

**AS CONTRIBUIÇÕES DE RALPH
APPELBAUM PARA A MUSEOGRAFIA
BRASILEIRA**


**RALPH APPELBAUM'S
CONTRIBUTIONS TO BRAZILIAN
MUSEOGRAPHY**

BIANCA MANZON LUPO

**LAS CONTRIBUCIONES DE RALPH
APPELBAUM A LA MUSEOGRAFÍA
BRASILEÑA**

RESUMO

Artigos originais
Bianca Manzoni Lupo*

 <http://orcid.org/0000-0001-7493-8606>

* Universidade de São Paulo (USP), Brasil

DOI: [10.11606/issn.2178-0447.ars.2024.174914](https://doi.org/10.11606/issn.2178-0447.ars.2024.174914)

e-174914

O artigo pretende analisar a extensa colaboração do escritório estadunidense Ralph Appelbaum Associates para a criação de ambientes expositivos no Brasil, com destaque para o Museu da Língua Portuguesa, tendo como base a mobilização dos conceitos de museu narrativo, exposição-*show* e *design* integrador. O estudo será articulado em dois momentos: análise dos projetos de RAA tomados como referências para sua implantação no Brasil – Museu do Holocausto e Newseum – e investigação das principais intervenções de Appelbaum no Brasil, buscando refletir sobre o contexto de formação do espaço expositivo contemporâneo mediado pelas tecnologias da comunicação.

PALAVRAS-CHAVE Museu narrativo; Exposições-*show*; Design integrador; Ralph Appelbaum

ABSTRACT

This article aims to analyze the extensive collaboration of the North American firm Ralph Appelbaum Associates to the creation of environmental exhibitions in Brazil, especially to the Portuguese Language Museum. Based on the concepts of narrative museum, exhibition-*show* and integrative design, the study will be articulated in two moments: analyses of the RAA projects taken as references for their implementation in the Brazilian context (Holocaust Museum and Newseum); and study of the main interventions of Appelbaum in Brazil, in order to reflect on context of creation of contemporary exhibition spaces mediated by communication technologies.

KEYWORDS

Narrative Museum; Exhibition-*show*, Integrative Design, Ralph Appelbaum

RESUMEN

El artículo tiene como objetivo analizar la extensa colaboración de la oficina estadounidense Ralph Appelbaum Associates en la creación de ambientes expositivos en Brasil, destacando el Museu da Língua Portuguesa, basándose en la movilización de los conceptos de museo narrativo, exposición-espectáculo y diseño integrador. El estudio se articulará en dos momentos: análisis de los proyectos de RAA tomados como referencia para su implementación en Brasil, como el Museo del Holocausto y el Newseum, e investigación de las principales intervenciones de Appelbaum en Brasil, buscando reflexionar sobre el contexto de formación del espacio expositivo contemporáneo mediado por las tecnologías de la comunicación.

PALABRAS CLAVE

Museo narrativo; Exposiciones-espectáculo; Diseño integrador; Ralph Appelbaum





INTRODUÇÃO

O conceito de museu narrativo parece fundamental para se compreender recentes experiências incorporadas pela museografia¹ que buscam conferir protagonismo ao visitante, entendido como participante ativo do espaço expositivo (cf. MIGLIORE, 2020). Para tanto, faz-se necessária a criação de experiências espaciais impactantes, capazes de conectar indivíduo, arquitetura e mídia tecnológica. Essa abordagem se associa à perspectiva enunciada pelo *design* integrador, concebido a partir do trabalho complementar entre curador, *designer* museográfico e consultores científicos. Adentram o universo museal experimentações com novos materiais, tecnologias, luz e interatividade – elementos sumários para a criação de narrativas dinâmicas a partir de sequências modulares que permitem um leque de descobertas pelo espectador-ator. Nesse sentido, “uma simples visita ao espaço do museu pode se tornar uma experiência enriquecedora que, ao envolver o visitante numa atmosfera sensorial e intelectual, estimula-o a empreender reflexões posteriores” (MIGLIORE, 2020, p. 272).

A composição de espaços polifônicos contribui para a redefinição do *design* de exposições, de maneira que a cenografia expográfica se torna um elemento de ativação da memória do indivíduo, cujos caminhos são controlados a partir da noção de “*spatial editing*” (MIGLIORE, 2020, p. 283). Esse conceito, transposto do mundo do cinema, situa a narrativa espacial como uma composição de microsequências estruturadas por meio de tempos e ritmos variados. Torna-se fundamental a criação de caminhos possíveis e múltiplos, pensados em função do visitante e que permitam a exploração mais aprofundada de conteúdo a partir da interatividade (cf. CASTIGLIONE apud CRESPI, 2020). O *designer* atua quase como um diretor de cinema, visando conceber uma espécie “diorama multimídia interativo”, produto da integração entre elementos virtuais e físicos no espaço. Os *designers*:

(...) não mais são obrigados a projetar estruturas expositivas, mas a projetar relações entre o espaço e os objetos, entre os objetos e as pessoas, entre as pessoas e o espaço. Eles ainda são responsáveis por criar a sutil direção que deve ir além da antiga história do antigo museu. Devem estar atentos às potenciais qualidades narrativas dos lugares e trabalhar com a construção de uma nova relação entre conteúdo e visitantes, desenvolvendo diferentes interpretações para envolver públicos altamente diversificados em termos de idade e interesses. (MIGLIORE, 2020, p. 270, trad. nossa)

As tecnologias digitais se tornam elementos fundamentais para o desenvolvimento dos interiores museais, dada sua versatilidade para a construção de ambientes expositivos, explorando o uso de recursos multimídia, ambientes imersivos, realidade aumentada, performances e interatividade. Esse novo pensamento do *exhibition-design* emerge da busca pela ampliação e democratização do acesso ao conhecimento. Por outro lado, também se relaciona à promoção de marcas e à fusão entre os espaços comercial e expositivo. Como exemplo, podemos citar o BMW Museum (Munique, 2007), que pretende garantir o máximo envolvimento com o visitante para a integração entre a percepção da marca, da tecnologia e da própria arquitetura.

O escritório museográfico nova-iorquino Ralph Appelbaum Associates (RAA) é mundialmente conhecido pela criação de narrativas museais impactantes e pelo desenvolvimento de projetos “altamente arquitetônicos” (HALL, 2001). Especializado no *design* de museus, atrações turísticas, exposições e ambientes educacionais², Appelbaum tornou-se popular por “criar seu próprio campo de atuação” (McKEE, 2002), caracterizado pelo trabalho interdisciplinar envolvendo arquitetos, cineastas, escultores, historiadores, educadores, tecnólogos, especialistas em mídia e outros profissionais. A perspectiva de trabalho conjunto para

a criação de narrativas espaciais ficou conhecida como *design* integrador. Inaugurado em 1978, o escritório RAA valeu-se da experiência adquirida por Appelbaum durante anos trabalhando com o *designer* industrial Raymond Loewy, criador da garrafa da Coca-Cola e do ônibus Greyhound. Depois, foram abertas outras filiais em Londres, Moscou, Berlim, Pequim e Dubai – o que contribuiu para a difusão internacional da criação de experiências espaciais de imersão capazes de ativar a imaginação e as emoções do indivíduo. Conforme Appelbaum:

Tudo começa com muita pesquisa, colaboração de especialistas, enfim, busca de informação. O que nós fazemos é transformar essa informação em uma narrativa e depois essa narrativa em uma experiência de imersão. A arquitetura e o *design* do museu são fundamentais para provocar essa experiência. Museus modernos, na maioria das vezes, são museus de interpretação, precisam de um contexto, de um entorno. São mais parecidos com uma peça de teatro, com a diferença de que você pode caminhar pelo palco. (APPELBAUM, apud CAVALCANTE, 2016)

O *exhibition designer* Appelbaum cria narrativas com elevada carga de dramaticidade, explorando recursos como o uso de ambientes escurecidos, iluminação teatralizada, efeitos sonoros, projeções audiovisuais, terminais de consulta, interatividade, realidade

aumentada, *vídeo mapping* e *games*. Para Appelbaum, a incorporação de novas linguagens aos espaços expositivos se justifica em função das transformações que acometem os espaços museológicos que priorizam a aproximação de pessoas em detrimento da exposição ou conservação de acervos (cf. SOLOMON, 1999). O seguinte trecho explicita a abordagem global do escritório e a relação estabelecida com as tecnologias da comunicação:

É difícil exagerar o poder da empresa no mundo da exibição internacional de museus. RAA possui grandes escritórios de última geração em Nova Iorque, Londres e Pequim, e constitui o primeiro porto seguro para qualquer museu com um *tópico sensível* a ser desenvolvido e um *orçamento grande*. RAA é uma marca global que projeta *designs* museográficos focados principalmente em questões voltadas para traumas e direitos humanos, e sua estética é profundamente investida no uso de novas tecnologias e exibições interativas (WOOD, 2013, p. 343, trad. nossa, grifo nosso).

A ideia de conceber o museu como um lugar de encontro e experiência adota estratégias para “estender a linguagem da domesticidade” (SOLOMON, 1999), o que justifica a ampla utilização de monitores de televisão, telas *touch screens* e outros *gadgets* comuns no espaço doméstico urbano contemporâneo. Segundo Appelbaum, “o design e a tecnologia ajudam o visitante a se sentir

vivendo o passado. É como se saísse da plateia e entrasse no palco, com a diferença de que aquele espetáculo é real” (APPELBAUM, apud CAVALCANTE, 2016). Sua museografia se contrapõe à concepção moderna de “cubo branco” e também ao pensamento da arquitetura museal como espaço flexível, ordenado a partir da planta livre, no qual os visitantes podem autodeterminar livremente seus percursos e o que desejam ver. Do ponto de vista crítico, entretanto, a excessiva teatralização cenográfica e a criação de “embalagens inteligentes” para exibir acervos pode prejudicar as possibilidades de compreensão de seus valores objetivos, comprometendo a apreciação de suas qualidades estéticas e artísticas.

