



GT 3 – Mediação, Circulação e Apropriação da Informação

ISSN 2177-3688

O TEXTO DA EXPOSIÇÃO COMO ELEMENTO EXPOGRÁFICO E MEDIADOR DA INFORMAÇÃO EM MUSEUS

THE EXHIBITION TEXT AS AN EXPOGRAPHIC ELEMENT AND MEDIATOR OF INFORMATION IN MUSEUMS

Thiago Giordano de Souza Siqueira - Universidade Estadual Paulista (Unesp)
Oswaldo Francisco de Almeida Junior - Universidade Estadual Paulista (Unesp)

Modalidade: Trabalho Completo

Resumo: O tema do presente trabalho volta-se para o uso do texto na expografia no contexto das exposições museais como um elemento de mediação da informação. Destaca-se que as exposições em museus possuem características únicas em comparação com outras mídias, pois envolvem a interrelação entre as produções humanas e o compromisso com a produção de conhecimento do patrimônio cultural. Reconhece-se que a compreensão do conteúdo da exposição não é automática para o visitante, pois nem sempre "ver" significa "conhecer". O texto desempenha um papel importante ao permitir a interação com os objetos e elementos da exposição, possibilitando a construção autônoma de novos conhecimentos. Destaca-se que as condições socioculturais dos visitantes dos museus influenciam sua capacidade de apropriação da informação presente no texto da exposição. Dessa forma, os museus devem levar em consideração a diversidade dessas condições e desenvolver alternativas que atendam às diferentes necessidades informacionais. Quanto à metodologia, trata-se de uma pesquisa bibliográfica que busca compreender o museu como um sistema de comunicação e analisar a mediação da informação e o papel do texto nas exposições. A abordagem adotada é qualitativa, permitindo a análise dos textos incorporados e a reflexão do pesquisador sobre o objeto de estudo. Conclui-se que os museus são espaços de construção do conhecimento que promovem reflexões e experiências, indo além do simples armazenamento de objetos. Portanto, é essencial que considerem a diversidade do público e adaptem suas estratégias de comunicação, a fim de cumprir seu papel como instituições culturais e educacionais.

Palavras-chave: mediação da informação; textos expositivos; museus; expografia.

Abstract: The text addresses the use of text in expography in the context of museum exhibitions as an element of information mediation. It is noteworthy that exhibitions in museums have unique characteristics compared to other media, as they involve the interrelation between human productions and the commitment to the production of knowledge of cultural heritage. It is recognized that understanding the content of the exhibition is not automatic for the visitor, as "seeing" does not always mean "knowing". The text plays an important role by allowing interaction with the objects and elements of the exhibition, enabling the autonomous construction of new knowledge. It is noteworthy that the sociocultural conditions of museum visitors influence their ability to appropriate the information present in the text of the exhibition. Thus, museums must take into account the diversity of these conditions and develop alternatives that meet different informational needs. As for the methodology, it is bibliographical research that aims to understand the museum as a communication system, the mediation of information and the role of the text in the exhibitions. The adopted approach is qualitative, allowing the analysis of the incorporated texts and the researcher's reflection on the

object of study. It is concluded that museums are spaces for building knowledge that promote reflections and experiences, going beyond the simple storage of objects. Therefore, it is essential that they consider the diversity of the public and adapt their communication strategies to fulfill their role as cultural and educational institutions.

Keywords: mediation of the information; exhibition texts; museums; expography.

1 INTRODUÇÃO

Este estudo apresenta algumas concepções iniciais sobre a Expografia pelas lentes da mediação da informação a partir dos textos, compreendendo esse processo na forma da tradução intersemiótica entendida como “[...] a tradução intersemiótica ou transmutação consiste na interpretação dos signos verbais por meio de sistemas de signos não-verbais” (JAKOBSON, 1995, p. 63-64). Esta linha de consideração corrobora o pensamento de Jacobi (1998, p.277) que compreende a exposição como um meio que combina diferentes registros (objetos, cenografia, vitrine, imagens, maquetes, dioramas, entre outros) os quais indicam que os textos nas exposições não estão ali apenas para compor a estética da cenografia.

O ato de elaboração interpretativa e da apropriação da informação nesse espaço pode ser compreendido pelo processo de tradução intersemiótica onde reside a possibilidade de potencialidades de reinterpretação; diálogo entre textos, diferentes contextos históricos; e diferentes públicos: comercialização e recepção/consumo.

Tal processo segue um movimento multidirecional, dependente das diversas linguagens e gera experiências por conta do encontro com a informação e com o outro que a produziu, promove e disponibiliza. Considera-se, ainda, o encontro com os próprios dispositivos (instrumentos, processos, produtos, serviços, espaços e ambientes) que possibilitam a busca, o acesso e o uso da informação (GOMES, 2014).

Sabe-se que os livros, os jornais, o cinema, a Internet - apenas para citar alguns exemplos - fazem difusão de informações, podendo ter maior alcance que as exposições museais (BITTENCOURT, 2008). Entretanto, o diferencial da exposição nesse espaço, em comparação com as outras mídias citadas, apresenta-se na existência da interrelação que articula as produções humanas e o compromisso com a produção de conhecimento do patrimônio cultural. Portanto, não está limitada ao campo mercadológico ou ao entretenimento. Por outro lado, também se reconhece que nem sempre isso ocorre, pois o entendimento do conteúdo da exposição não é assimilado de forma automática pelo visitante, posto que “ver” nem sempre é “conhecer” (BITTENCOURT, 2008, p. 5). Assim, Bittencourt (2008) elucida que o objeto não fala, seja o objeto musealizado ou em sua vida comum,

apresenta apenas aspectos físico-químicos. Tudo, além disso, é apenas elaboração de sentido, com possibilidade de ganhar significados. O texto na exposição assume múltiplas abordagens possíveis e, embora muitas exposições na contemporaneidade explorem linguagens híbridas, principalmente mediadas por tecnologias de informação e comunicação, o texto continua assumindo um papel importante na atmosfera expositiva, no sentido de possibilitar a visita e a interação com os objetos e demais elementos da exposição para interação e construção de novos conhecimentos de forma autônoma. Nessa linha de considerações, para Bourdieu e Darbel (2003), existem condições socioculturais que interferem neste processo de apropriação da informação presente no texto da exposição.

