

SESI LAB

Pesquisa no SESI Lab

Pesquisa no SESI Lab

Número 1
2025

CONFEDERAÇÃO NACIONAL DA INDÚSTRIA - CNI
NATIONAL CONFEDERATION OF INDUSTRY – CNI

Antonio Ricardo Alvarez Alban
PRESIDENTE
PRESIDENT

SERVIÇO SOCIAL DA INDÚSTRIA - SESI
SOCIAL SERVICE OF INDUSTRY – SESI

Fausto Augusto Junior
PRESIDENTE DO CONSELHO NACIONAL
PRESIDENT OF THE NATIONAL COUNCIL

SESI - DEPARTAMENTO NACIONAL
SESI – NATIONAL DEPARTMENT

Antonio Ricardo Alvarez Alban
DIRETOR
DIRECTOR

Paulo Mol Junior
DIRETOR SUPERINTENDENTE
DIRECTOR SUPERINTENDENT

Pesquisa
no SESI Lab

Antonio Ricardo Alvarez Alban

CNI President

Inaugurated in November 2022, SESI Lab was established with the purpose of connecting art, science, and technology, with the aim to inspire people to act in the present in order to conceive new possibilities for the future.

Since its opening, the museum has offered a wide-ranging program that includes, for instance, temporary exhibitions, educational visits, teacher training activities, maker workshops, festivals, and seminars.

Throughout its three years of operation, SESI Lab has conducted a series of audience studies designed to outline visitor profiles, assess levels of satisfaction in different realms, and explore in greater depth the visitors' experience and their engagement with the museum's content and program.

This research and evaluation seeks to monitor, reflect upon, and further enhance the institution's practices, establishing a channel of communication with its diverse public and reinforcing its commitment to continuous improvement.

This *Research in SESI Lab* brochure presents the processes and results of the main surveys conducted by SESI Lab since 2022. It inaugurates a series of publications dedicated to this topic, reaffirming SESI Lab's commitment to the continuous improvement of its initiatives.

We hope that this brochure will bring a deeper understanding of the actions undertaken at SESI Lab and contribute to the work of managers, educators, researchers, and professionals engaged in the fields of science, art, and technology.

Enjoy your reading.

Antonio Ricardo Alvarez Alban

Presidente da CNI

Inaugurado em novembro de 2022, o SESI Lab surgiu com a proposta de conectar arte, ciência e tecnologia, com o objetivo de inspirar as pessoas a agir no presente para conceber novas possibilidades de futuro.

Desde sua abertura, o museu realiza uma ampla programação, contemplando, por exemplo, exposições temporárias, visitas educativas, ações de formação de professores, oficinas maker, festivais e seminários.

Ao longo de seus três anos de operação, o SESI Lab fez uma série de pesquisas de público que apresentam o perfil dos visitantes, medem seu grau de satisfação em diversos âmbitos, e aprofundam aspectos relacionados à experiência e à conexão dos visitantes com os conteúdos e com a programação do museu.

As pesquisas e avaliações buscam monitorar, refletir e qualificar ainda mais a atuação do museu, estabelecendo um canal de diálogo com seus diversos públicos e reforçando seu compromisso com melhorias contínuas.

Este caderno *Pesquisa no SESI Lab* apresenta processos e resultados das principais sondagens realizadas pelo SESI Lab desde 2022. Inaugura uma série de publicações voltadas ao tema, reafirmando o compromisso do SESI Lab com a busca pelo constante aprimoramento de suas ações.

Esperamos que este caderno proporcione um melhor conhecimento das ações que vêm sendo empreendidas no SESI Lab e contribua para o trabalho de gestores, educadores, pesquisadores e profissionais atuantes nos campos da ciência, arte e tecnologia.

Boa leitura.

Claudia Ramalho

Superintendent of Culture at SESI

Audience studies are fundamental tools for museum management and for evaluating their impact on society. In the contemporary context, museums have taken on the mission of acting as agents of social transformation, through the preservation, education, and dissemination of scientific, artistic, and cultural heritage¹.

SESI Lab, inaugurated in 2022 in Brasília (DF), exemplifies this role by including in its program, permanent and temporary exhibitions, festivals, seminars, workshops, cultural activities, and maker initiatives. Since its creation, the institution has embraced the practice of active listening and constant dialogue with its public, incorporating systematic evaluations that enable the continuous improvement of projects and actions.

In this context, the audience studies reaffirm that SESI Lab is a live meeting point where learning and collaborative creation take place. This publication brings together the results of research carried out since the museum's inauguration, such as the annual surveys on the profile and opinions of spontaneous visitors, evaluations of temporary exhibitions, and analyses of the educational programs - including the Local Communities Dialogue Program. The publication also features a reflective essay by researcher Adriana Mortara Almeida on the role of audience studies in science museums.

The analyses show a predominance in spontaneous visitors with a high level of education and from a higher socioeconomic background. This diagnosis guided the creation of initiatives aimed at the expansion in the diversity of the visitors, such as the Dialogue Program, that seeks to strengthen links with groups that have been historically underrepresented, especially the youth from the outskirts of the Federal District. Qualitative and quantitative evaluations of exhibition visitors as well as educational visitors, on the other hand, revealed a high level of satisfaction and engagement, as well as valuable insights for improvements in infrastructure, content, and mediation practices.

By organizing methodologies, findings, and reflections, this publication contributes to the advancement of the museum field in Brazil and highlights SESI Lab's commitment to the production of knowledge in museology. The studies presented are consolidated as strategic tools to align the museum's activities with the demands of society and to broaden the promotion of democratic access to art, science, and technology.

SESI Lab's experience shows that the analysis of data, when combined with inclusive strategies and qualified listening, is fundamental for building innovative, dynamic, and socially relevant museums.

It is hoped that the content presented here will contribute towards the improvement of initiatives in other museums, expanding the social impact of culture and reinforcing museums as living spaces of transformation, dialogue, and the collective construction of knowledge.

¹ A definição de museus do Conselho Internacional de Museus pode ser consultada em: <https://www.icom.org.br/nova-definicao-de-museu-2/>

Claudia Ramalho

Superintendente de Cultura do SESI

Os estudos de público são instrumentos fundamentais para a gestão museal e para a avaliação de seu impacto na sociedade. No cenário contemporâneo, os museus assumem a missão de atuar como agentes de transformação social, por meio da preservação, da educação e da difusão de patrimônios científicos, artísticos e culturais¹.

O SESI Lab, inaugurado em 2022 em Brasília (DF), exemplifica esse papel ao reunir, em sua programação, exposições permanentes e temporárias, festivais, seminários, oficinas, atividades culturais e iniciativas maker. Desde sua criação, a instituição adota a prática da escuta ativa e do diálogo constante com seus públicos, incorporando avaliações sistemáticas que permitem o aprimoramento contínuo de projetos e ações.

Nesse contexto, os estudos de público reafirmam o SESI Lab como um espaço vivo de encontro, aprendizado e criação colaborativa. Esta publicação reúne os resultados de pesquisas realizadas desde a inauguração do museu, como os levantamentos anuais de perfil-opinião do público espontâneo, as avaliações de exposições temporárias e as análises dos programas educativos, incluindo o Diálogos com os Territórios. Também integra a obra um ensaio reflexivo da pesquisadora Adriana Mortara Almeida sobre o papel dos estudos de público em museus de ciência.

As análises apontam a predominância de visitantes espontâneos com alto nível de escolaridade e pertencentes a estratos socioeconômicos mais elevados. Esse diagnóstico orientou a criação de iniciativas voltadas à ampliação da diversidade de públicos, como o Programa Diálogos, que busca fortalecer vínculos com grupos historicamente sub-representados, em especial jovens das periferias do Distrito Federal. Já as avaliações qualitativas e quantitativas junto ao público das exposições e visitas educativas revelaram alto índice de satisfação e engajamento, além de subsídios relevantes para melhorias em infraestrutura, conteúdos e práticas de mediação.

Ao sistematizar metodologias, resultados e reflexões, esta publicação contribui para o fortalecimento do campo museal brasileiro e evidencia o compromisso do SESI Lab com a produção de conhecimento em museologia. Os estudos apresentados consolidam-se como instrumentos estratégicos para alinhar a atuação do museu às demandas da sociedade e ampliar a promoção do acesso democrático à arte, ciência e tecnologia.

A experiência do SESI Lab demonstra que a análise de dados, associada a estratégias inclusivas e à escuta qualificada, é fundamental para a construção de museus inovadores, dinâmicos e socialmente relevantes.

Espera-se, assim, que o conteúdo aqui apresentado contribua para o aprimoramento de ações de outros museus, ampliando o impacto social da cultura e consolidando os museus como espaços vivos de transformação, diálogo e construção coletiva de conhecimento.

Sumário

10	Apresentação
13	Os estudos de público no SESI Lab: produção de conhecimento em museus de ciências Luciana Conrado Martins
26	Reflexões e contribuições
29	Estudos de públicos em museus de ciência: avanços e desafios Adriana Mortara Almeida
40	Sesi Lab: programas e públicos
43	Os públicos do SESI Lab: pesquisas de perfil-opinião Graziele Scalfi
81	As exposições temporárias no SESI Lab: públicos, fluxos e recursos Clara Azevedo e Julio Talhari
103	O programa de visitas educativas do SESI Lab Luciana Conrado Martins, Barbara Milan Martins, Marília Gontijo Machado de Oliveira, João Gabriel Borges Lima, Gabriela Reznik e Helena Simões
123	Diálogos com os Territórios: uma aproximação entre o SESI Lab e os jovens do Distrito Federal Clara Azevedo e Julio Talhari
162	English Version
284	Créditos

Apresentação

Os estudos de público no SESI Lab: produção de conhecimento em museus de ciências

Luciana Conrado Martins¹

Museus de ciências têm um importante histórico de produção de conhecimento, principalmente no que se refere à pesquisa científica nas áreas fim, como biologia, geologia e paleontologia, entre várias outras que tiveram sua origem associada ao estudo de coleções museais (Lopes, 2009). É mais recentemente, durante o século XX, que os chamados estudos de público se tornam corriqueiros nessas instituições, abrindo um universo de possibilidades de conhecimento sobre o impacto e o interesse causado pelas instituições museais na sociedade (Studart et al., 2003).

Os estudos de público ou estudos de visitantes são categorizados a partir de duas perspectivas. Uma primeira compreende as pesquisas de “avaliação”, denominadas *evaluation* na literatura anglo-saxã, e a outra refere-se às “investigações”, chamadas em inglês de *research*. Randi Korn (1989), pesquisadora e consultora da área de avaliação em museus, define a distinção entre esses tipos de pesquisa a partir do objetivo de cada uma delas. As avaliações são entendidas pela autora como a coleta de dados a respeito das características, objetivos e realizações das atividades realizadas pelos museus para fins de continuidade, refinamento e melhoria das ações. Já as investigações têm como objetivo a produção de novos conhecimentos a respeito dessas ações, testando hipóteses, desenvolvendo teorias ou aplicando-as às situações estudadas.

Entende-se, na atualidade, que os estudos de público são parte fundamental da produção de conhecimento no campo da educação museal, facilitando a compreensão de como a instituição é percebida pela sociedade e de quais são as expectativas do público em relação a ela. De acordo com Anderson (2019), a compreensão, medição e resposta ao comportamento e às expectativas dos visitantes são os maiores desafios encarados pelos museus na atualidade. A coleta de dados quantitativos e qualitativos sobre como o visitante individual interage com a instituição permite ao museu utilizar os dados “[...] no planejamento e no desenvolvimento de visitantes, moldando a forma como o museu concebe e categoriza seus visitantes e, portanto, pode programar, planejar e se relacionar com eles” (Anderson, 2019, p.80).

¹ Historiadora, mestre em Museologia e doutora em Educação pela Universidade de São Paulo. É Coordenadora de Ações Educativas e Digitais do SESI Lab e diretora da Percebe – Pesquisa, Consultoria e Treinamento Educacional. Foi coordenadora da Seção Brasileira do Comitê para Educação e Ação Cultural do Conselho Internacional de Museus-CECA-BR/ICOM (de 2016 a 2022). Tem sua atuação profissional voltada para a área de museologia, educação não formal e cultura digital. Faz parte do Conselho Consultivo do Comitê Brasileiro do Conselho Internacional de Museus (ICOM-BR) e do Conselho Nacional de Políticas Culturais (CNPQ).

² Para Bruno (1996) a cadeia operatória museológica é composta de ações de salvaguarda – compreendendo as etapas de coleta, estudo, documentação e conservação – e de comunicação – compreendendo as etapas de exposição, educação e ação cultural.

³ Esse processo é identificado por Russio (1990, apud Bruno, 2010), que entende a museologia como parte do campo das ciências sociais aplicadas, e voltada para a compreensão das relações da sociedade com o patrimônio preservado pelos museus.

Essa publicação apresenta uma coletânea dos estudos de público realizados pelo SESI Lab desde sua inauguração, em novembro de 2022. Esses estudos tiveram como objetivo conhecer o impacto e a opinião do público sobre a nova instituição e os programas implementados. Além disso, as avaliações realizadas se centraram na coleta de dados sobre o perfil do público frequentador: quem são os visitantes do museu? Qual sua faixa etária, gênero e local de moradia? Eles chegam na instituição com que meio de transporte? Como ficaram sabendo da existência desse novo museu na cidade de Brasília? Saber quem eram os frequentadores, suas impressões, anseios e expectativas em relação ao novo museu eram elementos fundamentais para a estruturação dos processos que regeriam o SESI Lab. As respostas a essas e outras perguntas foram fundamentais para compreensão da recepção da nova instituição entre seus frequentadores, bem como para balizar o quanto os programas recém-desenhados estavam impactando o público.

Além das pesquisas e estudos de público, essa publicação traz reflexões sobre o papel da pesquisa nos museus de ciências. Como dito no início deste capítulo, partimos do princípio de que os museus são espaços de produção de conhecimento, não só sobre seus temas específicos, oriundos das diferentes tipologias de acervos, mas também sobre suas próprias práticas. Os processos da denominada cadeia operatória museológica² podem e devem ser alvo de pesquisas e avaliações, contribuindo para a compreensão do impacto da instituição e do alcance de sua missão social. Esse campo de conhecimento, abarcado pela pesquisa em museologia (Candido, 2019, p. 156), entende que “[...] mesmo implícita, a pesquisa museológica ou pesquisa aplicada está sempre presente na cadeia operatória museológica [...], pois a salvaguarda e a comunicação são [...] processos técnico-científicos, não somente técnicas ou fazeres reproduzíveis”. E ainda: “A cadeia operatória museológica é aplicada, opera, mas tem toda uma teoria por trás. É ali que se realizam os tais processos – técnicos e científicos [...]. Estes processos não são, portanto, meras práticas desprovidas de reflexão e ciência, há uma pesquisa em que se baseiam, que combina bases teórico-metodológicas e muita experimentação, avaliação, tomadas de decisão.”

A partir do exposto pela autora, podemos entender que a pesquisa sobre as práticas e processos museais, gera conhecimentos que ampliam a compreensão das relações da sociedade com o patrimônio musealizado, permitindo que esses mesmos processos sejam aprimorados de forma a tornar os temas e acervos preservados pelas instituições museais, relevantes para essa mesma sociedade³. Obviamente, esse fazer investigativo não resolve de maneira imediata a problemática de tornar – no caso dos museus de ciências – a ciência e a tecnologia temas de interesse social relevantes. Mas acreditamos que, por meio da geração de conhecimento sobre as práticas museais em curso, obteremos pistas para o aprimoramento da conexão da sociedade com seu patrimônio, seja ele científico, artístico, histórico ou de qualquer outra natureza. Os museus, instituições de memória cuja função social está ancorada na curadoria da informação (Martins; Martins; Carmo, 2021), têm a obrigação social de tornar essa informação – coletada, documentada, estudada – relevante e acessível para a sociedade que o

mantém. Os estudos de público são, nesse contexto, ferramentas que possibilitam a escuta dos diferentes públicos das instituições sobre suas práticas, gerando conhecimento que retroalimenta o aprimoramento das ações museais.

Um aspecto importante, e que merece ser ressaltado sobre os estudos de público, é que, além de gerar conhecimento para o campo, também trazem a perspectiva de abertura do museu em direção a um diálogo mais equitativo e democrático com diferentes parcelas da sociedade. A escuta proporcionada pelos instrumentos de avaliação permite, em menor ou maior grau, que os visitantes tragam seu ponto de vista e opiniões sobre as práticas e o contexto institucionais. Advogar pelo fomento e aprimoramento das práticas de escuta nos museus, trazendo os resultados alcançados como base para a revisão e o aprimoramento das práticas museais, é parte dos objetivos da presente publicação.

O avanço na compreensão da importância da realização dos estudos de públicos tem pautado, de forma cada vez mais consistente, o campo museal no Brasil, como atesta a pesquisadora Adriana Mortara Almeida no texto que abre essa publicação: “Estudos de públicos em museus de ciência: avanços e desafios”. Estudiosa de referência das avaliações e estudos de público em museus, Almeida se debruça, neste texto, sobre os desafios do campo para a continuidade e ampliação dos estudos realizados pelos museus de ciência e tecnologia em nosso país. A importância inegável dessas práticas, em instituições que historicamente são voltadas ao estudo e à investigação em seus campos disciplinares específicos, contrasta com as inúmeras dificuldades de diferentes contextos institucionais, muitas vezes precarizados. Tais dificuldades vão desde a formação de profissionais especializados em coleta e análise de dados até a descontinuidade dos processos de avaliação. Os desafios, entretanto, não impedem o avanço de estudos referenciais, citados pela autora, que pautam a compreensão sobre o perfil e a opinião dos públicos visitantes em museus de temática científica.

É justamente como parte desse esforço de colaboração interinstitucional que se inserem os estudos de público realizados no SESI Lab. Criado no contexto do Sistema Indústria, o SESI Lab é um museu interativo de arte, ciência e tecnologia, sediado em Brasília (DF), que tem como missão “promover a conexão entre processos artísticos, científicos e tecnológicos, em colaboração com a indústria e a sociedade, por meio de uma abordagem educacional criativa que inspire as pessoas a agirem no presente e criarem possibilidades de futuro”. A programação no museu envolve ações educativas, culturais e expositivas, que incluem um robusto programa educativo voltado para todos os públicos e para a formação continuada de professores e educadores, considerando a experimentação como forma de despertar o interesse por apreender e ensinar de novas maneiras. O SESI Lab traz, já em sua concepção, a necessidade da “realização de processos de escuta e diálogo com públicos internos e externos, avaliando projetos e ações de modo a identificar possibilidades de melhorias contínuas” (SESI Lab, 2022). A partir dessas premissas, foi criado um Programa de Pesquisa institucional que, atualmente, tem como principal foco a realização de

estudos de público a partir de diferentes programas institucionais finalísticos, como os de Ação Educativa e Exposições. Parte desses estudos está aqui apresentada a partir da análise de autores convidados e da própria equipe de Ação Educativa da instituição.

No texto intitulado “Os públicos do Sesi Lab: pesquisas de perfil-opinião”, a pesquisadora e consultora de museus, Grazielle Scalfi, apresenta e analisa os dados coletados a partir dos três primeiros ciclos de pesquisa de perfil-opinião do público espontâneo do Sesi Lab. Realizadas em 2022, 2023 e 2024, as pesquisas levantaram as características e o comportamento dos públicos do museu desde sua inauguração, estabelecendo um rico panorama, responsável por subsidiar a equipe da instituição no entendimento “das transformações nos perfis, nas formas de interação e nas expectativas dos visitantes” (Scalfi, 2025). Ao utilizar o mesmo instrumento de coleta de dados, com pequenos ajustes a cada ciclo, o museu pode começar a consolidar um entendimento mais abrangente de quem era a população interessada em suas atividades, e quais os aspectos da sua programação expositiva, educacional e cultural mais atraíam o público. Além disso, o instrumento de coleta escolhido, ao dialogar com as bases de dados nacionais e com outras avaliações museais de referência, nacionais e internacionais, permitiu o estabelecimento de comparações fundamentais para uma maior abrangência das análises realizadas.

