

Filipe Couto

filipecouto.mail@gmail.com

Exposição

O presente artigo baseia-se na Dissertação de Mestrado intitulada “SARDINHA”, desenvolvida no âmbito do Mestrado em Museologia da Faculdade de Letras da Universidade do Porto, segundo a orientação da Professora Doutora Maria Clara Paulino.

This article is based on the Master's Dissertation entitled “SARDINHA”, developed in the context of the Museology Master degree course at Oporto University Humanities Faculty, under the supervision of Professor Maria Clara Paulino.

<http://repositorio-aberto.up.pt/handle/10216/66397>

Resumo

O presente artigo demonstra o processo pelo qual é necessário passar para a criação de uma exposição, sendo esta a pedra basilar da comunicação e relação entre os museus e os seus públicos.

Foi com o propósito de compreender e explorar a criação de uma exposição, da ideia até a sua materialização, que se desenvolveu um estudo em torno da sua execução segundo uma metodologia prática e sistemática. Assim sendo, podemos dividir o artigo em dois momentos, no seu início encontraremos o conceito e a teorização de exposição, bem como as suas tipologias. Posteriormente, no segundo momento, será explorado o processo de criação de uma exposição, com as suas múltiplas fases de execução.

Palavras chave

Exposição, Projeto, Comunicação, Sardinha

Nota biográfica

Licenciado em Tecnologias da Comunicação Audiovisual (2007), especializando-se em fotografia. Posteriormente conclui o mestrado em Museologia (2012) pela Faculdade de Letras da Universidade do Porto. No decurso do qual concebeu o projeto "SARDINHA", www.facebook.com/sardinha.sardinha, que consistiu num trabalho de investigação e curadoria que resultou na exposição "SARDINHA - uma exposição das profundezas do mar até a mesa", que alcançou o número de 9.183 visitas durante os seis meses e que esteve em exibição por diversos espaços.

Desde de 2007 tem desenvolvido diversos trabalhos como fotógrafo, gestor e conservador de coleções, investigador e curador.

Abstract

This article describes an exhibition creation process, representing the cornerstone of communication and relationship between museums and their audiences.

In order to understand and explore the creation process of an exhibition, from the idea to its realization, we developed a study about its execution according to a methodical and systematic practice. We can split the article in two moments, the first part is about theorization and research for the concept and the types of the exhibitions. Subsequently, in the second part we explore the process of producing an exhibition, with its multiple stages of implementation.

Key words

Exhibition, Project, Communication, Sardine

Biographical note

Graduated in Audiovisual Communications Technology (2007), majoring in photography. Subsequently completes the MA in Museum Studies (2012) from the "Faculdade de Letras da Universidade do Porto". During is MA conceived the project "SARDINHA" www.facebook.com/sardinha.sardinha, a research and curatorial work that resulted in the exhibition "SARDINHA - an exhibition of the depths of the sea to the table", which reached the number of 9,183 visits during the six months, in several spaces.

Since 2007 has developed several projects as a photographer, photographic collections manager, researcher and curator.

Introdução

Ao longo de séculos, as exposições têm sido uma das ferramentas mais eficazes e poderosas para atingir e cativar o público para os museus ou instituições museológicas, sendo também o elo entre o público e os seus acervos. É através das exposições que os museus definem e afirmam a sua identidade e missão.

Porém, o que é uma exposição? Como podemos pensar uma exposição? Principalmente, como se cria uma exposição? Foi com estas dúvidas que iniciei o meu trabalho de mestrado e ao longo do qual procurei obter resposta, ou pelo menos algum significado.

Todavia, antes de avançar para destrinçarmos os significados e tipologias de exposição, bem como de todo o seu projeto de criação, temos de fazer uma ressalva: o porquê da criação de exposições? Antes de mais, quando desejamos criar uma exposição temos que pôr em causa a sua relevância para o meio envolvente, para os seus futuros públicos e, de um modo mais utópico, para a Humanidade. Será pertinente fazer a exposição segundo os parâmetros convencionais, com a mesma abordagem aos mesmos temas que, até então, fizemos e [ainda] fazemos, ou será muito mais produtivo olhar para novos “objetos” que, à primeira vista, não serão muito convencionais para, por fim, explorá-los e expô-los? Foi com este ponto de vista que se avançou para a criação do projeto: a exposição *SARDINHA - uma exposição das profundezas do mar até a mesa*.