A assiduidade de um indivíduo num museu possui ligação com o domínio do código da mensagem proposta e da adesão a um sistema de valores, principalmente educacionais, que permitem ter uma base para a atribuição de valor ao que é observado, produzindo sentido aos signos, apreciando-os e compreendendo-os. Por conseguinte, as práticas de difusão de informações em museus não devem ignorar tais predisposições, mas levar em conta a diversidade dessas condições, que implicam em construir alternativas conforme diferentes necessidades informacionais. Assim, é essencial reconhecer que os visitantes dos museus são diversos em termos de suas origens sociais, culturais e educacionais. Ignorar essas condições socioculturais pode levar a uma exclusão involuntária de certos grupos, reforçando desigualdades e limitando o alcance e o impacto dos museus como instituições educacionais.

Ao considerar as condições socioculturais dos visitantes, os museus podem adaptar suas estratégias de difusão de informações de forma mais inclusiva e acessível. Portanto, compete aos museus sempre atualizarem as suas estratégias de difusão, priorizar comunicação pensando na interação, tanto do público não familiarizado com este campo quanto daquele mais especializado. Essas práticas favorecem a recepção, ou o que, na Ciência da Informação (CI), chamamos de Apropriação da Informação.

Esta investigação representa uma continuação direta de um estudo anterior que buscou investigar as interações entre mediação da informação, museus e exposição, cujos resultados foram publicados no artigo intitulado “Perspectivas sobre a mediação da informação em museus: explorando os textos das exposições” de Siqueira e Almeida Júnior (2023). No entanto, ficou evidente que existem questões adicionais e complexidades não abordadas em nossa pesquisa anterior, que merecem uma análise mais aprofundada e abrangente. Portanto, a investigação tem como questão norteadora evidenciar: Em que medida o texto das exposições museais impactam na capacidade de apropriação da

informação pelos visitantes? A elaboração dessa investigação baseia-se principalmente na literatura textual produzida e recuperada no banco de informações bibliográficas Google Scholar, em um recorte cronológico corrente (até setembro de 2022). Justifica-se a escolha desta base devido a sua abrangência, pois os moldes de tratamento dessa temática são publicadas em áreas distintas como Linguística, Tradução, Design, História, Artes, Turismo etc. - o que poderia ocasionar na exclusão de comunicações fora do escopo da CI ou da Museologia.

O levantamento bibliográfico esteve associado à estratégia “bola de neve” ou “*pearl growing*” (HADFIELD, 2022) processo no qual se pesquisa tanto ‘para trás’, ou seja, os artigos citados pelo artigo de interesse são utilizados para encontrar mais informações. E assim compreender o nível atual de conhecimento sobre o assunto escolhido apresentada num estilo lógico e bem organizado, identificando os trabalhos seminais na área temática proposta e outros cientistas que trabalham na mesma área; além de verificar se o trabalho já foi investigado (THOMAS, 2021). Uma vez que o Google Scholar organiza e lista os textos conforme os critérios de busca pré-estabelecidos, como critério de seleção foram consideradas para coleta do levantamento bibliográfico a tipologia documental: teses, dissertações, artigos de conferência e artigos publicados em revistas acadêmicas revisadas por pares e que estivessem preferencialmente publicadas em acesso aberto e indexada em base de dados bibliográfica nacional ou internacional.

Para a seleção das pesquisas relevantes para esta investigação, utilizou-se como palavras-chave os termos estruturados em português: “texto AND museus” OR “texto de museus” OR “texto de exposições”. Num primeiro momento foram recuperados 13 documentos, dos quais 4 atendiam aos critérios de inclusão e apresentaram aderência ao objetivo da pesquisa – considerados como primeiro texto. Estes nos levaram a 17 textos secundários, totalizado, assim, como corpus de análise, 21 textos os quais possibilitaram identificar outros textos relevantes bem como outros termos em espanhol e inglês, respectivamente: “*Exhibition text*”, “*Museum text*”, “*Text display AND museum*”, “*Gallery text*”; “*Cartelería de museos*”, “*Carteles AND museos*”, “*Textos museográficos*”, “*Escritos de exhibición*”. Analisado os documentos recuperados com o apoio do escopo apresentado por Siqueira e Almeida Júnior (2023), buscou-se explorar as referências e citações descritas nas referências dos documentos consultados além de observar as listas de referência dos textos

que atendessem aos critérios de inclusão e ao objetivo da pesquisa bibliográfica. Delimitou-se os critérios de inclusão e exclusão apresentados no Quadro 1.

Quadro 1 - Critérios de inclusão e exclusão utilizados na Revisão Integrativa de Literatura

Critérios de Inclusão (I) e Exclusão (E)
(I) Ser artigo de periódico ou conferência. (I) Ser dissertação ou tese. (I) Livro (I) Capítulo de livro (I) Referenciar os termos predefinidos ou sinônimo em título, resumo ou palavras-chave. (I) Acesso ao texto disponível integralmente. (E) Não relacionado a museus ou museologia. (E) Não estar em língua portuguesa, inglesa ou espanhola. (E) Não apresentar os termos predefinidos ou sinônimo no: título, resumo, palavras-chave ou corpo do texto – respeitando essa ordem de ocorrência.

Fonte: Elaborado pelos autores (2022).

A escolha dos documentos possibilitou criar uma tessitura para compreender, primeiramente, o museu como um sistema de comunicação a partir de Knez; Wright (1970) e Cury (2004, 2009), mediação da informação a partir de Almeida Júnior (2004, 2015) e Coxall (1994); texto de museus a partir de Marquart (1995), García Blanco (1999); Serrell (2015). No que diz respeito à informação e ao público, é necessário considerar o museu como um lugar de fala onde são reproduzidos e representados discursos autorizados pelas instituições que os mantêm. Somado a isso, reconhece-se que a exposição é um espaço de troca de conhecimento e de vivência.

