

## O design para a experiência na exposição do Museu Cais do Sertão.

### *Design for experience at the Museum exhibition of Cais do Sertão.*

**Marília Macêdo Medeiros**  
mariliamm@gmail.com

**Heitor de Andrade Silva, Universidade Federal do Rio Grande do Norte.**  
heitor.andrade@ufrn.abea.arq.br

**Wellington Gomes de Medeiros, Universidade Federal de Campina Grande**  
wellington.medeiros@ufcg.edu.br

#### **Resumo**

Este estudo apresenta os resultados da investigação da experiência dos visitantes na exposição “O Mundo do Sertão” do Museu Cais do Sertão, analisa a relação entre essa experiência e os recursos de design utilizados no projeto da exposição. A experiência de visita ao Museu é um fenômeno individual que acontece no espaço tempo da exposição, variando de indivíduo para indivíduo. Nesse contexto, buscou-se destacar como os recursos: iluminação, cor, sonorização, organização do layout, entre outros, influenciam na percepção do visitante, conseqüentemente, na experiência de visita. O estudo de caso utilizou ferramentas quantitativas, permitindo coletar a percepção sobre a experiência, bem como as características espaciais de uma amostra de visitantes do Museu.

**Palavras-chave:** Design experiencial, Design de exposição, Recepção do público

#### **Abstract**

*This study presents the results of the investigation of the visitors experience and analyzes the relationship between this experience and the design features used in the exhibition “Mundo do Sertão” of the Cais do Sertão Museum. The experience of visiting the Museum is an individual phenomenon that happens in the space time of the exhibition and that varies from individual to individual. In this context we seek to highlight how features such as lighting, color, sound, organization of layout and etc. influence the visitor's perception and consequently the visit experience. The research was conducted by the case study, where quantitative tools allowed collecting the perception about the experience and the spatial characteristics of a sample of Museum visitors.*

**Keywords:** *Experiential design, Exhibition design, Public reception*

## Introdução

O Museu Contemporâneo se caracteriza como um local de patrimônio, artefatos e de coleções, bem como de lazer, entretenimento, convívio social, discussão de temas e promotor do conhecimento. A visão mais ampla da função que essas instituições desempenham vem em resposta a demandas sociais da atualidade, conforme afirma Nascimento (2013, p. 234), “a necessidade de novas formas museográficas, mais dialogadas, representa um desafio de criação e de ousadia na construção de novos espaços de aprendizagem, sejam formais, não formais ou informais”.

Entre os desafios da contemporaneidade, a revolução da informação vivida mais intensamente nos últimos 20 anos afeta de maneira significativa a forma de interação das pessoas no cotidiano (RAYWARD, 2014, p. 704). O acesso rápido à informação, através da Internet, das experiências virtuais, mobile por smartphones e tablets permite que o conhecimento possa ser acessado de qualquer lugar. Nesse sentido, Lara Filho (2004) destaca que os Museus do novo século devem ser espaços que apresentem políticas culturais inovadoras, comprometidas com aspectos da contemporaneidade, indo além da simples incorporação das novas tecnologias. O Museu está inserido nesse contexto: uma instituição provedora de vários aspectos e promotora de uma forma mais dialogada de se apresentar, logo pela forma de exposição do conteúdo se diferencia das demais instituições. De acordo com Gonçalves (2004, p.14), a exposição aparece como pressuposto para a ideia de Museu, sendo o meio pelo qual são reunidos e resgatados objetos carregados de informação cultural para uma determinada recepção.

A exposição é uma linguagem que, ao ser estruturada no espaço, materializa-se na forma de uma ambientação, extrapolando o conceito de espaço e de atmosfera construída, favorecendo a percepção por parte do público das particularidades física, afetiva e temporal da exposição (CURY, 2005, 2011), proporcionando interação mais próxima da pessoa e de sua cultura. Sendo assim, o espaço assume características por meio dos recursos expográficos utilizados (definição do layout, estratégia de construção da narrativa, sinalização, cenografia, comunicação visual, audiovisual, sonorização, iluminação e recursos tecnológicos), servindo de palco para que aconteça o diálogo entre a instituição e o visitante. A experiência estética presencial é a porta que conduz as demais experiências que uma exposição pode prover. A visitação presencial permite o contato com o contexto físico, já que o elemento “espaço”, ambiente construído da exposição, é fator determinante para que a experiência aconteça, afinal, “é no ambiente que o público circula e se apropria da retórica discursiva e de onde deriva suas reelaborações”. (CURY, 2011, p. 67, TRADUÇÃO NOSSA).

A experiência de visita ao Museu é um fenômeno individual, variando entre os sujeitos, sendo a aprendizagem formada pela interação e integração do contexto pessoal, social e físico do visitante (FALK E DIERKING, 2000). Logo nesse estudo, buscou-se destacar os itens projetáveis de uma exposição com características temáticas-interativa, evidenciando como os elementos físicos e os recursos utilizados podem interferir na experiência vivenciada pelo público. Houve, então, a intenção de relacionar experiência e design e, para tanto, abordou-se o

assunto por meio da investigação da percepção do público sobre as características espaciais e a experiência vivenciada no Museu Cais do Sertão, situado em Recife/PE.

## **A experiência**

A compreensão da experiência do ponto de vista fenomenal indica que essa é um fenômeno singular, ocorrendo a partir de um evento. As experiências geralmente são produzidas ou induzidas, podendo ser "de" ou "sobre" alguma coisa, destacando que há sempre uma referência e intencionalidade. (SCHMITT, 1999). Para Packer e Ballantyne (2016, n. p., tradução nossa) a experiência é “a resposta imediata ou contínua, subjetiva e pessoal de um indivíduo a uma atividade, cenário ou evento fora de seu ambiente habitual”. Apresentam quatro abordagens distintas para a experiência, classificando-as nas seguintes categorias: (1) experiência enquanto fluxo de consciência, como os eventos são recebidos pelo consciente; (2) experiência enquanto uma resposta subjetiva a um estímulo ou evento, uma perspectiva psicológica; (3) experiência enquanto uma impressão memorável, no sentido de que as experiências se definem a partir da imagem gravada na memória; e, por fim, (4) experiência enquanto algo projetado, um cenário proposto ao visitante.

Buccini (2008), ao analisar o universo do Design, afirma ser a experiência o resultado do processamento de um complexo conjunto de estímulos externos e internos e dependente das interpretações subjetivas inerentes a cada indivíduo. Hassenzahl (2013) compara a experiência a uma história que emerge do diálogo interno de uma pessoa em resposta a algum evento, afirmando que cada indivíduo cria dinâmicas diversas para dar sentido àquilo que passou. Para ele, a experiência é “um episódio, um pedaço de tempo que se passou – com imagens e sons, sentimentos e pensamentos, motivações e ações [...] intimamente unidos, armazenados em memória, rotulado, revivido e comunicado a outros” (HASSENZAHL, 2013, p. 22). Embora a rotina seja repleta de experiências ininterruptas, é importante destacar que algumas delas apresentam limites, permitindo investigar com maior atenção cada uma. Nesse caso, o elemento limite permite ver o começo, meio e fim, auxiliando na diferenciação do seu significado.

### *Considerações sobre a experiência de visita ao Museu*

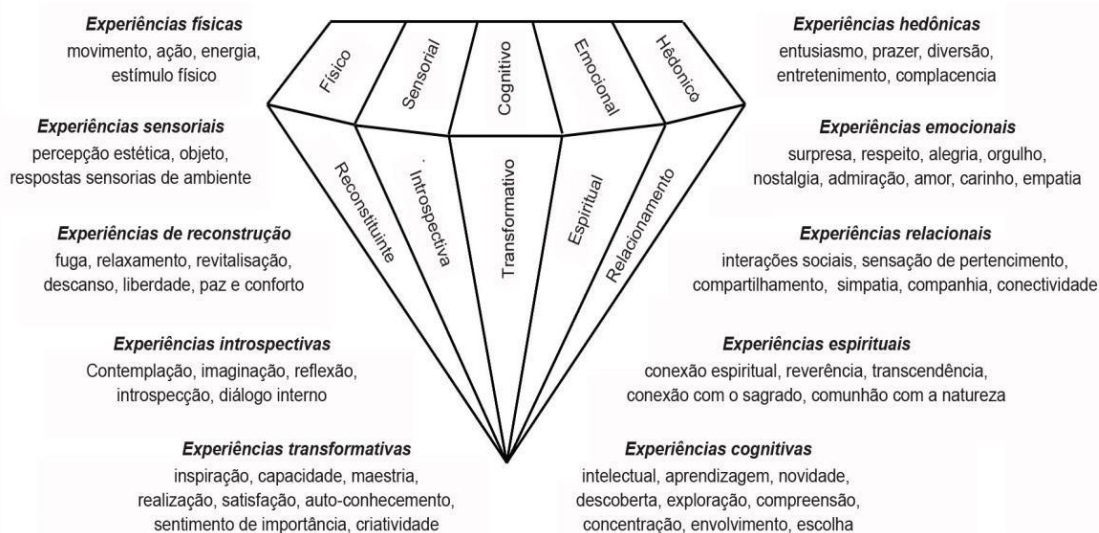
A experiência de visita ao Museu permite várias interpretações. Segundo Wilkening (2015), é possível verificar o seu valor de acordo com: a satisfação: se a visita atendeu às expectativas e os visitantes expressam interesse em retornar ao Museu; a aprendizagem: o quanto foi aprendido pelo público; a apreensão: no sentido de reter informações; e a significação: a experiência foi memorável? Houve uma forte conexão? Já o autor Falk (2009, 2011, 2014) destaca que a experiência de visita ao Museu é uma atitude ativa, ocorrendo durante a visita, a interação entre os contextos físico, pessoal e social, assim como ocorre a convergência de memórias anteriores à visita.

