



## O DESIGN DE EXPOSIÇÕES EM UMA ABORDAGEM CRÍTICA

Renata Dias de Gouvêa de Figueiredo-Lanz  
FAU- Universidade de São Paulo  
refigueiredo@usp.br

---

**Resumo:** O design das exposições é um elemento fundamental de comunicação com o público visitante. Através dele o público percebe a intencionalidade da curadoria não só pelo conteúdo escrito, mas também por todas as linguagens não verbais da exposição. O presente artigo propõe uma análise aprofundada das características do design expositivo, dada por elementos espaciais como o percurso, os tipos de dispositivos, a iluminação, os sons ou ainda por elementos de design gráfico, como a tipografia, as cores, formatos, materiais e texturas utilizados na expografia. Todos esses elementos alteram a percepção dos objetos e valorizam o que é exposto. Porém o efeito inverso também pode ocorrer em função do design expositivo, no qual a apreensão do que é exposto é dificultada e os dispositivos chamam mais atenção do que os objetos ou o conteúdo em si. Propõe-se portanto uma abordagem crítica sobre esses processos de construção da exposição, apoiando-se nas teorias de Jean Davallon e Charles Sanders Peirce. De forma a exemplificar os conceitos demonstrados, serão apresentados estudos de casos de exposições de história e cultura popular em que os elementos expográficos valorizam ou se sobrepõem aos objetos expostos.

**Palavras-chave:** Crítica expográfica. Design de exposições. Exposições históricas. Dispositivos comunicacionais.

**Abstract:** Exhibition design is a fundamental element in the communication with the visiting public. Through it the public realizes the intentions of the curator not only by the written content, but also by all non-verbal languages of the exposition. This article proposes a deep reflection on the exhibition design characteristics, made of spatial elements such as the route, the type of devices, the lightning, the colors, forms, materials and textures used in the exhibition. All these elements change the perception of the objects and highlight what is exposed. The opposite effect may also occur due to the exhibition design, in which the apprehension of what is being exposed is hindered and the devices attract more attention than the objects themselves. A criticism approach is proposed on these processes of exposition construction with support on the theories of Jean Davallon and Charles Sanders Peirce. In order to illustrate the demonstrated concepts, case studies on history and popular culture expositions will be

presented in which design exhibition elements highlight or override the exposed objects.

**Key-words:** Exhibition design criticism. Exhibition design. History Exhibitions. Communication displays.

## 1. INTRODUÇÃO

A partir da década de 1980, as exposições culturais ganharam grande importância no cenário nacional e mundial, dado o seu apelo educativo e também o eventual – e nem sempre almejado - convite ao entretenimento.

Desde a virada do século o crescimento das exposições se tornou ainda mais expressivo, criando a necessidade de se estudar as especificidades dos projetos desses ambientes.

Os museus são instituições de pesquisa e preservação do patrimônio material e imaterial e exibem os resultados dessas pesquisas através de exposições temporárias e de longa duração. Deste modo, as exposições configuram-se como as principais formas de comunicação entre o museu e o público, cujos objetivos são informar, educar e provocar reflexões nos visitantes.

Neste contexto, o design de exposições é a disciplina que possibilita a construção dos dispositivos que vão disseminar o conhecimento para o público. Ele o faz de forma verbal – através de textos e fala – e não verbal – através de elementos que serão analisados neste artigo. Porém, a comunicação nem sempre se dá de forma eficiente através da expografia e a análise dos projetos expositivos é fundamental para entender as razões desta ineficiência.

Os museus e as exposições contam progressivamente com investimentos públicos diretos ou indiretos (lei Rouanet), em que milhões de reais<sup>1</sup> são gastos a cada inauguração, e nos quais, nem sempre os benefícios culturais ultrapassam a barreira do entretenimento, muitas vezes por questões associadas ao conteúdo mas também por soluções do design expositivo.