Por conseguinte, Burke (2012, p. 120) sustenta que “os olhos são mais eficazes do que os ouvidos para receber o conhecimento” e apresenta os museus como instituições de difusão do conhecimento, indo, portanto, além do armazenamento como objetivo fundamental. É um espaço democrático, na medida em que é capaz de promover reflexões, mesmo naqueles que não dominam a linguagem escrita (ou signo linguístico) e não sejam capazes de construir uma impressão imediata que pode ser usualmente representada por palavras, frases, parágrafos. A respeito da metodologia, optou-se pela abordagem qualitativa a qual permite a análise de alguns textos incorporados de alguns pré-conceitos, ocasionados pela proximidade entre o pesquisador e o objeto estudado, portanto, reflete na interpretação da temática estudada, sendo esta uma possível limitação da pesquisa.

2 A EXPOSIÇÃO COMO MEIO DE COMUNICAÇÃO EM MUSEUS

É interessante compreender o museu como um provedor de serviço ao público, tendo como interface a programação, destacando-se as exposições como campo de interação

existente entre a instituição e o visitante. Não é um mero lugar de contemplação. Para muitas pessoas, a experiência de ir a um museu é próxima a ir a um parque temático ou a um parque de diversões, diferente daquela que costumava ser oferecida pelo austero museu de vitrines (HOOPER-GREENWILL, 1992). Interessa sublinhar que, ao longo da história dos museus, uma das linguagens mais utilizadas no processo de comunicação tem sido a visual. Isso pode trazer elementos importantes no âmbito dos estudos realizados na aproximação entre CI e a Museologia, pois, de uma forma geral, os museus podem ser compreendidos como sistemas de informação e comunicação.

Todavia, a crítica posiciona-se ao que propõem Knez e Wright (1970), pois consideraram o funcionamento de uma visita ao museu como um sistema linear de comunicação diretamente vinculado à teoria matemática da comunicação, no qual o acervo do museu seria o transmissor, as exposições seriam o meio e o público, o receptor. Nessa situação, a preocupação com a quantidade de informação transmitida em um determinado sistema considera muito mais os sinais que as mensagens. Acreditamos que o esforço deve ser empreendido pelo museu enquanto espaço de comunicação interativa, no sentido de tornar a coleção de objetos significativa para o visitante, de modo a favorecer a aprendizagem – e utilizá-la como meio para expressar a mensagem: palavras, por meio da linguagem escrita ou falada ou meios suplementares como diagramas, mapas, fotografias, entre outros. Todos esses elementos interligados e dispostos sequencialmente com os objetos expostos, cuidadosamente selecionados para fornecer uma mensagem satisfatória.

No que diz respeito a exposição, dificilmente somos capazes de comunicar de forma integral aquilo que temos a intenção de transmitir. Nos museus, também isso se apresenta porque as exposições são um meio de comunicação. Uma das linguagens mais utilizadas no processo de comunicação tem sido o visual. De fato, os objetos podem apresentar uma possibilidade mais latente no estímulo às nossas percepções. O conceito da exposição transita por áreas de fronteiras disciplinares e, por isso, desde a concepção é importante considerar que a exposição museal sempre será dirigida a um público heterogêneo que vai de conhecedores especializados no tema, a amadores e curiosos com diversos interesses, sejam estes para satisfazer necessidades de informação, desenvolvimento intelectual, social ou mesmo como opção de entretenimento e lazer. Nessa perspectiva, os meios escritos são utilizados como um suporte que sustenta o sentido narrativo da exposição e funciona como um importante instrumento de apoio à aprendizagem, principalmente porque os artefatos em

uma exposição, normalmente, perdem a sua função utilitária e assumem uma função simbólica, pois incorporam a exposição no sentido de representar alguma coisa.

3 TEXTO: ELEMENTO MEDIADOR DA INFORMAÇÃO NA EXPOSIÇÃO

Cada vez que um indivíduo adentra em um museu e contempla as exposições, seja pelo ponto de vista do entretenimento ou do educativo, tem contato com textos diversos. Tais textos podem ser de sala, de etiquetas presentes nas obras, podendo ainda haver folhetos somados a outros recursos didáticos. Nessa linha de considerações, entende-se que as palavras escolhidas para comunicar algo; a forma de estruturá-las; posturas físicas do corpo que a leitura exigirá; a organização do acervo; o sistema escolhido para estruturar os documentos; a arquitetura do prédio onde está ocorrendo determinada exposição; possuem todas, uma ampla parcela de inconsciente (ALMEIDA JÚNIOR, 2015). Para Oswaldo Francisco de Almeida Júnior, nós conhecemos o mundo mediado pelos olhos dos outros. A modo de exemplo, sabemos de ocorridos pelo rádio, pela tv, pelos relatos e depoimentos de outras pessoas, seja ouvindo ou lendo isso em algum livro ou documento que evidenciam supostos indícios.

Sob a ótica da apropriação da informação de forma inconsciente ou com pouca nitidez, é assumir que a mediação da informação, a partir do texto na exposição, é um processo que não é passível de controle pelo visitante, embora seja mesclado com a parte consciente do mesmo processo. Tais informações são aceitas ou refutadas dependendo e variando das experiências de mundo e das concepções próprias. E, portanto, “[...] nosso conhecimento se constrói mediado e, da mesma forma [os textos da exposição são], mediadores na construção do conhecimento dos outros” (ALMEIDA JÚNIOR, 2015, p. 11). Corroborando com essa ideia, destaca ainda que, por mais que a nossa linguagem seja socialmente determinada e aceita, não podemos escapar da articulação inconsciente de ideologias subjacentes e articuladas sob uma possibilidade de fornecer uma versão unilateral de qualquer evento, seja ele passado ou presente, pela opção de evitar certos fatos e questões (COXALL, 1994). Pode-se observar mais recentemente a existência de alguns movimentos identitários que reivindicam outras linguagens, a modo de ilustração: ligados ao movimento feminista, ao movimento negro, a linguagem dos povos indígenas e o movimento da linguagem neutra contemporâneo. Dessa forma, não se pretende negar a existência destas variações geográficas, sociais e individuais, assim como os grupos sociais que a compõem, mas elucidar que ainda estas apresentarão uma tendência em evidenciar suas crenças e opiniões em detrimento de outras.

