

UNIVERSIDADE TECNOLÓGICA FEDERAL DO PARANÁ
DEPARTAMENTO ACADÊMICO DE DESENHO INDUSTRIAL
CURSO DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CENOGRAFIA

TARSILA FERREIRA SILVA SCHETINI

POR UM OLHAR MENOS RETINIANO:
ESTUDO REFLEXIVO SOBRE OS PROCESSOS QUE ENVOLVEM A
INFORMAÇÃO VISUAL DIRECIONADA A PRÁTICA CENOGRÁFICA
EM EXPOSIÇÕES DE ARTE DE MUSEUS

MONOGRAFIA DE ESPECIALIZAÇÃO

CURITIBA

2018

TARSILA FERREIRA SILVA SCHETINI

POR UM OLHAR MENOS RETINIANO:

**ESTUDO REFLEXIVO SOBRE OS PROCESSOS QUE ENVOLVEM A
INFORMAÇÃO VISUAL DIRECIONADA A PRÁTICA CENOGRÁFICA
EM EXPOSIÇÕES DE ARTE DE MUSEUS**

Monografia apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Cenografia da Universidade Tecnológica Federal do Paraná, como requisito parcial para a obtenção do título de Especialista em Cenografia.

Orientadora: MSc. Simone Landal

CURITIBA

2018

TERMO DE APROVAÇÃO

POR UM OLHAR MENOS RETINIANO:

ESTUDO REFLEXIVO SOBRE OS PROCESSOS QUE ENVOLVEM A
INFORMAÇÃO VISUAL DIRECIONADA A PRÁTICA CENOGRÁFICA EM
EXPOSIÇÕES DE ARTE DE MUSEUS

por

TARSILA FERREIRA SILVA SCHETINI

Esta Monografia foi apresentada 19 de Agosto de 2018 como requisito parcial para a obtenção do título de Especialista em Cenografia. A candidata foi arguida pela Banca Examinadora composta pelos professores abaixo assinados. Após deliberação, a Banca Examinadora considerou o trabalho aprovado.

MSc. Simone Landal UTFPR

Dr. Ismael Scheffler UTFPR
Membro titular

Dra. Fernanda Botter UTFPR
Membro titular

Dedico este trabalho primordialmente à minha orientadora MSc. Simone Landal que com muita cordialidade, excelência profissional e apreço me guiou do começo ao fim deste estudo. Dedico-o também aos docentes que dividiram seus conhecimentos para que eu pudesse construir com substância minha bagagem acadêmica. E por fim, à família que sempre ao meu lado me proporciona força, sustentação, sucesso e alegrias nos caminhos da vida.

RESUMO

SCHETINI, Tarsila F. S. **Por um olhar menos retiniano**: estudo reflexivo sobre os processos que envolvem a informação visual direcionada a prática cenográfica em exposições de arte de museus. 2018. 30 f. Monografia (Especialização em Cenografia)-Programa de Pós-Graduação em Cenografia, Universidade Tecnológica Federal do Paraná. Curitiba, 2018.

O presente trabalho concebe uma análise sobre quais reflexões seriam pertinentes para a criação de um projeto cenográfico direcionado para exposições de arte em museus. Para tanto, utilizou-se do estudo bibliográfico dos autores que vestem o tema da recepção do público que se dispõe ao ato da experimentação estética-visual e como os elementos atuantes nesta experiência se apresentam e relacionam. Desta maneira torna-se possível compreender como ser apresentado o ato comunicativo da cenografia com o público na atualidade e vislumbrar novas configurações para estes espaços.

Palavras-chave: Cenografia. Experiência estética-visual. Exposições de arte. Museus.

ABSTRACT

SCHETINI, Tarsila F. S. **For a less retinal view:** a reflexive study about the processes that involves the visual information directed to the scenographic practice in the art exhibitions of museums. 2018. 30 f. Monografia (Especialização em Cenografia)-Programa de Pós-Graduação em Cenografia, Federal Technology University of Paraná. Curitiba, 2018.

This study develops an analysis about the relevant reflections for de creation of a scenography project directed to art exhibitions in museums. For that reason, it was used an author bibliography study that uses the public reception theme and dispose the aesthetic and visual experience as active elements, and how they are presented and related. This way it is possible to comprehend the relation between scenography communicative role with the public nowadays and understand new aspects for this area.

Keywords: Scenography. Aesthetic and visual experience. Art exhibitions. Museums.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	7
2 O ATO DA EXPERIÊNCIA ESTÉTICA E VISUAL.....	9
2.1 O INDIVÍDUO.....	12
2.2 A Cenografia, a Exposição e o Museu como Elementos Reflexivos de Atuação que Dialogam entre si.....	15
3 CONSIDERAÇÕES FINAIS SOBRE PROJETOS DE CENOGRAFIA APLICADOS À EXPOSIÇÃO DE ARTE.....	24
REFERÊNCIAS.....	29

1 INTRODUÇÃO

Segundo Charles S. Peirce (1999) é no homem e pelo homem que se opera o processo de alteração dos sinais (qualquer estímulo emitido pelos objetos do mundo) em signos ou linguagens se comportam como sistemas vivos. Sinais reproduzem, se readaptam, se transformam e se regeneram como formas vivas, sendo parte desse sistema plural de linguagens, as expressões e formas artísticas.

Segundo Donis A. Dondis (2003):

O modo visual constitui todo um corpo de dados que, como linguagem, podem ser usados para compor e compreender mensagens em diversos níveis de utilidade, desde o puramente funcional até os mais elevados domínios da expressão artística. (DONDIS, 2003, p.3)

Desta forma, entende-se que se alguma informação será transmitida, o poderio de criação de seu significado está no receptor da informação, neste caso, o homem, sendo o modo visual de expressão, ou seja, a informação criada através de imagens, um dos meios existentes para a transmissão de significados. Dentro desta enorme gama de possibilidades de trabalhos visuais que podem ser gerados encontramos a cenografia.

Tendo como tema deste estudo a cenografia para exposições de arte em museus, deparou-se com a problemática de como conceber tal projeto, direcionando o objetivo deste trabalho para a investigação acerca de quais reflexões se fariam relevantes no momento de se pensar num projeto cenográfico deste tipo. Procurou-se o cuidado de não criar modelos normativos com a finalidade de fomentar a problematização e a ponderação das questões envolvidas nessa reflexão.

