

Artigos - Turismo e Sociedade**“Incômodo e assustador”: visitação e experiência no Museu da Loucura de Barbacena - MG (Brasil)****“Uncomfortable and scary”: visitation and experience at the Museum of Madness in Barbacena - MG (Brazil)****“Incómodo y aterrador”: visitación y experiencia en el Museo de la Locura de Barbacena – MG (Brasil)**Anne Louise Pinheiro¹, Marcelo Chemin¹¹Universidade Federal do Paraná (UFPR), Curitiba, PR, Brasil.**Palavras-chave:**

Dark Tourism;
Museu;
Experiência;
Conteúdo Gerado pelo Usuário (CGU);
Museu da Loucura – MG .

Resumo

Os museus viabilizam a democratização do acervo como um direito social, enquanto o turismo assume parte do diálogo da instituição com a sociedade. Alguns museus remetem as exposições de Dark Tourism e possuem o objetivo de conscientizar o público. Esta pesquisa objetivou analisar a experiência de visitação no Museu da Loucura de Barbacena – MG, bem como identificar os componentes característicos e marcantes. Mediante abordagem qualitativa e delineamento de pesquisa documental, trabalhou a partir da análise de conteúdo aplicada a comentários e fotografias compartilhados por usuários do TripAdvisor e Google Local Guides. Para refletir sobre a experiência, foram considerados elementos da experiência museológica propostos por Falk e Dierking (2016) e dimensões da experiência de Pine e Gilmore (2011). Os resultados apontam que o museu proporciona a transformação pessoal, o que influencia no desejo de mudanças sociais e políticas. Afirma-se que museu é apto a proporcionar experiências memoráveis, devido a identificação de componentes que se relacionam com todas as dimensões propostas na pesquisa. O estudo demonstra relevância ao apresentar resultados provenientes de duas plataformas de compartilhamento e duas fontes de dados. O estudo também identifica elementos similares entre ambas as experiências: transformação pessoal, preservação patrimonial, boca-a-boca eletrônico e temporalidade.

Keywords:

Dark Tourism;
Museum;
Experience;
User-Generated Content;
Museum of Madness – MG.

Abstract

Museums enable the democratization of the collection as a social right, while tourism assumes part of the institution's dialogue with society. Some museums can be related to Dark Tourism exhibitions and those aim to raise public awareness. The objective of this study is to analyze the visitation experience at the Museu da Loucura de Barbacena – MG, as well as to identify the characteristic and outstanding components of the visitation. The research has a qualitative approach and documentary research design, and applied the analysis of content in comments and photographs shared by users of TripAdvisor and Google Local Guides. Elements of the museological experience (proposed by Falk and Dierking, 2016) and dimensions of the visitor's experience (by Pine and Gilmore, 2011) were considered to reflect about the visitor's experience. As a result, the museum provides personal transformation, which influences the desire for social and political changes. The museum is able to provide memorable experiences, due to the identification of components that relate to all the dimensions proposed in the research. The study demonstrates relevance by presenting results from two sharing platforms and two data sources. The study presents elements that are similar in both experiences: personal transformation, heritage preservation, electronic word-of-mouth and temporality.

Palabras clave:

“Turismo oscuro”;
Museo;
Experiencia;
Contenido Generado por el Usuario (CGU);
Museo de Locura – MG.

Resumen

Los museos viabilizan la democratización del acervo como un derecho social, mientras el turismo asume parte del diálogo de la institución con la sociedad. Algunos museos remeten las exhibiciones de Turismo oscuro y poseen el objetivo de concientizar el público. Esta investigación objetivó analizar la experiencia de visitación en el Museo de la Locura de Barbacena – MG, bien como identificar los componentes característicos y marcantes. Por medio de un abordaje cualitativo y delineamiento de

Revisado em pares.
Recebido em: 03/03/2022.
Aprovado em: 17/05/2022.
Editor:
Leandro B. Brusadin.

investigación documental, trabajó a partir del análisis de contenido aplicado a comentarios y fotografías compartidos por usuarios del TripAdvisor y Google Local Guides. Para reflexionar sobre la experiencia, fueron considerados elementos de la experiencia museológica propuestos por Falk y Dierking (2016) y dimensiones de la experiencia de Pine y Gilmore (2011). Los resultados apuntan que el museo proporciona la transformación personal, lo que influye en el deseo de cambios sociales y políticos. Se afirma que el museo es apto a proporcionar experiencias memorables, en razón de la identificación de componentes que se relacionan con todas las dimensiones propuestas en la investigación. El estudio demuestra relevancia al presentar resultados provenientes de dos plataformas de compartimiento y dos fuentes de datos. El estudio aún identifica elementos similares entre ambas las experiencias: transformación personal, preservación patrimonial, boca en boca y temporalidad.



Como Citar: Pinheiro, A. L.; Chemin, M. (2022). "Incômodo e assustador": visitação e experiência no Museu da Loucura de Barbacena - MG (Brasil). *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, São Paulo, 16, e-2634, 2022. <https://doi.org/10.7784/rbtur.v16.2634>

1 INTRODUÇÃO

Locais relacionados a tragédias e mortes têm recebido atenção em estudos do turismo a partir do conceito de *Dark Tourism* (Stone, 2006; Santos & Joaquim, 2018; Zanirato, 2019) ou Turismo Sombrio, segundo empregado na língua portuguesa. Observado como segmento, o Turismo Sombrio possui atrativos e serviços articulados por um suposto e aparente interesse mórbido, todavia há um reconhecimento crescente da sua relevância social porque também representa potencial de ser compreendido como uma forma inovadora e humana de visitação de espaços (Stone, 2006; Santos & Joaquim, 2018). Os locais sombrios são reconhecidos por estimular reflexões pessoais acerca da vida e da sociedade (Freire-Medeiros et al., 2012; Pereira & Limberger, 2020). Ultrapassa, portanto, um mero apelo turístico da morbidez para uma perspectiva ampliada, em que se revelam contradições, fatos e dramas da história humana.

No âmbito museológico, o Museu de Memória emerge como um campo de ação patrimonial dedicado à compreensão das memórias difíceis, que busca intermediar reflexões sobre o passado e futuro da sociedade (Bezerra & Serres, 2015). Estes museus são dispositivos culturais de reparação social, que promovem o desenvolvimento da socialização e memória coletiva no local a partir da formação de consciência histórica e interpretação patrimonial (Nogueira, 2020; Zanirato, 2019).

Um desafio comum aos ambientes sombrios e de memória sensível corresponde aos meios pelos quais se efetivam o apelo turístico e para visitação. A banalização e a espetacularização dos locais assim como de episódios brutais são problemas indesejados e ameaçadores. Por isso, a necessidade de análise minuciosa a respeito dos recursos, estratégias e modelos de comunicação e comercialização destes locais tão singulares, pois há um inafastável estímulo na carga emocional dos visitantes, com impactos na visitação e possível repercussão social desta experiência (Bezerra & Serres, 2015; Zanirato, 2019).

O Museu da Loucura de Barbacena, no estado de Minas Gerais, congrega aspectos ligados ao sombrio e memória sensível. Foi projetado para lembrar as ocorrências sociais da instituição psiquiátrica Hospital Colônia, fundada em 1903. Estima-se que cerca de 60 mil pessoas morreram neste local, em condições de fome, frio, doenças, lobotomias e eletrochoque (Arbex, 2012). A proximidade temporal demonstra que os fatos são recentes, visto que o prédio começou a ser desativado somente em 1980 (Marzano, 2008). O museu ocupa um dos prédios históricos do antigo Hospital Colônia, possui acesso gratuito e conta com um acervo de peças originais do Sanatório.

Este museu foi definido como objeto da pesquisa em razão das características históricas que o relacionam como atrativo do segmento de Turismo Sombrio e um bem e equipamento, no âmbito dos Museus de Memória. A importância nacional do museu é destacada por Borges (2012) e Arbex (2012) que apontam a convivência do Estado, sociedade e comunidade acadêmica sobre o ocorrido e indicam que o museu expõe um fato pouco conhecido e potencializa o discurso de políticas públicas de saúde mental no país.

A investigação partiu da seguinte questão: como se apresenta a experiência de visitação no Museu da Loucura de Barbacena (MG) segundo relatos e fotografias compartilhados nos sites Google Local Guides e TripAdvisor? A pesquisa objetivou analisar a experiência de visitação neste museu. Objetivou também identificar os componentes marcantes e característicos da visitação e refletir sobre a experiência do visitante na perspectiva de interação entre experiência turística e experiência museológica.

Tratou-se de uma pesquisa documental, com abordagem qualitativa. A análise dos comentários e fotografias se efetivou com a Análise de Conteúdo (Bardin, 2011), mediante operacionalização de três Softwares: Webharvy,

Iramuteq e MAXQDA¹. Estes softwares são recomendados por possuir interface acessível e gratuita e proporcionar agilidade, eficiência e transparência no processo de análise de informações (Alonso et al., 2021; Camargo & Justo, 2013; Haddaway et al., 2015; Nascimento et al., 2019; Souza et al., 2018).

Optou-se pela Análise do Conteúdo Gerado pelo Usuário (CGU) porque este recurso tem sido reconhecido por conter informações que auxiliam no monitoramento da qualidade do serviço, indicar particularidades do público e influenciar no processo de decisão do visitante (Medeiros et al., 2018; Souza & Machado, 2017).

A análise da experiência dos visitantes exigiu conceitos trabalhados no campo do turismo e da museologia, o que possibilitou identificar características complementares e específicas de visitação de um público abrangente no museu (Gonçalves, 2015). A Experiência Turística foi analisada, sobretudo, a partir de Pine e Gilmore (2011) e a Experiência Museológica a partir de Falk e Dierking (2016).