A criação de narrativas museais multimídia deve ser interpretada num contexto em que a proliferação de museus se deparou, em alguns casos, com dificuldades para o desenvolvimento do colecionismo material. O próprio Appelbaum afirma trabalhar mais frequentemente com museus de história cultural ou social do que museus de arte, menos numerosos nos Estados Unidos (APPELBAUM, apud CYPRIANO, 2001)³. A RAA geralmente cria “museus interpretativos, isto é, museus que ajudam as pessoas a entender a história humana. Didaticamente, a encenação é importante. Esses espaços requerem uma mediação entre os objetos

expostos e os visitantes” (APPELBAUM, apud CYPRIANO, 2001). Mesmo no caso de exibição de acervos, para Appelbaum, “os objetos precisam ser contextualizados. Os museus podem ser sobre coisas maiores do que apenas objetos à vista. As pessoas querem histórias” (SOLOMON, 1999).

O *design* expográfico aproxima-se do espaço cinematográfico, pretendendo emocionar. A partir da criação de roteiros que controlam as sensações do público, a museografia incorpora processos de produção de telenovelas e filmes, nos quais um conjunto de recursos são mobilizados de maneira a convencer o público e suscitar emoções controladas. Appelbaum explora, inclusive, a possibilidade de conversão de objetos cotidianos em acervos, seja para contar histórias de forte gravidade moral – como no Memorial do Holocausto (Washington, 1993) – seja para criar ambientes leves, que mesclam cotidiano e tecnologia – a exemplo do Museu das Notícias (Washington, 1997). Seu trabalho pode ser entendido diante do seguinte contexto:

Numa época em que os museus são administrados como grandes empresas e os gestores se assemelham aos produtores da Broadway, que esperam por *shows* de sucesso, o *design* de exposições passou a desempenhar um papel crucial na venda da cultura. Appelbaum gosta de dizer que sua empresa,

RAA, “produz projetos vinculados a grandes histórias”. Essa é sua estranha descrição de instituições culturais, entre as quais está incluído o National Constitution Center, na Filadélfia, o Hayden Planetarium na cidade de Nova Iorque e o Country Music Hall of Fame, em Nashville. (SOLOMON, 1999)

A combinação entre imersão, dramatização e patrimônio torna-se a tônica das intervenções de RAA, que realizou uma série de projetos sobre memórias traumáticas. Alguns autores apontam para a discussão ética sobre os perigos de um único escritório norte-americano monopolizar a institucionalização de narrativas trágicas ao redor do mundo (cf. WOOD, 2013), sobretudo quando evocam “fantasias culturais” que cristalizam a construção da ficção museológica. Outro aspecto problemático é a potencialidade de um discurso museal espetacularizado sufocar o pensamento crítico, tendendo a apresentar versões unilaterais e persuasivas dos temas abordados pelos museus. Wood (2013) indica a necessidade de se refletir sobre o que não foi mostrado pelas telas *touch screen* ou pelos *shows* de luzes.

Apesar dos aspectos críticos mencionados, o museu-narrativo vem sendo amplamente aplicado ao espaço expositivo brasileiro a partir da contratação do escritório RAA pela Rede Globo/Fundação Roberto Marinho (FRM). As colaborações de Appelbaum no Brasil

compõem um significativo conjunto de ações, incluindo o Memorial do Rio Grande do Sul, a exposição “50 anos de TV e +”, o Museu do Futebol no Estádio do Maracanã (não executado), o Museu da Língua Portuguesa e do Museu do Amanhã. Nem todos os projetos foram realizados integralmente por Appelbaum, sendo frequente a prática de consultorias ou sua contratação apenas para as etapas iniciais de projetos, posteriormente desenvolvidos por arquitetos e *designers* brasileiros.

Apesar dessa extensa colaboração e do intercâmbio realizado com profissionais locais, resultando em impactos significativos para a museografia brasileira, esse assunto tem sido raramente estudado no âmbito acadêmico – razão pela qual se justifica o artigo então proposto. Buscaremos investigar os principais temas desenvolvidos por Appelbaum – museu-narrativo, exposição-*show* e *design* integrador – a partir de duas chaves de interpretação: análise das principais intervenções internacionais que mobilizaram o interesse pela contratação de Appelbaum e suas contribuições para o pensamento da museografia brasileira.

AS REFERÊNCIAS INTERNACIONAIS: OS MUSEUS NARRATIVOS NOS EUA

Os museus estadunidenses coexistem com milhares de centros de aprendizagem, visitação e *displays* corporativos, relacionando-se intensamente com a criação de espaços cinematográficos e interativos. O *design* de exposições se nutre das experiências das feiras mundiais, exercendo comumente a função de vender produtos nacionais e corporativos. Como referência, podemos citar o trabalho de James Gardner, oficial do exército britânico que passou a se dedicar ao *exhibition design*. Sua primeira exposição, “Britain can make it”, no Victoria and Albert Museum (Londres, 1946), foi criada para “levantar o ânimo de uma nação prejudicada pela guerra” (HALL, 2001, trad. nossa); embora seu projeto mais conhecido seja o Evolution Technological Museum (Eindhoven 1966), centro de ciências interativo financiado pela empresa Philips (HALL, 2001). Já nos Estados Unidos, tornaram-se conhecidos os projetos de Charles e Ray Eames para a criação de exposições encomendadas pela IBM na década de 1960. Desde os anos 1970, também Edwin Schlossberg vem desenvolvendo experiências de criação de ambientes interativos, no âmbito de sua própria empresa, tais como o Sony Wonder Technology Lab (1993).

Empresas relacionadas aos setores de informática e eletrônica vêm atuando como importantes agentes para o desenvolvimento de exposições interativas, voltadas para a exibição e venda de seus produtos. Segundo Hall (2001), a entrada de *designers* comercialmente treinados no âmbito dos museus, porém, ocorreu de maneira conflituosa devido às diferentes perspectivas evocadas em relação aos curadores. Como pontua o *designer* Scott Guerin, “existem curadores que querem colocar suas teses nas paredes, e você tem que tirar isso” (GUERIN, apud HALL, 2001, p. 4, trad. nossa). Outros profissionais, entretanto, preferem enfatizar as possibilidades abertas pelo *educatainment*. Segundo Robert Checci, “queremos educar, não entreter. Os curadores devem trabalhar bem com os designers” (CHECCI, apud HALL, 2001, p. 4, trad. nossa). Para Schlossberg, “se o seu objetivo é vender produtos, melhor contratar uma agência de publicidade” (SCHLOSSBERG, apud HALL, 2001, p. 4, trad. nossa).

No entanto, as fronteiras entre os objetivos de educar e vender possuem limites tênues diante da fusão entre fatos históricos e parques de diversões. Como exemplo, pode-se citar o Kalamazzo Air Zoo and Science Museum (Michigan, 2003). Em sua exposição, desenhada pelo escritório nova-iorquino DMCD, existe uma

“montanha-russa para os visitantes voarem ao redor da coleção de aviões de guerra e um bombardeio simulado da 2ª Guerra Mundial, no qual eles têm 50% de chance de serem derrubados” (HALL, 2001, p. 4). Outro projeto do escritório é o Centro de Ciências localizado na base da Petronas Twin Towersi (Kuala Lumpur, Malásia), que objetiva educar visitantes sobre a perfuração do petróleo “por meio de dioramas, jogos e um passeio de helicóptero simulado sobre uma plataforma de petróleo” (HALL, 2001, p. 4). Nesses casos, vê-se que a educação se associa à difusão do nacionalismo expansionista norte-americano ou à venda de produtos.

O trabalho de Appelbaum pode ser interpretado nesse contexto, sendo que sua obra é composta principalmente por intervenções voltadas à memória cívica, como o National World War Museum (Missouri, 2006)⁴. Também são frequentes temas empresariais, como no IBM 100: think (Nova Iorque, 2011) (cf. HALL, 2001). A museologia da ciência é outra importante área de atuação do escritório, como mostram os seguintes casos: Fossil Halls e Hall of Biodiversity/American Museum of Natural History (Nova Iorque, 1996-98), National Museum of Prehistory (Taiwan, 2002) e Rose Center for Earth and Space (Nova Iorque, 2000). Esse último caso tornou-se famoso devido ao grande espetáculo de abertura inserido

no planetário esférico que marca o início do percurso. Durante o *show*, o visitante é recebido pela voz de Tom Hanks, conhecida estrela de Hollywood, que o convida a pensar sobre o universo científico.

Segundo o *designer*, o engajamento do visitante deve ser obtido antes mesmo da entrada no museu. Os momentos iniciais são fundamentais para garantir o interesse pela narrativa, assim como ocorre no cinema. Por essa razão, seus percursos são geralmente iniciados por um filme ou espetáculo introdutório. Outra questão importante são os fluxos de deslocamento nos museus, que enfrentam o desafio de “manter as pessoas em movimento, sem perder a atenção” (HALL, 2001, p. 2). Dada a densidade emocional das trajetórias propostas, as narrativas podem terminar num espaço aberto, voltado à reflexão e descompressão. Analisaremos, a seguir, os projetos do Museu do Holocausto e do Newseum (Museu de Notícias), ambos situados em Washington, com o objetivo de compreender melhor as referências que suscitaram o interesse pela atuação do escritório RAA no contexto brasileiro.

