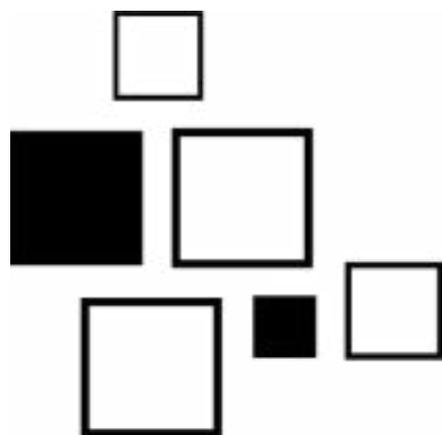


congresso  
internacional  
em artes  
novas tecnologias  
e comunicação

12. 13. 14 | 10 | 2012

inhotim

**as imbricações  
da cultura  
contemporânea  
à popular**



# AS IMBRICAÇÕES DA CULTURA CONTEMPORÂNEA À POPULAR

Paulo Cezar Barbosa Mello  
Reinaldo Fonseca

PMStudium Com. E Design

São Paulo  
2012

São Paulo | Brasil | PMStudium Comunicação e Design | outubro | 2012

Coordenação: PC Mello e Reinaldo Fonseca

Desenvolvimento e produção: PMStudium Com e Design

Projeto Gráfico e organização: PMStudium Comunicação e Design

**ISBN: 978-85-62814-08-2**

Ficha catalográfica elaborada por PMStudium Comunicação e Design

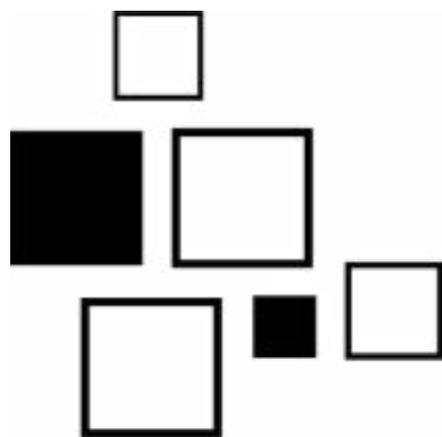
CIANTEC'12 - V congresso internacional em artes, novas tecnologias e comunicação: as imbricações da cultura contemporânea à popular - coordenação PC Mello e Reinaldo Fonseca. Brumadinho - Inhotim, 2012.

603 p.;



1. Arte. 2. Arte Educação. 3. Contemporaneidade. 4. Comunicação. . .

CDD – 700.105



# EXPOGRAFIA CONTEMPORANEA NO BRASIL: UM ESTUDO DE CASO DO MUSEU DO FUTEBOL.



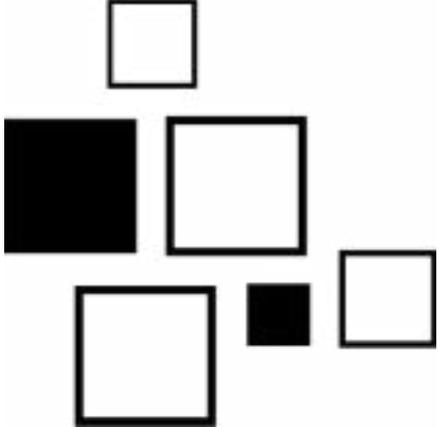
**RENATA DIAS DE GOUVÊA DE FIGUEIREDO** - GRADUADA EM ARQUITETURA E URBANISMO PELA FAU-USP, MESTRE EM DESIGN E ARQUITETURA PELA MESMA INSTITUIÇÃO SOB O TEMA "EXPOGRAFIA CONTEMPORANEA NO BRASIL: A SEDUÇÃO DAS EXPOSIÇÕES CENOGRÁFICAS" E AUTORA

DO BLOG EXPERIMENTAL "CRÍTICA EXPOGRÁFICA".