Os resultados demonstram que a visitação no Museu da Loucura (MG) proporciona uma experiência memorável ao visitante. A contribuição teórica parte da identificação de quatro elementos similares entre a experiência turística e museológica: boca-a-boca eletrônico, temporalidade, preservação patrimonial e transformação pessoal. A pesquisa tem potencial colaboração teórica a partir do seu recorte particular na relação entre turismo e museus, visto que as exposições de *Dark Tourism* e os Museus de Memória Sensível possuem o mesmo objetivo de conscientização do público. Para fins práticos e gerenciais de instituições museológicas, a pesquisa fornece uma representação visual que auxilia na compreensão dos componentes e dimensões que atuam como marcantes na experiência do visitante.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Turismo e Museus

A relação entre turismo e museus é dinâmica e tende a atingir bons resultados, se equilibrada. O turismo emerge como um desafio para os museus, visto que atrai um público com diferentes motivações e pode ocasionar o aumento desenfreado do fluxo de visitantes, sem considerar o impacto social da instituição (Gonçalves, 2015; Borges & Almeida, 2016). Simultaneamente, o turismo atua como um agente de intercâmbio cultural e assume parte do diálogo entre a sociedade e a instituição, responsável pela atração de público e divulgação do local (Borges & Almeida, 2016). Por este motivo a relação entre turismo e museus auxilia na preservação patrimonial e possibilita o acesso à informação, a revitalização de saberes tradicionais e valorização da identidade local (Borges & Almeida, 2016; Gonçalves, 2015).

Segundo a UNESCO (2020) o interesse de visitantes por instituições museológicas se intensificou, acompanhando o crescimento de 60% no número de museus no mundo desde 2012. Entretanto, com a crise sanitária ocasionada pela pandemia do Covid-19, estima-se que 90% dos museus do mundo fecharam por tempo indeterminado e mais de 10% podem não reabrir (UNWTO, 2021). Avalia-se que essa situação tende a ser amenizada mediante estímulo da presença das instituições no meio digital (UNESCO, 2020; UNWTO, 2021).

De acordo com Vasconcellos (2006), o processo de construção da instituição museológica começou na Antiguidade Clássica, estimulado pelo interesse de comprazimento de divindades. Fernandes (2019) indica que somente em 1683 foi criado o primeiro museu com a finalidade de educar o público. Mais tarde, segundo a autora, os Iluministas fortaleceram a ideia de museu como uma instituição cultural, pública e educativa.

Desta forma, os museus extraíram duas vertentes de apresentação: o poder da memória e a memória do poder. Os museus que celebram a memória do poder favorecem classes sociais privilegiadas, ao passo que possuem acervos que se baseiam em uma realidade etnocêntrica, monológica e concentrados em espaços pouco democráticos (Chagas, 1999). É necessário a exaltação do poder da memória, para que a instituição esteja a serviço da sociedade, como um direito de cidadania.

A abertura da instituição e a comunicação social permitiram aos museus passassem a atrair um público diversificado. Ademais, o Grand Tour e a Revolução Industrial alteraram concepções e padrões de acesso as instituições museológicas, que gradativamente passaram a ser alvos de objetivos de crescimento pessoal e lazer da população, respectivamente (Cisne & Gastal, 2010; Vasconcellos, 2006). A aproximação entre práticas turísticas

¹ O software Webharvy auxiliou na mineração dos dados das plataformas. O software Iramuteq permitiu analisar frequência de palavras e construções de vocabulário. O software MAXQDA auxiliou na codificação de características relevantes e organização de temas com ideias centrais compartilhadas.

e museus contribuiu para o aumento do público nessas instituições, maior dinamismo socioeconômico e uma valorização do tema patrimonial (Gonçalves, 2015).

Chagas e Pires (2018) indicam que a mudança principal da museologia “tradicional” para a “nova” museologia se concentrou no reconhecimento da função social do museu, representada em um ternário: sociedade, território e patrimônio. Os três vértices do ternário estão interligados e viabilizam a exposição do acervo e democratização do saber como um direito social (Chagas & Pires, 2018; Poulot, 2013).

Os recursos interpretativos emergiram como tendência e ferramenta para melhoria da comunicação e serviço prestado, redefinindo a interpretação da informação e o entendimento da relevância da mediação (Pimentel, 2018; Piñol, 2011). Para Felicidade e Silva (2020), a mediação adequada entre o patrimônio cultural e o turismo promove qualidade na experiência turística e permite a interação do visitante, mediante estratégias lúdicas e estímulo de sensações, conhecimentos e curiosidade.

Com o interesse de promover o desenvolvimento econômico e contribuir para a valorização da cultura, os museus foram incorporados como atrativos turísticos ligados ao Turismo Cultural (Godoy & Moretoni, 2017). Vasconcellos (2006, p. 38) afirma que museus como o Louvre em Paris e Metropolitan em Nova York se tornaram referências obrigatórias para visitação, porque representam um troféu de viagem, em que pese o fato de que nem sempre os turistas observam o acervo e exposições detalhadamente. Richards (2009, p. 25) também considera que o turismo proporcionou visitantes com motivações diferentes das motivações culturais, os definiu como “turistas culturais por acidente”, citando como exemplo o caso de quem visita museus em dias de chuva, quando passeios ao ar livre se mostram desfavoráveis.

2.2 Visitação, Experiência Turística e Experiência Museológica

O tema da visitação e experiência é pesquisado com intensidade no âmbito do turismo por conter um modelo de comunicação próprio e compreender um modo de gestão (Vergopoulos, 2016). Pesquisas anteriores indicam que o contexto de visitação, a atribuição de significados aos estímulos experienciais e as características específicas do destino impactam a experiência do visitante e promovem novos insights sobre o tema (Pedro, 2021; Rasoolimanesh, et al., 2021). A capacidade de evidenciar novos componentes de visitação a partir de diferentes contextos afirma a necessidade de estudo constante e valida a multiplicidade de abordagens e enfoques para as pesquisas sobre experiência.

Estudos de Coelho e Gosling (2019) e Rasoolimanesh et al. (2021) falam de lacunas e pesquisa de experiência turística no que tange ao conhecimento de particularidades no setor museológico, especialmente relações entre experiência e transformação pessoal e impacto das dimensões e componentes da experiência turística memorável em turistas culturais.

Na concepção antropológica, a experiência turística é como um ritual. Segundo Pezzi e Santos (2012), baseados na obra de Turner (1982), este ritual possui três estágios: separação ou ruptura, liminaridade e reincorporação. O estágio da separação ou ruptura consiste no afastamento do sujeito do que lhe é cotidiano, a partir do encontro com o desconhecido. O estágio da liminaridade é ambíguo e indeterminado, no qual há a evasão das classificações que normalmente determinam o sujeito. O terceiro estágio é a reincorporação, no qual o sujeito se reencontra consigo mesmo e é reintegrado no cotidiano com novas perspectivas.

Com relação as experiências, Pine e Gilmore (2011) definem que ofertar experiências não é entreter um público, e sim engajá-lo na visitação. Nesta condição, os autores definiram dimensões da experiência: entretenimento, evasão, estética e aprendizagem. A dimensão de entretenimento refere-se à ação de ocupar a atenção de uma pessoa. A dimensão de evasão exige mais imersão que experiências de entretenimento, na qual as pessoas se tornam atores da experiência e são capazes de afetar o desempenho real. A dimensão de aprendizagem visa informar as pessoas e aumentar seus conhecimentos ou habilidades. Por fim, a dimensão estética corresponde a observação, na qual o visitante se encontra imerso no ambiente visitado.

Falk e Dierking (2016) definem que a experiência museológica envolve três domínios: físico, pessoal e sociocultural. O primeiro abrange aspectos físicos de museus, incluindo a arquitetura, objetos, ambiente, cheiros e sons. O domínio pessoal inclui as interações sociais durante a visitação, como as companhias, os atendentes, outros visitantes e demais funcionários. O domínio pessoal refere-se a ideia de que toda pessoa que descreve as memórias de uma visita ao museu promove insights do seu contexto pessoal, como conhecimentos prévios, sensações, motivações e identidade.

Tanto a experiência turística, quanto a experiência museológica possuem o envolvimento do presente, passado e futuro. Pezzi e Santos (2012) afirmam que o que difere a “mera” experiência de “uma” experiência é a capacidade de desprender da temporalidade cronológica. Os autores indicam que a temporalidade remete a ideia de que o visitante deve estar em constante reflexão, mesmo após o fim da visita, período em que continua a experienciar, a recordar e a reviver o passado.

Coelho e Gosling (2019) indicam que a abordagem da experiência como um processo transformador apresenta-se de modo recente e tímido nos estudos da experiência turística. De acordo com as autoras, este processo promove “alterações em algum nível no aprendizado, comportamento, estilo de vida, padrões de consumo, qualidade de vida e bem-estar” (Coelho, Gosling, 2019, p. 10).

A transformação pessoal é um resultado almejado em ambas as experiências. Falk e Dierking (2016) entendem que a visita a uma instituição museológica induz a reflexões. A partir destas reflexões, o visitante é motivado a aplicar os conhecimentos adquiridos durante a visita em sua vida pessoal, no ambiente sociocultural e nas dimensões físicas da sua sociedade. A transformação pessoal também contribui para o desenvolvimento de uma experiência turística memorável, visto que instiga a atribuição de significados do visitante para a experiência vivenciada (Coelho & Gosling, 2020).

Fatores que interferem na experiência turística e museológica do visitante são variáveis. Estudos apontam que a propensão ao retorno e a recomendação são consequências da experiência positiva do visitante (Cruz & Freitas, 2021), as quais influenciam o visitante a avaliar atrativos e estabelecimentos ligados ao turismo em plataformas de compartilhamento (Silva et al., 2021).