MUSEU MEMORIAL DO HOLOCAUSTO (WASHINGTON, 1993)

O Museu Memorial do Holocausto pode ser considerado um divisor de águas na carreira de Appelbaum, que tornou o escritório

mundialmente conhecido. O Museu enfrentou o desafio de rememorar um genocídio trágico, ocorrido na Europa, em um espaço criado nos Estados Unidos, incorporando o olhar norte-americano sobre o evento com o objetivo de garantir que aqueles crimes não aconteceriam novamente. A narrativa museal se fundamentou “no preâmbulo da Constituição dos Estados” (APPELBAUM, apud VANDECARR, 2012). Interpretar esse tópico sensível é “ainda mais complicado quando o evento ocorreu em outro país, em outro tempo, e sem estruturas para preservar no local onde o evento está sendo representado” (VENNO, 2005, p. 33). O grande número de museus e memoriais dedicados ao Holocausto nos Estados Unidos demonstra um fenômeno crescente do final do século XX: o interesse turístico pela morte, pelo desastre e pela atrocidade, também chamados de “atrações fatais” (LENNON & FOLEY, 2000, p. 3).

O edifício, projetado pelo arquiteto James Ingo Freed, contém áreas destinadas às exposições principal e temporárias, espaços de memória, biblioteca, arquivos, centro de aprendizagem, salas de aula e terminais interativos. A arquitetura pode ser considerada um fator sumário para potencializar a conexão emocional do visitante com o espaço, de maneira que “o edifício fornece mais do que um envelope neutro para a história que será contada. O edifício convoca

à interpretação” (VENNO, 2005, p. 33, trad. nossa). A narrativa se estrutura como uma peça de teatro em três atos: o primeiro piso abrange o *Hall of Witness*; o segundo, o *Hall of Learning*; e o terceiro, *Hall of Remembrance*. Os três pavimentos são integrados pela *Tower of Faces* (CROCKER, 1994), elemento vertical que exhibe fotos das cerca de quatro mil vítimas do massacre de Ejskyski (Lituânia, 1941).

O projeto arquitetônico pretende suscitar a imersão do visitante, usando “materiais e iluminação para evocar a sensação de estar num campo de concentração” (VENNO, 2005, p. 40), de maneira que a linguagem do edifício apresenta formas duras que interpretam “imagens de confinamento, observação, atrocidade e negação” (MUSCHAMP, 1993, apud VENNO, 2005, p. 32, trad. nossa). Sugerindo a confusão e desorientação experimentadas pelas vítimas do nazismo quando levadas para os campos de extermínio, o percurso interno do Museu não possui rotas claras e tem poucas opções de parada, causando desconforto físico e emocional ao indivíduo.

A experiência começa com a entrega de um cartão de identificação aos visitantes, que descreve vivências de pessoas vitimizadas (cf. UNITED STATES HOLOCAUST MUSEUM), pretendendo contar a grande narrativa do Holocausto a partir das histórias individuais. A encenação museal parte da subida por

um elevador, em que se ouve uma voz eletrônica de um soldado americano que ajudou a libertar prisioneiros dizendo: “*You can’t imagine it. Things like it don’t happen*” (DERNIE, 2006). E, então, a porta se abre, dando início a um percurso controlado que deve ser seguido linear, controlada e progressivamente.

O controle museográfico e a circulação dirigida induzem o visitante ao confronto com objetos e imagens “que poderiam ser ignorados em outros museus” (LINTENHAL, apud VENNO, 2005, p. 47, trad. nossa). A relação entre coleção material e arquitetura “cria uma poderosa experiência interpretativa” (FARR, apud McKEE, 2002, p. 62). O percurso é completado pela presença de terminais de computador, permitindo o acesso a conteúdos veiculados pela mídia da época. Há teatros que exibem filmes sobre o Holocausto e salas contendo entrevistas realizadas com sobreviventes. Ao final, o *Hall of Remembrance* se configura como espaço de reflexão e dispersão.

De acordo com McKee (2002), a ideia de um *design-show* para abordar o tema do Holocausto não foi aceita com unanimidade ao longo do processo. O diretor fundador, Shaike Winberg, dizia que “o design não ia liderar a exposição” (FARR, apud McKEE, 2002, p. 62). Segundo Farr, Appelbaum teria se sentido prejudicado porque o projeto de arquitetura foi realizado antes da museografia,

contrariando as perspectivas do *design* integrador. Freed, porém, “queria que seu prédio fosse o memorial, o que é, e não queria que uma exposição o confundisse” (FARR, apud McKEE, 2002). Apesar da disputa, a integração entre os projetos alcançou o objetivo de personalizar a experiência do Holocausto, de modo que o visitante assume o lugar de vítima do Nazismo. Segundo Appelbaum:

É claro que é impossível transmitir a experiência de um prisioneiro de um campo de concentração. Mas podemos aproximar o visitante de tudo o que aconteceu. Viajamos para Auschwitz com o desafio de transportar essa experiência no tempo e no espaço, trazendo evidências do que aconteceu. Fotografias, sapatos dos prisioneiros e o ambiente físico do museu ajudam nessa imersão. Tive o cuidado de não retratar o Holocausto apenas do ponto de vista das vítimas ou dos Nazistas, mas de um terceiro participante do crime: a testemunha que viu tudo passivamente. (APPELBAUM, apud CAVALCANTE, 2016)

Foi realizada uma ampla campanha para solicitar a doação de coleções – incluindo documentos, cartas, brinquedos, diários, roupas e fotografias. O acervo coletado chegou a reunir dez mil itens relacionados à memória do Holocausto. Alguns objetos foram trazidos de Auschwitz, a exemplo de uniformes usados por soldados, beliches, trilhos do trem de Treblinka, uma seção

do quartel de Auschwitz, um barco de resgate dinamarquês e um vagão usado para transportar vítimas para os campos de concentração (cf. SOLOMON, 1999). Em exibição, existe uma acumulação desordenada de sapatos recolhidos de vitimizados, além de uma réplica de câmara de gás.

A visita ao Museu do Holocausto, de acordo com Venno (2005), pode ser considerada um poderoso instrumento para incentivar a reflexão. Porém, Migliore (2020) aponta para “a sobreposição imprudente de aparatos que estimulam as emoções sob a bandeira da empatia”. A exposição torna-se uma experiência dolorosa e até mesmo aterrorizante, razão pela qual não é recomendada para crianças menores de 11 anos. Embora Appelbaum tenha se preocupado com a necessidade de estabelecer um ponto de equilíbrio, permitindo “que as pessoas olhassem para a face do mal sem que houvesse uma consciência tão forte que as incapacitasse de absorver um levantamento de evidências” (APPELBAUM, apud DERNIE, 2006, p. 29), Colepicolo (2004) aponta que “é comum encontrar pessoas chorando na saída”.

A inserção de objetos museológicos como argumentos para a dramatização da narrativa pode ser problemática. Durante a pesquisa realizada para o projeto, a equipe de Appelbaum encontrou,

em Auschwitz, uma sala repleta de cabelos humanos que eram cortados na ocasião da chegada dos vitimizados. A equipe perguntou se poderia usar esses cabelos para a construção de um ambiente no Museu. Os sobreviventes judeus envolvidos na criação do Museu, porém, manifestaram-se contra a inclusão dos cabelos humanos na exposição. Segundo o *designer*, “eles acharam que eu estava indo longe demais” (APPELBAUM, apud VANDECARR, 2012). Por isso, optou-se por fotografar a sala na qual o cabelo estava armazenado e exibir uma ampliação dessa imagem.

Outra questão controversa foi a introdução de um vagão de trem usado para transportar prisioneiros aos campos de extermínio para carregar visitantes dentro do museu. Inicialmente, o percurso previa que todos seriam obrigados a passar pelo vagão. No entanto, uma das vítimas sobreviventes, participante da equipe de concepção do museu, afirmou que não queria passar pelo vagão por se tratar de uma experiência demasiado dolorosa e ponderou que deveria haver um caminho alternativo. Devido à sua intervenção, foi criado um desvio opcional para o percurso.

Os episódios acima descritos envolvem os problemas da fusão entre museu e parque temático para a construção de narrativas museais, dado o compromisso institucional com a veracidade,

autenticidade, ética e com o respeito aos direitos humanos. Nesses casos, a participação da comunidade judaica para a concepção do museu foi fundamental para nortear as ações museográficas. Embora a postura adotada pelo *website* do Museu seja claramente contrária ao genocídio e antissemitismo, uma abordagem museográfica dessa natureza pode acabar transmitido certo entusiasmo em vivenciar as “emoções” do Holocausto, uma vez que obviamente o visitante sabe que não corre perigo de vida. O visitante é alçado a uma posição de “semi-Deus”, como se exercesse uma certa vigilância sobre as vítimas (cf. WOOD, 2013), o que pode prejudicar a abordagem crítica sobre o problema tratado.

MUSEU DAS NOTÍCIAS/ NEWSEUM (WASHINGTON, 1997)

O Newseum foi criado a partir de iniciativa do Freedom Forum, fundação norte-americana integrada por conglomerados de mídia que trabalha em prol da liberdade de imprensa. Seu idealizador, o fundador do jornal *USA Today*, Al Neuhart, pretendia conceber um “local totalmente interativo que, ao abordar o tema da liberdade do indivíduo, levaria o visitante a ser ‘contaminado’ pelo jornalismo” (TESSLER, 2019). A iniciativa foi pensada como um enfrentamento ao descrédito do jornalismo nos Estados Unidos.⁵

O discurso do museu também se fundamenta na Constituição, citando 45 palavras da “Primeira Emenda” sobre a liberdade de imprensa em sua fachada.

