26º ENANCIB
Encontro Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Ciência da Informação
A Amazônia na sociedade global em rede: assimetrias e potencialidades informacionais, tecnológicas e ambientais
Belém, Pará, 09 a 13 de novembro de 2026
Universidade Federal do Pará

XXVI ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO - XXVI ENANCIB

ISSN 2177-3688

GT 4 – Gestão da Informação e do Conhecimento

INOVAÇÃO EM MUSEUS: INSTRUMENTOS PARA GESTÃO DA INFORMAÇÃO

MUSEUM INNOVATION: *INSTRUMENTS FOR INFORMATION MANAGEMENT*

Raisa Ramoni Rosa – Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC)
Priscila Machado Borges Sena – Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia (IBICT) e Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC)
Márcia Regina Bertotto – Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS)

Modalidade: Trabalho Completo

Resumo: O objetivo deste trabalho é apresentar o processo de desenvolvimento de um Guia Prático de Inovação em Museus Brasileiros e de um instrumento de autoanálise institucional, discutindo suas contribuições para a gestão da informação em museus. A pesquisa possui abordagem qualitativa, caráter exploratório e aplicado, fundamentando-se em levantamento bibliográfico e análise documental de páginas institucionais de museus brasileiros. Fundamenta-se em referenciais da Ciência da Informação, da Museologia e dos estudos da inovação, mobilizando conceitos relacionados aos sistemas informacionais, aos fluxos de informação, à aprendizagem organizacional e ao compartilhamento do conhecimento no contexto museal. Foram identificadas 86 ações inovadoras em 13 instituições, posteriormente sistematizadas por meio de vocabulário controlado, categorias, classes analíticas, características, impactos e níveis de replicabilidade. Os resultados evidenciaram a predominância de práticas de caráter incremental, associadas principalmente ao aprimoramento de processos e ao reposicionamento institucional, além de elevado potencial de replicação entre diferentes contextos museais. A sistematização dessas informações possibilitou a construção dos produtos propostos, voltados à organização, ao compartilhamento e à aplicação do conhecimento produzido. Conclui-se que os instrumentos desenvolvidos contribuem para transformar experiências dispersas em recursos informacionais estruturados, favorecendo a aprendizagem organizacional, a tomada de decisão e o fortalecimento da gestão da informação no ambiente do museu.

Palavras-chave: Aprendizagem organizacional; compartilhamento do conhecimento; sistematização da informação; tomada de decisão; replicabilidade de práticas inovadoras.

Abstract: The objective of this study is to present the development process of a Practical Guide to Innovation in Brazilian Museums and an institutional self-assessment tool, discussing their contributions to information management in museums. The research adopts a qualitative, exploratory, and applied approach, based on a bibliographic review and documentary analysis of institutional websites of Brazilian museums. The study is grounded in theoretical frameworks from Information Science, Museology, and Innovation Studies, mobilizing

concepts related to information systems, information flows, organizational learning, and knowledge sharing in the museum context. A total of 86 innovative actions were identified across 13 institutions and subsequently systematized through a controlled vocabulary, categories, analytical classes, characteristics, impacts, and levels of replicability. The results revealed the predominance of incremental innovation practices, mainly associated with process improvement and institutional repositioning, as well as a high potential for replication across different museum contexts. The systematization of this information enabled the development of the proposed products, aimed at the organization, sharing, and application of the knowledge produced. It is concluded that the instruments developed contribute to transforming dispersed experiences into structured informational resources, fostering organizational learning, decision-making, and the strengthening of information management within the museum context.

Keywords: Organizational learning; knowledge sharing; information systematization; decision-making; replicability of innovative practices.

1 INTRODUÇÃO

Ao longo do tempo, os museus deixaram de ser compreendidos apenas como espaços de guarda e conservação para assumirem uma atuação mais ampla e dinâmica na sociedade, exercendo também um papel intelectual e interpretativo. Suas escolhas curatoriais, narrativas expositivas e enfoques investigativos passaram a contribuir para a formação da opinião pública e para a construção de compreensões sobre o passado e o presente.

A inovação acompanha os museus ao longo de toda a sua trajetória. À medida que as discussões no campo da museologia avançaram e as transformações sociais e culturais se intensificaram, as instituições museais passaram a se adaptar às novas demandas da sociedade contemporânea. Nesse processo, os museus ultrapassaram o papel de meros depósitos de objetos e consolidaram-se como espaços de produção e mediação de conhecimento, capazes de influenciar a forma como os grupos sociais compreendem a história, a memória e as identidades coletivas (Rosa; Sena; Bertotto, 2026).