2.3 Conteúdo Gerado pelo Usuário (CGU)

As experiências de visita em atrativos turísticos são compartilhadas em redes sociais e plataformas de avaliação, gerando informações que podem ser denominadas como Conteúdo Gerado pelos Usuários (CGU). Este conteúdo é cada dia mais valorizado, entretanto encontra-se disperso em uma variedade de domínios, comentários e postagens, o que dificulta sua captura e análise (Buhalis, 2019).

Medeiros et al. (2018) indicam que a gestão dos dados encontrados em ambiente virtual produz inovação nos serviços e cria uma rede de Network entre fornecedores, intermediários, setor público e consumidores. Por compreender informações qualitativas e quantitativas relacionadas a oferta e demanda do setor, o CGU emerge como fonte de dados relevante para a comunidade acadêmica, empreendedores e visitantes em potencial (UNWTO, 2021; Pereira & Limberger, 2020; Silva et al., 2021).

Dinis et al. (2016) afirmam que os turistas recorrem à internet em todo o processo da viagem, desde o planejamento até a avaliação da visita. Para os autores, redes sociais, e-mails, motores de pesquisas e anúncios pagos são elementos que influenciam no processo de compra dos usuários. Da mesma forma, Souza e Machado (2017) demonstram que turistas utilizam redes sociais em três momentos: pré-viagem, durante a viagem e pós viagem. Na pré-viagem o turista obtém consciência do produto ou serviço. Durante a viagem, o turista busca informações sobre atrações disponíveis no local através da internet. Após a viagem, o turista utiliza as redes sociais para compartilhar a experiência com amigos e usuários interessados.

Com relação a última fase de utilização das redes sociais, os visitantes refletem sobre a experiência vivenciada e compartilham informações que consideram relevantes em redes sociais e plataformas de compartilhamento. Neste momento, Cechinel e Santos (2018) indicam que o boca-a-boca eletrônico (Bab-e) emerge como a modalidade em que uma comunicação informal fornece um comentário positivo ou negativo sobre um produto ou empresa.

Entre os elementos que influenciam nesta avaliação, o ambiente, os serviços oferecidos e as interações humanas contribuem para a recomendação do local (Cechinel & Santos, 2018). Por este motivo, analisar CGU que resulta da visita em locais com cargas emocionais intensas pode ser um desafio, visto que a atmosfera do local também interfere na percepção do visitante (Lozano & Malerba, 2017).

3 ESTRATÉGIAS E PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A investigação caracterizou-se pela abordagem qualitativa e delineamento de pesquisa documental. A abordagem qualitativa corresponde a processo de interpretação e compreensão, cuja realidade é múltipla e subjetiva, construída a partir das percepções dos sujeitos (Araújo et al., 2017; Patias & Hohendorff, 2019). Sobre o interesse da pesquisa qualitativa nos sujeitos e suas subjetividades, Bauer e Gaskell (2017) indicam que as escolhas

teóricas, metodológicas e  ticas demandam precisão no alinhamento dos objetivos da pesquisa, visto que influenciam na rela o entre pesquisador e participante, assim como na compreensão da realidade. Araújo et al. (2017) apontam que este alinhamento   um desafio, pois as metodologias das pesquisas qualitativas consideram a dinamicidade, evolu o constante e complexidade do sujeito social.

A pesquisa documental   frequente em investiga es científicas qualitativas (Nunes et al., 2020; Proetti, 2018) sendo reconhecida como recurso para diversas frentes de produ o de conhecimento em temas relacionados ao turismo (Costa et al. 2018). Neste contexto, a investiga o optou pela análise a partir de comentários e fotografias, devido   possibilidade múltipla de combina es acerca dos registros e testemunhos (Nunes et al., 2020).

3.1 Coleta e tratamento de dados

A investiga o considerou dados de CGU como fonte, nomeadamente comentários e fotografias compartilhados por usuários. Optou-se pelo uso de fotografias pois estas representam acontecimentos reais e desempenham papel relevante no processo da visita o, razão pela qual são aceitas para interpreta o e resolu o de questões teóricas, abstratas e práticas (Donaire & Gal , 2011; Oliveira & Frossard, 2017). Comentários possuem dados qualiquantitativos e informa es socioculturais que contribuem para a análise do público e reflexão científica (Medeiros et al., 2018; Schoab et al., 2020)

As plataformas escolhidas foram o TripAdvisor e o Google Local Guides. A escolha destas plataformas deriva da sua relevância no meio digital. O TripAdvisor possui 859 milhões de avalia es e opiniões sobre 8,6 milhões de acomoda es, restaurantes, experiências, companhias aéreas e cruzeiros, recebendo visualiza o de mais de 463 milhões de viajantes todos os meses (Tripadvisor, 2019). Já o Google Local Guides   uma ferramenta de cartografia digital colaborativa.   considerado uma das maiores iniciativas de mapeamento científico, contabilizando aproximadamente 50 milhões de voluntários, em 2017, ano de lançamento da ferramenta (Mazumdar et al., 2018).

3.1.1 Comentários

Em sua área virtual, o Museu da Loucura, no Google Local Guides possuía 848 avalia es registradas até o dia 03/08/2020, distribuídas entre os anos 2017 a 2020. Destas avalia es, 436 estavam tipificadas com registro de textos, as demais somente como atribui o de nota. O TripAdvisor dispunha de 159 avalia es, no período entre outubro de 2013 a abril de 2020, nas quais todas contavam com textos. O conjunto final totalizou 595 avalia es, todas consideradas apropriadas para análise.

A extra o das plataformas mencionadas seguiu a técnica de minera o de dados da web denominada como *Scraping*. O procedimento realizou-se com o auxílio do Software Webharvy, indicado por Marres e Weltevrede (2012) e Haddaway et al. (2015) por gerenciar informa es em tempo real, possuir interface acessível e gratuita, proporcionar transparência e eficiência e facilitar a organiza o das informa es.

Em um primeiro momento de análise, dedicada   identifica o dos temas recorrentes em cada plataforma, os comentários minerados foram operacionalizados no Software Iramuteq, versão 0.7 alpha 2, com o auxílio do software R versão 3.6.1. O software Iramuteq atua como ferramenta de apoio no processamento de dados das pesquisas qualitativas, auxilia na organiza o e separa o de informa es e proporciona agilidade e eficiência no processo de codifica o (Camargo & Justo, 2013; Nascimento et al., 2019; Souza et al., 2018).

O segundo momento de análise, dedicado   codifica o e categoriza o, foi desenvolvido com auxílio do software MAXQDA versão 2020. Este software   recomendado por Alonso et al., (2021) por possuir uma interface que auxilia nas tarefas de identifica o, análise e interpreta o de padrões. O processo consistiu em identificar códigos com características relevantes e organizá-los em temas com uma ideia central compartilhada.

3.2.2 Fotografias

Foram levantadas 110 fotografias no site TripAdvisor, postadas até o dia 10 de outubro de 2020. A somatória de fotografias compartilhadas nos comentários do Google Local Guides totalizou 311 fotografias, postadas até o dia 20 de outubro de 2020.

Para viabilizar a explora o e codifica o de dados, informa es como endereço URL da imagem, data de postagem e origem de compartilhamento foram dispostos em uma planilha do Excel. Fotografias que não pertenciam ao local indicado ou de conteúdo repetido pelo mesmo usuário foram desconsideradas, o que resultou em 379 fotografias

analisadas. Das fotografias compartilhadas na plataforma Google Local Guides, 15 não contemplam o Museu da Loucura e 27 eram repetidas. Não foram detectadas fotografias com estas características na plataforma TripAdvisor.

3.3 Análise e interpretação

A processo de análise e interpretação de dados se efetivou com a Análise de Conteúdo - AC (Bardin, 2011), seguindo caminhos distintos para comentários e fotografias, todavia, equivalentes e coerentes com as técnicas da AC, aplicada para interpretação de informações através de palavras, imagens e textos (Sampaio et al., 2021; Silva & Fossá, 2015). A análise foi composta das seguintes fases: exploração, codificação, categorização e interpretação.

Em relação aos comentários, na fase de exploração, mediante leitura flutuante do conjunto para conhecimento do material, considerou-se a estratégia de análise em duas etapas, complementares entre si. A primeira dedicada à identificação dos temas recorrentes em cada plataforma, a segunda para compreender a influência dos elementos na experiência do visitante e identificação dos componentes característicos e marcantes.

Na codificação, a unidade de registro da análise foi determinada por trechos que caracterizam o mesmo tema. Os temas foram escolhidos a priori e se orientam no ternário museológico: Sociedade, Território e Patrimônio (Chagas & Pires, 2018). Determinadas unidades de registro exigiram um quarto tema, denominado como Boca-a-boca Eletrônico.

As fotografias foram analisadas a partir de uma técnica proposta por Donaire e Gali (2011), adaptada e ampliada, mediante complementação de tópicos de análise relacionados com o objeto e presentes no referencial teórico. O Quadro 1 sintetiza a análise de fotografias derivadas de visitação em instituições museológicas.

Quadro 1 - Temas para análise de fotografias

Tópicos	Descrição	
Identificação	Elemento principal representado na fotografia.	
Categoria	Sociedade	Grau de humanização (sem presença humana, individual, grupos)
	Patrimônio	Obras Artefatos Documentos arquivísticos Publicações
		Placas e painéis interpretativos Modelos e maquetes Guias portáteis de som e audiovisuais
		Território
Zoom	Se a imagem fotografada corresponde a um detalhe de um componente registrado, se corresponde a um componente inteiro, o componente inserido em seu contexto ou ainda se é uma panorâmica	

LEGENDA:

- Dados de Análise de Fotografias – Donaire e Gali (2011)
- Recursos interpretativos – Pires (2006)
- Ternário Museológico – Chagas e Pires (2018)
- Conceitos-chave de Museologia – Desvallées e Mairesse (2013)

Organização: Autores, com base na literatura da pesquisa (2021).