Ainda em relação à pertinência desta exposição, poderemos dizer que já temos demasiadas exposições que abordam a temática da etnografia,

de um ponto de vista saudosista, é verdade, poderemos dizer que já temos muitas exposições sobre as artes da pesca, também é verdade, e que também já temos exposições de índole artística, onde são apresentadas as gentes do mar através da mão dos grandes artistas. Porém, não encontramos nenhuma abordagem onde seja prestada homenagem a um simples e pequeno peixe e que este seja o centro das atenções. Em relação à sua relevância, é graças a ele que se deve a criação de uma das maiores frotas piscatórias de Portugal e que foi, e ainda é, motor de desenvolvimento da cidade de Matosinhos, colocando-a no mapa como o maior porto sardineiro do mundo, nas décadas de 30 e 40. Atualmente é a principal espécie capturada na costa continental portuguesa e leva o nome de Portugal para o resto do Mundo, nas suas pequenas embalagens. Foi pois com a intenção de mostrar este singular peixe como elemento identitário de uma região, das suas gentes e do seu rico imaginário, que surgiu o projeto expositivo *SARDINHA*, onde foi abordado todo o seu percurso, das profundezas do mar até a mesa portuguesa.

Neste artigo não se irá explorar o processo de criação desta exposição de forma específica, antes deseja-se refletir um pouco sobre o que se entende por exposição e as suas vastas especificidades e apresentar um conjunto de procedimentos para quem desejar aventurar-se pelo mundo da curadoria. Com base na exposição *SARDINHA*, explorar-se-á o conceito de exposição, bem como as suas tipologias, projeção e criação efetiva, enumerando as várias fases necessárias para a sua concretização, bem como o trabalho desenvolvido em cada uma.

Exposição

Na sua aceção mais simples, o termo exposição define a apresentação de um objeto ou ideia a um público. Marc Maure (1996, 132) define exposição como um método, o mais importante utensílio de diálogos e consciencialização de que o museólogo dispõe para estabelecer a ligação com a comunidade. David Dean (1994, 161) apresenta-nos a exposição como um conjunto de elementos que são empregues na apresentação de uma coleção, em conjunto com informação e ferramentas, de forma a atrair o público. Dentro da terminologia de exposição, G. Ellis Burcaw (1997, 115) distingue o termo *display* de *exhibit*, sendo o primeiro utilizado quando se trata de uma mostra ou exposição e o segundo quando se trata de uma exposição mais demonstrativa, descritiva e interpretativa. Já Peter Van Mensch (1991, 11-13) define exposição como uma encenação, na qual se utiliza um amplo conjunto de elementos de acordo com algumas estratégias, podendo estas ser objetivas e estéticas ou narrativas e lineares, dando origem a uma grande diversidade de possibilidades e de organização dos mesmos objetos e ideias.

Assim sendo, podemos dizer que uma exposição é uma mostra de objetos ou ideias, organizadas segundo um propósito predefinido e delineado, com o intuito de transmitir uma mensagem, conhecimento, ideia ou pensamento destinado a atrair uma comunidade. Cada estratégia a ser seguida deve ser ponderada, uma vez que representa um ponto de vista de uma realidade, sendo o museu ou o curador o responsável pela sua criação, sem esquecer que os objetos estão

previamente imbuídos de significados e que as suas escolhas constituem uma seleção e manipulação. Por assim dizer, quando o curador seleciona um objeto em detrimento de outro, está a eliminar os restantes objetos da visão dos visitantes e determinando a realidade que estes veem. As exposições são lugares a que o visitante recorre para desfrutar de experiências sensoriais (visuais, olfativas, auditivas, tácteis e gustativas) e adquirir ou construir conhecimento e novos valores.

O discurso expositivo tem evoluído desde a constituição das primeiras coleções da Pinacoteca de Atenas, continuando pela exibição dos espólios de guerra e conquistas romanas. Na Idade Média o Cristianismo formou vastos tesouros nos seus lugares mais sagrados “mosteiros, conventos, catedrais, igrejas, capelas e ermidas” (Almeida 2006-2007, 32) como forma de afirmação do seu domínio. Já no Renascimento vemos surgir os gabinetes de curiosidades, que através da acumulação dos objetos e da sua disposição espelhavam o conhecimento “hierarquia e a ordem do mundo” (Pearce 1995, 112). Mais tarde surgem as galerias palacianas dos príncipes e soberanos, como forma de ostentação do seu poder e riqueza. No século XVIII, o museu público surge-nos do resultado da transferência das coleções de índole privada para o domínio público, tendo passado a ser geridas pelo Estado com o propósito de beneficiar e educar a população (Semedo 2004, 131). Durante o século XIX o museu público consolidou-se efetivamente, tendo ocorrido uma autêntica transformação no seu discurso expositivo e na sua sistematização, impulsionada pelas novas correntes ideológicas e pela influência das feiras e

exposições universais. Já no século XX, após a II Guerra Mundial, deparamo-nos com o nascimento de novos museus, o que obrigou a uma reavaliação dos diversos campos da museologia, com principal atenção às exposições, uma vez que estas se converteram, mais recentemente, em acontecimentos socioculturais e começaram a habitar não só nos palácios e nos museus, mas para se distribuírem também por fundações, galerias, feiras e ruas, tratando-se, por isso, da democratização da cultura, um dos estandartes da Nova Museologia. Dentro deste novo paradigma encontramos a exposição como um dos mais importantes instrumentos de consciencialização e diálogo com a comunidade de que os museus dispõem (Fernández 1999, 10), assumindo a exposição um papel educativo e social mais ativo.