Projetado pelo arquiteto James Stewart Polshek, o museu se situa numa zona nobre de Washington, entre a Casa Branca e o Capitólio. A localização estratégica permite a tessitura de uma narrativa simbólica que aproxima, visualmente, os ideais de “imprensa livre” e “governo democrático”. A fachada incorpora uma grande tela de televisão. O programa arquitetônico inclui dois estúdios de TV “totalmente operacionais, com suítes de edição e salas de controle” (cf. RALPH APPELBAUM ASSOCIATES); além de teatro, centro de conferências, praça de alimentação, restaurante, lojas e escritórios administrativos, espaços para receber *workshops* e salas de aula para programas escolares (cf. PAGANO, 1997); constituindo-se como um híbrido entre museu, *shopping center*, escola e estúdio de gravação.

A coleção exposta pelo Newseum é composta por notícias, impressões, fotografias e outros objetos relacionados à memória das notícias; além de amplo acervo audiovisual, incluindo 27 horas de vídeo, estações interativas, teatros de alta definição e galerias distribuídas ao longo do edifício de sete andares. A narrativa pretende

responder a cinco perguntas fundamentais sobre o universo do jornalismo: “*who, what, where, when, and why*” (HOLDEN, 1998, p. 2), a partir das seguintes áreas: Muro de Berlim, exibindo oito seções do muro; Galeria dos Vencedores do Prêmio Pulitzer, com fotografias; Galeria *News History*, dedicada às notícias impressas; *News Wall*, parede gigante que exhibe monitores de televisão em tempo real e *displays* interativos para imbuir o visitante de valores éticos.

Para Holden (1998, p. 3), “o Newseum é uma mistura da experiência coletiva dos americanos”. A exibição de clipes, episódios históricos da televisão, transmissões de rádio e jornais impressos busca conscientizar o público sobre as pressões e responsabilidades do trabalho jornalístico. O museu propõe uma série de jogos interativos, nos quais o visitante pode brincar de editor-chefe, presidir uma reunião com editores da redação do jornal, competir pela primeira página, assumir o papel de âncora de televisão, fazer um boletim meteorológico, ler notícias de um *teleprompter* e decidir quais temas merecem cobertura jornalística. O percurso inclui o Memorial dos Jornalistas, homenageando profissionais mortos “no cumprimento do dever” (HOLDEN, 1998, p. 3). Conforme Appelbaum, o Newseum foi um projeto desafiador devido à dificuldade de criar um museu que demandaria atualização de conteúdos em tempo real.

Segundo Ourossoff (2008), a arquitetura do museu incentiva a aceleração do fluxo massivo, ao contrário de estimular a contemplação paciente e a análise das informações. Para ele, “se o edifício revela algo sobre o estado do jornalismo hoje, transmite as ansiedades do setor sobre o tempo de atenção cada vez menor do americano médio” (OUROUSSOFF, 2008). Sua arquitetura apresenta excessiva literalidade, ao evocar a forma de uma televisão, constituindo um “*outdoor* de alta tecnologia” (OUROUSSOFF, 2008). Aponta, ainda, para uma abordagem doutrinária da história enfatizada pela museografia. Para o autor, o efeito obtido causa surpresa, embora aluda ao nacionalismo como política externa de maneira agressiva. O Newseum foi fechado em 2019, sobretudo em função da perda de interesse dos investidores e pelo fato que a venda de ingressos não gerava renda suficiente para manter o museu em funcionamento.⁶ Na ocasião do fechamento, o museu enfrentava problemas de manutenção e desatualização de conteúdos.

AS EXPERIÊNCIAS DE APPELBAUM NO BRASIL

O museu-narrativo se associa ao chamado *edutainment boom*, desenvolvido por uma nova geração de “designers de exposições,

visionários e pragmáticos, com inteligência tecnológica e mentalidade teatral que se especializam em dar vida a objetos, ideias e até filosofias corporativas. Sua eminência neste tema é Ralph Appelbaum” (HALL, 2001). A abordagem do *edutainment* – ou *educatainment*, em sua versão abrigada – pode ser considerada um dos motivos pelos quais a Rede Globo/FRM se interessou por Appelbaum (cf. FINGUERUT & SUKMAN, 2008), especialmente pelo Memorial do Holocausto e pelo Newseum. Como vimos, ambos os casos propunham a criação de narrativas persuasivas voltadas para o *design* multimídia.

O Museu do Holocausto foi um dos principais projetos de Appelbaum, tornando-o mundialmente conhecido. Por sua vez, o Newseum propôs a relação potencial entre museus e conglomerados de mídia, que podem ter interessado a Rede Globo em processo de internacionalização (cf. CAMPOS, 2012). A introdução de Appelbaum no Brasil esteve relacionada às iniciativas da FRM que visam à criação de museus educativos, promovendo uma nova “tipologia de museus trazida para o Brasil pela FRM, de forma que o caso inaugural foi o Museu da Língua Portuguesa. São museus que privilegiam a narrativa e a criação de experiências”.⁷ Apesar de o MLP ter sido a mais conhecida intervenção de Appelbaum no Brasil,

sua colaboração se estendeu por vários outros projetos expositivos. A seguir, discorreremos sobre esse conjunto de intervenções.

MEMORIAL E ARQUIVO HISTÓRICO DE PORTO ALEGRE (1998-00)

A primeira colaboração de RAA no Brasil foi a consultoria para o Memorial e Arquivo Histórico de Porto Alegre (cf. FILHO, 2010), a convite da FRM. O projeto propunha a restauração do edifício histórico dos Correios e Telégrafos, encarregada aos arquitetos Ceres Storchi e Nico Rocha, para convertê-lo em Memorial. Em relação a outras obras do *designer*, essa foi uma intervenção discreta e com orçamento restrito. O percurso expositivo se desenvolve em torno da parede periférica do edifício, com a criação de uma linha do tempo que aborda os principais elementos da cultura e das tradições gaúchas. Existe a mobilização da interatividade manual, sendo que os visitantes podem abrir gavetas, nas quais se encontram fac-símiles de documentos históricos. O projeto incluía, também, um auditório e quatro salas de vídeo, além de aproveitar as colunas do saguão para a montagem de miniexposições temporárias.

EXPOSIÇÃO 50 ANOS DE TV E + (SÃO PAULO, 2001)

A segunda colaboração de Appelbaum no Brasil foi a criação da mostra “50 anos de TV e +” (cf. MATTOS, 2001), no edifício da Oca, no Parque do Ibirapuera (São Paulo, 2001), estabelecida a partir de parceria entre a Rede Globo e a Associação Brasil + 500, criada por Edemar Cid Ferreira para realizar exposições articuladas à celebração dos 500 anos do Brasil. Segundo o curador Marcello Dantas, diretor de TV e cinema, a mostra seria “a primeira exposição do planeta 100% virtual” (DANTAS, apud AGÊNCIA ESTADO, 2000) e, também, a primeira exibição de um filme em HDTV hemisférico do mundo. Dantas esclarece que a exposição “não é um parque temático, nem uma instalação. Será apenas um grande espetáculo. É uma nova museografia” (DANTAS, apud AGÊNCIA ESTADO, 2000).

Nessa mostra, a televisão foi mobilizada como elemento fundamental da cultura brasileira. Para seu desenvolvimento, foram realizadas diversas reuniões entre Marcello Dantas e Ralph Appelbaum em Nova Iorque. Conforme o *designer*, “uma coisa que percebemos ao prepará-la foi constatar quão poderosa é a televisão no Brasil, com história e tradição. Não é necessário nem sequer entender português para ficar completamente envolvido pelas novelas ou pelo esporte” (APPELBAUM, apud AGÊNCIA ESTADO,

2000). Segundo Appelbaum, a mostra “não terá monitoria, não tenho o intuito de educar. Não sou e não quero ser acadêmico. Quero apenas contar a emoção da mídia” (APPELBAUM, apud AGÊNCIA ESTADO, 2000).

Para essa exposição, realizou-se a produção de extenso material audiovisual, incluindo a colaboração de artistas da videoarte e do cinema brasileiros. Nesse sentido, a contribuição dos acervos Globo constituiu-se como importante fonte de informações (cf. CROITOR, 2000). No exterior da Oca, como estratégia de engajamento do visitante, foi criado um tubo de imagem de televisão (cf. TOGNONI, 2000). O subsolo dedicou-se à história da televisão brasileira, sendo acessado por meio de um corredor sinuoso ambientado com luz-negra, mesclando a transmissão de eventos amplamente veiculados pela mídia, como a morte do piloto Ayrton Senna. Imagens representando personalidades importantes da televisão brasileira⁸, em tamanho real, foram projetadas nos pilares de sustentação do edifício. Nesse local, foi criada a “Arena Viva”, espaço circular para a apresentação de depoimentos de artistas, jornalistas, telespectadores ou internautas.

No térreo, além da exibição de documentários sobre a televisão em telões, as janelas da Oca foram convertidas em telas

para a transmissão de canais internacionais ao vivo. Bem no centro do edifício, criou-se a “Torre de Babel”, formada a partir do empilhamento de aparelhos de televisão dos mais variados tipos e tamanhos. No primeiro andar, a instalação “Emoção coletiva” trazia imensas imagens de fatos marcantes da televisão. O domo do edifício, porém, guardava o ápice do percurso: a projeção gigantesca de um filme dirigido por Gringo Cardia, que podia ser assistido a partir de poltronas reclináveis dotadas de alto-falantes individuais, com vislumbres de possíveis futuros da mídia. A imersão do visitante chegou até aos ambientes sanitários, por meio da transformação dos espelhos de banheiro em telas ao vivo que transmitiriam a imagem de quem estivesse se olhando por meio de câmeras instaladas nas pias.

