

Renata Dias de Gouvêa de Figueiredo-Lanz

Graduada pela FAU-USP, com mestrado pela FAU-USP intitulado “Expografia contemporânea no Brasil: a sedução das exposições cenográficas”. Pesquisadora e docente, já atuou na FMU e SENAC e é também redatora do blog “Crítica Expográfica”. Atua ainda como consultora de expografia e designer de exposições na sua empresa “Renata Figueiredo design gráfico + expografia”. E-mails: refigueiredo@usp.br e contato@refigueiredo.com.br

Resumo

O artigo enfoca o uso da fotografia nas exposições em museus brasileiros do século XXI, tendo como local de estudo o Museu do Futebol. Nesse museu, é feita uma análise do uso das imagens como meio de substituir os objetos inexistentes no acervo do museu, bem como a utilização do excesso de fotografias como meio ocultar questões mais profundas que a curadoria não deseja revelar. A inexistência de diretrizes para a seleção de fotografias relevantes, bem como a forma como elas são expostas no espaço, tomando-as mais ou menos significativas, são um reflexo da constituição dos novos museus, gerados inicialmente sem acervo e sem um plano museológico. Como ferramenta de análise serão utilizados Jean Davallon - que propõe que as exposições podem não apenas exibir objetos, mas também transmitir conhecimentos por meio desses objetos e pela forma como são expostos.

Palavras-chave: Fotografia em exposições, expografia, exposições museológicas, Museu do Futebol.

Abstract

The article focuses on the use of photography in the exhibits of Brazilian museums of the XXI century, taking as study subject the Museu do Futebol (Soccer Museum). For this museum the use of images as means to replace nonexistent objects in the museum's collection is analyzed, as well as the excess of photography used as means to hide deeper issues the curator does not want to reveal. The inexistence of directives for the selection of relevant photos, and the way they are exposed in the rooms, making them more or less significant, are a reflex of new museums constitution, generated initially without a collection or a museological plan. As tools for analysis, Jean Davallon will be used - who proposes that exhibitions may not only expose objects, but also relay knowledge through objects and the way they are exposed.

Keywords: Photography in exhibitions, exhibition design, museological expositions, Brazilian Soccer Museum.

A fotografia nos museus sem acervo

Na inauguração de novos museus no Brasil, neste início de século XXI, têm sido usadas terminologias específicas para divulgação na imprensa, tais como “museu de acervo imaterial” ou “museu interativo”. Esses termos, teoricamente, atestam a qualidade deste novo museu e, principalmente, o seu potencial de atração de público. Porém, o apelo desses termos é muito mais significativo para o marketing do que o reflexo da real constituição das exposições desses museus.

Como recursos fundamentais para a execução dessas exposições, que inauguram os museus deste início de século, estão as fotografias projetadas em telas, televisões e *back-lights*. Além disso, as imagens atuam fundamentalmente como substitutos do acervo material dos museus. Em lugar de uma escultura ou de um objeto, é colocada uma imagem com o objetivo de substituir tal peça e, teoricamente, guardar a sua materialidade, transmitindo informações a respeito desse objeto.

Porém, a fotografia muitas vezes se revela como um recurso para suplantar a inexistência de acervo no museu, dignificado pela terminologia “acervo imaterial”. Na realidade, o que se verifica é um acervo inexistente, pois o museu não possui os originais dessas fotografias, não tem o registro histórico daquele acervo e nem armazena em seu acervo os vídeos completos dos trechos que existem nas exposições. As fotografias utilizadas para retratar os momentos históricos pertencem a um acervo de outras instituições – muitas vezes privadas – e, para finalizar, não estão disponíveis para os pesquisadores do museu – quando existem.

Pode-se observar esse tipo de acervo em inúmeros museus brasileiros e este artigo enfocará o Museu do Futebol, em São Paulo, como exemplo mais significativo.

A experiência museal como peregrinação

A experiência museal, segundo Davallon (2000) é um tipo de peregrinação em que o sujeito deve percorrer o museu em busca de signos e significados que ajudam a desenhar um mapa mental do caminho. O elemento organizador desta peregrinação é a chegada (local sagrado) no qual o visitante encontra o que foi buscar na exposição.

