



Design e Museologia em diálogo com a História: perspectivas para a atuação interdisciplinar em tempos de crise

GUSTAVO COSSIO*

Resumo: O objetivo deste artigo é apontar as possibilidades de interface entre os campos do design e da museologia, com ênfase na relação com a história. Com base em uma revisão de literatura, os apontamentos iniciais do estudo demonstram que a ação interdisciplinar entre design e museologia ocorre em via de mão dupla. O designer atua no âmbito da comunicação das instituições culturais, no projeto de exposições e no apoio às atividades educativas do museu, e também como mediador na interação entre a comunidade e o patrimônio cultural. Já a museologia do design oportuniza um espaço de formação e crítica para o pensamento projetual, pois ao desvelar a informação manipulada no desenvolvimento de artefatos instrumentais e semióticos, o museu amplia seus fins educativos ao diversificar o seu olhar para a cultura material e visual.

Palavras-chave: design e cultura; museologia do design; história do design.

1. INTRODUÇÃO

A proposta deste trabalho reside em apontar caminhos para a articulação entre os campos do design e da museologia, com ênfase no diálogo com o campo da história. Destaca-se o caráter estratégico dessa intersecção, frente à complexidade do cenário contemporâneo de crise ética, que se reflete em um modelo de desigualdade, com a riqueza em meio à pobreza, o uso indiscriminado da tecnologia, o consumismo e sua bagagem obrigatória de degradação ambiental, entre tantos paradoxos. Assim, interessa elucidar as possibilidades de aproximação entre design e museologia em uma abordagem social, com base em uma revisão bibliográfica.

Para tanto, inicialmente é traçado um breve panorama sobre a compreensão do museu e do fato museal, considerando a inserção do designer no âmbito das instituições culturais, à luz do referencial teórico de Cury (2006), Huyssen (1994), Lake-Hammond e Waite (2010) e Pehlivanides (2005). Ao partir da premissa que musealização é “o conjunto de procedimentos que viabiliza a comunicação de objetos interpretados (resultado de pesquisa), para olhares interpretantes (público), no âmbito das instituições museológicas” (BRUNO, 1996, p.17), compreende-se a atuação do designer no âmbito da comunicação museológica, no projeto de exposições e no apoio às atividades educativas do museu, e também como mediador na interação entre a comunidade e o patrimônio.

* Mestre em Design (Universidade Federal do Rio Grande do Sul – UFRGS); Professor; Instituto Federal de Santa Catarina – IFSC; dsgcossio@gmail.com.

Por outro lado, também como possibilidade de interface entre estes saberes, se enseja o debate sobre o processo de musealização do design. De modo a compreender a relevância do museu de design, ressalta-se que esta é uma atividade criativa cujo propósito é estabelecer as qualidades multifacetadas de objetos, processos, serviços e seus sistemas de ciclos de vida. Design é o fator central da humanização inovadora das tecnologias e fator crucial das trocas econômicas e culturais (ICSID, 2000). Conforme Bonsiepe (2011) e Margolin (2014), o designer contribui para o bem-estar social ao projetar produtos materiais e imateriais que solucionam problemas humanos. Nesse aspecto, Bonsiepe (2011, p. 21) ressalta que humanismo projetual é “o exercício das capacidades projetuais para interpretar as necessidades de grupos sociais e elaborar propostas viáveis, emancipatórias, em forma de artefatos instrumentais e artefatos semióticos”.

Portanto, indica-se a necessidade do aprofundamento teórico-metodológico sobre as suas especificidades, de acordo com o postulado dos curadores especializados Antonelli (2006) e Sudjic (2010). Ressalta-se que este trabalho não almeja, e tampouco considera factível, esgotar a reflexão sobre as possibilidades da atuação interdisciplinar entre design e museologia. Com efeito, espera-se apontar caminhos para essa interface, bem como lançar questionamentos pertinentes para a pesquisa científica e o desenvolvimento de projeto.

2. PERCURSOS TEÓRICOS

Primeiramente, a fundamentação teórica do trabalho aponta as possibilidades da atuação do designer no âmbito dos museus e instituições culturais. Em seguida, o texto indica as perspectivas para a museologia do design a partir do entendimento da complexificação do papel do designer na contemporaneidade, bem como algumas especificidades da curadoria e exposições neste enfoque.

2.1 O design nos museus e instituições culturais

O chamado processo de desenvolvimento de uma cultura não se mede somente pelo progresso e pelo enriquecimento econômico, mas por um conjunto mais amplo e sutil de valores [...] Aos fatores econômicos privilegiados até bem pouco foram acrescentados os fatores sociais e, já agora, a compreensão do todo cultural. O Desenho Industrial surge naturalmente como uma disciplina capaz de se responsabilizar por uma parte significativa deste processo. - Aloisio Magalhães, 1973.