Portanto fazer uma análise crítica das relações estabelecidas entre os objetos (textos, imagens ou produtos) e a forma como eles são expostos (dispositivos comunicacionais) é de suma importância para o desenvolvimento de profissionais capacitados a lidar com a complexidade dos projetos expositivos.

O sucesso ou fracasso comunicacional pode ser determinado por características do projeto da exposição, que valorizam conteúdo exposto ou, ao contrário se sobrepõe a ele, gerando exposições supostamente interativas ou divertidas, mas que não coincidem com o objetivo dos museus, de ensinar e gerar reflexões.

O êxito comunicacional de uma exposição não se dá, portanto, em uma superexposição nas mídias tradicionais capaz de gerar grandes números de bilheteria. Ele ocorre com o envolvimento e aprendizado do público que acontece através dos dispositivos comunicacionais. Portanto o estudo e reflexão sobre a construção destes dispositivos é fundamental para entender como o museu se comunica com o seu público.

---

<sup>1</sup> O Museu do Futebol (inaugurado em 2008) teve a reforma estimada em R\$ 32,5 milhões. O Museu de Congonhas (inaugurado em 2015) custou cerca de R\$ 25 milhões.

## 2. DESENVOLVENDO UMA ABORDAGEM CRÍTICA

Para o desenvolvimento de uma crítica do design expositivo, baseou-se nas reflexões de Jean Davallon (2000) acerca do espaço expositivo e de Charles Sanders Peirce, sobre a interpretação dos signos visuais, lido através de AICHER e KRAMPEN (1979), PIGNATARI (1968), SANTAELLA (2008) e NOTH (2008). Foram utilizadas também as teorias de Eva Heller (2004) sobre a psicologia das cores e os estudos de comportamento do público de Hughes (2010), entre outros autores.

### 2.1 Primeiras definições de projeto

No projeto expositivo a primeira definição necessária é do perfil de público visitante, que se baseia primeiramente no interesse pelo tema e, posteriormente em características comportamentais, que levam em conta o repertório deste público e interesse por aprofundamento no assunto da exposição. Essas definições são importantes para o desenvolvimento do projeto expositivo, dado que a comunicação com cada tipo de público tem suas especificidades e, portanto, dispositivos comunicacionais mais eficientes para cada um.

Hughes (2010, p. 40-41), propõe diferentes níveis de aprofundamento na comunicação dos conteúdos, de acordo com os tipos de público. Sugere a segmentação das exposições de acordo com o tamanho dos percursos e também com interesses específicos. Este autor cita uma exposição de aviões que atinge públicos com diversos tipos de conhecimento, desde especialistas de diferentes áreas ligadas ao assunto (engenheiros, pilotos) até níveis de conhecimento bem diversos, como alunos de uma escola.

Hughes faz então uma divisão em quatro tipos diferentes de públicos e sugere a melhor maneira de desenhar a exposição para atingir a cada um deles:

- **especialista:** grupo composto por visitantes que conhecem o assunto em profundidade e desejam conhecer uma visão diferente do óbvio sobre aquele tema. Para o especialista podem ser utilizados bancos de dados que o façam explorar em profundidade o assunto, durante uma longa visita em que ele analisa cuidadosamente a visão de outro especialista.
- **turista habitual:** é o visitante que tem familiaridade com o tema e deseja se aprofundar. Longos catálogos, textos explicativos e mídias interpretativas tem a potencialidade de gerar interesse para o turista habitual, além de um website que pode ser consultado antes da visita.
- **aventureiro:** por não conhecer o assunto, o aventureiro busca informações mais superficiais que deem um panorama geral sobre o tema. As informações devem ter um nível básico mas estar muito bem organizadas. A organização espacial também é muito importante: o ideal é que o projeto defina um circuito claro e bem sinalizado, para que o visitante se localize facilmente na exposição. A repetição é bastante importante para este visitante: os códigos cromáticos ou ainda formas repetidas podem ajudá-lo a compreender os signos visuais, estabelecer um sentido para eles e orientar-se dentro do espaço expositivo.
- **desorientado:** em geral este grupo pode ser composto por pessoas que nunca foram a uma exposição ou ainda por crianças. O desorientado é o visitante que não sabe para onde ir e procura referências para entender o espaço e se situar