A peregrinação é ainda um elemento que muda o *status* social e o modo de vida do visitante, marcado por alguns aspectos específicos muito importantes para a visita tais como:

- Existência de um programa-tipo: conectado com o conceito de peregrinação, é composto por quatro passos, que vão da ruptura com o mundo exterior, passando pela aquisição do ferramental para interpretar a exposição, seguido pelo encontro com o sagrado e terminando no reconhecimento da realização da ação.

A imagem como substituto do patrimônio material: a fotografia como desvalorização do objeto.

- *Jogo de retenções: a intercalação de pontos fortes e fracos que permitem que o visitante tenha momentos de maior ou menor retenção de conteúdo e até momentos de descanso, para absorver e refletir sobre o que foi dito.*

- *Obtenção de valores: é o momento em que o visitante estabelece conexões entre o seu repertório e aquele oferecido pelo museu*

Sendo assim, o percurso-peregrinação da exposição oferece uma produção de sentidos no visitante. Para isso, ele utiliza uma profusão de recursos visuais, entre eles fotografias e imagens em movimento.

A Grande Área do Museu do Futebol: um espetáculo de imagens

Inaugurado em 2008, o Museu do Futebol está localizado no Estádio do Pacaembu, na cidade de São Paulo, em frente à Praça Charles Miller. A localização é, portanto, bastante significativa para a instalação de um museu dessa natureza. A exposição de longa duração desse museu está dividida em três eixos: emoção, história e diversão.

O primeiro eixo, da emoção, busca, segundo os autores do projeto (THOMAS; TASSARA, 2007, p. 14), seduzir o visitante por meio de recursos de imagens e sons que emocionem o expectador e exaltem a memória do que o futebol representa para cada torcedor.

Serão analisadas, nesse primeiro eixo, duas salas em que as fotografias são elementos fundamentais para a construção dos espaços: Grande Área e Anjos Barrocos.

A primeira sala encontrada pelo visitante é, então, a Grande Área, cujo nome é um jogo de palavras que representa tanto o tamanho do ambiente como o local do campo em que se armam as jogadas para atingir o objetivo final do jogo: o gol.

Essa sala conta com uma imensa quantidade de fotos de relíquias do futebol, os “ex-votos”: inúmeros objetos de afeto dos torcedores que cobrem as paredes deste ambiente de entrada do museu, buscando introduzir o visitante no ambiente do futebol.

Do chão ao teto (inclusive o teto), tudo será recoberto de bocadinhos do Brasil. São ex-votos vivos, as quinquilharias que, história afora, adornaram a casa, o ambiente de trabalho, o carro ou o botequim onde o clube do coração foi comemorado no real e no imaginário do futebol. São as flâmulas, as bandeiras, os bonecos de cerâmica ou plástico com o corpo ou a face do jogador, os cinzeiros e os chaveiros, o sem-número de apetrechos e adereços que congregam o sacro e o profano, o amuleto da sorte, o pé de coelho com a efigie do clube. (THOMAS; TASSARA, 2007, p. 19)

O ambiente tem, dessa forma, um forte potencial de significação e grandes possibilidades de emocionar o visitante, pois remete a momentos ou memórias emocionantes. Esse grande salão lembra também um grande gabinete de curiosidades do Renascimento, no qual as peças adquiridas por membros da nobreza ou até da Igreja eram colocadas sem ordenação específica em paredes do chão ao teto, buscando ser apenas objetos de contemplação ou, ainda, de demonstração de riqueza e poder.



Figura 1. Imagem da “Grande Área”, no saguão principal do Museu do Futebol.
Grande quantidade de quadros com imagens de relíquias ou ex-votos de torcedores. Foto: Luciano Mattos Bogado, 2009.
Museu do Futebol, São Paulo. Foto cedida pelo Museu do Futebol à autora.

Porém, apesar do forte potencial de significação, o fato de utilizar imagens, fotografias ampliadas do objeto real, desqualifica-o como relíquia ou objeto que carrega grande significado. Diferentemente de quando o museu apresenta uma camiseta do Rei Pelé, após a Sala das Copas, bem mais para frente no percurso, os objetos da Grande Área não têm o mesmo brilho que poderiam ter se tivessem sido tocados por algum ídolo.