Considerou-se necessário, durante os estudos, assumir que tanto a cenografia, quanto a obra de arte visual, mas também o próprio edifício do museu (promotor da exposição) são produtos que só possuirão e produzirão significado através da experimentação estética-visual, a qual só é possível por meio do receptor (público).

Para tanto, procurou-se entender de que forma acontece o ato da experiência estética, quem é este indivíduo responsável pela “tradução” desta experiência, quais elementos estão envolvidos e influenciam o ato da experimentação, e de que forma eles interagem e se relacionam.

Para elucidar como a experiência estética-visual deve ser compreendida, utilizou-se a Teoria da Estética da Recepção de Hans Robert Jauss (2002), na qual o sujeito receptor da informação é retirado do papel passivo e colocado no núcleo, de forma ativa, do acontecimento da recepção.

Após depreender o ato da experiência artística, buscou-se examinar quem é este indivíduo promotor da experiência, por intermédio dos estudos de Stuart Hall (2011), teórico com expressivos estudos no tema, e assim, entender como se estrutura a formação da identidade deste sujeito.

Ao fim, foram analisados os elementos-alvo dessa experiência estética-visual através do trabalho teórico de três autoras: Lisbeth Ruth Rebollo Gonçalves (2004), Sônia Salcedo del Castillo (2008) e Marize Malta (2013). A partir da perspectiva destas autoras se constituiu a visão de que o estudo da cenografia para estes espaços ocorria de forma relacional com os outros elementos envolvidos na situação da experimentação, como a arquitetura do edifício museológico, as obras de arte a serem expostas, assim como a forma expositiva escolhida pela curadoria.

A este propósito, podemos utilizar uma explanação de Henry Urbach (2010):

A atmosfera de uma exposição inclui obras de arte, com certeza; podemos até admitir que eles são o evento principal. Mas realmente inclui tudo o mais, e não se limita a estes: a arquitetura da galeria; iluminação e decoração; mobília; elementos interpretativos; a atividade e o comportamento das pessoas, incluindo guardas de segurança e outros visitantes; as idéias e afetos que enchem o ar; as práticas museológicas, curatoriais e artísticas que apoiam discursivamente os objetos; as práticas interpretativas que suportam a atividade dos espectadores e assim por diante. Cheira e soa também. A atmosfera de uma exposição é, simplesmente, a sua vibração. É algo a ser sentido e habitado, não apenas visto, e pode ser lembrado. Em uma exibição convincente, esse ar, essa atmosfera, é carregada e vibrante, até vital (URBACH, 2010, p.14).

Desta forma, foi possível descortinar e amarrar as variáveis e os aspectos que dialogam e modificam o ato da experiência estética, trazendo assim, um entendimento mais amplo e complexo do panorama apresentado.

2 O ATO DA EXPERIÊNCIA ESTÉTICA E VISUAL

Como o objetivo deste trabalho está em entender como a cenografia para exposições pode ser utilizada, deve-se aceitar como pré-requisito o fato de que cenografia assim como a arte, são linguagens: implicam o ato de enviar e receber mensagens e, acima de tudo, partem do princípio que os autores e receptores destas mensagens são os promotores de seus sentidos.

Assim sendo, começamos este tópico investigando o papel protagonista do receptor, papel este que atua como veículo da experimentação artística assim como o autor de sua significação. Para tanto, devemos primordialmente entender como se formulou a idéia do receptor como foco da experiência estética, para indagar o que este ato experimental que ocorre por meio do contato com uma obra de arte.

Aristóteles, em sua Poética, já havia se preocupado em definir a qualidade da obra artística a partir da experiência vivida por seu leitor, colocando o receptor como parte integrante da obra. É este o momento precursor da estética da recepção, mas foi apenas a partir de Han Robert Jauss (2002) que ela ganhou sistematização.

O livro *“Pequeña apologia de La experiencia estética”*, de Jauss (2002), traça um panorama e propõe um debate sobre como eram feitas- desde a época de Platão (348/347 a.c) até Adorno (1903 d.c)- as análises das obras artísticas (literatura, música, arte) para introduzi-las na História da Arte, e como o autor considerava direito fazê-la.

O positivismo e o historicismo do século XIX acreditavam que a única interpretação possível era a fornecida pelo autor, ou seja, o significado da obra era propriedade de seu autor. Não restavam outras opções para os leitores, já que concebiam a linguagem como um sistema hermético e estático.

Contrariando esta idéia, Jauss (2002) coloca que a obra de arte tem como fim (por ser uma forma de linguagem) comunicar algo, tornando imprescindível o papel do receptor. O leitor não aparece como fim da obra, mas como meio pois ao passar pela experiência estética na ficção, pode transpô-la para o mundo real. Logo, sua experiência particular torna-se o veículo para a formação do significado final do

produto artístico, fornecendo aos receptores uma postura não mais passiva, mas ativa, como co-autores da obra.

Percebe-se, portanto, uma preocupação psicanalítica com a experiência do leitor, que entende o sujeito receptor como indivíduo dotado de profundidade, atentando a relação que estabelece com o mundo que habita. Desta forma, sua sociedade, política, cultura e período histórico seriam fatores condicionantes no processo individual da formação do significado.

Mostra-se, assim, uma diferença entre o efeito condicionado pelo texto e a recepção condicionada pelo destinatário, que atuam na concretização do sentido como "duplo horizonte", fornecendo uma função social à arte por sua interação com outros âmbitos da experiência e com outras áreas de significação da vida.

Outro ponto defendido pela Teoria da Experiência Estética de Jauss é a de se preocupar com o leitor da obra artística após a fruição estética (catarse), etapa da experiência muito pouco considerada pelos estudos tradicionais. Segundo o autor, o ato da catarse se explicaria como:

[...] propriedade essencial da experiência estética explica por que a mediação das normas sociais por meio das imagens da arte possibilita uma retirada do imperativo das prescrições legais e da coerção das instituições, e desse modo, um espaço de jogo pela liberdade: a experiência comunicativa precede, no meio da arte, uma libertação do espectador em frente ao mundo dos objetos através da imaginação. (JAUSS, 2002, p.77)

A partir deste ponto de vista, o valor da obra se modifica na medida em que se concebe a possibilidade da obra questionar, atender ou superar o horizonte de expectativa estabelecido.

