaços, incluindo aqueles destinados às exposições museológicas, armazenam um grande potencial persuasivo, sendo capazes de criar atmosferas e preparar emoções. [...] Conseguir entender como as formas e os elementos que compõem o espaço influenciam a percepção do público e como o universo particular do indivíduo interage com a ambiência certamente auxiliaria o desenvolvimento de exposições (Uzeda, 2018: 65).

O espaço é, então, elemento de comunicação da exposição capaz de influenciar a percepção dos objetos e a interpretação dos discursos; de proporcionar emoções e privilegiar experiências e sensações. O reconhecimento de que o “contexto material em torno do qual a exposição é construída contribui sobremaneira para a compreensão e a construção de sentido pelos visitantes” demonstra o caráter de “interdependência entre arquitetura e exposição” (Faria, 2021: 25).

Dois modelos paradigmáticos da relação entre espaço e exposições são o Cubo Branco e a Caixa Preta: o primeiro, no contexto da exibição de objetos artísticos, “sugere que nada pode ser melhor do que um contexto neutro” que exerça a menor influência possível na percepção das obras; o segundo, oriundo do teatro, explora a dramatização e propõe a imersão do visitante na temática tratada (Faria, 2021). Ao evocar as duas situações, o leitor pode compreender que, mesmo que se pretenda fazer o espaço desaparecer e deixar de influenciar a percepção, as condições espaciais inevitavelmente influenciam a experiência do visitante na exposição. Seja claro ou escuro; quente ou frio; com superfícies lisas, ornamentadas ou reflexivas; amplo ou contido; de formas retas, curvas ou irregulares, o espaço exercerá sempre alguma influência na comunicação expositiva. Soma-se a isso a miríade de nuances discursivas relacionadas à interface entre o espaço edifício-museu e o território no qual este se situa.

A partir disso, destacamos o papel da Arquitetura nesse processo essencialmente interdisciplinar, enquanto campo do conhecimento especialmente qualificado para lidar com espaços. O arquiteto e historiador Bruno Zevi argumenta que o espaço é o protagonista da arquitetura, e defende que este saber especializado “não provém de um conjunto de larguras, comprimentos e alturas dos elementos construtivos que encerram o espaço, mas precisamente do vazio, do espaço encerrado, do espaço interior em que os homens andam e vivem” (1996: 18). O historiador e crítico de arquitetura Siegfried Giedion complementa que “percebemos que os volumes afetam o espaço assim como um fechamento dá forma a um espaço interior” (2008: XLVII, tradução nossa). Assim, o arquiteto cria e manipula formas e volumes com o objetivo de produzir espaços qualificados para proporcionar vivências humanas em seu interior. Em vista disso, quando tratamos do espaço expositivo nos referimos ao interior no qual as pessoas se deslocam, que é conformado pelas condições inerentes do edifício-museu (paredes, pisos, tetos, portas, janelas, entre outros), pelos limites criados para adequar o espaço à expografia (divisórias, painéis, barreiras, mobiliário), pelas condições ambientais (luz, temperatura, ventilação – naturais e artificiais), pelos suportes e recursos adotados para proporcionar experiências e comunicar o discurso.

A partir disso, entendemos que para além de objetos tridimensionais com valores estéticos e geométricos, a obra arquitetônica é antes o espaço no

qual as ações e experiências humanas terão lugar. No caso específico das exposições museológicas,

Dado que a organização do espaço é a própria essência da arquitetura, como afirma Zevi, e que uma exposição incorpora a inter-relação entre o lugar, os elementos expositivos e a disposição dos objetos, o ângulo fenomenológico da arquitetura é particularmente importante, pois coloca no centro das atenções a própria percepção do espectador. A primazia dada ao ponto de vista do sujeito pode permitir uma melhor compreensão da dimensão física da experiência estética e, assim, conduzir à criação de correlações abertas e desafiantes entre as peças, o espaço e o público (Coutinho; Tostões, 2020: 39, grifo nosso).

