

V COLÓQUIO DE PESQUISA EM DESIGN E ARTES

5, 6 e 7 de novembro 2025

Discursos Invisíveis

Design Expográfico no Museu de Ciência, Inovação e Tecnologia da UFSM

Design Expográfico, User Experience, Museologia, Arte.

Cristina Landerdahl; Universidade Federal de Santa Maria; Santa Maria, Rio Grande do Sul, Brasil;
cristinalanderdahl@gmail.com;

Kevenn Werney Keller; Universidade Federal de Santa Maria; Santa Maria, Rio Grande do Sul, Brasil;
kevennkeller18@outlook.com.

1. Introdução

Segundo Renata Figueiredo (2012), o museu contemporâneo é uma instituição de pesquisa e um espaço de comunicação. O designer expográfico, nesse contexto, promove o diálogo entre público e espaço, organizando cada elemento visual para construir uma narrativa que corrobore o argumento curatorial. O storytelling, segundo Ellen Lupton (2020), é fundamental. "O design incorpora valores e ilustra ideias. Ele deleita, surpreende e nos leva a agir" (Lupton, 2020, p.11). Vivemos, construímos relações e experienciamos o mundo nesse universo simbólico criado pelo Design.

A partir dessa visão, esta pesquisa desenvolveu uma exposição no Museu de Arte, Ciência e Tecnologia (MACT) da Universidade Federal de Santa Maria. O projeto, que surgiu na disciplina de Design Expográfico, resultou na criação da exposição "Discursos Invisíveis: Persistência de Vozes Anônimas" no segundo semestre de 2024. Foram produzidos todos os elementos gráficos, selecionadas as obras de arte e elaborado o argumento curatorial. O resultado foi uma rota interativa e digital no espaço do MACT.

2. Aporte teórico

Nesta pesquisa, dois conceitos nortearam a prática: a reflexão sobre o papel do designer na expografia e o desenvolvimento de um argumento curatorial que une o Design a áreas como as artes visuais e as ciências humanas.

Para este argumento, analisamos debates históricos e antropológicos sobre cultura, identificando na comunicação um ponto de conexão entre Arte e Design. A comunicação, segundo Lupton (2020), Flusser (2007) e McLuhan (2018), é um processo mediado por elementos simbólicos e materiais. Hall (1997) complementa que os significados são construídos por meio de práticas discursivas que moldam nossa percepção.

Formas, símbolos e signos agem como mediadores culturais. Santaella (1985) ressalta que a informação nos chega por meios físicos, como cabos e ondas, preenchendo a realidade com conteúdos que moldam discursos e subjetividades. Foucault (1997) chamou esses discursos internalizados de regimes de verdade, enunciados incontestáveis que precisam ser questionados para compreendermos suas origens e efeitos.

Diante disso, é essencial analisar os signos visuais que sustentam essas narrativas — como imagens, cores e símbolos. A proposta de reconfigurá-los, alterando seu sentido, mas mantendo a forma, dialoga com Aby Warburg (2010), que via nos objetos culturais uma memória visual passível de ressignificação. As artes, hoje, oferecem caminhos para esse questionamento, incentivando uma percepção crítica da realidade social.

3. Metodologia

O desenvolvimento de exposições, independentemente de sua tipologia, exige o cumprimento de etapas e procedimentos metodológicos rigorosos para garantir a qualidade do projeto e o alcance dos objetivos. A metodologia adotada neste trabalho foi estruturada em três níveis: geral, específica para o Design e particular para o desenho expográfico.

A abordagem geral foi fundamentada em autores como Mike Baxter (2000) e Lígia Sampaio de Medeiros (2010), que veem o projeto como um processo criativo e sistemático. Essa perspectiva integra o projeto a outras fases, como produção e promoção, e inclui a identificação de problemas, análise de soluções, geração de alternativas, definição da proposta, execução e avaliação de resultados. O produto é compreendido como a materialização planejada de um artefato, ambiente ou sistema.