As estratégias e procedimentos descritos permitiram a identificação dos componentes característicos e marcantes da visitação. Os componentes, assim como a reflexão sobre a experiência do visitante, são expostos a seguir.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

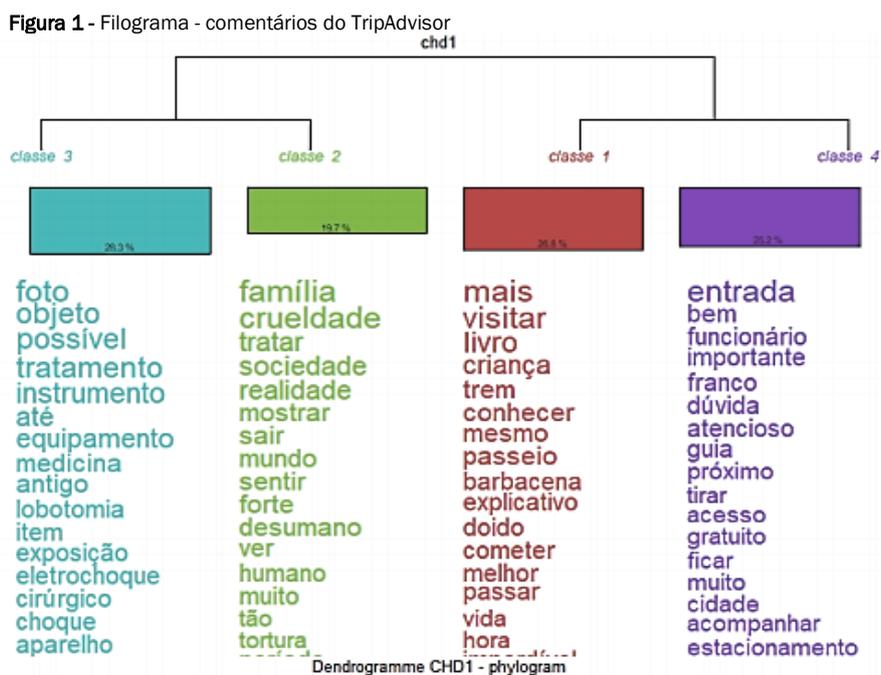
4.1. Os componentes característicos e marcantes da visitação

Os **comentários** minerados foram organizados em um conjunto de textos e operacionalizados no Software Iramuteq. A operacionalização possibilitou a identificação dos temas recorrentes em cada plataforma e componentes marcantes da visitação.

O Método da Classificação Hierárquica Descendente (CHD) do Iramuteq apresenta a partição do conjunto de textos e a geração de classes com vocabulários semelhantes entre si (Salviati, 2017). O Software também indica termos recorrentes e gera uma representação gráfica de palavras que se relacionam.

No caso do TripAdvisor, foram analisados 159 textos que foram divididos em 228 segmentos de textos. Destes 228 segmentos, 198 foram classificados, possibilitando uma retenção de 86,84% do corpus. A operacionalização apresentou 4 classes estáveis: a classe 1, denominada como Recomendação (26,8%), a classe 2, denominada como Reflexões (19,7%), a classe 3, denominada como Acervo em Exposição (28,3%) e a classe 4, denominada como Avaliação (25,2%) (Figura 2).

As Classes 1 e 4, denominadas respectivamente como Recomendação e Avaliação, possuem semelhanças por retratarem a fase final da visitação. Na Classe 1, os visitantes expõem a opinião acerca dos públicos recomendados para a visitação do local e indicam recursos audiovisuais complementares ao tema do museu. Na Classe 4 são exaltados os elementos positivos da avaliação da visita, tais quais a gratuidade e o atendimento.



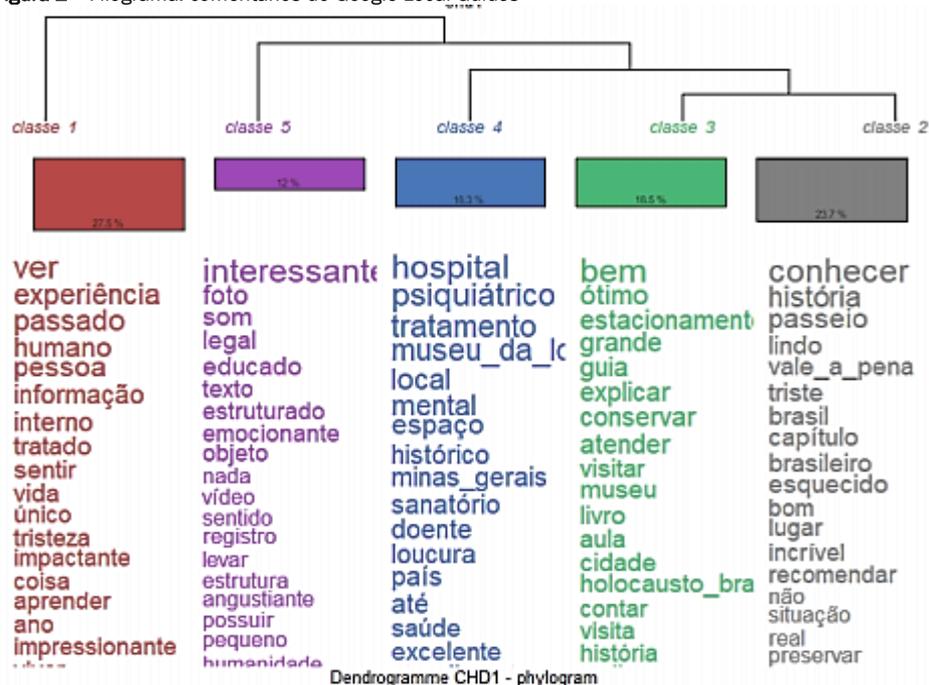
Fonte: Dados da pesquisa (2021).

As Classes 2 e 3, denominadas respectivamente como Reflexões e Acervo em Exposição, expressam a opinião dos visitantes no âmbito do fato histórico ou dos objetos do acervo que auxiliam na conscientização sobre o tema. Os comentários da Classe 2 exprimem o incômodo dos visitantes com relação aos familiares das vítimas e sociedade pela exclusão destes indivíduos. A classe 3 agrupa comentários que afirmam que os objetos em exposição são agentes transformadores dos visitantes e facilitam a compreensão sobre os métodos de tratamentos das doenças mentais adotados na época em que o hospital esteve ativo.

Com relação aos comentários do Google Local Guides, foram analisados 357 textos, que continham 6.836 verbetes e que foram divididos em 400 segmentos de textos. Destes 400 segmentos, 367 foram classificados, possibilitando uma retenção de 91,75% do corpus. Este corpus foi dividido em 5 classes estáveis (Figura 3): classe 1, denominada Aprendizagem (27,5%); classe 2, denominada Entretenimento (23,7%); classe 3, denominada Atendimento e Acesso (18,5%); classe 4, denominada Temporalidade (18,3%); e classe 5, denominada Acervo em Exposição (12%).

A classe 1, denominada Aprendizagem, abrange comentários que percorrem reflexões sobre os conhecimentos adquiridos pelo público na visita e demonstram a empatia dos visitantes com os indivíduos que vivenciaram o período em que o hospital esteve em funcionamento, o que é entendido como Aprendizagem. A Classe 4, denominada Temporalidade, indica que o museu é reconhecido como um elo entre o passado e futuro, pois preserva a história e fornece informações para reflexões e discursos de mudança para o futuro.

Figura 2 - Filograma: comentários do Google Local Guides



Fonte: Dados da pesquisa (2021).

As classes 2 e 3 são as classes mais semelhantes entre si, denominadas respectivamente como Entretenimento e Atendimento e Acesso. Isto ocorre, pois, as duas classes relatam sobre a avaliação da visita. Na Classe 2, são citadas as características de entretenimento da visita e afirma-se que a visita é recomendada. Já na Classe 3, os visitantes indicam que os fatores de acesso e atendimento são essenciais para a boa avaliação do local.

Por fim, a Classe 5, denominada como Acervo em Exposição, é a classe de menor representação do corpus. Esta classe engloba os comentários que afirmam que os objetos em exposição são capazes de ampliar sensações, contribuem para o impacto emocional dos visitantes e agregam valor à visita, nomeadamente valor histórico.

Para complementar a análise da visita e experiência no Museu da Loucura, optou-se por analisar as fotografias compartilhadas pelos visitantes. A análise das **fotografias** permitiu identificar características específicas da visita, enquadradas em três temas: sociedade, patrimônio e território.

Os registros que priorizam o enquadramento fotográfico de detalhes dos objetos em exposição foram analisados no tema Patrimônio, no qual verificou-se uma representação constante de elementos do acervo diretamente ligados com a morte. Registrados sob diferentes ângulos, as imagens indicam uma observação atenta dos visitantes sobre os recursos disponíveis, bem como suas funções. Estes objetos são os equipamentos de eletrochoque e o crânio humano.

No entanto, fotografias humanizadas também foram identificadas e analisadas na pesquisa, relacionadas ao tema Sociedade. No museu, as fotografias em grupo são preferencialmente registradas em frente a fachada do prédio, enquanto as fotografias individuais são registradas em salas de exposição. Isto ocorre, pois, a fachada do museu atua como um marco do local e possibilita um enquadramento maior para o registro. Já as salas de exposição evidenciam o tema da exposição e são registradas em conjunto dos objetos que os visitantes julgam marcantes para sua experiência.