A necessidade de criar exposições cada vez mais atraentes e chamativas é impulsionada pela sociedade atual, na era da comunicação e da imagem. Neste momento o museu e, por sua vez, as exposições, são um instrumento essencial de educação e cultura, uma vez que expor é um ato de comunicar, criar e transmitir uma mensagem, que cada vez mais se assemelha a um espetáculo com cenografia própria, atores, adereços e público. É necessário, desde o momento em que o espectador entra no recinto da exposição, que o espaço o envolva e proporcione momentos de prazer e deleite, para além de conhecimento acrescido.

Como tivemos oportunidade de verificar, a exposição é um conceito bastante amplo que engloba uma grande multiplicidade de expressões e variáveis que, independentemente

do seu significado, têm uma grande diversidade de expressões. Assim sendo, é necessário definir tipologias estruturadas e bem delineadas.

De forma generalista, pode identificar-se quatro tipos de funções de uma exposição, que não são exclusivas ou incompatíveis entre si, podendo estar simultaneamente presentes numa exposição, sendo elas (Fernández 1999, 18):

- Simbólicas, em que o objetivo é a glorificação religiosa e política, com destaque para o valor ostentoso dos objetos;

- Comerciais, com forte ligação à valorização de uma mercadoria, através de uma mostra e demonstração dos seus mais recentes objetos;

- Documentais, em que a informação científica ou técnica dos objetos é o principal elemento da exposição, sendo a divulgação do conhecimento a sua função central, geralmente com recurso a textos, diagramas, gráficos e mapas, de forma a fornecer explicações necessárias à sua interpretação. Nesta classificação enquadra-se, por exemplo, o ecomuseu;

- Estéticas, cujo valor é inerente ao artista ou à qualidade estética dos objetos (Rico 1999, 77);

Uma segunda categorização impõe-se na planificação de uma exposição, tendo como diretriz a participação do público, assim sendo consideremos as exposições:

- Passivas, onde o visitante é um mero espectador da exposição, podendo ver, observar e aprender;

- Interativas, quando o visitante é convidado a participar e a relacionar-se, de forma ativa, com a exposição e as suas representações;

As exposições também podem ser analisadas e classificadas segundo um critério espaço-temporal, podendo ser (Fernández 1999, 19):

- Permanentes, geralmente é a exposição mais comum nos museus que inclui grande parte da sua coleção;

- Temporárias, ou seja, com uma duração limitada, tendo um objetivo mais concreto e circunstancial do que as permanentes;

- Itinerantes, que, tal como as temporárias, têm uma duração limitada, com a diferença de que se irão deslocar por diversos espaços;

- Portáteis, constituindo uma variante das exposições temporárias, assemelhando-se às itinerantes, embora mais pequenas e de fácil instalação, transporte e montagem; entre as portáteis incluem-se as móveis, que diferem das anteriores, pois podem ser montadas independentemente do espaço;

Neste momento impõe-se também uma nova classificação, nomeadamente as exposições online, também conhecidas por exposições virtuais. Estas exposições têm o seu espaço no ciberespaço, sem representação física. A sua temporalidade é fugaz, podendo estar congelada indefinidamente a sua visualização, como também poderá estar a transformar-se sempre que um utilizador a visualiza. Neste género de exposições há que ter em atenção que a sua

visita, ou visualização, não é restrita a um grupo de pessoas, mas pode percorrer em breves segundos todo o mundo, desde que o seu visitante tenha acesso a um computador com ligação à internet.

Todas as exposições têm como objetivo máximo a sua conexão com os diversos públicos que a visitam, da forma mais direta e clara possível. Para tal, o desenho da exposição está diretamente relacionado com a interpretação e a comunicação no espaço. O espaço de uma exposição deverá funcionar como um momento sensorial e de experiência, onde o visitante é convidado a ver os objetos expostos e em que, por breves momentos, é transportado para as suas construções mentais, transformando ou adaptando a sua realidade aos conceitos apresentados na exposição.