No âmbito específico do design de produto, a metodologia baseou-se em autores como Gomes (2010), Löbach (2001) e Bonsiepe (1984). Eles propõem uma sequência de fases que inclui diagnóstico do problema, pesquisa de referências, geração de propostas, seleção da solução ideal, desenvolvimento executivo e avaliação final. Essa estrutura foi adaptada para organizar o processo criativo da exposição de forma criteriosa e coerente.

Por fim, no campo particular do desenho expográfico, a metodologia seguiu as diretrizes de Marina Xavier Cury (2005). A autora defende que o projeto de uma exposição envolve a integração de variáveis conceituais, espaciais, comunicacionais e materiais. Classificando as exposições em de longa duração, temporárias e itinerantes, este projeto foi enquadrado na categoria de exposições temporárias no Museu de Arte e Tecnologia da UFSM.

Dessa forma, a metodologia aplicada permitiu a elaboração de diversos produtos, mobiliário, materiais gráficos e ambientes, que compõem a narrativa curatorial. A exposição é entendida como um macroprojeto, uma estrutura complexa que reúne diversos microprojetos. A organização horizontal dos grupos de trabalho, característica de um contexto acadêmico, promoveu uma colaboração constante e o desenvolvimento conjunto da proposta, assegurando unidade estética, coerência conceitual e fluidez narrativa.

4. Desenvolvimento & Resultados

A exposição "Discursos Invisíveis" propõe uma reflexão crítica sobre narrativas que, sem autoria definida, moldam nossas experiências diárias e determinam o que é legitimado. A mostra, ancorada nas ciências humanas, explora como certos discursos se tornam normativos, enquanto outros são silenciados. Adotamos o conceito de regimes emocionais de William Reddy (2001), que entende as emoções como dispositivos reguladores com funções políticas e sociais.

A exposição considera os discursos como objetos culturais que revelam estruturas sociais desejosas de permanência. Ao trazer essas narrativas naturalizadas à tona, o projeto convida à ressignificação: manter a forma, mas alterar o sentido, como propôs Aby Warburg ao tratar da apropriação simbólica de elementos culturais.

V COLÓQUIO DE PESQUISA EM DESIGN E ARTES

5, 6 e 7 de novembro 2025

As obras selecionadas, que incluem instalações interativas, performances, fotografias e vídeos, materializam essas reflexões. Elas desafiam o público a questionar: quais imagens, símbolos e cores sustentam a narrativa social? Como reconstruí-las para desafiar hegemonias que moldam o que é considerado belo, verdadeiro e aceitável? A exposição atua como um espaço de ruptura e transformação, onde a arte é um vetor de ressignificação de emoções e discursos. A curadoria articula estética e crítica social para criar um espaço de escuta e revisão simbólica, permitindo ao espectador reconhecer e reinterpretar as vozes que moldam sua vida cotidiana.

A organização espacial da exposição no MACT-UFSM foi estruturada em três núcleos, baseados nas tonalidades das salas. Sala Branca: Introdução e imersão inicial, onde o público entra em contato com os primeiros discursos visuais. Sala Cinza: Zona de transição que simboliza o deslocamento entre a neutralidade e o confronto simbólico. Sala Preta: Imersão crítica e emocional, concentrando os discursos mais densos e controversos.

Essa divisão orienta o fluxo dos visitantes e propõe uma narrativa sensorial e simbólica em três tempos: introdução, questionamento e confronto. As obras selecionadas para a exposição são: En memoria de los pájaros (Gabriela Golder), Odiolândia (Giselle Beiguelman), Circulatory System (Anaisa Franco), Brazil (Santarosa Barreto), Óculos (Lygia Clark), Eu desejo o Seu desejo (Rivane Neuenschwander), Lúmen (Regina Silveira), Bocanada (Graciela Sacco), The Cloud - América del Sur (Leandro Erlich) e The National Pavilion of Then and Now (Haroon Mirza).