**Resumo** - O artigo enfoca a expografia contemporânea no Brasil, analisando a relação dos conceitos de "experiência" e "sedução" com o uso de recursos cenográficos no projeto das exposições. Tem como objetivo estudar o emprego da cenografia como artifício para facilitar a apreensão dos conteúdos expostos. O Museu do Futebol, situado na cidade de São Paulo, foi selecionado como o local de estudo. Esse museu, dentro do contexto da expografia brasileira contemporânea, apresenta características marcantes, como o uso da interatividade e dos recursos audiovisuais, bem como a proposta de gerar uma experiência sensorial no visitante. Na elaboração deste trabalho foram utilizados como embasamentos teóricos e metodológicos: as entrevistas com profissionais da área; a teoria de Jean Davallon - que propõe que as exposições podem não apenas exibir objetos, mas também transmitir conhecimentos através desses objetos e pela forma como são expostos. Para concluir, foi feita uma reflexão sobre o uso excessivo dos recursos audiovisuais e cenográficos como proposta para seduzir, emocionar ou entreter o público visitante das exposições, bem como considerações sobre a forma como foi criada a instituição museal e seus reflexos na expografia.

**Palavras-chave:** Expografia. Cenografia de exposições. Exposições museológicas.

A exposição Brasil+500: A Mostra do Redescobrimento (2000), causou grande impacto na expografia brasileira, devido as tendências surgidas ou reafirmadas neste momento, que se estendem pelo início do século XXI tanto em outras exposições temporárias quanto em museus.



Para criar esta exposição foram contratados diferentes profissionais para conceber cada qual, a sua sala. Todos eram nomes de grande visibilidade na mídia, como os cenógrafos Bia Lessa, Daniela Thomas, Marcos Flaksmann, Naum Alves de Souza, Ezio Frigerio; os arquitetos Marcelo Ferraz, Paulo Mendes da Rocha e Paulo Pederneiras; e o artista, cenógrafo e museólogo Emanuel Araújo.

Porém o fato de parte dos envolvidos no projeto criarem exposições de cenografia impactante mostrava-se preocupante, antes mesmo da abertura da exposição:

Especialistas dividem-se quanto à concepção expositiva adotada pelos organizadores, pois temem que a apoteose cenográfica roube a cena das obras de arte. Além disso, preocupam-se com o efeito sobre as instituições culturais, que podem perder público por não adotar esse “novo paradigma”. (AGENCIA FOLHA, 2000)

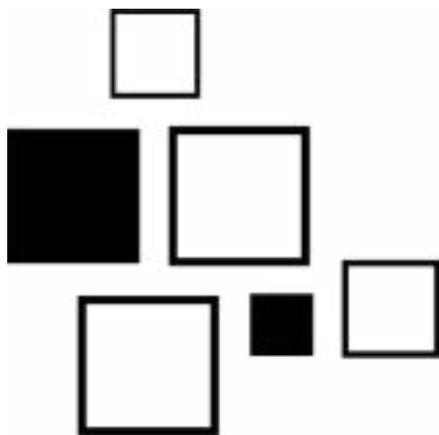
Percebe-se então dentro deste “novo paradigma” algumas tendências como o uso de uma cenografia marcante (as vezes mais do que as próprias obras) e a intenção de seduzir o visitante de maneira que ele se sinta imerso em um universo no qual, muitas vezes, a cenografia se sobrepõe aos objetos expostos. Neste cenário nota-se também uma outra tendência: a fragmentação no percurso expositivo criado, de maneira que uma sala não parecia ser a continuidade da outra.

Mais uma característica que ganha peso neste momento é a promoção

em massa da exposição, suportada não só por estes grandes nomes que a conceberam, mas também por orçamentos milionários. Essa superexposição da Mostra Brasil +500 atraiu um público massivo (mais de 1,8 milhão de pessoas) e mostrou que a credibilidade destes nomes é capaz de lotar os espaços expositivos brasileiros, independente da qualidade do que é exposto.

É caracterizada então a transformação de algumas exposições em objetos mercadológicos e o público visitante se torna algo entre um espectador – de um show – e um consumidor – de um enlatado de conteúdo acrítico, pronto para o rápido consumo. As exposições passam cada vez mais a ter a sua qualidade julgada pelo público que atraem, ou melhor, pela resposta do consumidor que dá visibilidade aos patrocinadores da Mostra.