dentro dele. Um design competente, deve ter uma gama variada de opções que possam atender a este público. Hughes exemplifica essa variação de projetos com uma exposição sobre dinossauros, na qual para um adulto são exibidos os ossos do animal e, para uma criança, é oferecida a possibilidade de cavalgar em uma réplica de dinossauro, o que faz com que ela aprenda sobre o seu comportamento e também se divirta com a experiência.

Considerando portanto museus com ampla variedade de públicos, como o Museu da Língua Portuguesa (recentemente incendiado), que podem despertar interesse em todos os falantes deste idioma, deve-se pensar em estratégias para atingir todos os tipos de público explicitados por Hughes. O designer deve então, pensar em um público abrangente e, conseqüentemente, em desenho de displays que atinjam desde o especialista até uma criança.

Portanto, o projeto de design de exposição já se torna desde início, bastante complexo em seu programa de necessidades, extrapolando as noções de design gráfico, arquitetura, educação, entre outras áreas, tornando-se assim, multidisciplinar.

## 2.2 Teorias e análise crítica do ambiente

Jean Davallon (2000) propõe duas formas de analisar os percursos da exposição: o encadeamento de transformações e o encadeamento de significados (a forma pela qual o sentido é produzido).

No encadeamento de transformações, este autor também compara o percurso do visitante com uma peregrinação em direção a um local sagrado. Neste caso, o visitante da exposição vai passar por um circuito repleto de signos que contribuem para desenhar um mapa mental, com o elemento organizador sendo o local de chegada. Em uma comparação com a peregrinação pode-se dizer que os signos do caminho seriam marcados por cruces, oratórios e locais perigosos e o elemento organizador seria uma igreja sagrada, como a de Santiago de Compostela.

No encadeamento de transformações, o autor destaca ainda alguns aspectos da visita a um circuito cultural que chamam atenção, como:

- **a existência de um programa-tipono** qual o percurso vai oferecer ao visitante os elementos para que ele possa construir uma história. A visita, então, poderia ser dividida em 4 fases: a ruptura entre o mundo exterior – cotidiano – e o espaço do mundo do peregrino; a aquisição de um ferramental pelo visitante, para poder atribuir significados a exposição; a realização da ação essencial que, neste caso, é o encontro com o sagrado; e, por fim, o reconhecimento de que a ação principal foi realizada.
- **O jogo das retenções**, em queo percurso é marcado por pontos fortes, paradas em lugares mais ou menos prestigiosos que o “lugar sagrado”.O visitante vai então sendo preparado para o sagrado. Essa sucessão de pontos altos e baixos pode criar micro peregrinações em que o visitante se sente estimulado a prosseguir.
- **A obtenção de valores**, que trata da união do repertório já existente no visitante – anterior a entrada na exposição – e o repertório apreendido na exposição. Ou seja, a construção de um repertório novo, de novos valores.

Sob esta perspectiva então pode-se analisar a exposição de um museu imaginando que ela deva ter uma sequência de pontos mais interessantes e menos interessantes, para, em um primeiro momento despertar o interesse do visitante e num segundo momento dar a ele um tempo para que reflita sobre as informações que viu anteriormente. Na sequênciamais informações podem ser passadas para que o visitante faça as devidas conexões.

Portanto deve-se olhar para o circuito de maneira que ele mantenha a dinâmica que faz com que o público seja estimulado a buscar mais conhecimentos a cada sala mas tenha momentos de reflexão durante o percurso.