V COLÓQUIO DE PESQUISA EM DESIGN E ARTES

5, 6 e 7 de novembro 2025

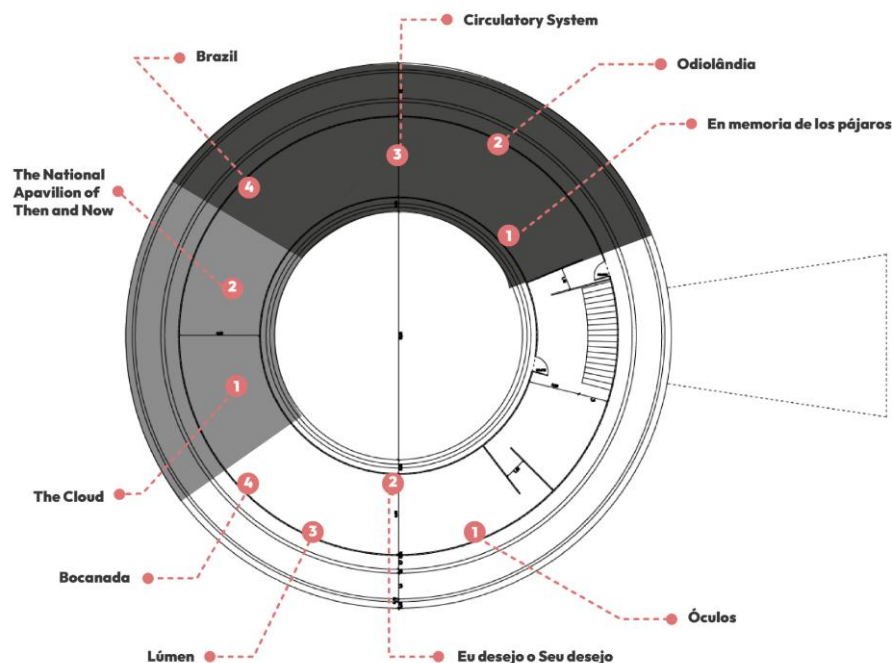


Imagem 1 – Organização espacial das obras no museu, localizado dentro do planetário da Universidade Federal de Santa Maria.
Fonte: autoral.

A identidade visual da exposição foi concebida a partir do conceito de propagação das ondas sonoras que se espalham no espaço, em referência direta à ideia de discursos reverberantes e muitas vezes inaudíveis. A tipografia escolhida foi a Gotham, desenvolvida por Jonathan Hoefler e Tobias Frere-Jones, por ser uma família versátil, com múltiplos pesos e estilos, e por carregar um valor simbólico: foi criada com base em letreiros urbanos da cidade de Nova York, evocando o comum, o reconhecível, o impessoal, qualidades que se alinham ao conceito de discursos invisíveis. As Figuras 2, demonstram as aplicações da identidade visual em um cartaz promocional desenvolvido para comunicar o evento no museu.

V COLÓQUIO DE PESQUISA EM DESIGN E ARTES

5, 6 e 7 de novembro 2025



Imagem 2 – Cartaz promocional para exposição
Fonte: autoral.

A identidade visual da exposição reflete a propagação de ondas sonoras, simbolizando discursos que reverberam. A tipografia Gotham foi escolhida por ser versátil e evocar o cotidiano e o impessoal, alinhando-se ao conceito de "discursos invisíveis". As Figuras 2 e 3 ilustram a aplicação em cartazes promocionais.

A paleta de cores utiliza o Dark Maroon para representar a tradição dos discursos das ciências humanas e da mídia, e o Deep Magenta para simbolizar a criatividade e a subversão dos signos estabelecidos. Esses elementos foram aplicados em diversas peças gráficas, como cartazes, banners e painéis de ambientação, garantindo coesão visual e reforçando a narrativa curatorial.

A simulação tridimensional foi fundamental para planejar o fluxo do público e a disposição das peças, além de guiar decisões técnicas sobre iluminação, sinalização e mobiliário. Isso consolidou o projeto como um organismo integrado.