(...) a tendência dominante, acentuadamente, é a de definir um público-alvo (target audience). Infelizmente tal tendência tem-se embasado, cada vez mais, não na consideração das responsabilidades do museu com relação à diversificação de usuários, mas nas exigências do mercado. Nos Estados Unidos, a tendência já se tornou padrão, nos grandes museus. Com efeito, as exposições cujos orçamentos beiram milhões de dólares (...) e que contam com pesados investimentos privados, não podem ter fracasso de público. É forçoso então, que se busque um retorno a qualquer custo – com o que os museus mergulham



indiscriminadamente na comunicação de massas e na indústria cultural (e de entretenimento), sem preservar qualquer especificidade, nem mesmo a de servir como filtro crítico, num mundo no qual as massas são uma realidade inelutável (para o bem ou para o mal) e impossível de ignorar. (ME-NEZES, 1994, p. 24)

E é neste cenário que surgem então algumas exposições cenográficas milionárias encabeçadas por nomes de peso e que passam a levar os nomes de museus: Museu da Língua Portuguesa (2006) e Museu do Futebol (2008).

Para seduzir este público consumidor, o criador da exposição lança mão de todos os recursos possíveis, transformando o espaço expositivo num show de luzes, sons e imagens em movimento, que buscam criar uma experiência memorável no visitante-espectador-consumidor. O público passa então a ser seduzido pelos seus cinco sentidos, imergindo em um universo cenográfico tão sedutor e emocionante quanto a Disney.

#### **ESTUDO DE CASO DO MUSEU DO FUTEBOL**

Fundado em 2008, o Museu do Futebol optou por abrir mão do patrimônio material e investiu grande parte dos R\$ 37,5 milhões (DUARTE, 2008) em recursos audiovisuais, meio que pareceu ser o mais interessante para transmitir a dinâmica de um esporte marcado essencialmente pelo movimento.

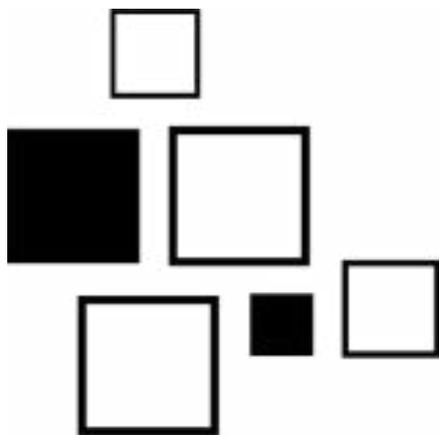
O Museu do Futebol se mostra como um seguidor das características da Mostra Brasil +500 e é representativo no contexto nacional, por ser um museu que representa a paixão nacional e o esporte com o qual a maioria da população brasileira se identifica. Ele segue então as tendências expográficas que buscam seduzir o visitante-consumidor e criar uma experiência memorável através de elementos como a cenografia, a interatividade e os recursos audiovisuais.

Para observar esses elementos como dispositivos facilitadores da apreensão do conteúdo, será feita uma análise do percurso deste museu, entendendo quais relações são estabelecidas entre o visitante e a exposição e em que momento a comunicação é facilitada – ou não – pelo uso destes recursos.

#### **O PERCURSO DA SEDUÇÃO**

O visitante que vai ao Museu do Futebol, chega ao histórico Estádio do Pacaembu, em frente a praça com o nome do introdutor do futebol no Brasil, Charles Miller. Neste lugar de caráter simbólico marcante, ele compra seu ingresso na bilheteria e segue para a entrada do Museu. Segue então o percurso, nesta sequência:

- Grande Área: um grande salão com quadros do chão ao teto em que figuram reproduções de objetos de valor dos torcedores.
- Saudação ao Rei Pelé: ainda na Grande Área, em um mezanino, o visitante sobe as escadas e recebe as boas vindas de Pelé, projetado em duas grandes telas de LCD.