Neste sentido, o espaço é uma condicionante e definidor da experiência do visitante na exposição, em que todos os elementos expostos aparecem interligados e delimitam o espaço. A organização espacial e as articulações de todos os componentes da exposição possibilitam ao visitante reencontrar-se com os objetos e com os lugares das diferentes facetas agregadas na sua memória. O público é o protagonista e todas as exposições desenvolvem-se à sua volta. O espetáculo desenrola-se no momento em que ele entra no espaço e está apto para participar, transformando-se numa experiência num determinado espaço físico e conceptual.

O espaço é um dos elementos que define uma exposição e, dentro deste, a circulação do visitante

é um dos elos mais fortes e significativos da exposição e da sua conexão com o público. David Dean, citado por Fernández (1999, 49), desenvolveu graficamente uma classificação tipológica dos modelos de circulação, baseada na circulação e movimento dos visitantes no espaço da exposição, apresentando três variáveis:

- Sugerida, na qual o visitante percorre a exposição seguindo um trajeto predefinido e bastante delimitado, como se existisse uma linha invisível;
- Não estruturada, na qual, em contraste com o circuito sugerido, o visitante circula livremente no espaço, tendo constantemente de optar por uma direção e um trajeto;
- Estruturada, em que o trajeto funciona num meio-termo entre a predefinição, que encaminha o visitante ao longo de toda a exposição, e a opção, pois o visitante tem a opção de circular livremente pelo espaço e de saltar zonas que não lhe sejam relevantes;

Projeto

Posteriormente a termos explorado o que se entende por exposição e as suas múltiplas tipologias, analisar-se-á as diversas etapas do seu desenvolvimento, tendo como linha de base a realização da exposição *SARDINHA – uma exposição das profundezas do mar até a mesa*. Para tal, foi necessário estabelecer um plano estratégico, uma vez que a criação de uma exposição requer um planeamento pormenorizado e rigoroso. As várias etapas, pelas quais foi necessário passar não foram

desenvolvidas separadamente, em momentos diferentes ou contidos no espaço e no tempo, uma vez que a projeção de uma exposição é um trabalho orgânico e que se encontra constantemente em metamorfose. Porém, é fundamental a divisão das múltiplas tarefas do projeto, de forma a ter uma abordagem sistemática e metódica que ajuda a solucionar, em qualquer fase, os problemas que vão aparecendo, tendo em conta o resultado final e o trabalho anteriormente efetuado. Apresenta-se, por isso, uma *checklist* de cada uma das fases, que deve ser constantemente revista e refletida, visando melhorar o desenvolvimento das restantes e do produto final. Num projeto nenhuma etapa está completamente fechada e encerrada em si (Roldão 2000).

Projetar e programar uma exposição é uma tarefa complexa que poderá complicar-se se não usarmos ferramentas e modelos de gestão indicados. Para que a gestão do projeto seja eficiente, é imperativo criar um plano que funcione como orientação de todo o projeto, cujo processo inclui:

- Planeamento ou conceção, determinação dos objetivos do projeto de forma a delinear todos os recursos necessários (funcionais, técnicos e financeiros) e definição das estratégias a executar, sua planificação e produção;
- Execução ou implementação, montagem e instalação do idealizado na fase de conceção, tendo em atenção os recursos disponíveis;

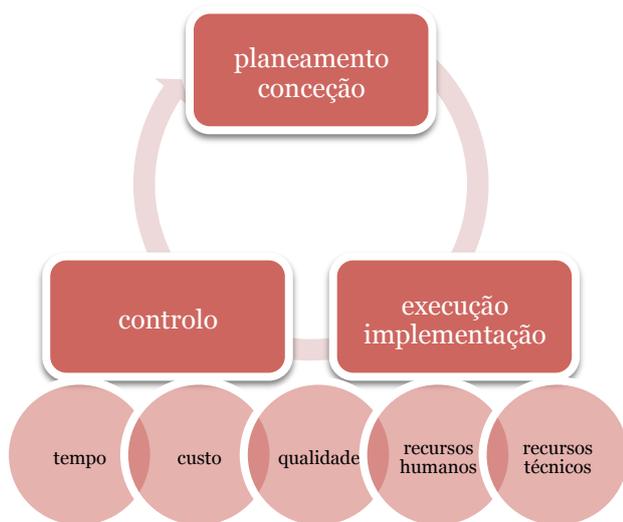


Figura 1 Esquema do ciclo dinâmico da gestão de projetos © Filipe Couto 2012

- Controlo, realizado ao longo das duas anteriores fases, com o objetivo de avaliar a evolução do projeto e verificar se os resultados desejados estão a ser alcançados; caso tal não esteja a acontecer é necessário fazer ajustes no processo; nesse momento também se dá início à recolha de ideias a serem aproveitadas em projetos futuros.