Parte importante dos dados coletados nos ciclos da pesquisa de perfil-opinião trouxe a percepção acerca das lacunas no estrato demográfico que espontaneamente frequentava a instituição. Como a maioria das instituições museais e de fruição cultural, o Sesi Lab também tem um público espontâneo majoritariamente branco, das classes A e B e altamente escolarizado (JLeiva, 2024; Mano et al., 2022). Essa constatação foi fundamental para a criação e o desenvolvimento de programas e ações que permitissem a diversificação desses visitantes em direção a um perfil demográfico mais aderente à realidade brasileira. Em um país no qual a maior parte da população é preta e parda e no qual somente por volta de 20% concluem o ensino superior (Bello, 2025; IBGE, 2025), é fundamental para uma instituição cultural que traz entre seus valores a “Acessibilidade e inclusão social” e a “Diversidade”, como o Sesi Lab, avançar em direção a uma maior pluralidade de seus públicos. O Sesi Lab, dessa forma, se propõe a ser uma instituição plural, que não só recebe públicos oriundos de diferentes estratos e contextos sociais, como atua de forma propositiva na captação desses públicos, por meio de seus programas e ações.

São justamente as avaliações desses programas que estão apresentadas nesta publicação, em especial os estudos realizados a partir das ações educativas e exposições. No artigo “As exposições temporárias no Sesi Lab: públicos, fluxos e recursos”, Clara Azevedo e Julio Talhari, pesquisadores da Tomara! Educação e Cultura, avançam na análise das exposições autorais temporárias do Sesi Lab. Parte do Programa de Exposições, as mostras autorais são concebidas e produzidas pela equipe do Sesi Lab juntamente com especialistas da área, a partir de temas estratégicos, que permitem a experimentação e o aprofundamento de aspectos da ciência e da tecnologia relevantes para a sociedade contemporânea. Nesse texto, são analisadas as avaliações realizadas nas duas primeiras exposições temporárias autorais do Sesi Lab: *O futuro das profissões*, que ficou em cartaz de novembro de 2022

a julho de 2023, e *BioOCAnomia Amazônica*, apresentada de junho a novembro de 2024. *O futuro das profissões*, primeira mostra temporária do Sesi Lab, apresentou um espaço aberto, sem percurso definido, que estimulava a livre circulação. Seus recursos, voltados a provocar reflexão sobre as transformações no mundo do trabalho, convidavam jovens e adultos a exercitar a alteridade e a se imaginar em futuros possíveis. Já *BioOCAnomia Amazônica*, estruturada em seis áreas sequenciais, trouxe um recorte temático sobre bioeconomia e inovação, conjugando ciência, saberes tradicionais e produtos derivados da floresta. Nesse caso, o percurso orientado e o caráter imersivo ofereceram experiências distintas, ressaltando a multiplicidade de linguagens que o museu pode explorar.

Com concepção, temática e expografia bastante distintas, as exposições foram submetidas a investigações que buscavam responder questionamentos similares, assim formulados: como o público percebe as exposições? Quais recursos expositivos despertam maior interesse? De que modo os visitantes circulam pelos espaços e interagem com as propostas apresentadas? Metodologicamente, os estudos também se diferenciam: enquanto a primeira pesquisa foi qualitativa, com observação participante e rodas de conversa, a segunda combinou observação e questionário estruturado, permitindo traçar um perfil mais detalhado dos visitantes. Essa diversidade de abordagens refletiu não apenas a intenção de compreender a interação dos públicos com as mostras, mas também de testar métodos e aprimorar práticas de pesquisa no âmbito museal, dentro da já salientada perspectiva de contribuir para a produção de conhecimento nesse campo.

Ao apresentar comparações entre perfis, fluxos de circulação e eficácia dos recursos expográficos, os autores evidenciam que a conexão do visitante com o conteúdo se dá, sobretudo, quando experiências pessoais são mobilizadas. Assim, as pesquisas reforçam o papel central do público no processo curatorial e na construção da identidade do Sesi Lab como museu jovem, aberto à experimentação e em constante diálogo com a sociedade.

Esse diálogo se estrutura de maneira ainda mais cotidiana a partir do Programa Educativo do museu, no qual as visitas escolares mediadas são uma das principais ações. As visitas educativas do Sesi Lab têm como objetivo oferecer experiências significativas, mediadas pela equipe de Ação Educativa, que aproximem o público de temas relacionados à ciência, tecnologia, arte e sociedade. Por meio das ações desenvolvidas, o Programa Educativo amplia as possibilidades de diálogo entre visitantes e exposições, incentivando a curiosidade científica, a experimentação e a reflexão crítica. Entre as modalidades de visitas e atividades oferecidas, destacam-se: visitas educativas temáticas, nas quais grupos exploram as galerias com mediação da equipe e finalizam com oficinas práticas; visitas autoguiadas, que garantem autonomia aos responsáveis dos grupos para definir seus percursos; oficinas maker, que estimulam a “mão na massa” e a criação com base nos conteúdos das exposições; e ativações educativas, atividades breves que promovem diálogos e reflexões em diferentes pontos do museu.



Visita educativa noturna com estudantes da Educação de Jovens e Adultos. Foto: Isis Aisha/SESI Lab.
Visit with students from Adult and Community Education. Photo: Isis Aisha/SESI Lab.

O texto, escrito por parte da equipe de Ações Educativas do museu, apresenta os resultados das avaliações contínuas realizadas com o público participante das visitas educativas temáticas e autoguiadas, entre 2023 e 2024. Os resultados revelaram um público majoritariamente oriundo de escolas públicas do Distrito Federal e evidenciaram um elevado grau de satisfação dos participantes, com destaque para o índice NPS de 94% em 2024. As análises apontaram, entre outros aspectos, demandas por mais tempo de visita, maior acompanhamento da equipe educativa, ampliação de materiais de apoio e necessidade de ajustes na infraestrutura.

Esses resultados reforçam a importância de compreender o público visitante de forma sistemática, permitindo que melhorias e novos direcionamentos sejam implementados, visando os objetivos institucionais. No futuro, espera-se que o SESI Lab seja capaz não só de avaliar o perfil e a opinião do público das visitas educacionais, mas que avance na compreensão do impacto que a visita à instituição pode ter na construção da identidade científica de crianças e jovens recepcionados nas visitas educativas do museu. Esse interesse se anuncia especialmente importante, dentro da perspectiva de ampliação da diversidade de públicos, na medida em que nessas visitas o museu atende, majoritariamente, escolas da rede pública do DF. Identificar se o SESI Lab é capaz de contribuir para a formação científica de jovens oriundos dos estratos menos favorecidos da população vai ao encontro da missão e visão institucionais, que consiste em democratizar o acesso e o interesse pela ciência e pela tecnologia.

É justamente a partir dessa premissa que uma série de iniciativas voltadas para a captação de públicos não hegemônicos, reunidas no programa Diálogos – Diversidade, Equidade e Inclusão, foi estruturada no museu. Voltado para o desenvolvimento de um diálogo significativo com o território no qual SESI Lab se insere, de forma a ampliar o acesso, a participação e a construção de um senso de pertencimento de grupos historicamente excluídos, o programa Diálogos pretende, por meio de suas ações, atuar como um agente de transformação social. O programa busca identificar e criar mecanismos para incluir, acolher e engajar os diversos públicos, a partir de três princípios da divulgação científica inclusiva (Canfield; Menezes, 2020): atuar de forma *intencional* direcionada às comunidades não dominantes; de forma *recíproca*, que envolve a necessidade de “estar com, em vez de fazer para” por meio de relações equitativas que reconhecem e valorizam formas variadas de expertise, abordagens baseadas em conhecimentos comunitários a fim de garantir benefícios cocriados entre diferentes públicos e educadores/as e gestores/as do espaço; e de forma *reflexiva*, a partir de uma reflexão contínua, crítica e sistemática sobre as identidades pessoais, práticas e resultados na relação entre os atores envolvidos, seguida de adaptação sempre que e conforme necessário para repensar práticas e interações injustas. Dessa forma, o programa estabeleceu quatro frentes de ação, entre as quais os Diálogos com o Território, iniciativa que busca fortalecer mecanismos de inclusão, engajamento e acolhimento de públicos historicamente marginalizados, com especial atenção aos jovens em situação de vulnerabilidade social. No artigo “Diálogos com os Territórios: uma aproximação entre o SESI Lab e os jovens do Distrito Federal”, de Clara Azevedo e Julio Talhari, são apresentados os esforços e resultados de um processo de escuta ativa e mapeamento de organizações, coletivos e jovens das periferias do Distrito Federal.

Orientador de público interagindo com estudantes em visita educativa pela exposição temporária *Energia, Sou Watt?*. Foto: Isis Aisha / SESI Lab.
Education team interacting with students on the temporary exhibition Energy, So Watt?. Photo: Isis Aisha / SESI Lab.



Realizado entre setembro e novembro de 2023, o estudo teve como principal objetivo subsidiar o programa Diálogos com os Territórios, e envolveu o mapeamento de 42 instituições e coletivos, seguido de uma análise detalhada de 11 organizações selecionadas em conjunto com o SESI Lab. Paralelamente, um questionário online foi aplicado a jovens de 15 a 29 anos, visando traçar o perfil sociodemográfico, os hábitos culturais e a relação com arte, ciência, tecnologia e museus, além da percepção sobre o SESI Lab.

Os resultados evidenciam desafios e oportunidades para ampliar o acesso desses jovens a espaços culturais e científicos. Destacam-se barreiras como distância física, falta de conhecimento sobre programações e questões socioeconômicas, ao passo que o interesse por arte, ciência e tecnologia revela um potencial ainda pouco explorado. A pesquisa também demonstrou a importância das parcerias com organizações de capilaridade territorial, capazes de mediar e fortalecer o vínculo entre o museu e os jovens das periferias.

A partir do diagnóstico realizado, foram propostas diversas ações para o programa Diálogos com os Territórios, como visitas bidirecionais, oficinas educativas e eventos de inovação, reconhecendo a necessidade de criar relações contínuas e transformadoras com esses públicos. Esse desafio está em andamento e reafirma o compromisso do museu de atuar como agente de transformação social, promovendo o pertencimento, o acesso e a valorização dos saberes das comunidades do Distrito Federal.

Em síntese, os estudos de público realizados pelo SESI Lab desde sua inauguração têm desempenhado papel estratégico na consolidação de práticas museais alinhadas aos princípios de acessibilidade, inclusão e diversidade. Ao investir em metodologias de avaliação e pesquisa, o museu não apenas aprofunda o entendimento sobre o perfil, interesses e expectativas de seus visitantes, mas também utiliza esses dados para aprimorar e direcionar suas ações educativas, expositivas e de engajamento territorial. O SESI Lab evidencia, dessa forma, que a escuta ativa e a análise sistemática do público são ferramentas essenciais para promover a relevância social da instituição, garantir o acesso democrático ao conhecimento científico e artístico, e fortalecer a missão de inspirar novas possibilidades de futuro para diferentes segmentos da sociedade.

Os desafios identificados ao longo das pesquisas, especialmente no que diz respeito à ampliação da diversidade de públicos, encontram resposta nos programas e ações voltados para a inclusão de grupos historicamente marginalizados, como o Programa Diálogos – Diversidade, Equidade e Inclusão. Essa abordagem reafirma como os museus de ciência e tecnologia podem atuar como agentes de transformação social, estabelecendo parcerias e promovendo experiências engajadoras para vários tipos de público. Ao compartilhar reflexões, dados e metodologias, esta publicação contribui para o fortalecimento do campo museal, oferecendo subsídios para novas práticas e consolidando o museu como espaço dinâmico de produção de conhecimento e de construção coletiva de pertencimento e cidadania.

Referências bibliográficas

ANDERSON, Susan. Visitor and audience research in museums. In: DROTNER, Kirsten; DZIEKAN, Vince; PARRY, Ross; CRHRISTIAN, Kim (eds): *The Routledge handbook of museums, media and communication*. Londres: Routledge, 2019.

BELLO, Luiz. Indicadores educacionais avançam em 2024, mas atraso escolar aumenta. *Agência IBGE Notícias*, IBGE, 2025. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/43699-indicadores-educacionais-avancam-em-2024-mas-atraso-escolar-aumenta>

BRUNO, Maria Cristina Oliveira. Museologia e comunicação. In: *Cadernos de SocioMuseologia*. Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias, n. 9, 1996.

CÂNDIDO, Manuelina Maria Duarte. A pesquisa em Museologia ou... por uma pesquisa adjetivada. In: ARAÚJO, Bruno Melo de et al. (orgs.). *Museologia e suas interfaces críticas: museu, sociedade e os patrimônios*. Recife: Ed. UFPE, 2019.

CANFIELD, Katherine; MENEZES, Sunshine. *The State of Inclusive Science Communication: A Landscape Study*. Kingston, RI: Metcalf Institute, University of Rhode Island, 2020. Disponível em: <https://www.informalscience.org/state-inclusive-science-communication-landscape-study>

IBGE. *Panorama do Censo 2022*. Brasília: IBGE, 2025. Disponível em: <https://censo2022.ibge.gov.br/panorama/>

JLEIVA Cultura & Esporte. *Cultura nas Capitais: 2024*. São Paulo: JLeiva Cultura & Esporte, 2024.

KORN, Randi. Introduction to evaluation: theory and methodology. In: BERRY, Nancy; MAYER, Susan (eds). *Museum education: history, theory and practice*. Reston, Virginia: The National Art Association. 1989:219-38.

LOPES, Maria Margaret. *O Brasil descobre a pesquisa científica. Os museus e as ciências naturais no século XIX*. São Paulo: Hucitec, 2009.

MANO, Sonia; CAZELLI, Sibele; DAHMOUCHE, Mônica Santos; COSTA, Andréa Fernandes; DAMICO, José Sergio. Museus de ciência e seus visitantes no início do século XXI: Estudo longitudinal da visitação espontânea de cinco instituições da cidade do Rio de Janeiro. *Anais do Museu Paulista: História e Cultura Material*, v. 30, p. 1-48, 2022. Disponível em <https://doi.org/10.1590/1982-02672021v30e3>

MARTINS, Dalton Lopes; MARTINS, Luciana Conrado; CARMO, Danielle do. New Social Practices in the Field of Museum Education in Brazil: Digital Culture and Social Networks. *Museum & Society*, v. 19, n. 1, p. 71-87, 2021.

RÚSSIO CAMARGO-GUARNIÉRI, Waldisa. Conceito de Cultura e sua interrelação com o patrimônio cultural e a preservação (1990). In: BRUNO, Maria Cristina O. (org.); *Waldisa Rússio Camargo Guarniéri: textos e contextos de uma trajetória profissional*. 2 v. São Paulo: Pinacoteca do Estado / Secretaria de Estado da Cultura / Comitê Brasileiro do Conselho Internacional de Museus, 2010.

SCALFI, Grazielle. Os públicos do SESI Lab: pesquisas de perfil opinião. In: SESI Lab. *Pesquisa no SESI Lab*, Brasília: SESI Lab, 2025.

SESI LAB. Plano Museológico, 2022 [Documento interno].

STUDART, Denise.; ALMEIDA, Adriana Mortara.; VALENTE, Maria Esther. Pesquisa de público em museus: desenvolvimento e perspectivas. In: GOUVÊA, Guaracira; MARANDINO, Marta; LEAL, Maria Cristina. *Educação e Museu: a construção social do caráter educativo dos museus de ciências*. Rio de Janeiro: Access, 2003, p. 129-60.



Apresentação teatral durante o Festival Brinca +, 2025. Foto: Evelyn Silva/Magnólia photo.
Theater presentation during Brinca+ Festival, 2025. Photo: Evelyn Silva/Magnólia photo.

Reflexões e contribuições

Estudos de públicos em museus de ciência: avanços e desafios

Adriana Mortara Almeida¹

Aceitei com muita alegria o convite da equipe do SESI Lab para escrever este texto de abertura para o livro *Pesquisas no SESI Lab*. Um desafio, pela importância do próprio livro e do tema tratado. O livro torna públicas as pesquisas de públicos do SESI Lab, possibilitando a ampliação do repertório nessa área, que no Brasil ainda é restrita a estudos pontuais registrados em relatórios internos institucionais e pesquisas acadêmicas, com circulação limitada.

Minha abordagem vai privilegiar os museus de ciência, aqui entendidos como instituições e processos museológicos que têm como tema principal as ciências biológicas, exatas, da terra e da saúde. Esta perspectiva inclui os centros de ciência e tecnologia.²

Considerando que os estudos de públicos de museus de ciência englobam pesquisas de perfil e de opinião dos visitantes e não visitantes, assim como pesquisas de avaliação de exposições e ações educativas, apresento aqui um “estado da arte” parcial dos estudos de públicos no Brasil e os principais desafios que identifico para a ampliação e aperfeiçoamento desses estudos nos museus de ciência brasileiros.

Sem pretensão de esgotar as referências de estudos ou das realidades existentes nos museus de ciência, minha intenção é oferecer uma contribuição aos debates que, certamente, os estudos apresentados neste livro suscitarão.

¹ Adriana Mortara Almeida é historiadora, mestre em Ciências da Comunicação pela USP (1995) e doutora em Ciência da Informação e Documentação pela USP (2001), tendo realizado pesquisa de pós-doutorado na área de museologia, no Instituto de Geociências da Unicamp. Atua como pesquisadora na área de educação em museus, avaliação e estudos de público. Desde 2020, é professora adjunta da Escola de Ciência da Informação da UFMG e, desde 2024, professora do Programa de Mestrado Profissional da FAE/UFMG, na linha de Educação em Museus e Divulgação Científica. Contato: mortaraalmeida@gmail.com

² Bernard Schiele nos lembra que são cada vez mais tênues os limites entre essas instituições e os museus históricos e antropológicos, entre outros. Schiele prefere usar a denominação “centros e museus de ciência” (Schiele, 2023).

Alguns conceitos - estudos de públicos, avaliação, monitoramento

³ “Los museos y centros interactivos de ciencia y tecnología son espacios de encuentro entre ciencia y público en los que, de acuerdo con los objetivos de cada institución, se agencian diversas formas de interacción que contribuyen en la construcción de sentidos frente al papel que la ciencia y la tecnología juegan en la sociedad y particularmente en los contextos específicos en los que el museo y sus comunidades habitan. En este sentido resulta necesario que los museos generen estrategias de producción de conocimiento sobre su quehacer particular, en aras de proponer experiencias que resulten relevantes para fortalecer las relaciones de sus comunidades de interés con la ciencia y la tecnología.”

⁴ Atualmente os dados coletados estão disponíveis em <https://mapa.cultura.gov.br/>.

⁵ <https://www.itaucultural.org.br/observatorio-itaui-cultural>

⁶ <https://culturanascapitais.com.br/#>

⁷ <https://observatorio.fundacaoitaui.org.br/biblioteca/habitos-culturais>. Há também grupos de pesquisa que ampliam esse repertório, como o Centro de Referência de Políticas Culturais da Casa de Rui Barbosa, criado em 2002 (<http://catedrapoliticasculturais.rb.gov.br/repositorio-de-politicas-culturais/>) e o Observatório de Economia Criativa da Bahia (OBec-BA), criado em 2014. (<https://obec.ufba.br/>)

⁸ Pesquisa Cultura nas Capitais, realizada em 2024. <https://culturanascapitais.com.br/acesso-a-atividades-culturais/>

⁹ Iniciado em 2006, hoje os dados estão na plataforma <https://cadastro.museus.gov.br/>

¹⁰ <https://www.gov.br/museus/pt-br/acesso-a-informacao/acoes-e-programas/programas-projetos-acoes-obras-e-atividades/museus-publico/formulario-de-visitacao-anual-fva>

“Museus e centros interativos de ciência e tecnologia são espaços de encontro entre a ciência e o público. Esses espaços, de acordo com os objetivos de cada instituição, oferecem diversas formas de interação, que contribuem para a construção de significados sobre o papel que a ciência e a tecnologia desempenham na sociedade, particularmente nos contextos específicos em que o museu e suas comunidades atuam. Nesse sentido, é necessário que os museus criem estratégias de produção de conhecimento sobre seu trabalho específico, de modo a propor experiências relevantes para fortalecer as relações de suas comunidades de interesse com a ciência e a tecnologia.” (Morales, 2016, p. 55-6, tradução nossa³)

Os estudos de públicos de museus são parte dos estudos de públicos da cultura. O interesse em conhecer quem são as pessoas que compõem esses públicos, o que elas fazem e como praticam e experimentam a cultura, tem crescido no Brasil. Pesquisas de grande porte vêm sendo desenvolvidas por iniciativa de entes públicos – por exemplo, a criação do Sistema Nacional de Informações e Indicadores Culturais (SNIIC) pelo Ministério da Cultura (MinC, 2010)⁴ – e por entidades privadas – como as pesquisas realizadas pelo SESC (SESC, 2013), pelo Observatório do Itaú Cultural criado em 2006⁵, pesquisas de práticas culturais coordenadas pela JLeiva Cultura & Esporte a partir de 2014⁶ e pesquisas de hábitos culturais feitas pelo DataFolha em parceria com a Fundação Itaú, a partir de 2020⁷. Os resultados mais recentes indicam que, entre as diversas práticas culturais, as visitas a museus e exposições foram realizadas nos últimos 12 meses por 27% e nunca foram realizadas por 36% dos respondentes⁸. Essas pesquisas permitem construir um retrato das práticas e experiências da população no campo da cultura.