A exposição "Discursos Invisíveis" articulou teoria, projeto e arte. As metodologias de design de produto e expográfico organizaram os elementos do sistema expositivo, da concepção à materialização. A estrutura metodológica em níveis geral, específico e

particular assegurou unidade estética, coerência conceitual e fluidez narrativa. A colaboração interdisciplinar entre curadoria, design e sinalização foi essencial para o desenvolvimento do projeto.

A curadoria foi bem-sucedida ao apresentar discursos anônimos que moldam afetos e identidades. A divisão cromática do espaço permitiu uma leitura progressiva das obras, culminando em uma experiência sensorial e crítica mais intensa na sala preta.

5. Considerações finais

A construção da exposição Discursos Invisíveis reafirma o potencial do design — especialmente o expográfico — como prática crítica e reflexiva, capaz de dar forma visual, simbólica e espacial a discussões complexas que atravessam os campos da cultura, da política e das emoções. Ao abordar discursos despersonalizados, mas presentes de forma estrutural no cotidiano, o projeto lançou luz sobre as formas pelas quais o poder se manifesta também por meio da linguagem, da repetição simbólica e da afetividade.

O processo de desenvolvimento, baseado em metodologias projetuais, demonstrou-se adequado tanto para a organização técnica quanto poética da exposição. A integração com a disciplina de Sinalização expandiu o escopo da atuação dos estudantes, consolidando uma experiência de ensino-aprendizagem colaborativa.

A exposição não se propôs a oferecer respostas definitivas, mas sim a criar um espaço para o pensamento crítico, para o deslocamento simbólico e para o exercício da escuta — sobretudo daquilo que, embora não enunciado diretamente, constitui o tecido afetivo da vida social. Como resultado, o projeto alcança não apenas seus objetivos pedagógicos e estéticos, mas também contribui para o fortalecimento da prática do design como linguagem que pensa, sente e transforma.

REFERÊNCIAS

BAXTER, Mike. **Projeto de Produto**: Guia prático para o design de novos produtos. São Paulo: Edgard Blücher, 2000.

BONSIEPE, Gui. **Design**: como prática de projeto. São Paulo: Blucher, 2012.

V COLÓQUIO DE PESQUISA EM DESIGN E ARTES

5, 6 e 7 de novembro 2025

CURY, Marília Xavier. **Comunicação museológica**: uma perspectiva teórica e metodológica de recepção. 2005. Tese (Doutorado) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2005.

FLUSSER, Vilém. **O mundo codificado**: por uma filosofia do design e da comunicação; tradução de Raquel Abi-Sámara. São Paulo: Cosac Naify, 2007.

FIGUEIREDO, Renata Dias de Gouvêa de. **A imagem como substituto do patrimônio material**: a fotografia como desvalorização do objeto. ANAIS do 5º Seminário Internacional Museografia e Arquitetura de Museus Fotografia e Memória, 2012.

FOUCAULT, Michel. **A Ordem do Discurso**. 15 ed. Tradução Laura Fraga de A. Sampaio. São Paulo: Loyola, 1996.

GOMES, Luiz Vidal de Negreiros. **Criatividade e design**: um livro de Desenho Industrial para projeto de produto. Porto Alegre: sCHDs, 2011.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 10. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2005.

LÖBACH, Bernd. **Industrial Design**. São Paulo: Blücher, 2001.

LUPTON, Ellen. **O Design como Storytelling**; tradução Mariana Bandarra. Osasco: Gustavo Gili, 2020.

MCLUHAN, Marshall; FIORE, Quentin. **O meio são as mensagens**; tradução de Ivan Pedro de Martins. Rio de Janeiro: Record, 2018.

MEDEIROS, Lúcia Sampaio de. **Ideias, Ideais e Ideação**: para design/desenho industrial. Porto Alegre: Ed. UniRitter, 2010.

REDDY, William. **The Navigation of Feeling**: A framework for the history of emotions. Cambridge University Press, 2004.

SANTAELLA, Lúcia. **O que é a Semiótica**. São Paulo: Editora Brasiliense, 1985.