Capaz de compreender aspectos intrínsecos à percepção humana, a linguagem arquitetônica se distingue, portanto, fundamentalmente por acolher as pessoas, não se prestando apenas à contemplação ou à visualização, mas devendo proporcionar condições para os usos e experiências que pretende proporcionar. Nesse ponto é possível traçar um paralelo com a expectativa do “novo visitante” de museus apresentada por Atienza (2006), que não mais se satisfaz em contemplar a exposição, mas busca desfrutá-la através dos sentidos. As contribuições do campo da Arquitetura são, portanto, essenciais nessa discussão.

O espaço é a dimensão na qual o visitante está fisicamente presente na companhia de objetos e outras pessoas, sob a influência de cores, luzes, temperatura, ruídos e outros aspectos ambientais. Todos esses aspectos são percebidos de forma integrada pelo visitante, compondo uma totalidade que impacta na experiência e na interpretação da exposição. Portanto, as características do espaço arquitetônico, entendido como o espaço interno no qual as pessoas se movimentam e que é modificado pelos elementos expográficos, exercem “um impacto direto sobre os sentidos e as sensações” (Tuan, 2001: 116).

No que se refere à percepção dos objetos, a disposição de um conjunto de itens em um dado espaço será possivelmente interpretada de formas diferentes segundo o critério de aproximação definido pelo projeto expositivo. Uma exposição de obras de um mesmo artista, por exemplo, pode ser agrupada a partir de aspectos materiais ou cromáticos, por afinidade temática, por períodos de elaboração e cada classificação tende a causar efeitos diferentes no visitante. Exposições históricas organizadas em ordem cronológica linear ou exposições que exploram diferentes possibilidades de associação a partir de discussões e temáticas proporcionam distintas experiências de visita. Esta última condição, de acordo com María Atienza (2008: 16), favorece a transversalidade, a simultaneidade, o cruzamento das informações e de saberes, a autonomia do visitante, em uma lógica discursiva aberta.

É possível compreender que as diferentes situações mencionadas são possibilitadas a partir da distribuição dos elementos no espaço, reforçando o argumento de que a espacialidade tem papel ativo nos processos comunicacionais realizados por meio das exposições. Conforme aponta Stephanie Moser (2010: 24), “embora muitos elementos pareçam ter pouco significado quando examinados isoladamente, eles podem assumir grande importância na formulação de afirmações sobre um assunto quando considerados em relação a outros”. E complementa que a estratégia tende a encorajar uma maior aproximação do visitante com a exposição, conforme citação:

[...] objetos alinhados ao longo da parede em galerias longas e estreitas podem incentivar os visitantes a passar por eles de maneira semelhante a um desfile e conferir à coleção um senso de formalidade e estrutura militar. Os mesmos objetos apresentados de forma menos sistemática em um espaço circular podem promover uma impressão menos distante da cultura que está sendo retratada. Nesse sentido, os visitantes podem se sentir mais conectados às culturas representadas dessa forma e, conseqüentemente, se sentir mais à vontade para avaliar seus feitos (Moser, 2010: 25, tradução nossa).

Considerando-se a relação entre o espaço e a elaboração do discurso museológico, a construção das narrativas determina ou é determinada pela organização dos ambientes do edifício-museu, em uma relação de influência mútua na qual tanto o espaço pode ser modificado para atender às intenções discursivas da exposição, quanto o discurso pode ser moldado por condicionantes do espaço existente. O argumento pode ser ilustrado de forma simplificada da seguinte forma: uma narrativa expográfica linear demanda espaços dispostos de forma sucessiva para permitir a apreensão na sequência desejada; por outro lado, uma proposta expositiva que pretenda apresentar ao visitante uma diversidade de opções ao mesmo tempo, pode ser melhor instalada em ambientes simultaneamente voltados para um mesmo espaço central.

Os atributos próprios do prédio que abriga o museu são, desse modo, condicionantes de partida para a elaboração da proposta expositiva, já que o espaço é um recurso finito e se apresenta como uma das principais limitações no projeto de exposições: “sua forma, a sua quantidade, a sua qualidade, acessibilidade, são todos fatores materiais cruciais em todas as fases da criação de uma nova exposição” (Macdonald e Silverstone 1990a *apud* Silverstone, 1994: 171).