No caso dos museus, políticas públicas como o Cadastro Nacional de Museus iniciaram levantamentos sistemáticos tanto do número de instituições no Brasil como de suas características, incluindo dados de visitaçã⁹. Desde 2014, o Instituto Brasileiro de Museus (Ibram) coleta dados de visitaçã dos museus brasileiros por meio do Formulário de Visitaçã Anual (FVA) e divulga os resultados¹⁰, que permitem inferir, por exemplo, a quantidade de visitas a essas instituições culturais. No entanto, esses dados não apresentam detalhamento sobre o perfil do visitante e sua experiência, e é esse tipo de informação que pode ser revelado pelos estudos de públicos.

Os estudos de públicos de museus são investigações que visam identificar o perfil demográfico, social, econômico e cultural de públicos e não públicos de museus, além de suas experiências e opiniões. Eles incluem levantamentos amplos de perfil (*surveys*), pesquisas de opinião de visitantes e não visitantes de museus, monitoramento e avaliação de exposições, de ações educativas e de eventos e outras possíveis ações de um museu. Estes estudos compõem uma área da museologia, “(...) que se dedica à pesquisa dos visitantes dos museus e de outras instituições afins, de forma ampla, que incluem não somente os visitantes reais como também os potenciais e os chamados não públicos” (Castellanos, 2016, p.21, tradução nossa¹¹).

¹¹ “Los estudios de públicos son un área de la museología que se dedica a la investigación de los visitantes de los museos, y de otras instituciones afines, desde un punto de vista amplio, el cual incluye no solo a los visitantes reales sino también a los potenciales e incluso a los llamados no-públicos.”

¹² Os públicos dos websites, redes sociais, webinários e outras ações digitais dos museus são tema de pesquisas recentes. Neste texto, vou focar nos estudos de públicos presenciais.

¹³ Por exemplo, “assíduos” seriam aqueles que visitaram o museu duas ou mais vezes em 12 meses; “esporádicos” visitaram uma vez em 12 meses; e “ocasionais” visitaram o museu menos de uma vez em 12 meses (Ibermuseum, 2018, p.124).

¹⁴ O OMCC inclui museus históricos, de arte e de ciência, entre outros. O histórico, relatórios de pesquisas, questionários e outros materiais do OMCC podem ser acessados em <https://fiocruz.br/omcc/cgi/cgilua.exe/sys/start11fe.html?tpl=home>. A trajetória do OMCC até chegar ao OMCC&T pode ser melhor conhecida em Cazelli et al., 2019.

Os públicos de museus são as pessoas que trabalham ou visitam presencial ou virtualmente¹² um museu e/ou participam de atividades e ações propostas pelo museu. Muitas vezes os públicos são agrupados por tipologias: “frequentes”, “ocasionais”, “não públicos”, de acordo com a regularidade de visitaçã¹³; por idade; por local de residência; por grau de instrução, etc. Porém, é preciso levar em conta a heterogeneidade dentro de cada “grupo”:

“Público (...) remete ao conjunto de pessoas que não apenas praticam uma atividade determinada, mas diante dela assumem um mesmo tipo de comportamento, sobre ela expressam opiniões e juízos de valor consideravelmente convergentes e dela extraem sensações e sentimentos análogos.” (Teixeira Coelho, 1997, p.322)

Em função do reconhecimento dessa heterogeneidade prefiro usar o termo no plural: *públicos*.

“As avaliações de exposições, de ações educativas e de outras ações do museu são um tipo de estudo de públicos. A avaliação é atividade planejada de “reflexão sobre a ação”, com metodologia baseada em objetivos previamente definidos e que deve gerar recomendações para aperfeiçoamento dos processos e produtos avaliados.” (Niremberg; Brawerman; Ruiz, 2007, p.32).

Já o monitoramento é entendido como o acompanhamento contínuo das ações, a partir de metas e indicadores. Os indicadores são parâmetros construídos, a partir dos objetivos propostos nos projetos, para que sinalizem a ocorrência (ou não) de mudanças pretendidas. Por exemplo, o museu pode estabelecer como meta anual a satisfação de 80% dos visitantes. Para isso, pergunta aos visitantes o grau de satisfação com o museu (indicador) e, mensalmente, apura os resultados. A cada mês será possível verificar se as ações propostas estão resultando no aumento de satisfação dos visitantes, para eventualmente ajustar processos que levem ao atingimento da meta.

Estes conceitos, tratados brevemente até aqui, aparecem nos estudos de públicos em museus de ciência apresentados a seguir. Buscarei identificar algumas características em comum, tendências e diferenças entre eles.

Características gerais e resultados dos estudos de públicos em museus de ciência

A iniciativa mais ampla e sistemática de pesquisa de públicos de museus no Brasil foi o Observatório de Museus e Centros Culturais (OMCC)¹⁴, que, por meio de pesquisas de públicos de museus dos estados do Rio de Janeiro (2005 e 2009) e São Paulo (2006 e 2007), produziu uma grande quantidade de dados que podiam ser comparados, uma vez que em todas as pesquisas utilizou-se o mesmo protocolo. O OMCC foi base para

¹⁵ O OMCC&T concentra suas pesquisas em museus do Rio de Janeiro. Histórico, publicações e outros materiais do OMCC&T podem ser acessados em <https://www.omcct.fiocruz.br/index.php>.

¹⁶ Há exceções, como o caso do Museu Aeroespacial (RJ), Museu Naval (RJ) e outros museus com temáticas militares (Mano et al., 2022, p.18). Dahmouche e outros autores (2023) desenvolveram análise específica da participação de mulheres nas visitas a museus.

¹⁷ Espaço do Conhecimento, 2018; MM Gerdau, Balanço. Os balanços anuais estão publicados no website <https://mmgerdau.org.br/publicacoes/>.

criação do Observatório de Museus e Centros de Ciência e Tecnologia (OMCC&T)¹⁵ em 2013. Desde então, este vem produzindo continuamente pesquisas de públicos em museus de ciência do Rio de Janeiro, com a inclusão na coleta em 2024 do SESI Lab, em Brasília, e do Museu da Amazônia – MUSA, em Manaus. Os dados levantados pelos observatórios e por pesquisas acadêmicas indicam algumas tendências de perfil sociodemográfico dos visitantes espontâneos a museus de ciência:

- Nível de escolaridade e renda maior do que da população em geral.
- Percentual maior de mulheres em comparação com a média da população¹⁶.
- Percentual maior de brancos do que a média da população.
- A recomendação de amigos, familiares e professores (boca-a-boca) é a principal fonte de informação sobre o museu (Mano et al., 2022).

Pesquisas longitudinais, como as do OMCC&T, trazem um “retrato” do perfil de visitantes e permitem comparações ao longo do tempo para identificação de tendências. São estudos que utilizam questionários com vertente quantitativa, aportando grande volume de dados.

Há outras pesquisas similares, como as que foram realizadas em Belo Horizonte, no Circuito Liberdade (IEPHA, 2016; 2017; 2018; e Observatório de Turismo de Minas Gerais, 2020), em que um mesmo protocolo foi aplicado a visitantes de diferentes instituições, permitindo comparar resultados. Assim como no caso do OMCC, a pesquisa incluiu museus de diferentes tipologias.

Entre os museus do Circuito Liberdade de Belo Horizonte, o Espaço do Conhecimento da UFMG e o MM Gerdau – Museu das Minas e Metal podem ser considerados como museus de ciência. Ambos também realizam estudos de seus públicos¹⁷. As tendências de perfil dos visitantes espontâneos são similares às que mostraram os estudos longitudinais citados anteriormente. Um dos diferenciais desses relatórios é a inclusão de dados sobre os públicos agendados, composto em sua maioria por grupos escolares. Entre os escolares, há predominância de estudantes de escolas públicas e do nível fundamental, em ambos os museus. Iniciativas interinstitucionais e institucionais são fundamentais para a ampliação do conhecimento sobre os visitantes dos museus, especialmente quando permitem comparações de perfis e opiniões.

No universo acadêmico, há diversidade de métodos adotados. Na ausência de dados produzidos por estudos longitudinais, as investigações buscam obter tanto dados de perfil sociodemográfico dos visitantes como suas opiniões e avaliação da experiência. Um exemplo disso foi a pesquisa que realizei junto aos visitantes do Museu Biológico do Instituto Butantan (Almeida, 1995), com objetivo de avaliar a exposição junto aos públicos espontâneo e escolar. Utilizei questionários e análises estatísticas das respostas com intuito de identificar os perfis dos participantes, suas opiniões e aprendizagens. O método se mostrou eficaz para definição dos perfis e de opiniões, mas inadequado para avaliar a aprendizagem (Almeida, 1998). Neste caso, seria preciso

¹⁹ Pesquisadores estadunidenses que elaboraram o “modelo contextual de aprendizagem”, em que a aprendizagem se dá na intersecção de diversos fatores presentes nos contextos “pessoal”, “sociocultural” e “físico” (Falk; Dierking, 2000).

²⁰ Este método utiliza fotografias, gravações e textos referentes às experiências dos participantes, para estimular suas lembranças e percepções da experiência vivida anteriormente. No Brasil, o educador e pesquisador do MAST Douglas Falcão foi o principal divulgador desse método (Falcão; Gilbert, 2005).

²¹ Este método, que solicita que os visitantes “pensem alto” e registra suas falas, é muito difundido pela professora e pesquisadora da Universidade de Montreal, Colette Dufresne-Tassé.

combinar a abordagem quantitativa com a qualitativa para, além de conhecer o perfil e a satisfação dos visitantes, compreender as dimensões de aprendizagem resultantes da experiência da visita. O entendimento da experiência da visita, que resulta de uma situação complexa, individual, porém vivida como uma experiência sociocultural, exige processos de avaliação em profundidade, com abordagens qualitativas.

Estudos de públicos em museus de ciência com abordagens qualitativas são encontrados em trabalhos acadêmicos, desde os anos 1990. Dois exemplos são o trabalho de Sibeles Cazelli, que envolveu o público escolar de professores e estudantes no Museu de Astronomia e Ciências Afins-MAST (Cazelli, 1992), e o trabalho de Maria Esther Valente, que focou no público espontâneo do Museu Nacional (Valente, 1995), ambos no Rio de Janeiro. Estas pesquisas adotaram metodologia etnográfica, baseada em Geertz¹⁸, para quem a interpretação dos dados está centrada na busca dos significados e significações das ações sociais que estão na trama das relações. Nos dois trabalhos, encontramos experiências de aplicação de observação etnográfica em museus voltadas para a questão educacional, sendo que, no trabalho de Valente, há maior preocupação com o processo de comunicação da exposição. A pesquisa de Sibeles Cazelli subsidiou mudanças institucionais no MAST, onde ela atuava como educadora e pesquisadora; no entanto, trata-se de uma exceção, pois os trabalhos acadêmicos dificilmente provocam mudanças institucionais.

Há outros estudos de públicos acadêmicos mais recentes, em museus de ciência, com abordagens qualitativas, que utilizam entrevistas, observações e outras técnicas. Por serem trabalhos acadêmicos, têm a possibilidade de experimentar novos métodos ou adaptar métodos existentes para seu objetivo de estudo. Por exemplo, Vanessa Martins de Souza (2015) investiga as lembranças a partir de entrevistas de professores e alunos depois de quatro anos da participação em uma atividade especial no Museu de Ciência e Tecnologia (MCT) da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS). Souza baseou sua metodologia e interpretação de dados no conceito de aprendizagem desenvolvido por John Falk e Lynn Dierking¹⁹. Já Linhares (2019) utilizou em entrevistas o método da lembrança estimulada²⁰ ao investigar as lembranças de pessoas que participaram de visitas educativas com suas escolas ao Observatório Astronômico Frei Rosário, em Caeté (MG), muitos anos depois. Nas duas pesquisas os resultados indicam que as experiências foram marcantes e permaneceram nas lembranças – especialmente positivas – dos participantes. Observações, entrevistas e gravações de conversas de visitantes são as técnicas utilizadas por Juliana Barros da Silva (2020) para investigar as relações construídas pelos visitantes adultos do Museu da Natureza (Piauí). Silva adaptou o método *thinking aloud*²¹ para registrar e analisar as falas dos visitantes.

Com frequência as visitas a museus de ciência são feitas em grupos familiares (Mano et al., 2022, p. 31-2) trazendo o interesse para compreender as dinâmicas da visita dentro de um grupo familiar. No estudo realizado no MCT-PUCRS, foram feitos registros audiovisuais de quatro famílias, a partir do pressuposto de que “(...) a aprendizagem é um processo colaborativo em que as famílias co-constroem conhecimento ativamente”

²² Não fiz uma pesquisa exaustiva sobre os currículos dos cursos de museologia no Brasil. Há, por exemplo, na Universidade de Brasília (UnB), uma disciplina optativa denominada Estudo de Usuários. Na UFRGS há uma disciplina obrigatória Estudos de Público em Museus e na Universidade Federal de Goiás (UFG), a disciplina Estudos de Público e Avaliação. No curso da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), o tema de estudos de público aparece como parte do programa da disciplina Expografia II.

²³ A professora publicou os trabalhos dos alunos, realizados nos museus de Porto Alegre, em 2024, dentro da disciplina Estudos de Públicos (Colombo, 2024).

²⁴ Em 2025, com a implantação do novo currículo do curso de Museologia da UFMG, a disciplina passará a ser denominada Estudos de Público e será baseada na literatura e experiências do campo museológico.

²⁵ Por exemplo, a tese de doutorado de Larissa Dutra no Programa de Pós-Graduação em Gestão e Organização da Informação da ECI-UFMG (Dutra, 2023).

²⁶ A exceção que conheço é o Museu da Vida da Fiocruz, que conta com um Núcleo de Estudos de Público e de Avaliação em Museu, com servidores lotados.

(Massarani et al., 2021, p. 263), com objetivo de compreender as experiências das famílias. Nas conclusões, as autoras indicam que as conversas entre os familiares, provocadas pelas exposições, resultam em “oportunidade de aprendizagem colaborativa sobre a ciência e temáticas relacionadas, aliada ao prazer e à interação”. E concluem que “as interações estabelecidas entre os grupos familiares se mostraram como importantes para entender a aprendizagem numa perspectiva sociocultural” (Massarani et al., 2021, p. 278).

É impossível citar todos os estudos, o que é muito positivo, pois a produção de conhecimento nessa área no Brasil avançou bastante nas últimas décadas. O que se percebe é uma busca de identificar e compreender a experiência dos públicos nos museus, para torná-la cada vez mais prazerosa e educativa. Os objetivos das pesquisas institucionais são voltados para subsidiar a gestão, enquanto os trabalhos acadêmicos experimentam mais, sem um compromisso institucional.

Gargalos

Identifico alguns desafios para o aperfeiçoamento dos estudos de públicos: recursos humanos e materiais; continuidade; e institucionalização dos estudos de públicos.

Formação e empregabilidade

Para que se tenha profissionais capazes de planejar, desenvolver, analisar e aplicar resultados de pesquisas de públicos, é necessário que esta área esteja na formação de museólogos e outros profissionais que venham atuar nos museus de ciência.

Alguns cursos de graduação em museologia no Brasil contam com disciplina de Estudo de Públicos²², como no caso da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS)²³. No caso da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), no momento da criação do curso, em 2010, dentro de uma Escola de Ciência da Informação, a disciplina Usuários da Informação foi inserida como obrigatória²⁴. Desde então, graduandos em museologia têm contato com a literatura e metodologias dos estudos de usuários da informação, com algumas adaptações e inserções de conteúdos provindos das experiências e reflexões da museologia. É importante destacar que há um corpo teórico e prático de estudos de usuários da informação que dialoga com os estudos de públicos em museus, mas as trajetórias são diferentes. Mais recentemente, observa-se uma busca de integração desses repertórios em trabalhos de pós-graduação²⁵, com resultados ainda a serem avaliados.

Ainda que houvesse uma formação mais especializada em estudos de públicos, haveria a dificuldade de empregabilidade, uma vez que os museus não preveem em seu organograma cargos para especialistas em estudos de públicos²⁶.

²⁷ Foram consultados os relatórios do FVA - Formulário de Visitação Anual, de 2014 a 2023. O percentual médio de museus que não contam os visitantes dos últimos 10 anos é de 9,5%. Dados disponíveis em <https://www.gov.br/museus/pt-br/aceso-a-informacao/acoes-e-programas/programas-projetos-acoes-obras-e-atividades/museus-publico/formulario-de-visitacao-anual-fva>.

Monitoramento contínuo x estudos de públicos pontuais e por tempo determinado

A prática de contar o número de visitantes ou visitas é recorrente nos museus, seja para relatórios internos, seja para informar ao Ibram, por meio do formulário de visitação anual. De acordo com os dados coletados pelo Ibram, entre os museus respondentes, cerca de 90% contam o número de visitantes²⁷.

Já a avaliação das exposições e ações educativas, estas nem sempre são contínuas. Para quem atua no campo da educação, seja formal ou não formal, a avaliação faz parte da rotina. Não há dúvidas de que a avaliação é necessária. No contexto dos educativos de museus, sabe-se como é difícil avaliar ações educativas em função de diversas características da educação museal, por exemplo: estar no universo não formal, ser flexível de acordo com cada participante ou grupo de participantes, ocorrer em espaços variados e seguir o ritmo de cada participante, entre outras especificidades. Na maioria das vezes, o encontro com aquela pessoa participante será o único, até ela sair do museu. A aprendizagem é um processo complexo que pressupõe a construção de conhecimento ao longo do tempo, o que dificulta ainda mais o processo de avaliação.

A falta de recursos humanos e materiais costuma ser uma barreira para a realização das avaliações. Há casos em que elas são realizadas e produzem documentos interessantes, mas não há pessoas para analisarem e sistematizarem as informações de maneira a ter resultados úteis para basear mudanças. Alguns museus conseguem financiamento para avaliações dentro de alguns projetos, porém carecem de recursos para avaliar as ações do cotidiano.

A quantidade de atividades educativas oferecidas e de participantes pode ser também um dificultador. Museus que recebem grande quantidade de públicos em suas ações educativas rotineiras costumam ter dificuldade em avaliar as ações em função da demanda de trabalho para os/as educadores/as museais no tempo que dispõem. Como realizar uma avaliação adequada, um relatório, um relato ou aplicar questionários quando é preciso atender muitos grupos num mesmo dia? Fatores como estes inviabilizam o monitoramento e avaliação contínua das atividades educativas dos museus.

E agora?

A formação de redes colaborativas, como nos casos do OMCC&T e Circuito Liberdade, mostrou-se efetiva para o desenvolvimento de estudos de públicos de qualidade e, em parte, contínuos. O ideal é que as parcerias sejam formalizadas, fazendo que a continuidade dessas ações dependa do comprometimento de cada instituição. Entretanto, para que se compreenda a experiência dos visitantes em cada museu, é preciso realizar estudos específicos, por iniciativa de cada museu.

Acredito que um dos caminhos para construir processos de avaliação contínuos e de qualidade das exposições, ações educativas e programas museais seja a institucionalização desses processos. A criação de um setor responsável pelos estudos de públicos para todo museu permitiria a manutenção da boa qualidade dos estudos e sua continuidade.

Certamente a institucionalização não resolve todos os problemas, mas abre um caminho para que se construam soluções estruturadas e de longa duração.

Referências bibliográficas

ALMEIDA, A.M. *A relação do público com o museu do Instituto Butantan: análise da exposição “Na natureza não existem vilões”*. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 1995. doi:10.11606/D.27.1995.tde-08092004-145801. Acesso em 14 de abril de 2025.

ALMEIDA, A.M. Evaluation of the Butantan Museum: Limits of the quantitative approach. In: Dufresne-Tassé, Colette (org.). *Evaluation and museum education: new trends*. Quebec: ICOM CECA / Musée de la civilisation / Université de Montréal, 1998, p. 121-36.

CASTELLANOS, L.P. Estudios de públicos. Definición, áreas de aplicación y escalas. In: CASTELLANOS, L.P. (org.) *Estudios sobre públicos y museos. Públicos y museos: ¿Qué hemos aprendido?* Volume I. México: INAH, 2016. Disponível em: <https://drive.google.com/file/d/0B1Y22054F2mzRFc3SDVERkRlVWM/view?resourcekey=0-EPiZDKwZLhe3G6hlbdvNVA> . Acesso em 16 de março de 2025.

CAZELLI, Sibelee. *Alfabetização científica e os museus interativos de ciência*. Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-Graduação em Educação, PUC-Rio, Rio de Janeiro, 1992.