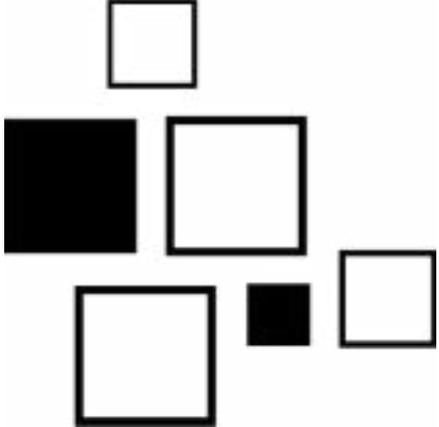


- Pé na Bola: uma sequência de monitores LCD em que meninos descalços jogam bola, sempre da esquerda para a direita, conduzindo o visitante para a próxima sala.
- Anjos Barrocos: sala escura na qual ouve-se uma batida de templo enquanto jogadores famosos são projetados em acrílicos transparentes. Anjos azuis parecem flutuar acima das cabeças de quem os admiram.
- Gols e Rádio são duas salas juntas, nas quais pode-se ver um gol narrado por algum torcedor ilustre ou uma transmissão de rádio de diversos gols históricos.
- Exaltação mostra a explosão das principais torcidas do país no momento mais esperado do jogo: o gol do time do coração.
- Origens é a sala que mostra uma série de fotos em preto e branco dentro de uma moldura dourada. Há também um vídeo em pequenos monitores que mostra o futebol como um produto da mistura das raças branca e negra, mestiçagem que gerou um futebol criativo e irreverente, que encantou o mundo.
- Heróis tem displays rotativos onde são projetadas imagens enquanto são apresentados rapidamente alguns ídolos da história nacional, na música, arquitetura, futebol, etc.
- Rito de Passagem mostra um vídeo sobre o drama do Brasil ao per-

der a partida final da Copa de 50, no Maracanã.

- A Sala das Copas possui displays em forma de taças, com uma grande quantidade de imagens em backlights cada uma, que contextualizam os anos das Copas. Vídeos, músicas e diversos sons acompanham essa explosão de estímulos dos sentidos. Esta sala possui também uma camisa da seleção brasileira vestida por Pelé.
- Pelé e Garrincha: uma homenagem aos dois ídolos do futebol brasileiro, em dois displays com textos rotativos e imagens de gols de ambos.
- Há uma passarela de ligação entre duas salas daonde se avista a Praça Charles Miller.
- Números e Curiosidades é um grande almanaque do futebol, na escala de uma exposição. A partir deste espaço também é possível ver as arquibancadas e o estádio do Pacaembu.
- Dança do Futebol e Jogo de Corpo encerram o espaço expositivo com mostram lances típicos do futebol, exemplificandos em partidas históricas e jogos virtuais de futebol.
- Homenagem ao Pacembu, já fora do espaço expositivo, apresenta a história do estádio.

O visitante que vai ao Museu e passa por todas estas salas sai do mu-



seu emocionado, seduzido pois viveu uma experiência em que todos os seus sentidos foram estimulados, num show de luzes, sons e até acredita ter “interagido” com os dispositivos comunicacionais do museu.

Porém o museu tido como interativo tem apenas três momentos em que o visitante toca os dispositivos: Gols, em que escolhe uma opção do que vai assistir; Rádio em que escolhe a transmissão que quer ouvir e em Origens, quando ele vira o quadro para ver do outro lado.

Interatividade porém, é um conceito tem sido deturpado na expografia. Apertar um botão e escolher um vídeo, escolher uma transmissão de rádio ou ainda virar um quadro não é interagir com um dispositivo. Interação é definida como a “influência ou ação mútua entre coisas e/ou seres” (HOIAISS, 2009), o que é diferente de apertar um botão e obter uma resposta pronta, sem que este dispositivo influencie a pessoa e a torne agente do próprio conhecimento.