O potencial de comunicação do espaço inclui ainda a dimensão temporal, uma vez que o deslocamento entre os diversos ambientes é imprescindível para a apreensão dos aspectos ambientais. Segundo Giedion (2008), o principal valor do espaço está propriamente na infinita possibilidade de relações que podem ocorrer em seu interior, destacando que “a essência do espaço como é concebido hoje é sua multifacetação, [...] seu caráter muda com o ponto de onde é visto. A fim de compreender a verdadeira natureza do espaço, o observador deve projetar-se através dele” (2008: 435-436, tradução nossa). É, portanto, a mudança de posição do visitante no espaço expositivo que permite diferentes percepções dos objetos, do próprio espaço e das pessoas presentes, multiplicando as possibilidades de interpretações e produções de sentido. O entendimento das exposições, conforme destaca Sonia Salcedo del Castillo (2008: 22), “implica relações espaço-temporais, surgindo, pois, não apenas da experimentação perceptiva e intelectual do sujeito fruidor diante da obra, mas de uma totalidade advinda do entrelaçamento dessa experimentação com o espaço por ambos habitado”. Dessa forma, as experiências sensíveis e de aprendizado se desenvolvem a partir do deslocamento do corpo no espaço do museu, em uma totalidade conformada pelo conjunto indivíduo-objeto-discurso-espaço. Sobre esse conjunto das experiências vivenciadas pelo público no espaço organizado da exposição, trataremos a seguir.

### **Espaço, movimento e experiência nas exposições**

A influência do espaço na experiência do visitante em exposições se dá de diversas formas, conforme descrevemos nos tópicos anteriores, entre os

quais destacamos: a interferência das características intrínsecas do ambiente; a posição dos diversos elementos e as relações que estabelecem entre si; as condições de percurso, impactando nos aspectos de visibilidade e percepção. Esse último ponto é induzido pela organização espacial que, em grande medida, determina as possibilidades de movimento dos visitantes entre os ambientes e, assim, influencia na distribuição dos objetos, no ordenamento da narrativa e na estruturação do discurso museológico, conseqüentemente impactando na recepção da exposição e na experiência do visitante no museu.

Temos assim que a exposição é um texto construído com a linguagem de natureza específica da comunicação museológica (Rocha, 1999: 86), na qual o espaço é um dos recursos de composição da estrutura narrativa, interferindo na construção do discurso, na determinação da sequência de visitação e na elaboração da lógica expositiva. Nas exposições museológicas, “visitantes literalmente caminham, ou são impulsionados, através das histórias que os museus oferecem”, mas não o fazem de forma passiva, pois “ao fazê-lo e considerando os diferentes graus de liberdade para isso, eles criam suas próprias versões das narrativas disponíveis” (Silverstone, 1994: 167, tradução nossa).

Scheiner destaca a importância da experiência para a produção de sentidos na exposição, indicando a necessidade de “degustar” e “saborear”, segundo a autora: “ponto a ponto, passo a passo, no tempo perceptual de cada indivíduo, possibilitando que todo o seu ser se impregnasse daquela experiência. É esta ‘impregnação dos sentidos’ que efetivamente mobiliza a emoção e desperta para a mudança” (Scheiner, 2003: 4, grifos do autor).

Levando em conta a expectativa assinalada pela nova definição do Conselho Internacional de Museus (ICOM, 2022) de que os museus funcionem “proporcionando experiências diversas para educação, fruição, reflexão e partilha de conhecimentos”, observamos que as experiências proporcionadas aos visitantes adquirem importante posição entre os objetivos das instituições museológicas. Ainda, conforme reforçado por María Bolaños Atienza (2006: 20), a sobrevivência do museu contemporâneo depende de sua capacidade de proporcionar “uma experiência pessoal, exploratória e não prescritiva, para que o museu renuncie ao seu dogmatismo institucional e fale ao ouvido do espectador”. Ou seja, deve estabelecer uma relação cada vez mais próxima, livre e aberta com seus públicos, admitindo e acolhendo a pluralidade e diversidade existente desse conjunto heterogêneo de pessoas. Nesse sentido, entendemos que a exposição, sendo o principal meio da comunicação museológica (Mantovani, 2018), é espaço privilegiado de encontro entre instituição e visitantes. Portanto, repensar como o museu se relaciona com as pessoas deve passar pela reflexão sobre as interações proporcionadas nas exposições.