Para desenvolver essa ideia, toma-se como repertório a abordagem de Mikhail Bakhtin (2011), a qual estabelece o dialogismo como proposta que valoriza as relações, o processo e a memória. A compreensão de texto para Bakhtin (2011) não é exclusivamente verbal, visto que um conjunto de signos pode transmitir uma sequência de possíveis informações lógicas, independentemente da forma de expressão, seja ela escrita, verbal, gestual, pictórica. A esse percurso proposto, consideramos que as palavras presentes nos textos são uma expressão da realidade (enunciado) concreta a partir de um discurso construído com as entonações do emissor (museu). Tal perspectiva relaciona dois sujeitos dialógicos a partir de uma perspectiva de encontros, da apropriação da informação que emerge do encontro do público (sujeito informacional) com as exposições e, isso gera a “experiência discursiva individual” de Bakhtin (2011). Todavia, no que é enunciado por meio dos textos, além dos objetos em exposição está carregado e conduzido segundo a “intenção discursiva” ou “vontade discursiva” que se traduzem na recriação de um significado e apropriação de modo não inédito, devido ao fato da elaboração do discurso individual ser construída a partir da interação entre os sujeitos.

A leitura dos textos é um dos meios pelos quais os visitantes adquirem informações e conhecimentos, possivelmente necessários, para a construção de significados e sentidos de forma mais ampla e ultrapassa a decodificação das letras. Em virtude disso, destacamos que o foco não é uma abordagem pragmática, senão que qualitativa, visando ampliar as discussões da comunicação democrática e a acessibilidade da informação nas instituições culturais.

3.1 O texto na exposição

O papel dos textos nas exposições museais assumem formas e suportes distintos, que cumprem uma função da linguagem capaz de apresentar ao público uma mensagem através do signo escrito. Tal escrito pode ser um texto com um perfil mais acadêmico, ou pode ser coloquial ou, ainda, pedagógico. Por essa razão, a variedade de estilos de textos nos leva a perceber que, em cada um deles, existe um estilo com capacidade específica de comunicação. Isso não significa que vamos considerar os textos como elementos inseparáveis dos objetos e demais obras que compõem a exposição. Há um marco conceitual apresentado por García Blanco (1999) de que o texto se apresenta como informação complementar no sentido de oferecer o acesso à compreensão dos objetos em exposição. Por isso, a sua presença é um indício de uma ação comunicativa, ainda que não seja completada de forma eficaz. É possível pensar os tipos de textos segundo o conteúdo (Quadro 2).

Quadro 2 – Tipos de textos segundo o conteúdo

Tipo de texto	Descrição
Orientativo	Informação global e sintética com o objetivo de ajudar o público a circular no edifício, localizar-se e identificar os espaços.
Explicativo	Informação introdutória sobre um objeto ou conjunto de objetos, com a intenção de atrair o visitante.
Identificação	São os mesmos que etiquetas, sendo própria de cada objeto exposto.

Fonte: Adaptado de García Blanco (1999).

Alonso Fernández e García Fernández (1999) afirmam que não se pode comunicar de maneira efetiva sem palavras. Por esse motivo, há que se ter um tratamento cuidadoso com a organização da protoinformação¹ no processo de criação de textos. É fundamental levar em consideração, dentro do espectro da mensagem, o que se deseja comunicar em determinada exposição, pois o texto funciona como uma estratégia de comunicação da exposição e se produz em quatro níveis de orientação: geográfico, psicológico, intelectual e conceitual (ALONSO FERNANDEZ; GARCÍA FERNANDEZ, 1999) que deverão estar articulados, de modo a proporcionar a acessibilidade ao conteúdo.

A ausência desse aspecto foi observada no estudo de Pugliese (2017) que investiga a Expografia na concepção de Lina Bo Bardi, arquiteta e designer italiana que deixou uma marca significativa no mundo da arquitetura e do design de exposições no Brasil, estando a frente da equipe do Museu de Arte de São Paulo (MASP) desde o início das atividades. Lina Bo Bardi defendia o museu como espaço vivo, dirigido a não especialistas e contrária às práticas demasiadamente orientadas à conservação do patrimônio. Em contrapartida o design de exposições proposto por ela, parece que foi ignorado. Apesar de conhecer a importância do texto para contextualizar e enriquecer a experiência do visitante, ela preferiu uma abordagem minimalista também no uso de texto (AGUIAR, 2015; PUGLIESE, 2017).

Observa-se nos cavaletes transparentes do MASP que as legendas são concisas, diretas e, quando possível, integradas diretamente na exposição. Evitando a criação de painéis de texto separados bem como textos explicativos nas paredes isso porque Lina acreditava que os visitantes não deveriam estar constantemente submetidos às interpretações impostas pela curadoria impregnada de vieses italianos (AGUIAR, 2015). Segundo Adriana Amosso Palma, dessa forma, o que Lina Bo Bardi pretendia era que o visitante visualizasse a obra sozinho, sem etiquetas informativas conduzindo a interação com o artefato exposto e caso sentisse

¹ É entendida como “[...] uma informação que talvez seja informação, a depender da apropriação de cada sujeito” (ALMEIDA JÚNIOR, 2018, p.6).

necessidade de mais informações, deveria assumir uma postura investigativa, e olhar no verso do cavalete expositivo os dados técnicos e textos explicativos (PALMA, 2014).

Para Alonso Fernández e García Fernández (1999), os **textos de orientação geográfica e psicológica** são normalmente dispostos na entrada da sala de exposição e são caracterizados por ser introdutórios, além de auxiliar na orientação espacial do visitante. Nesse sentido, é importante que em cada sala ou área tenha uma identificação por um título que contribua na orientação conceitual, visando à integração com a temática abordada e favorecendo a orientação intelectual que se realizará por meio de textos maiores e extensos, podendo ser pouco a pouco ampliada a complexidade em relação à exposição em geral, ou em alguns casos, com alguns objetos em particular. Ou seja, nestas últimas, a **orientação conceitual e intelectual** caminham juntas no sentido de responder: quais são as informações mais básicas que o visitante precisará saber para começar a entender sobre o conteúdo exposto?