Através da planificação de todo o projeto e da sua correta gestão e destes princípios é que se desenvolvem todos os trabalhos de gestão de projetos, de forma a obter o resultado final pretendido dentro dos prazos e custos determinados e com a qualidade desejada. Porém, todo projeto deverá ser flexível e dinâmico, uma vez que acontecem frequentemente alterações e imprevistos que inicialmente não tinham sido conjecturados (Roldão 2000, 5).

De seguida, debruçar-nos-emos sobre o desenvolvimento de uma exposição e das suas diversas fases, que se encontram divididas de uma forma bastante linear e simples, que se podem representar sob a forma de um esquema linear com os principais momentos da projeção de uma exposição, sendo abordado de um ponto de vista bastante abrangente, com fim a funcionar como uma ferramenta e um ponto de partida para quem deseja desenvolver um projeto expositivo. Com a ressalva que cada exposição é única e que tem de ser abordada de modo único.



Figura 2 Esquema dos principais momentos da projeção de uma exposição © Filipe Couto 2012

I. Ideia

A primeira fase do projeto é a ideia, podendo esta ser anterior ao próprio projeto, uma vez que lhe dá origem e nela residem os motivos pelos quais o projeto se vai desenvolver. Deverá funcionar como uma âncora, quando surgir algum problema nas etapas seguintes, de forma a não se perder o ponto de partida e a meta desejada a alcançar. Desta forma, na ideia deverá incluir-se: o título do projeto; a sua natureza, características e objetivos; as suas classificações espaço-temporais e as suas funções (critérios anteriormente enumerados); e a que público pretender dirigir-se.

II. Plano inicial

Posteriormente à definição da ideia, define-se o plano inicial para a exposição. Este aborda o estudo do tema a expor, os acervos e os objetos que poderão ser usados, o espaço disponível para a exposição, a duração e o seu financiamento. Tendo sempre como diretriz que uma exposição é comunicação e todas as tomadas de decisão têm consequências no resultado final do projeto.

Assim sendo, o primeiro passo é o estudo do tema, ou da coleção, e a compilação de informação que será indispensável nas fases seguintes do projeto, a partir da qual se vai poder fundamentar toda a linha de ação da exposição e desenvolver o plano estratégico da abordagem a tomar. Uma pesquisa rigorosa torna-se uma aliada indispensável para a projeção e montagem da exposição. Assim sendo, mais de metade do tempo disponível para a realização de um projeto

centra-se neste momento, principalmente quando se abordam temáticas vastas que não se encontravam delimitadas no espaço e tempo.

O próximo passo a ter em conta é a escolha do espaço para a montagem da exposição. Ao mesmo tempo que se faz o estudo do objeto, dos acervos a serem utilizados para a montagem da exposição, é indispensável procurar um espaço onde esta será montada, uma vez que, consoante a sua missão e localização, mudará a forma de expor e de abordar o tema. Nesta etapa é essencial desenvolver um calendário de trabalho, definir os tempos para cada tarefa do projeto, planeamento, desenho, produção, montagem e inauguração da exposição, com principal atenção para esta última.

No desenho inicial tem de se ter em conta as possíveis fontes de financiamento para a realização e materialização da exposição. Esta fase é bastante delicada, podendo pôr em risco tudo o projeto, uma vez que é necessário angariar patrocínios e apoios para o mesmo.

III. Desenho preliminar

O próximo passo a ser dado para o desenvolvimento do projeto é o seu desenho preliminar. Nesta fase encontramos, como primeira tarefa, o desenho do guião da exposição, desenvolvido a partir do estudo detalhado do tema e das conclusões retiradas da investigação científica. Começa-se por definir a mensagem a ser transmitida e comunicada para cada área, as ideias, os valores e os conteúdos pretendidos, de forma lúdica e atrativa. Na

criação do guião da exposição deve-se ter sempre em atenção que uma exposição deve ter uma linha lógica e coerente, capaz de transmitir a sua mensagem, quando pretendido.

A partir do guião da exposição, dá-se início à seleção e definição dos objetos necessários para a exposição. A mostra de objetos presentes nas exposições deve passar por uma seleção cuidadosa, com o intuito de explorar as suas várias leituras. Para tal é necessário fazer uma interpretação das mesmas, com intenção de explorar o seu potencial de apresentação ao público, com a ressalva de que não existe uma única forma de mostrar o mesmo conjunto de objetos. Uma vez que os objetos adquirem um novo significado e valor quando são retirados dos seus contextos originais e são dispostos na exposição, é necessário ter em atenção a possibilidade única de criar novos modelos do mundo, principalmente se forem de várias épocas. Para além do significado que os objetos adquirem quando expostos, a sua leitura é reforçada quando se estabelecem relações de significado entre eles.