A característica de relíquia, que é ter tido contato com um santo ou ser algo antigo e estimado (HOUAISS, 2009, p. 571), aqui se perde no jogo cenográfico, uma vez que o visitante não consegue se “armar” com os objetos sagrados para começar a peregrinação, pois os objetos – ou os símbolos - são falsos, cópias baratas da relíquia verdadeira.

Outro fator importante nesta análise, é que o Museu se lançou desde o início como um criador de experiências sensoriais. Hugo Barreto, da Fundação Roberto Marinho, declarou a Folha de São Paulo (DUARTE, 2008, p.D5): “O colecionador de objetos ligados ao futebol não abre mão de suas relíquias assim

tão facilmente (...) Mesmo assim, o foco do museu nunca foi agrupar objetos, mas oferecer uma experiência sensorial aos visitantes”.

Antes de mais nada, há de se considerar uma significativa diferença entre **agrupar objetos** e **constituir coleções**. Todo museu, constituído como tal, deve – ou deveria ter – um acervo que dê suporte às suas exposições. A pesquisa sobre um acervo existente no museu deve, portanto, gerar exposições como resultados dessas pesquisas. Quando o percurso e exposição da pesquisa são ignorados o resultado é, em geral, pobre e superficial.

Além disso, deve-se questionar a contradição evidente no discurso de Hugo Barreto: como oferecer uma experiência sensorial sem os tão utilizados – e venerados pela Fundação Roberto Marinho – recursos audiovisuais? Quais, então, dos cinco sentidos (visão, audição, tato, paladar e olfato) seriam usados na citada experiência sensorial? Somente a visão e, às vezes, a audição. Ou seja, a experiência sensorial equivale, quando muito, a assistir televisão ou ver fotografias em pé.

Nesse sentido, o visitante seria, então, “tocado” pelas emoções da sua memória. Mas diferentemente de uma fotografia de família ou de algum momento histórico que o visitante tenha participado – ou mesmo de uma partida famosa de futebol – não há, naquelas fotos, a emoção presente no passado do visitante. A substituição do objeto real por uma reprodução faz com que ele perca a sua força, seu potencial de interessar e emocionar.

O visitante precisaria ver o real, o autêntico tangível, que é o que causaria a emoção nesse ambiente denominado “Grande Área”. O falso, a reprodução do objeto de valor, será sempre uma reprodução em meio a muitas outras reproduções. Perde-se, assim, a força e a potência que o objeto real tem de emocionar, de tocar o coração do visitante-torcedor.

Daniela Alfonsi (FIGUEIREDO, 2010) cita os objetos como sendo familiares: o item que havia na casa de seu avô, a flâmula do seu quarto etc. Mas estabelecer essa relação de vínculo emocional com o objeto é difícil, especialmente quando não se lida com a autenticidade e com a veracidade do que é mostrado, tirando a credibilidade do visitante no que é exposto. O gatilho para estimular a paixão pelo esporte é, então, muito mais fraco do que tem potencial para ser.

É o mesmo que ir ao salão do automóvel e ver exposta a foto de um carro. Não tem o *glamour*, falta a textura, desaparece a terceira dimensão do objeto, características que tanto apelam aos sentidos e emocionam os apaixonados por carros. Além da visão e da audição, ele tem o tato e o olfato. A experiência sensorial do tato não implica necessariamente em tocar o objeto, mas perceber suas texturas, sua profundidade, ver a lateral do objeto, o verso.

No Museu do Holocausto (Washington, EUA) as paredes de fotos – que lembram a Grande Área – estão cobertas de fotos reais, cujo objetivo é o mesmo: emocionar, fazer com que o visitante entre em

contato com as fotos das pessoas ou famílias que foram dizimadas durante aquele período. O criador da exposição exacerba os sentimentos de tristeza e clausura pela cenografia, pelo jogo de cores, luzes e texturas. O visitante é atingido em sua emoção, seja pela quantidade de imagens (logicamente associadas ao número de pessoas mortas), seja por buscar algum parente ou apenas pela sensação causada por aquele espaço de luto e repressão.