Já observado o percurso, a próxima perspectiva de análise diz respeito ao estudo da relação entre duas ou mais salas por contraste ou por similaridade.

Outro ponto importante é a criação de contrastes. É aí onde o produtor da exposição deve dar significados aos contrastes (oposições coloridas, gráficas ou espaciais). Negro x colorido pode ser atribuído a triste x alegre. Através de diversos aspectos do dispositivo formal (desenho, cor, disposição) pode ser criada uma relação de oposição do significado triste x alegre, por exemplo.

Esse procedimento está aberto tanto para a normatividade quanto para a flexibilidade. Ao mesmo tempo que ele pode utilizar códigos conhecidos e relações já estereotipadas (o que Peirce chama de símbolos), o produtor pode também criar um novo código e induzir o visitante a atribuir um significado àquele elemento buscando a coesão entre os elementos e constituindo uma totalidade (podendo ser um ícone ou um índice na visão Peirceana). (FIGUEIREDO, 2011a, p. 69)

Neste caso podem ser feita então a análise de certos aspectos de uma sala em relação de uma outra, de maneira a criar uma relação entre elas, sempre pensando em como essas informações serão encadeadas na mente do visitante.

Um exemplo deste contraste são as salas *Rito de Passagem* e *Sala das Copas* no Museu do Futebol. Rito de Passagem mostra a derrota do Brasil na Copa de 1950, para o Uruguai. Uma narração dramática, ao som das batidas do coração de um torcedor é ouvida em um ambiente escuro com uma projeção de um vídeo em preto e branco. O ambiente escuro e introspectivo simboliza a derrota.

Na sequência a Sala das Copas mostra um contraste abrupto de significados: músicas, iluminação abundante, imagens coloridas, estímulos sensoriais exacerbados.

Esta sala contextualiza, então, as vitórias do Brasil, e faz uma associação com momentos políticos do país, mostrando através de imagens de época, o momento histórico, cultural, social e político dos períodos em que ocorreram as Copas.

Os displays em forma de taça são índices que remetem à própria taça que dá nome a sala: a Copa do Mundo ou ainda a Ala das Baianas do Carnaval.

Após sair do silêncio e da escuridão da Sala do Rito de Passagem, o visitante dá de cara com um show de luz e cores composto por fotos e vídeos. Outro estímulo que se soma aos demais são os sons: quase todos os dispositivos emitem sons, músicas, discursos.

Esportistas, artistas, presidentes, misses, políticos dividem espaço com os jogadores de futebol e suas conquistas. Uma história de glórias é contada ao visitante, que arrisca se perder diante de tantos estímulos.

Percebe-se então, duas questões expográficas: os inúmeros estímulos sensoriais

e a perda de foco. O conceito de estimular sensorialmente o visitante é levado ao extremo: um show de luzes, sons e movimentos vindos dos displays se misturam e se somam numa quantidade de informações que o visitante será incapaz de absorver. Além da imensa quantidade de conteúdo, a sala ainda apresenta a mesma questão de foco: o visitante não é direcionado para lugar nenhum, tudo o estimula, tudo parece interessante de ser visto, olhado, analisado.

O peregrino de Jean Davallon, chega então ao grande altar da Catedral, sabe que está lá, reconhece o seu valor, mas há tantos significados, tanto para ser olhado, absorvido, que serão necessárias muitas visitas ao museu para que ele consiga processar essa imensa quantidade de signos visuais e sonoros que ali são mostrados. Fazer associações, conhecer os fatos históricos e tentar encontrar um foco para poder criar relações são desafios intransponíveis nessa sala.



**Figura 1: Sala Rito de Passagem no Museu do Futebol em São Paulo-SP.**

Fonte: Elaborado pelo autor, com base na pesquisa de mestrado realizada.



**Figura 2: Sala das Copas no Museu do Futebol em São Paulo-SP.**

Fonte: Imagem cedida pelo Museu do Futebol para a autora. Foto: Luciano Mattos Bogado.