Conforme Falk, o contexto pessoal é determinado pelas características do indivíduo e pelas

expectativas em relação ao Museu. A tomada de decisões sobre o que aprender durante a visita está atrelada aos princípios, valores e habilidades de cada um. Em relação ao contexto social, McDonald (2007) destaca como um evento social em que o indivíduo, mesmo não acompanhado, compartilha o espaço com outros, obedecendo, ainda que inconscientemente, às normas de conduta que ditam o comportamento em ambientes públicos. Além disso, pode promover um encontro entre amigos, família ou grupos em viagem, por exemplo.

O contexto físico faz referência à organização do espaço da exposição e ao conjunto dos elementos que formam e caracterizam a atmosfera da exposição. Para Forrest (2014), a forma como os visitantes percebem o espaço de exposição influencia na sua atração e curiosidade, destacando ainda alguns fatores de Design que interferem na visita, favorecendo uma experiência mais agradável. Por exemplo, é mais fácil a identificação do percurso a ser seguido, quando os visitantes conseguem perceber a organização visual do espaço. Contudo, a organização espacial também pode ser associada à sensação de um ambiente tedioso, fazendo com que a visita seja mais rápida. Os espaços de exposição tidos como preferidos são os que apresentam como características a riqueza de estímulos sensoriais ativos, dinâmicos e energéticos (FORREST, 2014).

A inter-relação entre os contextos físico, social e pessoal permite prover várias dimensões da experiência de visita. Conforme Packer e Ballantyne (2016) apresentam, no modelo multifacetado, que a visita envolve experiências físicas, sensoriais, hedônicas, emocionais, espirituais, cognitivas, transformativas, introspectivas, restauradoras e de relacionamento (Figura 1).



**Figura 1: Modelo multifacetado da experiência.**  
Fonte: Packer e Ballantyne (2016)

Dessa forma, o objeto tem a capacidade de a todo o momento instaurar experiências diversas. A partir do objeto (compreendido aqui como artefatos singulares da exposição bem como a exposição como um todo) o visitante é atraído pela dimensão perceptiva e as características do objeto, como forma, cor e detalhes despertam a curiosidade. Nesse sentido, “o

prazer estético é produzido pela qualidade do estímulo visual, e isso inclui elementos de design que produzem excitação sensorial e qualidade formal que produzem um senso de ordem” (CSIKSZENTMIHALYI; ROBINSON, 1990, p.32, TRADUÇÃO NOSSA).

O prazer estético pode ser processado ao nível dos sentidos, despertando aspectos afetivos, correspondendo à dimensão emocional da experiência, que é a resposta individual aos estímulos do ambiente e do objeto, como a sensação de alegria, inspiração, frustração ou raiva. Essas são respostas baseadas em associações pessoais e experiências passadas, havendo relação direta com a motivação e o engajamento dos visitantes, ajudando a conformar a imagem mental global da visita (FORREST, 2014). Além das dimensões citadas, destaca-se também a cognitiva, denominada dimensão intelectual do modelo de Packer e Ballantyne (2016), que faz referência à construção do conhecimento a partir do objeto, à busca por compreender o contexto em que está inserido, à representação simbólica ou às técnicas utilizadas na sua construção.

### *Considerações sobre o design para a experiência*

Historicamente, os temas ligados à investigação da experiência se tornaram evidentes nos Séculos XX e XXI, a partir da transição de uma sociedade industrial baseada na produção de bens e commodities para uma economia orientada para a oferta e realização de serviços. De acordo com Freire (2009, p. 37), “o tema design de experiências surge a partir do reconhecimento de uma era pós-industrial, na qual a centralidade do desenvolvimento econômico passa dos produtos para os serviços”. Observa-se uma modificação na forma de atuação do Design no novo século. Anteriormente, ligado ao sistema de produção industrial, o novo panorama econômico expande a atuação do Design, incorporando à sua prática as experiências que os consumidores têm com os produtos, serviços e espaços (CARDOSO, 2013). Essa área é formada por um complexo conjunto de conhecimentos de diferentes áreas, como Economia, Psicologia, Ciências da Computação, Interação, Usabilidade, Turismo etc. Sendo assim, “o design para a experiência pode funcionar como um termo genérico para um número de abordagens de design que tomam como ponto de partida as situações reais de uso e são centradas no ser humano” (SVABO E SHANKS, 2015 P. 25, TRADUÇÃO NOSSA).

O conceito de experiência do usuário causa divergência de interpretação e aparece na literatura com sentidos variados, ora como sinônimo de prazer e emoção, ora como resultado da usabilidade de um produto. Embora sua base conceitual esteja ligada à ideia de usabilidade com foco nos aspectos funcionais e ligados ao uso de produtos, Hassenzahl (2013) destaca que a experiência é algo mais abrangente, envolvendo outros fatores internos e externos ao usuário, logo nesse sentido os aspectos psicológicos e emocionais são determinantes.

A busca pela compreensão da interação entre sujeitos e objetos é a base do Design, que se propõe a compreender o usuário além dos níveis pragmáticos, dando respostas também no campo das emoções e dos significados, conforme afirma Buccini (2008, p. 11). A área que explora a experiência do usuário tenta “não somente atender às necessidades imediatas e objetivas do usuário, mas entender e preencher as motivações e aspirações humanas em relação ao produto”. Nesse contexto, o designer não se envolve apenas com as questões práticas que

compreende a produção de artefatos, cabendo a ele também projetar o contexto de uso e os ambientes em que essas experiências acontecem.

## Metodologia

De acordo com Forrest (2014), a organização do espaço de uma exposição interfere na forma como o público interpreta as suas características. Para a autora, os espaços projetados caracterizados como dinâmicos, coloridos, enérgicos e ricos em estímulos sensoriais são os preferidos pelo público. Partindo desse pensamento, a inquietação inicial dessa pesquisa foi a de encontrar as relações entre as características e os elementos do espaço projetado da exposição e a forma como o público o percebe e o vivencia. Para isso, fez-se uso da combinação de métodos para conseguir retratar de forma mais fidedigna esse contexto.

A pesquisa foi realizada por meio de um estudo de caso singular suportado por ferramentas quantitativas para a coleta dos dados do objeto estudado cuja escolha foi condicionada a fatores como: o caráter narrativo-temático da exposição; a utilização de diversas linguagens na tradução do conteúdo, incluindo recursos digitais; a localização e o acesso à equipe envolvida na concepção; desenvolvimento e gestão do projeto.

Para tanto, o referido estudo buscou responder às seguintes questões: como os visitantes caracterizam o espaço de exposição? Qual a experiência que eles formam a partir da visita? Qual a relação entre essas duas variáveis? Para responder esses questionamentos foram exploradas ferramentas quantitativas que permitiram extrair as informações a partir de uma amostra dos visitantes. Essa etapa da investigação seguiu uma adaptação do método Atmosfera Percebida de Forrest (2014). O *survey* proposto pela autora aborda a caracterização do espaço, avaliando aspectos cognitivos/afetivos da visita. Assim como todo o registro das observações sobre o percurso percorrido pela autora no Museu objeto de estudo. Também foi incorporado o método denominado 15 dimensões da experiência (PACKER, 2015) para a avaliação da experiência de visita. Segundo a autora, o método Atmosfera Percebida permite caracterizar o espaço de exposição, possibilitando otimizar o conforto e o engajamento afetivo e cognitivo dos visitantes.

A Figura 2 apresenta a estrutura metodológica adotada nesse estudo, identificando as etapas de coleta e os respectivos instrumentos utilizados, bem como o cruzamento dos dados ao final.



Figura 2: Etapas da coleta de dados.