Diante disso, a inovação em museus não se restringe à introdução de tecnologias, mas envolve transformações em práticas organizacionais, formas de mediação e estratégias de relacionamento com públicos, aproximando-se das abordagens de inovação baseada em competências (Gallouj, 2002) e das dinâmicas de fluxos informacionais da gestão do conhecimento (Costa; Leite, 2018).

Sob a perspectiva da Ciência da Informação, os museus podem ser compreendidos como sistemas informacionais complexos, nos quais se articulam processos de produção, organização, mediação e uso da informação, conforme discutido por Maria Nélida González

de Gómez (2016). Essa abordagem amplia a compreensão do papel dos museus, deslocando-os de instituições centradas em acervos para ambientes dinâmicos de circulação de informação e construção de sentido.

Conforme as autoras (2026), estudos anteriores sobre a produção científica brasileira relacionada à inovação em museus evidenciaram a existência de práticas inovadoras dispersas e pouco sistematizadas, indicando a necessidade de mecanismos voltados à sua identificação, organização e compartilhamento. Nesse sentido, o desafio não está necessariamente na ausência de inovação, mas na ausência de mecanismos capazes de transformar experiências dispersas em conhecimento estruturado, acessível e passível de reaplicação por outras instituições.

Apesar da crescente adoção de práticas inovadoras, observa-se a escassez de instrumentos sistematizados voltados à identificação, organização, compartilhamento e avaliação dessas iniciativas nos museus brasileiros, o que limita a compreensão dos processos de desenvolvimento institucional e dificulta a implementação de estratégias orientadas por evidências.

Nesse panorama, este trabalho insere-se no âmbito de uma dissertação de mestrado profissional, voltada à identificação, análise e sistematização de práticas inovadoras em museus brasileiros. Partiu-se do entendimento de que muitas práticas inovadoras desenvolvidas pelos museus brasileiros permanecem pouco documentadas, pouco reconhecidas e raramente compartilhadas de forma sistemática, o que limita sua circulação enquanto recurso informacional e reduz seu potencial de inspiração para outras instituições (Rosa; Sena; Bertotto, 2026). Como resultado desse processo, foram desenvolvidos dois produtos complementares: um guia de práticas inovadoras, destinado à disseminação e ao compartilhamento de experiências, e um instrumento de autoanálise institucional, concebido para apoiar processos de diagnóstico, reflexão e planejamento institucional. Ambos foram estruturados a partir de princípios da gestão da informação, com o propósito de transformar experiências dispersas em conhecimento organizado, recuperável e aplicável por diferentes instituições museais.

Esta pesquisa insere-se no campo da Ciência da Informação ao articular Museologia, gestão da informação e estudos da inovação, compreendendo os museus como ambientes de produção, circulação e compartilhamento de informações.

O objetivo deste trabalho é apresentar o processo de desenvolvimento desses instrumentos e discutir suas contribuições para a gestão da informação em museus, especialmente no que se refere à identificação, sistematização, compartilhamento e utilização de práticas inovadoras.

2 INOVAÇÃO EM MUSEUS E GESTÃO DA INFORMAÇÃO

A relação entre gestão da informação e inovação é particularmente relevante no universo museológico, uma vez que os museus atuam como ambientes de produção, organização, mediação e compartilhamento de informações. Compreender essa articulação exige discutir, inicialmente, a inovação no âmbito dos museus e, posteriormente, o papel da gestão da informação na sistematização, circulação e utilização do conhecimento produzido por essas instituições.

2.1 INOVAÇÃO EM MUSEUS

A percepção de inovação em museus pode parecer recente quando associada exclusivamente à dimensão tecnológica. Entretanto, a trajetória histórica dos museus demonstra que os processos de inovação acompanham transformações sociais mais amplas, manifestando-se em mudanças nas tipologias, práticas curatoriais e ações educativas, que tornaram essas instituições mais inclusivas e adaptadas a diferentes contextos sociais. Muitas dessas transformações ocorreram independentemente da adoção de grandes aparatos tecnológicos, estando relacionadas principalmente à reformulação de perspectivas, práticas institucionais e formas de interação com o público.

Contudo, implementar práticas inovadoras, especialmente em um cenário que exige maior digitalização, acessibilidade e inclusão, permanece um desafio para os museus brasileiros, que frequentemente operam em condição de restrição financeira e estrutural. Nesse quadro, muitas instituições realizam ações inovadoras sem reconhecê-las como tal, por associarem inovação apenas a invenções radicais. No entanto, a inovação museal frequentemente ocorre de forma incremental, por meio de adaptações graduais em processos, serviços, estratégias de comunicação e formas de relacionamento com os públicos. Essas iniciativas, muitas vezes desenvolvidas com baixo custo e de maneira socialmente inclusiva, demonstram que a inovação adaptada à escassez pode se tornar uma vantagem

institucional e inspirar outras organizações a desenvolver soluções adequadas às suas próprias realidades.