Uma terceira perspectiva de análise é a de observar apenas uma sala. Desta maneiras devem ser estudados: a maneira como ela se encaixa no contexto da exposição e a relação de significados que se estabelece entre os elementos deste ambiente, dando origem a um conteúdo. No Museu do Holocausto há uma sala que apresenta fotos de família de judeus mortos neste episódio dramático. A reunião de um conjunto de fotos póstumas tem o seu significado alterado – ou exacerbado - graças a maneira como são expostas.



**Figura 3: Museu do Holocausto (Washington, EUA).**

Fonte: ushmm.org.

Com cenografia marcante, este pequeno e sufocante corredor com pé direito duplo mostra estas fotos antigas colocadas do chão ao teto, em um ambiente escuro, com uma luz zenital que pode remeter à morte. Para trazer mais agonia a cena, outro elemento de forte significado é posicionado, exacerbando a emoção do visitante: um suporte que numera e nomeia os integrantes de todas as fotos. Ao fundo se vê um corredor, como se o visitante estivesse percorrendo o corredor da morte.

Nesta mesma sala ainda poderiam ser observados os elementos gráficos e a sua relação com o todo. Portanto a composição dos elementos como cores, luzes, texturas são capazes de dar um sentido a cena, exacerbando os seus significados originais ou ainda propondo um novo, as vezes não previsto inicialmente.

Pode-se por fim, verificar a composição do ambiente e os seus significados intrínsecos. A profusão de fotos de judeus mortos durante a II Guerra Mundial significa que um numero incontável de pessoas morreu neste período. Mas também, a grande quantidade de fotos mostra uma outra característica: a perda da individualidade do sofrimento, não mostrando uma família como representativa e contando a sua história. A grande quantidade de imagens na composição torna então, o sofrimento e a morte em um conceito abstrato e distancia o visitante daquela realidade. Toda a dramatização da cena torna-se então, menos forte e significativa para o visitante.

Coincidentemente a mesma diminuição da importância individual ocorre na Sala das Copas do Museu do Futebol. Perdido em uma imensidão de imagens iluminadas por

trás – *backlights* – e imagens em movimento, estão representadas, sem hierarquia, as copas que a seleção brasileira ganhou e perdeu, tendo como única diferença, as estrelas ao lado do ano em que ocorreu. Passa-se pelas vitórias esportivas, políticas e sociais, pela ditadura e pelos movimentos musicais com o mesmo destaque e importância. Nenhum momento se apresenta como mais importante, mais sofrido ou dramático, pelo contrário, todos os momentos são alegres, permeados por um show de luzes e sons. O visitante não tem espaço para reflexão. E o aprendizado sobre a história do futebol está perdido em estímulos multisensoriais que encontram, ao fim e ao cabo, a alienação dada pelo excesso de informações visuais, auditivas e táteis.

### 2.3 Análise dos elementos de design gráfico e ambiental

Em um nível de aprofundamento ainda maior, tem-se a quarta abordagem analítica, que engloba os elementos individuais de cada sala e a sua relação com o todo. Elementos que colaboram para esta significação são as texturas dos dispositivos ou objetos, os materiais construtivos trabalhados, a forma como as peças são posicionadas dentro do espaço expositivo, a tipografia escolhida, entre outros.

Todos estes elementos vão atribuir significados e estabelecer relações de harmonia ou de contradição entre o que é dito – linguagem verbal – e o que é visto – não verbal.

Para exemplificar a complexidade das análises possíveis será focado apenas uma característica que se dá pela composição desses elementos: a legibilidade da exposição. Por legibilidade entende-se não somente a capacidade de ler os textos, mas a clareza com que as informações são transmitidas e a leitura verbal dos textos e não verbal dos elementos textuais e sua localização.