Os autores propõem que os textos podem se dividir em várias categorias, de acordo com o conteúdo e a estrutura, sendo: títulos, subtítulos, texto introdutório, grupo de textos, cartelas e materiais de distribuição (ALONSO FERNANDEZ; GARCÍA FERNANDEZ, 1999), como exposto no Quadro 3.

Quadro 3 –Categorias de textos de acordo com conteúdo e a estrutura

Categorias de texto	Definição	Formato
Títulos	Além de atrair a atenção do visitante, devem apresentá-lo a diferentes assuntos à medida em que resumem o conteúdo.	Letra grande e legível, curto em extensão.
Subtítulos	Seu conteúdo foca mais no assunto para ser mais informativo.	Letras menores, maior em extensão.
Texto introdutório	Primeiro bloco de informação que o visitante recebe.	Redação e produção para que seja de fácil compreensão. Atenção ao ritmo informativo e caráter explicativo. Parágrafos curtos, claramente separados.
Grupo de textos	Introduz e interpreta segmentos de conteúdos na exposição. Tem como objetivo unificar conceitualmente um grupo particular de objetos ou informação.	Caráter informativo ou interpretativo. Podem acompanhar os subtítulos ou ser apresentados por títulos curtos.
Legendas	Informação essencial sobre os objetos. Usualmente oferecem detalhes específicos mais amplos sobre alguns objetos da coleção.	Deve considerar a disposição dos objetos na exposição. Textos curtos. Disposto perto do objeto ao qual se refere. Se precisar agrupá-los, fazer com o menor número possível.
Materiais de distribuição	de Caracteriza-se pelos catálogos, notas de galerias, folhetos, dípticos. Trata-se de informação complementar.	Nível de texto e de informação mais extenso em uma exposição e sobre os temas e elementos relacionados a ela.

Fonte: Adaptado de Alonso Fernández; García Fernández (1999, p. 100, tradução nossa).

Nota-se que as definições apresentadas por Alonso Fernandez e García Fernandez (1999) estão caracterizadas pela função que esses textos desempenham na exposição e apresentam sugestões de aspectos que precisam ser considerados quanto à estrutura e ao formato. Por fim, apresenta-se uma classificação textual apresentada por Serrell (2015), que se aproxima de Alonso Fernandez e García Fernandez (1999). No entanto, Serrell (2015), apesar de afirmar que não existe uma terminologia universal em museus para identificar tipos de textos, estabelece uma classificação: algumas instituições optam por utilizar com base na função que ele exerce no espaço (por exemplo, direção, introdução, título); outras usam com base na localização (por exemplo, texto de parede, textos de caixa, autônomo); alguns usam expressões coloquiais internas (fórum de bate-papo, textos de lápide). Outros museus não pensaram o suficiente sobre os textos de modo que fosse necessário desenvolver um nome que o pudesse definir ou mesmo criar um estilo interno. No entanto, independentemente dos nomes, os textos precisam funcionar como um sistema integrado e trabalhar em conjunto com os demais itens presentes na exposição.

Todavia, de modo a expandir questões possíveis de tensionamento, Alonso Fernandez e García Fernandez (1999) propõem e acreditam que seja uma classificação mais eficaz se classificadas em **textos interpretativos** e **não interpretativos**.

Os textos interpretativos contam histórias, eles são as narrativas, não listas de fatos. Servem para explicar, orientar, questionar, informar ou provocar – de uma forma que convide o leitor à participação. Os textos não interpretativos correspondem aos textos de identificação (contêm detalhes curtos mínimos, como nome, fabricante, data, material, nome científico e número de acesso), placas de doadores, placas de sinalização e de regulamentação e ficha técnica da exposição (SERRELL, 2015). Sobre os textos interpretativos, convém ressaltar que devem ser capazes de proporcionar aos visitantes acesso ao mínimo de protoinformações sobre a lógica subjacente aos objetos, pinturas ou animais, conforme se observa no Quadro 4, a seguir.

Quadro 4 - Principais tipos de textos interpretativos

Textos interpretativos	Finalidade	Número de palavras
Títulos de exposições	• para atrair a atenção • informar sobre o tema • para identificar	1 - 7
Textos introdutórios	• apresentar a grande ideia • para orientar os visitantes no espaço	20 - 125
Textos de grupo	• para interpretar um grupo específico de objetos • para introduzir um subtema ou seção	20 - 75

XXIII Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação – ENANCIB
Aracaju-SE – 06 a 10 de novembro de 2023

Textos interpretativos	Finalidade	Número de palavras
Legendas (etiquetas)	• para interpretar objetos individuais, modelos, fenômenos	20 - 75

Fonte: Traduzido de Serrell (2015, p. 43).

Observando a finalidade de cada um dos textos possíveis, infere-se que eles se apresentam no intuito de organizar e de apresentar objetos na exposição, proporcionando contextos históricos, informações educativas e reflexões críticas sobre as exposições. No que diz respeito ao número de palavras recomendadas, nota-se uma preocupação com o tamanho e a extensão dos textos. Reconhecemos que podem variar de acordo com diversos fatores, como o espaço disponível nas vitrines, o estilo de exposição, o público-alvo e o objetivo comunicativo. É essencial evitar textos muito longos porque a exposição não deve ter uma carga de leitura similar a um livro e não tão breve que possa comprometer a comunicação efetiva.

Cada tipo de exposição tratará de dar lugar ao texto de acordo com o propósito de cada exposição e com o que pensou a equipe do museu, principalmente nos aspectos dos objetivos institucionais e as ferramentas, recursos humanos e financeiros disponíveis para a equipe de expografia.