CAZELLI, S. et al. Do Observatório de Museus e Centros Culturais ao Observatório de Museus e Centros de Ciência e Tecnologia: caminhos percorridos. In: COSTA, A.F. et al. (org.). *A colaboração entre museus: ações educativas, pesquisa e produção de conhecimento*. Rio de Janeiro: Museus Castro Maya, 2019. p. 43-61. Disponível em <https://rubi.casaruibarbosa.gov.br/handle/20.500.11997/15046> . Acesso em 30 de março de 2025.

COLOMBO, N.C.T.J.; BARBOSA, P.G.M. (orgs). *Estudo de público de museus de Porto Alegre*. Porto Alegre: UFRGS, 2024, p. 8. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/275396?locale-attribute=en>. Acesso em 16 de março de 2025.

DAHMOUCHE, M.S. et al. Agora são elas: a presença das mulheres no público de museus de ciência do Rio de Janeiro. *Em Questão*, Porto Alegre, v. 29, e-125255, 2023. <https://doi.org/10.19132/1808-5245.29.125255>.

DUTRA, L. *Estudos de usuários no sistema de informação museal: uma proposta para a adequação da oferta informacional em museus à luz de usuários invisibilizados*. Tese (Doutorado em Gestão e Organização do Conhecimento), ECI-UFGM, 2023. Disponível em <https://repositorio.ufmg.br/handle/1843/65895>. Acesso em 16 de março de 2025.

ESPAÇO DO CONHECIMENTO UFGM. *Pesquisa de Público 2017 – Espaço do Conhecimento UFGM*, 2018. Disponível em <https://www.ufmg.br/espacodoconhecimento/wp-content/uploads/2018/01/Pesquisa-de-P%C3%BAblico-2017-2.pdf>. Acesso em 30 de março de 2025.

FALCÃO, D.; GILBERT, J. Método da lembrança estimulada: uma ferramenta de investigação sobre aprendizagem em museus de ciências. *História, Ciências, Saúde, Manguinhos*, v. 12 (suplemento), p. 93-115, 2005.

FALK, J.; DIERKING, Lynn. *Learning from Museums: visitor Experiences and the Making of Meaning*. Boston/Maryland: Altamira Press, 2000.

IEPHA-MG. *Pesquisa de Público do Circuito Liberdade*, 2016. Disponível em <https://tainacan.eci.ufmg.br/publicosmuseus/>. Acesso em 30 de março de 2025.

IEPHA-MG. *Pesquisa de Público do Circuito Liberdade*, 2017. Disponível em <https://tainacan.eci.ufmg.br/publicosmuseus/>. Acesso em 30 de março de 2025.

IEPHA-MG. *Pesquisa de Público do Circuito Liberdade*, 2018. Disponível em <https://tainacan.eci.ufmg.br/publicosmuseus/>. Acesso em 30 de março de 2025.

IBERMUSEUS. *Sistema de coleta de dados de público de museus do Observatório Ibero-americano de Museus*, 2018. Disponível em <http://www.iber museos.org/wp-content/uploads/2018/07/sistema-coleta-dados-pt-es.pdf>. Acesso em 16 de março de 2025.

LINHARES, F.R.C. *Os significados de uma visita a um observatório astronômico: um estudo baseado nas memórias e emoções de estudantes*. Tese (Doutorado em Educação) – Faculdade de Educação, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2019.

MANO, S. et al. Museus de ciência e seus visitantes no início do século XXI: estudo longitudinal da visitação espontânea de cinco instituições da cidade do Rio de Janeiro. *Anais do Museu Paulista: História e Cultura Material*, v. 30, p.1-48, 2022.

MASSARANI, L et al. A experiência interativa de famílias em um museu de ciências: um estudo no Museu de Ciência e Tecnologia de Porto Alegre. *Investigações em Ensino de Ciências*, [S. l.], v. 26, n. 1, p. 261–84, 2021. Disponível em <https://ienci.if.ufrgs.br/index.php/ienci/article/view/2297>. Acesso em 13 de abril de 2025.

MINC – Ministério da Cultura. *Cultura em números: anuário de estatísticas culturais*. 2ª edição. Brasília: MinC, 2010. Disponível em [http://portal.iphan.gov.br/uploads/ckfinder/arquivos/Cultura_em_Numeros_2010\(1\).pdf](http://portal.iphan.gov.br/uploads/ckfinder/arquivos/Cultura_em_Numeros_2010(1).pdf). Acesso em 17 de março de 2025.

MORALES, S.I.F. Reconocer a nuestros públicos y sus experiencias: investigaciones que cambian perspectivas. MASSARANI, L.; NEVES, R.; AMORIM, L. (org.). *Divulgação científica e museus de ciências: O olhar do visitante*. Memórias do evento. Rio de Janeiro: Museu da Vida, Casa de Oswaldo Cruz, Fiocruz; RedPop, 2016. https://www.museudavida.fiocruz.br/images/Publicacoes_Educacao/PDFs/Oolhardovisitante.pdf.

NIRENBERG, O.; BRAWERMAN, J.; RUIZ, V. *Evaluar para la transformación: Innovaciones en la evaluación de programas y proyectos sociales*. Buenos Aires: Paidós, 2007.

Observatório de Turismo de Minas Gerais. *Pesquisa de Público do Circuito Liberdade*, 2020. Disponível em <https://www.observatorioturismo.mg.gov.br/?p=4676>. Acesso em 30 de março de 2025.

SCHIELE, B. Centros e museus de ciência: Evolução e tendências contemporâneas. SESI/DN. *Educação em diálogo no SESI Lab*. Brasília: SESI/DN, 2023, p. 29-61.

SILVA, J.B. *Do discurso ao desconhecido: saberes e leituras em exposição no Museu da Natureza* – Piauí. 2020. Dissertação (Mestrado em Divulgação da Ciência, Tecnologia e Saúde) – Casa de Oswaldo Cruz, Fundação Oswaldo Cruz. Rio de Janeiro, 2020.

SOUZA, V.M. *Memória e museus de ciências: a compreensão de uma experiência museal a partir da recuperação das memórias dos visitantes*. Dissertação (Mestrado em Educação em Ciências e Matemática) – Faculdade de Física, PUCRS. Porto Alegre, 2015.

SESC. *Públicos da Cultura*. SESC, 2013. Disponível em <https://www2.sesc.com.br/portal/site/publicosdecultura/pesquisa/>. Acesso em 30 de março de 2025.

TEIXEIRA COELHO. *Dicionário crítico de política cultural: cultura e imaginário*. São Paulo: Iluminuras; Fapesp, 1997.

VALENTE, M.E.A. *Educação em museu: o público de hoje no museu de ontem*. Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-Graduação em Educação, PUC-Rio, Rio de Janeiro, 1995.

Foram consultados os Projetos Pedagógicos de alguns cursos de Museologia:

Universidade Federal de Goiás – UFG. Projeto Pedagógico do Curso de Graduação em Museologia, grau acadêmico Bacharelado, modalidade Presencial, da Faculdade de Ciências Sociais, 2014. https://sistemas.ufg.br/consultas_publicas/resolucoes/arquivos/Resolucao_CEPEC_2014_1310.pdf

Universidade Federal de Minas Gerais – UFMG. Projeto Pedagógico do Curso de Graduação em Museologia, modalidade Bacharelado, Escola de Ciências da Informação, 2024. <https://www.ufmg.br/prograd/arquivos/cursos/projeto/PPCMuseologia>

Universidade Federal de Pernambuco – UFPE. Projeto Pedagógico do Curso de Museologia, Centro de Filosofia e Ciências Humanas, Departamento de Antropologia e Museologia, 2023. <https://www.ufpe.br/documents/39431/4791242/PPC+MUSEOLOGIA.+PERFIL+102.2+%2815OUT2023%29.pdf/b74bc80a-94c5-40ab-a3dd-df97cd89ed1d>

Universidade Federal do Rio Grande do Sul – UFRGS. Projeto Pedagógico do Curso de Museologia, Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Departamento de Ciências da Informação, 2023. https://www.ufrgs.br/fabico/wp-content/uploads/2024/02/PPC_Museologia_2023_Versao_fev_24.pdf

Universidade de Brasília – UnB. Projeto Político Pedagógico do Curso de Museologia, Faculdade de Ciência da Informação, 2019. https://drive.google.com/file/d/1Fr9MYZtzCfus4ZPH2TL_4TrHAh3YAHj/view

SESI Lab: programas e públicos

Os públicos do SESI Lab: pesquisas de perfil-opinião

Graziele Scalfi¹

¹ Doutora em Educação pela FE-USP e mestre em Divulgação Científica e Cultural pelo Labjor/Unicamp. Atua como consultora em educação e pesquisa para museus e espaços científico-culturais.

Compreender quem são os visitantes, como interagem com os conteúdos e quais experiências constroem ao longo de suas visitas é um dos grandes desafios – e compromissos – de museus e centros culturais contemporâneos. A pesquisa de público surge, nesse cenário, como um instrumento estratégico para planejar ações e qualificar as relações entre as instituições e os diversos públicos que as frequentam. De acordo com Fleming (2012), entender as necessidades, motivações e expectativas dos visitantes (e não visitantes) é fundamental para sua missão, valores e processos de tomada de decisão.

Os estudos de visitantes em museus e centros de ciência constituem um campo de investigação que se consolidou nas últimas décadas, mas cujas origens remontam ao início do século XX (Schiele, 2016). Desde os primeiros esforços de observação sistemática do comportamento dos visitantes, como os conduzidos por Benjamin Ives Gilman em 1916 (“Museum Fatigue” na revista Scientific Monthly), passando pelos estudos baseados na psicologia behaviorista nas décadas seguintes (Robinson, 1928; Melton, 1935), a preocupação com a experiência do público esteve no centro das transformações museais, com estudos que demonstraram padrões de circulação em galerias, identificaram fatores de design que afetam a atenção e avaliaram o impacto educacional das visitas escolares em centros de ciência (Schiele, 2016; Bitgood; Shettel, 1996). Para Melton (1935), o valor educativo de um museu era mensurado pelo grau de interesse que os visitantes demonstram pelo que lhes é mostrado, ou seja, a atração e também o tempo que investem. Ainda que os primeiros estudos fossem marcados por abordagens mais restritas – voltadas ao conforto físico ou ao tempo de permanência diante dos objetos –, eles inauguraram um olhar investigativo sobre a visita como experiência.

A partir da década de 1960, o campo passou por uma inflexão decisiva, impulsionada pelas transformações sociais e culturais do pós-guerra. O crescimento das populações urbanas escolarizadas, a valorização do lazer e a ampliação do acesso à cultura deram novo fôlego aos museus, que passaram a se articular em torno da ideia da

democratização. Dois nomes se destacam neste período: Harris H. Shettel (1973) e Chandler G. Screven (1993; 1976), que institucionalizaram a avaliação de exposições como um processo científico, pautados nos paradigmas da educação e da psicologia experimental da época. Como consequência, eles colocaram o visitante no centro do processo museológico, exigindo mais rigor em relação aos objetivos e resultados esperados; nesse processo, eles também introduziram uma lógica tecnicista e instrumental da aprendizagem que, embora criticada posteriormente, pavimentou o caminho para a consolidação dos estudos de público. Nesse contexto, os estudos de visitantes ganharam reconhecimento como prática legítima e necessária, consolidando-se como área profissional e campo de pesquisa em expansão (Bitgood; Shettel, 1996).

Schiele (1997) argumenta que o campo de estudo do visitante se estrutura em torno de cinco eixos principais: i) pesquisa e desenvolvimento de público; ii) design e desenvolvimento de exposições; iii) elaboração de programas; iv) planejamento de instalações físicas; e v) serviços voltados ao visitante. Dentre essas dimensões, a pesquisa de público ocupa um papel central, ao buscar compreender os motivos que levam (ou não) as pessoas a visitarem uma instituição, suas expectativas, experiências, barreiras de acesso e percepções – informações fundamentais para a construção de políticas de mediação mais equitativas e eficazes.

Portanto, hoje, entende-se que, mais do que gerar diagnósticos pontuais, a pesquisa de público amplia a capacidade institucional de escuta e resposta. Ela auxilia na qualificação da experiência de visita, tornando-a mais significativa e acessível; contribui para o desenvolvimento de novas ações educativas e culturais; subsidia relatórios de desempenho organizacional; e fortalece a argumentação de propostas de captação de recursos junto a agências de fomento e patrocinadores. Incorporada ao cotidiano das instituições, a pesquisa se torna parte fundamental de uma gestão que busca garantir que as decisões tomadas sejam informadas por dados concretos sobre os visitantes.

A pesquisa de público no SESI Lab

No SESI Lab, a pesquisa de público é um dos eixos do Programa de Pesquisa, inserido na Coordenação de Ações Educativas e Pesquisa, que investiga não apenas os perfis dos visitantes, mas também os conteúdos das exposições e os processos educacionais desenvolvidos pela instituição. Esse programa visa a monitorar, refletir e sistematizar dados sobre os públicos presencial e virtual, promovendo uma visão abrangente da experiência de visitação.

Por meio de questionários estruturados aplicados periodicamente, o SESI Lab monitora o perfil dos visitantes e avalia diversos aspectos da experiência de visita. A pesquisa foca na interação do público com as exposições de longa duração e temporárias, as oficinas maker e a programação cultural, analisando a eficácia da comunicação e o engajamento com os conteúdos. Além de fornecer subsídios para

o aprimoramento contínuo dos serviços, esse processo cria um canal permanente e seguro de escuta, aberto a críticas, sugestões e elogios, que permite à instituição compreender como suas ações são percebidas e acolhidas.

A pesquisa de público no SESI Lab é revisada anualmente, preservando questões fundamentais que permitem análises de longo prazo e incorporando ajustes sempre que necessário para melhor atender aos objetivos institucionais. Essa revisão contínua garante a atualização metodológica e a pertinência dos dados coletados, assegurando que o acompanhamento do público reflita as transformações nos perfis, nas formas de interação e nas expectativas dos visitantes.

Com base nesse entendimento, neste capítulo apresentamos os dados consolidados dos ciclos de pesquisa de 2022, 2023 e 2024 como parte de um esforço permanente de escuta qualificada e planejamento estratégico do SESI Lab. Os dados desta série histórica nos apontam tendências, padrões e mudanças no perfil e experiência dos públicos.

Aspectos metodológicos

A pesquisa de público do SESI Lab foi estruturada como um survey, um tipo de estudo quantitativo baseado na aplicação sistemática de questionários a uma amostra da população (Creswell, 2014). Essa metodologia é amplamente utilizada para coletar dados padronizados que permitam análises comparativas e identificação de tendências ao longo do tempo.

O instrumento de coleta consistiu em questionários estruturados, com perguntas fechadas e abertas, disponibilizados em formato digital por meio da plataforma Survey Monkey. O questionário foi dividido em três frentes principais – perfil dos visitantes; experiência de visita; e acessibilidade –, sendo aplicado ao público espontâneo das exposições, bem como aos participantes das oficinas maker e da programação cultural.

A coleta de dados foi realizada por períodos definidos em cada ciclo anual: três meses no primeiro ciclo e dois meses nos ciclos seguintes. A aplicação foi conduzida por profissionais capacitados, com formação para atuar junto ao público de museus e centros culturais, garantindo abordagem ética, acolhedora e tecnicamente adequada. O questionário foi concebido para ser autoaplicado, mas em caso de necessidade poderia ser preenchido por aplicadores. A realização da pesquisa foi conduzida por uma consultoria externa especializada, como recomenda Schiele (2016), o que contribui para garantir isenção na análise, rigor metodológico e maior confiabilidade nos dados coletados. Abaixo, apresentamos os principais parâmetros da pesquisa.



² As tabelas e gráficos aqui apresentados trazem a média, agrupando os dados dos três ciclos da pesquisa (2023, 2024 e 2025), excetuando-se os casos em que os anos estão explicitados, com o intuito de analisar as variações entre os ciclos.

Aspecto	Descrição
População	Público espontâneo que visitou o SESI Lab durante o período analisado, maiores de 15 anos.
Quadro de amostragem	Amostra coletada em diferentes dias da semana (dias úteis, finais de semana e feriados) durante todo o horário de funcionamento do SESI Lab.
Unidade amostral	Visitante individual, com coleta de dados também sobre seus acompanhantes no questionário.
Método de amostragem	Seleção aleatória dos visitantes, com aplicação da pesquisa em diferentes espaços do SESI Lab. Em caso de recusa ou impossibilidade, foi selecionado o próximo visitante disponível. Apenas um membro por família ou grupo respondeu ao questionário.
Tamanho da amostra prevista	Com base em 275 mil visitantes anuais, estimou-se uma amostra de 385 respondentes para exposição, com margem de erro de 5% e 95% de confiança. O cálculo para oficinas maker e programação cultural seguiu outros critérios, como número de participantes por oficina e taxa de aplicação de questionários em cada ação, mas todos atingiram suas metas.

Ao longo dos três ciclos da pesquisa, os seguintes dados quantitativos foram obtidos de questionários válidos².

- **Exposições:** 2.907 questionários
- **Oficinas maker:** 1.108 questionários
- **Programação cultural:** 1.137 questionários
- **Total geral:** 5.152 questionários (99% de confiança).

O público das exposições do SESI Lab

Perfil

Os resultados obtidos mostram que a maior parte dos participantes se identifica como do gênero feminino (63% na média geral). Esse grupo manteve-se consistentemente como maioria nos três ciclos da pesquisa. Esse dado dialoga com o estudo longitudinal realizado pelo Observatório de Museus e Centros de Ciência e Tecnologia – OMCC&T (Mano et al., 2022), que identificou uma média de 55% de mulheres em cinco museus brasileiros, e a pesquisa internacional Understanding our Visitors: Multi-Institutional Science Center Study, conduzida pelo COVES – Collaboration for Ongoing Visitor Experience Studies (2024), em que elas representam 56% do público. Em comparação com esses estudos, os dados do SESI Lab revelam uma participação feminina ainda maior. A partir do segundo ciclo de pesquisa, incluiu-se a pergunta sobre orientação sexual. Observou-se um aumento de 0,7% entre visitantes que se autodeclararam bissexuais. A proporção de homossexuais manteve-se relativamente estável, subindo de 9,1% para 9,5%. Outras orientações também apresentaram variações: pansexuais cresceram de 2,7% para 3,6% e assexuais, de 0,6% para 0,8%. Esses dados indicam um leve crescimento da diversidade de orientações sexuais entre o público do SESI Lab.

Em relação à faixa etária, os dados indicam que o SESI Lab é altamente atrativo para jovens e jovens adultos. A faixa etária de 15 a 29 anos representa 55,8% do público, e reforça a consolidação do SESI Lab como um espaço cultural de grande atratividade para a juventude, superando inclusive os índices registrados por outras instituições. Por exemplo, no estudo longitudinal conduzido pelo OMCC&T (Mano et al., 2022), os visitantes de 15 a 29 anos representavam, em média, 36% do público em cinco museus de ciências brasileiros. Já a Pesquisa de Hábitos Culturais no Distrito Federal (ObservaDF, 2023) apontou que jovens entre 16 e 24 anos são os que mais frequentaram museus recentemente, com 18,7% de visitação nos últimos três meses – uma proporção significativamente inferior à registrada no SESI Lab. Por outro lado, o público acima de 50 anos representa, em média, apenas 5,4% do total – uma parcela pequena em comparação com as demais faixas etárias.

Considerando a questão sobre cor/raça, que segue a classificação do IBGE, aqueles que se autodeclararam brancos são os que apresentam maior representatividade, com uma média de 50,2%. Pretos e pardos somam 46,9%, seguindo padrões observados entre os visitantes de museus no Brasil e no exterior. E sobre a escolaridade, o público das exposições do SESI Lab é majoritariamente de alta escolaridade, com uma média de 72,4% com ensino superior (completo, incompleto ou pós-graduado). Esse dado reforça os achados da pesquisa Cultura nas Capitais (JLeiva, 2024), que aponta a escolaridade como o principal fator de estímulo à fruição cultural, mais determinante que a própria renda. Ou seja, quanto maior o nível educacional, maior a tendência de frequentar museus, mesmo entre indivíduos de uma mesma classe econômica.