Nesta perspectiva de entendimento de transformação do olhar a arte, após o século XX, pareceu precisamente próprio invocar o texto de um artista de grande influência deste momento: Marcel Duchamp (1887- 1968). Além de ser uma figura de incontestável importância na arte moderna, traz neste momento, a visão da arte a partir do espectro de quem a produz.

Em seu ensaio chamado "O ato Criador" (1965), Duchamp reflete sobre a obra de arte em relação à arte contemporânea, considerando o artista como um ser dotado de "poderes mediúnicos":

Ao darmos ao artista os atributos de um médium, temos de negar-lhe um estado de consciência no plano estético sobre o que está fazendo, ou por que se está fazendo. Todas as decisões relativas à execução artística do seu trabalho permanecem no domínio da pura intuição e não podem ser objetivadas numa auto-análise, falada ou escrita, ou mesmo pensada. (DUCHAMP, 1965, p.72)

A partir desta explanação, se percebe uma compatibilidade entre a idéia de Duchamp e a Teoria da Estética da Recepção, onde ambos compreendem que a experiência que envolve o ato estético experimenta ações subjetivas. Ou seja, a experiência se produz através de práticas ligadas às experiências pessoais do indivíduo.

Duchamp trata tal aspecto como uma espécie de fórmula, a qual o autor define que “o coeficiente artístico pessoal é como que uma relação aritmética entre o que permanece inexpresso embora intencionado, e o que é expresso não intencionalmente” (DUCHAMP, 1965, p.73).

Trata-se, portanto, de uma inabilidade do artista em exprimir integralmente sua intenção, o que justifica a perspectiva de que a obra não necessariamente possui um sentido pronto, fechado, pois, nem mesmo o próprio criador dela, pode transpor, materialmente, a expressão pela qual o criador passou para a concepção e realização da obra.

O autor encerra sua reflexão dizendo que o ato criador necessita do mundo exterior para seu refinamento. Sendo este ato constituído ato de decifrar e interpretar a obra artística, que é responsabilidade do público, desta forma acrescenta a ela sua contribuição dentro do ato criador.

2.1 O INDIVÍDUO

Se o ato da experiência estética se faz através do sujeito receptor e a relação com o mundo o qual ele se relaciona, torna-se necessário analisar como se desenha essa relação entre sujeito e experiência com o mundo exterior, nos dias de hoje.

Para este fim, optou-se por utilizar o livro “A identidade cultural na pós-modernidade” (publicado originalmente em 1992), do teórico cultural e sociólogo jamaicano Stuart Hall (1932- 2014). Sua autoridade nesta área de estudo e o modo como explora a formação da identidade cultural dos seres humanos diante da sua relação de mundo, trazem ênfase para a concepção da formação cultural do indivíduo pós-moderno.

Hall (2011) afirma que nosso período sofreu e sofre rápidas, profundas e diversas transformações que provocaram uma “crise de identidade”, promotora de uma fragmentação dos seres humanos modificando, assim, não só o entendimento deste sujeito em torno de si mesmo, como em torno do mundo em que vive:

A assim chamada “crise de identidade” é vista como parte de um processo mais amplo de mudança, que está deslocando as estruturas e processos centrais das sociedades modernas e abalando os quadros de referência de que davam aos indivíduos uma ancoragem estável no mundo social. (HALL, 2011, p.7).

Segundo Hall (2011), esta ancoragem era possível através das culturas nacionais compostas por instituições culturais, símbolos e representações que, ao produzirem sentido sobre a nação, constroem identidades. Em outras palavras, as pessoas participam da idéia de nação transmitida pela cultura nacional. Vale neste momento, abrir um parênteses para a observação - assunto que será melhor esclarecido posteriormente - de que durante a história da humanidade, um dos principais vetores e meios de se gerar, reforçar e difundir culturas nacionais e obras culturais são os museus, berço dos produtos da história da humanidade.

Na modernidade tardia, o autor expressa que tal modificação se encontra vinculada diretamente a um ator: a globalização. Ela gera processos completamente contrários daqueles encontrados nas sociedades consideradas tradicionais, nas quais os símbolos do passado são venerados e perpetuados. Utilizando palavras de

Anthony Giddens ¹(1990), o autor coloca:

Nas sociedades tradicionais, o passado é venerado e os símbolos são valorizados porque contêm e perpetuam a experiência de gerações. A tradição é um meio de lidar com o tempo e o espaço, inserindo qualquer atividade ou experiência particular na continuidade do passado, presente e futuro, os quais, por sua vez, são estruturados por práticas sociais recorrentes. (Giddens, 1990, apud HALL, 2011, p.15)

Segundo Giddens² (1990), a modernidade mostra-se como fruto de uma condição reflexiva de vida, ou seja, do humano para seu mundo, e vice-versa:

As práticas sociais são constantemente examinadas e reformuladas à luz das informações recebidas sobre aquelas próprias práticas, alterando assim, constitutivamente, seu caráter. (Giddens, 1990, apud HALL, 2011, p.15)

Este caráter fortemente reflexivo deste novo sujeito atua na sociedade de forma a alterar as estruturas das antigas instituições ou apenas criando instituições absolutamente novas se comparadas às tradicionais.

Sendo também o museu uma instituição, (assim como os elementos que se relacionam diretamente a ele, como as obras expostas, a cenografia, as exposições) parece procedente afirmar² que ele também se alterará e se reformulará de acordo com a jornada das sociedades que constituem a humanidade.

Como consequência deste quadro, torna-se característica das sociedades modernas, portanto, a diferença. Essas sociedades da modernidade tardia são transpassadas por diferentes divisões e antagonismos sociais, produzindo uma diversidade de diferentes “posições de sujeito”, ou melhor, identidades.

Justificando sua concepção do indivíduo moderno, Hauss coloca essa premissa e assinala que o indivíduo moderno é uma construção. Logo, nasce em determinado momento, assim como pode modificar-se noutro e até morrer.

Dentro deste contexto emergem, então, dois movimentos que Hall chama de tradição e de tradução. Na tradução, os indivíduos ainda possuem vínculos profundos com o passado, mas não estão mais em seus locais de origem. Portanto, a sua cultura é obrigada a dialogar com outras. E a tradição como pessoas que se vêem ainda na necessidade de estarem ligadas à tradição e encontram-se no papel de perpetuá-la.

¹ GIDDENS, A. The Consequences of Modernity. Cambridge: Polity Press, 1990.

² GIDDENS, A. The Consequences of Modernity. Cambridge: Polity Press, 1990, p.39.