Fonte: Elaborada pela autora

A etapa de coleta de dados foi conduzida entre os dias 02 a 04 de junho de 2016, durante todo o horário de funcionamento do Museu, das 11h às 17h. O tamanho da amostra estava vinculado às análises estatísticas que foram conduzidas nos dados, sendo assim, admitiram-se até três observações para cada variável do questionário principal – 30 variáveis, totalizando uma amostra mínima de 90 indivíduos. A amostra foi composta por visitantes escolhidos de maneira casual durante dias de semana e final de semana, todos maiores de 18 anos. A síntese dos dados descritivos da amostra está apresentada no esquema a seguir (Figura 3). Os dados coletados foram codificados em quatro grupos de informação no Microsoft® Excel® e, em seguida, foram tabulados no software SPSS31. Foram conduzidas análises de confiabilidade em duas seções (Atmosfera Percebida e Escalas Cognitivas). Em seguida, foram feitas análises de correlação e análises de regressão que foram direcionadas para encontrar a correlação entre as variáveis, bem como a relação entre os fatores (“Teatralidade”; “Ordem”; “Espacialidade” e “Vibração”) e as 15 dimensões da experiência.

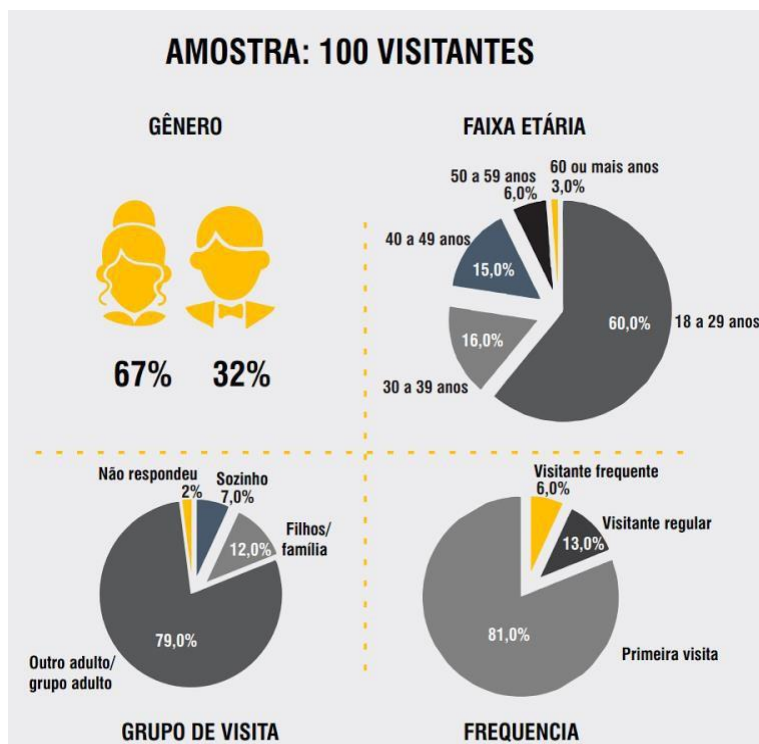


Figura 3: Descrição da amostra  
Fonte: Elaborada pela autora

A primeira seção do *survey* “Atmosfera Percebida” – refere-se à percepção que os visitantes tiveram acerca das características do espaço, e está apresentada na forma de uma escala de diferencial semântico, já que os visitantes marcaram uma opção numa escala de 7 pontos que varia entre dois termos antagônicos como exemplificado no modelo abaixo (Fig.4).

	Ponto médio							
Escuro	○	○	○	○	○	○	○	Claro
Estruturado	○	○	○	○	○	○	○	Desestruturado
Tradicional	○	○	○	○	○	○	○	Moderno
Espaçoso	○	○	○	○	○	○	○	apertado
Variado	○	○	○	○	○	○	○	Repetitivo

Figura 4 - Atmosfera percebida  
Fonte: Adaptada de Forrest (2014)

A segunda seção, “Escala cognitiva” visa medir o envolvimento cognitivo do visitante, durante o período vivenciado no Museu, permitindo extrair sua impressão sobre a própria visita, como também aspectos de coerência, legibilidade e complexidade, mostrando como esses elementos formam sentido sobre o ambiente. As “Escala cognitiva” foram apresentadas com uma escala de Likert para quatorze afirmações, como no exemplo a seguir (Fig.5).



<b>Quando olho em volta no ambiente dessa exposição, não tenho certeza de por onde começar ou para onde ir.</b>						
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Discordo fortemente	Discordo	Discordo levemente	Nem concordo nem discordo	Concordo levemente	concordo	Concordo fortemente

Figura 5 - Exemplo das afirmações das Escalas cognitivas no questionário  
Fonte: Adaptada de Forrest (2014).

A terceira seção, “15 dimensões da experiência”, desenvolvida por Packer (2015) foi incorporada ao instrumento, objetivando identificar aspectos afetivos, cognitivos, físicos, espirituais e sociais decorrentes da experiência. É composto por uma lista de verificação com 75 (setenta e cinco) adjetivos que permitem múltipla escolha, conforme abaixo (Fig.6).

Por favor indicar qual das seguintes palavras ou frases que melhor **descrevem o que você experimentou hoje nesta exposição** (preencher tudo o que você experimentou mais do que você faria em sua vida diária) :

**Eu senti :**

<input type="radio"/> Sobrecarregado	<input type="radio"/> Maravilhado/atônito	<input type="radio"/> Preocupado com o mundo
<input type="radio"/> Sociável	<input type="radio"/> Privilegiado	<input type="radio"/> Estressado
<input type="radio"/> Conectado espiritualmente	<input type="radio"/> Cheio de ideias	<input type="radio"/> Agradecido
<input type="radio"/> Independente	<input type="radio"/> Alerta	<input type="radio"/> Afortunado
		<input type="radio"/> Sereno
		<input type="radio"/> Desconfortável
		<input type="radio"/> Vigoroso/sadio

Figura 6 – Adjetivos da terceira fase do questionário  
Fonte: Adaptada de Forrest (2014).

Os resultados foram organizados, seguindo dois eixos principais, o primeiro é formado pela “caracterização do espaço”, que contou com dados vindos da primeira seção do *survey*. O segundo grupo de resultados diz respeito à experiência de visita, apresentando dados oriundos da segunda e da terceira seção do *survey*. Por fim, os dados são cruzados, permitindo inferências sobre a relação entre fatores do ambiente e experiência vivenciada.

## Objeto de estudo - O Museu Cais do Sertão

Situado às margens da orla do Recife Antigo, o Museu Cais do Sertão foi inaugurado em abril de 2014. Sua edificação, um galpão portuário reconstruído, integra o conjunto de edificações históricas do Bairro. São destinados à exposição principal 1.600m<sup>2</sup> dos 7.000m<sup>2</sup> do equipamento cultural em fase de construção. A motivação para o desenvolvimento do projeto é originária de uma demanda do governo da época com o objetivo de homenagear o centenário de Luiz Gonzaga, cantor e compositor pernambucano.

A exposição principal “O Mundo do Sertão” ocupa toda a área do piso inferior e superior do Museu (Fig.7), surgindo de um conceito fundador organizado pelo antropólogo Antônio Risério. A curadora responsável pelo projeto foi Isa Grispum, também responsável pela curadoria do Museu da Língua Portuguesa. O projeto foi desenvolvido pelo escritório Brasil Arquitetura. A exposição apresenta o Sertão a partir da discografia de Luiz Gonzaga e a temática é abordada sob os aspectos político, histórico, antropológico, sociológico e poético. O Artista aparece como eixo central da narrativa e os diversos temas que coexistem no Sertão são explorados a partir de sua obra. Segundo Grispum, a curadoria teve como motivação desenvolver um Museu democrático, acessível a todos, possibilitando uma oportunidade para aprender, se divertir e se emocionar, além de proporcionar um espaço de convivência transparente, com uma narrativa sólida, consistente e inovadora, instaurando várias perspectivas em diálogo.

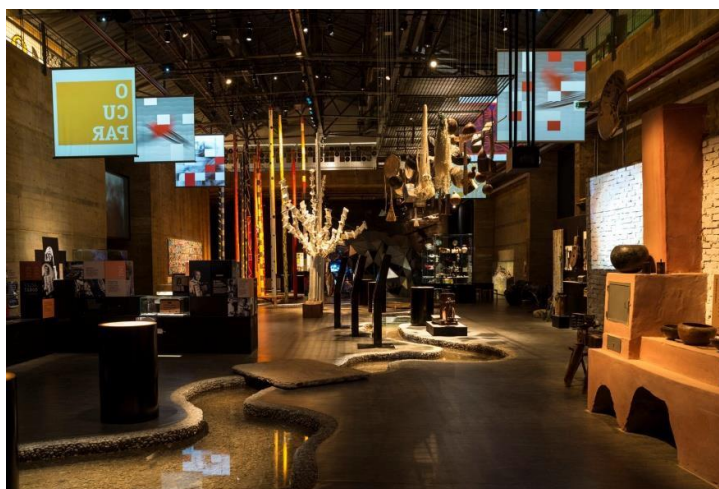


Figura 7 – Exposição “O mundo do Sertão”  
Fonte: Site Arcoweb<sup>1</sup>.