MUSEU MUNDIAL DO FUTEBOL NO MARACANÃ
(RIO DE JANEIRO, 2000)

O movimento gerado pela reativação do interesse sobre a identidade nacional visando à sua inserção no contexto global, por ocasião das celebrações dos 500 anos do Brasil, em certa medida coincidia com os projetos de construção da memória empreendidos por Appelbaum. Conforme Rafael Greca, então Ministro de Esporte e Turismo e presidente do Comitê Brasil 500 Anos, pretendia-se

construir “marcos nacionais do 5º Centenário do Descobrimento em outras regiões [além de Porto Seguro], sempre para estimular a cultura, o turismo e o desenvolvimento sustentado. No Rio, o Museu do Futebol” (GRECA, 2000). Não estava claro o escopo desse projeto, apenas que seria um “Museu Mundial do Futebol no Maracanã” (LEME, 1999). Appelbaum chegou a acertar com o governo do Rio a realização de um projeto para o *design* de um Museu do Futebol no Maracanã, tendo inclusive visitado a cidade em fevereiro de 2000 por ocasião do projeto (cf. O GLOBO, 2000). Porém, essa proposta acabou sendo abandonada devido aos altos custos envolvidos (cf. RANGEL, 2002). Anos depois, Appelbaum retomou o tema do futebol brasileiro na exposição temporária “Brazil 2014”, em exibição no Fifa World Football Museum (Zurique, 2016) (cf. CREATIVE POOL, 2016).

Posteriormente, a FRM deu continuidade ao projeto do Museu do Futebol, implantado sob as arquibancadas do Estádio do Pacaembu (São Paulo, 2005-2008). Segundo o arquiteto Mauro Munhoz, apesar da realização de estudos para instalar o museu “no Estádio do Maracanã, no Rio de Janeiro; considerou-se que a cidade de São Paulo possuía melhores condições institucionais para a instalação do museu” (MUNHOZ, 2015). O projeto expográfico

foi realizado por Daniela Thomas e Felipe Tassara. É possível perceber claro diálogo entre as soluções projetuais adotadas pelos profissionais brasileiros e os conceitos de Appelbaum, incluindo a noção de *design integrador*. Conforme narra Tassara, “não houve predomínio de curadoria, arquitetura ou cenografia. Tudo foi projetado em conjunto. A reunião multidisciplinar foi muito enriquecedora” (TASSARA, 2018). Para o curador Leonel Kaz, “não houve predominância da curadoria ao projeto de arquitetura ou de cenografia, foi concebido tudo junto” (KAZ, 2014).

No Museu do Futebol, o visitante percorre um esquema de circulação dirigida que incorpora a noção de *spatial editing*. A solução expográfica adotada para o Grande Hall lembra a *Tower of Faces*. Em Anjos Barrocos, há projeções em tamanho natural de jogadores de futebol consagrados. A Sala da Exaltação cria amplo espetáculo audiovisual, com projeções no avesso das arquibancadas. Ao final, há uma série de jogos interativos, nos quais o visitante assume o papel de jogador de futebol. A narrativa museal busca entender o futebol como elemento de identificação nacional no século XX, desenvolvendo a ideia de que “há uma bola na bandeira do Brasil” (KAZ, 2014, p. 17). Porém, é importante pontuar que a narrativa do espetáculo ameniza conflitos e contradições sobre o futebol brasileiro

(AZEVEDO & ALFONSI, 2010). Apesar do valoroso e reconhecido empenho da instituição em promover outros debates sobre as práticas do futebol no Brasil (incluindo, por exemplo, futebol feminino e de várzea), existe uma certa dificuldade em alterar a narrativa principal, devido ao próprio *design* museográfico. Até o momento, só foi realizada uma grande intervenção de atualização da exposição principal, em 2015.

MUSEU DA LÍNGUA PORTUGUESA (SÃO PAULO, 2001-2006)

Outra herdeira das celebrações dos 500 anos do Brasil foi a principal colaboração de Appelbaum com a FRM: o Museu da Língua Portuguesa, em São Paulo. Segundo Antônio Risério, a ideia de criação do museu “é do antropólogo Roberto Pinho e foi sugerida, ainda que sem qualquer aprofundamento ou desenvolvimento, para Porto Seguro, como parte da comemoração dos 500 anos do Brasil” (RISÉRIO, 2020). O MLP, inicialmente, seria uma parte da intervenção pensada para o Museu Aberto do Descobrimento (JORNAL DO BRASIL, 1996), constituindo-se como “um grande museu de recursos audiovisuais, didático, alegre, repleto de situações envolventes, que levará o leigo ao conhecimento da história da nossa língua” (PINHO & SANTANA, 1994, p. 163).

Apesar de não ter sido viabilizado em Porto Seguro, o projeto foi deslocado para a Estação da Luz, em São Paulo, e começou a ser desenvolvido em 2001, com o apoio de Hugo Barreto, então presidente da FRM, num momento em que Roberto Pinho e Antônio Risério trabalhavam no Ministério da Cultura (RISÉRIO, 2020). Dois anos depois, foi firmado um convênio entre a Comunidade dos Países de Língua Portuguesa (CPLP), a Secretaria de Estado da Cultura e a FRM para a criação de um centro de fomento e difusão da língua portuguesa, “A Estação da Luz da Nossa Língua” (CULTURA & MERCADO, 2003)⁹. O então Secretário Estadual de Educação, Gabriel Chalita, esclareceu que a Rede Globo e a FRM seriam responsáveis pela disponibilização do material histórico de produção ligado à língua portuguesa (cf. EVELYN, 2003). A entrevista com Antônio Risério, concedida à Sérgio Cohn, esclarece alguns aspectos sobre o projeto museográfico:

Começaram as reuniões com o Ralph Appelbaum, o arquiteto que projetou, entre outras coisas, o planetário de Nova York. (...) O Ralph me perguntou: “O senhor quer uma Real Academia da Língua Portuguesa?”. Respondi: “Não, isso já existe. O que eu quero é um parque de diversões da linguagem”. Falei do planetário novaiorquino [Rose Center for Earth and Space]. Ele sorriu e disse: “Sei, você quer um *linguatarium* do português brasileiro”. (RISÉRIO, 2020)

O projeto de arquitetura foi desenvolvido pelos arquitetos Pedro e Paulo Mendes da Rocha, a partir de uma série de reuniões com RAA. Segundo o relato do arquiteto Pedro Mendes, é possível apreender a intensa colaboração entre os projetos de arquitetura e museografia, desenvolvendo a perspectiva do *design* integrador:

A museografia sugeriu que o percurso se iniciasse com um auditório, no qual haveria uma espécie de “aula introdutória” sobre o assunto, que funcionaria como o prólogo de um livro. A ideia era de garantir que os visitantes tivessem uma base mínima de conteúdo para subsidiar a visita. Depois, o espaço Praça da Língua foi concebido como um planetário. É o coração do Museu. É um espaço para ouvir os maiores poetas, os maiores escritores da língua portuguesa, a partir da oralidade. (...) No piso inferior, a sala Palavras Cruzadas aproveitaria os pilares do edifício como pilares do idioma, mostrando as influências sofridas pela língua portuguesa. A Linha do Tempo tinha a ideia de mostrar as três matrizes principais que formaram o idioma. (ROCHA, 2015)

Como vemos, elementos largamente presentes em outras experiências anteriores foram aplicados à Estação da Luz: a subida por elevador ambientado com instalação sonora, o eixo de circulação vertical integrando os pavimentos do edifício, o filme como estratégia de engajamento, surpreendente rotação da tela, a criação de espetáculo

de luz e som, o uso da linha do tempo, a distribuição de expositores ao redor de pilares, a criação de painel de projeções audiovisuais, o estímulo à interatividade. O programa arquitetônico incluiu a presença de salas de edição de imagens e um centro de controle, a exemplo do Newseum – apesar de ter sido considerado demasiado invasivo do ponto de vista da preservação patrimonial por especialistas (cf. KÜHL, 2008).

O resultado obtido impressiona tanto pela qualidade estética dos espaços, quanto pela possibilidade de ver “tudo funcionando perfeitamente, como não ocorre na maioria dos museus brasileiros” (TADDEI, 2019). A partir do modelo implantado, tornou-se possível incluir vozes de personalidades brasileiras na narrativa museal, mesclando atores da Rede Globo¹⁰ a depoimentos de anônimos, a exemplo do Rose Center for Earth and Space. Como resultado, os visitantes frequentemente se distraem por vozes conhecidas do ambiente da televisão, criando uma sensação de estranha familiaridade (cf. BRAGA, 2019, p. 112).

Entretanto, vários autores – incluindo Sobrinho (2011), Pfeiffer (2013), Pereira (2017) e Santos (2019) – apontam para problemas presentes na narrativa do MLP no que diz respeito ao apagamento dos conflitos sociais, contribuindo para o silenciamento das línguas indígenas, africanas e de imigração

praticadas no Brasil em função da promoção da ideia de que “a língua é o que nos une” (SOBRINHO, 2011). É possível observar que “alguns dos grandes novos projetos de exibição de museus da RAA parecem demonstrar um desejo de fechar certas áreas difíceis e dolorosas da memória em favor de agendas nacionalistas celebratórias” (WOOD, 2013, p. 343, trad. nossa). Para Wood, a narrativa presente no MLP “reflete uma agenda de controle cultural que parece demonstrar um desejo de fechar certos assuntos coloniais” (WOOD, 2013, p. 343, trad. nossa).