Ainda no interior do discurso do consumismo global, as diferenças e as distinções culturais, que até então definiam as identidades, ficam reduzidas a uma espécie de língua franca internacional ou de moeda global, em termos das quais todas as tradições específicas e todas as diferentes identidades podem ser traduzidas. Este fenômeno é conhecido como “homogeneização cultural”, formadora de um contexto de mundo alinhado ao hibridismo.

Há argumentos que defendem que esse sincretismo pode ser perigoso, causando “dupla consciência”, indeterminação e relativismo. Por outro lado, pode se tornar originador de uma enorme fonte criativa, promotora de novas formas de cultura, mais apropriadas e adaptadas à modernidade tardia.

Faz-se possível interpretar, portanto, porque as atividades e as formas artísticas tenham se expandido, se modificado e se remodelado tanta vezes na história. As formas que comunicam funcionam, desta maneira, como reflexo do indivíduo no tempo que habita, tornando natural que o ato da identificação funcione como um “convite” para que este indivíduo aja na arte e em seus espaços de ação, e vice-versa.

2.2 A CENOGRAFIA, A EXPOSIÇÃO E O MUSEU COMO ELEMENTOS REFLEXIVOS DE ATUAÇÃO QUE DIALOGAM ENTRE SI

Após a explicação sobre como se estabelecem a experiência estética e a concepção do sujeito que a produz, será discutido sobre o objeto alvo da experiência e como se constrói sua relação com os outros elementos participantes do ambiente em que se encontra.

Para tanto, será necessário entender e refletir sobre a relação direta existente entre a transformação destes componentes e as modificações das estruturas sociais do indivíduo e, por fim, como se encontra este panorama comunicativo nos dias de hoje.

Inicia-se esta discussão através do componente museu, pois, é a partir dele que se faz possível exemplificar, além do surgimento das exposições, a cenografia que começará a ser usada nestes espaços.

Catarina Manuel Pinelo Fernandes (2015), em seu trabalho de Mestrado pela Faculdade de Ciências e Tecnologia da Universidade de Coimbra, faz uma síntese sobre o museu como um espaço em permanente evolução, tópico que será usado para se fazer uma elucidação geral sobre mudanças consideradas aqui importantes. Fernandes (2015), situa que a criação dos primeiros museus datam do século II, na Grécia, e eram e eram utilizados como local para salvaguardar informações, a maior quantidade possível de informações sobre algum assunto. Colecionava-se de tudo. O museu possuía uma dimensão votiva, combinando as propriedades do sagrado e do profano.

Na Europa dos séculos XV e XVI somente as famílias de grande poder aquisitivo mantinham coleções de relíquias. Objetos caros e raros eram mostrados como nível do poderio econômico da família, eram símbolos exibidores de riqueza. As coleções ficavam em castelos, sendo seu acesso restrito e sua disposição, geralmente, desorganizada.

Em 1683 é criado na Inglaterra, o primeiro museu público. Contudo, suas visitas continuavam, de certa forma, restritas, pois o museu era tido como um local de contemplação, sendo que o acesso livre iria romper com a atmosfera que o ambiente exigia. No século seguinte, em 1793, ocorre uma importante mudança: na França, diante da revolução, cria-se o primeiro museu dedicado à educação da nação: o museu do Louvre. A partir deste momento, outros museus começam a ser criados na Europa, com o intuito, porém, de preservar a identidade nacional que se via abalada.

Ainda segundo a autora, na mesma época ocorre nos Estados Unidos, um investimento realmente maciço na Instituição museu, pois também acreditavam que o museu poderia ser um importante meio para educar a insipiente massa trabalhadora. Julgava-se que ao se promover acesso à educação às massas, os indivíduos se tornariam menos hostis. Entretanto, o museu histórico ainda era visto como um ambiente que a população não sentia pertencer. Esta sensação advinha do fato que os objetos dos museus eram tratados e colocados fora de seus contextos originais, sem que houvesse um tratamento em relação àquele objeto e o público, trazendo para a esfera do museu e suas obras o “ar” de monotonia, de descontextualização. A grandiosidade dos edifícios também criava distanciamento e falta de identificação, pois não dialogavam com a realidade financeira e social da população.

No Brasil, o primeiro museu foi criado em 1818, a partir da coleção particular de Dom João VI, nos mesmos moldes dos museus da Europa. A maior parte dos outros museus, viria a surgir apenas nos anos 30, todos, imbuídos do ideal de criar uma identidade nacional, mas ainda assim, não ocorria a apropriação destes espaços por parte da população.

Estas circunstâncias históricas de diálogo e relação entre museu e sociedade expressam uma interferência mútua, não só do receptor com as obras de arte (como já visto na Teoria da Estética da Recepção), como também, com o edifício e instituição do museu, já que sua atuação e preservação implicava na identificação e na comunicação com a população. Além disso, o museu agia também como berço da formação-e afirmação-simbólica da cultura nacional, sendo esta

cultura muito importante para a consolidação e formação de identidades, como defende Stuart Hall (2011).

Fernandes (2015) ressalta que a Europa continuava não respondendo às necessidades da sociedade pós-Revolução Industrial, fato que faz com que se inicie uma grave crise interna perante a instituição. O museu se estagna e acaba por fechar suas portas. Apesar deste panorama, no século XX, as grandes revoluções políticas e culturais na China, Rússia e Cuba enxergam nos museus seu potencial e neles vêem um forte aliado para a proliferação de ideais. Mas apenas nos anos sessenta a Europa começa a estimular seus museus, voltando-se para a sociedade e começando a expor trabalhos que refletiam sobre o meio ambiente, agricultura e não mais sobre heróis e seus feitos. Cria assim, laços com a comunidade, democratiza-se, mas ainda preserva o patrimônio nacional.

Já nos Estados Unidos, no século XX, o museu passa a ser considerado uma instituição de educação popular básica. Percebe-se que também passa a ser utilizado para o lazer, e a partir deste fato, alguns museus começam a estruturar as exposições de forma que o povo se visse representado, aproximando a realidade do universo de fora ao de dentro do museu, valorizando a comunidade de forma viva. É neste momento que realmente começa a haver uma consciência e uma reflexão sobre o que expor e como expor, para que atinja o público que almeja a informação, mas que não sabe bem como a assimilar, para que assim, a visita ao espaço do museu se torne algo realmente significativo para a vida do cidadão comum.