Marília Xavier Cury entende a exposição como uma “experiência espacial, visual e sensorial” (2005: 115) e neste artigo destacamos aspectos relacionados ao espaço, que influenciam na percepção visual e sensorial. Nesse sentido, ao tratar de experiências espaciais em exposições museológicas, fazemos referência às possibilidades de aprendizado, conhecimento, interação e percepção que se dão à medida que o visitante percorre o ambiente expositivo, ao longo do qual experimenta diferentes apreensões visuais e sensoriais.

Nessa perspectiva, cabe retomarmos o Modelo Contextual de Aprendizagem (Falk; Dierking, 2013), no qual se diferenciam os contextos pessoal, sociocultural e físico mencionados anteriormente. Nesta pesquisa focalizamos o contexto físico que compreende todo o espaço que envolve o visitante e no qual ele entra, se desloca e interage. Nas palavras dos autores, este contexto:

[...] inclui a arquitetura e a “sensação” do edifício, bem como os objetos e artefatos contidos nele. Esses fatores de contexto físico influenciam fortemente como os visitantes se movem pelo museu, o que observam e o que lembram. [...] Muitas das distinções entre um museu de arte e um museu de ciências ou uma casa histórica e um aquário derivam de elementos do contexto físico – a arquitetura, os objetos em exibição e o ambiente – elementos que exercem influência significativa sobre o visitante (Falk; Dierking, 2013– Cap. *Introduction*, grifo do autor, tradução nossa).

Portanto, a dimensão física do museu contempla desde a área externa, condicionando os diferentes níveis de acessibilidade: se o acesso é por escadas, rampas ou elevadores; se a orientação ao longo do museu é inteligível ou não; se os espaços são amplos ou confinados. No que se refere especificamente às exposições, a dimensão física inclui elementos como mobiliário expositivo; barreiras e aberturas que determinam possibilidades de percurso; objetos, que possam ou não ser tocados; até mesmo os recursos textuais, imagéticos e digitais estão no museu associados a algum suporte físico: adesivos, placas, painéis, superfícies para projeção, monitores, *tablets*, fones, entre outros. O contexto físico é, dessa maneira, o que possibilita a materialização da exposição, tornando possível a experiência do visitante no espaço expositivo, pois “se exposição é conteúdo e forma, a forma permite a comunicação” (Cury, 2005: 113).

Tendo em conta que os contextos pessoal e sociocultural variam entre indivíduos e são responsáveis pelos aspectos que influenciam a decisão de ir até o museu e as escolhas realizadas ao longo do percurso, a exemplo de: o que ver; quanto tempo permanecer; como interagir; quais temas e objetos merecem mais atenção; há que reconhecer que todas as diversas disposições e interesses se integram, no entanto, em um único contexto físico. O espaço do museu é, então, a dimensão que “fornece muitas das constantes da experiência” (Falk; Dierking, 2013, tradução nossa), sendo a estrutura estável a partir da qual despontam as percepções individuais, sempre únicas, resultantes da congregação dos três contextos mencionados. E são justamente as condições físicas proporcionadas no espaço do museu que diferenciam os processos de comunicação, aprendizado e fruição que ocorrem nesse ambiente – especialmente por meio das exposições. São essas características, consideradas como próprias dos museus, que motivam os visitantes a se deslocar de suas residências até o edifício-museu e percorrer seus espaços, conforme destacado a seguir:

[...] a maioria dos visitantes vem aos museus especificamente para ver exposições e fazer coisas “museosas”. Mesmo quando chegam, como muitos fazem, sem ter um conhecimento claro sobre o que está em exibição, os visitantes ainda chegam esperando ler legendas, assistir a vídeos, ouvir áudios, observar e, cada vez mais, interagir com os objetos em exposição. [...] Ainda que o contexto físico do visitante possa incluir uma variedade de eventos ou características, é geralmente assumido que os espaços projetados das galerias de exposição têm a maior influência na experiência do visitante no museu (Falk; Dierking, 2013 – Cap.5, grifo do autor, tradução nossa).