A narrativa apresenta a história antiga e contemporânea do Sertão por meio de 7 (sete) eixos, os quais resultaram em também sete territórios da exposição, a saber: a) Ocupar; b) Viver; c) Trabalhar; d) Cantar; e) Criar; f) Crer; e g) Migrar. O acervo é diverso, contando com reproduções de objetos, cenários, instalações artísticas, instalações interativas, objetos arqueológicos, músicas, fotografias, vídeos, jogos, poesias etc. Segundo Maia (2016), a exposição tem caráter temático, apresentando-se nas linguagens da palavra, do som e da imagem.

O início da exposição apresenta uma vitrine “As Jóias da Coroa”, exibindo uma coleção de objetos da indumentária que foi utilizada por Luiz Gonzaga ao longo de sua carreira. Em seguida, o visitante é apresentado ao vídeo “Um Dia no Sertão” (curta metragem de Marcelo Gomes) que aborda o cotidiano dos habitantes do Sertão do Pajeú/PE. O vídeo é exposto numa sala de projeção com tela de 220° conhecida como “útero” com proposta de imersão. Segundo

---

<sup>1</sup> Disponível em: <<https://arcoweb.com.br/projetodesign/interiores/brasil-arquitetura-isa-grispum-ferraz-cais-sertao-luiz-gonzaga-recife>>. Acesso em: 06 set. 2016.

Grispum, contém uma introdução sobre a narrativa da exposição, propondo ao visitante uma ruptura entre a realidade fora do Museu e o que virá a seguir.

O território “Ocupar” apresenta os aspectos da geografia do Nordeste em uma instalação artística e projeções de animações sobre o Sertão. Também são expostos artigos de Paleontologia, Arqueologia e dispositivos multimídia com conteúdo interativo, abordando a ocupação da Região. Já o território “Viver” aborda as peculiaridades da vida no Sertão, por meio de uma instalação cenográfica denominada “Casa do Transtempo”, expondo objetos do cotidiano de diferentes épocas e projeções de audiovisual, mostrando as diversas formas de habitação. Segundo Maia (2016), esse espaço possibilita mexer com o imaginário de quem não conhece a Região, bem como ativar as memórias dos que já viveram no Sertão.

O território “Trabalhar” expõe uma coleção de instrumentos usados no contexto do trabalho do homem sertanejo e informações em dispositivo multimídia, - “Enciclopédia dos Fazeres”, com conteúdo complementar sobre esses objetos. O território “Crer” apresenta o universo da crença e do sagrado para o homem sertanejo. São duas instalações artísticas denominadas “Túnel do Capeta” e “Bosque Santo” que fazem uso de simbologia, sem formas definidas, permitindo que os visitantes formem sua interpretação dos assuntos que constituem o imaginário social acerca desse tema. O território “Criar” está distribuído em toda área da exposição, apresentando a cultura material do Sertão com objetos utilitários e decorativos. Há também uma vitrine de objetos feitos por artesãos do Nordeste e uma estação interativa com coleções de obras artísticas de diferentes épocas.

O território “Migrar” aborda a migração do homem nordestino, tema recorrente na obra de Luiz Gonzaga. O assunto está representado pelo painel de xilogravura do artista pernambucano J. Borges que retrata a dinâmica do deslocamento humano, bem como pelo terminal interativo “Retratos”, com quarenta e oito depoimentos de pessoas que migraram do Sertão para diversas regiões do País. O território “Cantar” conta a história do gênero musical Baião, apresentando a produção musical de Luiz Gonzaga a partir de referências herdadas dos seus pais na instalação intitulada “DNA do Baião”. Essa instalação tem relação com duas salas de projeções: “Túnel das Origens”, que apresenta as raízes que inspiraram o Baião; e “Túnel dos Novos Baiões”, apresentando depoimentos e exposições de vários artistas contemporâneos que tiveram Luiz Gonzaga como referência.

### **Como o visitante percebe e caracteriza o ambiente de exposição?**

Essa etapa da investigação contou com uma análise descritiva e analítica dos dados coletados na primeira seção do questionário - Atmosfera Percebida. Os dados a seguir descrevem a percepção dos visitantes, referente a cada uma das quatro dimensões propostas pela autora, a saber: Vibração, Espacialidade, Ordem e Teatralidade. De acordo com Forrest (2014), a dimensão “Vibração” é expressa pelo dinamismo no espaço, na forma como os itens da “aparência do design” estão apresentados, a temperatura da cor, da iluminação, a tridimensionalidade, a dramaticidade e a energia. Para esse conjunto de características que

correspondem ao nível de “vibração” do espaço, os visitantes perceberam o ambiente como sendo “dinâmico”, “tridimensional”, “dramático”, “ativo”, “enérgico”, “inusitado” e “estimulante” (Tabela 1).

**Tabela 1 - Dados descritivos – vibração**

Variável	Dimensão – VIBRAÇÃO							Variável	Total de respondentes
	Ponto médio								
Dinâmico	49	18	17	11	2	3	0	Estático	100
Plano	9	5	8	17	20	25	16	Tridimensional	100
Colorido	18	13	8	30	11	18	1	Neutro	99
Dramático	14	19	20	35	5	4	3	Plano	100
Ativo	29	23	22	19	3	1	1	Passivo	98
Energético	23	15	17	19	14	7	4	Sereno	99
Comum	6	3	6	16	21	28	19	Inusitado	99
Estimulante	42	26	18	9	4	0	1	Tedioso	100

Fonte: Elaborada pela autora.

Dos recursos usados no projeto da exposição, conjectura-se que essas características descritas pelo público estejam associadas ao uso da iluminação. O emprego de uma iluminação cênica que colore todo o espaço com leveza, além do uso de iluminação direcionada, destacando pontos no espaço e expositores, conferem ao ambiente um jogo de luz que está ligado à dramaticidade descrita por Forrest (2014). Como também, a escolha de cores, em tons terrosos, nas paredes e em alguns expositores, ajudaram na transmissão da ideia de temperatura quente, ligada à sensação de lugar ativo e estimulante (Fig.8). Supõe-se também que o uso de cores fortes contrastantes, como o preto para totens e amarelo e laranja para algumas das placas de sinalização e instalações, ajudaram a transmitir a ideia de ambiente enérgico.



**Figura 8 – Destaque da iluminação utilizada na instalação cenográfica “Casa do Transtempo”**

Fonte: Site Brasil Arquitetura<sup>2</sup>

<sup>2</sup> Disponível em: <<http://brasilarquitetura.com/projetos/cais-do-sertao-luiz-gonzaga/>>. Acesso em: 21 nov. 2016.

Segundo Forrest (2014), a “espacialidade” avalia as proporções do espaço, a escala, a sensação de amplitude, confinamento, a complexidade, variedade ou repetição. No que diz respeito à essa dimensão, os visitantes perceberam o espaço de exposição “amplo” e “espaçoso” (Tabela 2). Deduz-se, então, que tais características estejam ligadas à grande escala da edificação. Embora seja um ambiente fechado, sem diálogo entre interior e exterior, ou seja, entre a exposição e a paisagem externa, não há a sensação de confinamento por apresentar um ambiente amplo, com pé direito alto e sem barreiras visuais que delimitem os territórios, o que permitiu uma visão abrangente de todo o espaço (Fig.9).

Tabela 2 - Dados descritivos – Espacialidade

Variável	Dimensão – ESPACIALIDADE							Variável	Total respondentes	de
	Ponto médio									
Espaçoso	53	19	12	11	2	1	1	Apertado	99	
Aberto	13	8	11	23	13	15	16	Fechado	99	
Amplo	50	19	20	7	2	1	1	Estreito	100	
Sobrecarregado/ cheio	2	3	11	59	12	7	2	Vazio/livre	96	

Fonte: Elaborada pela autora

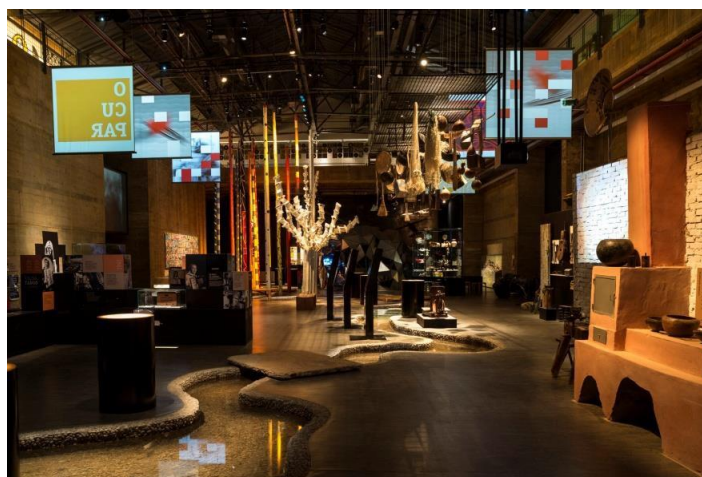


Figura 9 – Configuração espacial interna sem divisórias ou barreiras visuais, destaque também para a altura do pé direito da edificação.