Um exemplo bem sucedido de interatividade é o Beco das Palavras, no Museu da Língua Portuguesa. Nele o visitante brinca com a criação de palavras em um jogo etimológico e, depois de acertar a palavra, conhece os seus significados e origens. Ou seja, a sua ação o torna agente do próprio conhecimento.

Já nos dispositivos ditos “interativos” do Museu do Futebol esta ação não ocorre da mesma maneira. Em Gols e Rádio a pessoa pode até se emocionar, se tiver lembranças do que está sendo narrado ali. Se não conhecer previamente aquelas partidas, não será sequer uma experiência vivida.

Na sala das Origens entretanto, virar um quadro e ver uma outra foto do outro lado não faz o menor sentido. E é justamente em Origens que a cenografia exacerbada e a “interatividade” chegam ao seu ápice negativo: o visitante se distrai virando os quadros, sem entender o sentido de sua existência e passa a próxima sala (Heróis), cujo som já se espalha por esta primeira e portanto “chama” o visitante. Ele despreza a existência de pequenas telas passando um vídeo, porque não as viu, ou porque elas não tem o menor destaque neste contexto. Metade delas está sem som, meio encontrado para tentar reduzir o ruído de uma sala na outra. Essa estratégia para consertar um problema técnico agrava ainda mais a questão expográfica: o vídeo, minimizado pelo tamanho da tela em que é apresentado mostra o surgimento do futebol no Brasil e toca em assuntos como o racismo e por fim, como a mistura das raças branca e negra foi positiva para esse esporte brasileiro.

Porém, se grande importância fosse dada ao vídeo, de maneira que as pessoas assistissem, elas correriam o risco de refletir a respeito do assunto, o que seria o objetivo de uma exposição dentro de uma instituição de pesquisa chamada museu, mas não em um parque temático no qual o objetivo é apenas o entretenimento. Neste local então a cenografia se mostra como um grande facilitador às avessas: facilita esconder o principal. O conteúdo está lá. Só não assiste aquele pobre visitante que não consegue distingui-lo numa imensidão de imagens e sons.

Mais para frente no percurso expográfico, há ainda uma outra estratégia interessante encontrada para dificultar a reflexão do público e transformar o museu em um grande espaço de entretenimento é a transição da

sala Rito de Passagem para a Sala das Copas.

Rito de Passagem é a reprodução dramática da partida final da Copa de 1950, sediada no Brasil em que a seleção perde a taça nos últimos minutos do jogo. Com uma batida de coração e uma narração dramática num ambiente escuro a sala poderia levar o visitante a refletir, mas antes que ele possa absorver as informações reproduzidas ali, ele ouve o ruído da próxima sala: a Sala das Copas.



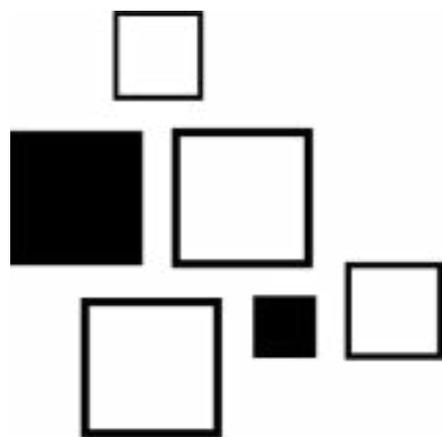
> *Sala rito de passagem*



> *Sala das copas*

Entrando nesta apoteose cenográfica, o visitante imerge num ambiente inundado de informações sob a forma de displays iluminados em forma de taças da Copa do Mundo. São tantas informações que ele sequer se lembra da sala escura anterior pela qual acabou de passar.

O volume de informação visual compreende, em média, 50 telas por totem, sendo monitores com vídeos ou textos que passam em loop ou ainda imagens que contextualizam os fatos históricos e sociais do ano em que aquela Copa aconteceu. No total, a sala apresenta aproximadamente 48 monitores, 336 imagens em backlights além de sons e músicas para completar a experiência de imersão.