Figura 2. Museu do Holocausto, em Washington, EUA. Sala fotografada de baixo para cima. Disponível em: <http://faainc.com/projects/u-s-holocaust-museum/> Acesso em: 10 de abril de 2016.

A cenografia cria um clima tal que o visitante dificilmente perceberia caso aquelas fotos fossem reproduções (e não as originais), até porque os mortos são listados nominalmente em um diagrama que faz referência às paredes. Neste caso, portanto, a emoção é o vetor da experiência, associada a uma cenografia marcante e a itens que dão veracidade e autenticidade ao que é mostrado.

Além disso, outro fator de comparação é válido: no Museu do Holocausto as fotos são listadas através de um índice e o visitante sabe exatamente do que se trata. No Museu do Futebol não se sabe exatamente o que está ali exposto, não existe quase nenhum elemento de comunicação que diga ao torcedor o que são aquelas relíquias, em especial nos quadros localizados no alto. São velhas flâmulas, caricaturas antigas, páginas de jornais, objetos que foram usados há muito tempo, além de relíquias de clubes que até já não existem mais. Dificilmente se poderia reunir uma quantidade de torcedores que os identificassem. Além disso, para tornar o cenário mais confuso visualmente, estão dispostos caoticamente de alto a baixo, alguns em uma altura impossível de se ver, sem nenhum critério ou método compreensível de classificação. O visitante que não compreende não se interessa e logo segue em frente.

Mas o fator fundamental que liga essas duas salas – do Museu do Holocausto e do Futebol – é a imensa quantidade de imagens expostas. Essa quantidade incontável de fotografias nos dois casos provoca uma desvalorização do individual pelo coletivo. Transforma, portanto, uma experiência de vida concreta em algo abstrato. Diferentemente de ter a foto de uma família em que é contada a história e toca o visitante, os painéis tornam o conceito do sofrimento abstrato. O mesmo acontece com as relíquias do futebol: nenhum objeto é importante. O todo deveria ser, mas é apenas superficial. Um objeto daqueles, colocado isoladamente, constituído de significado real e concreto, é capaz de gerar mais emoção do que a sala inteira. O apelo à memória por meio de imagens de impacto é, dessa forma, esvaziado.

Assim, além da desvalorização do valor do objeto real pela imagem mal reproduzida, o seu posicionamento em meio a um mar de outras imagens torna a fotografia, o registro histórico, algo com pouco valor individual, a serviço de um conceito global com um significado muito menos expressivo.

Os anjos barrocos reinventados

Ao entrar na sala, chama a atenção a projeção de imagens monocromáticas azuis sobre um acrílico transparente, que mostram ídolos do futebol em momentos de grande expressão: cabeceio, drible, gol de bicicleta. Independente da posição, as imagens flutuam acima do campo de visão dos visitantes.

A transparência do acrílico faz com que elas se misturem, se somem e reforcem ainda mais o conceito de serem imagens de “anjos” que parecem que voar sobre as cabeças de todos. A cor azul, numa associação livre, poderia remeter ao céu onde estariam os anjos. Ou talvez à azulejaria barroca, de origem portuguesa. Lembram também os anjos suspensos da Catedral de Brasília, flutuando num ambiente criado pelos vitrais azuis.