Novas especializações no campo do design surgiram, no decorrer do século XX, em resposta às mudanças culturais e econômicas que aconteceram na sociedade. Mais especificamente, o design visual, que se ocupa em mediar a informação – em textos, imagens e símbolos - desdobrou-se em vários caminhos. Entre os diferentes fluxos, o design de exposição, que busca organizar material e visualmente o espaço físico, com o objetivo de estabelecer uma relação dialética entre o conhecimento que o público já tem sobre o tema em pauta e o novo conhecimento que a exposição propõe (CURY, 2006).

Segundo Lorenc, Skolnick & Berger (2010), ao visitarmos um museu, galeria ou centro cultural, interagimos com o espaço organizado, o que se dá pela mensagem expressa através do projeto de design, manifestando-se nos aspectos comunicacionais da exposição. A conjunção dos aspectos comunicacionais do design com o ambiente construído resulta no espaço comunicante. Entendemos que o designer pode estabelecer essas relações entre o público e o objeto exposto, ao ocupar-se de atividades que possibilitam a interação. A disposição espacial dos elementos, a luminotécnica, a cor, a ambientação funcionam como recursos de uma qualidade semântica¹ (GONÇALVES, 2004).

Acrescentamos que, ciente dos objetivos da exposição, o designer articula tecnologia, arquitetura e comunicação, ao planejar o espaço de modo a propor uma ambientação. Pode, ademais, contribuir com o desenvolvimento de sistemas de interação humano-computador, vídeos e *websites*. No que se refere ao design gráfico, o profissional ocupa-se da identidade visual da exposição, que se estende da marca aos catálogos e ao material promocional, como *press kits*, *folders* e cartazes. Além disso, planeja material instrucional, de modo a apresentar informações sobre os objetos.

No entanto, o designer não é um projetista responsável apenas por desenvolver o material gráfico de comunicação da exposição. Vale mencionar o que postulam Lake-Hammond e Waite (2010): o designer tem deixado de ser um técnico subordinado para participar ativamente de todas as etapas do processo da exposição contemporânea – do conceito à construção. Sobre o papel do designer na concepção, montagem e avaliação de exposições, recuperamos o pensamento de Cury (2006, p. 113):

a concretização de uma exposição está depositada na capacidade do designer e/ou arquiteto de lidar com o espaço e com a forma [...] Sem o designer ou arquiteto, a exposição não sai das idéias. É ele que materializa os valores embutidos no

¹ Segundo a autora, no sentido de atuar sobre a dimensão dos significados.

enunciado central e no seu desenvolvimento conceitual. É ele também que dá valor ao espaço e torna a experiência do público possível, a experiência sensorial, interativa e criativa.

A respeito dos agentes profissionais envolvidos na exposição, Cury (2006, p. 37) afirma que devem responder às indagações: “como as pessoas aprendem, o quê e como estamos ensinando e, ainda, quais são as melhores estratégias expográficas de comunicação”. Nesse sentido, Huyssen (1994) defende a formação transdisciplinar da equipe responsável pela exposição: a integração entre pesquisadores, educadores, designers e museólogos.

Vale ressaltar que “o *designer* ou arquiteto é parceiro inseparável do museólogo” e que “cabe ao par a perfeita harmonia entre o conteúdo e forma da exposição” (CURY, 2006, p. 113). Além disso, Cury (2006, p. 114) discorre sobre o papel do educador: esse profissional “conhece as melhores estratégias e conhece bem as reações do visitante diante de determinadas situações expográficas [...] sabe como o espaço pode interferir na interpretação”. A autora observa que o educador, o designer e o museólogo são importantes para a construção da experiência do público, ao ponto de denominar o trio “a célula museológica” no que tange à exposição. Ainda de acordo com Cury (2006, p. 114), “a eficácia da exposição depende muito, mas não exclusivamente, da perfeita interação entre esses três profissionais”. Especialmente, no caso das exposições e museus históricos, faz-se necessário incluir a figura do historiador na equipe interdisciplinar responsável pelas atividades das instituições culturais.

Lake-Hammond e Waite (2010) ponderam que o curador continua responsável pela coleção e pela pesquisa de conteúdo. Por isso, a principal tarefa do designer na museografia, devido às suas habilidades de interpretação, é assegurar que o público acesse e interaja para, a partir daí, construir as suas próprias interpretações considerando a mensagem da exposição. A participação do designer possibilita uma ampliação no que se refere ao processo criativo de pesquisa, necessário para a produção de exposições inovadoras. Ainda de acordo com Lake-Hammond e Waite (2010) e Huyssen (1994), abandona-se a ideia do curador como único detentor de determinado conhecimento especializado, pois se insere em uma atividade que, no contemporâneo, configura esforço colaborativo entre curadores, museólogos, designers, arquitetos, educadores, técnicos e, de modo ascendente, o público.