Nesta sala a falta de foco graças ao excesso de informações (sensoriais ou não) é uma das questões expográficas mais relevantes deste que é o ponto central do Museu. O público se sente perdido diante de tantos estímulos sensoriais e circula entre os totens na tentativa de apreender algum conteúdo. Porém todos os estímulos tem a mesma intensidade, a mesma atratividade. Ele não consegue estabelecer por si só uma sequência lógica a seguir e vai caminhando aleatoriamente entre os totens, sendo atraído para todos ao mesmo tempo.

Lembra-se aqui novamente de Davallon, quando ele fala da importância da criação de contrastes e da atribuição de significados a eles (oposições coloridas, gráficas ou espaciais) fazendo com que através do desenho, cor, acomodação do dispositivo formal seja criada uma relação de oposição de significados. No caso da Sala das Copas, o significado de todos os dispositivos é igual. O visitante não consegue hierarquizar o que é importante graças a falta de foco na expografia. (FIGUEIREDO, 2011, p. 143)

Voltando um pouco no percurso da exposição, chegamos às duas salas iniciais da visita, são encontradas duas salas com apelo cenográfico marcante e que apresentam questões expográficas de interesse para a análise.

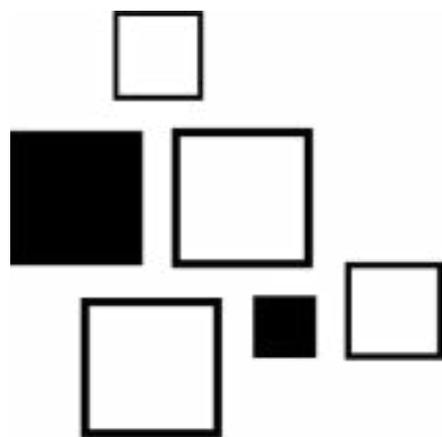
A primeira sala do Museu, Grande Área, apresenta uma sequência de reproduções de objetos – relíquias – ligados ao futebol. São fotos de

objetos reais, algumas amareladas (verdadeira ou falsamente) que cobrem esta grande sala do chão ao teto. Aquele que entra na sala se impressiona, mas logo se desinteressa e sobre a escada rolante pois este grande gabinete de curiosidades modernos ignora o principal: o fetiche do objeto. Aquele objeto tocado pelo ídolo e que a exposição o valoriza como tal, tem um poder de atração insubstituível.

Neste local então ocorre uma quebra de significado, já que tais relíquias são apenas reproduções – muitas ampliadas – do objeto real.

Essa sensação de não apresentar o objeto real rompe o contrato comunicacional citado por Davallon em sua teoria. Esse contrato tem por base a veracidade e a autenticidade dos objetos mostrados, o que faz com que este grande gabinete de relíquias do futebol, perca o seu encanto diante dos olhos do torcedor. Diferentemente de quando o museu apresenta uma camiseta do Rei Pelé, após a Sala das Copas, os objetos da Grande Área não têm o mesmo brilho que poderiam ter se tivessem sido tocados por algum ídolo. (FIGUEIREDO, 2011, p. 109)

Deve-se lembrar que a relíquia é caracterizada por ter tido contato com um santo ou ser algo antigo ou estimado (HOUAISS, 2009). Nesta sala não ocorre nem uma coisa, nem outra. Não se tem o objeto tocado pelos endeusados jogadores nem o objeto real, cujo vínculo não se estabelece com uma foto.



Mas uma característica marcante desta sala é novamente a falta de foco. Com uma imensidão de imagens espalhadas, o visitante se perde e não consegue hierarquizar a sua importância. Observa algumas delas tentando compreender do que se trata e segue adiante.

É interessante ainda olhar com mais atenção para a sala que caracteriza a entrada no universo expositivo, por apresentar uma ruptura definitiva com o mundo exterior e a imersão nesta pequena coletânea do mundo que é o museu: a dos Anjos Barrocos. Assim que entra, há uma mudança abrupta nos estímulos ambientais. A pessoa que sai da amplitude e luminosidade da Grande Área encontra-se agora em um ambiente fechado e mais introspectivo, escuro, com a sonoridade de um templo e imagens azuis e luminosas de jogadores se elevando sobre os mortais.