Compreender o perfil dos visitantes envolve também analisar como eles se organizam para visitar o espaço – ou seja, com quem vêm ao museu. A visita a museus, como

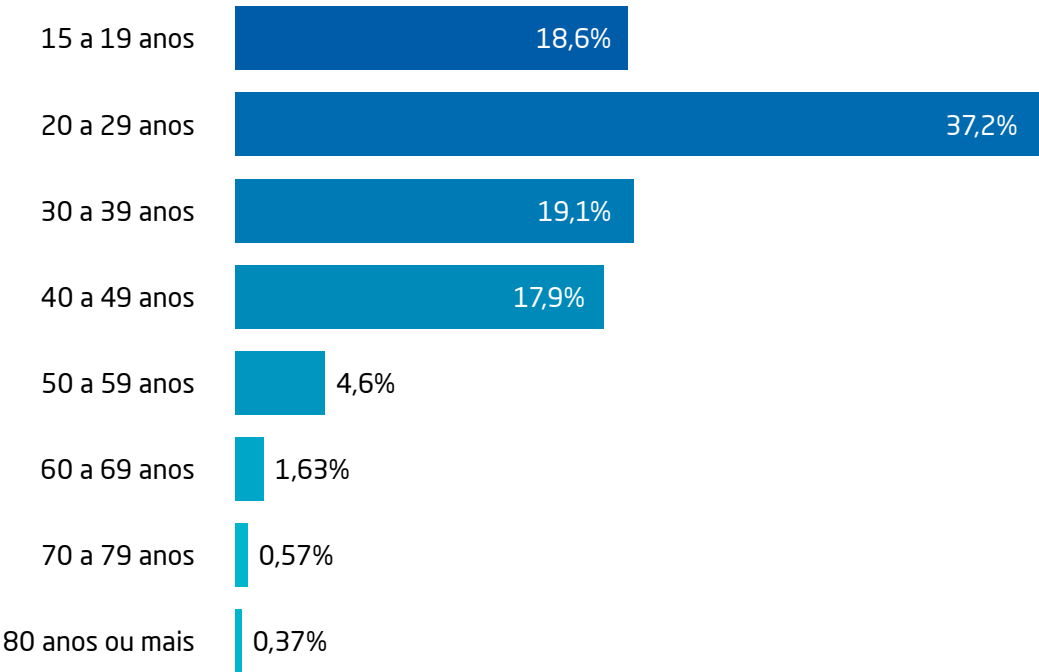
apontam Mano *et al.* (2022), é majoritariamente uma prática social. No caso do SESI Lab, os dados confirmam essa tendência: as visitas realizadas com cônjuge, companheiro(a) ou namorado(a) (27,2%), bem como com amigos(as) (26,6%), cresceram ao longo dos três ciclos de pesquisa, revelando que o local se consolidou como opção de lazer conjugal e reforçando o aspecto social da experiência. Visitas com crianças e com outros membros da família somam 38,5%, demonstrando o apelo intergeracional do espaço. Já as visitas individuais seguem sendo minoritárias, com média de 5,7% ao longo do período analisado. Quando perguntamos qual a idade das crianças acompanhantes, verificamos que o SESI Lab tem como público infantil predominante as crianças da faixa etária entre 7-12 anos, na série histórica analisada.

No SESI Lab, a maioria do público é formada por primovisitantes – aqueles que visitam um local pela primeira vez (72%) –, um padrão também observado em outras pesquisas sobre museus (Mortara, 2001; Mano et al., 2022). No entanto, chama a atenção o crescimento constante de pessoas que retornam ao espaço (28%), comportamento que vai na contramão do observado no estudo longitudinal do OMCC&T, no qual se verificou uma diminuição no número de visitantes recorrentes, sugerindo dificuldades de fidelização em muitos museus brasileiros. Nesta pesquisa, o aumento pode ser atribuído a uma programação dinâmica, composta por ações educativas e culturais variadas, além

Faixa etária

Adultos e adolescentes

Todos os gráficos deste texto têm a seguinte fonte: Scalfi, 2024.

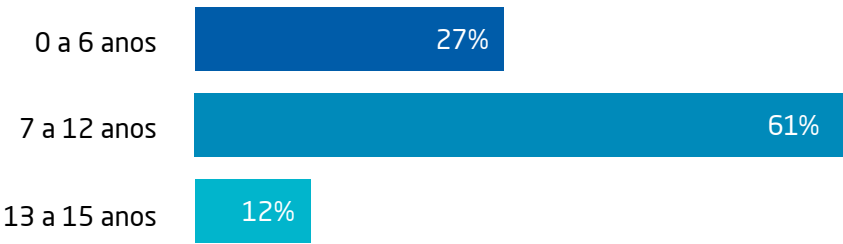


da renovação de conteúdos por meio de exposições temporárias – fatores que favorecem o engajamento contínuo do público na instituição.

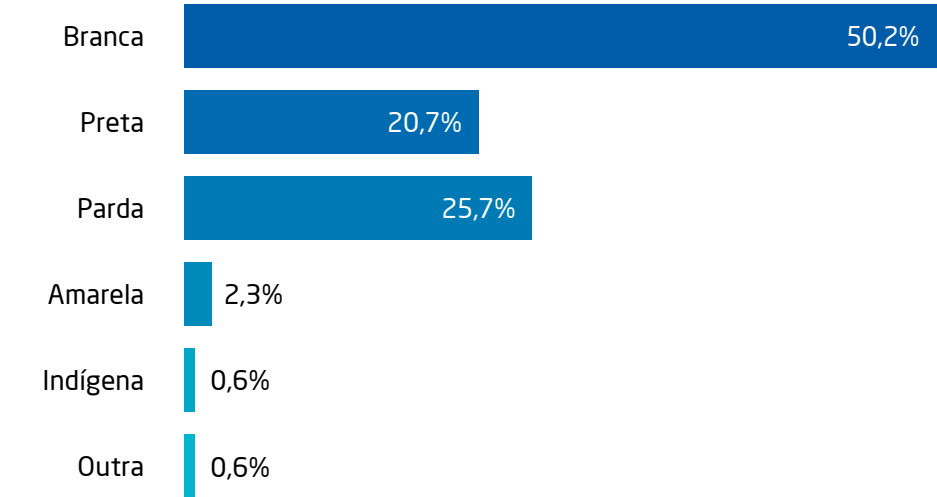
Os visitantes do SESI Lab são, em sua maioria, do próprio Distrito Federal (78%). Em seguida vêm os públicos de outro estado (11%), Goiás (9,3%) e outro país (1%), na média das séries históricas. Uma análise mais aprofundada, identificando as regiões administrativas dos visitantes e cruzando com os dados de renda realizados pela Pesquisa Distrital por Amostra de Domicílios (PDAD, 2021), verifica-se que regiões administrativas de renda alta e média-alta representam juntas aproximadamente 66% dos visitantes. O Plano Piloto, principal centro urbano de Brasília e com alto poder aquisitivo, lidera com 21,8% dos visitantes e é seguido por Águas Claras (9,2%), Guará (6,7%), Taguatinga (6,5%) e Sobradinho (5,2%). Por outro lado, as regiões de renda média-baixa e baixa somam cerca de 33% da média total dos visitantes. Embora em menor proporção, regiões administrativas como Ceilândia (6,3%), Samambaia