Fonte: Revista Brasil Arquitetura<sup>3</sup>.

As demais variáveis mediram de forma distribuída na escala, não apresentando tendência para nenhum dos termos antagônicos. Sendo assim, essas variáveis foram desconsideradas para a análise descritiva.

Em relação à “teatralidade”, Forrest (2014) afirma que é um conjunto de variáveis que avalia a simetria, percebem-se complexidade do espaço, vêem modernidade e iluminação. A partir da coleta de dados, percebeu-se que os visitantes vêem o ambiente, sendo predominantemente “moderno”, “novo”, “assimétrico” e “sinuoso” (Tabela 3). Presume-se que as características de assimetria e sinuosidade estejam na representação do Rio São Francisco, que corta,

<sup>3</sup> Disponível em: <<http://brasilarquitetura.com/projetos/cais-do-sertao-luiz-gonzaga/>>. Acesso em: 10 dez. 2016.

horizontalmente, o espaço de forma irregular e contínua. Há também uma diversificação no formato dos expositores de cada território, contribuindo para a assimetria da composição (Fig.10). Além disso, atribuíram-se as características de “novo” e “moderno” à presença de tecnologia digital interativa.

**Tabela 3 - Dados descritivos – Teatralidade**

Dimensão – TEATRALIDADE									
Variável	Ponto médio							Variável	Total de respondentes
<b>Simétrico</b>	5	11	10	39	13	12	7	Assimétrico	97
<b>Uniformemente iluminado</b>	10	11	14	18	9	18	18	Iluminação direcionada	98
<b>Tradicional</b>	6	9	14	19	12	20	20	Moderno	100
<b>Escuro</b>	1	5	24	52	9	3	1	Claro	95
<b>Velho</b>	1	4	3	18	10	31	32	Novo	99
<b>Linear</b>	5	10	9	33	10	20	10	Sinuoso	97

Fonte: Elaborada pela autora



**Figura 10: Detalhe do rio “São Francisco” que corta o espaço da exposição bem como da sinalização suspensa e organização dos expositores**  
Fonte: Site Arcoweb<sup>4</sup>.

A quarta dimensão apresentada pela autora é a “ordem”, um conjunto de variáveis que expressam a organização espacial, fluidez, ordenação e estrutura que, segundo ela, são características que juntas avaliam a legibilidade do espaço. Nesse quesito (Tabela 4), o ambiente da exposição é percebido pelos visitantes como sendo “fluido”, “organizado”, “ordenado” e “estruturado”. Infere-se que o espaço seja percebido dessa forma, devido à distribuição dos expositores no ambiente. Embora seja um espaço aberto, cada território estava formado por um agrupamento de itens, e entre cada grupo há um espaço vazio que de certa forma delimitava cada território. Existe também, a sinalização suspensa de cada território, contribuindo para esse ordenamento, como visto na Figura 10.

<sup>4</sup> Disponível em: <<https://arcoweb.com.br/projetodesign/interiores/brasil-arquitetura-isa-grinspum-ferraz-cais-sertao-luiz-gonzaga-recife>>. Acesso em: 06 set. 2016.

Tabela 4 - Dados descritivos – Ordem

Dimensão – ORDEM									
Variável	Ponto médio							Variável	Total de respondentes
Fluído	25	18	15	28	11	2	1	Descontínuo	100
Organizado	55	22	16	6	1	0	0	Desorganizado	100
Ordenado	55	19	14	5	2	2	2	Feito impensadamente	99
Estruturado	40	18	16	10	7	6	0	Desestruturado	97

Fonte: Elaborada pela autora.

De acordo com o instrumento desenvolvido por Forrest (2014), as variáveis apresentadas acima fazem parte, respectivamente, dos grupos de variáveis que configuram as quatro dimensões por ela interpretadas como: “Vibração”, “Espacialidade”, “Ordem” e “Teatralidade”. Além dessas quatro dimensões, algumas outras variáveis fazem parte da tabela de diferencial semântico, e foram mantidas considerando-se que apresentam a percepção sobre características importantes na avaliação geral do espaço. Dessa forma, foram classificadas como “variáveis não contempladas” (Tabela 5).

Tabela 5: Dados descritivos – Variáveis não contempladas

Variáveis não contempladas									
Variável	Ponto médio							Variável	Total de respondentes
Variado	35	23	17	16	3	3	2	Repetitivo	99
Árduo/insensível	6	3	4	23	12	22	27	Ameno/aprazível	97
Quente/ aconchegante	12	17	19	40	8	2	0	Frio/desconfortável	98
Simple	8	4	11	35	19	10	11	Complexo	98
Deprimido	1	0	5	7	25	28	33	Entusiasmado	99
Sobrecarregado/ cheio	2	3	11	59	12	7	2	Vazio/livre	96
Acolhedor	46	21	20	11	2	0	0	Formal/cerimonioso	100
Escala pequena	0	2	4	33	13	20	27	Escala grande	99

Fonte: Elaborada pela autora.

## Qual a experiência de visita ao ambiente de exposição?

Para responder essa questão, fez-se uso da combinação de duas ferramentas referentes à segunda e à terceira seção do questionário desenvolvido, respectivamente, por Forrest (2014) e Packer (2015). Essas ferramentas permitiram avaliar a percepção do visitante sobre sua própria visita ao Museu. A segunda seção – Respostas Cognitivas – visou a medir o nível de engajamento cognitivo do visitante, durante o período vivenciado na exposição, que pode variar de um nível estável a uma sobrecarga. Também nessa ferramenta, a autora incluiu afirmações que possibilitam avaliar o juízo de valor sobre a percepção de agradabilidade da visita (Tabela 6).

Tabela 6 - Dados descritivos - Escalas cognitivas

Envolvimento Cognitivo								
	Total dos respondentes	Discordo fortemente	Discordo	Discordo levemente	Nem concordo nem discordo	Concordo levemente	Concordo	Concordo fortemente
<b>Engajamento cognitivo positivo</b>								
1. O projeto dessa exposição ajuda a despertar o meu interesse.	100	0	0	2	4	13	44	37
2. Este ambiente realmente me convida a explorá-lo.	100	0	0	2	2	12	36	48
3. Este ambiente envolve todos os meus sentidos.	100	0	2	4	7	22	38	27
4. Este projeto da exposição e layout me ajudam a compreender sobre o tema da exposição.	100	0	1	4	4	8	46	37
5. Essa exposição oferece muitas opções para escolher.	100	0	0	4	9	17	47	23
6. Minha atenção estava focada na exposição.	100	0	0	2	3	9	53	33
7. Às vezes, eu me vi tão entretido que perdi a noção do tempo.	100	0	1	4	11	16	34	34
<b>Sobrecarga cognitiva</b>								
8. É difícil se concentrar em objetos ou displays particulares, porque há tanta coisa aqui.	100	7	32	16	10	19	8	8
9. Esta exposição é logicamente apresentada.	100	0	4	8	10	14	50	14
10. Quando olho em volta no ambiente dessa exposição, não tenho certeza de por onde começar ou para onde ir.	100	6	26	5	13	27	14	9
11. É preciso um grande esforço para manter o foco nesta exposição.	99	19	42	10	12	8	5	3
<b>Juízo de valor sobre a percepção de agradabilidade de visita</b>								
12. É agradável passar o tempo neste ambiente	98	0	0	1	2	3	44	48
13. Eu tive uma experiência que valeu a pena nessa exposição.	100	0	0	1	1	4	42	52

Fonte: Elaborada pela autora.

Segundo Forrest (2014), o grupo de variáveis que forma a dimensão “envolvimento cognitivo positivo” descreve experiências que foram capazes de atrair e manter a atenção dos visitantes. Avalia neste sentido, a “descoberta”, “fascinação”, “mistério”, “apelo aos sentidos”, “legibilidade e coerência”, “variedade de escolha” e “engajamento sem esforço”. A partir dos dados coletados, percebe-se que os visitantes concordaram de levemente a fortemente com as afirmações desse grupo, sendo assim o espaço da exposição apresentou nível de “legibilidade e coerência”, com itens que despertaram a curiosidade de quem visitou.

Já o segundo grupo de variáveis que formam a dimensão “sobrecarga cognitiva” avalia o “engajamento sem esforço”, a “legibilidade”, “complexidade” e “coerência”. Para Forrest (2014), esse grupo expressa uma combinação de complexidade e nível de coerência que interfere na inteligibilidade do visitante, resultando num esforço cognitivo excessivo para a compreensão do espaço. Entre os dados coletados, merecem destaque os itens em que os visitantes concordaram de levemente a fortemente: “esta exposição é logicamente apresentada” e “quando olho em volta no ambiente dessa exposição, não tenho certeza de por onde começar ou para onde ir”. Essas afirmações mostram que embora seja possível identificar uma lógica na apresentação, ela não foi suficiente para auxiliar na localização do visitante e, ou, em como este deveria se locomover no espaço expositivo.