Assim como o Museu do Futebol, o MLP também vem empreendendo uma série de ações de grande relevância, sobretudo durante o período em que o museu esteve fechado para restauração depois do incêndio que o acometeu em 2015. Porém, a grande questão que se coloca é a dificuldade gerada para a atualização de narrativas e discursos presentes em exposições concebidas a partir da perspectiva do museu-narrativo, contribuindo para a cristalização de narrativas que, em sua origem, podem vincular-se a interesses político-setoriais específicos.

MUSEU DO AMANHÃ (RIO DE JANEIRO, 2009-2015)¹¹

Por fim, comentaremos a colaboração mais recente de Appelbaum no Brasil: a consultoria realizada para o Museu do Amanhã, a convite da FRM, projetado pelo arquiteto espanhol Santiago Calatrava. O Museu, voltado para a reflexão sobre temas relacionados à sustentabilidade, foi concebido como âncora do projeto de revitalização da região portuária do Rio de Janeiro “Porto Maravilha”. Esse contexto criou uma situação que difere um pouco dos demais casos analisados, já que não ocorreu o *design* integrador. O contato entre *designer* e arquiteto se resumiu a apenas uma reunião no início do projeto (cf. RODRIGUEZ, apud MALICHESKI, 2019). Como apontou Calatrava, “eles já sabiam bem o que queriam. [...] Eu apenas complementei o conteúdo com um edifício” (CALATRAVA, apud MARTÍN, 2015). Segundo o consultor de conteúdos Andrés Clerici, “o projeto já estava definido pelo Calatrava. [...] Não foi como outras situações, em que o arquiteto adapta a arquitetura para a exposição” (CLERICI, 2018).

Inicialmente, o percurso proposto previa a subida do visitante pelas rampas laterais, o encontro com o mirante para a Baía de Guanabara e, depois, a trajetória pelo espaço expositivo. A posterior inversão da circulação interna do edifício ocorreu de modo que a

finalização do percurso culminasse com o mirante. Essa inversão foi um dos principais fatores que causaram problemas de circulação no edifício (cf. LUPO, 2018). Appelbaum propôs uma narrativa estruturada em torno de cinco perguntas, a exemplo do Newseum: De onde viemos? Quem somos? Onde estamos? Para onde vamos? Como queremos ir? O ritmo expositivo, oscilante entre momentos fortes e fracos, foi tomado como premissa de projeto. Outros elementos já previamente trabalhados foram incorporados por RAA ao Museu do Amanhã: a entrega de cartão para o visitante na entrada, o início da experiência no planetário “Cosmos”, o ápice do percurso na seção “Antropoceno”, a interatividade, a finalização num espaço aberto para suscitar a reflexão.

Os elevados honorários praticados por Appelbaum – conhecido por cobrar 25% dos custos de construção em seus projetos (cf. McKEE, 2002), enquanto muitos arquitetos mal chegam a 10% – levaram o desenvolvimento do conceito original para o escritório Artifício Arquitetura e Expografia. Conforme depoimento do arquiteto Vasco Caldeira, “não houve conversa, eles [RAA] entregaram o caderno e foram embora. Além disso, passamos por desafios técnicos para o desenvolvimento do projeto proposto por Appelbaum, e isso gerou a necessidade de muitas mudanças no conceito original” (CALDEIRA,

2018). A alterações empreendidas na proposta inicialmente concebida, também por questões orçamentárias, contribuíram para que o Museu do Amanhã não constasse no *website* de RAA. Algumas das soluções museográficas adotadas são gigantes (como os cubos, com 7m de aresta) e fixas no piso do museu, dificultando eventuais reordenações da narrativa.

■ UM NOVO BRASIL? A MUSEOGRAFIA BRASILEIRA PARA O SÉCULO XXI

O breve recorte apresentado sobre o desenvolvimento de experiências relacionadas à museografia audiovisual mediada por novas tecnologias no Brasil parte de um contexto de relativa estabilidade econômica, renovado interesse de determinados setores pela adoção de políticas neoliberais e entusiasmo pelo desenvolvimento de tecnologias da comunicação. Com efeito, a reinterpretação de temas associados à identidade nacional, sobretudo no que diz respeito a países em desenvolvimento – o que não é uma especificidade brasileira¹² – consolidou-se como estratégia de inserção nas dinâmicas do capitalismo global.

As experiências brasileiras dos museus narrativos analisados originam-se da aplicação de um modelo mundialmente conhecido

em algumas iniciativas culturais desenvolvidas pela Rede Globo/FRM, que se interessaram pela perspectiva do *edutainment*. Na época da abertura do MLP, porém, pouco se sabia sobre Ralph Appelbaum no contexto brasileiro, exceto que era um *designer* de exposições estrangeiro que trabalhava com novas tecnologias. Como vimos, embora suas estratégias parecessem inovadoras no Brasil, já haviam sido amplamente aplicadas em outros casos internacionais. As experiências brasileiras, porém, dissociaram-se sumariamente da mobilização de acervos materiais, o que pode ser considerada uma diferença fundamental em relação aos demais casos analisados.

Apesar da colaboração com profissionais locais, não foi possível identificar soluções que propusessem alterações substanciais ao modelo internacionalmente implantado. O caso do Memorial de Porto Alegre pode ser considerado uma experimentação inicial de soluções aplicadas a culturas regionais, sendo o único dentre os demais analisados a incorporar acervos materiais em sua proposta. Parece ter ocorrido, de fato, uma adaptação das estratégias projetuais de Appelbaum a temas de interesse para a construção do patrimônio brasileiro, incorporando o papel assumido pela mídia de massas para a criação da memória nacional a partir da produção de acervos

audiovisuais: presente nos casos da televisão, futebol, língua portuguesa e sustentabilidade.

A recuperação do tema da brasilidade e sua reinterpretação a partir de recursos tecnológicos, tendo em vista a intenção de inserção do país nos circuitos globalizados, parece ser um aspecto fundamental para as iniciativas culturais desenvolvidas ao longo dos anos 1990, partindo de iniciativas públicas e privadas. A celebração oficializada dos 500 anos do Brasil, em 2000, pode ser considerada um momento-chave para o entendimento da formação de um complexo contexto de produção cultural no país. Outra experiência de importância é o Pavilhão Brasileiro da Expo 2000, na Feira de Hannover, projetado pela cenógrafa teatral Bia Lessa. A intervenção ocupou o interior do Pavilhão das Nações da América Latina, mobilizando ampla gama de recursos tecnológicos audiovisuais e interatividade, demonstrando profundo diálogo com o *exhibition design* de matriz norte-americana.

Além disso, é indispensável recordar a Mostra do Redescobrimento, realizada no Parque do Ibirapuera, em 2000, considerada como uma espécie de *turning point* nas relações estabelecidas entre exposições de arte, Estado e mercado no Brasil (cf. BARROS, 2003). A exposição assumiu protagonismo

para a consolidação da visão empresarial-mercadológica aplicada à cultura que, em contrapartida, mostra-se capaz de oferecer grande visibilidade e conquistar de grandes públicos. Segundo afirma seu principal organizador, Edemar Ferreira: “não tenho comprometimento nem com universidades, nem com museus. O divertimento, o lazer, é parte do conjunto da educação. Eu tenho que buscar o meu cliente, que é aquele que não tem formação” (FERREIRA, apud FOLHA DE SÃO PAULO, 2000). Nessa exibição, merece destaque a experiência do Cinecaverna, em que se construiu uma tenda futurista composta por projeções em imensas telas com tecnologia digital. Essa seção da mostra pode ser considerada “a estreia mundial desse sistema de telas de grande porte” (QUAGLIATO, 2007, p. 115), permitindo a exposição de temas arqueológicos mesmo considerando a impossibilidade de exibição da arte rupestre original. Essa experiência sinaliza um caminho importante para a criação de exposições sem acervo a partir da mediação tecnológica, o que se tornaria um tema central para o debate do espaço museal no século XXI.

Alguns eventos assumiram importância para a desarticulação de certos agentes promotores da renovação do campo museal brasileiro: como a polêmica missa de celebração dos 500 anos do

Brasil, em Porto Seguro (cf. SILVA, 2003), e a prisão do ex-banqueiro Edemar Ferreira, em 2006 (cf. REVISTA EXAME, 2008). Em alguma medida, porém, rearranjos políticos e a contribuição da Rede Globo/FRM conseguiram dar andamento aos projetos pensados naquele período, partindo da associação ao escritório norte-americano RAA e à alta qualidade técnica de suas intervenções, talvez associada ao “padrão Globo de qualidade”. Os conceitos de museu-narrativo, exposição-*show* e *design* integrador se difundiram amplamente no Brasil, contribuindo para a criação de novos espaços multimídia a partir da colaboração de arquitetos e *designers* locais e estrangeiros, eventualmente coordenados pela própria FRM, como o Paço do Frevo (Recife, 2014) e o Museu da Imagem e Som (Rio de Janeiro, não concluído).

Essas intervenções vêm contribuindo para a ruptura da concepção tradicional de “museu com acervo”, impulsionando novas reflexões sobre o uso da tecnologia aplicada ao espaço museal e a própria ampliação do conceito de patrimônio cultural. É necessário distinguir, inclusive, o contexto de implantação desses museus em relação a seus desenvolvimentos posteriores. O comprometimento e competência de seus profissionais tem consolidado ações de grande relevância para fomentar o debate crítico sobre os próprios temas de

interesse institucional – sobretudo em eventos, seminários, exposições temporárias e atividades *online*. Esses museus, ainda, assumem forte papel de inclusão de novos públicos atraídos pelo espetáculo e que potencialmente se tornam frequentadores desses espaços.