Nesse cenário, sendo a exposição museológica a ação de maior visibilidade e um dos principais atrativos do museu, retomamos o papel do espaço na experiência do visitante, conjuntura em que o conceito de “atmosfera” mobilizado pelo arquiteto e curador estadunidense Henry Urbach (2010). Segundo o autor, o espaço expositivo é essencialmente imersivo, tendo-se em conta a ambiência total que envolve os visitantes, “que agora são tanto participantes quanto observadores ou espectadores, em espaços” que proporcionam “um campo

expandido para o encontro de objetos e outras pessoas” (2010: 16, tradução nossa). Imerso nessa totalidade espacial, o visitante passa por uma experiência que é influenciada pelas condições do edifício, pelos elementos expositivos, pelos objetos e pela consciência da presença de outras pessoas, conforme elucidção do próprio autor:

A atmosfera de uma exposição inclui obras de arte, com certeza; podemos até admitir que elas sejam o evento principal. Mas ela realmente inclui tudo o mais e não se limita a isso: a arquitetura da galeria; iluminação e decoração; mobiliário; elementos interpretativos; a atividade e comportamento das pessoas, incluindo guardas de segurança e outros visitantes; as ideias e afetos que permeiam o ar; as práticas museológicas, curatoriais e artísticas que apoiam discursivamente os objetos; as práticas interpretativas que sustentam a atividade dos espectadores, e assim por diante. Também inclui cheiros e sons. A atmosfera de uma exposição é, simplesmente, sua vibração. É algo a ser sentido e habitado, não apenas visto, e pode ser lembrado. [...] Para alguns de nós, essa atmosfera é extremamente importante, talvez mais do que os próprios objetos, cujos significados e até mesmo qualidades auráticas só podem ser referenciados em relação a tudo o mais (Urbach, 2010: 14, grifo nosso, tradução nossa).

A exposição torna-se, desse modo, mais do que um conteúdo a ser apreendido, é um acontecimento passível de ser percorrido, vivido e rememorado, “uma vivência emocional que convoca todos os sentidos e emoções do visitante” (Coutinho; Tostões, 2014: 2) e, portanto, “dada a importância das emoções, os museus devem se esforçar para criar maneiras de [...] garantir que esses sentimentos não sejam gratuitos, mas contribuam diretamente para as mensagens e objetivos que o museu deseja comunicar” (Falk; Dierking, 2013. – Cap.5, tradução nossa). Reconhecendo que o espaço não é apenas suporte e receptáculo da exposição ou dos objetos, reiteramos seu papel substancial na apreensão das informações e percepção dos objetos pelo visitante. A experiência na exposição, percebida como atmosfera ou ambiência total, se deve a um conjunto em que visitante (ao mesmo tempo agente e receptor); discurso (conteúdo); “espaço (simultaneamente contendor e conteúdo) e os objetos em exposição (conteúdo) interpenetram-se, ganhando ambos outros níveis de significação e contribuindo para uma exposição que é mais do que a soma dos seus componentes” (Coutinho; Tostões, 2014: 15).

A exposição museológica, então considerada como o conjunto visitante-discurso-espaço-objeto, é dispositivo essencial de comunicação entre instituição e público. Sendo uma situação espacial, referenciando Giedion (2008: 435-436), a experiência na exposição demanda o movimento, uma vez que a compreensão do espaço se dá à medida que o visitante se desloca através dele. Nesse cenário, a organização espacial atua como condicionante da experiência ao determinar os percursos por onde é possível caminhar; o que se pode ver, ouvir ou tocar; possibilidades de interação com a exposição; quais espaços congregam mais pessoas, entre outros aspectos. Tais características são, por sua vez, condicionadas pelos atributos do edifício-museu, que é simultaneamente continente e conteúdo da exposição e determina tanto as possibilidades de ocupação quanto de movimento.