Mesmo dentro dos núcleos expositivos, haverá diferentes tipos de textos com diferente finalidade, a partir dos interesses dos curadores. Serrell (2015) destaca a importância de evitar termos técnicos e jargão, posto que palavras simples podem ser usadas em seu lugar. Para isso, recomenda a quantidade média de palavras no comprimento do texto, chamando atenção para a importância da brevidade e da função clara nesse tipo de comunicação para o visitante. Boas exposições combinarão vários tipos diferentes de textos de forma consistente e, independentemente dos nomes que recebem, devem ser desenvolvidos como um sistema de comunicação integrado para que não seja confuso, desorganizado, de modo a favorecer a apropriação da informação, buscando engajar e incluir o público.

Outra proposta de inclusão de textos nas exposições se dá a partir da análise núcleo de pensamento estrutural sobre o texto da exposição, no qual identificam-se os padrões propostos por Spencer (2014). Obviamente os padrões servem para nortear, mas não se trata de uma imposição. É flexível em todos os componentes e pode apresentar variações de acordo com as características especiais do tratamento tipográfico e *layout* selecionado no design gráfico, assim como as necessidades de informação, desenho da exposição e o perfil do público visitante (SPENCER, 2014). Durante o processo de elaboração do texto, é necessário

deixar clara a ideia sobre o que a exposição deve transmitir, principalmente quando temos textos interpretativos - isso porque o texto pode interferir ou ser interferido pelo design da exposição, assim como pela disposição das salas. Em virtude de testar a compreensão da organização temática e aumentando sua coerência conceitual, é significativo testar a disposição e a leitura dos textos como parte integrante do ambiente expositivo. Assim, poderá certificar-se de que a tipografia escolhida, os tamanhos das fontes para legibilidade, até mesmo a montagem dos textos em quadros ou paredes, estão apropriados e oferecem uma ideia mais real de como será o resultado.

Tal aspecto, ressaltado por Serrell (2015), demonstra que a escolha de boa tipografia pode resultar em texto legível, com boa leitura, bem como destaca que ambas as características da escrita podem tornar os textos mais fáceis de ler. Por outro lado, a autora faz uma crítica sobre as formas complexas que o texto é usado para comunicar ao público, apesar de auxiliar no entendimento das motivações destes visitantes, ainda é uma questão pouco explorada em pesquisas.

Tendo em vista as especificidades, os textos verbais dentro do museu tendem a ser organizados em hierarquias, “de acordo com o lugar, tipografia e função dos enunciados no quadro geral da exposição” (JACOBI; POLI 1995, p. 75, tradução nossa). Para os autores, existem duas grandes categorias de texto: os independentes e aqueles que se relacionam (interrelacionados). Os textos independentes são aqueles expostos sozinhos em um espaço, como painéis amplos maiores e funcionam bem sozinhos do ponto de vista comunicacional. Os textos interrelacionados, por sua vez, se relacionam com os objetos, itens e artefatos da exposição. Este tipo de texto pode apresentar uma exposição ou ser a etiqueta ao lado dos objetos e, assim, funcionam em conjunto com todas as formas de exposição e possibilidades de apropriação e interpretação à sua maneira, que inclusive pode diferir dos textos com os quais o visitante já teve contato.

Abaixo dessas duas grandes categorias, estariam cinco tipos diferentes níveis de texto de museu organizados em termos de tamanho, proposto por Laurent Marquart (1995): texto em macroescala, grande escala, média escala, pequena escala, microescala. A seguir, os identificamos e caracterizamos. O texto em **macroescala** seria a única categoria lida por todos os visitantes - consideram-se os títulos das zonas da exposição, faixas externas e internas e anúncios colocados logo antes de o público entrar no museu. O texto em **grande escala**, também é lido pela maioria dos visitantes - como títulos, subtítulos, frases de efeito – figuram

no sentido de promover a compreensão do conteúdo temático. O texto de **média escala** ou texto de suporte incluem as legendas ou texto específico para alguns itens de exposição. Podendo ser considerando, também, o texto colocado no início da exposição ou da sala expositiva para explicar o que será encontrado em seu interior. Esse nível pode também incluir as placas menores de sinalização em um museu, que levarão os visitantes aos banheiros e cafés. O texto em **pequena escala** costuma ser um pouco mais denso e com informações mais específicas. Pode discutir em profundidade as informações técnicas, temáticas e descritivas interessantes sobre os objetos, por isso, costuma ser lido por quem está genuinamente interessado no assunto ou objeto e vai demorar mais tempo para lê-lo. Por fim, o texto em **microescala**, que fornecerá informações extremamente específicas sobre um tema, assunto ou objeto. No entanto, está mais relacionado aos metadados, como idade, material de que é feito, técnica aplicada e número de referência da coleção (MARQUART, 1995).

Em vista disso, os textos que acompanham uma exposição podem não estar dentro dos padrões encontrados na literatura, todavia, é essencial que sejam pensados de modo a comunicar a noção de uma exposição, sendo conduzida principalmente pela Expografia - por objetos e por um conjunto de ideias - pois, “[...] procura-se a interação entre mensagem expositiva e o visitante para que a exposição permita uma experiência de apropriação do conhecimento” (CURY, 2005, p.38).

Isto posto, o texto da exposição deve ser capaz de promover o acesso à protoinformação adequada e ser capaz de gerar novos conhecimentos a partir dos conhecimentos prévios do visitante para analisar e atribuir significado perante os textos e perante os objetos ao qual teve contato, apropriando-se da informação. Pensar o texto da exposição perpassa por uma questão de acessibilidade da informação nas instituições culturais. Ao visitar uma exposição, o indivíduo se depara com uma diversidade de textos que podem ser: de sala, etiquetas presentes nas obras, podendo ainda haver folhetos, somados a outros recursos didáticos. Eles estão manifestados em formas e suportes distintos, cumprindo uma função da linguagem capaz de apresentar ao público uma mensagem através do signo escrito.

Essa forma como se tem o texto pode apresentar uma característica de estilo mais acadêmico, coloquial ou pedagógico. Assim, a variedade de estilos textuais permite perceber que dentro de cada texto existe um estilo com uma capacidade comunicativa específica.

