**ESTUDOS DE USUÁRIOS NO SISTEMA DE INFORMAÇÃO MUSEAL: AS CATRACAS INVISÍVEIS DO PÚBLICO INVISIBILIZADO**

**USER STUDIES IN THE MUSEUM INFORMATION SYSTEM: THE INVISIBLE TURNSTILES OF THE INVISIBLE PUBLIC**

**Resumo**

Este artigo aborda a problemática do acesso e engajamento do público "invisibilizado" em museus, instituições que, apesar de sua função social, ainda perpetuam barreiras que excluem grande parte da população. O estudo se propõe a identificar as "catracas invisíveis" que impedem a plena participação desse público no sistema de informação museal, articulando o museu como objeto analítico, o indivíduo invisibilizado como amostra e os estudos de usuários da Ciência da Informação para avaliar seu comportamento informacional. A metodologia utilizada foi híbrida, combinando abordagens qualitativas e quantitativas, com questionários a usuários considerados "invisibilizados" e entrevistas com especialistas e gestores de museus. Os principais resultados revelam que as "catracas invisíveis" podem ser categorizadas em dois grupos, (i) "sociais e pessoais", incluindo disparidades socioeconômicas, exclusão histórica e racial, falta de tempo e dificuldade de acesso e um forte sentimento de não pertencimento, e (ii) "institucionais", englobando a linguagem complexa e o uso excessivo de jargões, informações resumidas e superficiais que geram dúvidas, falta de divulgação da programação, baixa acessibilidade para pessoas com deficiência, temáticas e discursos eurocêntricos e pouco representativos da diversidade brasileira, escassez de guias e mediadores, ausência de pesquisas de público e não público, e restrições orçamentárias que limitam o investimento em infraestrutura e pessoal. Em conclusão, o estudo reitera que, apesar do desejo de aprender, o público invisibilizado encontra nos museus um ambiente que não dialoga com suas necessidades informacionais, perpetuando um ciclo de afastamento. Para superar esse cenário, é crucial que os museus adotem estratégias de adequação informacional, implicando na diversificação e atualização da linguagem, ampliação e personalização dos recursos informacionais, estratégias de divulgação abrangentes, sensibilização e capacitação profissional, e a promoção da documentação participativa, tornando o conhecimento especializado acessível a todos, e transformando os museus em verdadeiros instrumentos de inclusão e transformação social.

**Palavras-chave:** Estudos de Usuários; Sistema de Informação Museal; Público Invisibilizado; Acessibilidade Informacional; Catracas Invisíveis.

**Abstract**

This article addresses the issue of access and engagement of the "invisible" public in museums, institutions that, despite their social function, still perpetuate barriers that exclude a large part of the population. The study aims to identify the "invisible turnstiles" that prevent the full participation of this public in the museum information system, articulating the museum as an analytical object, the invisible individual as a sample and studies of Information Science users to evaluate their information behavior. The methodology used was hybrid, combining qualitative and quantitative approaches, with questionnaires to users considered "invisible" and interviews with experts and museum managers. The main results reveal that the "invisible turnstiles" can be categorized into two groups: (i) "social and personal," including socioeconomic disparities, historical and racial exclusion, lack of time and difficulty in accessing them, and a strong sense of not belonging; and (ii) "institutional," encompassing complex language and excessive use of jargon, summarized and superficial information that generates doubts, lack of publicity about the program, low accessibility for people with disabilities, Eurocentric themes and discourses that are not very representative of Brazilian diversity, shortage of guides and mediators, lack of public and non-public surveys, and budgetary constraints that limit investment in infrastructure and personnel. In conclusion, the study reiterates that, despite the desire to learn, the invisible public finds museums to be an environment that does not speak to their informational needs, perpetuating a cycle of isolation. To overcome this scenario, it is crucial that museums adopt informational adequacy strategies, implying the diversification and updating of language, expansion and personalization of informational resources, comprehensive dissemination strategies, awareness and professional training, and the promotion of participatory documentation, making specialized knowledge accessible to all, and transforming museums into true instruments of inclusion and social transformation.