Em conformidade com Cury (2006), a principal forma de comunicação em museus é a exposição ou, ainda, a mais específica, pois é na exposição que o público tem a oportunidade

de acesso à poesia das coisas. Para a autora “é na exposição que se potencializa a *relação profunda entre o Homem e o Objeto* no cenário institucionalizado (a instituição) e no cenário expositivo (a exposição propriamente)” (CURY, 2006 p. 34). Por outro lado, pondera que a exposição é a ponta do *iceberg* que é o processo de musealização, é a parte que, visualmente, manifesta-se para o público e a grande possibilidade de experiência poética por meio do patrimônio cultural. É, ainda, a grande chance dos museus de se apresentarem para a sociedade e afirmarem a sua missão institucional (CURY, 2006).

Pehlivanides (2005) afirma que a sucessão de experiências, no que se refere às exposições educativas, constitui a interface potencial com o destinatário. O autor denomina “abordagens interpretativas multimodais” as interações do tipo “mista” (formada por suportes analógicos e digitais), que relacionam possibilidades variadas de interação, as quais permitem customizar e estimular processos encontrados também em espaços sociais do cotidiano, que podem receber a denominação de “pós-ambiente cultural uniforme” (PEHLIVANIDES, 2005). Portanto, os aspectos cognitivos e atitudinais em design de exposição são determinantes para o cumprimento das intenções de mostras que vislumbram a educação do visitante numa imersão de forte caráter comunicacional-simbólico-identitário.

O autor apresenta a modelagem de um processo que chama de Design de Sistemas de Informação Cultural, cuja manifestação mais evidente está no design de exposição contemporâneo. A abordagem interdisciplinar para o desenvolvimento do sistema é representada graficamente na figura 1. De acordo com o autor, o nível (*a - conhecimento*) consiste em modelos teóricos e método científico para analisar e organizar a informação cultural – o papel da museologia. O nível (*b - mecanismos*) consiste em modelos teóricos, método científico e práticas para aplicar o conhecimento levantado pelo nível (*a*), em sistemas de gerenciamento – papel da informática. Já o nível (*c - expressões*) reúne modelos teóricos e método científico para expressar o tópico em negociação com o público, a partir de modelos de representação – papel do design. O resultado dessa colaboração é o nível (*d*), ou seja, a geração dos mais variados tipos de interface de usuário.

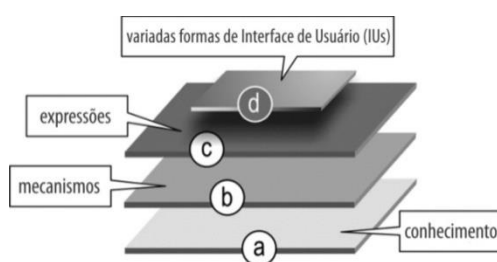


Figura 1 - Representação esquemática dos fatores envolvidos no processo de produção de Sistemas de Informação Cultural. Adaptado de Pehlivanides (2005).

Pehlivanides (2006) conceitua o *Sistema de Informação Cultural* considerando-o como ferramenta interpretativa na qual as várias especialidades envolvidas elaboram a informação a ser negociada por meio de diferentes interfaces de usuário, sendo o design de exposição contemporâneo o seu exemplo ideal de representação. No seu desenvolvimento, a atuação dos profissionais resulta em práticas de representação cultural, sendo que cada prática gera uma plataforma de interação, na qual diversas Interfaces de Usuário (IUs) são criadas. A interpretação multimodal ocorre via sensorial, onde (1), (2), (3), (4) e (5) são, respectivamente, visão, audição, tato, olfato e paladar. Por sua vez, a *Fronteira de Interconexão* consiste no conjunto de interfaces de cada prática de representação, que estimula a extensão da ideia original:

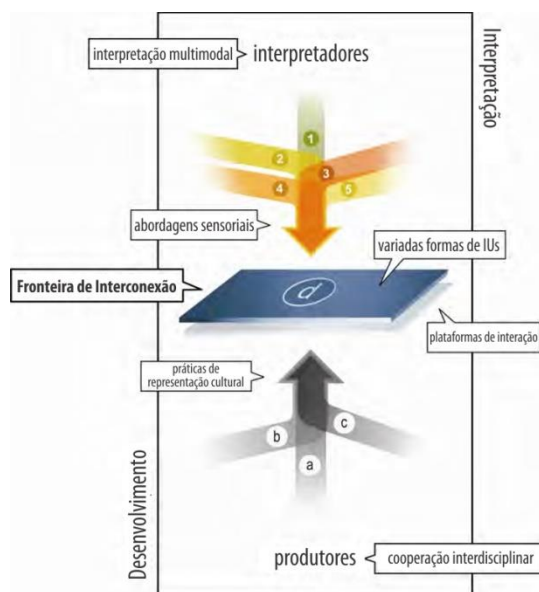


Figura 2 – Parametrização do Sistema de Informação Cultural. Adaptado de Pehlivanides (2005).