Após a estruturação da exposição e a primeira definição de objetos a serem utilizados, inicia-se a redação de textos que irão constar na exposição. Os textos nas exposições guiam e orientam os visitantes ao longo de todo o percurso expositivo. A utilização de textos ajuda o visitante a compreender as ideias presentes, identifica as áreas e temas, cria ambientes e reforça a mensagem a transmitir. Quando se desenvolvem os textos para uma exposição é necessário ter em conta a sua

legibilidade e visibilidade. Porém, a utilização de textos nas exposições torna o movimento de circulação mais lento e retira alguma atenção aos objetos por parte do visitante.

Assim sendo, numa exposição podemos encontrar vários tipos de textos com funções diferentes:

- texto introdutório, servindo como apresentação e preparação do visitante para o que irá ver, dando o tom para o resto da visita e funciona como um guia conceptual;
- textos na entrada de cada sala, normalmente sendo um título que ajuda a orientar e a preparar o visitante para o que vai ver;
- textos longos na sala de exposição, que se relacionam com cada tema, de forma generalista, e com alguns objetos em particular, com o intuito de ilustrar momentos importantes e a enaltecer a importância de cada tema;
- legendas, estas são particulares a cada objeto e dão a conhecer informações pertinentes para a leitura e compreensão de cada um;

Para além da redação dos textos presentes na exposição é necessário a produção de textos de apresentação da exposição para a utilização nos diversos suportes publicitários, sendo estes, muitas vezes, o primeiro contacto que o visitante tem com a exposição. Dado o carácter publicitário bastante presente, devem ser curtos, de fácil leitura e atrativos, para que, quando lidos, suscitem curiosidade e interesse para a exposição, da parte do visitante.

Seguidamente, inicia-se a averiguação das estruturas necessárias para a montagem da exposição. De acordo com o conceito da exposição, poderá ser necessário construir novas estruturas ou reaproveitar pré-existências do próprio espaço, definindo e desenhando o tipo e a função das estruturas de acordo com o espaço disponível e os objetos que iram albergar. Enquanto que no desenho preliminar se tem em conta as estruturas disponíveis para a montagem das exposições e a averiguação da necessidade de construção de novas estruturas e as suas características, no desenho esquemático e final começa-se a fazer a escolha dos materiais a serem utilizados e a configuração final das estruturas.

Outro fator que é levado em conta na projeção das estruturas que irão ser utilizadas é a iluminação. A iluminação é uma parte fundamental no desenho de uma exposição. É através dela que se pode observar os objetos expostos, criar espaços e ambientes específicos.

O próximo passo do desenho preliminar consiste no desenvolvimento de um programa educativo e integrado dentro da exposição. Para a programação de uma exposição e do seu respetivo programa educativo é indispensável identificar e fazer um estudo preliminar de públicos-alvo. As atividades propostas e todas as exposições devem ser pensadas e desenvolvidas abrangendo uma grande diversidade de públicos, uma vez que o público tem assumido, nos últimos anos, um protagonismo inegável como espectador ativo nas exposições das

instituições museológicas e que cada vez mais ávido por uma grande diversidade de atividades.

A última fase a ser abordada no desenho preliminar da exposição é sua estratégia promocional de divulgação. A publicidade é um dos instrumentos mais importantes que possuímos para promover as atividades, serviços e exposições que desenvolvemos. As estratégias promocionais têm como objetivo máximo dar a conhecer ao público a sua mensagem em poucos segundos, para que este se relacione com ela mesmo antes de visitar o espaço expositivo. A mensagem a transmitir depende, em larga escala, do segmento da população que se deseja atingir e atrair. Sendo o *marketing* uma área em que os museus cada vez mais apostam, uma boa publicidade resulta num grande número de pessoas que são atraídas a visitarem e a participarem no museu.

Como já pudemos verificar, as exposições são os meios, por definição, de comunicar com o público que as visitam e estão impregnadas de conteúdos, saberes e mensagens, contudo, este forte vínculo inicia-se mesmo antes de verem a exposição, através dos produtos promocionais, sendo estes o primeiro contacto e impressão que o visitante tem.

Atualmente temos à disposição uma grande variedade de canais de comunicação, porém, nem todos estão ao acesso de uma grande generalidade de pessoas. Para as exposições é usual serem utilizados: cartazes, *flyers*, lonas e convites. Pode-se, ainda, ponderar a publicação de um catálogo ou de uma pequena brochura,

mas devido aos custos elevados que estes formatos acarretaram, muitas vezes não se chegam a concretizar estas ideias. Em relação às estratégias promocionais, há muito por onde se explorar, principalmente neste momento de escassos recursos, podendo explorar formatos menos tradicionais e mais económicos.