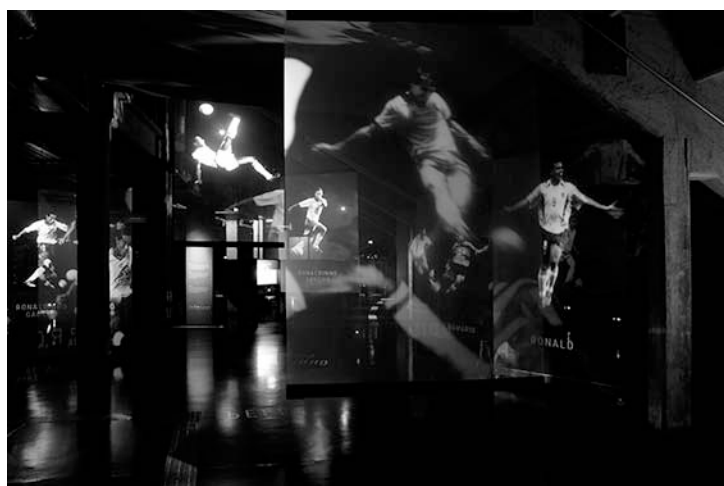


Figura 3. Imagem da sala “Anjos Barrocos” com projeções de fotos de jogadores em tonalidade azul.
Foto: Luciano Mattos Bogado, 2009. Museu do Futebol, São Paulo. Foto cedida pelo Museu do Futebol à autora.

A iluminação escura da sala conduz a um ambiente de reflexão e chama a atenção para os jogadores projetados em azul no acrílico. Se o visitante toca o acrílico, percebe que o contato com o ídolo não é possível: é quase o mesmo que tentar tocar um anjo, algo imaterial e sagrado.

A sala está repleta de homenagens aos jogadores, mas também de veneração, de paixão. Uma paixão contida, de quem entra em um templo escuro com grandes imagens e percebe o quão pequeno se é diante da grandeza de um deus. O visitante deve respeitosamente se calar e venerar e, como numa catedral, passar por entre esses anjos, maiores do que ele, e simplesmente contemplar. A imagem é aqui utilizada, então, como objeto de memória e contemplação.

O ambiente escuro, isolado do exterior, leva o visitante a pensar que está em um local sagrado. Os jogadores, colocados em oposição acima da cabeça do visitante, parecem enormes, quando são, na verdade, de tamanho real. O posicionamento do objeto na exposição faz com que as dimensões de cada fotografia pareçam amplificadas.

Se considerarmos o fio condutor do museu, a criação de uma experiência sensorial e o eixo que nos encontramos – o da emoção – a sala parece atingir o seu objetivo inicial: tem o potencial de emocionar o visitante, acessando a sua memória para esses eventos, e de criar uma experiência multisensorial, onde luzes e sons constroem uma cenografia para apreciação das imagens.

Os jogadores, ao contrário da sala anterior, são citados nominal e individualmente, modificando o valor dado a fotografia projetada. Se necessária alguma referência sobre os jogadores, há um quadro iluminado na entrada, que explica quem são e porque estão ali. Mas o encantamento produzido pelas projeções das fotos azuladas é tão grande que boa parte das pessoas sequer percebe a existência desse primeiro dispositivo.

As origens do futebol e a história que não se quer contar

O percurso da emoção termina em uma sala em que as torcidas todas dão seus gritos de guerra e, na sequência, chega-se ao eixo da história, cuja primeira sala é denominada Origens.

Com 431 fotografias do chão ao teto, esse espaço é composto por imagens em preto e branco com molduras douradas. Parte dos quadros possibilita a manipulação, tendo em sua lateral as legendas com a descrição da foto, o ano em que foi tirada e o seu autor. Existem fotos dos dois lados de dispositivos giratórios. Assim, quando o visitante vira o dispositivo, ele vê uma nova foto localizada no verso.

O ambiente tenta remeter à ideia de passado, de história, de antiguidade. As fotos em preto e branco e as grossas molduras douradas (já fora de uso hoje em dia) se contrapõem às modernas estruturas

que as suportam. O visitante pode mexer, ver o que há do outro lado, ler a legenda, procurar mais informações.

As fotos, em poses características de uma época, instigam o visitante a imaginar o porquê, em um museu sobre futebol, estão sendo mostradas cenas cotidianas com negros, brancos, ricos e pobres, intercaladas com imagens antigas de jogadores e times de futebol.



Figura 4. Imagem da sala “Origens” com diversos quadros com molduras amareladas simulando antigas. Foto: Luciano Mattos Bogado, 2009. Museu do Futebol, São Paulo. Foto cedida pelo Museu do Futebol à autora.

Dentro de um desses quadros há uma pequena televisão que, num vídeo também em preto e branco, dissolve essa dúvida. Esse vídeo reforça o conceito de que o futebol seria fruto de uma mistura de raças e que o ele explicaria o Brasil mestiço e criativo.