Sobre as duas últimas afirmações, que avaliam a percepção dos visitantes, quanto ao nível de agradabilidade de visita, mais de 90% responderam que “é agradável passar o tempo nesse ambiente” e tiveram uma experiência que “valeu a pena” na exposição em foco.

A terceira seção do questionário - 15 dimensões da experiência - é uma ferramenta desenvolvida por Packer (2015) e incorporada por Forrest (2014) ao questionário. Ela tem por objetivo avaliar os aspectos afetivo, cognitivo, social, espiritual e físico da experiência de visita ao espaço. Os dados coletados (Fig.11) revelam que as dimensões que apresentam maior média são: “fascinação” (média=2,1), “atenção” (média=1,9), “apreciação estética” (média=1,9), “excitação” (média=1,9) e “privilégio” (média=1,6). Já as dimensões “tensão” (média=0,1) e “autonomia” (média=0,5), apresentaram as menores médias.

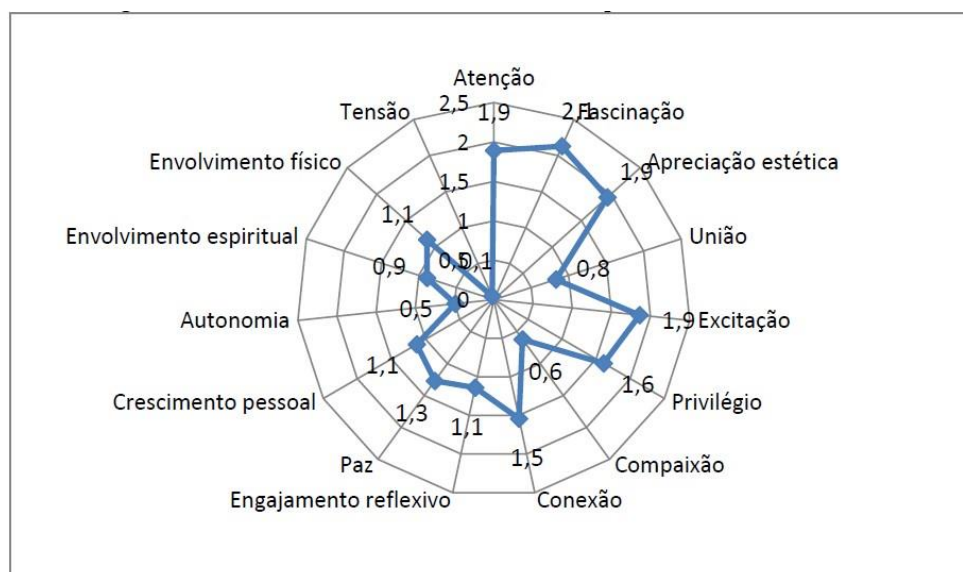


Figura 11 - Escore médio das 15 dimensões da experiência no Cais do Sertão  
Fonte: Elaborada pela autora.

“Fascinação” estava representada pelo envolvimento da imaginação, o deslumbramento e a “excitação”, representada pelo entusiasmo dos visitantes. A alegria e prazer pertencem à categoria das experiências hedônicas como proposto por Packer e Ballantyne (2016) em seu modelo multifacetado. Já a dimensão “atenção” é descrita em que os visitantes estão atentos e envolvidos, mentalmente, com a visita. “Apreciação estética” é relacionada à contemplação das qualidades estéticas e sensoriais dos objetos, diretamente ligadas à experiência sensorial do modelo. “Privilégio”, por sua vez, está ligado a um sentimento de respeito, à honra ou gratidão pela experiência e, de acordo com os autores, pertence às experiências emocionais.

As dimensões da experiência que tiveram menor incidência na amostra coletada foram: “tensão”, descrita por Packer (2015) como a situação em que o visitante experimenta frustração, estresse, sobrecarga ou desconforto. A experiência de “autonomia”, ocorre, segundo a autora, quando o visitante experimenta uma sensação de escolha ou controle. Sentindo-se confiante e independente, esse item tem relação com a face cognitiva da experiência descrita por Packer e Ballantyne (2016).

Percebe-se, a partir dos dados coletados e analisados nesse estudo, que o Cais do Sertão



promoveu, por meio do seu ambiente de exposição, experiências hedônicas, emocionais e sensoriais. A experiência emocional nesse caso foi fator fundamental por definir a satisfação de visita ao Museu e, de acordo com a literatura, tanto na área de Museologia quanto no Design para a experiência, esse aspecto afetivo define a visitação, influenciando na forma como os visitantes vão enxergar e se envolver pela narrativa (FORREST, 2014).

### **Os recursos utilizados no espaço interferem na experiência?**

Para responder essa questão, realizou-se o cruzamento dos dados previamente apresentados, os quais foram analisados, estatisticamente, com o objetivo de encontrar as relações entre “atmosfera percebida” (primeira seção do questionário), “envolvimento cognitivo” (segunda seção) e “15 dimensões da experiência” (terceira seção).

Em relação aos dados da seção “atmosfera percebida, foi conduzida a análise de confiabilidade no intuito de verificar, se a escala reflete com confiança o construto (característica não observada diretamente) que se desejava medir com o questionário. A tabela a seguir (Tabela 7) apresenta os itens que obtiveram confiabilidade para medir o construto. Para a dimensão “vibração”, os seis itens apresentaram limite superior a 72%, o que é desejável pelo alfa de Cronbach. Semelhantemente, foram investigadas as demais dimensões, tendo sido identificados: “espacialidade” (82%); “vibração”(71%) “teatralidade” (53%); “ordem” (68%).

Da mesma forma, foi conduzida a análise de confiabilidade da seção “envolvimento cognitivo”. Nesse caso, os testes mostraram que, para a dimensão 1 (engajamento cognitivo positivo), os sete itens apresentaram confiabilidade para medir no construto ao nível de 82%, enquanto para a dimensão 2 (sobrecarga cognitiva) foi de 58%. Desse grupo, foi retirada a variável que mede o nível de coerência (representada pela afirmação: “esta exposição é logicamente apresentada”) por contribuir para a baixa confiabilidade, tendo sido, assim, excluída da tabulação final dos dados.

Na análise da relação entre fatores espaciais (atmosfera percebida: “teatralidade”, “ordem”, “espacialidade” e “vibração”) e das respostas cognitivas foram conduzidas correlações bivariadas de Pearson. Os dados revelaram que há correlação negativa ao nível de 1% para as dimensões “vibração” (-0,449) e “ordem” (-0,329) em relação à escala cognitiva “envolvimento cognitivo positivo”. A partir da indicação de que havia uma correlação, foram conduzidos testes de regressão e ANOVAS para identificar a associação das variáveis. Os resultados apontam que o aumento na dimensão “vibração” contribuiu para um menor “envolvimento cognitivo”.

A “vibração” descrita por Forrest (2014) tem relação com a dramaticidade criada pelo uso de cores e energia, a exemplo da temperatura da cor e da iluminação, que compunham o espaço da exposição. Já o “Envolvimento Cognitivo Positivo” avalia, predominantemente, a capacidade de atrair e manter a atenção dos visitantes durante a visita, bem como a “variedade de escolha e engajamento sem esforço” e a “legibilidade e coerência”. Nesse sentido, os dados coletados apontam que, para esse grupo de respondentes, o ambiente causou a sensação de ter estímulo

visual em excesso em algum ponto, dificultando para que o público mantivesse um nível equilibrado de atenção durante toda a visita.

Além de relacionar as características espaciais às respostas cognitivas, buscou-se também identificar relações entre as características espaciais e a experiência resultante (Tabela 7). Para isso, foram conduzidas análises de correlação de Pearson entre as variáveis. Os resultados mostraram que a dimensão “teatralidade” não apresentou correlação com nenhuma das variáveis, ocorrendo o mesmo para as variáveis: “apreciação estética”, “união”, “privilégio”, “compaixão”, “conexão”, “paz” e “autonomia” como também não apresentaram nenhuma correlação significativa ao nível de 0,01 e 0,05. Identificou-se a correlação entre a dimensão “vibração” da atmosfera percebida e dimensões da experiência “excitação”, “engajamento reflexivo”, e “tensão”. A dimensão “espacialidade”, por sua vez, foi correlacionada a “crescimento pessoal”, “envolvimento espiritual” e “envolvimento físico”. Já a dimensão “ordem” da atmosfera percebida apresentou correlação com as dimensões de “fascinação” e “crescimento pessoal”.