Essa compreensão aproxima-se da constatação de que grande parte das experiências inovadoras observadas nos museus brasileiros ocorre de forma incremental, adaptativa e fortemente vinculada às especificidades locais. Em muitos casos, tratam-se de transformações que modificam práticas institucionais, estratégias de mediação ou formas de relacionamento com os públicos sem necessariamente serem reconhecidas pelos próprios agentes como processos de inovação (Rosa; Sena; Bertotto, 2026).

Entre os desafios frequentemente apontados para o campo museal brasileiro está a ampliação dos mecanismos de intercâmbio e compartilhamento de experiências entre instituições, sendo relevante propor espaços capazes de mapear ações inovadoras, promover a comunicação entre os museus e fortalecer a circulação de conhecimentos no setor. Essa necessidade torna-se ainda mais evidente quando se observa que muitas experiências inovadoras permanecem invisíveis para outras instituições, limitando seu potencial de adaptação e reaplicação em diferentes contextos museais (Rosa; Sena; Bertotto, 2026).

Apesar de existirem trabalhos isolados que tratam da inovação em exposições, de novas abordagens para a educação museal e do fortalecimento das relações com as escolas, ainda são escassos os mapeamentos sistemáticos e os canais de compartilhamento de boas práticas em inovação museológica no Brasil. Essa lacuna dificulta o acesso a informações organizadas que poderiam funcionar como referências estratégicas e inspiração para outras instituições, comprometendo a circulação e a apropriação do conhecimento gerado (Rosa; Sena; Bertotto, 2026).

2.2 GESTÃO DA INFORMAÇÃO

Vilhena (2022) afirma que o museu é uma organização com direitos e deveres, além de constituir-se como uma unidade de informação, uma vez que “a informação no museu é trabalhada, mantida, organizada, mediada, transformada e compartilhada”, sendo “crucial para a prática diária do trabalho da equipe de trabalhadores das instituições museológicas” (Vilhena, 2022, p. 23). Essa compreensão aproxima os museus das discussões da Ciência da Informação, reconhecendo-os como ambientes nos quais a informação é produzida, organizada, mediada e compartilhada.

A interação entre os indivíduos e a informação veiculada nos museus evidencia a importância dos processos de organização, mediação e difusão da informação para o cumprimento das funções sociais dessas instituições (Padilha; Café; Silva, 2014).

Segundo Moraes, Silva e Damian (2021), a competência em informação favorece os processos de mudança e contribui para a promoção da inovação. Dessa maneira, os museus, por se configurarem como espaços de efervescência de ideias - seja no desenvolvimento de exposições, seja na elaboração de ações educativas -, tornam-se também ambientes propícios para a construção de práticas e iniciativas inovadoras.

Para que experiências inovadoras possam gerar aprendizagem institucional, não basta que sejam desenvolvidas. É necessário que sejam registradas, organizadas e compartilhadas de forma que possam ser recuperadas, compreendidas e adaptadas por outras organizações. Nesse sentido, a gestão da informação e do conhecimento desempenha papel estratégico ao possibilitar a transformação de experiências dispersas em recursos informacionais capazes de apoiar processos de tomada de decisão, aprendizagem organizacional e inovação, ampliando a visibilidade e o potencial de reaplicação das práticas desenvolvidas pelos museus (Rosa; Sena; Bertotto, 2026).

2.3 MUSEUS COMO ECOSSISTEMAS INFORMACIONAIS

Segundo Cândido (2019), a Museologia atua como articuladora em equipes interdisciplinares, desempenhando um papel voltado à comunicação e à gestão da informação produzida por diferentes áreas do conhecimento. Isso não significa que a Museologia não produz conhecimento próprio, mas que esse conhecimento está relacionado à mediação de grupos de trabalho interdisciplinares envolvidos em processos de comunicação e gestão da informação.

Para Sena e Bedin (2025), a informação deve ser compreendida como uma infraestrutura crítica nos ecossistemas de inovação, pois estrutura os fluxos de conhecimento, subsidia a tomada de decisão e permite a articulação entre diferentes atores - perspectiva que se aplica igualmente a instituições culturais como os museus.