Nesse âmbito, podemos diferenciar duas situações para instalação dos museus: em edifícios previamente existentes, que podem passar por adequações para receber a instituição; e em prédios especialmente construídos para receber tal função cultural. Na segunda situação, ou seja, quando se tem a opor-

tunidade de construir uma nova edificação, encontra-se maior liberdade projetual para permite definir os espaços em termos de dimensões, características, organização e relações entre os mesmos, com o fim de elaborar uma estrutura compatível com as demandas das funções museológicas<sup>6</sup>. O recorrente, contudo, tem sido a adaptação de edifícios existentes para receber o novo uso, o que foi identificado pelo Instituto Brasileiro de Museus (IBRAM) como a situação de 82,9% dos museus brasileiros em 2011 (IBRAM, 2011: 100). É importante ter em conta que o espaço é um recurso finito (Silverstone, 1994: 172) e a instituição que se instala em um edifício pré-existente está confinada a limites físicos estabelecidos *a priori*, como paredes, pisos, tetos e conexões (portas e janelas), aspectos condicionantes na distribuição de usos, no dimensionamento das atividades e, evidentemente, no projeto das exposições. Frequentemente esses edifícios são, ainda, bens arquitetônicos tombados, protegidos por legislação, o que impõe limitações adicionais ao projeto expositivo em termos de organização da circulação, da estrutura narrativa e do discurso museológico.

### Considerações finais

A exposição museológica, enquanto estratégia de comunicação característica dos museus, difere de outras mostras ao ser concebida com o objetivo de promover conhecimento e incitar reflexão nas pessoas, proporcionando experiências significativas para seus públicos. Salientamos que tais experiências são subjetivas, variando conforme os contextos pessoais e socioculturais, mas convergem em um território comum: o contexto físico, que em nosso caso se refere ao espaço expositivo, onde diferentes indivíduos se deslocam para vivenciar um mesmo conjunto de elementos dispostos do ambiente. A exposição efetivamente se concretiza a partir das relações estabelecidas pelas pessoas que a percorrem. Porém, se cada visitante é capaz de tornar-se curador de sua própria experiência, o faz a partir da disposição determinada pelos profissionais envolvidos no projeto expositivo.

A partir disso, destacamos que esta ação museológica de grande relevância e atração de público, conforma-se como uma linguagem específica (e especializada) que se constitui a partir de quatro elementos fundamentais: objetos, discurso, espaço e público. Nesse cenário, enfatizamos o papel do espaço para além de mero plano de fundo no qual objetos e discurso são apresentados para a apreensão do visitante. Pelo contrário, defendemos as condições espaciais como componentes semânticos no processo de comunicação que se estabelece entre os museus e seus públicos por meio das exposições. O ambiente, portanto, influencia na percepção dos objetos e na interpretação do discurso, sendo parte integrante da experiência no museu.

Sustentamos, ainda, que as experiências espaciais são moldadas pela organização dos elementos no espaço: a disposição dos objetos, a definição de percursos, a interrelação entre ambientes e pessoas. Assim, consideramos que espaço, movimento e comunicação são intrinsecamente entrelaçados no projeto das exposições museológicas e devem ser aliados no objetivo de permitir o estabelecimento de relações entre museu e visitante.

Por fim, visto que a Museologia é um campo multi e interdisciplinar por excelência, destacamos as exposições museológicas como rico terreno de interação entre profissionais (Mantovani, 2018). Nesse contexto, reconhecendo

<sup>6</sup> Cabe destacar que, ainda assim, a liberdade não é plena, encontrando-se limitações decorrentes das características do terreno, atendimento à legislação local e restrições financeiras.