Figura 3 Materiais publicitários da exposição SARDINHA (cartaz, convite e flyer) desenvolvidos pelo atelier de design Bolos Quentes © Filipe Couto 2012

A utilização dos suportes digitais e das novas tecnologias revela-se ser de grande utilidade e alcance, podendo em poucos minutos atingir um grande número e variedade de públicos. Com principal atenção para as redes sociais, com destaque para a plataforma *Facebook*, graças à qual é possível chegar a um grande número de usuários, que são adicionados diariamente e que se encontram constantemente atualizados. Sendo possível criar uma página do projeto como principal plataforma de distribuição e publicidade da exposição, uma vez que nela podemos encontrar a apresentação da exposição, a sua natureza, contatos, os locais onde já esteve patente e para onde irá passar, fotos, comentários dos visitantes e uma agenda atualizada a todo o momento. Para além destes fatores, esta rede social tem a vantagem de quando um usuário “gosta” de um evento, foto ou comentário de forma automática, ficando a

sua rede de amigos a saber das suas preferências e criando um efeito viral à volta da exposição.

IV. Desenho esquemático

Posteriormente ao desenho preliminar é necessário começar a definir-se, de uma forma mais rigorosa e esquemática, a exposição e os seus vários elementos, como é o caso das estruturas expositivas, e especificar o seu tipo e a sua necessidade na exposição.

O próximo passo é desenvolver uma listagem dos objetos indispensáveis para constarem na exposição, podendo ser necessário haver um maior complemento da exposição com alguns materiais que não se teriam tido em conta na sua fase inicial.

Para além da criação de novos objetos para constarem na exposição, a fase de desenho esquemático engloba a listagem de textos e documentos necessários para completar o discurso expositivo.

V. Desenho final

Momentos antes de iniciar a produção da exposição temos o seu desenho final, onde é feito uma *checklist* do projeto e onde é delineada a exposição, ao milímetro, de forma a não haver surpresas nem imprevistos na altura da sua produção e montagem. Se houver um bom desenho final, a produção e montagem revelam-se os momentos mais fáceis e rápidos de todas as fases de uma exposição. Em contrapartida, se não se desenvolver um bom desenho final da exposição, o projeto corre o risco de ultrapassar os orçamentos e ideias

pré-estabelecidas, podendo mesmo levar ao seu adiamento ou não realização.

VI. Produção

Posteriormente ao desenho final da exposição, começa-se a dar vida e forma a todo o trabalho projetado, desde a produção dos materiais às estruturas a serem utilizadas. No final da produção devemos ter todos os materiais que a irão compor: os objetos (objetos tridimensionais, fotografias, ilustrações, pinturas, desenhos, gravuras, postais, objetos artísticos, de design e de artesanato, vídeos, etc.), os materiais para a exposição (textos, estruturas expositivas, etc.) e para a sua divulgação. Sendo através destes materiais que se irá materializar a ideia inicial na exposição.

VII. Montagem | Inauguração | Manutenção

Um das fases finais no projeto de uma exposição é a sua montagem, sendo nesta altura o momento crucial e de avaliação das fases anteriores do projeto. Uma vez que todo o trabalho culmina neste único e singular momento, todo o tempo dispensado na pesquisa e produção da exposição ganha vida com a sua montagem e instalação. Neste momento montamos a estrutura, os objetos e os restantes elementos expositivos.

A inauguração da exposição decorre nos momentos entre a sua montagem e manutenção, sendo este o primeiro momento em que se dá a conhecer e a ver a exposição. Devendo-se projetar a inauguração como um evento, um

acontecimento, procurando juntar várias atividades e formas de expressão artísticas. Sendo o primeiro momento crucial para perceber a aceitação, ou não, do público à exposição

A manutenção de uma exposição é um ponto importante em todas as exposições, interfere no projeto, desenho, construção e respetiva instalação. A manutenção vai desde a abertura da exposição, troca de lâmpadas, limpeza, manutenção do espaço e troca de algum equipamento eletrónico e mecânico. Desta forma, todas as despesas de manutenção, operacionalidade e sustentabilidade de uma exposição têm de estar incluídas no orçamento inicial, sendo necessário na projeção da exposição ter-se em atenção as capacidades dos materiais e sistemas expositivos aguentarem o desgaste diário do uso e todos os elementos da exposição devem ser acessíveis para uma rápida reparação ou substituição.

VIII. Avaliação

A avaliação de uma exposição torna-se imperativa na sociedade atual, onde as ofertas são muitas e os recursos estão constantemente a ser reduzidos. Assim sendo, a avaliação das exposições vêm ganhando cada vez mais força e peso. Só através de uma constante avaliação e questionamento é que se torna possível aprender e crescer com os sucessos e fracassos das opções tomados na criação de uma exposição.