Sem exposições, os museus seriam apenas coleções de estudo, centros de documentação e arquivos, um espaço “morto” quando se fala numa vivência cotidiana do indivíduo.

Juliana Perrella Longo (2014), colaboradora do livro “Questões de Cenografia I”, cita a tese de mestrado “Museu, informação e Comunicação: O processo de construção do discurso museográfico e suas estratégias”, de Luiza Maria Rocha (1999)³, que comenta esta alteração da exposição no museu:

Elemento preservador e organizador de um acervo histórico artístico, originalmente lacunar e disperso, ela passa a ser a estrutura que

³ ROCHA, Luisa M. G. de M.; Museu, Informação e Comunicação: O processo de construção do discurso museográfico e suas estratégias. Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2004.

possibilitará mudança no sujeito social por constituir-se num meio de acessar os significados e de construir interpretações a respeito do real. Neste sentido, a abertura de canais de comunicação se tornou uma necessidade para romper a atitude isolacionista dos museus e retornar o convívio de troca social com o sujeito- a origem e razão de ser das práticas culturais. (Rocha, 1999, apud LONGO, 2014, p.111)

A partir deste panorama, o museu tradicional com exposições tradicionais, templo de beleza, vinculado à idéia de espaço sacralizado, de caráter preservacionista, perde espaço para o museu onde a exposição, seu produto final, ganha o papel de protagonista da comunicação.

Esta visão faz com que os profissionais como curadores, museólogos e cenógrafos, tenham interesse por esta área de estudo e, a partir do século XX, as exposições já começam a ser trabalhadas por meio destes especialistas, buscando torná-las lugares legíveis.

Se a função do museu é preservar, administrar e pesquisar informação, a da exposição é comunicar essa informação. Segundo John Perkins⁴ (1994):

É organizar e articular os objetos dentro de discursos coerentes e significativos para a sociedade, porém estes discursos não constituem uma verdade absoluta, são abertos e contêm muitos outros discursos. (Perkins, 1994, apud LONGO, 2014, p.110)

Como o espaço expositivo pode possuir fins e linguagens abrangentes, Lisbeth Gonçalves⁵ (2004) coloca que a apresentação expositiva deve ser intencionada, estabelecendo relações para que o público possa chegar a algum tipo de entendimento.

[...] estabelece um canal de contato entre um transmissor e um receptor, com o objetivo de influir sobre ele de uma determinada maneira, transmitindo-lhe uma mensagem. (Gonçalves, 2004, apud LONGO, 2014, p.112)

Deve haver, portanto, estratégias de comunicação entre obra e espectador. A cenografia expositiva aparece como a promotora dessa condição intertextual.

Na época do modernismo artístico, diante do estado obsoleto dos museus, começam a ser criados novos programas, assim como modelos espaciais diferentes,

⁴ PERKINS, John. Starting from scratch: introducing computers. Museum International. UNESCO, Paris, p. 7-11, 1994.

⁵ GOLÇALVES, Lisbeth R. R.; Entre cenografias: o museu e a exposição de arte no século XX. Editora da Universidade de São Paulo. São Paulo, 2004.

passíveis de serem recriados ao longo dos anos, podendo assim, garantir sua renovação e permanência. Observa-se que neste momento não só o papel da instituição ganhou a atenção de seus usuários e produtores, como o próprio edifício do museu. Compreendeu-se que não poderia haver apenas uma mudança do papel da instituição se a própria formatação do edifício não conseguia absorver e desempenhar satisfatoriamente tais mudanças. Sua imagem de grandiosidade e intocabilidade também era posta em discussão. Manifesta-se neste momento, uma percepção muito importante no contexto deste trabalho: A de que não existe nenhum tipo de experimentação estética nem artística isolada. O ambiente, a atmosfera na qual a experiência ocorre, influi diretamente no ato perceptivo, sendo, portanto, parte inerentemente importante do ato.

Como já sugerido anteriormente, não existe linguagem neutra de significado na arte: a idéia de paredes brancas como um lugar neutro e ideal para se expor aparece com o objetivo de isolar a obra de arte, sem interferências visuais, não se mostra totalmente efetiva. De acordo com Brian O’Doherty (2002. p.21) a arte começa a conceber a parede como “terra de ninguém”, na qual devem projetar seu “conceito imperativo territorial”, e por isso, a parede branca torna-se sim, participante da arte.

Como uma forma de elucidar esta idéia, podemos citar o livro “História da Arte, encontros disciplinares”, onde em um dos debates, Marize Malta (2013) fala da experiência visual conforme lugares, paredes, em que a obra de Pablo Picasso, *Les demoiselles d’Avignon*, esteve exposta em épocas diferentes, desde a sua criação aos dias de hoje. A autora coloca sua visão sobre o assunto desta forma:

Acreditamos que a experiência com a obra de arte se transforma conforme o lugar e a maneira em que esta disposta, nas mudanças na forma de exhibir e na sua própria materialidade. O espaço que a envolve incorre em como a percebemos, por conseguinte, a compreendemos e lhe atribuímos significados, Não é o caso de desmerecer a potencialidade da análise plástica e poética da obra de arte, mas a idéia sobre a qual pretendemos refletir neste momento é pensar além dela e com ela, assumindo um maior grau de complexidade frente ao estudo das obras e da escrita de suas histórias. (MALTA, 2013, p.116)

Malta (2013) começa sua análise da obra de Pablo Picasso em sua criação. No espaço do Ateliê concluiu que a obra ganhava um ar de estar ainda em construção. O ateliê é o lugar onde a dúvida é um estado permanente, pois não se sabe se a obra esta realmente acabada, qual seria o destino desta obra ou até em

que parede ela poderia ser pendurada. Toda essa atmosfera envolvia a significação da obra naquele momento. Posteriormente a obra deslocou-se para o ambiente da casa, estúdio, de Jacques Doucet, um colecionador apaixonado por literatura, manuscritos, móveis, objetos de arte, pintura e escultura. Neste ambiente a obra foi pendurada e exposta juntamente com outros objetos da coleção de Doucet. Tratava-se de uma exposição decorativa, enfatizando a composição harmônica entre todos os objetos. Criava-se uma relação de subordinação da arte frente à intenção de uma “experiência de luxo e esplendor”, não havendo a valorização das peças individualmente. Após este endereço a obra foi para o espaço da galeria de arte do alemão Jacques Simon Seligmann. Segundo a autora, nas galerias comerciais as obras são exibidas da melhor forma para chamarem atenção, para serem cobiçadas como objetos de desejo, como uma mercadoria. Neste lugar não se deseja determinar uma disposição e localização para a obra. Ela não deve passar a idéia de pertencimento já que encontra-se apenas de passagem naquele espaço. Existe, portanto, uma relação de incerteza, pois não se sabe quanto tempo a obra lá ficará, ou quem a comprará. Enfim, predomina sobre a obra um “olhar de urgência”. A obra acabou sendo arrematada pelo primeiro diretor do Museu de Arte Moderna (MOMA), Alfred H. Barr Jr. e se encontra no museu até os dias de hoje. No próprio museu a obra mudou muitas vezes de lugar, ganhando, no mesmo ambiente, outras relações e significados. Entretanto, a autora coloca que, no Museu de Arte Moderna, a obra de Picasso ganhou sentido de contribuição decorativa assim como a autonomia no museu.