Sob a perspectiva da Ciência da Informação, os museus podem ser compreendidos como sistemas informacionais complexos, nos quais se articulam processos de produção, organização, mediação e uso da informação (González de Gómez, 2016). Tais processos são atravessados por dinâmicas tecnológicas, institucionais e sociais, exigindo abordagens

integradas de gestão. Para que práticas inovadoras possam gerar aprendizagem institucional, elas precisam ser registradas, organizadas e compartilhadas.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A pesquisa adota uma abordagem qualitativa, de caráter exploratório e aplicado, com o objetivo de sistematizar as práticas inovadoras desenvolvidas por museus brasileiros, ampliando o acesso, a visibilidade e a apropriação dessas iniciativas por gestores culturais, demais partes interessadas e pela sociedade em geral. Trata-se de um estudo bibliográfico e documental, fundamentado na análise de documentos e de páginas institucionais selecionadas para a investigação. A pesquisa bibliográfica contribui para a construção do referencial teórico e para a compreensão do contexto em que o estudo se insere, enquanto a abordagem qualitativa mostra-se adequada à análise de fenômenos complexos e contextuais, como as práticas de inovação em museus brasileiros.

As Figuras 1, 2 e 3 foram elaboradas com auxílio do ChatGPT (OpenAI), conforme a Instrução Normativa nº 01/2026/ANCIB, exclusivamente para geração e refinamento visual a partir de dados e conceitos previamente analisados e validados pelos autores. As especificidades do uso constam no Anexo I desta submissão.

3.1 LEVANTAMENTO BIBLIOGRÁFICO

A bibliografia utilizada para a construção do Guia Prático de Inovação em Museus Brasileiros foi baseada na pesquisa desenvolvida para a dissertação. Para o estudo foi realizado um levantamento bibliográfico abrangente em bases de dados nacionais, contemplando publicações em língua portuguesa e produzidas no contexto brasileiro por um período de dez anos, considerado um espaço de tempo suficiente para mapear as principais discussões sobre inovação em museus no Brasil. Após as buscas, foram selecionadas 129 publicações consideradas relevantes para a pesquisa, cuja análise preliminar evidenciou a ausência de estudos voltados à sistematização de práticas inovadoras em museus brasileiros, revelando uma lacuna importante na literatura e reforçando a relevância da investigação.

3.2 MAPEAMENTO DOS MUSEUS

O mapeamento das instituições foi realizado por meio da plataforma Museusbr, gerida pelo Instituto Brasileiro de Museus (IBRAM), que reúne informações coletadas e atualizadas

anualmente pelos Sistemas Estaduais de Museus. Foram considerados apenas museus com sites institucionais próprios, ativos e funcionais, mantidos diretamente pelas instituições ou por suas entidades gestoras, como forma de garantir a análise da presença digital institucional efetiva. Foram excluídas páginas hospedadas exclusivamente em portais governamentais, perfis em redes sociais, links inativos ou sem conteúdo institucional mínimo e páginas genéricas sem identidade institucional própria.

Com o objetivo de obter um levantamento representativo e equilibrado entre os museus brasileiros, inicialmente buscou-se contemplar instituições das cinco regiões geográficas do país. Contudo, após a aplicação dos critérios de exclusão, verificou-se que algumas regiões não atendiam aos requisitos estabelecidos, principalmente em razão da ausência de páginas institucionais ativas ou de informações organizadas e estruturadas. Assim sendo, a amostra final foi composta por três instituições da região Sul, uma da região Nordeste e nove da região Sudeste.

Cabe destacar que o estudo se restringiu às informações disponibilizadas publicamente pelas próprias instituições em seus ambientes digitais. Portanto, ações inovadoras não divulgadas nos canais analisados ou desenvolvidas exclusivamente em contextos internos não foram contempladas pelo levantamento realizado.

3.3 TRATAMENTO DA INFORMAÇÃO

Visando qualificar a análise dos resultados e padronizar o registro das informações, adotou-se um vocabulário controlado para a sistematização das ações inovadoras, facilitando a análise do conteúdo e a identificação de práticas recorrentes entre as instituições. A partir das informações disponibilizadas nas páginas institucionais dos museus selecionados, foram identificadas 86 ações inovadoras distintas das 13 instituições analisadas, distribuídas entre diferentes dimensões da inovação. Para a classificação dessas ações, adotou-se como referência as quatro dimensões da inovação propostas por Bessant e Tidd (2009) - produto, processo, posição e paradigma -, utilizadas como categorias analíticas complementares para compreender as diferentes formas pelas quais a inovação se manifesta no contexto museal, contemplando desde estratégias voltadas ao aprimoramento de processos e ao reposicionamento institucional até iniciativas que apontam para mudanças mais estruturais nas formas de atuação dos museus. Com base nessa análise, as práticas foram organizadas em um modelo composto por dois níveis complementares - treze classes e cinco categorias

analíticas -, no qual as classes detalham os tipos de ações desenvolvidas em cada eixo, e as categorias representam os principais eixos de atuação da inovação nos museus.