O tema território é caracterizado pelo ambiente e espaço físico do museu. Neste tema, a fachada do museu é registrada com frequência devido a suas características arquitetônicas históricas que destoam de um entorno modernizado.

A relação da análise de comentários e fotografias possibilitou um conjunto articulado de componentes da visita no Museu da Loucura, conforme sintetiza o Quadro 2.

A análise dos comentários permitiu identificar que a maioria do público do Museu da Loucura é local, caracterizado majoritariamente por moradores de Barbacena e cidades vizinhas. Apesar de não identificar impacto de visita de outras regiões do país nas fontes de dados, o Museu da Loucura é um atrativo turístico com potencial nacional

por representar a Luta Antimanicomial e a Reforma Psiquiátrica no Brasil. A inclusão de relatos de moradores e visitantes locais na análise de comentários permitiu a identificação de componentes de visitação que não foram identificados na análise de relatos de turistas, tais quais: memórias de infância e sentimento de pertencimento à cidade.

Quadro 2 - Componentes característicos e marcantes da visitação

Fonte	Tema	Componentes característicos	Componentes marcantes
Comentários	Sociedade	<ul style="list-style-type: none"> - Reflexões existenciais - Atribuição de valor pessoal - Conhecimentos prévios - Memórias de infância - Interatividade - Comunicação 	<ul style="list-style-type: none"> - Sensação de “voltar ao passado” - Transformação pessoal, para “melhor” - Interação social
	Território	<ul style="list-style-type: none"> - Valorização da entrada gratuita - O museu como hotspot, local obrigatório - O museu como parte da história da cidade - Ambiente - Dimensão e elementos físicos 	<ul style="list-style-type: none"> - Marco turístico e histórico - Estar no local dos fatos - Arquitetura histórica
	Patrimônio	<ul style="list-style-type: none"> - Curadoria - Cronologia da exposição 	<ul style="list-style-type: none"> - Acervo em exposição - História do Hospital
	Bab-e	<ul style="list-style-type: none"> - Opinião geral sobre o acervo, museu e experiência - Sugestão de visita para determinados públicos 	<ul style="list-style-type: none"> - Veto a crianças e públicos sensíveis - Indicação para estudantes de áreas biológicas, humanas e sociais - Indicação de visitação para todos os brasileiros
Fotografias	Sociedade	<ul style="list-style-type: none"> - Fotografias individuais - Fotografias em grupo - Cenário para fotografias humanizadas: ônibus, escadaria, fachada do museu e salas de exposição 	<ul style="list-style-type: none"> - Fotografias em grupo na fachada do museu - Selfies nas salas de exposição
	Território	<ul style="list-style-type: none"> - Área externa - Interiores 	<ul style="list-style-type: none"> - Fachada do museu - Escadaria - Sala de exposição
	Patrimônio	<ul style="list-style-type: none"> - Telefone - Máquina Registradora - Algemas - Uniformes - Aparelho de Raio-X - Camisa de força - Bonecas - Máquina de Escrever - Objetos Cirúrgicos - Raio-X - Documentos - Obras de arte 	<ul style="list-style-type: none"> - Equipamentos de eletrochoque - Crânio humano - Cenário com painéis - Fotografias antigas - Placas e painéis interpretativos

Fonte: Dados da pesquisa (2021).

4.2 Experiência turística

A reflexão da experiência turística partiu da representação de quatro dimensões: entretenimento, evasão, aprendizagem e estética (Pine & Gilmore, 2011). Na análise de comentários e fotografias do Museu da Loucura, identificaram-se elementos relacionados a todas as dimensões citadas.

Quanto à dimensão do entretenimento, verificou-se um conjunto das representações que lhe firmam como um sítio de memória sensível, capaz de estimular as contradições emocionais próprias desses ambientes. O museu é utilizado em momentos de lazer dos visitantes, o que conduz a uma indicação de sentimentos opostos, sensações desiguais e inquietantes. Uma das dificuldades é tratar desse estilo de experiência, simultaneamente próxima e distante. Próxima porque decorre da visita em si ao local do fato que sustenta a concretude do sítio; distante porque a cronologia é imperativa, opera como um bloqueio intransponível à vivência dos fatos e acontecimentos que renderam a imagem do apelo inicial.

No caso da visitação e da experiência turística há um componente a mais no adensamento da questão. O entretenimento, marcante e presente nas dinâmicas do turismo, mostra-se impertinente a este tipo de ambiente, visto mais como educativo do que lúdico. A visitação no Museu da Loucura, embora seja realizada no período de lazer, nomeadamente hedonístico, introduz outros ângulos típicos dos sítios sensíveis:

Quem disse que todos os locais devem apenas causar apenas sensações de bem-estar? O Museu da Loucura é excelente justamente pelo contrário: causa desconforto e embrulha o estômago, mas cumpre seu papel de não se fazer perder na história um trágico momento do cuidado e tratamento da saúde mental no Brasil (Google Local Guides, nº 178).

A dimensão de evasão está ligada a autenticidade e a sensação de estar em um local denso do ponto de vista histórico e de acontecimentos incomuns e apelativos. Visitantes indicam que estes componentes influenciaram na experiência vivenciada: “Ver a história de um local, no local, é impactante” (Google Local Guides, nº 363) e “Seria interessante, se não fosse real e horripilante o que aconteceu naquele local. É um lugar com uma energia péssima, onde eu jamais quero voltar” (Tripadvisor, nº 19). Trata-se de evidências de que o museu comunica características que atendem a sua função.

Na dimensão de aprendizagem, a curadoria é apresentada como fator de relevância para a experiência do visitante. Aspectos como sonorização, linha do tempo dos acontecimentos e a riqueza de informações presentes no acervo são motivos de recomendação do Museu da Loucura. A sonorização busca estimular os sentidos dos visitantes, inferindo novos conhecimentos e atraindo a atenção do público. Já a linha do tempo, respeita uma ordem cronológica dos fatos e estimula a compreensão articulada do assunto em questão.

A aprendizagem também está relacionada ao uso de painéis interpretativos. Os painéis apresentam informações de fácil compreensão para o público:

Cortar o branco: o cérebro é composto de dois tipos de massa: cinzenta e branca. A massa cinzenta inclui os neurônios. A massa branca compreende as fibras nervosas, que ligam as áreas da massa cinzenta e conduzem as mensagens entre elas através de impulsos elétricos. Então, uma lobotomia era feita para separar a massa branca entre as diferentes áreas da massa cinzenta. Outro nome para a lobotomia é leucotomia, ou ‘cortar o branco’ (Museu da Loucura, 2017).

Neste painel não são utilizados termos científicos ou mencionadas etapas cirúrgicas do procedimento. No caso do Museu da Loucura isto é especialmente relevante porque o tema central é da área da saúde, com conceitos distantes do cotidiano de maior parte da população e que necessitam de uma tradução eficaz. Sendo assim, a linguagem utilizada pela instituição integra diferentes públicos, ampliando a divulgação para a população em geral.

A arquitetura e a edificação são os principais fundamentos da dimensão estética. A plasticidade arquitetônica da fachada atua como um cenário típico de “foto troféu”, utilizada para comprovar a visitação. Para Oliveira e Frossard (2017), a fotografia é responsável por “imortalizar” os sentimentos vividos, o que envolve naturalmente a ancoragem dos sentimentos aos ambientes de apoio e registro. Ao mesmo tempo, os autores indicam que a fotografia é utilizada como troféu, uma comprovação de visitação do indivíduo, também revelador de significados atribuídos ao local por meio da imagem.

4.3 A Experiência Museológica

Por compreender um ambiente múltiplo, o museu também proporciona uma experiência museológica que apresenta similaridades com a experiência turística e recorrências de comentários. A Experiência Museológica apresenta três domínios básicos: aspectos físicos, socioculturais e pessoais (Falk & Dierking, 2016). Nesta análise, percebe-se que as relações interpessoais e reflexões individuais estão presentes na experiência do visitante.

Com relação ao domínio Físico, um componente que foi identificado como marcante tanto em comentários, como em fotografias, são os objetos do acervo em exposição. O Museu da Loucura apresenta cenários que alinham objetos do acervo em exposição e fotografias antigas dos pacientes ou instituição. A articulação dos objetos, fotografias e textos interpretativos, concebe um cenário de imersão no tema, valorizando o acervo e possibilitando a reflexão. Este fato corresponde as novas formas de apresentação do acervo: “as obras expostas nos museus atuais, quando pretendem prender a atenção do espectador, transformam suas peças em interativas e atrativas ao olhar - e à câmera” (Dogo, 2015, p. 10).

Com relação a categoria Pessoal, foram identificadas “selfies” dos visitantes em diferentes cenários do museu. Nessas fotografias, o visitante é apresentado em primeiro plano e o acervo em exposição é apresentado ao fundo. O registro destas fotografias é discutido na literatura do Dark Tourism, na qual são apontados os aspectos de

vaidade, superficialidade e narcisismo dos usuários. Estas fotografias são caracterizadas como uma ferramenta utilizada para ganhar visualizações na internet através de acontecimentos desagradáveis e indicam que a sociedade está presenciando um fenômeno novo, no qual a tecnologia diminui a representação e a curadoria da memória de locais como estes (Hodalska, 2017; Zalewska, 2017).

Ambiguidades foram identificadas nas reflexões dos visitantes que exprimiam o sentimento de empatia, sendo representadas pelos seguintes comentários: a) "Um ser humano não merece, em nenhuma situação, o tratamento recebido por aqueles" (Google Local Guides, nº 140); e b) "Médicos desumanos, deveriam ser torturados como torturaram os que ali estavam. Pois, eles sim, pela tamanha crueldade, eram psicopatas e mereciam." (Google Local Guides, nº 121).