Faixa etária

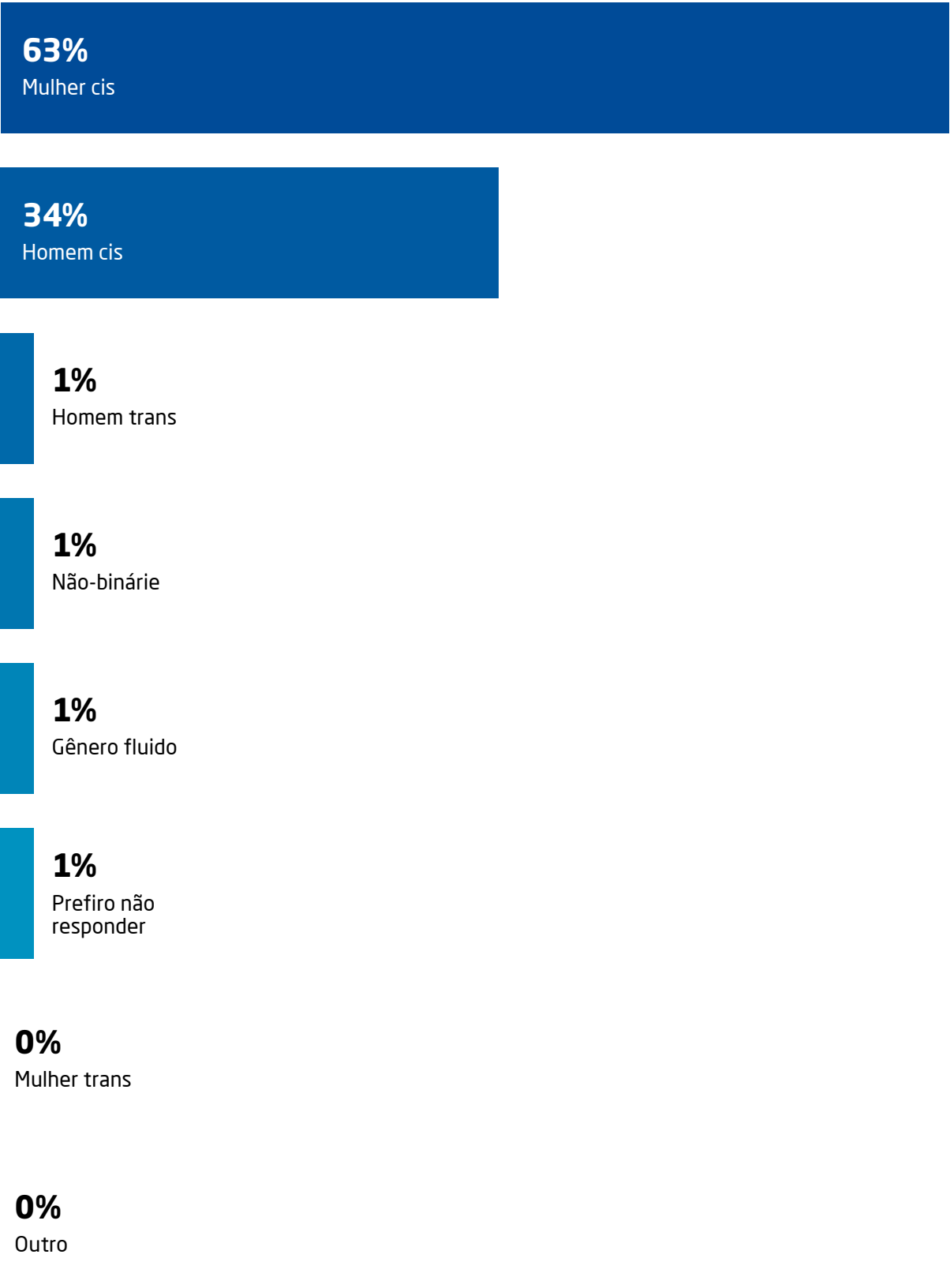
Crianças



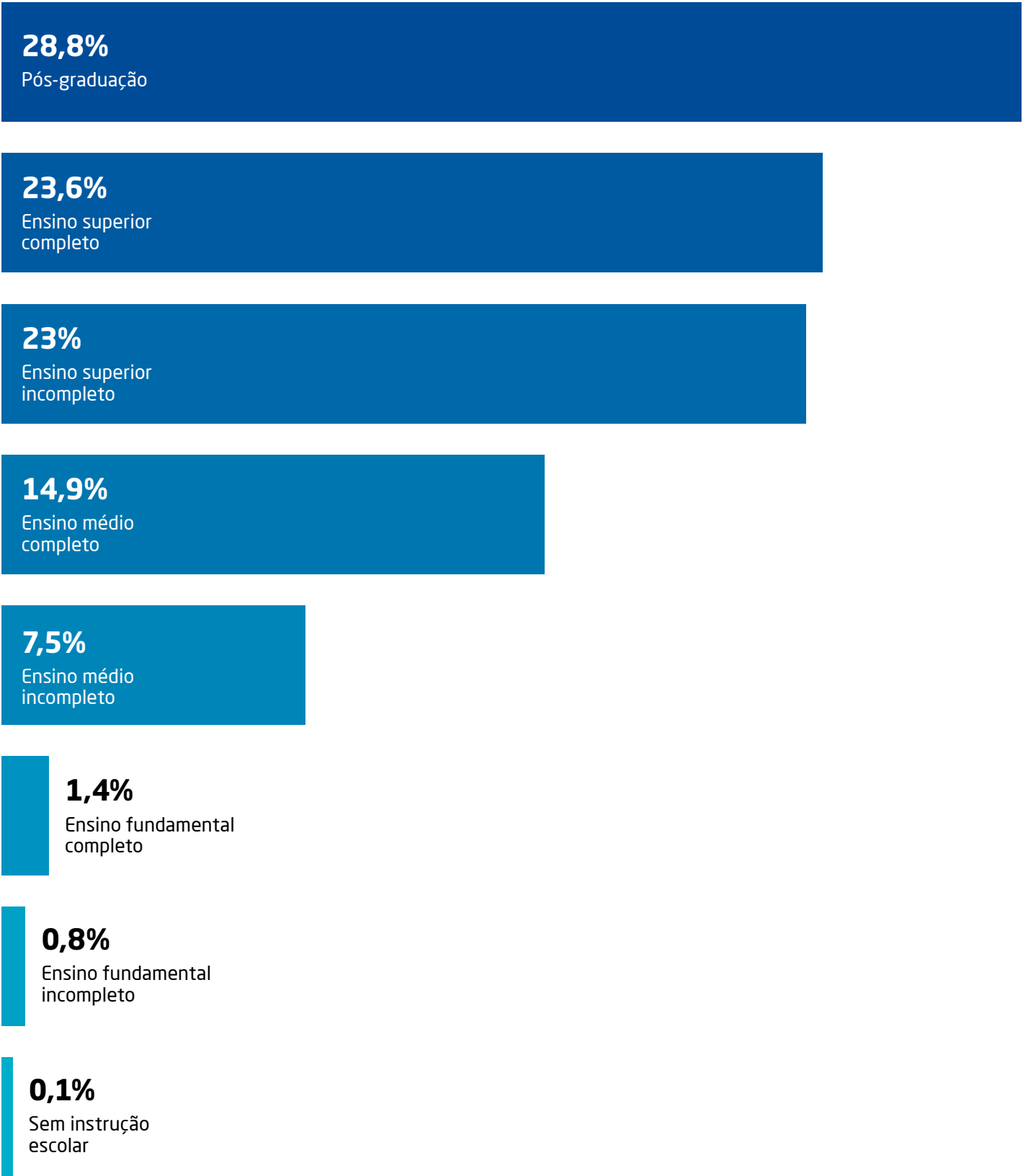
Cor/raça

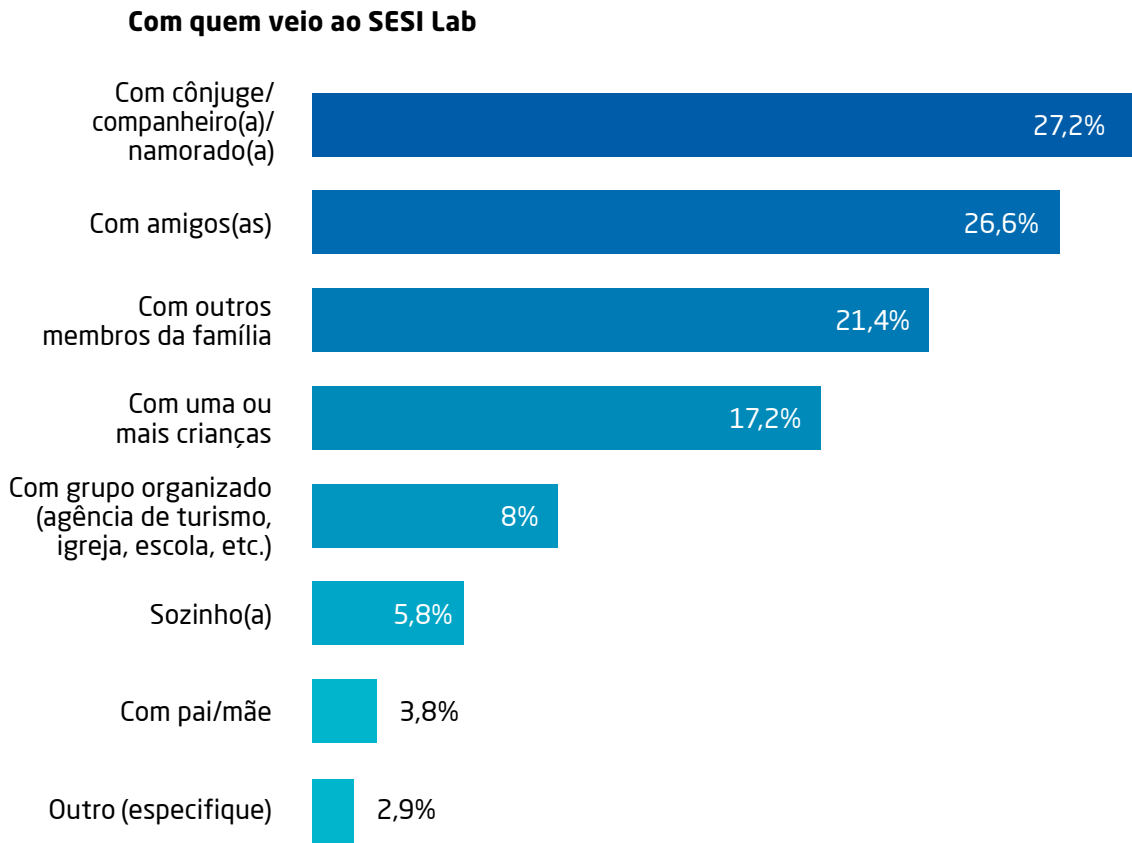


Identidade de gênero



Escolaridade

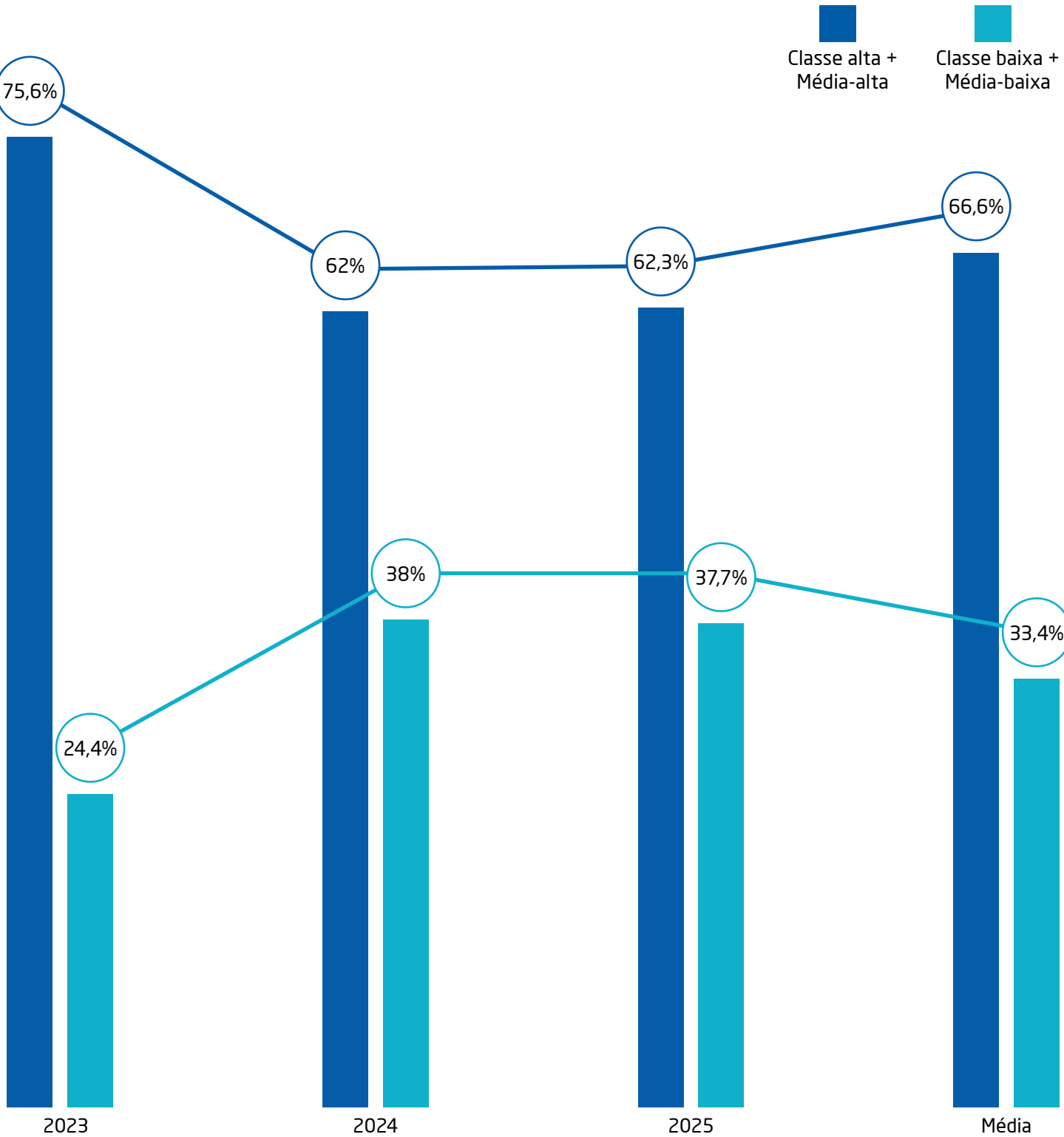




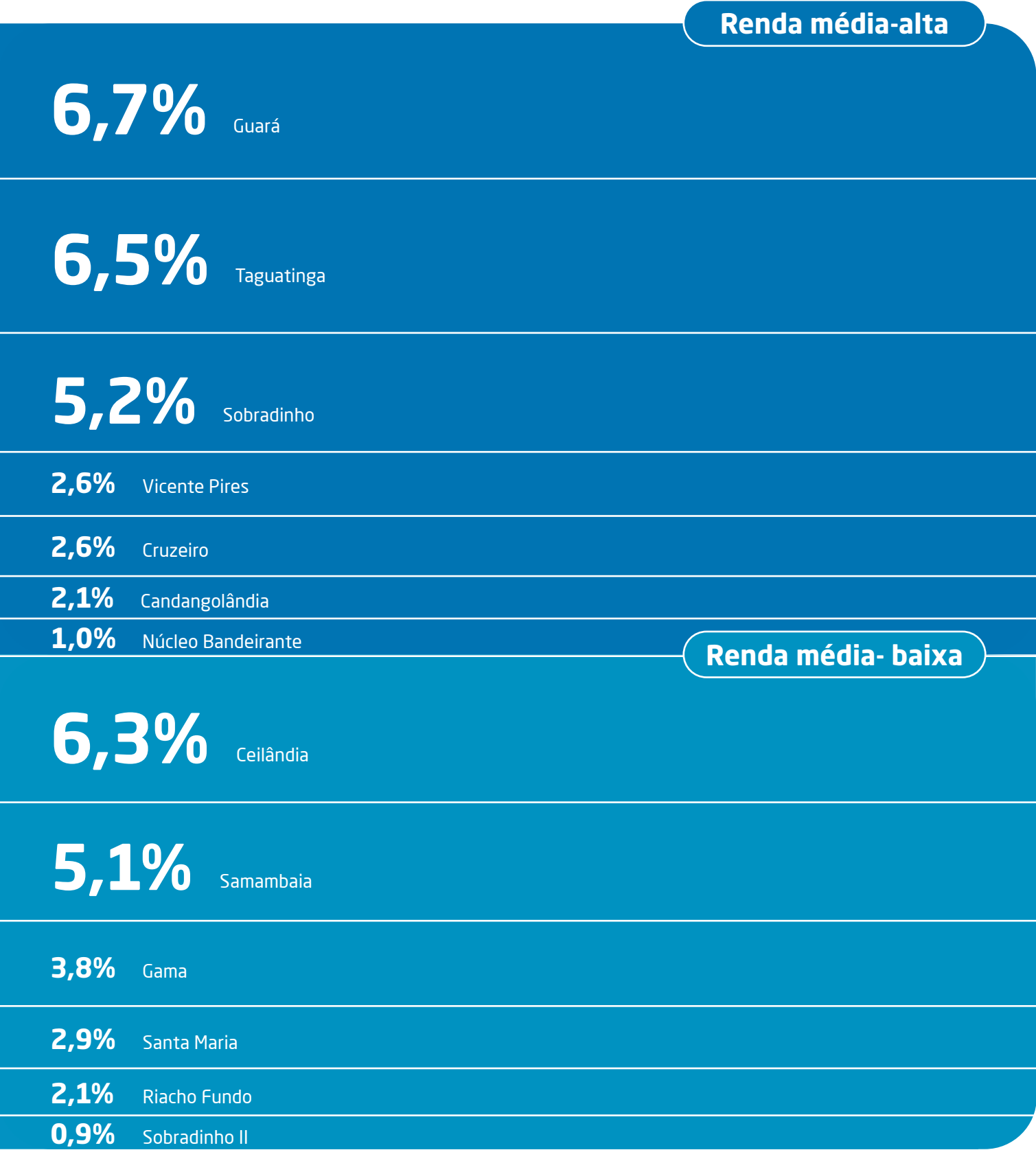
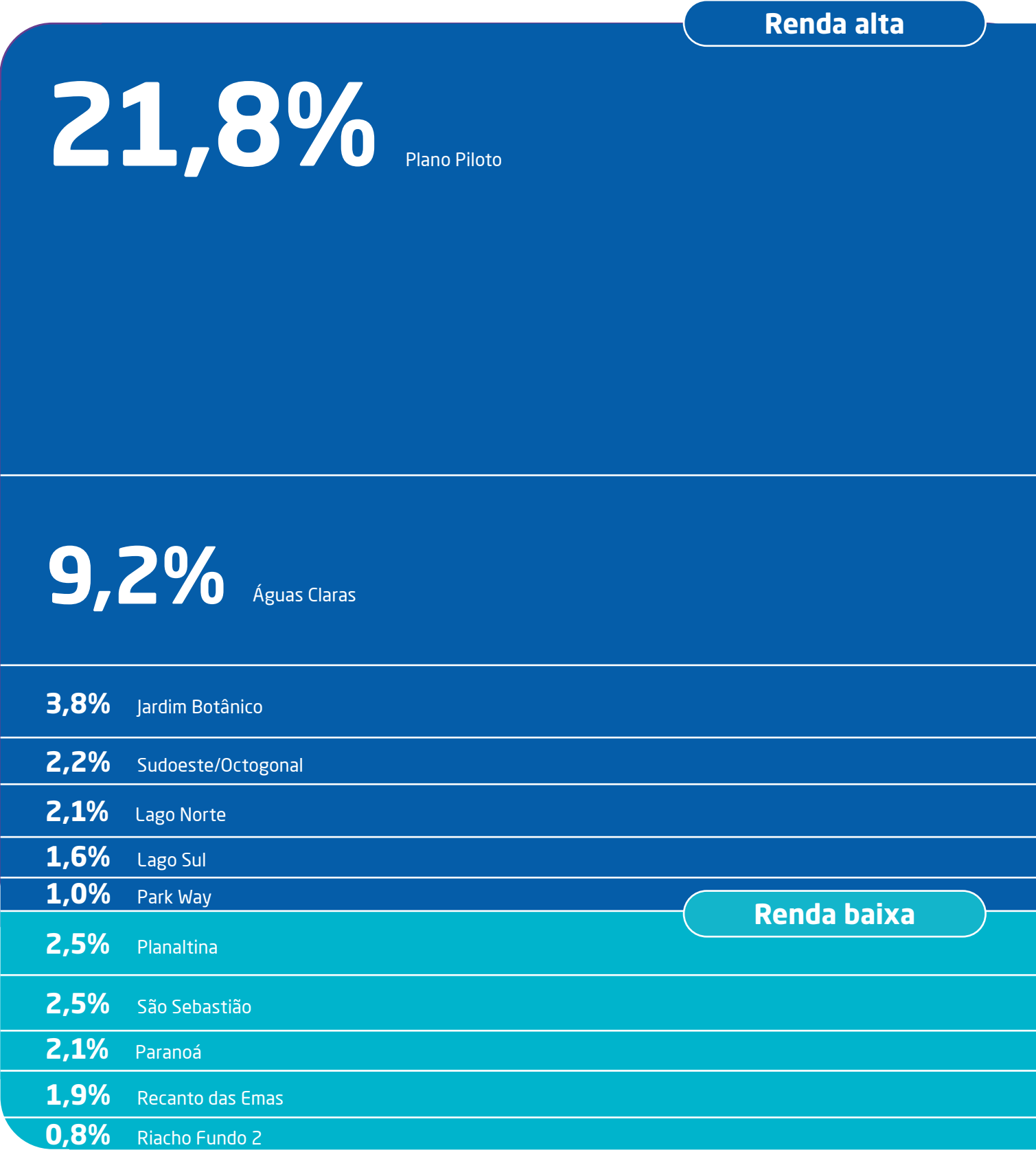
(5,1%), Gama (3,8%), Santa Maria (2,9%) e Planaltina (2,5%) demonstram um alcance importante do SESI Lab em territórios com menor renda *per capita*. Ao longo do período pode-se verificar uma tendência de queda da participação da classe alta e média-alta, que indica uma maior diversificação no perfil socioeconômico dos participantes e um crescimento da participação da classe baixa e média-baixa, reflexo de uma ampliação do alcance do SESI Lab para públicos de menor renda.

O acesso ao SESI Lab é majoritariamente feito por carro próprio, meio de transporte escolhido por 55,1% dos visitantes, conforme a média dos três ciclos de pesquisa. O transporte público coletivo também aparece com destaque e soma 31,8%. O ônibus mais que dobrou sua participação (de 14,4% em 2023 para 26,2% em 2025), enquanto o metrô teve aumento de 52% no período. No cruzamento de meio de transporte e idade, é observado que 70% das respostas de jovens (15 a 24 anos) apontam para o uso de transporte público (ônibus e metrô) para acessar o SESI Lab, e o carro próprio é mais expressivo entre aqueles entre 20 a 34 anos. Esses dados sugerem uma possível ampliação do acesso ao museu por diferentes perfis de público.

Percentual de visitantes conforme faixa de renda



Distribuição dos visitantes conforme a renda e a região administrativa de moradia

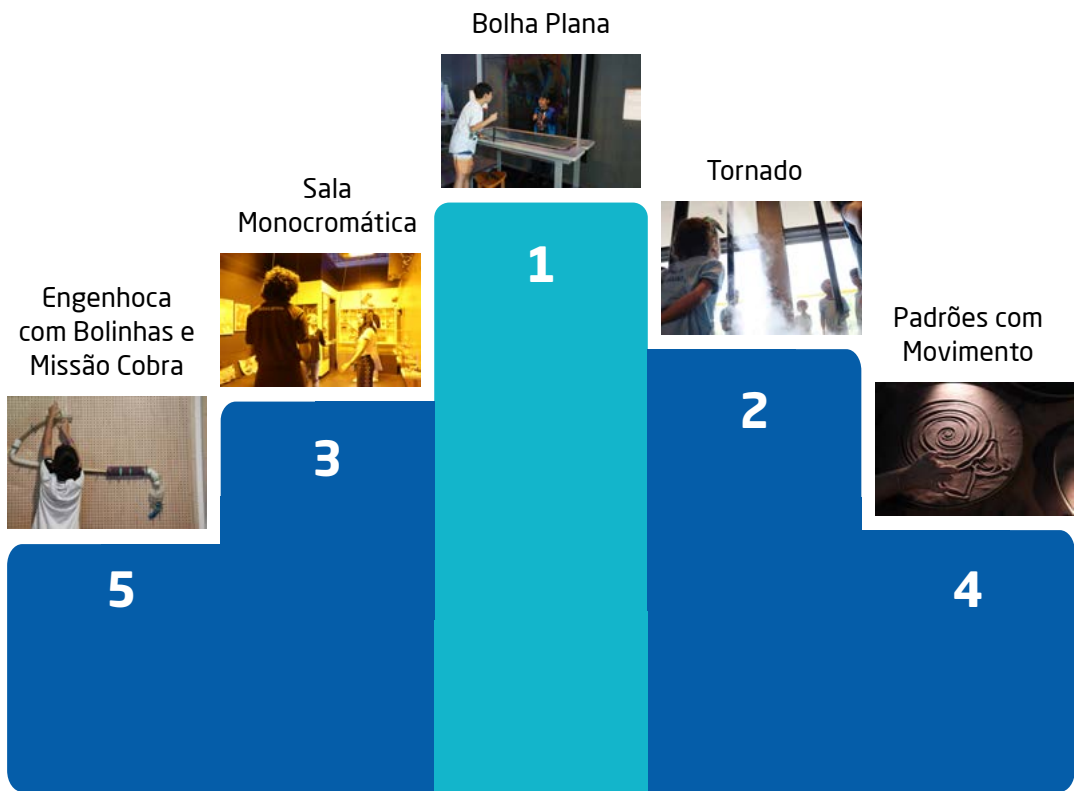


Experiência

O tempo de permanência no SESI Lab é um indicador relevante para avaliar o engajamento dos visitantes com as exposições e atividades oferecidas. De acordo com a média dos três ciclos da pesquisa, mais de 60% do público permanece entre 1 e 2 horas no espaço, sendo o intervalo entre 1 hora e 30 minutos e 2 horas o mais frequente (36%).

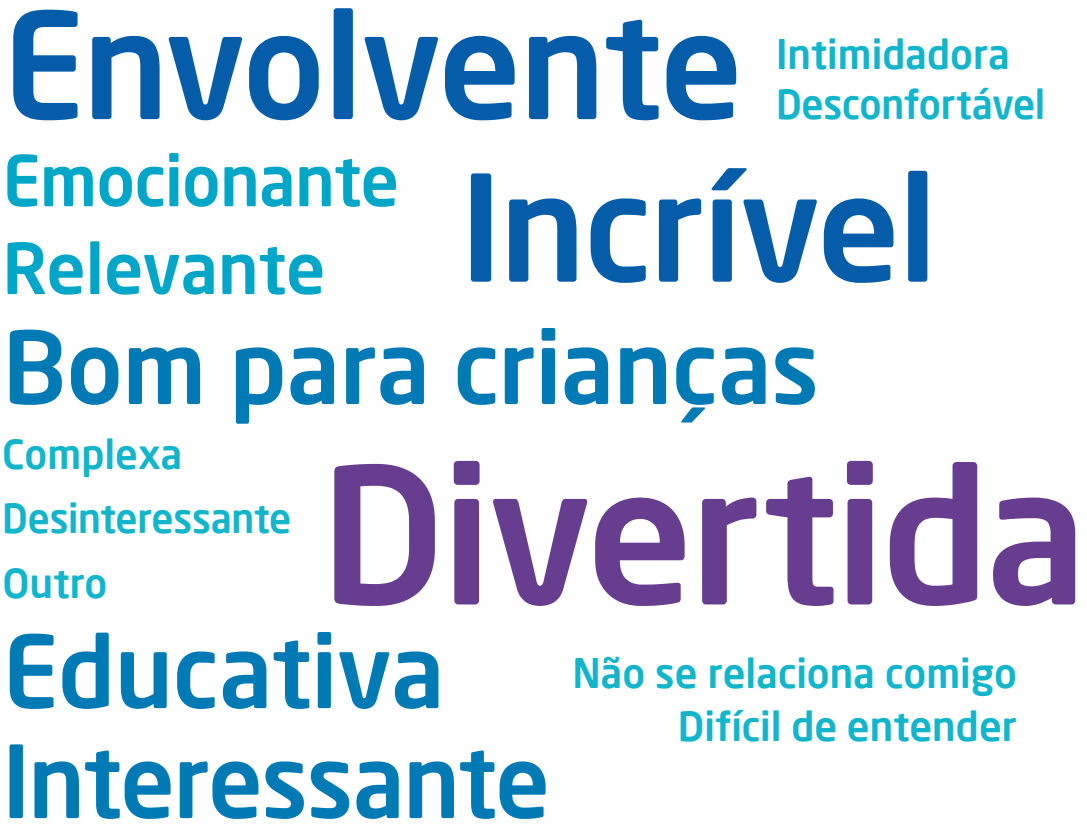
No que diz respeito às exposições, a galeria Fenômenos no Mundo se destaca como a mais visitada, com uma média de 83,9%. As exposições temporárias, por sua vez, alcançaram uma média de visitação de 70%, evidenciando o interesse dos visitantes por novidades e a importância da renovação constante da programação para estimular retornos.

Para identificar as atrações mais preferidas do público ao longo dos três ciclos de pesquisa, foi utilizado um sistema de pontuação por posição no ranking. A lógica é simples: quanto mais alta a colocação de uma atração, mais pontos ela recebe (Ex. 1º lugar = 10 pontos; 2º lugar = 9 pontos etc.). Com essa regra, os pontos são somados e obtidos por cada atração nos três anos de pesquisa. Assim obtivemos um ranking das atrações “Top 5” no período de 2023-2025, que foram:



Fotos: Gabriel Pinheiro / CNI (Bolha Plana) and Educativo SESI Lab.

Analisando o retrato de quais palavras melhor definem, na percepção do público, a experiência no espaço, foi proposta uma lista de adjetivos para o público escolher. O resultado final, com base na frequência total de escolha dos três ciclos, é apresentado na nuvem de palavras a seguir.



Os visitantes percebem a experiência de visita como predominantemente “divertida”, “incrível”, “envolvente” e “educativa” – adjetivos que não apenas confirmam seu apelo lúdico e prazeroso, mas também reforçam sua missão de conectar entretenimento e aprendizado de forma natural e inspiradora. Aproximadamente 98% das escolhas foram positivas e apenas 1,4% corresponderam a percepções negativas, como “difícil de entender”, “desconfortável” ou “desinteressante”, evidenciando uma avaliação amplamente favorável da experiência oferecida pelo espaço.

Outro aspecto bem avaliado é a sinalização dos espaços expositivos, incluindo totens informativos, materiais gráficos, avisos e orientações no balcão. Na média dos três ciclos de pesquisa, 93,5% dos visitantes consideraram esse item intuitivo e acessível.

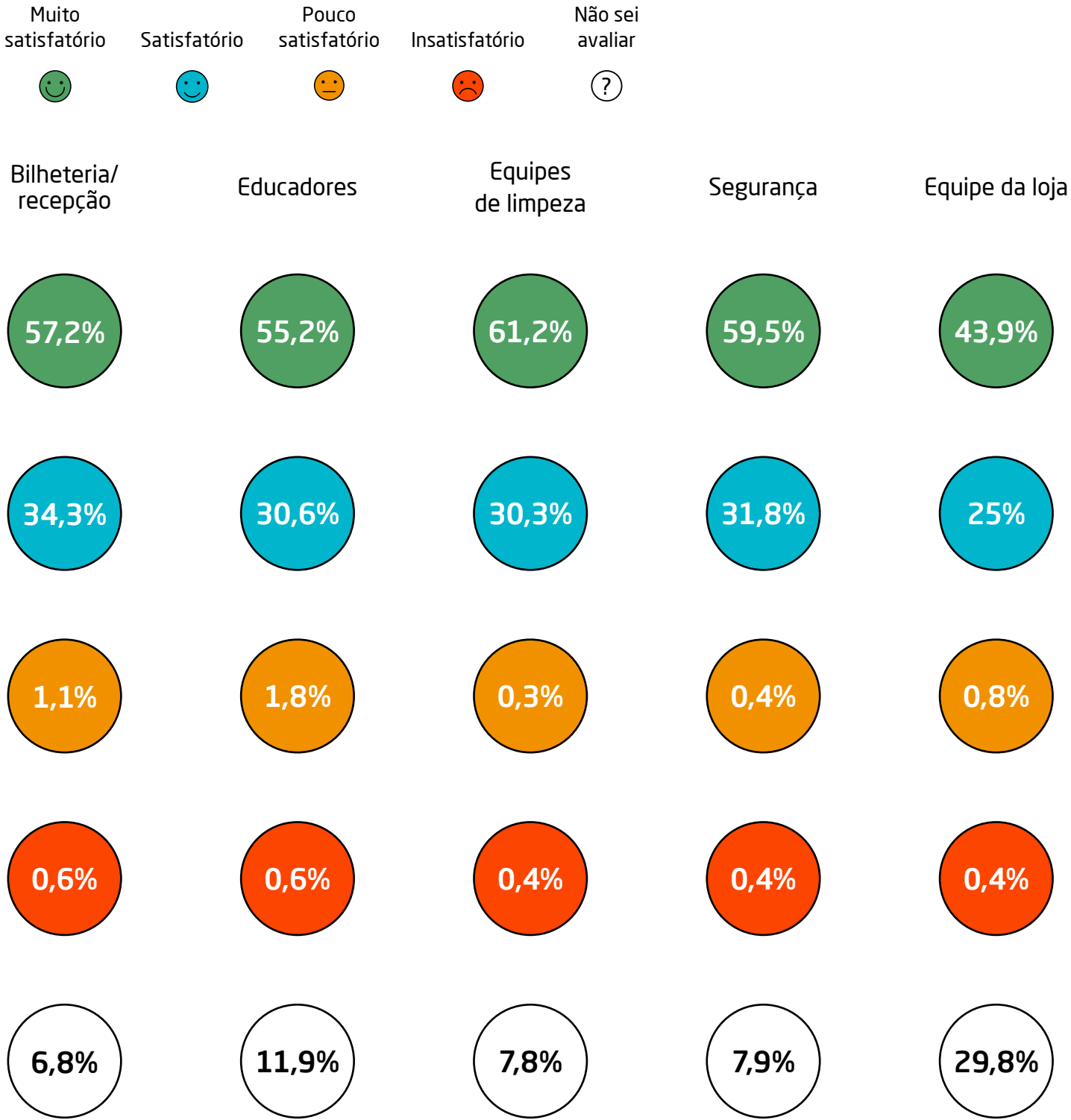
Quanto ao atendimento, o padrão de altos índices de aprovação se mantém. Entre os setores avaliados, há destaque para a equipe de limpeza, que obteve a maior taxa de satisfação: 91,5% dos visitantes consideraram o serviço satisfatório (30,3%) ou muito satisfatório (61,2%). Em seguida, destacam-se a segurança (91,3%), a bilheteria/recepção (91,5%) e os educadores (85,8%). Quanto às avaliações menos favoráveis, os índices de insatisfação foram muito baixos, variando entre 0,7% e 2,4%. Os educadores concentraram o maior percentual de insatisfação (2,4%), seguidos pela bilheteria/recepção (1,7%) e pela equipe da loja (1,2%) – ainda assim, trata-se de percentuais residuais frente ao elevado grau de aprovação geral.