A cenografia marcante vem a serviço de um conceito expográfico igualmente interessante: relacionar o Barroco Brasileiro com o Futebol.

Segundo Daniela Alfonsi (FIGUEIREDO, 2011b) a curadoria do museu queria criar esta associação imaginando que o estilo Barroco, foi um movimento que nasceu na Europa e assumiu características muito fortes no Brasil, adaptando-se a materiais e artistas brasileiros, tornando-se assim, um ícone da cultura nacional. Igualmente o Futebol, veio da Europa trazido por Charles Miller e só encontrou o sucesso graças a mistura de raças e da criatividade do brasileiro mulato, que também sofria com limitações econômicas, técnicas, entre outras.

Vemos ai então duas questões relevantes da expografia: a falta de me-

dição e a desconexão entre as salas, o que fazem com que o dispositivo comunicacional não transmita a mensagem desejada pela curadoria.

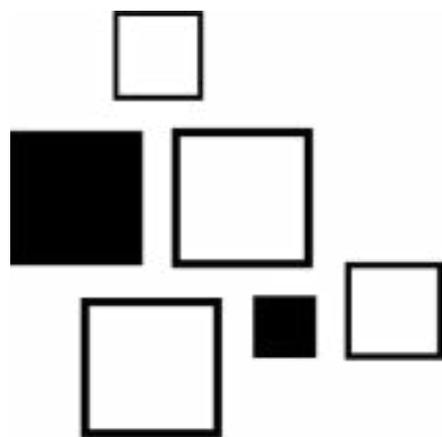
A mediação (comunicação com o visitante) não se faz no sentido em que se espera esta conexão do visitante sem dar as bases para que ele faça esta associação. O visitante não necessariamente é brasileiro e mesmo que o seja, pode não ser um conhecedor de estilos artísticos ou arquitetônicos, logo o museu deveria dar estas bases para que o visitante possa ter conhecimentos para fazer as conexões.

O visitante só conseguiria fazer esta conexão, em Origens, depois de se emocionar em Gols, Rádio e Exaltação. Ainda assim esta conexão não é possível, devido a um erro expográfico que desvaloriza o foco principal da sala: o vídeo que justifica a existência desta.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

O fato de alguns museus apresentarem as características herdadas da Exposição Brasil +500 e com isso transformarem a cenografia em mero apetrecho para entreter o visitante não significa que ela não possa servir como facilitador da apreensão do conteúdo. Certamente o visitante apreende muito mais facilmente uma mensagem quando ela é demonstrada através de imagens ou contextualizações cenográficas ou dramatizações de objetos.

Longe dos holofotes de grandes nomes, o próprio Museu do Futebol nos mostrou isso em sua exposição temporária de abertura. A exposição que abriu o Museu, sobre o rei Pelé supriu essa falta de relíquias



(DUARTE, 2008) e mostrou de maneira bastante atraente e funcional, a trajetória deste ídolo, ancorada pelo acervo de objetos do “rei”. Ficou para o visitante, bastante clara a origem humilde deste jogador quando é mostrada uma caixa de engraxate em um ponto central da exposição e, em outro momento, em contraposição a esta, foram mostradas as chuteiras douradas do jogador, demonstrando, então, o sucesso e a glória a que o jogador chegou através de seus pés.

Expograficamente é, portanto, mostrada essa conexão e esta oposição, até pela forma cenográfica como são expostos esses objetos: iluminação, texturas contrapostas, destaque no percurso expositivo e claro, o objeto em si. De simples engraxate do sapato comum dos outros, o rei passa a ter os seus próprios, dourados, especiais, gloriosos.

Neste momento, então, percebe-se que a cenografia, aliada à expografia competente pode servir sim como facilitador da apreensão da mensagem e, ao mesmo tempo, é um coadjuvante, dando força ao elemento principal, o objeto protagonista não o sublimando, tomando a cena. Este é o momento de glória da expografia aliada à expressão máxima da cenografia.