**Keywords:** User Studies; Museum Information System; Invisible Public; Information Accessibility; Invisible Turnstiles.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **PAPER INFORMATION** | | |
| **Participation Type**  **(Online or In-person)** | **Field of Study** | **Presentation Language** |
| **Online** | **Estudos de Usuários** | **Português** |

**1 INTRODUÇÃO**

Os museus são vistos na Ciência da Informação (CI) como sistemas informacionais que organizam e divulgam informações por meio de seus artefatos (Mensch, 1992; Marques, 2010; Porto e Barbosa, 2011). No entanto, a oferta informacional nem sempre atende a todas as audiências, excluindo um grupo chamado "invisibilizado" (Dutra, 2023), o qual tem pouca presença em museus devido à desafiliação com objetos culturais e formatos informacionais, resultando de uma exclusão histórica. Pesquisas indicam que os frequentadores de museus geralmente pertencem a estratos sociais mais elevados, com maior escolaridade e renda (Santos, 2004; Köptcke et al., 2007; Faria, 2015; Bourdieu e Darbel, 2016). Essa realidade complexa revela que, apesar da evolução dos museus para se tornarem espaços públicos, a questão histórica dos privilégios de classe no acesso aos bens culturais criou uma "barreira invisível" entre as classes detentoras do conhecimento e as esferas sociais populares (Weil, 1999), a qual se manifesta na dificuldade de assimilação das exposições, na falta de apoio dos funcionários e na perpetuação de uma linguagem dogmática e cheia de jargões (Martins et al., 2013; Soares, 2017). Diante disso, este trabalho buscou identificar as "catracas invisíveis" que impedem o acesso e o engajamento do público invisibilizado no sistema de informação museal, considerando o sistema de informação museal como objeto de análise e o indivíduo invisibilizado como grupo amostral (Dutra, 2023).

**2 O SISTEMA DE INFORMAÇÃO MUSEAL E OS SUJEITOS "INVISÍVEIS"**

O objeto museal é um recurso material que se torna documento, capaz de construir discursos e testemunhar fatos históricos, científicos e estéticos (Porto e Barbosa, 2011). Sua capacidade informativa reside em sua herança simbólica e na competência do museu em resgatar e transmitir narrativas socioculturais (Siqueira, 2016). A documentação museológica (informações sobre cada item do acervo) é um sistema de recuperação de informação que transforma coleções em fontes de pesquisa e instrumentos de transmissão do conhecimento (Ferrez, 1991), abrangendo a identificação cultural e acadêmica e a quantificação administrativa (Yassuda, 2009). Com a Nova Museologia (a partir de 1968) e a Sociedade da Informação (década de 1970), os museus passaram de locais de guarda para sistemas provedores de informação especializada (Gouveia Junior e Galindo, 2012). O ICOM (2022) reforça que museus são instituições permanentes, sem fins lucrativos, que pesquisam, colecionam, conservam, interpretam e expõem o patrimônio, promovendo a diversidade e a sustentabilidade. Assim, o museu atua como intercessor da informação, respondendo adequadamente às questões do usuário (Castro, 2005). Os "invisíveis" são indivíduos que se sentem "estrangeiros" ao universo simbólico museal, não se encaixando nas características do público comum (Souza, 2011). Representam uma parcela da população que, por condição histórica e socioeconômica, tem acesso limitado e se sente desapropriada dos bens culturais e formatos informacionais dos museus (Rabelo e Almeida Junior, 2020). Pesquisas mostram que esse público tem menor escolaridade, baixa renda, é majoritariamente negro e reside em áreas periféricas, o que dificulta o acesso e a identificação com as temáticas e linguagens dos museus (IBRAM, 2012; Köptcke et al., 2007; Lourenço e Carvalho, 2018). Essa invisibilidade é um contraponto ao conceito de usuário de informação tradicional, focado no indivíduo já familiarizado com o sistema (Rabelo e Almeida Junior, 2020).

**3 AS “CATRACAS INVISÍVEIS”**

Dutra (2023) identificou um conjunto de barreiras, chamadas "catracas invisíveis", que impedem o acesso e o engajamento do público invisibilizado em museus, utilizando uma abordagem híbrida com entrevistas e questionários. Essas catracas são categorizadas como “catracas invisíveis sociais e pessoais” e “catracas invisíveis institucionais”.

As “Catracas Invisíveis Sociais e Pessoais” incluem: (i) Disparidades socioeconômicas: A baixa visitação a museus no Brasil reflete fragilidades sociais e educacionais (FVA, 2017; IBGE, 2018), com a maioria dos usuários invisibilizados pertencendo às classes D, E e C, com renda familiar entre 1 e 6 salários mínimos; (ii) Exclusão histórica e racial: Há um domínio de pessoas pretas e pardas (68% da amostra) entre os visitantes pouco habituais. O período escravista gerou um déficit de acesso para pessoas negras, perpetuado por narrativas eurocêntricas em museus (Lourenço e Carvalho, 2018); (iii) Falta de tempo e dificuldade de acesso: Muitos usuários alegam falta de tempo devido a longas jornadas de trabalho e deslocamento; (iv) Localização dos museus: Museus em áreas centrais e nobres, e a dependência do transporte público, são barreiras socioespaciais (IBRAM, 2012; Soutto Mayor et al., 2020); (v) Sentimento de não pertencimento: A percepção de que o museu é um "lugar de elites" (Valente, 1995) faz com que muitos se sintam desconfortáveis, revelando uma "incompetência intelectual" (Bourdieu e Darbel, 2016), mais forte em grupos de menor escolaridade e renda.