Considerando que os textos da exposição conseguem expor claramente as ideias da curadoria e que a sua sequência apresenta uma lógica que construa significados para o visitante, partiremos para a análise dos elementos de design como a tipografia, o uso das cores ou ilustrações e a iluminação.

A **Tipografia**: a escolha de uma família tipográfica adequada é fundamental para a leitura da exposição. Uma fonte pode apresentar a leitura apropriada em um livro ou em um site de internet, mas isso não significa que ela seja adequada para um espaço expositivo. Algumas características devem ser observadas em relação à tipografia:

- legibilidade: fontes manuscritas para textos corridos apresentam grandes dificuldades de leitura no espaço expositivo, bem como fontes mais rebuscadas.
- corpo da fonte: este é o elemento que apresenta os maiores problemas nos espaços expositivo. Tamanhos de fonte adequados para leitura – e até grandes – em um livro, são completamente inadequados em uma parede. E essa relação fica ainda mais complexa quando consideradas as dimensões do ambiente expositivo – que interferem na percepção do tamanho do texto, diminuindo-o – e na cor de fundo escolhida – que, quanto mais escura, mais parece diminuir o corpo da fonte, na percepção do observador.
- posicionamento dos textos: Em um material impresso como um folder ou um livro, há uma flexibilidade de aproximação e distanciamento que é muito menor no espaço expositivo. Textos muito altos ou muito baixos, se tornam ilegíveis pela simples incapacidade dos visitantes de alcançá-los. Quanto maior a dificuldade do visitante, maior o desinteresse pelo conteúdo.



- família tipográfica: cada família tipográfica transmite um significado. O uso de fontes manuscritas pode estar associado a personalidade daquele que escreve, como uma assinatura. O uso de fontes serifadas muitas vezes está associado à tradição. E por fim, fontes sem serifa podem ser associadas a modernidade. Cada caso deve ser estudado dentro das suas peculiaridades tipográficas e a associação com o tema da exposição deve ser direta e não contraditória. Uma exposição sobre novas tecnologias da informação e comunicação não parece se adequar a títulos em fontes manuscritas e essas características devem ser cuidadosamente observadas.

As **cores e ilustrações** da exposição e dos seus suportes devem ser analisadas tanto no sentido da leitura verbal quanto da não verbal:

- cada cor transmite um significado e gera uma sensação. A cor vermelha transmite energia mas, se usada em excesso, pode trazer irritação ao visitante. Se esta for a leitura que se quer, não há problemas. Mas é importante estudar o significado da psicologia das cores (HELLER, 2004). Importante também perceber que culturalmente a associação das cores com alguns conceitos pode mudar de cultura para cultura. O azul pode significar a morte na China enquanto no Brasil é associado a tranquilidade. Ou seja, o significado da exposição pode ser “lido” de maneira inconsistente se utilizada a associação errada de cores e conteúdos.
- O contraste entre cor de fundo e texto é de fundamental importância para a legibilidade da exposição. Cores com baixo contraste – como rosa e vermelho – ou com contrastes muito expressivos – como as complementares – podem dificultar a leitura dos textos e torná-los rapidamente desinteressantes e cansativos.
- Tons vibrantes ou muito claros nos textos – mesmo que sobre fundos contrastantes – podem dificultar a leitura por irritar o visitante. Muitas vezes esses recursos funcionam em materiais impressos de menor porte, como cartazes ou catálogos, mas em espaços ele se mostram altamente ineficazes.
- Contraste de textos com ilustrações: um contraste que visto em pequenas distâncias pode parecer adequado, visto em distâncias superiores a 1m, pode se tornar completamente ilegível. Veja o exemplo abaixo, do Museu de Congonhas, inaugurado em dezembro de 2015. A fonte em amarelo, além de muito pequena no contexto do museu, apresenta baixo contraste com a cor verde do fundo e, para torná-la ainda mais ilegível, é colocada uma ilustração no fundo. Este erro, apesar de parecer uma exceção, é bastante comum em exposições.