3.4 CONSTRUÇÃO DOS PRODUTOS

A partir dessa estrutura foi desenvolvido o Guia Prático de Inovação em Museus Brasileiros, estruturado a partir das categorias e classes analíticas definidas durante o tratamento das informações, buscando organizar e sistematizar as práticas identificadas de forma acessível para diferentes instituições museais. Paralelamente foi construído um instrumento de autoanálise destinado à aplicação institucional, para que, a partir desse instrumento, fosse possível estabelecer o potencial de determinada ação inovadora ser articulada em qualquer instituição museal. Para isso estabeleceu-se três níveis de replicabilidade: baixo, médio e alto, com suas respectivas descrições.

Em resumo, os produtos desenvolvidos buscam transformar informações dispersas sobre práticas inovadoras em recursos informacionais estruturados, organizados e passíveis de recuperação, capazes de apoiar processos de gestão, aprendizagem organizacional e tomada de decisão em instituições museais.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Os procedimentos metodológicos adotados permitiram identificar, sistematizar e analisar práticas inovadoras desenvolvidas por museus brasileiros, possibilitando a construção de uma base informacional estruturada sobre a inovação no campo museal. Os resultados apresentados a seguir contemplam, inicialmente, o panorama das práticas identificadas e sua organização em categorias e classes analíticas, para posteriormente apresentar os produtos desenvolvidos a partir dessas informações e discutir suas contribuições para a gestão da informação em museus.

4.1 RESULTADOS DO MAPEAMENTO DAS PRÁTICAS INOVADORAS

No total, foram mapeadas 86 ações inovadoras distintas das 13 instituições analisadas, evidenciando a coexistência de práticas incrementais já consolidadas e de iniciativas com potencial transformador no campo museal brasileiro. Conforme se visualiza na Figura 1, essas ações distribuem-se entre diferentes dimensões da inovação, revelando desde estratégias

voltadas ao aprimoramento de processos e reposicionamento institucional até iniciativas que apontam para mudanças mais estruturais nas formas de atuação dos museus.

Figura 1 - Resultados do mapeamento das práticas inovadoras



Fonte: elaboração própria com auxílio de IA generativa (ChatGPT, OpenAI), a partir de dados da pesquisa (2026).

A partir da classificação das ações segundo as dimensões da inovação propostas por Bessant e Tidd (2009), observou-se uma distribuição relativamente equilibrada entre as dimensões de produto e processo. As inovações de produto relacionam-se com a criação de novos produtos ou serviços oferecidos ao público, já as inovações de processo concentram-se principalmente em estratégias de gestão, captação de recursos, formalização de políticas institucionais e otimização de fluxos operacionais.

Inovações de posição evidenciam esforços de reposicionamento institucional, especialmente por meio da ampliação de públicos, uso intensivo de redes sociais e estratégias de comunicação digital. Por outro lado, a inovação de paradigma apresenta baixa incidência. Essa dimensão, que envolve transformações mais profundas nos modelos mentais e na lógica de atuação das instituições, aparece de forma concentrada em poucos casos específicos.

A baixa presença de inovações de paradigma sugere que o campo museal brasileiro ainda se encontra majoritariamente orientado por mudanças incrementais, com maior ênfase na adaptação e aprimoramento de práticas existentes do que na transformação estrutural das instituições.

Desse modo, os resultados evidenciam um cenário híbrido, no qual coexistem práticas consolidadas de inovação incremental e iniciativas emergentes de caráter transformador, apontando para possíveis direções futuras do campo museal no Brasil.

Observou-se ainda que grande parte das ações identificadas apresenta elevado potencial de replicação, uma vez que depende mais de organização institucional, planejamento e utilização estratégica de recursos já disponíveis do que de investimentos

estruturais complexos. Esse resultado sugere que a inovação em museus pode ser estimulada mesmo em contextos marcados por limitações financeiras e operacionais, ampliando as possibilidades de adaptação e reaplicação das práticas identificadas.