As “Catracas Invisíveis Institucionais”, reforçadas por entrevistas com especialistas e gestores, apontam para: (i) Linguagem complexa e jargões excessivos: A linguagem técnica e rebuscada dificulta a compreensão do público não especializado (Gomes, 2016; Soares, 2017), com críticas à “vaidade” de curadores que usam termos inacessíveis (Dutra, 2023); (ii) Informação resumida e superficial: A falta de aprofundamento sobre as obras gera desinteresse e insatisfação no público invisibilizado (Dutra, 2023); (iii) Falta de divulgação da programação: A ausência de informação clara e acessível sobre horários, exposições e temas é um motivo para a não visitação (Lourenço e Carvalho, 2018); (iv) Acessibilidade para pessoas com deficiência: Os níveis de acessibilidade informacional para portadores de necessidades especiais são baixos, com lacunas em recursos como braile, audiodescrição e profissionais em libras (Lourenço e Carvalho, 2018); (v) Temáticas, informações e discursos museológicos raramente atualizados: Exposições eurocêntricas e pouco representativas da diversidade cultural brasileira são comuns (Lourenço e Carvalho, 2018; Dutra, 2023); (vi) Escassez de guias e mediadores: A concentração em grupos agendados impede o apoio ao público espontâneo, que prefere a interação humana; (vii) Ausência de pesquisas de público e não público: Museus não compreendem as características e necessidades de sua audiência, resultando em planejamentos desalinhados da realidade; (viii) Restrições orçamentárias: A dependência de recursos públicos ou privados limita investimentos em infraestrutura, tecnologias e pessoal para melhorar a oferta informacional.

**4 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

O estudo reitera que o sistema de informação museal, apesar de essencial para a memória e o conhecimento, ainda afasta o público invisibilizado. As "catracas invisíveis" –barreiras sociais, pessoais e institucionais – impedem o acesso e o engajamento desses indivíduos, que, embora curiosos, encontram nos museus um ambiente que não dialoga com suas necessidades informacionais. Os resultados indicam que a maioria dos usuários invisibilizados busca informações em museus, mas se sente insatisfeita e com dúvidas devido à linguagem complexa, textos resumidos e falta de acessibilidade. A preferência por guias humanos e temas mais identificáveis com sua realidade evidencia uma desconexão entre a oferta tradicional do museu e a demanda desse público. Para superar esse cenário, é crucial que os museus, com responsabilidade social, adotem estratégias de adequação informacional, que incluem: (i) Diversificação e atualização da linguagem: Usar vocabulários mais populares e contextualizar obras com narrativas que incluam diferentes culturas e realidades; (ii) Ampliação e personalização dos recursos informacionais: Investir em guias, etiquetas claras, sinalização eficiente e tecnologias (QR Codes, totens, audioguias) que ofereçam diferentes níveis de profundidade da informação; (iii) Estratégias de divulgação abrangentes: Promover a programação em mídias diversificadas (rádio, TV, redes sociais) e informar sobre horários flexíveis, gratuidades e eventos para atrair novos públicos; (iv) Sensibilização e capacitação profissional: Disseminar nas universidades e entre gestores a realidade do público invisibilizado, incentivando pesquisas e práticas que abordem suas necessidades e superem vieses históricos; (v) Promoção da documentação participativa: Envolver a comunidade na construção das narrativas das coleções, garantindo maior representatividade e senso de pertencimento. Portanto, o objetivo não é eliminar o conhecimento especializado, mas torná-lo acessível a todos. A superação das "catracas invisíveis" exige um esforço conjunto de acadêmicos, gestores e formuladores de políticas públicas para que os museus se tornem, de fato, instrumentos de transformação social, acolhedores e inclusivos para todos.

**REFERÊNCIAS**

BOURDIEU, P.; DARBERL, A. *O amor pela arte: os museus de arte na Europa e seu público*. Tradução de Guilherme João de Freitas Teixeira, Porto Alegre: Editora Zouk, 2016. 214 p.

CASTRO, A.L.S. Informação, Ética e Museu: uma aproximação conceitual. *DataGramaZero - Revista de Ciência da Informação* - v.6 n.2 abr/2005.

DUTRA, L.F. *Estudos de Usuários no Sistema de Informação Museal: uma proposta para a adequação da oferta informacional em museus à luz de usuários invisibilizados*. Tese (Doutorado em Gestão e Organização do Conhecimento) - Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2023.

FARIA, D.M.C.P. Investigação sobre o visitante de museus de arte: uma comparação Brasil e Espanha. *VIA Tourism Review*, n. 7, 2015.