Segundo Pehlivanides (2005), o *produto*, o *interpretador*, o *produtor* e a *mídia* tendem a trocar de significado e papel, até mesmo entre eles. Portanto, no “dicionário” da equipe de design, termos como *naturalidade*, *experimentação* e *experiência* passam a substituir aqueles de *disciplina*, *limitação* e *uso pré-determinado*. Dada a evolução do projeto de interface, através da “invisibilidade” dos sistemas computacionais, o teórico argumenta que a inserção da tecnologia da informação em exposições educativas extrapola a denominada Interação

Humano-Computador (IHC), enquanto a Interação Humano-Informação Cultural (IHIC), aparece no cenário de atuação do designer.

2.2 Caminhos para a museologia do design

Ao realizarmos este breve panorama dos museus de design, vale destacar a relevância do Design Museum, localizado em Londres, Inglaterra. Em sua apresentação, a instituição menciona:

No Design Museum acreditamos que sem um design melhor, adequada utilização dos escassos recursos e mais inovação, o futuro não vai funcionar. Vemos o design como parte integrante de todos os aspectos da vida: uma maneira de compreender o mundo ao nosso redor, e torná-lo um lugar melhor para viver².

A instituição contabiliza, ao longo de sua trajetória, que perpassa três décadas, ter recebido cerca de cinco milhões de visitantes – entre eles, 400 mil crianças em grupos escolares. Já realizou mais de uma centena de exposições e, além de estruturar um programa de ações educativas, a sua coleção representa uma amostra significativa do design contemporâneo, entre móveis e peças gráficas.

Sobre o papel do museu de design, Antonelli (2006), curadora de exposições do departamento de Arquitetura e Design do Museu de Arte Moderna de Nova York – MoMA afirma:

o design ainda é totalmente subestimado. Os museus são uma oportunidade real para o design ganhar, eu não diria, mais respeito, mas, pelo menos, para levar as pessoas a fazerem uma pausa. Museus são lugares onde você deveria mudar a velocidade. O visitante pode ir mais rápido ou mais lento. E no caso do design no MoMA, meu objetivo é que os visitantes façam uma pausa (ANTONELLI, 2006, p. 86, tradução livre do autor).

Em relação às aproximações e diferenças entre o museu de arte e o museu de design, Sudjic (2010), diretor do Design Museum, em Londres, afirma que quando começou a colecionar design, nos anos 1930, o Museu de Arte Moderna de Nova York adotou uma perspectiva de que “design e arte não eram a mesma coisa, mas colecionando design, o MoMA estava resolvido a conferir mais status ao design como categoria. Para tanto, achava que precisava apresentar design como se fosse arte” (SUDJIC, 2010, p. 169). Em sua crítica, o

² Extraído de <<http://designmuseum.org>> em 3 de mar. de 2017. Tradução livre do autor.

teórico assevera que na abertura do MoMA em 1929, o então diretor Alfred Barr admitiu alguns objetos produzidos em massa e os deixou postados em frente à galeria de Picasso e Braque, pois

o critério de seleção do museu se baseava antes no visual das coisas do que no que podiam fazer. Hélices, rolamentos e ferramentas de máquina, até uma carroceria Cisitalia de liga metálica trabalhada à mão, desenhada por Pininfarina, e, mais tarde, um helicóptero, foram admitidos nos interiores imaculadamente brancos do museu. Mas só se fingissem não ser design de todo [...] um rolamento autoalinhante de aço cromado ser colocado no mesmo contexto de um quadro de Fernand Léger, representando um rolamento, foi legendar a peça como se fosse uma pintura. Não havia nada mais do que o anúncio inexpressivo da data, meio e nome para distrair os visitantes de sua contemplação reverente dessas relíquias sagradas. Nada sobre a finalidade desse objeto inegavelmente belo, nem sobre sua composição, podia ser incluído. Na verdade, nos registros do museu, Sven Wingquist, o engenheiro que fundou a Svenska Kullagerfabriken, que fez o rolamento, é mencionado, mesmo hoje, como o “artista” do objeto. Em seus textos escritos e nas técnicas de exibição que usa para design e arquitetura, o MoMA sempre adotou o mesmo tom inescrutável que reserva à arte (SUDJIC, 2010, p. 172).