**Tabela 7: Correlações (de Pearson) e testes de significância entre as dimensões de 1 a 15 associadas às Experiências e Atmosfera percebidas**

Atmosfera	Dim01- Vibração	Dim02 – Espacialidade	Dim03 – Teatralidade	Dim04 – Ordem
Dim01- Atenção	,009	,091	-,022	-,017
Dim02- Fascinação	-,108	-,106	-,048	-,316**
Dim03 - Apreciação estética	-,053	-,094	-,093	-,172
Dim04- União	-,119	-,149	-,109	-,117
Dim05 - Excitação	-,202*	-,173	-,153	-,247*
Dim06 - Privilégio	-,001	-,076	-,086	-,080
Dim07 - Compaixão	,011	-,072	,005	-,037
Dim08 - Conexão	,011	-,108	,025	-,085
Dim09 - Engajamento reflexivo	-,244*	-,121	-,009	-,156
Dim10 - Paz	-,007	-,058	-,157	-,136
Dim11 - Crescimento pessoal	-,175	-,269**	-,195	-,261**
Dim12 – Autonomia	-,010	-,155	-,002	-,108
Dim13 - Envolvimento espiritual	-,122	-,205*	-,054	-,155
Dim14 - Envolvimento físico	-,175	-,202*	-,106	-,137
Dim15- Tensão	,252*	,026	,150	,107

\*\* A correlação é significativa no nível 0,01 (2 extremidades).<sup>5</sup>

\* A correlação é significativa no nível 0,05 (2 extremidades).<sup>6</sup>

Fonte: Elaborada pela autora.

<sup>5</sup> Ao nível de 1% de significância rejeita-se a hipótese de correlação nula, ou seja, estatisticamente a correlação é diferente de zero. Nível de Sig significa probabilidade do erro tipo 1, ou seja, probabilidade de rejeitar a hipótese nula (correlação nula) quando ela é verdadeira.

<sup>6</sup> Ao nível de 5% de significância rejeita-se a hipótese de correlação nula, ou seja, estatisticamente a correlação é diferente de zero.

A partir dos dados, conclui-se que, quando algumas características do espaço (“teatralidade”; “ordem”; “espacialidade” e “vibração”) estiveram mais evidentes, contribuíram para o decréscimo na sensação das dimensões da experiência. Para a dimensão “ordem” da atmosfera percebida, as sensações de “fascinação” e “crescimento pessoal” sofreram diminuição. Infere-se portanto que, nesse caso, a previsibilidade causada pela “ordem” do espaço contribuiu para a diminuição do envolvimento imaginário do visitante. Foi possível enxergar todo o ambiente de uma só vez e “isso influenciou no deslumbramento e na expectativa do que viria a seguir, muito embora seja possível, ao interagir com cada expositor e território, aprofundar outros tipos de experiência com o espaço.” (MEDEIROS, 2017, P.121).

Outro ponto importante a ser destacado dos resultados, é a correlação negativa entre a dimensão “vibração” e a experiência de “excitação” e “engajamento reflexivo”, já que a maior incidência de vibração no espaço ocasionou um decréscimo na sensação de “excitação” e “engajamento reflexivo”. Esse dado revela que a dramaticidade expressa no ambiente pela iluminação, uso das cores entre outros atributos, influenciou para a inibição do visitante à atividade de reflexão e deslumbramento.

Essa correlação diverge dos resultados encontrados por Forrest (2014) no que diz respeito à dimensão “vibração”, que seria um prognóstico de atividades de engajamento cognitivo e afetivo. De acordo com a autora, os ambientes de exposição preferidos são aqueles que são percebidos como vibrantes, sendo rico em estímulos sensoriais, ativo, tridimensional, colorido, dinâmico e enérgico (FORREST, 2014), contribuiria para manter a atenção dos visitantes e favorecer o envolvimento nas atividades do Museu.

## **Considerações finais**

Ao analisar a experiência no ambiente do Museu Cais do Sertão, dentre os aspectos que compuseram a experiência, contexto físico, social e individual, enfatizou-se o contexto físico, visto que, dos três, apenas esse é passível de interferência humana, sendo possível controlar de que forma o espaço se apresenta, sendo, dessa maneira, o objeto tangível que o Designer tem para trabalhar e conformar a experiência. Diante do exposto, investigaram-se as respostas que a configuração do ambiente de exposição do Museu causou aos visitantes, indicando reflexões acerca do uso dos recursos de Design de uma exposição e como esses podem interferir na experiência do visitante.

Exposições temáticas, como no caso do Cais do Sertão, têm como característica o uso de diversos recursos como apoio à narrativa. Nesse caso, vê-se o agrupamento de diversas linguagens na apresentação do conteúdo, visto que cenografia, sonorização, audiovisual, iluminação, layout, comunicação visual e sinalização são articulados na construção de um ambiente imersivo e sensorial. A instalação cenográfica de “A Casa do Transtempo” remonta ao estilo de moradia do Sertão, o que permite, por meio de sua cenografia, a imersão naquele ambiente com objetos reais daquela Região. A cenografia, nesse caso, foi a linguagem escolhida pela curadoria para relatar o trecho da narrativa sobre o Sertão, configurando a principal forma

de interação entre público e conteúdo.

Segundo Shedroff (2009), as experiências imersivas devem se diferenciar da realidade. No caso do Museu investigado nessa pesquisa, o visitante foi surpreendido pela originalidade de diversas instalações. No ambiente projetado para tal, vê-se que o uso do audiovisual e da sonorização instauraram contextos e temporalidades diversas, como por exemplo, o “Útero”, sala de projeção 220° que propôs a imersão no cotidiano do Sertão, ou a instalação “Túnel do Capeta”, que utilizou uma composição de espelhos e monitores dispostos como uma espécie de caleidoscópio que capta imagens de quem está atravessando o túnel e as apresenta em seguida, além de usar sons marcantes. Essa instalação foi avaliada pelo público como uma das melhores no espaço do Museu<sup>7</sup>.

A iluminação foi um elemento que contribuiu para a composição da atmosfera do ambiente, interferindo na definição da identidade do espaço, influenciando na experiência relacionada à cor, o que vai afetar a interpretação do ambiente, podendo, por vezes, transparecer a ideia de um lugar como sendo “inclusivo” ou “excludente”, e “fechado” ou “exposto” (LINDTH, 2006). Os dados coletados, pelo *survey*, mostram que o ambiente foi percebido pelos visitantes como “ameno/aprazível”, “quente/aconchegante”, “entusiasmado” e “acolhedor” (Tabela 5).

De acordo com a literatura (BITGOOD, 2013; FORREST, 2014), atrair e manter o foco do visitante é desejável para uma exposição. Os ambientes tidos como preferidos são aqueles que oferecem capacidade exploratória suficiente para serem interessantes e compreensíveis para serem navegados sem esforço cognitivo excessivo. Além disso, os visitantes obtêm satisfação por ter sua curiosidade sanada de uma maneira que, aparentemente, não demanda muito esforço, gerando, assim, experiências positivas, como as indicadas pelo estudo de caso nesta pesquisa.

Os resultados obtidos apontam a possibilidade de relacionar as características espaciais à forma como se experiencia o espaço. Esse dado ecoa a Literatura, afirmando que a forma que o visitante navega pelo *layout* do espaço de exposição define em grande parte sua interpretação a respeito desse mesmo espaço. No caso do Museu estudado, afirma-se que para o grupo de participantes no experimento, o espaço apresenta alguma incompreensão em relação à navegação, sendo confuso para os visitantes se localizarem e locomoverem pelo espaço expositivo, como foi apontado pela medição das escalas cognitivas (Tabela 5). Atribui-se esse dado à opção da curadoria por criar uma exposição aberta, sem divisórias ou percurso pré-definido, possibilitando maior autonomia ao visitante em construir seu percurso, abrindo espaço para uma maior interação social.

Nesse caso, infere-se que a incompreensão supracitada pode ser atribuída a dois fatores: pode ser um reflexo do repertório cultural dos visitantes e do conhecimento prévio desse tipo de *layout* em exposições visitadas, visto que a prática museológica do Século XX, que se perpetua, ainda hoje, em vários Museus impõe aos visitantes distanciamento do objeto exposto com proibição clara ao toque e o caminho a ser definido de modo que algumas pessoas ainda não lidam facilmente com propostas interativas que denotem maior autonomia. Outro aspecto a ser considerado, para se entender a incompreensão, refere-se à estratégia de sinalização do local.

---

<sup>7</sup> De acordo com questionário de avaliação interno do museu. Dados de junho de 2016 apontam o Túnel do Capeta como sendo o segundo lugar na preferência dos visitantes.