4.2 ORGANIZAÇÃO DAS PRÁTICAS EM CATEGORIAS E CLASSES ANALÍTICAS

Destaca-se que as ações inovadoras foram inicialmente registradas em sua forma mais bruta, conforme eram observadas nas páginas de cada instituição analisada. Entretanto, visando qualificar a análise dos resultados e padronizar o registro das informações, adotou-se posteriormente um vocabulário controlado para a sistematização das ações inovadoras, de modo a facilitar a análise do conteúdo, especialmente no que se refere à identificação e contabilização de ações recorrentes entre as instituições. A partir desse processo de sistematização, as 86 ações identificadas foram agrupadas segundo afinidades temáticas e funcionais, resultando em uma estrutura composta por cinco categorias e treze classes analíticas. Onde as categorias representam os principais eixos de manifestação da inovação nos museus analisados, enquanto as classes correspondem a agrupamentos mais específicos de práticas observadas no conjunto das instituições investigadas. Essa organização, visualizável na Figura 2, teve caráter indutivo, sendo construída a partir dos dados empíricos coletados durante a pesquisa, com o objetivo de facilitar a análise, recuperação e compartilhamento das informações.

Figura 2 - Organização das práticas em categorias e classes analíticas



Fonte: elaboração própria com auxílio de IA generativa (ChatGPT, OpenAI), a partir de dados da pesquisa (2026).

Visando orientar o preenchimento do instrumento de modo padronizado, criou-se também neste processo um vocabulário controlado para a classificação do nível de replicabilidade de determinada ação inovadora. Assim, foi estabelecido um número limitado de dez características e dez impactos para serem distribuídas em cada ação mapeada.

As características tiveram o papel de representar a principal dimensão organizacional, funcional ou estratégica associada a cada prática inovadora identificada, enquanto os impactos indicam os principais efeitos observados ou potencialmente gerados por sua

implementação, permitindo compreender suas contribuições para os museus e para os públicos com os quais se relacionam. Ambas as classificações possuem caráter analítico e foram elaboradas com base na literatura sobre inovação em museus e na interpretação das evidências identificadas nos museus analisados. Para operacionalizar essa classificação, foram estabelecidos conjuntos específicos de características e impactos aplicáveis às ações mapeadas.

Assim como as características, os impactos foram organizados em categorias analíticas abrangentes, capazes de representar resultados recorrentes observados entre as iniciativas identificadas. Essa classificação possibilita analisar de que forma as ações inovadoras contribuem para a ampliação do acesso, o engajamento dos públicos, a inclusão, a qualificação da gestão, a sustentabilidade institucional, a produção e difusão do conhecimento, entre outros efeitos relevantes para o desenvolvimento das instituições museais. A estrutura analítica resultante desse processo ultrapassou a função de classificação dos dados e serviu como base para a construção de instrumentos voltados à disseminação, utilização e reaplicação das práticas identificadas.

4.3 DESENVOLVIMENTO DOS PRODUTOS INFORMACIONAIS

A sistematização das 86 ações inovadoras identificadas durante a pesquisa permitiu a construção de dois produtos complementares voltados à organização, compartilhamento e aplicação das informações produzidas ao longo da investigação: o Guia Prático de Inovação em Museus Brasileiros e um instrumento de autoanálise institucional.

O Guia Prático de Inovação em Museus Brasileiros foi concebido como uma ferramenta destinada a apoiar gestores, profissionais e demais interessados na identificação e implementação de práticas inovadoras em instituições museais. Estruturado a partir das categorias e classes analíticas elaboradas durante o tratamento da informação, o Guia reúne as ações mapeadas e as apresenta de forma organizada e acessível, permitindo visualizar diferentes possibilidades de inovação desenvolvidas em museus brasileiros. Além da apresentação das práticas identificadas, o material oferece orientações para sua compreensão, adaptação e possível aplicação em diferentes contextos institucionais.

A organização das ações em categorias, classes, características, impactos e níveis de replicabilidade possibilitou transformar informações originalmente dispersas em um conjunto estruturado de conhecimentos sobre inovação em museus. Dessa forma, o Guia busca

contribuir para a disseminação de experiências, ampliar a visibilidade de iniciativas desenvolvidas em diferentes regiões do país e favorecer o intercâmbio de práticas entre instituições museais.

Como complemento ao Guia, foi desenvolvido um instrumento de autoanálise institucional voltado à identificação, avaliação e planejamento de ações inovadoras. O instrumento, conforme a Figura 3, foi estruturado em etapas sequenciais que permitem aos museus analisar suas práticas existentes, identificar oportunidades de aprimoramento e refletir sobre possibilidades de desenvolvimento institucional. Sua aplicação contempla atividades de mapeamento de ações, classificação segundo as dimensões da inovação, análise de impactos, identificação de lacunas e definição de prioridades para atuação futura.