Essas diversas modalidades de visão e interpretação inscrevem significados na arte e é nessa relação que arte e cultura visual podem estar mais intrinsecamente relacionadas. (MALTA, 2013, p.127)

Outra autora, que também compartilha desta visão da arte como uma interpretação mais complexa e relacional, é a arquiteta, cenógrafa e artista Sonia Salcedo del Castillo. Em seu livro “Cenário da Arquitetura da Arte” (2008), Castillo faz um estudo dos cenários das exposições de arte, onde questiona a idéia de espaço expositivo ideal e aponta para novas arquiteturas deste espaço. Coloca também que as exposições mantêm uma relação direta com as propostas artísticas. Assim como elas, as exposições também se encontram intimamente ligadas às transformações sociais, políticas e econômicas. Neste sentido, as exposições realizam uma intensa conversa com os princípios projetivos da arquitetura.

Participam de forma igualitária das transformações ocorridas no âmbito cultural, de onde surgem como uma zona de tensão entre os anseios e convicções artísticas e os interesses e projeções sociais. A exposição, deste modo, funciona ora como veículo, ora como lugar, como compensação, simulação ou representação das conjunturas, circunstâncias que mantêm viva a cultura.

Sob a lógica do consumo cultural, este mercado pós-moderno enxergou no contexto artístico e expositivo um lucrativo espaço para se agir. Transformou os museus em empresas, as obras em atitudes e os acervos destes espaços em apoio para se obter financiamentos e assim ampliou a rede institucional por todo o mundo. Por outro lado, causa também, novamente, a reformulação das antigas concepções museológicas, como no caso do Museu Guggenheim, que de acordo com a autora, “revela a presença do binômio forma/imagem”, o que se deseja do espaço e o que se almeja dele é transposto para a sua forma.

Assim, o espaço do museu perdeu seu código de neutralidade. À medida que foi ganhando relevância na totalidade da obra, ampliou o campo expositivo de forma a flexibilizar o espaço das exposições e ganhou um caráter lúdico.

O espaço ao ser incorporado de nova forma ao meio artístico, fez com que surgissem novos meios de veiculação artística, como a *Land Art* ou a manifestação artística da Instalação. Com isso, além do inter-relacionamento de obra, espaço e a particularização do tempo por meio da experiência perceptiva, o conteúdo das instalações acaba por indicar correspondências com as exposições, ratificando a relação entre elas e tornam o campo expositivo mais flexível e efêmero.

Estes acontecimentos abalaram o conceito de cubo branco tão fortemente usado nos museus, tanto do Brasil como fora dele, já que as próprias propostas artísticas atuais estreitam a relação entre cena e visualidade. Explicitando o binômio forma/imagem, no contexto expositivo, sendo este transformado, deste modo, também em um local de experimentações, confundindo-o com a própria obra de arte.

Tomando-se estes fatos como indicadores, podemos dizer que o espaço expositivo e a cenografia ganham, portanto, uma flexibilidade semelhante à da caixa preta do teatro. Por estarem como que convertidos também em obras artísticas,

tornam-se os museus espaços para o espetáculo, o que contribuiu para o que Castillo chama de o nascimento da “musealização”, refletindo a poética artística contemporânea da colagem, da multiplicidade e entrelaçamento. Nas palavras da autora:

Como reflexo desses fatos, os espaços dos museus passaram a requerer uma capacidade de jogo espacial semelhante à polivalência dos teatros e óperas, e o *modus operandi* das montagens a implicar estratégias museográficas dicotômicas: meios transitórios e/ou efêmeros e flexibilização buscam atender à arte como experimento; e, para responder à museofilia, acrescentam-se além de documentos, recursos cenográficos à expografia. (CASTILLO, 2008, p.327)

Esta tendência a teatralização mostra-se também na monumentalidade de muitos museus contemporâneos como o museu Louvre de Abu Dahbi, que apenas para poder utilizar a marca teve que pagar à França cerca de um bilhão de dólares e antes mesmo de seu término, já movimentava o mercado mundial da arte. Assim, de acordo com a intensidade do compromisso com a espetacularização social, a arquitetura destes espaços pode ser convertida em colagem e fragmentação, ou seja, estabelecendo relação entre vocabulários que já existiam. Do mesmo modo, as montagens expositivas podem ganhar essa feição, estabelecendo correspondência entre fragmentos relacionados à estetização cotidiana.

Deste modo a cenografia evita se fechar no cerco da percepção dos objetos, e se relaciona à resposta do espectador ante a forma espacial que a mostra ocupa. Assemelhando-se a obra cênica, as exposições transmutam-se para fenômenos de extrema complexidade.

Em contraponto, Castillo manifesta que o trabalho tanto do curador, quanto do “*designer*” de montagem, necessários neste contexto expositivo, podem comprometer a fruição artística, quando se tornam mais importantes que as obras expostas, logo, seria necessário, observar a unidade da obra expositiva.

Este discurso expositivo pertence a um duplo binômio, definido pela por Castillo como forma/imagem e evidência/experiência (pares da mediação cultural), exigindo desta forma uma feição expositiva que muda freqüentemente de forma, em alguns momentos recorrendo ao cubo branco, como em outros para todo e qualquer tipo de espaço. Possuímos, contemporaneamente, não apenas para a arte e para a

crítica como também apara a exposições, tanto a evidência da forma artística (a arte como objeto) como a experiência da não-forma artística (a arte como meio ou lugar).