Por sua vez, Antonelli (2006) discorre sobre o desafio de ser curadora de exposições de design em um museu de arte moderna:

80% do meu público está lá para ver Matisse e Picasso. Eles tropeçam na minha exposição, e eu tenho que manter-los lá. Depois de olhar pinturas e esculturas, é estranho para eles olhar para caiaques e chaise longues [...] mas devido ao ótimo espaço do museu, e se a exposição for concebida e instalada de maneira inteligente, as pessoas a consideram “tempo bem empregado” (ANTONELLI, 2006, p. 87, tradução livre do autor).

Para a profissional, o desafio em uma curadoria de design é o fato de a exposição necessitar ser sempre mais atrativa que mostras de pinturas e esculturas. Ao mesmo tempo, Antonelli (2006) reflete que deve-se certificar em manter a dignidade e a seriedade que a instituição exige. Segundo Sudjic (2010), o contexto e o processo são essenciais. O autor exemplifica que

precisamos saber por quanto tempo uma máquina de escrever esteve em produção e quanto custou, para entendê-la plenamente. Precisamos ver as plantas detalhadas, a propaganda, as ferramentas de produção e a embalagem para ter uma noção de sua importância. Saber como Jackson Pollock fazia seus quadros gotejados por certo é importante. Mas não é uma pré-condição essencial para se emocionar com a arte dele (SUDJIC, 2010, p. 173).

Ao corroborar a questão, Antonelli (2006) cita a necessidade de evitar o efeito *feira comercial*:

...você deve ser capaz de contextualizar seus objetos [...] então enquadrar as coisas é crucial. Porém, certifique-se que o contexto não é um contexto de compras [...] O que eu normalmente faço é criar uma cenografia surpreendente, para que as pessoas possam distinguir entre um museu e uma feira de negócios ou uma loja comum (ANTONELLI, 2006, p. 87, tradução livre do autor).

Em algumas exposições, os visitantes podem utilizar os objetos: “a primeira vez que vi isso foi no Design Museum, em Londres, que tinha e ainda tem uma pequena coleção que é prioritariamente educativa. Tem todas essas cadeiras famosas para os visitantes sentarem, e eu achei isso fantástico” (ANTONELLI, 2006, p. 90, tradução livre do autor). Em suma, a curadora de exposições de design do MoMA ressalta que não houve mudanças significativas no modo de apresentar a informação. As poucas exposições que apresentaram objetos por meio de recursos visuais não foram bem sucedidas, ou seja, a materialidade dos objetos é um requisito.

A respeito de uma reunião e da divulgação de informações sobre museus de design em quatro continentes, mencionamos o Design Museum Blog³, disponível para acesso desde 2007, atualmente lista 19 instituições na Europa, 12 nas Américas e oito na Ásia (e Oceania). Curiosamente, não inclui o Museu da Casa Brasileira – MCB, em São Paulo, Brasil, e tampouco o Museu do Design e da Moda – MUDE, em Lisboa, Portugal⁴ e o Bauhaus Archiv *museum für gestaltung berlin*, na Alemanha⁵. Assim, verificamos que são poucas as instituições museológicas dedicadas ao design. Em âmbito nacional, é reconhecida a importância da atuação do Museu da Casa Brasileira – MCB, que se apresenta como uma instituição que

se dedica às questões da cultura material da casa brasileira. É o único do país especializado em design e arquitetura, tendo se tornado uma referência nacional e internacional nesses temas. Conhecido pela localização privilegiada, uma mansão da década de 40 quase no cruzamento das avenidas Faria Lima e Cidade Jardim, o MCB é um verdadeiro oásis entre os prédios da região com seu jardim de mais de 6 mil metros quadrados. O MCB é uma instituição do Governo do Estado de São Paulo e da Secretaria de Estado da Cultura. Atualmente é administrado pela Organização Social ‘A Casa - Museu de Arte e Artefatos brasileiros’⁶.

Idealizado pelo então secretário da Fazenda do Estado de São Paulo, Luis Arrobas Martins, o inicialmente denominado Museu do Mobiliário Artístico e Histórico Brasileiro foi fundado pelo governador Roberto Costa de Abreu Sodré, em 1970. O seu primeiro diretor foi

³ <<http://designmuseums.blogspot.com>> Acesso em 3 de mar. de 2017.

⁴ <<http://www.mude.pt>> Acesso em 3 de mar. de 2017.

⁵ <<http://www.bauhaus.de>> Acesso em 3 de mar. de 2017.

⁶ Extraído de <<http://www.mcb.org.br>> em 7 de mar. de 2017.

o historiador Ernani Silva Bruno, sendo sua a proposta de mudança do nome para o atual, endossada pelo conselho do museu – que, na época, contava com nomes como Sérgio Buarque de Holanda (MCB, 2002).