Figura 3 - Estrutura do instrumento de autoanálise da inovação em museus



Fonte: elaboração própria com auxílio de IA generativa (ChatGPT, OpenAI), a partir de dados da pesquisa (2026).

Enquanto o Guia possui caráter predominantemente informativo e orientador, oferecendo referências e exemplos de práticas inovadoras identificadas na pesquisa, o instrumento de autoanálise apresenta caráter operacional, permitindo que cada instituição utilize as informações sistematizadas para compreender sua própria realidade, apoiar processos de planejamento e subsidiar a tomada de decisão. Em conjunto, os produtos ampliam o potencial de utilização dos resultados da pesquisa e favorecem sua aplicação prática no contexto museal brasileiro.

4.4 CONTRIBUIÇÕES DOS PRODUTOS PARA A GESTÃO DA INFORMAÇÃO EM MUSEUS

Sob a perspectiva da Gestão da Informação, os produtos desenvolvidos representam mecanismos voltados à organização, sistematização, compartilhamento e utilização de

informações relacionadas à inovação na esfera museológica. Ao longo da pesquisa, observou-se que diversas práticas inovadoras desenvolvidas pelos museus brasileiros permanecem dispersas em páginas institucionais, relatórios, redes sociais e outros ambientes informacionais, dificultando sua identificação, recuperação e reaplicação por outras instituições.

Sob essa ótica, o Guia contribui para transformar informações dispersas em recursos informacionais estruturados, organizados segundo critérios previamente definidos e passíveis de recuperação por diferentes usuários. A adoção de categorias, classes analíticas, características e impactos permite padronizar o registro das práticas identificadas, favorecendo sua comparação e análise. Essa sistematização amplia a visibilidade das iniciativas mapeadas e cria condições para que experiências desenvolvidas em contextos específicos possam ser conhecidas e adaptadas por outras instituições museais.

Além da organização da informação, os produtos desenvolvidos no âmbito da dissertação também contribuem para o compartilhamento do conhecimento. Ao reunir práticas inovadoras em um único instrumento de consulta, o Guia favorece a circulação de experiências, reduz a fragmentação das informações e estimula processos de aprendizagem organizacional. Logo, iniciativas que anteriormente permaneciam restritas aos contextos institucionais de origem, passam a constituir um repertório acessível de referências para o campo museal.

O instrumento de autoanálise amplia essa contribuição ao possibilitar que os museus utilizem as informações sistematizadas em processos de diagnóstico e planejamento institucional. Sob esse ponto de vista, o produto atua como ferramenta de apoio à tomada de decisão, permitindo identificar potencialidades, lacunas e oportunidades de desenvolvimento relacionadas à inovação. Ao transformar informações organizadas em subsídios para a ação institucional, o instrumento reforça a função estratégica da gestão da informação no contexto museal.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho teve como objetivo apresentar o processo de desenvolvimento do Guia Prático de Inovação em Museus Brasileiros e do instrumento de autoanálise institucional, discutindo suas contribuições para a gestão da informação em museus. A pesquisa evidenciou a existência de práticas inovadoras distribuídas entre diferentes instituições museais

brasileiras, mas frequentemente dispersas e pouco sistematizadas, dificultando sua recuperação, compartilhamento e reaplicação em outros contextos.

A organização das 86 ações inovadoras identificadas em categorias, classes analíticas, características, impactos e níveis de replicabilidade permitiu transformar experiências institucionais em recursos informacionais estruturados, favorecendo sua utilização por gestores, profissionais e demais interessados no desenvolvimento de práticas inovadoras em museus. Logo, os produtos desenvolvidos ultrapassam a condição de resultados derivados da pesquisa e configuram-se como instrumentos capazes de apoiar processos de aprendizagem organizacional, compartilhamento do conhecimento e tomada de decisão no contexto museal.

Por fim, os resultados reforçam o potencial da Gestão da Informação como elemento estratégico para a inovação em museus, demonstrando que processos de identificação, organização, sistematização e compartilhamento da informação podem contribuir para ampliar a circulação do conhecimento produzido pelas instituições museais e fortalecer sua capacidade de adaptação, aprendizagem e transformação.

Essa perspectiva dialoga diretamente com a ementa do GT 4 - Gestão da Informação e do Conhecimento do ENANCIB, ao evidenciar a gestão de ambientes e unidades de informação, bem como o estudo dos fluxos e processos informacionais como instrumentos de gestão. Além disso, ao destacar a produção, circulação e compartilhamento do conhecimento institucional, o estudo aproxima-se das discussões sobre gestão do conhecimento e aprendizagem organizacional, demonstrando como práticas informacionais estruturadas podem apoiar a inovação e o desenvolvimento institucional. A pesquisa também contribui para a compreensão dos museus como ambientes informacionais dinâmicos, nos quais a gestão da informação atua como suporte para a tomada de decisão, a melhoria dos serviços e a ampliação do acesso ao conhecimento.