Acessibilidade

O bloco de questões sobre acessibilidade foi incluído na pesquisa em 2023. Nesses dois ciclos os resultados mostram que, em média, 92% dos visitantes não são e não acompanham uma pessoa com deficiência. Já cerca de 9% do público possui alguma relação com a deficiência: 4% (N= 65) se identificam como pessoas com deficiência, outros 4% (N=76) acompanham alguém nessa condição e 1% (N= 10) declarou ambas as situações.

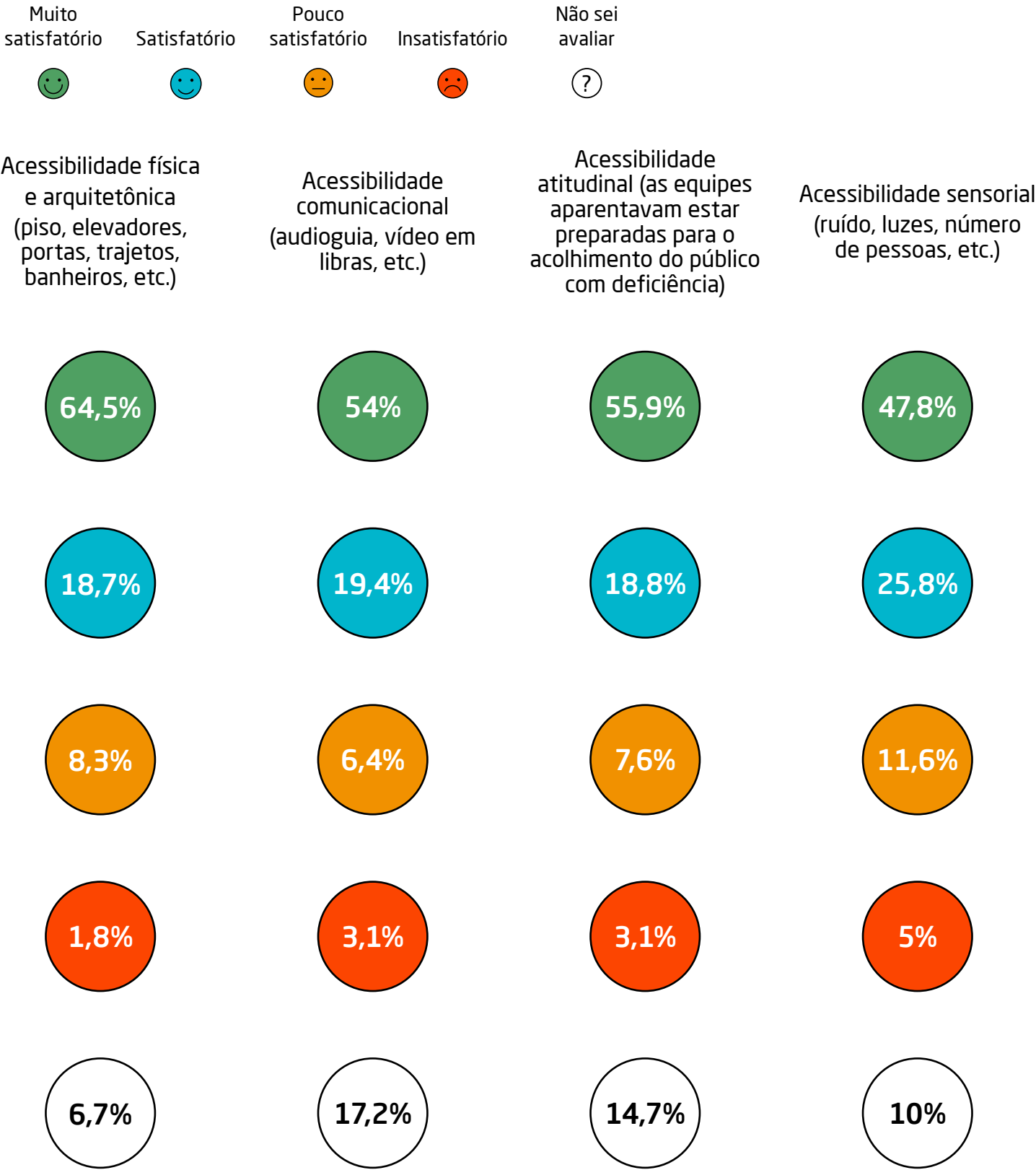
Dados do IBGE indicam que 8,6% da população do Centro-Oeste apresentam alguma deficiência, o que sugere que o SESI Lab está alinhado com esses resultados – um indicativo importante para o fortalecimento de políticas de acessibilidade. Em ambos os ciclos, o tipo de deficiência mais mencionada foi a neurodivergência (funcionamento neurocognitivo atípico, como TDAH, Transtorno do Espectro Autista (TEA), dislexia, TOC etc.). A acessibilidade foi bem avaliada pelos visitantes. Considerando a média dos dois anos, avaliações “bom” e “excelente” somam 83,2% para a acessibilidade física e arquitetônica, 74,7% para acessibilidade atitudinal, 73,4% para comunicacional e 73,5% para sensorial. A acessibilidade sensorial teve, em média, 5% de avaliações como “muito ruim” nos dois anos – o maior percentual entre todas as dimensões de acessibilidade. Esse resultado pode estar associado às características imersivas do espaço, como o uso de luzes intensas, sons e movimentação constante, que podem ser desafiadoras para alguns públicos. Em resposta a essa percepção, o SESI Lab tem adotado estratégias inclusivas, como a oferta de dias com estímulos sensoriais reduzidos e recursos de acessibilidade para empréstimo, buscando promover uma experiência mais confortável e acessível a todos os visitantes.

Satisfação do público quanto ao atendimento





Satisfação do público quanto à acessibilidade



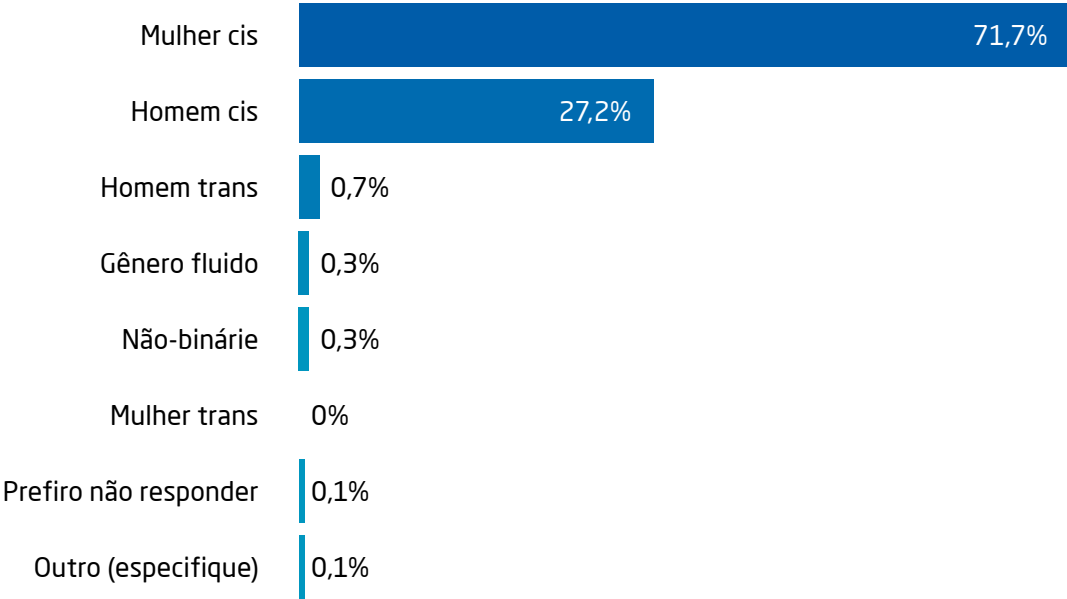
Oficinas maker

As oficinas maker, realizadas nos fins de semana, consistem em atividades educacionais práticas, com enfoque “mão na massa”, desenvolvidas pela equipe educativa do SESI Lab ou por pessoas convidadas e oferecidas para o público espontâneo que visita o museu. Realizadas semanalmente, aos sábados e domingos, busca engajar o público em conhecer, experimentar e criar projetos com o uso de tecnologias simples e conectadas às temáticas do museu.

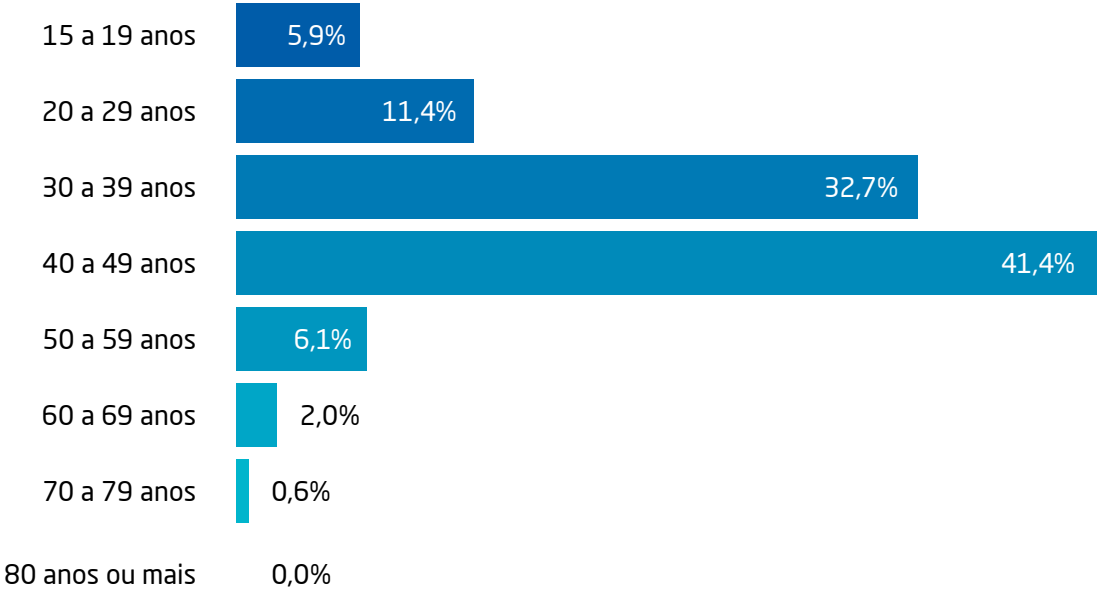
Na análise das oficinas maker, o foco recai sobre os aspectos que se diferenciam do perfil geral do público da exposição e aqueles que trazem contribuições significativas para a compreensão da dinâmica e do impacto dessa atração específica. A intenção é destacar elementos que caracterizam esse público de forma particular ou que reforçam a relevância das oficinas como uma experiência complementar no SESI Lab.

No perfil, por exemplo, nota-se que o público das oficinas é formado por uma porcentagem ainda maior de mulheres (71,7%), com maior nível de escolaridade (80% com ensino superior completo ou pós-graduação) e predominância de faixas etárias mais elevadas (48% entre 35 e 44 anos), em comparação com o perfil do visitante das exposições. Além disso, a companhia dos respondentes é alterada, tendo como mais expressiva as respostas para outros membros da família (49,0%) e crianças (52,4%), reforçando o caráter familiar e educativo das oficinas.

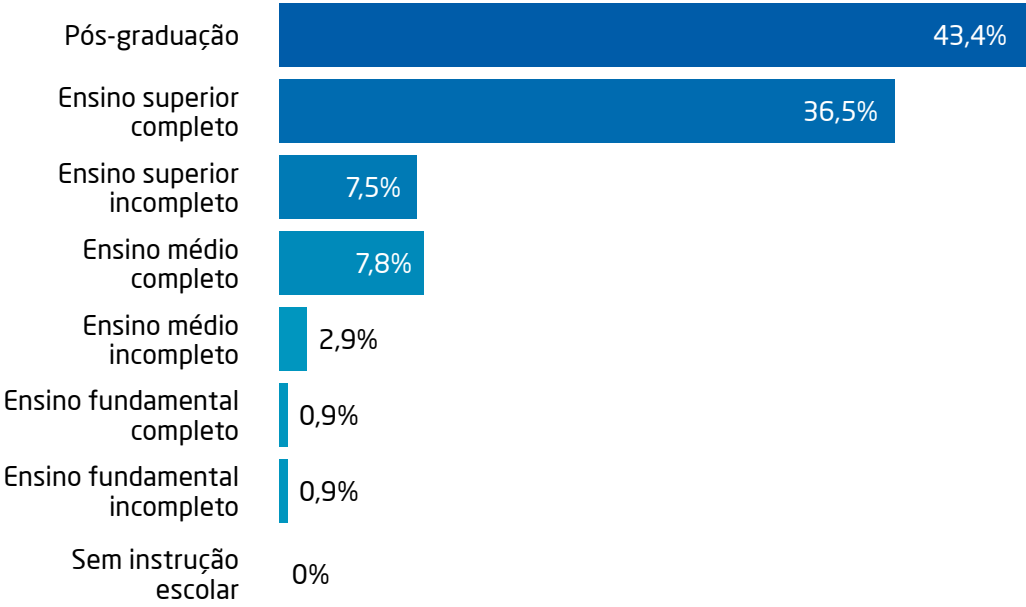
Gênero do público participante das oficinas maker

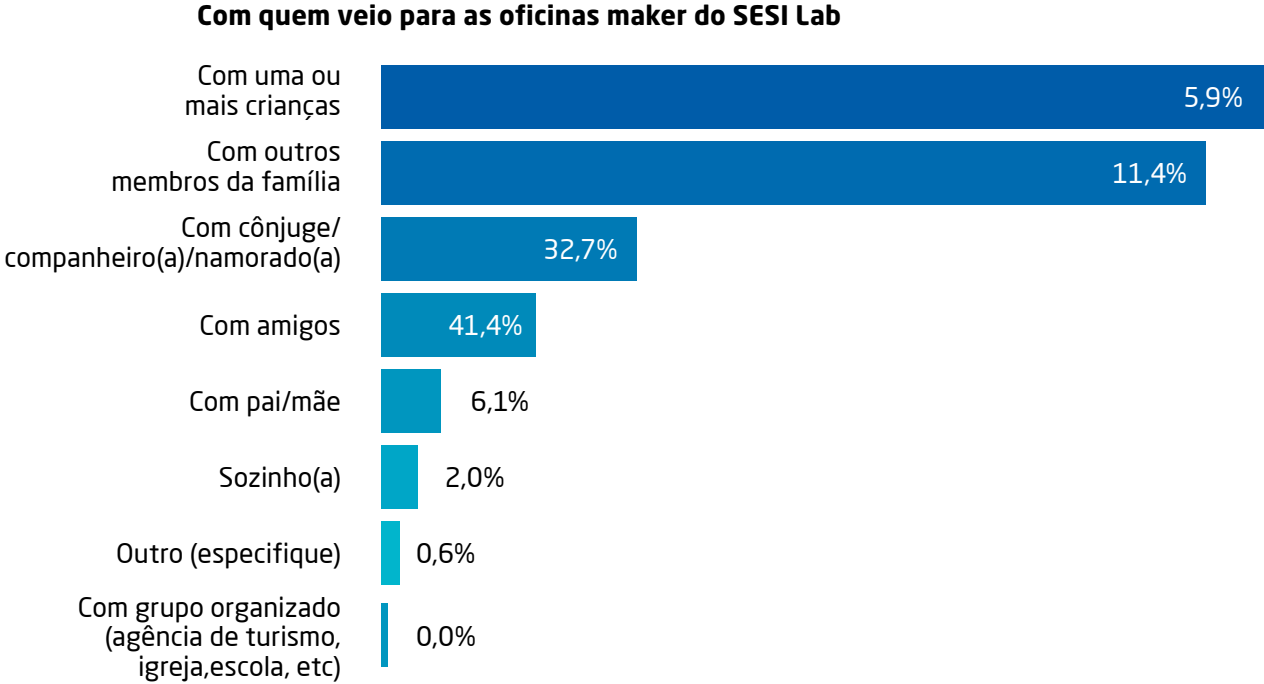


Faixa etária dos participantes das oficinas maker



Escolaridade dos participantes das oficinas maker

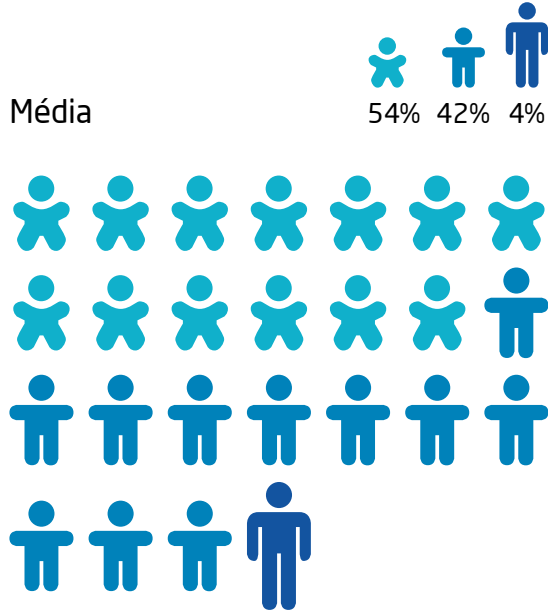
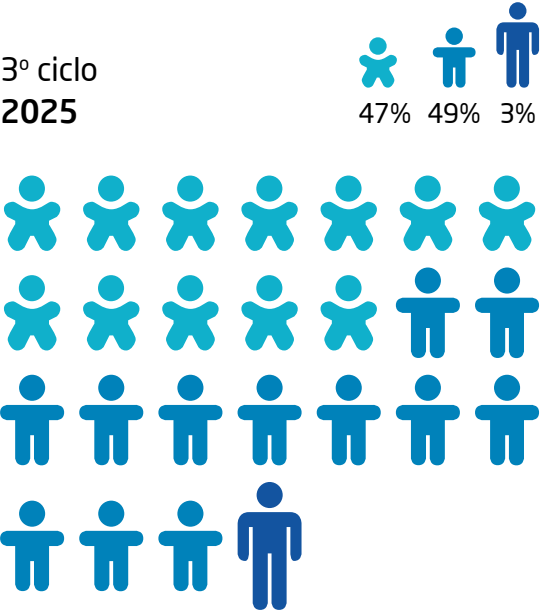
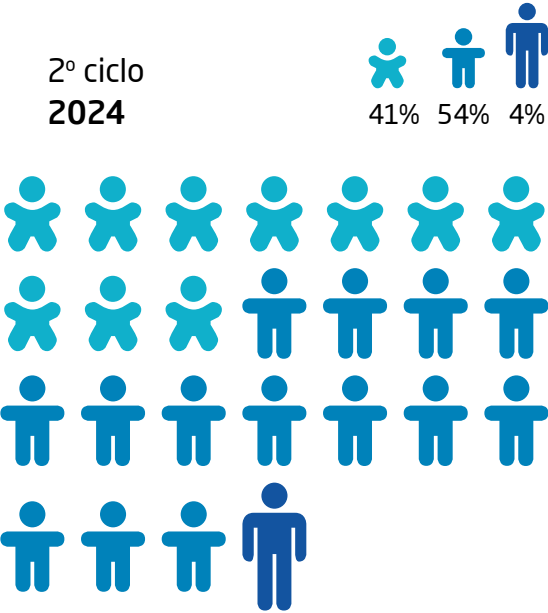
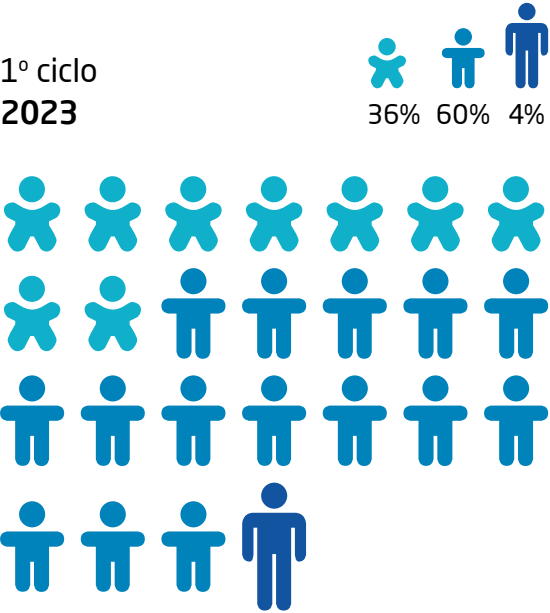