Porém, novamente, temos a questão do excesso de informação visual gerado pelas imagens. O significado individual é perdido em torno de uma abstração. A fotografia de época se perde na grande quantidade de estímulos: uma moldura de quadros chamativa, a possibilidade de manipular um dispositivo e ver o que existe do outro lado, um vídeo com som ou ainda uma iluminação zenital branca e desconfortável. A desvalorização da imagem individual em virtude de um coletivo abstrato se repete nesse ambiente. O que se vê, portanto, são visitantes manipulando um ou dois *displays* e seguindo adiante sem compreender os objetivos daquela exposição fotográfica

O excesso de imagens parece também querer embotar a percepção do visitante: diante do excesso de informações e de imagens, ele não terá tempo de refletir sobre a real questão racial no Brasil, colocada na sala como um fantástico pano de fundo para o futebol. O visitante não consegue sequer perceber qual é a proposta da sala, muito menos refletir sobre ela.

Ele não questionará, também, que havia uma Guerra Mundial ocorrendo naquele mesmo momento. Ele não construirá relações nem terá um momento de reflexão. Todas as questões são apagadas pelo excesso. Huxley (1969, p. 102) temia a banalização total da informação causada pela imensa quantidade de informações fornecidas às pessoas, tornando a informação individual irrelevante, perdida em um universo grande demais para gerar interesse. E sem interesse não há reflexão nem razão para contestar.

Heróis da alienação

Perturbado com o excesso de informações da sala anterior, o visitante segue para a sala dos Heróis. Projeções de fotos históricas em um painel são acompanhadas de uma história contada em alta velocidade. Para completar o espetáculo de alienação da história, os painéis nos quais são projetadas essas imagens giram. Com fotos de personagens e obras passando rapidamente em um painel que gira a cada personagem, o museu encontra uma nova forma de desvalorizar o individual, jogando tanto conteúdo em um tempo tão pequeno que o atordoado visitante não consegue nem apreender tudo o que se diz, muito menos fazer qualquer tipo de conexão com outras salas ou, ainda, com o seu próprio repertório. A alienação se dá então pelo excesso de fotos, acompanhada pelo movimento dos painéis. Diante de uma história contada tão rapidamente, o visitante, confuso, desiste.



Figura 5. Imagem da sala “Heróis”, no momento que o painel está girando, enquanto projeta imagens e sons.
Foto: Luciano Mattos Bogado, 2009. Museu do Futebol, São Paulo. Foto cedida pelo Museu do Futebol à autora.

O visitante, novamente inundado de informações, não tem tempo de se lembrar que houve também uma Segunda Guerra Mundial, que levou o Brasil a voltar os olhos para si - como anuncia o totem da sala com iluminação precária para a leitura - e que o fim da Guerra possibilitou a realização da Copa do Mundo de 1950 no país, que é o tema da sala seguinte.

Copas do Mundo: um novo show de imagens

Passando rapidamente por uma sala que projeta um vídeo sobre a Copa de 1950, em que o Brasil perdeu nos últimos minutos para o Uruguai, o visitante é logo conduzido para a sala das Copas, onde um show de luzes e imagens acontece.

A sala contextualiza, então, as vitórias do Brasil, e faz uma associação com momentos políticos do país. Imagens de época mostram o momento histórico, cultural, social e político dos períodos em que ocorreram as Copas.

Os *displays* em forma de taça são índices que remetem à própria taça que dá nome a sala: a Copa do Mundo ou ainda a Ala das Baianas do Carnaval.

Após sair do silêncio (ou do que deveria sê-lo) e da escuridão da Sala do Rito de Passagem, o visitante se depara com um show de luzes e cores por conta dos *backlights* que compõe as “taças”. Eles também tem imagem em movimento (vídeos), por conta dos monitores ali inseridos. Outro estímulo que se soma aos demais é auditivo: quase todos os dispositivos emitem sons, músicas, discursos.

Esportistas, artistas, presidentes, misses e políticos dividem espaço com os jogadores de futebol e suas conquistas. Uma história de glórias é contada ao visitante, que arrisca se perder diante de tantos estímulos.