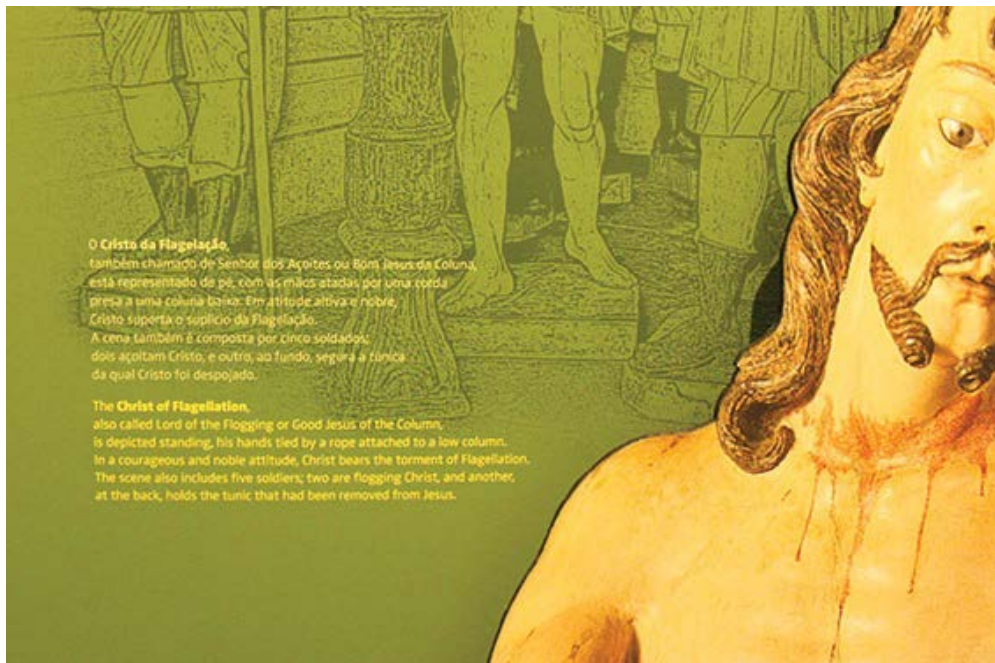


Figura 4: Museu de Congonhas, inaugurado em dezembro de 2015, na cidade de Congonhas-MG. Fonte: Elaborado pelo autor, em visita ao museu.

A **iluminação** do ambiente expositivo interfere diretamente na legibilidade dos textos nos seguintes casos:

- baixa luminosidade: a cenografia e a dramaticidade dos ambientes que exigem baixa luminosidade em geral ignora a necessidade de leitura dos textos.
- luz focada nos painéis de textos: muitas vezes, a luz direcionada para os textos gera uma iluminação que fica estourada nos textos e isso torna a leitura ilegível. A iluminação que reflete em paredes brilhantes com textos também é comum, como ocorreu nos textos de abertura da exposição sobre Caravaggio, em Belo Horizonte, em 2012.
- a iluminação direcionada para vidros gera um reflexo ou uma duplicação dos textos em vidros grossos. No Musée du Quai Branly (Paris), no Metropolitan (Nova York) ou na exposição dos Guerreiros de X'ian (São Paulo, 2003) os textos foram aplicados em vitrines de vidro bastante espesso, sem possibilitar o contraste com a parede de fundo – quando esta existe. Nos casos mais graves, uma luz ainda incide no vidro gerando um reflexo no já ilegível texto

Portanto foram expostas algumas abordagens de análises possíveis para uma exposição a partir do seu desenho e relacionadas com o seu projeto. O design de exposições é uma disciplina bastante complexa e multidisciplinar, capaz de alterar de forma decisiva a percepção do visitante sobre determinado tema.