FERREZ, H.D. *Documentação museológica: teoria para uma boa prática*. In: Fórum Nordestino de Museu, 4., Recife. Trabalhos apresentados. Recife: IBPC/Fundação Joaquim Nabuco, 1991.

FORMULÁRIO DE VISITAÇÃO ANUAL (FVA)- *Resultados FVA 2017*. Disponível em: https://www.museus.gov.br/wp-content/uploads/2018/07/RESULTADOS-FVA-20171.pdf.

GOMES, T.V. *Estudo de público e não público em museus soteropolitanos*. Dissertação (Mestrado em Museologia) – Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal da Bahia. Salvador, 2016.

GOUVEIA JUNIOR, M.; GALINDO, M. Sistemas memorias como disseminadores de informação. *TransInformação*, Campinas, v.24, n.3, p.207-217, set./dez., 2012.

IBGE, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. *Síntese de indicadores sociais: uma análise das condições de vida da população brasileira*, 2018. Disponível em: https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101629.pdf.

IBRAM Instituto Brasileiro de Museus. *O “não público” dos museus: levantamento estatístico sobre o “não ir” a museus no Distrito Federal*. Brasília, 2012. Disponível em:https://www.museus.gov.br/wp-content/uploads/2013/09/Pesquisa-nao-publico\_maio2013.pdf.

ICOM, International Council of Museums. *ICOM aprova Nova Definição de Museu*. 2022. Disponível em: https://www.icom.org.br/?p=2756..

KÖPTCKE, L.S.; CAZELLI, S.; LIMA, J.M. Os museus e seus visitantes: uma análise do perfil dos públicos dos museus do Rio de Janeiro e de Niterói. In: ABREU, R.; CHAGAS, M.de S.; SANTOS, M.S. (Org.). *Museus, coleções e patrimônios: narrativas polifônicas.Coleção Museu, memória e cidadania*. Rio de Janeiro: Garamond, MinC/IPHAN/DEMU, 2007. P. 68-94.

LOURENÇO, J.F.; CARVALHO, L.M. *A representação do negro em museus: o caso de Paraguaçu, sul de Minas Gerais*. XIX Encontro Nacional de Geógrafos, João Pessoa, Paraíba, 2018.

MARQUES, I.C. *O museu como sistema de informação*. Dissertação de Mestrado em Museologia – Faculdade de Letras da Universidade do Porto. Portugal, 2010. 165 p.

MARTINS, L.C.; NAVAS, A.M.; CONTIER, D.; SOUZA, M.P.C. *Que público é esse? Formação de públicos de museus e centros culturais*. 1ª Edição, São Paulo: Percebe, 2013.

MENSCH, P.V. *Towards a methodology of museology*. Tese de Doutorado em Museologia - University of Zagreb. Croácia, 1992. 68 p.

PORTO, R.M.A.B.; BARBOSA, C.R. O objeto museal em diferentes contextos e mídias. *Em Questão*, Porto Alegre, v. 17, n. 2, p. 197 – 210, jul./dez. 2011.

RABELO, R.; ALMEIDA JUNIOR, O.F. Usuário de informação e ralé estrutural como não-público: reflexões sobre desigualdade e invisibilidade social em unidades de informação. *Inf. & Soc.:Est*., João Pessoa, v.30, n.4, p. 1-24, out./dez. 2020.

SANTOS, M.C.T.M. Museus brasileiros e política cultural. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*. Editora Hucitec, Vol.19; N.55. São Paulo, 2004. p. 53 – 72.

SIQUEIRA, J.C. *Glossário de Neologismos da Ciência da Informação*. Ebook, 117 p. Clube de autores, Edição 1, 2016.

SOARES, E. Documentação e Informação no Contexto Museológico. *Revista Museologia & Interdisciplinaridade*, v. 6, p. 258-268, 2017.

SOUZA, J. *A ralé brasileira: quem é e como vive.* Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2011.

SOUTTO MAYOR, S.T.; BANDEIRA, M.M.; SILVA, I.M.; STOPPA, E.A.; ISAYAMA, H.F. Barreiras de acesso ao lazer das mulheres segundo raça/cor e classe social nas regiões sudeste e nordeste do Brasil. *Revista Brasileira de Estudos do Lazer,* [S. l.], v. 7, n. 2, p. 1–22, 2020.

VALENTE, M.E. *A Educação em museu: o público de hoje no museu de ontem*. Dissertação (Mestrado) — Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 1995.

WEIL, S.E. El Museo y el publico. *Revista de Museologia*, ano 5, n. 6, feb. 1999. Madrid.

YASSUDA, S.N. *Documentação museológica: uma reflexão sobre o tratamento descritivo do objeto no Museu Paulista*. Dissertação de Mestrado em Ciências da Informação. Unesp – Universidade Estadual Paulista. Marília, 2009.