Percebe-se, então, duas questões expográficas: os inúmeros estímulos sensoriais e a perda de foco. O conceito de estimular sensorialmente o visitante é levado ao extremo: um show de luzes, sons e movimentos vindos dos displays se misturam e se somam numa quantidade de informações que o visitante é incapaz de absorver. Além da imensa quantidade de conteúdo, a sala ainda apresenta a mesma questão de foco: o visitante não é direcionado para lugar algum. Tudo o estimula, tudo parece interessante de ser visto, olhado, analisado.

O peregrino de Jean Davallon, chega então ao grande altar da Catedral. Ele sabe que está lá, reconhece o seu valor, mas há tantos significados, tanto para ser olhado, absorvido, que serão necessárias muitas visitas ao museu para que ele consiga processar essa imensa quantidade de signos visuais e sonoros

que ali são mostrados. Fazer associações, conhecer os fatos históricos e tentar encontrar um foco para poder criar relações são desafios intransponíveis nessa sala.



Figura 6. Imagem da “Sala das Copas”, com a Copa de 1958 em primeiro plano. Foto: Luciano Mattos Bogado, 2009. Museu do Futebol, São Paulo. Foto cedida pelo Museu do Futebol à autora.

Nessa sala o brasileiro se encontra consigo mesmo, se reconhece como um povo de sucesso, se orgulha de ser brasileiro. Através do sucesso no futebol, os criadores mostram que somos um povo notório, que mostra a sua alegria para o mundo, que se projeta dentro e fora do Brasil, que só tem qualidades.

O observador mais atento, porém, pode sentir falta de uma valorização das conquistas, tendo ciência de que toda grande conquista envolve ensinamentos, crescimento e até pequenas derrotas antes de alcançar o momento magistral da vitória.

De alguma maneira, por conta da falta de foco (ou de focos) da sala, as vitórias nas Copas do Mundo são colocadas no mesmo patamar que as derrotas. O visitante que entra na sala tem vários dispositivos desenhados com o mesmo nível de atratividade e todos eles exaltam momentos importantes da história nacional e internacional.

Fotografias dos momentos de derrota e de vitória tem igual notoriedade e importância. Seja pelo seu tamanho ou ainda pela alegria dos momentos ali revelados, não há distinção de momentos de vitória ou de derrota. A história da ditadura e da democracia no país parece, a julgar pelas fotos, não ter grande relevância ou importância. Todos os momentos retratados parecem ter o mesmo grau de alegrias e tristezas. Tudo é irrelevante no mar de informações visuais.

Lembra-se aqui, novamente, de Davallon, quando ele fala da importância da criação de contrastes e da atribuição de significados a eles (oposições coloridas, gráficas ou espaciais) fazendo com que - por meio de desenho, cor e acomodação do dispositivo formal - seja criada uma relação de oposição de significados. No caso da Sala das Copas, o significado de todos os dispositivos é igual. O visitante não consegue hierarquizar o que é importante, em função da falta de foco na expografia, evidenciada pela ausência de destaque das imagens.

Outra questão é a expansão dessa grande linha do tempo, que aparentemente não foi planejada a princípio pelos criadores da exposição. Como serão representadas as Copas do Mundo seguintes? A Copa de 2014 – na qual o Brasil perdeu de 7x1 da Alemanha - não deveria ter também um *container*, como a de 50, em que o Brasil também perdeu quando sediava o evento? E mais: que imagens serão selecionadas para representar esses momentos, já que a exposição inicial não contava com um plano museológico – que dá as diretrizes a seguir - na época de sua realização? Será que haverá coerência entre o novo e o velho? Onde será conseguido este acervo de imagens? Elas continuarão a fazer parte do acervo de outras instituições que não o museu?

Conclusões

Observa-se, então, nesse museu, duas práticas bastante comuns nos museus brasileiros atualmente: a substituição do acervo material por imagens parciais que os representem e a desvalorização do concreto individual para um abstrato coletivo.