No entanto, não se pode minimizar a simplificação ou até mesmo o apagamento de contradições sociais que permeiam as exposições principais então implantadas, contribuindo para a cristalização de visões hegemônicas, estereotipadas e alinhadas a interesses político-setoriais específicos, capazes de articular “tópicos sensíveis” a “orçamentos grandes”. Apesar da aplicação da interatividade ao espaço expositivo aludir a um universo de valores associados à auto-determinação do indivíduo e à aprendizagem; esse discurso é potencialmente limitado quando articulado à adoção de esquemas rígidos de circulação no espaço e à implantação de dispositivos expográficos de difícil reordenação (dados seus tamanhos e pesos espetaculares, por exemplo).

A museografia “altamente arquitetônica” contribui tanto para a criação de espaços com várias camadas de significação, quanto para o engessamento das narrativas apresentadas – apesar dos reconhecidos esforços dos museus em introduzir novas possibilidades interpretativas para as exposições principais¹³. Com efeito, o depoimento de Hugo

Sukman, curador do MIS-RJ, deixa clara essa perspectiva: “exemplos podem mudar e a narrativa permanecer a mesma” (SUKMAN, 2011, p. 76). Esse contexto torna-se ainda mais complexo quando associado à deslegitimação do conhecimento histórico-científico, sinalizada, por exemplo, em: “você tem que tirar isso [as “teses” das paredes]”; “não quero ser acadêmico, quero emocionar”; ou “não tenho comprometimento nem com universidades, nem com museus”. Claramente, esse posicionamento não pode ser generalizado a todos os profissionais envolvidos na formação desses museus, muitos dos quais valorizam e subsidiam ativamente a reflexão histórico-científica, inclusive tendo contribuído com entrevistas e materiais que fundamentaram a execução deste próprio estudo. Porém, a partir do contexto então apresentado, torna-se necessário ampliar a reflexão crítica sobre os processos de construção do espaço museológico brasileiro, dadas suas implicações para a construção do patrimônio cultural contemporâneo.

NOTAS

- 1 Para o presente estudo, adotamos a seguinte definição de museografia interativa: “disciplina técnico científica que se ocupa de orientar ou estabelecer decodificações dos conceitos e objetos que se mostram ou expõem em um museu ou espaço de apresentação do patrimônio” (SANTACANA; PIÑOL, 2010, p. 24).
- 2 Conforme RALPH APPELBAUM ASSOCIATES (RAA). Disponível em: <<https://raai.com>>. Acesso em 28 fev. 2024.
- 3 Na entrevista, Appelbaum afirma que apenas 15% dos museus estadunidenses são museus de arte (cf. APPELBAUM, apud CYPRIANO, 2001).
- 4 Dentre essas intervenções, estão: National Constitution Center (Pensilvânia, 2003); Culloden Battlefield Memorial Visitor Center (Escócia, 2007); United States Capitol Visitor Center (Washington, 2008); The Canadian Museum for Human Rights (Canadá, 2014); Jewish Museum and Tolerance Center (Rússia, 2012); Boris Yeltsin Presidential Museum (Rússia, 2015); National Veterans Memorial and Museum (Ohio, 2018); National Museum of African American History and Culture (Washington, 2016).
- 5 Conforme indicou uma pesquisa realizada pelo Freedom Forum, apenas 31% dos estadunidenses entrevistados disseram acreditar em repórteres e 45% nos âncoras de televisão.
- 6 De acordo com o ex-presidente do Newseum e ex-editor do USA Today, Ken Paulson, “é difícil manter um museu pago em Washington, cidade que oferece diversos museus de primeira linha grátis” (PAULSON, cf. TESSLER, 2019).
- 7 GRAÇA, Larissa Torres [Gerente de projetos na área de Patrimônio e Cultura da Fundação Roberto Marinho]. Entrevista concedida à Bianca Lupo em 29 nov. 2019.
- 8 As personalidades incluíam Silvio Santos, Gugu Liberato, Xuxa, Angélica, Cid Moreira e Hebe Camargo.

9 O título foi extraído de um texto homônimo de Antônio Risério que serviu como base para o desenvolvimento do projeto.

10 Estão presentes narrações de Fernanda Montenegro, Maria Betânia, Elza Soares, Tom Jobim, Carlos Drummond de Andrade, Regina Casé, Marcos Nanini, Lázaro Ramos, Adriana Calcanhoto, Pelé e Zezé Mota.

11 A ideia do Museu do Amanhã começou a se desenvolver em 2007, nos armazéns 5 e 6 da região portuária do Rio de Janeiro. Porém, apenas em 2009 o projeto foi deslocado para o Píer Mauá e contou com a participação de RAA.

12 Como exemplo, podemos citar os esforços de reinterpretação do patrimônio arqueológico egípcio empreendidos pelo arqueólogo Zahi Hawass como estratégia de consolidação e fortalecimento do Egito como um destino turístico internacional ao longo dos anos 1990, cujas iniciativas vem se desdobrando até o presente momento, com a construção do Grande Museu Egípcio.

13 Podemos citar a remodelação expográfica realizada em 2015 pelo Museu do Futebol, com intuito de incluir o tema do futebol feminino na exposição principal.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AGÊNCIA ESTADO. Oca virtual revê os cinquenta anos da televisão. **O Estado de São Paulo**. São Paulo, 02 dez. 2000.

AZEVEDO, Clara e ALFONSI, Daniela. A patrimonialização do futebol: notas sobre o Museu do Futebol. **Revista de História**, [S. l.], n. 163, p. 275-292, 2010. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/revhistoria/article/view/19179>. Acesso em: 29 fev. 2024.

BARROS, Guilherme. **O novo Brasil da Mostra do Redescobrimento**. TCC (Especialização em Museologia, Colecionismo e Curadoria). 2003. Centro Universitário Belas Artes de São Paulo, São Paulo.

BRAGA, Rita. **Museu da Língua Portuguesa: fases e indícios de singularidades nas atividades do núcleo educativo**. 2019. Dissertação (Mestrado em Educação). Faculdade de Educação, Universidade de São Paulo, São Paulo.

CALDEIRA, Vasco [Diretor da empresa Artífício Arquitetura e Expografia]. [Entrevista concedida à] Bianca Lupo, 17 mai. 2018. In LUPO, Bianca. **O museu como espaço de interação: arquitetura, museografia e museologia a partir dos casos do Museu do Futebol e do Museu do Amanhã**. 2018. Dissertação (Mestrado em Arquitetura e Urbanismo). Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, Universidade de São Paulo, São Paulo, p. 201-203.

CAMPOS, Andreas. **Internacionalização da Rede Globo de Televisão: histórico e trajetória recente**. Dissertação (Mestrado em Administração de Empresas). 2012. Pontifícia Universidade Católica, Rio de Janeiro.

CAVALCANTE, Rodrigo. Ralph Appelbaum. O designer americano conta como vem ajudando a tirar a imagem sisuda dos museus com atrações típicas de uma

superprodução. **Revista Superinteressante**. 31 out. 2016. Disponível em: <https://super.abril.com.br/tecnologia/ralph-appelbaum/> Acesso em: 29 fev. 2024.

CLERICI, Andrés [Consultor de conteúdos]. [Entrevista concedida à] Bianca Lupo, 15 jun. 2018. LUPO, Bianca. **O museu como espaço de interação: arquitetura, museografia e museologia a partir dos casos do Museu do Futebol e do Museu do Amanhã**. 2018. Dissertação (Mestrado em Arquitetura e Urbanismo). Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, Universidade de São Paulo, São Paulo, p. 204-208.

COLEPICOLO, Elisa. **Um espetáculo de museografia: recursos cenográficos aplicados à museologia**. Rio de Janeiro: Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro, Centro de Ciências Humanas, 2004.

CYPRIANO, Fabio. Maracanã ganha museu da arte do futebol. **Folha de São Paulo**. São Paulo, 03 abr. 2001.

CREATIVE POOL. Fifa World Football Museum – Brazil 2014 revisited. **Creative Pool**, 08 nov. 2016.

CRESPI, Luciano (ed.). **Cultural, theoretical and innovative approaches to contemporary interior design**. Hershey: IGI Global, 2020.

CROCKER, Catherine. Pictorial Tower of Faces keeps Holocaust Victims alive. **Los Angeles Times**. Nova Iorque, 16 out. 1994.

CROITOR, Cláudia. Exposição conta a história sob o ponto de vista da Globo. **Folha de São Paulo**. São Paulo: 10 dez. 2000.

CULTURA E MERCADO. Língua Portuguesa na Estação da Luz. **Cultura e Mercado**. 25 fev. 2003.

DERNIE, David. **The Exhibition Design**. Londres: Laurence King Publishing, 2006.

EVELYN, Patricia. Começa reforma na Estação da Luz. **Diário de São Paulo**, 22 mai. 2003.

FILHO, José Luiz Tolotti. **Ecletismo e reciclagem**: o edifício do MARGS, do Memorial do RS e do Santander Cultural. 2010. Dissertação (Mestrado em Arquitetura). Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre.

GRECA, Rafael. Por que os 500 anos. **Folha de São Paulo**. São Paulo, 17 abr. 2000.

FINGUERUT, Silvia & SUKMAN, Hugo. **Fundação Roberto Marinho**: 30 anos. Rio de Janeiro: Editora Goal, 2008.