### 3. CONCLUSÃO

O design de exposições é um meio de comunicação e permite a mediação e interpretação dos objetos expostos, sejam eles a partir de um acervo material ou imaterial. O conjunto de elementos da exposição é capaz de produzir um significado

para o visitante. Mas estes elementos de comunicação são extremamente poderosos e podem facilitar a apreensão dos conteúdos ou dificultá-la. Uma análise mais apurada da expografia é capaz de mostrar inclusive, se esta dificuldade é intencional, gerada por uma falta de pesquisa ou de conteúdos aprofundados ou ainda, uma necessidade de fazer com que o público não reflita sobre aquele determinado tema. Neste caso, imagine um Museu do Futebol que faça o público refletir sobre o potencial de alegria das torcidas mas também sobre a capacidade de violência dada pelo fanatismo das mesmas.

Considerando que os museus – e conseqüentemente as exposições – desejem se comunicar de maneira efetiva com o público, é necessário que os criadores de exposições aprofundem os seus conhecimentos e entendam a complexidade envolvida nesta mídia para desenhá-la de forma adequada e efetiva. Uma exposição não é um catálogo, não é um livro e muito menos uma televisão.

A forma de comunicação com um público que circula por ambientes e adquire informações de maneira sequencial tem características próprias e bastante peculiares e as formas de se comunicar com o público e atraí-lo para as exposições tem sido crescente objeto de estudos nas últimas décadas.

Sendo assim, uma abordagem crítica do design de exposições busca criar, de forma experimental, bases para ampliar o conhecimento a respeito desta mídia complexa e multidisciplinar.

Por outro lado, possibilita que o público não se iluda com um pretenso sucesso de uma exposição baseado no sucesso de bilheteria e dá argumentos para que este exija qualidade de informação em troca do prestígio dado a esta. O público pode então exigir conhecimento real e não entretenimento aparentando cultura.

## REFERÊNCIAS

- AICHER, Otl. KRAMPEN, Martin. **Sistemas de signos enlacomunicación visual**. Barcelona: Editorial Gustavo Gili S.A., 1979.
- BARTHES, Roland. **Rhétorique de l'image**. L'Obvieteetl'Obtus: Essais critiques III p. 25-44. Paris: Ed. Du Seuil, 1982.
- BARY, Marie-Odile; TOMBELEM, Jean-Michel (Dir.). **Manuel de muséographie: petitguide à l'usagedesresponsables de musée**. Haute-Loire: Séguier, 1998.
- CURY, Marília Xavier. **Exposição: análise metodológica do processo de concepção, montagem e avaliação**. Dissertação de mestrado. São Paulo: ECA, 1999.
- DAVALLON, Jean. **L'exposition a l'oeuvre: stratégies de communication et médiationsymbolique**. Paris: L'Harmattan, 2000.
- FIGUEIREDO, Renata D. G. **Expografia Contemporânea no Brasil: A sedução das exposições cenográficas**. Dissertação. São Paulo: FAU-USP/CNPq, 2011a.
- FIGUEIREDO, Renata D. G. **Depoimentos de Profissionais**. Disponível na internet por: <http://www.refigueiredo.com/dissertacao>. São Paulo: 2011b. Acesso em 10 fev. de 2014.
- HELLER, Eva. **Psicologia del color**. Barcelona: Gustavo Gili, 2004.
- HUGHES, Philip. **Exhibition design**. London: Laurence King Publishing: 2010.
- NOTH, Winfred. **A Semiótica no Século XX**. São Paulo, Annablume, 1996.

NOTH, Winfred. **Panorama da Semiótica: de Platão a Peirce**. São Paulo, Annablume, 2008.

PIGNATARI, Décio. **Informação. Linguagem. Comunicação**. São Paulo: Editora Perspectiva, 1968.

SANTAELLA, L. **A teoria geral dos signos: Como as linguagens significam as coisas**. São Paulo: Pioneira, 2000.

SANTAELLA, L. **Semiótica Aplicada**. São Paulo: Cenage Learning, 2008.