Em novembro do mesmo ano, a Fundação Padre Anchieta passou o uso do Solar Fábio Prado, na Avenida Brigadeiro Faria Lima, para o governo do estado, que tinha em vista instalar, ali, o museu recém-criado. Após cinco anos em sua primeira sede, num sobrado da Alameda Nothmann, e uma reforma no Solar, o museu começou plenamente suas atividades em 1976. Mesmo antes do novo endereço, o seu Conselho Diretor executou um trabalho incessante na busca por mobiliário e demais peças que pudessem compor o cenário da casa brasileira, delineando, assim, o perfil sociológico e histórico do museu (MCB, 2002).



Figura 3 – Sede do MCB na Av. Brigadeiro Faria Lima, em São Paulo. Fonte: Banco de imagens do autor.

A sua coleção permanente conta com exemplares do mobiliário dos séculos XVII ao XXI e reforça, em sua agenda cultural, a vocação para as áreas de arquitetura e design por meio da multiplicação de exposições temporárias e de um programa diversificado de debates, palestras, cursos, oficinas e lançamentos de livros. Desde 1986, realiza, anualmente, o Prêmio Design Museu da Casa Brasileira, a mais longa e tradicional premiação da categoria no país, que chegou a sua 25ª edição em 2011. O MCB desenvolve também ações que propiciam a formação de novos públicos através de seu núcleo educativo que, além do atendimento ao público espontâneo, promove regularmente visitas agendadas voltadas ao público escolar (do ensino infantil ao superior) e público em geral. Entre outras instituições museológicas no Brasil com ações em design, destacam-se o Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro – MAM/RJ⁷; e o Museu Oscar Niemeyer – MON, em Curitiba.

⁷ Ressalta-se que o MAM-RJ possui um histórico de iniciativas voltadas à difusão do design no Brasil, que remontam à realização das bienais de desenho industrial, em 1968, 1970 e 1972.

Segundo Huyssen (1994), a volta das tradições locais e o resíduo de culturas ancestrais, o privilégio da não-sincronicidade e da heterogeneidade, justificam o desejo de preservar como um meio de se emprestar uma aura histórica para objetos que poderiam ser condenados ao esquecimento ou que se tornaram obsoletos. De acordo com o teórico, “tudo isso pode realmente ser interpretado como uma reação à altíssima velocidade da modernização, como uma tentativa de se libertar do espaço vazio do cotidiano e reivindicar um sentido de tempo e memória” (HUYSEN, 1994, p. 52).

Nesse sentido, é possível estabelecer um nexos com as mostras históricas de design, ao considerarmos sua contribuição para o estudo da história da atividade. Salienta-se que, abordar aspectos da história do design no Brasil, em especial no contexto regional, é uma tarefa espinhosa, em que pese a escassez de referências bibliográficas e a proximidade temporal dos fatos. Cabe mencionar que, além de seguir a tradição oral,

a história do design no Brasil é muito recente e, portanto, não dispõe de versões serenas, que só se alcançam com o distanciamento que o tempo permite: as controvérsias são ainda por demais vivazes, seus protagonistas por vezes enciumados, há inúmeros interesses em jogo que, não raro, se sobrepõem a fatos (BOMFIM, 2004 In COUTO, 2008, p. 83).

A curadora de design Adélia Borges (2010) corrobora que a história do design brasileiro só recentemente começou a ser escrita. Por ocasião da Bienal Brasileira de Design 2010, a especialista elucidou a contribuição da exposição para a memória da atividade, ao afirmar que “se o foco principal de uma Bienal é o presente, ela pode voltar seu olhar para o passado, visando trazer à luz, rememorar e compartilhar legados que nos ajudam a compreender em que ponto estamos e, assim, gestar melhor o futuro” (BORGES, 2010, p. 45).

Se considerarmos que boa parte do público desse tipo de exposição é constituída por estudantes e designers, as mostras históricas podem contribuir para uma identidade profissional. É possível inferir uma relação positiva entre a formação de designers e as mostras históricas do design, uma vez que ao se deparar com o conhecimento de designers pioneiros, os estudantes têm uma valiosa oportunidade de identificação.

3. DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

A respeito da inserção da atividade projetual em museus e instituições culturais, a revisão de literatura, de modo geral, pontua o novo papel do designer de exposição e a sua contribuição para a interpretação no ambiente do museu, cada vez mais centrado no público. Conforme o postulado de Lake-Hammond e Waite (2010), a transformação do design, a partir de um foco exclusivamente em objetos e símbolos para ordens mais complexas de interação e de sistemas, valida a atuação do designer junto aos problemas de comunicação do museu. Nesse sentido, apresentamos as perspectivas para a atuação do designer em museus e instituições culturais, conforme o quadro 1:

- | |
|---|
| <ul style="list-style-type: none">a) Comunicação museológica (promoção das atividades e gestão da marca);b) O departamento de design em museus e instituições culturais (funcionamento e relação com demais setores);c) Design de Exposição (projeto de mostras permanentes e temporárias);d) Ação educativa (elaboração de material didático);e) O papel de mediador entre a comunidade e o patrimônio cultural. |
|---|

Quadro 1 – Perspectivas para a atuação do designer em museus e instituições culturais.