A acessibilidade cultural pressupõe que os espaços culturais públicos ou privados “devem oferecer um conjunto de adequações, medidas e atitudes que proporcionem bem-estar, acolhimento e acesso à fruição cultural para pessoas com deficiência, beneficiando públicos diversos” (SARRAF, 2018, p. 25). Uma premissa relevante nesse aspecto é pensar em estratégias de mediações acessíveis para as pessoas, respeitando as suas diferenças (SARRAF, 2013, 2015) para que, assim, o museu possa cumprir a sua responsabilidade social de ser mais inclusivo socialmente.

Assim sendo, pensar os textos da exposição “[...] significa que os espaços culturais precisam mudar sua linguagem em todas as formas de relacionamento com o público para se tornar acessíveis” (SARRAF, 2015, p. 66). É oportuno ser mais simples para atender ao público heterogêneo de crianças, idosos, indivíduos de baixa renda ou mesmo de bairros periféricos, povos indígenas ou de diferentes etnias - enfim, pessoas que não dominam a língua ou linguagem praticada nesses espaços (SARRAF, 2013).

Por isso, a comunicação mediada por meio do texto expositivo algumas vezes não está de acordo com a acessibilidade “de muitos materiais escritos que, por várias razões, se tornam ‘ambientes’ totalmente inacessíveis a muitas pessoas, portadoras de necessidades especiais ou não” (FINATTO; MOTTA, 2019, p. 317). Em vista disso, a linguagem simples, temática da acessibilidade textual (AT) também chamada de *readability assessment* por William Dubay (2004) é entendida como uma propriedade que torna alguns textos mais simples de ler do que outros devido ao estilo de escrita. São elementos que, se conhecidos e utilizados pelo escritor, favorecerão a acessibilidade ao conteúdo informacional dos textos expositivos.

Tendo em vistas os benefícios da linguagem simples na elaboração desses textos nos espaços museais, é possível diminuir as barreiras comunicacionais que podem impedir o diálogo entre o público e a exposição. À medida que o escritor tenta facilitar a absorção do conhecimento, utilizando o texto como ferramenta para divulgar e popularizar informações, o texto assume uma função educativa que precisa contar com traços linguísticos para facilitar a leitura e a compreensão (JACOBI; POLI, 1995). Em síntese, o que se espera é que o público que lê um texto em um museu deva ter a sensação de que um guia experiente está de pé bem ao seu lado, dialogando com ele. Portanto, textos de exposições devem ser condensados e constar apenas o mínimo necessário para compartilhar o conteúdo essencial.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Mais que um evento que pode ocorrer normalmente dentro de museus, as exposições devem ser compreendidas como práticas de comunicação que possibilitam múltiplas interpretações da realidade sobre o que está sendo exposto. Para que a comunicação, por meio da exposição, seja bem-sucedida, no sentido de propiciar ao visitante algum tipo de experiência ou aprendizado significativo para sua vivência, é necessário cuidado no processo de formação de um museu ou exposição. No entanto, o que se deseja é que a concepção funcione de forma integrada, como um sistema de comunicação com uma ótica plural, capaz de permitir ou estimular o máximo possível de interpretações, mas dentro de um escopo validado pela estrutura narrativa do museu. Assim, os textos são elementos mediadores de informação no ambiente expositivo e, por isso, implica que no momento de pensar a exposição sejam articuladas operações de linguagens simples e em diferentes níveis em suas práticas de comunicação visual-textual, pois isso impacta na aproximação ou dispersão no engajamento do visitante, bem como pode facilitar ou dificultar a apropriação da informação por estes.

REFERÊNCIAS

- AGUIAR, Amanda Ruth Dafoe de. **Lina Bo Bardi e a atualidade do cavalete de cristal**. 2015. 142f. Dissertação (Mestrado em Design e Arquitetura) - Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2015. Acesso em: 11 set. 2023. Disponível em: <https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/16/16134/tde-07032016-143624/pt-br.php> Acesso em: 7 jun. 2023.
- ALMEIDA JÚNIOR, Oswaldo Francisco de. **A protoinformação como base do fazer dos equipamentos informacionais**. XI Encuentro de la Asociación de Educación e Investigación en Ciencia de la Información de Iberoamérica y el Caribe. **Anais [...]**. Antioquia: Universidad de Antioquia, 2018. Disponível em: http://enancib.marilia.unesp.br/index.php/EDICIC_2018/EDICIC_2018/paper/viewFile/1702/1924. Acesso em: 7 jun. 2023.
- ALMEIDA JÚNIOR, Oswaldo Francisco de. Implicações entre formação e objeto da área de informação. *In*: ENCUESTRO DE DIRECTORES Y VI ENCUESTRO DE DOCENTES DE ESCUELAS DE BIBLIOTECOLOGÍA Y CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN DEL MERCOSUR, 7., 2004, **Anais [...]**. Mar del Plata: Universidad Nacional de Mar del Plata, 2004.
- ALMEIDA JÚNIOR, Oswaldo Francisco. Mediação da informação: um conceito atualizado. *In*: BORTLIN, Sueli; SANTOS NETO, João Arlindo dos; SILVA, Rovilson José da. (Orgs.) **Mediação oral da informação e da leitura**. Londrina: ABECIN, 2015. p. 9-32.

ALONSO FERNÁNDEZ, Luis; GARCÍA FERNÁNDEZ, Isabel. **Diseño de exposiciones: concepto, instalación y montaje**. Madri: Alianza Editorial, 1999.

BAKHTIN, Mikhail Mikhailovitch. **Estética da Criação Verbal**. 6. ed. São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2011.

BITTENCOURT, José Neves. Mediação, curadoria, museu: uma introdução em torno de definições, intenções e atores. *In*: JULIÃO, Letícia; BITTENCOURT, José Neves (org.). **Mediação em Museus: Curadorias, Exposições e Ação Educativa**. 2. ed. Belo Horizonte: Secretaria de Estado de Cultura de Minas Gerais, 2008.

BOURDIEU, Pierre; DARBEL, Alain. **O amor pela arte: os museus de arte na Europa e seu público**. São Paulo: EDUSP, 2003.

BRITTO, Clovis Carvalho. Teoria do efeito de teoria: reflexões sobre a organização do conhecimento no campo das museologias contemporâneas. **Em Questão**, Porto Alegre, v. 27, n. 4, p. 387-412, 2021. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/EmQuestao/article/view/110057> Acesso em: 7 jun. 2023.