O papel do espaço na experiência do visitante em exposições museológicas

a importância do espaço como elemento comunicativo e de estruturação dos movimentos, sublinhamos a necessidade da reflexão consciente e atenta sobre as questões espaciais envolvidas no projeto de exposições. Assim, a colaboração entre museólogos e arquitetos – enquanto especialistas na produção de espaços – emerge como parceria essencial para criar exposições que busquem promover experiências espaciais integradas aos demais elementos da linguagem expositiva.

## Referências

ATIENZA, María Bolaños. Desorden, Diseminación y Dudas. El Discurso Expositivo del Museo en las últimas décadas. *Museos.es: Revista de la Subdirección de Museos Estatales*, Espanha, n.2, 2006.

BARBIER-BOUVET, Jean-François. Introduction: Le visiteur dans tous ses états. In: VERÓN, Eliséo; LEVASSEUR, Martine. *Ethnographie de l'exposition: l'espace, le corps et le sens*. Paris: Centre Georges Pompidou, 1989. p. 07-18.

CASTILLO, Sonia Salcedo del. *Cenário da arquitetura da arte: montagens e espaços de exposições*. Coleção Todas as artes. São Paulo: Martins, Martins Fontes, 2008.

COUTINHO, Bárbara S.; TOSTÕES, Ana C. S.. A exposição como “obra de arte total”: o MUDE como caso de estudo. *Midas: Museus e estudos interdisciplinares*, [S.L.], v. 4, n. 4, p. 01-18, 10 dez. 2014. OpenEdition. <http://dx.doi.org/10.4000/midas.694>. Disponível em: <https://journals.openedition.org/midas/694>. Acesso em: 04 maio 2023.

CURY, Marília. Museu, filho de Orfeu. In: ENCONTRO REGIONAL DO ICOFOM LAM: Museologia, Filosofia e Identidade na América Latina e Caribe. Coro, 8., Venezuela, 1999. Anais do VIII Encontro Regional do ICOFOM LAM, Venezuela, 1999.

CURY, Marília Xavier. *Exposição: Conceção, Montagem e Avaliação*. 1. ed. São Paulo: Annablume, 2005. v. 1. 160p.

CURY, Marília Xavier. Museu, comunicação e exposição: O que há de novo?. In: Marília Xavier Cury. (Org.). *Fronteiras Regionais e Perspectivas Nacionais - Simpósio Interdisciplinar de Museologia*. 1 ed. Blumenau: Fundação Hermann Hering, 2014, v. 1, p. 35-49.

CURY, Marília. Metamuseologia – reflexividade sobre a tríade musealia, musealidade e musealização, museus etnográficos e participação indígena. *Museologia e Interdisciplinaridade*. V. 9, n. 17, 2020. p. 129-146.

DAVALLON, Jean. Comunicação e sociedade: pensar a concepção da exposição. In: BENCHETRIT, Sarah; ZAMORANO, Rafael Bezerra; MAGALHÃES, Aline Montenegro (Org.). *Museu e comunicação: exposição como objeto de estudo*. Rio de Janeiro: Museu Histórico Nacional, 2010. p. 16-34.

DEAN, David. *Museum Exhibition: Theory and Practice*. London and New York: Routledge, 1994. 177 p.

DESVALLÉES, André; MAIRESSE, François. *Conceitos-chave de Museologia*. Tradução: Bruno Brulon Soares, Marília Xavier Cury. ICOM: São Paulo, 2013.

ENNES, Elisa Guimarães. *Espaço construído: o museu e suas exposições*. 2008. Dissertação (Mestrado em Museologia e Patrimônio) – Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro – UNIRIO / Museu de Astronomia e Ciências Afins – MAST. Programa de Pós-graduação em Museologia e Patrimônio, Rio de Janeiro, 2008.

FALK, John H. Free-choice environmental learning: framing the discussion. *Environmental Education Research*, v. 11, n.3, p. 265-280, jul. 2005.

FALK, John H.; DIERKING, Lynn D. *The Museum Experience Revisited*. Walnut Creek, CA: Left Coast Press, 2013. 416 p.