Essas questões provocam reflexões acerca das práticas do Design na construção da expografia, e traz à tona questionamentos de como designers e responsáveis poderiam melhor projetar a sinalização em espaços como o Cais do Sertão, que são abertos e assimétricos. Essa reflexão gera possibilidade de estudos futuros, levando à seguinte questão: de que forma a sinalização pode apoiar a construção da narrativa nesses espaços museológicos com característica de multilinguagem, no sentido de informar, mas sem pré-determinar o percurso, possibilitando ao visitante a sensação de autonomia e segurança ao se locomover pelo espaço da exposição?

Essa investigação não tem a pretensão de encerrar o assunto, mas de servir como complemento ao atual entendimento acerca de exposições temáticas, assim como despertar para conteúdos ligados à temática que possam estimular novas pesquisas. Os dados ora apresentados sobre a visita ao Museu podem vir a dar suporte para outras pesquisas que envolvam os temas abordados. Propõe-se, como continuidade, a utilização da metodologia adotada por essa pesquisa em outras instituições museológicas com temas diversos, bem como, uma avaliação comparativa de experiência de visita em grupos de diferentes idades para identificar a recepção que esses grupos possam ter sobre os recursos utilizados na exposição. Propõe-se ainda uma investigação mais direcionada a cada um dos elementos do projeto de exposição, como, por exemplo a investigação da iluminação na experiência de visita, avaliando qualitativamente qual a experiência descrita pelos visitantes. Recomenda-se ainda um aprofundamento na investigação dos aspectos emocionais da visita. Embora esse tenha sido contemplado dentro do método “15 dimensões da experiência” (PACKER, 2015) tem-se a compreensão de que, apesar de abranger uma vasta gama dos tipos de experiência, esse método não investiga de forma mais intensa o aspecto emocional. Bem como, essa pesquisa focou nos aspectos cognitivos e afetivos da visita, ainda que o método completo, tal como proposto por Forrest(2014), avalie ainda o aspecto comportamental. Sendo assim, recomenda-se a investigação do aspecto comportamental da visita ao Museu.

## Referências

- BITGOOD, S. Visitor Navigation and attention. In: BITGOOD, S. Attention and value: keys to understanding Museum visitors. New York: Routledge, 2013, p. 166-175.
- BUCCINI, M. Introdução ao Design Experiencial. Recife: Edição do autor, 2008. 79 p. Disponível em: < <https://www.academia.edu>>. Acesso em: mai. 2015.
- CARDOSO, R. Design para um mundo complexo. São Paulo: Cosac Naify, 2013. 264 p.
- CSIKSZENTMIHALYI, M.; ROBINSON, R. E. The Art of Seeing: An Interpretation of the Aesthetic Encounter. California: Getty Center for Education in the Arts, 1990. 224 p. Disponível em: <<http://files.eric.ed.gov/fulltext/ED388602.pdf>>. Acesso em: dez. 2016.
- CURY, M. X. Comunicação e pesquisa de recepção: uma perspectiva teórico-metodológica para os Museus. História, Ciências, Saúde – Manguinhos, Rio de Janeiro, v. 12, p. 365- 380, 2005.



\_\_\_\_\_. The Dialogic Museum and The Visitor Experience. In: org. ICOM International Committee for Museology. The Dialogic Museum and the Visitor Experience. Taiwan: ICOFOM Studies Series, oct./2011, p.66-76.

FALK, J. H.; DIERKING, L. D. Learning from Museums: Visitor Experiences and the Making of Meaning. Michigan: Rowman & Littlefield, 2000. 272 p.

FALK, J. H. Understanding Museum Visitors' Motivations and Learning. ([201-4?]) Disponível em: <  
[http://slks.dk/fileadmin/user\\_upload/dokumenter/KS/institutioner/museer/Indsatsomraader/B\\_rugerundersoegelse/Artikler/John\\_Falk\\_Understanding\\_Museum\\_visitors\\_motivations\\_and\\_learning.pdf](http://slks.dk/fileadmin/user_upload/dokumenter/KS/institutioner/museer/Indsatsomraader/B_rugerundersoegelse/Artikler/John_Falk_Understanding_Museum_visitors_motivations_and_learning.pdf)>. Acesso em: Jul. 2016.

\_\_\_\_\_. Identity and the Museum Visitor Experience. California: Left Coast Press, 2009. 302 p.

\_\_\_\_\_. Contextualizing Falk's Identity-Related Visitor Motivation Model. Visitor Studies. v. 14, n. 2, p. 141-157, 2011.

FREIRE, K. Reflexões sobre o conceito de design de experiências. Strategic Design Research Journal. v. 2, n. 1, p. 37-44, jan./jun. 2009.

FORREST, R. Design Factors in the Museum Visitor Experience. 2014. 282 f. Tese Phd The University of Queensland. Australia, 2014.

HASSENZAHN, M. User Experience and Experience Design. Site Experience Design, Technology for the right reasons. 2013. Disponível em: <  
<https://hassenzahl.wordpress.com/user-experience-and-experience-design-2/>>. Acesso em: Jul. 2016.

GONÇALVES, L. R. R. Entre Cenografias: O Museu e a Exposição de Arte no Século XX. São Paulo: EdUSP, 2004. 164 p.

LARA FILHO, D. O Museu no século XXI ou Museu do Século XXI? Fórum Permanente de Museus. Disponível em:<<http://www.forumpermanente.org/revista/edicao-0/textos/o-Museu-no-seculo-xxi>> Acesso em: 25 de fev. 2016.

MCDONALD, S. Interconnecting: Museum visiting and exhibition design. CoDesign - International Journal of CoCreation in Design and the Arts, v. 3, n. 1, p. 149-162, 2007.

MEDEIROS, M. M. O DESIGN PARA A EXPERIÊNCIA NA EXPOGRAFIA DO MUSEU: a relação entre o ambiente da exposição e a recepção do público no museu Cais do Sertão. 2017. 147 f. Dissertação (Mestrado em Design) – Programa de Pós-Graduação em Design, Centro de Ciência e Tecnologia, Universidade Federal de Campina Grande, Paraíba, Brasil, 2017.

NASCIMENTO, S. S. O desafio de construção de uma nova prática educativa para os Museus. In: FIGUEIREDO, B. G.; VIDAL, D. G. (Org.). Museus: Dos gabinetes de curiosidades à museologia moderna. Belo Horizonte: Fino Traço, 2013. p. 321-250.



PACKER, J.; BALLANTYNE, R. Conceptualising the visitor experience: a review of literature and development of a multifaceted model. *Visitor Studies*, v.19 (2), 2016. Em processo de publicação. Disponível via e-mail com os autores.

PACKER, J. Learning for fun: The Unique Contribution of Educational Leisure Experiences. In: *Curator The Museum Journal*, v. 49, n. 3, p. 329-344, Jul./2006.

\_\_\_\_\_. *Understanding and Capturing the Visitor Experience*. Paper presented at the Visitor Studies Association Conference. Chicago, Jul. 2015

RAYWARD, W. B. Information Revolutions, the Information Society, and the Future of the History of Information Science. *Library Trends*, Vol. 62, Nº 3, p. 681-813, 2014.

SHEDROFF, N. *Experience Design 1.1*. White Group Press, 2009. Disponível em *e-book*.

SVABO, C.; SHANKS, M. Experience as Excursion: A note towards a metaphysics of Design Thinking. In: BENZ, P. *Experience Design: Concepts and case studies*. London: Bloomsbury Publishing, 2015, p. 23-32.

WILKENING, S. Beginning to measure meaning in Museum experiences. In: *Dimensions*, site Association of science – technology centers. Mai./Jun. 2015. Disponível em: < <http://www.astc.org/astc-dimensions/beginning-to-measure-meaning-in-Museum-experiences/>>. Acesso em: Abr. 2016.

## **Sobre os autores**

### **Marilia Macedo Medeiros**

Mestre em Design pela Universidade Federal de Campina Grande (2015) e graduada em Desenho industrial pela mesma instituição (2009). Atuou como Bolsista DTI, desenvolvendo Projeto de Inovação pra o setor Industrial com o tema "Memória e Patrimônio Histórico Cultural da Indústria" e pelo projeto SESI Storytelling na Indústria: Uma metodologia Dinâmica e Funcional de tratar assuntos técnicos de forma interativa.

### **Heitor de Andrade Silva**

Arquiteto e urbanista, professor adjunto no Departamento de Arquitetura da UFRN. Na mesma instituição é membro permanente nos Programas de Pós-Graduação PPGAU e PPAPMA (sendo desse também coordenador) e colaborador no PPGDesign UFCG. Tem se dedicado aos temas de pesquisa: análise, métodos e ensino de projetos de arquitetura e design.

### **Wellington Gomes de Medeiros**

Professor associado no Curso de Design da Universidade Federal de Campina Grande e coordenador do Programa de Pós-Graduação em Design da UFCG. Bolsista de Produtividade em Pesquisa (PQ2) do CNPq. Ph.D. em Design pela Universidade de Staffordshire, Inglaterra;





Mestre em Artes Visuais pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul; Graduado em Design pela Universidade Federal da Paraíba.