BURKE, Peter. **Uma história social do conhecimento: da Enciclopédia à Wikipédia**. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

COXALL, Helen. Museum text as mediated message. *In*: HOOPER-GREENHILL, Eilean (ed.). **The Educational Role of the Museum**, Londres: Routledge, 1994. p. 215- 222

CURY, Marília Xavier. **Exposição: concepção, montagem e avaliação**. São Paulo: Annablume, 2005.

CURY, Marília Xavier. Os usos que o público faz do museu: a (re)significação da cultura material e do museu. **Musas: Revista Brasileira de Museus e Museologia**, Rio de Janeiro, n. 1, p. 86-106, 2004.

CURY, Marília Xavier. Novas perspectivas para a comunicação museológica e os desafios da pesquisa de recepção em museus. *In*: SEMINÁRIO DE INVESTIGAÇÃO EM MUSEOLOGIA DE PAÍSES DE LÍNGUA PORTUGUESA E ESPANHOLA, 1., **Anais [...]**. Porto: Universidade de Porto, 2009. p. 269–279.

DUBAY, William H. **The principles of readability**. Costa Mesa: Impact Information, 2004.

FINATTO, Maria José Bocorny; MOTTA, Ester. Terminologia e Acessibilidade. **Revista GTLex**, Uberlândia, v. 2, n. 2, p. 316-356, 2019. Disponível em: <https://seer.ufu.br/index.php/GTLex/article/view/44063>. Acesso em: 22 jul. 2022.

GARCÍA BLANCO, Ángela. **La exposición, un medio de comunicación**. Madrid: Akal, 1999.

GOMES, Henriette Ferreira. A dimensão dialógica, estética, formativa e ética da mediação da informação. **Informação & Informação**, Londrina, v. 19, n. 2, p. 46, 2014. Disponível em: <https://doi.org/10.5433/1981-8920.2014v19n2p46> Acesso em: 22 jul. 2022.

- HADFIELD, Ruth. **Pearl growing as a strategy in systematic literature searches**. 2020. Disponível em: <https://www.mediawrite.com.au/medical-writing/pearl-growing/>. Acesso em: 14 out. 2022.
- HOOPER-GREENHILL, Eileen. **Museums and the Shaping of Knowledge**. Londres: Routledge, 1992.
- JACOBI, D. Communiquer par L'Écrit dans les Musées. In: SCHIELE, B. E KOSTER, E. H. **La Révolution de La Muséologie des Sciences**. Éditions Multimondes, Press Universitaires de Lyon, 1998.
- JACOBI, Daniel; POLI, Marie Sylvie. Scriptovisual documents in exhibitions: some theoretical guidelines. In: BLAIS, Andrée (ed.). **Text in the Exhibition Medium**. Québec: La Société Des Musées Du Québec, 1995. p. 49-73.
- JAKOBSON, Roman. Aspectos linguísticos da tradução. In: JAKOBSON, Roman. **Linguística e comunicação**. São Paulo: Editora Cultrix, 1995. p. 63-73.
- KNEZ, Eugene, WRIGHT, Gilbert. The museum as a communication system: an assessment of Cameron's view point. **Curator**, New York, v.3, n. 13, p. 204-212. 1970. Disponível em: <https://doi.org/10.1111/j.2151-6952.1970.tb00404.x>. Acesso em: 28 nov. 2022.
- MARQUART, Laurent. Writing in Space. In: BLAISS, Andree (org.). **Text in the exhibition medium**. Québec: Société des musées québécois, Musée de la civilisation, 1995. p. 229–249.
- PALMA, Adriana Amosso Dolci Leme. **Invenções museológicas em exposição: MAC do Zanini e MASP do casal Bardi (1960-1970)**. 2014. 205f. Dissertação (Mestrado em Estética e História da Arte) - Estética e História da Arte, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2014. Disponível em: <https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/93/93131/tde-24042015-171943/pt-br.php>. Acesso em: 11 set. 2023.
- PUGLIESE, Vera. A expografia de Lina Bo Bardi como mesa de montagem: Transparências, opacidades e genealogias. **MODOS: Revista de História da Arte**, Campinas, v. 1, n. 2, p. 145–168, 2017. Disponível em: <https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/mod/article/view/8662362>. Acesso em: 12 set. 2023.
- SARRAF, Viviane Panelli. **A comunicação dos sentidos nos espaços culturais brasileiros: estratégias de mediações e acessibilidade para as pessoas com suas diferenças**. 2013. 251f. Tese (Doutorado em Comunicação) - Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2013.
- SARRAF, Viviane Panelli. Acessibilidade cultural para pessoas com deficiência: benefícios para todos. **Revista do Centro de Pesquisa e Formação**, São Paulo, n. 6, p. 23–43, 2018.
- SARRAF, Viviane Panelli. **Acessibilidade em espaços culturais: mediação e comunicação sensorial**. São Paulo: EDUC, FAPESP, 2015.

SCHERER, Suely. **Uma estética possível para a educação bimodal**: aprendizagem e comunicação em ambientes presenciais e virtuais. 2005. 241f. Tese (Doutorado em Educação) – Pontifícia Universidade Católica, São Paulo, 2005.

SERRELL, Beverly. **Exhibit labels**: an interpretative approach. 2. Ed. Londres: Rowman & Littlefield, 2015.

SIQUEIRA, Thiago Giordano de S.; ALMEIDA JÚNIOR, Oswaldo F. de. Perspectivas sobre a mediação da informação em museus. **Informação em Pauta**, Cariri, v. 8, n. esp, p. 30-48, 24 jul. 2023.

SPENCER, Hugh A. D. Exhibition text. *In*: LORD, Barry; PIACENTE, Maria (org.). **The manual of museum exhibitions**. 2.ed. Lanham: Rowman & Littlefield, 2014. p. 393-404.

THOMAS, C. George. **Research methodology and scientific writing**. 2. ed. Thrissur, Índia: Springer Nature, 2021.