REFERÊNCIAS

ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO (ANCIB). **Instrução Normativa nº 01/2026/ANCIB**: dispõe sobre diretrizes para o uso ético e responsável de Inteligência Artificial (IA) nos trabalhos submetidos ao ENANCIB e à Revista Tendências da Pesquisa Brasileira em Ciência da Informação (TDBCI). [*s. l.*]: ANCIB, 2026. Disponível em: https://ancib.org/instrucoes-normativas/

BESSANT, John; TIDD, Joe. **Inovação e empreendedorismo**. Porto Alegre: Bookman, 2009.

CÂNDIDO, Manuelina Maria Duarte. **Gestão de Museus, Diagnóstico Museológico e Planejamento:** um desafio contemporâneo. 3. ed. Porto Alegre: Padula, 2019. 240 p.

COSTA, Sely Maria de Souza; LEITE, Fernando César Lima. Imbricações teóricas entre comunicação e gestão da informação e do conhecimento na Ciência da Informação. **Investigación Bibliotecológica:** archivonomía, bibliotecología e información, México, v. 32, n. 74, p. 225-249, 2018. Disponível em: https://www.scielo.org.mx/pdf/ib/v32n74/2448-8321-ib-32-74-225.pdf. Acesso em: 14 jun. 2026.

GALLOUJ, Faïz. **Innovation in the service economy**. Cheltenham: Edward Elgar, 2002. Disponível em: https://www.elgaronline.com/monobook/9781840646702.xml. Acesso em: 14 jun. 2026.

GONZÁLEZ DE GÓMEZ, Maria Nélida. A Ciência da Informação no cruzamento de fronteiras. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO (ENANCIB), 17., 2016, Salvador. **Anais do Encontro da Associação de Educação e Pesquisa em Ciência da Informação da Ibero-América e Caribe**. Salvador: ANCIB, 2016. p. 35-61. Disponível em: https://edicic2016.eci.ufmg.br/anais/files/Anais_Edicic_2016.pdf. Acesso em: 14 jun. 2026.

MORAES, Silvana de Silva; SILVA, Tatiane Tolentino da; DAMIAN, Ieda Pelógia Martins. Competência em informação no contexto das organizações: benefícios, requisitos e conexões. **Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação**, São Paulo, v. 17, n. especial, p. 1-16, 2021. Disponível em: https://rbbd.febab.org.br/rbbd/article/view/1635/1284. Acesso em: 14 jun. 2026.

PADILHA, Renata Cardozo; CAFÉ, Lígia; SILVA, Edna Lúcia da. O papel das instituições museológicas na sociedade da informação e do conhecimento. **Perspectiva em Ciência da Informação**, Minas Gerais, v. 19, n. 2, p. 68-82, abr./jun. 2014. Disponível em: https://periodicos.ufmg.br/index.php/pci/article/view/22925/18509. Acesso em: 14 jun. 2026.

ROSA, Raisa Ramoni; SENA, Priscila Machado Borges; BERTOTTO, Márcia Regina. Inovação em museus no Brasil: análise da produção científica. **Tendências da Pesquisa Brasileira em Ciência da Informação**, [*s.l.*], v. 19, n. 1, 2026. Disponível em: https://revistas.ancib.org/tpbci/article/view/810. Acesso em 14 jun. 2026.

SENA, Priscila Machado Borges; BEDIN, Jéssica. Contribuições da gestão da informação para a inovação: mapeamento de informações especializadas no ecossistema do Rio Grande do Sul. *In*: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 25., 2025, Rio de Janeiro. **Anais [...]**. Rio de Janeiro: ANCIB, 2025.

VILHENA, Cláudia Maria Alves; DIAS, Célia da Consolação. **Competência em informação dos profissionais que atuam em museus: contribuição com os fazeres museológicos em inter-relação com a aprendizagem e a comunidade de prática**. Belo Horizonte: Raross Editora, 2022.

AGRADECIMENTOS

Agradecemos à Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC), por meio do Programa de Monitoria de Pós-Graduação (PROMOP), pelo apoio institucional e pela concessão de bolsa que viabilizaram o desenvolvimento desta pesquisa, realizada no âmbito do Programa de Pós-Graduação em Gestão da Informação.