Com base nesses apontamentos preliminares, formulamos as seguintes perguntas de pesquisa no âmbito da atividade do designer em museus e instituições culturais:

- | |
|---|
| <ul style="list-style-type: none">1. Como o fazer projetual do designer pode contribuir com os objetivos dos museus e instituições culturais?2. Como o designer se articula com os demais atores da teoria e da prática museológica?3. Quais as competências do designer no papel de mediador entre a comunidade e seu patrimônio histórico e cultural? |
|---|

Quadro 2 – Caminhos para a pesquisa em design no contexto dos museus e do patrimônio.

Acerca da exposição e do museu de design, o destinatário tem o seu nível de consciência ampliada a respeito dos objetos passíveis de fabricação com os quais se relaciona no cotidiano, em um ambiente planejado exclusivamente para a socialização do conhecimento. Essa ideia consolida o propósito social da museologia do design (COSSIO, 2011). Assim, elencamos as perspectivas para o estudo do processo de musealização do design no quadro 3:

- | |
|--|
| <ul style="list-style-type: none">a) A curadoria de design (pesquisa e processo de musealização);b) A exposição de design (projeto, narrativas, representações e significados);c) A ação educativa no museu de design; |
|--|

d) Estudos de público em exposições e museus de design.

Quadro 3 – Perspectivas para a museologia do design.

Com base nesses apontamentos preliminares, formulamos as seguintes perguntas para a pesquisa na museologia do design:

1. Como a museologia contribui para o estudo da história do design? Como a história do design constitui estudos sobre a memória da atividade no âmbito dos museus e instituições culturais?
2. Em mostras de trabalhos discentes, como a exposição constitui uma possibilidade de reflexão para o ensino do design? E para a história do ensino do design?
3. Quais as especificidades da curadoria de design? Quais os procedimentos para a musealização do design?
4. Quais as representações e os significados em debate nas exposições de design?
5. Como o museu contribui para uma aceção sobre a função social do design?

Quadro 4 – Caminhos para a pesquisa na museologia do design.

Com base no referencial teórico dos curadores especializados Antonelli (2009), Sudjic (2010) e Borges (2010), compreende-se que a especificidade da musealização do design está em proporcionar uma leitura diferenciada sobre os produtos industriais, além de reposicionar o designer. Ao articular um todo coerente, comunica-se a informação manipulada no projeto e desenvolvimento de produtos.

Em nosso trabalho, entendemos o museu e a exposição como um fenômeno de complexa visualidade que, enquanto produto da cultura visual, também constitui mídia que “desvela o design” – conforme o pensamento de Moura⁸ (2005). Nesse caso, no entanto, o *usuário*⁹ assume outro papel, que se configura na tomada de consciência a partir dos significados que elabora ao *experimental* a exposição, a qual, como meio de comunicação, constitui o que Cury (2006) denomina um espaço de educação informal. Cabe ao designer, através de metodologias participativas com os demais atores, elaborar as melhores estratégias para oportunizar ao visitante uma experiência significativa.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os museus novos devem abrir suas portas, deixar entrar o ar puro, a luz nova. Entre passado e presente não há solução de continuidade. É necessário entrosar a vida

⁸ Para a autora, o processo de projetar produtos é também *desvelamento*.

⁹ No contexto da exposição educativa, optamos pelas expressões ‘público’ ou ‘visitante’, e ‘destinatário’ ou ‘interpretador’ – em design.

moderna, infelizmente melancólica e distraída por toda espécie de pesadelos, na grande e nobre corrente da arte – Lina Bo Bardi, 1999.

Sobre a inserção do design no âmbito dos museus na contemporaneidade, compreende-se que as exposições evoluíram para narrativas experienciais diversas, projetadas para atrair e engajar o interpretador. Assim, a principal preocupação do designer de exposição é a relação entre o conteúdo e os visitantes. Em outras palavras, o designer é o profissional responsável pela ponte entre o conhecimento e o público, devido a sua visão, à competência técnica e à capacidade de comunicação para atrair e engajar o visitante. Conhecer os limites e as possibilidades deste cenário permite aos designers de exposição alcançar resultados mais qualificados e com maior significado para o seu trabalho.