Os trechos citados representam os sentimentos opostos que a visitação pode proporcionar aos visitantes. Em um primeiro momento, os indivíduos podem desenvolver o sentimento de empatia pelo próximo e desejar que as ações cometidas no passado não sejam repetidas em um futuro. Para outros visitantes, a visitação desenvolve a ideia de proporcionar justiça às vítimas, recriando a situação ocorrida com os opressores. Isto indica que as individualidades dos visitantes, tais quais vivências, aspectos socioculturais e emoções, provocam respostas opostas diante de um mesmo estímulo.

Com relação ao aspecto Sociocultural da Experiência Museológica, compreende-se que o comportamento durante a visitação influencia na absorção de conhecimento: "Pelas avaliações anteriores, algumas pessoas visitam o local, mas nada entenderam. Pelo comportamento dos visitantes, que tive a infelicidade de presenciar, não é de se esperar outra coisa" (Tripadvisor, nº 7)". Comentários como este indicam a necessidade da mediação para que a visitação atue em prol da aprendizagem e desenvolvimento da empatia.

4.4 Aproximações entre Experiência Turística e Museológica

O turismo representa parte do intercâmbio cultural da instituição museológica e sociedade, o que fortalece a preservação patrimonial por meio da comunicação e divulgação da informação (Borges & Almeida, 2016). Neste aspecto, identificou-se que o museu é um marco histórico da cidade na qual está instalado, por atuar em memória aos internos do Hospital Colônia e preservar a história dos procedimentos médicos utilizados na época. A investigação demonstra que o museu é considerado um marco turístico, por comunicar e interpretar os fatos para visitantes de outras regiões. Isto demonstra a importância da instituição para ambas as áreas e para a sociedade na qual está abrigado.

Os visitantes manifestam a importância do museu no contexto nacional: "As políticas públicas de saúde ditadas por governantes norteavam não só este 'manicômio', mas vários outros no Brasil e no mundo" (Tripadvisor, nº 159). Este reconhecimento nacional está interligado com a crítica ao governo e a evolução das políticas públicas de saúde do país.

O museu foi estabelecido como um marco turístico devido os seguintes fatores identificados nos comentários: o museu localiza-se em trajetos para cidades vizinhas, está inserido em rotas turísticas da região e é considerado um elemento de visita obrigatória em Barbacena. O título de visitação obrigatória pode ser identificado nos trechos: "Ir em Barbacena e não passar no Museu da Loucura é como nunca ter ido em Barbacena" (Google Local Guides, nº 217) e "O Museu da Loucura é um dos melhores pontos turísticos pra se visitar em Barbacena" (Tripadvisor, nº 78). Isto ocorre devido ao museu contemplar parte da construção da identidade local e desenvolvimento territorial, o que o torna intrínseco na paisagem urbana de Barbacena.

A transformação pessoal ocorre tanto na experiência turística, quanto na experiência museológica, e o visitante que vivencia essa dimensão está mais propenso a desfrutar de uma experiência memorável. No âmbito dos comentários que indicavam um choque de realidade, os visitantes afirmam que conhecer a verdade é como um "soco no estômago" (Google Local Guides, nº 119) que auxilia no desejo de efetivar mudanças: "Devemos nos chocar com a realidade para colocar seguirmos produzir mudanças. [...] É incômodo e assustador. Repensamos nossa vida" (Google Local Guides, nº 86). Isto indica que o desenvolvimento de sensações negativas nos visitantes não induz necessariamente a uma avaliação negativa da experiência, mas sim, contribui para o desdobramento da transformação pessoal individual ao final da experiência.

Pesquisas semelhantes revelam que atrativos de Turismo Sombrio permitem a reflexão social e estimulam a transformação pessoal do visitante. Freire-Medeiros et al. (2012), que discutem sobre a experiência na favela Santa Marta, afirmam que a visitação permitiu que a imagem da favela como um ambiente de pobreza e violência fosse substituída por uma imagem positiva. Pereira e Limberger (2020) examinaram a experiência do turismo em

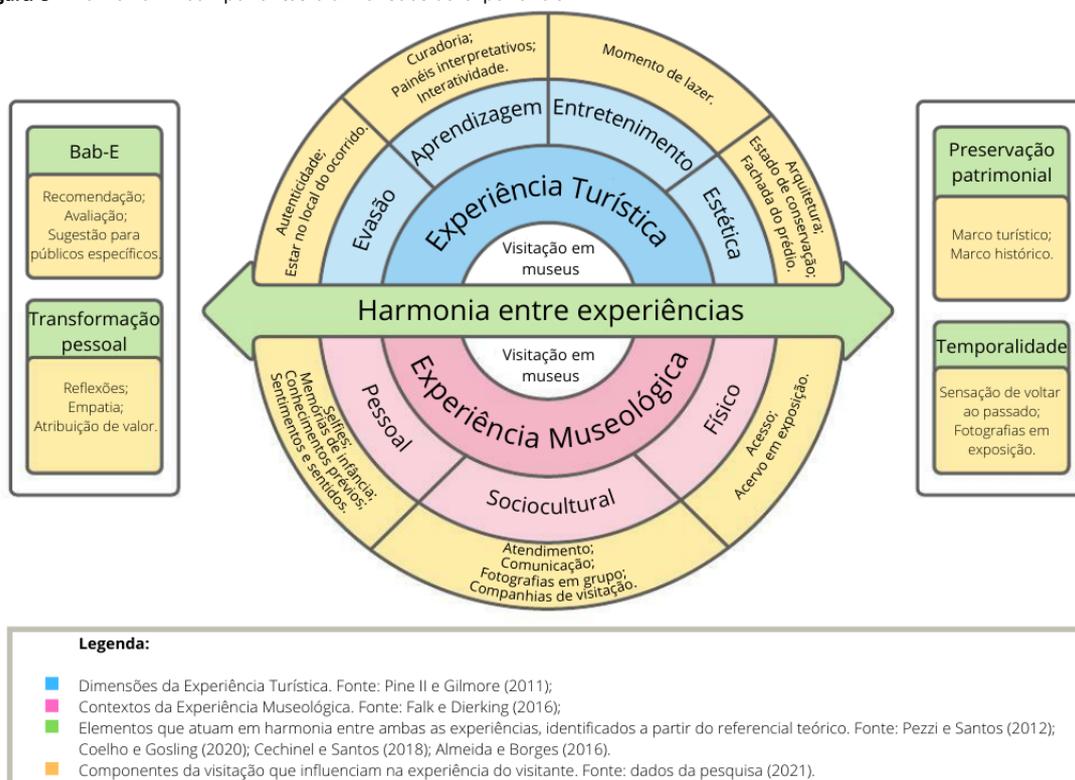
cemitérios e concluíram que a visita ao cemitério não é guiada pela morbidez, mas pelo âmbito cultural, artístico e educativo.

As experiências em museus, apesar de ocorrerem em um período de tempo específico e limitado, proporcionam o escapismo e abstração temporal nos visitantes. A temporalidade no Museu da Loucura é representada em passagens a este estilo: “Foi uma experiência muito forte, você se sente lá na época em que o lugar estava ativo” (Google Local Guides, nº 69) e “[...] Foi como um mergulho ao passado não tão distante e um reconhecimento de como a humanidade é frágil” (Tripadvisor, nº 48). A capacidade de evocar o passado parte, em sua maioria, da exposição de fotografias e objetos do Hospital Colônia. Isto ocorre, pois, estes componentes solidificam as condições da época no imaginário do visitante, conectam a história com o presente e induzem a pensar nas ações do futuro.

Os comentários elucidam que o Museu da Loucura possui a capacidade de desprender o pensamento do visitante por um período de tempo. Este deslocamento temporal imaginário auxilia para que a dimensão de entretenimento seja contemplada, ao passo que o visitante está absorto durante a experiência. Chagas (2011, p. 7) afirma que os museus são como uma nave, a qual: “promove deslocamentos imaginários e memoráveis no rio da memória e do tempo”. O sentimento de deslocamento imaginário condiz com a atribuição dos museus como mediadores entre o passado e o presente, garantindo a continuidade dos aspectos identitários através do tempo.

Por fim, a articulação entre o aporte conceitual, teórico e os resultados da investigação sobre o Museu da Loucura, considerando (i) os componentes identificados na análise das fotografias e comentários dos visitantes, (ii) a interpretação de aspectos da experiência turística e museológica, possibilita expressar como síntese o seguinte framework (Figura 4).

Figura 3 - Framework - componentes e dimensões da experiência



Fonte: Dados da pesquisa (2021).

A relação dos componentes com as dimensões evidencia que o Museu da Loucura de Barbacena é representado tanto em imagens como nos comentários que caracterizam CGU de modo a demonstrar ser um local de experiências memoráveis. Isto ocorre, pois, uma experiência memorável estima a surpresa e oferece uma nova dimensão de experiência inesperada (Pine & Gilmore, 2011).

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os objetivos da presente pesquisa foram concretizados a partir da identificação dos componentes que atuam como marcantes e característicos da visitação. O estudo proporcionou compreensão da experiência de visitação a partir da reflexão em âmbito museológico e turístico.

A reflexão da experiência é resultado da convergência dos apontamentos de Pine e Gilmore (2011), que representaram as dimensões da experiência turística, e de Falk e Dierking (2016), que representaram as dimensões da experiência museológica. A partir dos apontamentos e da reflexão teórica, o estudo caracterizou mais quatro dimensões similares entre as experiências citadas, sendo elas: transformação pessoal, preservação patrimonial, boca-a-boca eletrônico e temporalidade.

Neste sentido, entende-se que o estudo é relevante para a afirmação da complexidade e compatibilidade da relação entre turismo e museus, na medida que aponta as semelhanças no processo de experiência de visitação. A relevância pode ser destacada a partir de dois argumentos.