A avaliação deve ser constante ao longo de todo o trabalho, devendo acontecer com principal atenção em três alturas do projeto: na fase inicial, prevendo e antecipando eventuais contratemplos que poderão vir a acontecer e a ter em atenção mais-valias para a valorização do projeto; durante a fase de planeamento e conceção da exposição, com a intenção de fazer uma *checklist* da exposição; no final da exposição, com o objetivo de constatar o seu sucesso, se o planeamento foi bem projetado e os objetivos inicialmente pretendidos foram alcançados.

Uma das ferramentas mais utilizadas na avaliação das exposições são os questionários/inquéritos. Porém, para o seu desenvolvimento é necessário fazer um estudo de públicos bastante rigoroso e específico, o que normalmente não acontece, uma vez que se trata de uma ferramenta onde é necessário despende recursos para a sua formalização e análise.

É, no entanto, possível fazer uma avaliação das exposições de forma quantitativa e qualitativa de uma forma sumária, uma vez que é contabilizado o número de visitantes que passaram pelo espaço da exposição e é possível recolher opiniões dos visitantes.

Considerações finais

Em suma, é necessário fazer um esforço para criar exposições pertinentes para os seus visitantes, em que se possa transmitir conhecimento e informação de forma lúdica e descontraída e dar aos seus visitantes ferramentas úteis para a sua aprendizagem e valorização. Um dos pontos chave para o sucesso de uma exposição é criar um espaço em que se desperte a curiosidade e a imaginação do público, bem como estimular o seu desejo de aprender, ao mesmo tempo que desfruta de momentos de lazer.



Figura 4 Exposição SARDINHA na sua primeira aparição, na Antiga Escola EB1 do Bairro dos Pescadores, Matosinhos © Filipe Couto 2012

Para o sucesso de uma exposição é necessário explorar a vontade do público em descobrir um pouco mais do tema, a promoção da iniciativa e o alargamento das suas funções e atividades, de forma a ir de ao encontro das possibilidades e necessidades dos públicos que a frequenta e, muitas vezes, isso requer ir ao seu encontro *in loco* e ao alargamento ou redefinição dos horários das entidades culturais.

Como pudemos ver, a realização de uma exposição revela-se um processo de constante aprendizagem e de metamorfose, em que as tarefas desempenhadas para a sua criação são múltiplas e que resultam num complexo sistema de conceção e interpretação, desenho e organização, comunicação, apresentação e representação, transmitidas através dos objetos expostos e da sua disposição.

Novas perspetivas e paradigmas são necessários para as exposições e para o seu planeamento e execução, uma vez que se tratam do melhor canal de comunicação entre instituições museológicas e os seus visitantes. É através de uma exposição que o museu se dá a conhecer. Ela é a base da sua vida e de todos os seus serviços, bem como um recurso precioso.

Referências bibliográficas

- Almeida, António Manuel Passos. 2006-2007. *Contributos ao Estado da Museologia Portuguesa no Século XIX*, Faculdade de Letras da Universidade do Porto, Departamento de Ciências e Técnicas do Património, Porto.
- Burcaw, G. Ellis. 1997. *Introduction to Museum Work*. California: AltaMira Press.
- Dean, David. 1994. *Museum Exhibition: Theory and Practice*. Londres: Routledge.
- Fernández, Luis Alonso e Fernández, Isabel García 1999. *Diseño de Exposiciones: Concepto, Instalación y Montaje*. Madrid: Alianza Editorial.
- Maure, Marc. 1996. “La Nouvelle Muséologie – Qu’Est-Ce-Qe C’est?” in Schärer, Martin R. (ed.) *Museum and Community II*, Icofom Study Series 25, Vevey, Suíça, Alimentaryum Food Museum, p. 127-132.
- Mensch, P. Van. 1991. “The Language of Exhibitions” in Martin R. Scharer (ed.) Icofom Study Series, Vevey, Suíça, p. 11-13.
- Pearce, Susan. 1995. *On Collecting: An Investigation Into Collecting in the European Tradition*. Londres: Routledge.
- Rico, Juan Carlos. 1999. *Museos. Arquitectura. Arte: los Espacios Expositivos*. Espanha: Sílex Ediciones.
- Roldão, Victor Sequeira. 2000. *Gestão de Projectos, Uma perspectiva Integrada*. Lisboa: Monitor, 1.º edição.
- Semedo, Alice. 2004. “Da Invenção do Museu Público: Tecnologias e Contextos” in *Revista da Faculdade de Letras da Universidade do Porto*. Porto: Departamento de Ciências e Técnicas do Património, I Série volume III, p. 128-136.