A substituição do acervo material por imagens se dá em duas vertentes: a de reprodução de objetos e a de reprodução das próprias imagens. Tanto no primeiro quanto no segundo caso, grande parte do que é reproduzido para o público não faz parte do acervo do museu e sim pertence a outras instituições ou empresas, como a própria Fundação Roberto Marinho, outros jomais ou ainda colecionadores individuais. O fato de não ser o detentor das imagens e objetos existentes nessas exposições, restringe o museu a uma exposição, pois dever-se-ia criar uma linha de pesquisa do museu em função de uma coleção já existente e não o contrário.

A fotografia serve, nesses casos, como uma máscara para essa “mula sem cabeça”, que tenta esconder uma falta de acervo e de estudos sobre esse acervo para produzir conteúdos.

O segundo caso parece ainda mais grave: o valor de registro histórico da fotografia ou mesmo de obra de arte é substituído por um painel repleto de imagens, em que seu real significado é usurpado e transformado em uma grande colagem de um conceito coletivo e abstrato, muito mais vazio em significação do que o individual.

Uma fotografia tem grande poder de levar ao questionamento, seja pelo que foca ou desfoca, seja pela dramaticidade revelada. Mas, principalmente dentro de uma exposição, ela tem grande relevância por seu tamanho e localização. As intenções de um curador são reveladas pela seleção da imagem e pela forma como ela é exposta para o público. Quando se expõe imagens excessivas, a intenção de esconder algum conteúdo fica clara. Se o melhor local para se esconder um livro é uma biblioteca, a melhor forma de esconder uma verdade é colocá-la dentro de um universo de irrelevâncias.

Referencias Bibliográficas

- ARNHEIN, Rudolf. **Arte e Percepção Visual: uma psicologia da visão criadora**. São Paulo: Ed. Pioneira da Universidade de São Paulo, 1986.
- BARTHES, Roland. **Rhétorique de l'image**. L'Obvie et l'Obtus: Essais critiques III p. 25-44. Paris: Ed. Du Seuil, 1982.
- BELCHER, Michael. **Organización y diseño de exposiciones: su relación con el museo**. Gijón: Trea, 1997.
- BENCHETRIT, Sarah. BEZERRA, Rafael. MAGALHÃES, Aline (orgs). **Museus e comunicação: a exposição como objeto de estudo**. Rio de Janeiro: Museu Histórico Nacional, 2010.
- DAVALLON, Jean. **L'exposition a l'oeuvre: stratégies de communication et médiation symbolique**. Paris: L'Harmattan, 2000.
- DUARTE, Alec. **Futebol ganha museu sem relíquias**. Folha de São Paulo. São Paulo, 21 set 2008. Esporte p. D5.
- FIGUEIREDO, Renata D. G. **Depoimentos de Profissionais**. Disponível em: <http://www.refigueiredo.com/dissertacao>. Acesso em: 10 dezembro de 2010. São Paulo: 2010.
- FIGUEIREDO, Renata Dias de Gouvêa de. **Expografia contemporânea no Brasil: a sedução das exposições cenográficas**. Dissertação de Mestrado. São Paulo: USP, 2011. 200 p
- HOUAISS, Antonio. **Minidicionário da língua portuguesa**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2009.
- HUXLEY, Aldous. **Admirável Mundo Novo**. São Paulo: Hemus, 1969.
- JABOR, Arnaldo. **A alegria é um produto do mercado**. Estado de São Paulo. São Paulo, 22 fev 2011. Caderno 2, p. D8.
- MENEZES, Ulpiano Bezerra. **Do teatro da memória ao laboratório da história** IN Anais do Museu Paulista (nova série). São Paulo, vol 2, p. 9–42, 1994.
- SERAPIÃO, Fernando. **A história do futebol, no campo e sob as arquibancadas** IN Revista Projeto Design nº 346, dezembro de 2008, p. 38-47, São Paulo, SP.
- THOMAS, Daniela. TASSARA, Felipe. Museu do Futebol. **Caderno de apresentação do estudo preliminar**. 22 de agosto de 2006.
- THOMAS, Daniela. TASSARA, Felipe. Museu do Futebol. **Caderno de apresentação do anteprojeto**. Fevereiro de 2007.