Já no âmbito da museologia do design, vale citar que ao conceber o design comprometido com questões sociais, econômicas e ambientais, essas exposições extrapolam o automatismo do consumidor, pois contribuem para ampliar o nível de consciência acerca de nossos hábitos e estilos de vida. Notadamente, a justificativa para a musealização do design encontra respaldo nas necessidades reais do momento contemporâneo, no qual a reforma social, econômica e ambiental estão na ordem do dia. Como exemplificou o Design Museum, em seu enunciado, os museus de design têm a sua atuação voltada para iniciativas que corroboram este papel. Portanto, ao considerarmos que ainda são poucas as instituições museológicas orientadas ao design, emerge a necessidade de pensarmos sobre esses museus e a sua potencial contribuição para a socialização do conhecimento e da prática do design.

Em suma, vale ressaltar que se os museus e as exposições são valiosos para o processo civilizatório, devemos congregiar esforços para a inserção do design no plano museológico. Por um lado, esse reconhecimento perpassa a parceria entre designers, museólogos, historiadores e educadores para responder aos problemas de linguagem e comunicação das instituições, nas suas exposições e ações educativas. Por outro viés, no que se refere às perspectivas para a museologia do design em uma abordagem social, compreende-se o design como manifestação da cultura, e que tanto a atividade projetual quanto a museologia possuem um papel preponderante para o bem-estar coletivo. Em tempos de crise, a intersecção entre design e museologia deve atuar na direção de uma democracia real – que só ocorrerá se não apagarmos a história – em um projeto comum, que oportunize a reflexão sobre estratégias para a construção de uma sociedade mais equânime.

REFERÊNCIAS

- ANTONELLI, P. *Design and Architecture*: Paola Antonelli interviewed by Bennett Simpson. In: MARINCOLA, P. (org.) What makes a great exhibition? Philadelphia Exhibitions Initiative, 2006.
- BARDI, L. B. *Museu de Arte de São Paulo*: Lina Bo Bardi 1957-1968. São Paulo: Instituto Lina Bo e P. M. Bardi, 1999.
- BONSIEPE, G. *Design, cultura e sociedade*. São Paulo: Blucher, 2011.
- BORGES, A. A celebração do melhor momento do design brasileiro. In: *III Bienal Brasileira de Design*. BORGES, A. (Org.) vol 1, 1ª. ed., Curitiba: Centro de Design Paraná, 2010.
- BRUNO, M. C. O. Museologia e comunicação. In: *Cadernos de Sociomuseologia*. Lisboa: ULHT, 1996.
- COSSIO, G. *Design de Exposição de Design* – três estudos sobre critérios projetuais para comunicação com o público. Dissertação de Mestrado. Programa de Pós-graduação em Design da Universidade Federal do Rio Grande do Sul – PGDesign/UFRGS. 204f. 2011.
- CURY, M. X. *Exposição - Conceção, Montagem e Avaliação*. 1ª ed. São Paulo: Annablume, 2006.
- GONÇALVES, L. R. R. *Entre cenografias*: o museu e a exposição de arte no século XX. São Paulo: EDUSP, 2004.
- HUYSEN, A. Escapando da amnésia: o museu como cultura de massa. *Revista do Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional*. Rio de Janeiro, n. 23, p. 34-57, 1994.
- ICSID. *Definition of Industrial Design*. Extraído de: <<http://wdo.org/>> Acesso em 10 de mar. 2017.
- LAKE-HAMMOND, A.; WAITE, N. Exhibition design: bridging the knowledge gap. *The Design Journal*. v. 13, n. 1. Berg Publishers, 2010.
- LORENC, J., SKOLNICK, L., BERGER, C. *What is exhibition design?* Hove: Rotovision, 2010.
- MAGALHÃES, A. O que o desenho industrial pode fazer pelo país? Por uma nova conceituação e uma ética do desenho industrial no Brasil. *Revista Arcos Design*. Vol. 1, nº único. Rio de Janeiro: PPDESDI/UERJ, 1998.
- MARGOLIN, V. *A Política do Artificial*: ensaios e estudos sobre design. Rio de Janeiro, RJ: Civilização Brasileira, 2014.

MOURA, C. O desígnio do design. In: *Anais do 4º Congresso da Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação - 4º SOPCOM*. Aveiro: 2005.

MUSEU DA CASA BRASILEIRA. *O Museu da Casa Brasileira*. São Paulo: Banco Safra, 2002.

NIEMEYER, L. *Design no Brasil: origens e instalação*. Rio de Janeiro: 2AB, 1998.

PEHLIVANIDES, G. Parameters of User Interface Design for Cultural Information Systems: an interdisciplinary approach. *Proceedings of the Internacional Cultural Heritage Informatics Meeting - ICHIM05*. Paris, 2005.

SUDIJC, D. *A linguagem das coisas*. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2010.