A obra de arte é relacional. A arquitetura, apesar de ser uma atividade técnica, funcional, possui em sua elaboração também o caráter artístico, possuindo, desta forma, uma bagagem simbólica, reflexiva e experimental. Essa experimentação acontece não só através troca mútua de significados entre os elementos de seu interior, incluindo seus usuários, como também, com seu exterior. A obra arquitetônica dialoga, ao mesmo tempo, com diversas escalas, que vão do objeto artístico, do indivíduo, a outros edifícios, cidades, países.

Assim, falar sobre, por exemplo, o museu do Louvre, faz com que não pensemos apenas no que ele contém, ou em sua arquitetura específica. Seu significado estará também relacionado à cidade na qual ele se insere, e indissociavelmente, encontra-se representado por ela como também tornou-se um de seus representantes. Tratando-se de um mundo onde a informação é uma linguagem global, possuirá uma conexão reflexiva com outros países e outras culturas, que o traduzirão, e cada uma delas, cada indivíduo delas, de uma forma própria, singular. Fomenta-se neste momento, a concepção de que a relação entre seus elementos, traduções e significados é muito mais complexa, ampla e multirrelacional, do que talvez, se pudesse imaginar.

Deste modo, a experiência artística se potencializa, transferindo-se e retornando, sob múltiplos significados, entre todos os elementos que a compõem. Contribui assim, para a construção e reconstrução de novas visões perante o museu, a obra, o artista e o espaço. Seus elementos se fundem na criação de experiências que são absorvidas de forma singular e conjunta, simultaneamente.

3 CONSIDERAÇÕES FINAIS SOBRE PROJETOS DE CENOGRAFIA APLICADOS À EXPOSIÇÃO DE ARTE

Através da elucidação e da reflexão sobre os estudos necessários para se conceber um projeto cenográfico direcionado a exposições de arte visual localizadas em museus, podemos concluir que não existe autonomia entre os componentes que estarão presentes durante o ato da experimentação estético-visual e que esta correspondência indissociável se apresenta através de cinco fatos e acontecimentos extraídos das informações abordadas:

O primeiro é que a experimentação estética e visual acontece a partir da significação do conjunto visual apresentado, pois associados às significações particulares, alteram os elementos conformadores do ambiente: arte, cenografia e museu.

O segundo é que, as identidades dos indivíduos e a idealização de qualquer obra de cunho artístico estão altamente vinculados, pois as artes são a expressão, em linguagem artística, do mundo e do sujeito de seu tempo.

O terceiro é que a significação dos objetos de cunho artístico só ocorre através da experimentação e reflexão feita pelo receptor, e que estes indivíduos se constituem através de um diálogo pessoal, social, político e cultural com o mundo existente.

O quarto ponto é que é responsabilidade dos museus e seus profissionais especializados fornecer os esquemas de interpretação necessários para a condição do ato reflexivo para que haja a identificação do público para com o museu e seus componentes.

O quinto e último ponto é que essas instituições são ainda hoje fortes meios fomentadores e fornecedores de arte e educação, formadores de grandes reflexões, fundamentais na consolidação de sociedades e atualmente geradores de revitalizações em espaços urbanos. São impulsionadores do turismo e da indústria e economia cultural e artística de muitos países.

Deve-se saber que ao se optar por utilizar cenografia em um espaço museológico, não há a intenção de ser genuíno ou transpor a própria obra de arte exposta, mas sim de ampliar a compreensão do todo que está sendo apresentado ao espectador. Este aspecto trouxe uma certa “democratização” para o espaço museal. A exposição, portanto passa a ser um local mais libertário e acessível.

Assim que o mercado cultural de massa percebeu tal acontecimento, viu neste espaço e nas exposições excelentes meios para se obter retornos econômicos positivos. Mas para isso, atrair o público, seria de vital importância.

Acerca deste assunto, Salcedo (2008, p.116), coloca que “São notórias as influências que o mercado artístico moderno exerceu sobre as concepções expositivas, bem como suas heranças, das quais destacamos as relacionadas ao consumo cultural de massa”. Este fato exigiu a adaptação deste mercado, reivindicando concepções expositivas inovadoras.

Destas novas concepções expositivas lançadas no mercado institucional, formou-se um comércio de arte, o qual Salcedo (2008) chama de “Museu- Negócio”. A arte posta como consumo cultural, começou a aumentar o interesse nas exposições temporárias e itinerantes e as tornando em espaços de lazer, diversão e espetáculo, em busca de lucros financeiros.

Tal fato impulsionou o uso da cenografia nestes espaços, para torná-los mais atrativos ao público, e não, somente acessíveis. A catarse, neste contexto torna-se o epicentro da motivação do acontecimento artístico, porém de forma mais espetacular que anteriormente, onde a conexão entre espaço, obra e espectador era tratada com um momento íntimo e reflexivo. A cenografia torna-se, portanto, neste momento o elemento de principal importância para a transformação do espaço da forma mais dinâmica possível e passa a ser respaldada com investimentos até então, nunca vistos. O mercado da arte torna-se consciente da interação entre meio, espaço, obra, receptor, cenografia e tempo.

Nota-se que a arquitetura destes edifícios, também merece sua atenção. O investimento e a criação de grandes e espetaculares museus fazem com que borbulhem nas cidades o turismo e conseqüentemente economia.

O indivíduo descentrado, apresentado por Stuart Hall (2011), consegue através destes ambientes o contato com diversos meios, objetos e experiências culturais e desta forma busca a versatilidade nestes ambientes e concebe de forma harmônica o maior número possível de sujeitos. Desde os indivíduos que se constroem através na interação cultural, escolhendo visitar, por exemplo, o Museu Guggenheim de Bilbao, na Espanha, até aqueles que vão atrás de obras tradicionais da história da arte, como no museu Louvre, em Paris, França: todos transitam em busca de experiências.

Salcedo (2008) coloca a situação atual dos museus e exposições em consonância com o perfil geral do indivíduo contemporâneo:

(...) as práticas da estética contemporânea tornaram-se análogas às estratégias museais: colecionar, citar, apropriar-se. (...) tais práticas contemporâneas, colocadas em um primeiro plano, resultaram em manobras expográficas cujo objetivo é a raridade e a originalidade. (CASTILLO, 2008, p.236)

Esses fatos evidenciam que a mudança sofrida pelo perfil do museu não ocorreu por acaso: a adoção de práticas espetaculares, superproduções e *mise-em-scènes* está em acordo com o atual perfil da sociedade. Também não foi sem razão que seu antigo cenário contemplativo, quase ritualístico, cedeu lugar a um espaço híbrido, oscilando entre a *disneylândia* e o monumento. Esta conformação do espaço de atuação artística flexibilizou o lugar das exposições, dotando-o de certo caráter lúdico.