FOLHA DE SÃO PAULO. Isso aqui é um negócio. **Folha de São Paulo**. São Paulo, 07 set. 2000.

HALL, Peter. Pulling them in; now showing: something dazzling. **The New York Times**. Nova York, 2 mai. 2001.

HOLDEN, Peter. A journalism Microcosm. **News World Communication**. Nov. 1998.

JORNAL DO BRASIL. Museu aberto nasce sob críticas. **Jornal do Brasil**, 22 abr. 1996.

KAZ, Leonel. **Museu do Futebol**: um museu-experiência. São Paulo: ID Brasil Cultura, 2014.

KÜHL, Beatriz Mugayar. **Preservação do patrimônio arquitetônico da industrialização**: Problemas teóricos de restauro. Cotia: Ateliê Editorial, 2008.

LEME, Carlos Câmara. Milhões para recuperar as cidades portuguesas no Brasil. **Ípsilon Portugal**. 28 jun. 1999.

LENNON, John; FOLEY, Malcolm. **Dark Tourism: the attraction of death and disaster**. London: Continuum, 2000.

LUPU, Bianca. **O museu como espaço de interação: arquitetura, museografia e museologia a partir dos casos do Museu do Futebol e do Museu do Amanhã**. 2018. Dissertação (Mestrado em Arquitetura e Urbanismo). Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, Universidade de São Paulo, São Paulo.

MARTÍN, María. Polêmico arquiteto espanhol impulsiona a transformação do Rio. **El País**. Rio de Janeiro: 18 dez. 2015.

MATTOS, Laura. Mostra dos 50 anos da TV se despede hoje do Ibirapuera. **Folha de São Paulo Ilustrada**. São Paulo, 01 mai. 2001.

McKEE, Bradford. What he says, it is: how Ralph Appelbaum built a monopoly in the field of exhibition design. **Architecture**, v. 91, n. 2, fev. 2002.

MIGLIORE, Ico. New narrative spaces. In: CRESPI, Luciano (ed.). **Cultural, theoretical and innovative approaches to contemporary interior design**. Hershey: IGI Global, 2020, p. 259-283.

MUNHOZ, Mauro [Arquiteto responsável pelo projeto do Museu do Futebol]. [Entrevista concedida à] Bianca Lupo, 16 mar. 2015. In: LUPU, Bianca. **O museu como espaço de interação: arquitetura, museografia e museologia a partir dos casos do Museu do Futebol e do Museu do Amanhã**. 2018. Dissertação (Mestrado em Arquitetura e Urbanismo). Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, Universidade de São Paulo, São Paulo, p. 156-159.

O GLOBO. O especialista. **O Globo**. Rio de Janeiro: 22 fev. 2000.

OUROUSSOFF, Nicolai. Get me Rewrite: A New Monument to Press Freedom. *Architecture Review*. Washington. **The New York Times**. Nova York, 11 abr. 2008.

PAGANO, Penny. A museum to celebrate news. **American Journalism Review**, vol. 19, ed. 2. University of Maryland, mar. 1997.

PEREIRA, Giovana. **Quando língua é patrimônio?** Políticas de patrimônio e de promoção da diversidade linguística no contexto do Inventário Nacional da Diversidade Linguística (INDL). 2017. Dissertação (Mestrado Profissional do IPHAN). Rio de Janeiro.

PFEIFFER, Claudia. Língua em museu: institucionalização de um nós no recobrimento de um resto histórico. **Letras**, [S. l.], n. 46, p. 225–244, 2013. Disponível em: <https://periodicos.ufsm.br/letras/article/view/11750>. Acesso em: 29 fev. 2024.

PINHO, Roberto; SANTANA, João. **Museu Aberto do Descobrimento: o Brasil renasce onde nasce**. São Paulo: Fundação Quadrilátero do Descobrimento, 1994.

QUAGLIATO, Adriana. **Mostra do Redescobrimento: arte barroca e espetacularização**. 2007. Dissertação (Mestrado em Artes). Universidade Estadual de Campinas, Campinas.

RALPH APPELBAUM ASSOCIATES (RAA). Disponível em: < <https://raai.com> >. Acesso em: 29 fev. 2024.

RANGEL, Sérgio. Museu Mané Garrincha é “esquecido” no Maracanã. **Folha de São Paulo**. São Paulo: 09 ago. 2002.

REVISTA EXAME. Condenado a 21 anos, Edemar Cid Ferreira é preso pela PF. **Revista Exame**. São Paulo, 09 out. 2008.

RISÉRIO, Antônio [Antropólogo e historiador. Participou da concepção do Museu da Língua Portuguesa]. A verdade sobre o Museu da Língua Portuguesa. [Entrevista concedida à] Sérgio Cohn. **Pensando Salvador do Futuro**. [S.l.], 18 set. 2020. Disponível em: <http://osvaldocampos.blogspot.com/2019/06/a-verdade-sobre-o-museu-da-lingua.html> Acesso em: 29 fev. 2024.

ROCHA, Pedro Mendes da [Arquiteto e urbanista]. [Entrevista concedida à] Bianca Lupo, 28 abr. 2015. In LUPO, Bianca Manzon. **O museu contemporâneo: arquitetura, museografia e patrimônio imaterial**. Trabalho Final de Graduação (Arquitetura e Urbanismo). 2015. Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, Universidade de São Paulo. São Paulo, pp. 146-147.

RODRIGUEZ, Carlos. [Entrevista concedida à] Isadora Finoketti Malicheski, 07 de outubro de 2019. In: MALICHESKI, Isadora Finoketti. **Contradições na espacialidade do Museu do Amanhã**. O percurso do edifício e o percurso da curadoria. 2019. Dissertação (Mestrado em Arquitetura). Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre.

SANTACANA, Jorge; PIÑOL, Carolina. **Manual de museografía interactiva**. Gijón: Trea, 2010.

SANTOS, Wilmihara. **Discursos do Museu da Língua Portuguesa: uma língua em movimento nas práticas culturais brasileiras**. 2019. Tese (Doutorado em Ciências Sociais). Pontifícia Universidade Católica, São Paulo.

SILVA, Kelly. A nação cordial: uma análise das ideologias oficiais de “Comemoração dos 500 anos do Brasil”. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, vol. 18, nº 51, fev. 2003.

SOBRINHO, José. **A língua é o que nos une**. Língua, sujeito e Estado no Museu da Língua Portuguesa. 2011. Tese (Doutorado em Linguística). Unicamp. Campinas.

SOLOMON, Deborah. He turns the past into stories, and the galleries fill up. **The New York Times**. Nova Iorque, 21 abr. 1999.

SUKMAN, Hugo. [Entrevista concedida] à Natassia Menezes. In: MENEZES, Natassia. **O boom de museus interativos no Rio de Janeiro**: linguagem e democratização da cultura. 2011. Monografia (Graduação em Comunicação Social e Jornalismo). UFRJ. Rio de Janeiro.

TADDEI, Angela. **Língua, patrimônio, museu**. 36º Encontro Anual da ANPOCS. São Paulo, n. 19, p. 2-28, 2019. Disponível em <http://anpocs.com/index.php/encontros/papers/36-encontro-anual-da-anpocs/gt-2/gt19-2>. Acesso em: 29 de fev. 2024.

TASSARA, Felipe [Arquiteto responsável pelo projeto expográfico do Museu do Futebol]. [Entrevista concedida à] Bianca Lupo, 30 ago. 2018. In: LUPO, Bianca. **O museu como espaço de interação**: arquitetura, museografia e museologia a partir dos casos do Museu do Futebol e do Museu do Amanhã. 2018. Dissertação (Mestrado em Arquitetura e Urbanismo). Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, Universidade de São Paulo, São Paulo, p. 164-166.

TESSLER, Eduardo. O fim do Museu das Notícias. Washington. **Revista Época**. São Paulo, 20 dez. 2019.

TOGNONI, Reni. Mostra hi-tech celebra 50 anos de TV no Brasil. **O Globo**. São Paulo: 25 nov. 2000.

UNITED STATES HOLOCAUST MEMORIAL MUSEUM. Disponível em: <ushmm.org>. Acesso em: 29 fev. 2024.

VANDECARR, Paul. Creating an experience. Museum exhibition designer Ralph Appelbaum. **Inside Stories**, 23 nov. 2012.

VENNO, Megan. **Interpreting Human Rights Tragedies:** a Comparison of the United States Holocaust Memorial Museum and the Manzanar National Historic Site. 2005. Academic Dissertation. University of Pennsylvania.

WOOD, Marcus. **Black Milk:** imagining slavery in the visual cultures of Brazil and America. Oxford: Oxford University Press, 2013.

SOBRE A AUTORA

Bianca Manzon Lupo é docente nos cursos de graduação em “Arquitetura e Urbanismo” na Universidade de Mogi das Cruzes (UMC) e na Universidade Nove de Julho (UNINOVE). Doutora e Mestre em História e Fundamentos da Arquitetura e do Urbanismo pela Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo (FAU USP). É filiada ao Comitê Brasileiro do Conselho Internacional de Museus (ICOM-BR). Especialista em Museologia, Colecionismo e Curadoria pelo Centro Universitário Belas Artes de São Paulo (FEBASP). Arquiteta e urbanista graduada pela FAU USP, com passagem pelo Politecnico di Milano (Milão, Itália). Sua pesquisa versa acerca da relação estabelecida entre arquitetura de museus e *design* de exposições mediado pelas tecnologias da comunicação, com foco no contexto brasileiro.

Artigo submetido em
19 de setembro de 2020 e aceito em
2 de novembro de 2023.