O primeiro argumento tange a reflexão de que o turismo colabora na comunicação entre a sociedade e o museu, o que facilita o desenvolvimento das funções sociais da instituição. No âmbito do Museu da Loucura, esta comunicação auxilia no resgate da história nacional, ao representar e divulgar os acontecimentos do local para um público mais amplo. Este resgate possibilita a divulgação da informação e a transformação pessoal do visitante, o que influencia no desejo de mudanças sociais e de políticas públicas de saúde mental no país.

O segundo argumento consiste em afirmar que o público do Museu da Loucura é heterogêneo, pois compreende a comunidade local, turistas e comunidade acadêmica. Neste estudo, o desenvolvimento do framework permitiu visualizar as diferentes dimensões e componentes que influenciam na experiência do público do museu de modo dinâmico. Por recorrer a duas frentes de reflexão, a museológica e a turística, o framework é qualificado para atender um público com diferentes motivações de visitação.

Apesar de o modelo sugerir uma equidade das dimensões propostas, percebe-se que as instituições museológicas exigem ênfase em determinadas dimensões de acordo com sua tipologia de acervo e exposição. Entretanto, é recomendado que as demais dimensões sejam contempladas para que a expectativa seja superada e a experiência do visitante seja memorável.

A partir destes argumentos, avalia-se que o Museu da Loucura de Barbacena é apto a proporcionar experiências memoráveis, devido a identificação de componentes em comentários e fotografias que se relacionam com todas as dimensões propostas na pesquisa.

A pesquisa também demonstra relevância ao apresentar resultados provenientes de duas plataformas de compartilhamento, o TripAdvisor e o Google Local Guides. De acordo com a análise, considerou-se que os comentários da plataforma TripAdvisor possuem maior conteúdo ligado as características do turismo no local. A pesquisa também utilizou duas fontes de dados, as fotografias e os comentários. Observa-se que as fotografias representam os componentes marcantes visuais e relevam as características estéticas do local, atuando como complementares as informações registradas nos comentários compartilhados.

Como limitação, sustenta-se que o estudo foi condicionado a obter dados em plataformas virtuais devido as condições adversas decorrentes da eclosão da pandemia de COVID-19. Observa-se que outras metodologias, tais quais a pesquisa de campo, entrevistas e questionários, acarretariam em resultados distintos e complementares dos atuais. Ainda assim, as fontes selecionadas para o recolhimento de dados julgaram-se eficientes para o desenvolvimento dos objetivos da pesquisa.

REFERÊNCIAS

- Alonso, C., Brandão, C., & Gonçalves, S. (2021). Análise temática qualitativa com o apoio do MaxQda – O impacto da COVID-19 no setor da restauração. *New Trends in Qualitative Research*, 9(1), p. 312-319. <https://doi.org/10.36367/ntqr.9.2021.312-319>
- Araújo, C. M. D., Oliveira, M. C. S. L. D., & Rossato, M. (2018). O sujeito na pesquisa qualitativa: desafios da investigação dos processos de desenvolvimento. *Psicologia: Teoria e Pesquisa*, 33(1), p. 1-7. <https://doi.org/10.1590/0102.3772e33316>
- Arbex, D. (2012). *Holocausto brasileiro*. Intrínseca.

- Bardin, L. (2011). *Análise de conteúdo*. Edições 70.
- Bezerra, D. B., & Serres, J. C. P. (2015). A estetização política dos lugares de memória. *Revista história, histórias*, 3(6), p. 173-188. <https://doi.org/10.26512/hh.v3i6.10915>
- Borges, J. P. de A., & Almeida, M. M. (2016). Turismo e museus locais: Desafios e inovações contemporâneas. In T. P. Ribeiro, R. V. Ferreira, A. A. Alcântara, F. Coelho, N. Abranja, & A. R. Marques (Eds.), *Produtos, Mercados e Destinos Turísticos* (pp. 396–426). Edições Pedagogo.
- Borges, V. T. (2012). *A nossa sociedade produziu esse tipo de instituição: o Museu da Loucura e seu acervo*. Casa Aberta Editora.
- Buhalis, D. (2019). Technology in tourism-from information communication technologies to eTourism and smart tourism towards ambient intelligence tourism: a perspective article. *Tourism Review*, 75(1), p. 267–272. <https://doi.org/10.1108/TR-06-2019-0258>
- Camargo, B. V., & Justo, A. M. (2013). *Tutorial para uso do software de análise textual IRAMUTEQ*. <http://www.iramuteq.org/documentation/fichiers/tutoriel-en-portugais>
- Cechinel, E., & Santos, A. R. (2018). Comi, Gostei e Postei: Tripadvisor e Experiências Marcantes em Restaurantes. *Rosa dos Ventos - Turismo e Hospitalidade*, 10(3), p. 538-557. <http://doi.org/10.18226/21789061.v10i3p538>
- Chagas, M. (1999). Há uma gota de sangue em cada museu: a ótica museológica de Mário de Andrade. *Cadernos de Sociomuseologia*, 13 (13), p. 1-134. <https://revistas.ulusofona.pt/index.php/cadernosociomuseologia/issue/view/30>
- Chagas, M. S. (2011). Museus, memórias e movimentos sociais. *Cadernos de sociomuseologia*, 41(41), pp. 5-16. <https://revistas.ulusofona.pt/index.php/cadernosociomuseologia/article/view/2654>
- Chagas, M. D. S., & Pires, V. S. (2018). *Território, museus e sociedade: práticas, poéticas e políticas na contemporaneidade*. UNIRIO.
- Cisne, R., & Gastal, S. (2010). Turismo e sua história: rediscutindo periodizações. *Anais do VI Seminário de Pesquisa em Turismo do Mercosul*. Caxias do Sul-RS.
- Coelho, M. F., & Gosling, M. S. (2020). The essence of memorable experience. In S. K. Dixit (Ed.). *The Routledge Handbook of Tourism Experience Management and Marketing* (pp. 88-98). Routledge.
- Coelho, M. F., & Gosling, M. S. (2019). Uma Revisão sobre Estudos de Experiência Turística (2005-2016). *Caderno Virtual de Turismo*, 19(2), p. 1-16. <http://dx.doi.org/10.18472/cvt.19n2.2019.1485>
- Costa, W. F., Tito, A. L. A., Brumatti, P. N. M., & Alexandre, M. L. O. (2018). Uso de instrumentos de coleta de dados em pesquisa qualitativa: um estudo em produções científicas de turismo. *Turismo-Visão e Ação*, 20(1), p. 02-28. <https://www.redalyc.org/journal/2610/261058528001/movil/>
- Cruz, F. M. D. S., & Freitas, A. A. F. D. (2021). Me senti em casa: análise das revisões de experiências de hospedagem colaborativa no site Airbnb sob o prisma da confiança. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 15(3), p. 1-17. <https://doi.org/10.7784/rbtur.v15i3.2026>
- Desvallées, A., & Mairesse, F. (Eds.). (2013). *Conceitos-chave de Museologia*. Comitê Brasileiro do Conselho Internacional de Museus.
- Dinis, G., Costa, C., & Pacheco, O. (2016). Os canais de marketing digital no processo de tomada de decisão de compra em turismo. *International Business and Economics Review: Revista Internacional de Gestão e Comunicação*, 7(1), p. 49-61. <http://hdl.handle.net/10437/8027>
- Dogo, G. (2015). O jornalismo cultural e o espetáculo dos museus no século XXI. *Anais do III Seminário Comunicação, Cultura e Sociedade Do Espetáculo*. Faculdade Cásper Líbero.
- Donaire, J. A., & Galí, N. (2011). La imagen turística de Barcelona en la comunidad de flickr. *Cuadernos de turismo*, 27(1), p. 291-303. <https://revistas.um.es/turismo/article/view/139961>
- Falk, J. H., & Dierking, L. D. (2016). *The museum experience revisited*. Routledge.
- Felicidade, L. A., & da Silva, E. L. (2020). Experiência turística em cidades Patrimônio da Humanidade: a interpretação patrimonial e estudo de satisfação do turista cultural em Diamantina/Minas Gerais. In C. H. Henriques (Ed.). *Turismo e História-Perspectivas sobre o Patrimônio da Humanidade no Espaço Ibero-Americano*, p. 173-198. Educus.
- Fernandes, E. M. S (2019). *Linhas Gerais de Gestão Museológica*. Citalia restauro.