FARIA, Juliana P. R. *Patrimônio cultural edificado e expografia: perspectivas, críticas e possibilidades em três museus da Praça da Liberdade, Belo Horizonte*. 2021. Tese (Doutorado em Ambiente Construído e Patrimônio Sustentável) – Universidade Federal de Minas Gerais / Escola de Arquitetura, Belo Horizonte, 2021.

GIEDION, Sigfried. *Space, time and architecture: the growth of a new tradition*. Cambridge: Harvard University Press, 2008. 897 p.

IBRAM - INSTITUTO BRASILEIRO DE MUSEUS (Brasil). *Museus em números*. 2011. Disponível em: [https://www.museus.gov.br/wp-content/uploads/2011/11/museus\\_em\\_numero\\_s\\_volume1.pdf](https://www.museus.gov.br/wp-content/uploads/2011/11/museus_em_numero_s_volume1.pdf). Acesso em: 04 maio 2023.

ICOM BR - Comitê Brasileiro do ICOM. Nova Definição de Museu. 2022. Disponível em: [http://www.icom.org.br/?page\\_id=2776](http://www.icom.org.br/?page_id=2776). Acesso em: 15 mai. 2023.

LEITÃO, Lucia; LACERDA, Norma. O espaço na geografia e o espaço da arquitetura: reflexões epistemológicas. *Cadernos Metrôpole*, São Paulo, v. 18, n. 37, p. 803-822, dez. 2016. FapUNIFESP (SciELO). <http://dx.doi.org/10.1590/2236-9996.2016-3709>.

MANTOVANI, Maria Ignez. *Planejamento e Realização de Exposições*. Brasília, DF: Ibram, 2018. 230p.

MORAES, Julia. A dimensão pública dos museus diante do horizonte da participação dos públicos na musealização: desafios, controvérsias e potencialidades da diversificação e pluralização de relações entre públicos e museus. *Anais do XXII Encontro Nacional de Pesquisa em Pós-graduação em Ciência da Informação*, RS: ANCIB e UFRGS, 2022, v. GT-9.

MOSER, Stephanie. The Devil is in the Detail: Museum Displays and the Creation of Knowledge. *Museum Anthropology*, v. 33, n.1, p. 22–32, 2010. American Anthropological Association. DOI: 10.1111/j.1548-1379.2010.01072.x

O papel do espaço na experiência do visitante em exposições museológicas

OBJETO. In: MICHAELIS, *Dicionário Brasileiro da Língua Portuguesa* [online]. Editora Melhoramentos Ltda, 2023. Disponível em: <https://michaelis.uol.com.br/moderno-portugues/busca/portugues-brasileiro/objeto/>. Acesso em: 02 out. 2023.

PEREIRA, Beatriz de Oliveira; VALLE, Mariana Guelero do. O discurso museológico e suas tipologias em um museu de história natural. *Ciência & Educação* (Bauru), v. 23, n. 4, p. 835-849, dez. 2017. FapUNIFESP (SciELO).

ROCHA, Luisa M. G. M.. *Museu, informação e comunicação: o processo de construção do discurso museográfico e suas estratégias*. 1999. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) – Universidade Federal do Rio de Janeiro / Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia, Rio de Janeiro, 1999.

SCHEINER, Tereza. Comunicação, Educação, Exposição: novos saberes, novos sentidos. *Semiosfera*, ano 3, n. 4-5, jul. de 2003.

SILVERSTONE, Roger. The medium is the museum: on objects and logics in times and spaces. In: MILES, Roger; ZAVALIA, Lauro (ed.). *Towards the museum of the future: new European Perspectives*. London: Routledge, 1994. p. 161-176.

URBACH, Henry. Exhibition as atmosphere. In: DAVIDSON, Cynthia (ed.). *Log 20: Curating Architecture*. New York: Anyone Corporation, 2010. p. 11-17.

UZEDA, Helena Cunha. O espaço nas exposições museológicas: atualizando percepções e significações. *Museologia e Patrimônio*, Rio de Janeiro, v. 11, n. 1, p. 59-80, 2018.

ZEVI, Bruno. *Saber ver a Arquitetura*. 5. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1996. 286p.

Recebido em janeiro de 2024

Aprovado em maio de 2024