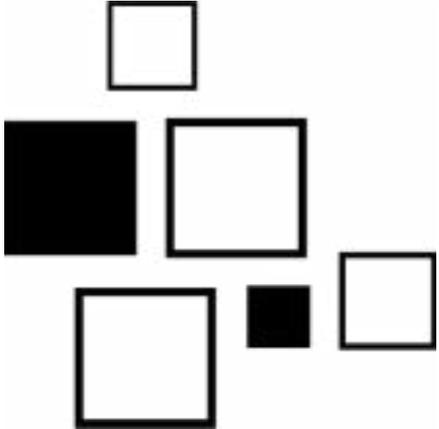
O mais interessante foi perceber que o próprio museu nos mostrou isso. Não foi necessário buscar nenhum exemplo de exposição fora do Museu do Futebol para perceber que, fora do holofotes das celebridades criadoras (esta exposição não foi criada pelas mesmas celebridades da exposição de longa duração), o museu não só criou uma exposição competente como também lançou mão do – oficialmente banido - patrimônio

material, tendo os seus objetos valorizados pela cenografia. E objetos dialogam com os recursos audiovisuais de forma bastante competente.

Porém, influenciados pela Exposição Brasil +500: A Mostra do Redescobrimto, os patrocinadores e criadores de museus são levados cada vez mais a fazer exposições que rompem as premissas de uma instituição museal e tornam-se apenas entretenimento cenográfico.

A instituição chamada museu é – ou deveria ser, por princípio - um órgão de pesquisa que mostra os resultados destas em seu espaço expositivo, compartilhando assim conhecimento com os outros pesquisadores ou aqueles que desconhecem o tema.

Por outro lado, quando o objetivo de uma instituição passa a ser o sucesso de público, parte dos custos de um museu são então eliminados, deixando que somente a sala – o que dá visibilidade – exista e a instituição seja criada depois de ser um sucesso de público. Casos como o Museu do Futebol e o Museu da Língua Portuguesa estão se tornando uma tendência e as instituições criadoras das exposições, como a Fundação Roberto Marinho, se orgulham de criar uma megaexposição que depois será passada para as mãos de uma instituição que vai criar a instituição que fará o museu sobreviver. Este raciocínio museológico às avessas seria o equivalente a trocar o motor defeituoso de um carro em movimento, adaptando a marretadas o motor de uma Ferrari em um Fusca.



## REFERÊNCIAS

- AGENCIA FOLHA. Mostra do Redescobrimento terá 'apoteose cenográfica' em SP . Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fol/cult/ult23032000040.htm>. Acesso em: 26 de agosto de 2011.
- ASSOCIAÇÃO BRASIL 500 ANOS. Fundação Bienal de São Paulo. Brasil +500: Mostra do Redescobrimento. Catálogo. São Paulo, 2000.
- DAVALLON, Jean. L'exposition a l'oeuvre: stratégies de communication et médiation symbolique. Paris: L'Harmattan, 2000.
- DUARTE, Alec. Futebol ganha museu sem relíquias. Folha de São Paulo. São Paulo, 21 set 2008. Esporte p. D5.
- FIGUEIREDO, Renata D. G. Expografia Contemporânea no Brasil: A sedução das exposições cenográficas. Dissertação. São Paulo: FAU-USP/CNPq, 2011.
- FIGUEIREDO, Renata D. G. Depoimentos de Profissionais. Disponível em: <http://www.refigueiredo.com/dissertacao>. São Paulo: 2011.
- HOUAISS, Antonio. Minidicionário da língua portuguesa. Rio de Janeiro: Objetiva, 2009.
- MENEZES, Ulpiano Bezerra. Do teatro da memória ao laboratório da história IN Anais do Museu Paulista (nova série). São Paulo, vol 2, p. 9– 42, 1994.
- RIVIÈRE, Georges Henri. La Museologia. Madrid: Ediciones Akal, 1993.
- SANTAELLA, L. A teoria geral dos signos: Como as linguagens significam as coisas. São Paulo: Pioneira, 2000.