- Freire-Medeiros, B., Vilarouca, M. G., & Menezes, P. (2012). Gringos no Santa Marta: quem são, o que pensam e como avaliam a experiência turística na favela. In A. P. Santos, G. Marafon & M. J. G. Sant'anna (Org.). *Rio de Janeiro: Um território em mutação* (pp. 183-205). Gramma Livraria e Editora.
- Godoy, K. E., Moretoni, M. M. (2017). Aumento de público em museus: a visitação turística como realidade controversa. *Caderno Virtual de Turismo*, 17(2), p. 133-147. <http://dx.doi.org/10.18472/cvt.17n2.2017.1163>
- Gonçalves, A. (2015). A experiência turística e os museus a Sul. In Centro de Estudos em Patrimônio, Paisagem e Construção (Ed). *Fragmentos para a História do Turismo no Algarve*, (pp. 41-63). Universidade do Algarve.
- Haddaway, N. R., Collins, A. M., Coughlin, D., & Kirk, S. (2015). The role of Google Scholar in evidence reviews and its applicability to grey literature searching. *PLoS one*, 10(9), p. 1-17. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0138237>
- Hodalska, M. (2017). Selfies at horror sites: Dark tourism, ghoulish souvenirs and digital narcissism. *Zeszyty Prasoznawcze*, 2(230), pp. 405-423. <https://doi.org/10.4467/22996362PZ.17.026.7306>
- Lozano, Z. M., & Malerba, R. C. (2017). Turismo sombrio: análise da satisfação dos visitantes do Museu Estatal Auschwitz-Birkenau com base em avaliações online. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 2(27/28), pp. 475-477. <https://doi.org/10.34624/rtd.v2i27/28.20996>
- Marres, N., & Weltevrede, E. (2012). Scraping the social? Issues in real-time research. *Journal of Cultural Economy*, 6(3), pp. 313-335. <https://doi.org/10.1080/17530350.2013.772070>
- Marzano, M. C. R. (2008). *Do Trem Dos Doidos Ao Memorial De Rosas*: representações da loucura em Barbacena. [Dissertação de Mestrado não publicada]. Curso de Letras, Universidade Federal de São João Del-Rei.
- Mazumdar, S., Ceccaroni, L., Piera, J., Hölker, F., Berre, A., Arlinghaus, R., & Bowser, A. (2018). Citizen science technologies and new opportunities for participation. In S. Hecker, M. Haklay, A. Bowser, Z. Makuch, J. Vogel & A. Bonn. (eds.) *Citizen Science - Innovation in Open Science, Society and Policy* (pp. 303-320). UCL Press.
- Medeiros, M., Nascimento, D. S. C., Ferreira, L. V. F., & Dantas, A. S. (2018). Imagen del destino Natal, Brasil: un análisis a partir del contenido generado por los usuarios en Tripadvisor. *Estudios y perspectivas en turismo*, 27(3), p. 533-549. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6491081>
- Nascimento, F. B. D., Flores, L. C. D. S., & Limberger, P. F. (2019). Análise do posicionamento dos restaurantes de São Paulo estrelados pelo guia Michelin com base nas On-line Travel Reviews (OTRS). *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 13(2), p. 1-15.
- Nogueira, C. G. (2020). Museu dos Direitos Humanos do Mercosul: Perspectivas e fronteiras no processo de criação de uma instituição cultural mercosulina. *Revista Latino-Americana de Estudos em Cultura e Sociedade*, 6(3), p. 1-16. <https://doi.org/10.23899/relacult.v6i3.2026>
- Nunes, D. B., Simeão, E., & Pereira, O. (2020) A prática da pesquisa documental em Psicologia. *Revista Ibero-Americana de Ciência da Informação*, 13(1), p. 339-359. <https://doi.org/10.26512/rici.v13.n1.2020.29608>
- Oliveira, G. C. D., & Frossard, M. S. (2017). A sociedade do espetáculo e o ato de fotografar nas viagens. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 15(1), p. 261-272. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=88149387016>
- Patias, N. D., & Hohendorff, J. V. (2019). Critérios de qualidade para artigos de pesquisa qualitativa. *Psicología em estudo*, 24(2), p. 1-14. <https://doi.org/10.4025/psicoestud.v24i0.43536>
- Pedro, R. M. M. (2021). Sentidos das Emoções e das Memórias na Experiência Turística: Uma Revisão. *Rosa Dos Ventos*, 13(2), p. 538-563. <http://dx.doi.org/10.18226/21789061.v13i2p538>
- Pereira, T., & Limberger, P. F. (2020). Turismo Cemiterial: um estudo sobre as experiências no cemitério da Consolação a partir do Tripadvisor. *Revista Reuna*, 25(1), p. 1-19. <http://dx.doi.org/10.21714/2179-8834/2020v25n1p1-19>
- Pezzi, E., & Santos, R. J. (2012). A experiência turística e o turismo de experiência: aproximações entre a antropologia e o marketing. In *Anais do VII Seminário de pesquisa em turismo do Mercosul* (pp. 1-13). Caxias do Sul.
- Pimentel, A. F. (2018). Os museus e o turismo. Forças, oportunidades, fraquezas e ameaças. *Revista de Museus-RM*, 1(1), pp. 98-111. <http://hdl.handle.net/10316/85056>
- Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (2011). *The experience economy*. Harvard Business Press.
- Piñol, C. M. (2011). *Estudio analítico descriptivo de los centros de interpretación patrimonial en España*. [Tese de Doutorado]. Curso de Didáctica de Les Ciències Socials, Universitat de Barcelona. <https://www.tdx.cat/handle/10803/38355>

- Proetti, S. (2018). *As pesquisas qualitativa e quantitativa como métodos de investigação científica: Um estudo comparativo e objetivo*. *Revista Lumen*, 2(4), p. 1-23. <http://dx.doi.org/10.32459/revistalumen.v2i4.60>
- Poulot, D. (2013). *Museu e museologia*. Autêntica.
- Rasoolimanesh, S. M., Seyfi, S., Rather, R. A., & Hall, C. M. (2021). Investigating the mediating role of visitor satisfaction in the relationship between memorable tourism experiences and behavioral intentions in heritage tourism context. *Tourism Review*, 77(2), p. 687-709. <https://doi.org/10.1108/TR-02-2021-0086>
- Richards, G. (2009) Turismo Cultural: Padrões e implicações. In Camargo, P., Cruz, G. (eds) *Turismo Cultural: Estratégias, sustentabilidade e tendências*. UESC.
- Sampaio, R. C., Lycarião, D., Codato, A., Marioto, D., Bittencourt, M., & Nichols, B. (2021). Uma técnica parada no tempo? Mapeamento da produção científica baseada em análise de conteúdo na SciELO Brasil (2002-2019). *SciELO Preprints*. <https://doi.org/10.1590/SciELOPreprints.1913>
- Santos, E., & Joaquim, G. (2018). Experiência Turística, Autenticidade e Dark Tourism: reflexões em torno da Área Metropolitana de Lisboa. *X Congresso Português de Sociologia (1-17)*. Covilhã.
- Silva, A. H., & Fossá, M. I. T. (2015). Análise de conteúdo: exemplo de aplicação da técnica para análise de dados qualitativos. *Qualitas Revista Eletrônica*, 17(1), p. 1-14. <https://doi.org/10.18391/qualitas.v16i1.2113>
- Silva, E. M., Freitas, G. A. D., & Rebouças, S. M. D. P. (2021). Qualidade dos meios de hospedagem cearenses: Um estudo baseado nas avaliações do consumidor evidenciadas no site TripAdvisor. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 15 (3), p. 1-21. <https://doi.org/10.7784/rbtur.v15i3.2011>
- Souza, S. C., & Machado, D. F. C. (2017). Uso e influência das mídias sociais no planejamento de viagens: Um estudo quantitativo. *Revista Turismo em Análise*, 28(2), p. 254-270. <https://doi.org/10.11606/issn.1984-4867.v28i2p254-270>
- Souza, M. A. R. D., Wall, M. L., Thuler, A. C. D. M. C., Lowen, I. M. V., & Peres, A. M. (2018). O uso do software IRAMUTEQ na análise de dados em pesquisas qualitativas. *Revista da Escola de Enfermagem da USP*, 52(1), p. 1-7. <https://doi.org/10.1590/S1980-220X2017015003353>
- Stone, P. R. (2006). A dark tourism spectrum: Towards a typology of death and macabre related tourist sites, attractions and exhibitions. *Tourism: An International Interdisciplinary Journal*, 54(2), p. 145-160. <http://clok.uclan.ac.uk/27720/>
- Tripadvisor (2019). *Sobre o Tripadvisor*. <https://tripadvisor.mediaroom.com/br-about-us>
- UNESCO (2020). *COVID-19: UNESCO e ICOM preocupados com a situação enfrentada pelos museus do mundo*. <https://pt.unesco.org/news/covid-19-unesco-e-icom-preocupados-com-situacao-enfrentada-pelos-museus-do-mundo>
- UNWTO (2021). *Tourism and COVID-19-unprecedented economic impacts*. <https://www.unwto.org/tourism-and-covid-19-unprecedented-economic-impacts>
- Vasconcellos, C. M (2006). *Turismo e Museus*. Aleph.
- Vergopoulos, H. (2016). The tourist experience: an experience of the frameworks of the tourist experience? *Tourism Review*, 10(1), p. 1-14. <https://doi.org/10.4000/viatourism.1352>
- Zalewska, M. (2017). Selfies from Auschwitz: Rethinking the relationship between spaces of memory and places of commemoration in the digital age. *Studies in Russian, Eurasian and Central European New Media*, 18(1), p. 95-116. https://www.digitalicons.org/wp-content/uploads/2018/06/DI18_6_Zalewska.pdf
- Zanirato, S. H. (2019). Turismo em “patrimônios de sofrimento”: história e memórias. *Revista Confluências Culturais*, 8(2), p. 9-18. <https://doi.org/10.21726/rcc.v8i2.178>

Informação dos Autores

Anne Louise Pinheiro

Mestre em Turismo pela Universidade Federal do Paraná (UFPR). Bacharel em Turismo pela Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG). Integrante do Grupo de Pesquisa CNPq Turismo, Território e Desenvolvimento.

Contribuições: Concepção da pesquisa, Revisão da literatura, Coleta de dados, Análise de dados, Discussão.

E-mail: annepinheiro@live.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9735-6323>

Marcelo Chemin

Doutor em Geografia pela Universidade Federal do Paraná (UFPR). Mestre em Turismo e Hotelaria pela Universidade do Vale do Itajaí (UNIVALI). Bacharel em Turismo pela Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG). Professor Titular da Universidade

Federal do Paraná (UFPR/Setor Litoral). Docente do quadro permanente do Programa de Pós-Gradua o em Turismo da UFPR. Integrante dos Grupos de Pesquisa CNPq Turismo, Território e Desenvolvimento e TerroirTUR.
Contribui es: Concep o da pesquisa, Revisão da literatura, Discussão.
E-mail: marcelochemin@uol.com.br
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8200-9839>