Além disso, as artes que transpõem os espaços do museu (como a *Land Art*) se fundem de forma que a cenografia se torna o ambiente escolhido para expô-las. Assim, ambiente e cenografia tomam uma só forma. Deste modo a cenografia deve enxergar além do inter-relacionamento entre obra e experiência perceptiva, conscientizando-se do sujeito que usufrui do espaço e a interioridade de sentido das instalações. O espaço expositivo, desta maneira, ganha um perfil mais elástico e transitório.

Isso nos traz a constatação de que ao mudar o conceito das exposições, seu espaço também se modifica. O objeto é substituído pela efemeridade e a obra é feita no lugar expositivo, fazendo com que o conceito de Cubo Branco modernista, perdesse seu sentido e a caixa preta do teatro adquira espaço pela sua flexibilidade

de expressão. Se a fruição artística pode deslocar o interesse do espectador ora para o tema exposto, ora para elementos externos às obras expostas, cabe ao cenógrafo a consciência sobre a forma, e o papel que a cenografia deve apresentar-se em cada momento. Salcedo (2008) coloca que “assim como a obra cênica, e unidade é o pressuposto da obra expositiva, e seus parâmetros surgem como prática discursiva”. Desta forma a mediação cultural que pede uma configuração versátil e a propagação do ato poético acaba recorrendo ora para o Cubo branco, ora para qualquer outro tipo de espaço.

As escolhas expositivas e cenográficas devem, portanto, serem feitas por meio da conscientização de todo o complexo sistema articulador e conformador da experiência que este contexto artístico fornece e quais os objetivos pretendidos pelo museu através de cada ato expositivo.

Cabe optar, assim, por um discurso expositivo, que segundo Salcedo (2008), pertence a duplo binômio: forma/imagem e evidência/experiência. A arte, cenografia, exposições se apresentam através da evidência da forma artística (a arte como objeto) e a experiência da não-forma artística (a arte como meio ou lugar). A arte assim, se constrói segundo diferentes modos de exibição, e estes gerarão diferentes significações, de acordo com a forma escolhida e a experiência do receptor.

A cenografia, alcançando este papel de “estrelato” no contexto expositivo de arte, pode, desta forma, trilhar novos caminhos para sua atuação, pois ganhou um significativo espaço de voz, tornando-se o museu, novamente, palco para novas reflexões, experiências e disseminadores de movimentos e novas formas artísticas, e neste momento, até mais para a cenografia.

Isto posto, poderia se acrescentar outra função ao museu: o de coletar a produção material do presente, realizada pelo receptor. Os espaços dos museus poderiam incorporar novos ambientes, que permitissem a expressão, o debate e o registro da experimentação do público, naquele instante. Os meios de registro poderiam variar de acordo com a escolha do cenógrafo (se através de desenhos, escrita, gravações de voz, entre outros e variados intermédios de comunicação), abrindo uma fonte de estudo material e cultural da sociedade contemporânea afim de fazer de cada visitante um agente potencial do museu.

Através desta ação, o visitante se desinibiria em relação à sua participação do museu, aumentando seu vínculo com o espaço, reafirmando-o além de transformá-lo numa célula viva da sociedade.

REFERÊNCIAS

CASTILLO, Sonia Salcedo del. **Cenário da arquitetura da arte: montagens e espaços de exposições**. São Paulo. Martins Editora Livraria Ltda, 2008.

DONDIS, Donis **A. Sintaxe da linguagem visual**. Tradução: Jefferson Luiz Camargo. Editora Martins Fontes. 4ª tiragem. São Paulo, 2003.

DUCHAMP, Marcel. **O ato criador**. In: BATTCKOCK, Gregory. A Nova Arte. São Paulo: Perspectiva, 1986.

FERNANDES, Catarina Manuel Pinelo. **A arquitectura do museu de arte: de arquivo a site- specific**. Dissertação (Mestrado)- Departamento de Arquitetura da Faculdade de Ciências e Tecnologia da Universidade de Coimbra. Coimbra, 2015.

FREITAS, Artur; KAMINSKI, Rosane. História e arte: encontros disciplinares. In: MALTA, Marize, et al (Orgs). **Picasso na Parede: por uma história da experiência visual conforme lugares**. São Paulo. Editora Intermeios, 2013. cap.2, p.111-127.

GIDDENS, A. **The Consequences of Modernity**. Cambridge: Polity Press, 1990.

GOLÇALVES, Lisbeth R. Rebollo. **Entre cenografias: o museu e a exposição de arte no século XX**. Editora Edusp. 1ª edição, 2004.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Tradução Tomaz Tadeu Silva, Guaracira Lopes Louro. 11ª edição, 1. Reimp. – Rio de Janeiro: DP&A Editora, 2011.

JAUSS, Hans Robert. **Pequeña apologia de La experiencia estética**. Ediciones Paidós Ibérica, S.A., Mariano Cubí, 92- 08021 Barcelona y Editora Paidós, SAICF, DEFENSA, 559- Buenos Aires, 2002.

LONGO, Juliana P.; SCHEFFLER, Ismael (Org.) et al. **Questões de cenografia I**. 1ª edição. Arte Final. Curitiba, 2014.

O' DOHERTY, Brian. **No interior do Cubo Branco: a ideologia do Espaço da Arte**. Editora Martins Fontes. São Paulo, 2002.

PERKINS, John. Starting from scratch: introducing computers. **Museum International**. UNESCO, Paris, v.46, n.1, p. 7-11, 1994.

PIERCE, Charles Sanders. **Semiótica**, Tradução: José Teixeira Coelho Neto. Editora Perspectiva. São Paulo, 1999.

ROCHA, Luisa M. G. de M.; **Museu, Informação e Comunicação: O processo de construção do discurso museográfico e suas estratégias**. 1999. 120 f. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) – Setor de Ciência da Informação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 1999.

URBACH, Henry. **Exhibition as Atmosphere. Architecture and design at the San Francisco Museum of Modern Art**. Journal Article. Nº 20. Publicado por Anyone Corporation. Nova Iorque. N.Y, 2010.