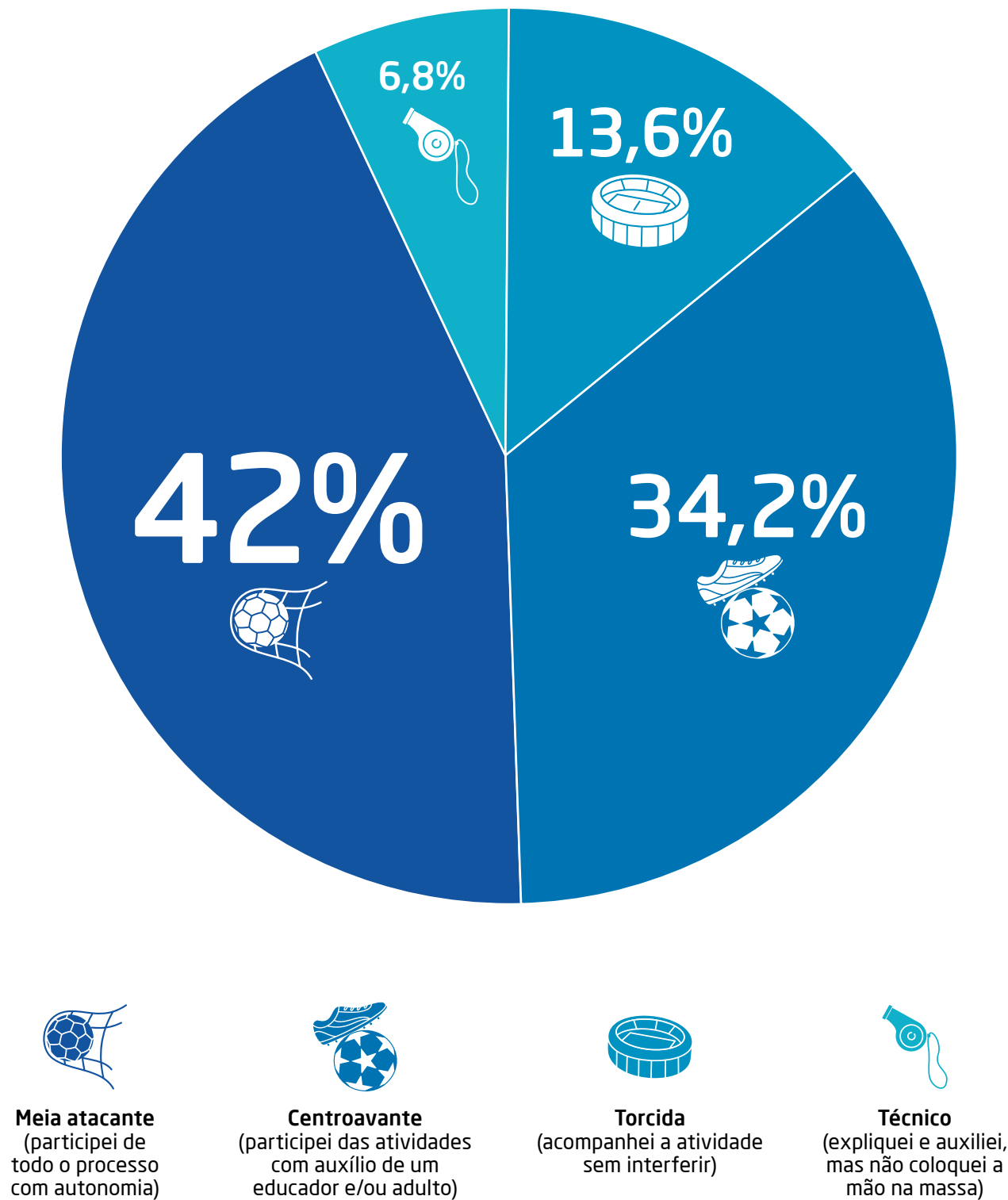
Sobre a idade das crianças que participam das oficinas, verifica-se que, no comparativo entre os três ciclos de pesquisa, há um crescimento expressivo na participação do público de 0 a 6 anos, que passou de 36% em 2023 para 49% em 2025, refletindo uma adaptação bem-sucedida das oficinas para essa faixa etária. No cômputo geral dos estudos, 42% estão entre 0 e 6 anos e 54%, entre 7 e 12 anos. Essa tendência pode indicar um esforço para tornar as atividades igualmente atrativas tanto para crianças menores quanto para as mais velhas, garantindo uma distribuição mais homogênea do público nas oficinas.

Para investigar a participação dos respondentes, a pesquisa continha uma questão que fazia uma analogia a algumas figuras em um campo de futebol. As respostas evidenciam que a maior parte do público assume um papel ativo e autônomo nas oficinas, já que 42% dos participantes se identificaram como “meia atacante”, ou seja, engajados em todas as etapas do processo sem necessidade de auxílio. Um grupo expressivo (34,2%) também participa ativamente, mas com algum apoio de educadores ou adultos, assumindo o papel de “centroavante”. Já as participações mais observacionais, como “torcida” (13,6%) e “técnico” (6,8%), aparecem em menor proporção, indicando que o formato das oficinas estimula majoritariamente a experimentação direta e o protagonismo dos visitantes.

Público de crianças e adolescentes das oficinas maker



Opinião do público quanto
à sua participação nas oficinas maker



Em relação a alguns pontos que mensuram a satisfação do visitante em relação à oficina, verificamos uma experiência amplamente satisfatória para o público, com destaque para a atuação dos educadores, que obteve 97,2% de avaliações “ótimo” e “bom”, seguida da infraestrutura e conforto do espaço (96,2%), das estratégias e materiais utilizados (96,9%) e do conteúdo tratado (97,6%). Embora ainda com excelente desempenho, o tempo de realização da atividade apresenta a menor média de avaliações positivas (92,3%), o que pode sinalizar oportunidades para pequenos ajustes na duração das propostas.

Programação cultural

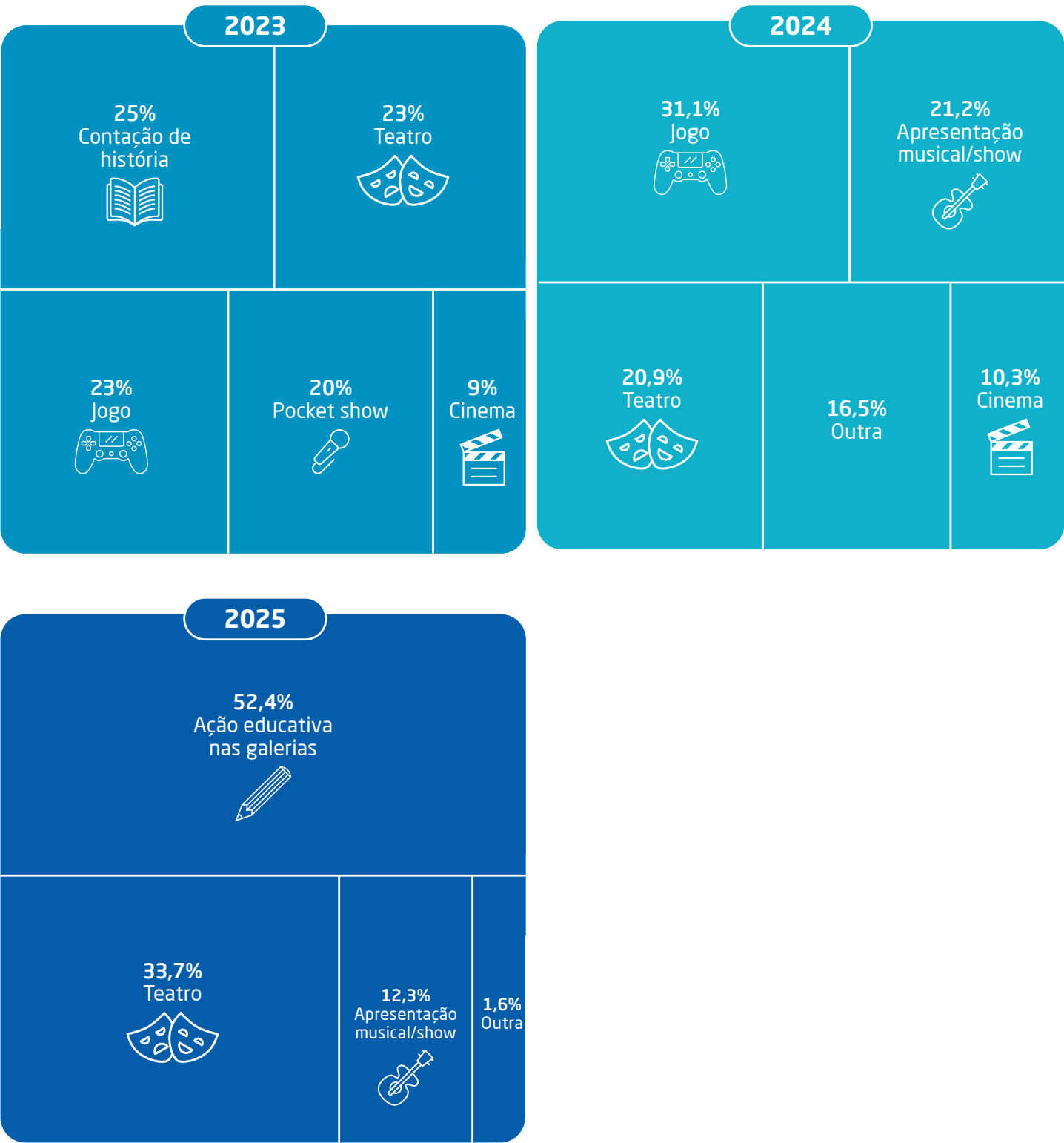
A programação do SESI Lab é diversificada e contempla uma ampla gama de atividades voltadas à popularização da ciência e ao acesso à cultura, tais como apresentações teatrais, musicais e shows, sessões de cinema, jogos interativos e mediações educativas nas galerias expositivas. Essas atividades ocorrem em finais de semana pontuais e, em maior frequência, durante a programação de férias de janeiro e de julho, buscando atender diferentes públicos.

O público da programação cultural é, em sua maioria, feminino, altamente escolarizado e composto por adultos entre 35 e 44 anos. Na média dos ciclos de pesquisa, o perfil de gênero se alinha ao da exposição, com predominância de participantes que se identificam com o sexo feminino (67%). Já em relação à faixa etária, a programação se aproxima mais das oficinas, concentrando 43,6% do público entre 35 e 44 anos (20,3% entre 35-39 e 23,3% entre 40-44 anos), enquanto a presença de pessoas com 50 anos ou mais é mais restrita (7,1%). A alta escolarização também se destaca: 42,8% dos participantes possuem pós-graduação e 33,5% têm ensino superior completo, reforçando o apelo da programação junto a públicos com elevado nível de formação.

Ao longo dos ciclos de pesquisa, observa-se uma transformação significativa nos formatos oferecidos pela programação cultural do SESI Lab. Em 2023, a programação destacou-se por atividades de caráter mais lúdico, com forte adesão do público a formatos interativos e narrativos, como contação de histórias (51,5%), jogos (47,7%) e pocket shows (43,6%). Já em 2025, identifica-se uma mudança de foco com a introdução das ações educativas nas galerias, que alcançaram expressiva participação (52,4%).

Entre as linguagens artísticas, o teatro demonstra consistência e apelo contínuo, mantendo-se presente nos três ciclos avaliados – 38,8% em 2023, 20,9% em 2024 e 33,7% em 2025 –, o que evidencia seu potencial de engajamento com diferentes públicos. Em contrapartida, o cinema, embora também presente ao longo dos três anos, apresentou queda progressiva de participação: 17,6% em 2023, 10,3% em 2024 e apenas 1,6% em 2025, apontando para uma possível necessidade de reavaliação dessa linguagem dentro da programação.

Participação do público na programação cultural do SESI Lab



Vista do espaço Maker.
Foto: João Pontes.
View of the Makerspace installations.
Photo: João Pontes.

A análise das percepções dos visitantes pelas atividades da programação cultural do SESI Lab revela um quadro positivo. O interesse aparece como a manifestação mais recorrente (62,1%), indicando alto nível de atenção e envolvimento do público durante as ações. A participação – entendida como interação com objetos e/ou diálogo – apresenta um índice médio menor (30,1%), o que pode ser atribuído, em parte, à natureza de algumas atividades ofertadas, como cinema, pocket shows e teatro, que não previam ou não permitiam esse tipo de envolvimento mais direto. Ainda assim, uma parcela significativa do público engajou-se de forma mais direta nas experiências propostas. Os indicadores de apatia ou desatenção permanecem em níveis bastante baixos: apenas 1,9% relatou apatia ou desinteresse, e 1,4% mencionou perda de foco, o que reforça a efetividade das estratégias adotadas para manter o público mobilizado ao longo das atividades.

Analisando os pontos das atividades, como infraestrutura, tempo, adequação à faixa etária, verifica-se que os aspectos mais bem avaliados foram a atuação dos educadores e os temas e conteúdos abordados – ambos com 96% das avaliações concentradas nas categorias “bom” e “ótimo”. Também se destacaram as estratégias e materiais utilizados (94%), a adequação das atividades ao perfil dos grupos atendidos (95%), a infraestrutura e conforto do espaço (91%) e o tempo de realização das atividades (92%). Esses resultados sinalizam a efetividade do conjunto de ações em proporcionar experiências culturalmente significativas. Por outro lado, ainda que em menor proporção, a soma das avaliações “regular”, “ruim” e “péssimo” indica aspectos a serem monitorados. A infraestrutura e conforto do espaço (9%) e o tempo de realização da atividade (7%) foram os itens com maior concentração de avaliações abaixo de “bom”, sugerindo possíveis oportunidades de ajustes pontuais para qualificar ainda mais a experiência do visitante. Apesar dessas observações, os dados reforçam a excelência geral das ações, que mantêm elevados padrões de qualidade percebida pelo público.



Ações educativas nas galerias de exposição.
Foto: Menndiz/CNI.
Educational activities at the exhibition galleries.
Photo: Menndiz/CNI.

Avaliação do público quanto às atividades da programação cultural



Considerações finais

A análise dos dados obtidos ao longo dos três ciclos da pesquisa no SESI Lab evidencia um público marcadamente diverso, com características que, ao mesmo tempo, reforçam e desafiam tendências amplamente descritas em estudos sobre museus de ciência no Brasil.

Observa-se uma diferenciação significativa nos perfis de público conforme o tipo de atividade oferecida: as exposições tendem a atrair majoritariamente jovens, enquanto as oficinas e a programação cultural mobilizam com mais frequência grupos familiares, ampliando as possibilidades de engajamento e diversificação das experiências no espaço. A predominância de mulheres, especialmente nas oficinas, pode estar associada à centralidade histórica e social do papel feminino na mediação cultural e no cuidado com as crianças em atividades educativas e de lazer.

A expressiva presença de casais e pessoas acompanhadas de seus/suas parceiros(as) –, sugere que o SESI Lab também tem se configurado como um espaço de encontro e convivência, sendo percebido inclusive como um destino para passeios e *dates*. Por sua vez, o elevado nível de escolaridade dos visitantes delinea um público geralmente bem informado, com repertório cultural ampliado e maior predisposição ao engajamento crítico com as propostas do espaço. Esse perfil também se reflete na tendência de retorno ao SESI Lab, que caminha para uma fidelização de parte do público.

No entanto, o que realmente se destaca no caso do SESI Lab é a sua capacidade de ampliação e diversificação gradual do público – não apenas em termos de gênero ou faixa etária, mas também de origem territorial e perfil socioeconômico. O crescimento de visitantes oriundos de regiões administrativas de menor renda aponta para um importante processo de democratização do acesso, impulsionado por estratégias de programação dinâmicas e ações que favorecem o retorno ao espaço, algo menos visto no panorama dos museus brasileiros.

Sobre acessibilidade, ainda que os índices de acessibilidade física e atitudinal sejam bastante positivos, os desafios sensoriais seguem como um ponto de atenção, sobretudo para públicos neurodivergentes. A resposta institucional, com iniciativas como visitas sensoriais adaptadas e recursos específicos, indica um caminho promissor, mas que exige continuidade e aprofundamento para garantir uma inclusão de fato efetiva.

No que concerne à experiência de visita, esta foi amplamente caracterizada como “incrível”, “divertida”, “envolvente” e “educativa”, evidenciando o sucesso do equilíbrio entre entretenimento e aprendizado. As oficinas maker destacaram-se por sua abordagem colaborativa e inclusiva, atraindo um público diverso, especialmente mulheres e pessoas com maior escolaridade. A programação cultural, com sua ampla variedade de atividades, também obteve uma excelente avaliação, refletindo a importância das ações educativas nas galerias e o apelo contínuo do teatro. Apesar de alguns pontos a serem ajustados, como a duração das atividades e a adequação

de alguns formatos, os dados demonstram que o SESI Lab conseguiu criar um ambiente dinâmico e acessível, com um alto índice de satisfação e uma experiência enriquecedora para seus visitantes.

Em síntese, o que é conhecido sobre o público do SESI Lab (até o momento) não se resume apenas a seus dados demográficos: trata-se de um público em transformação – curioso, diverso e cada vez mais ativo – que responde positivamente a um museu em constante movimento. Esse processo revela um espaço que não apenas acolhe, mas também escuta e aprende com seus visitantes, assumindo um papel social relevante na construção de uma ciência acessível, plural e inspiradora.

Referências bibliográficas

BITGOOD, S.; SHETTEL, H.H. Determining museum effectiveness: Visitor studies today. *The Journal of Museum Education*, v. 21, n. 3, p. 6-10, 1996.

CRESWELL, J.W. *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. 4. ed. Thousand Oaks: SAGE Publications, 2014.

FLEMING, D. Museums for Social Justice: Managing organisational change. In: SANDELL, R.; NIGHTINGALE, E. (eds.). *Museums, Equality and Social Justice*. London and New York: Routledge, 2012. p. 72-83.

GILMAN, B. I. Museum fatigue. *Scientific Monthly*, v. 2, p. 62-74, 1916.

JLEIVA Cultura & Esporte. *Cultura nas Capitais: 2024*. São Paulo: JLeiva Cultura & Esporte, 2024.

MANO, M.N.A.; GOUVÊA, G.; MAGALHÃES, M.C.M.; CARVALHO, A.M.P.; MASSARANI, L. Museus de ciência e seus visitantes no início do século XXI: Estudo longitudinal da visitação espontânea de cinco instituições da cidade do Rio de Janeiro. *Anais do Museu Paulista: História e Cultura Material*, v. 30, p. 1-48, 2022. Disponível em <https://doi.org/10.1590/1982-02672021v30e3>.

MELTON, A.W. *Problems of installation in museums of art*. Washington, DC: The American Association of Museums, 1935.

MORTARA, A. *Museus e coleções universitários: Por que museus de arte na Universidade de São Paulo?* Tese (Doutorado) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2001. Disponível em <https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27143/tde-10092003-160231/pt-br.php>.

OBSERVA DF. *Hábitos culturais no DF: a presença da desigualdade* (Relatório Técnico Nº 03/2023). Universidade de Brasília, 2023. Disponível em <https://observadf.unb.br/publicacoes>.

PDAD – Pesquisa Distrital por Amostra de Domicílios. *PDAD 2021 – Distrito Federal, 2021*.

ROBINSON, E.S. *The behavior of the museum visitor*. Washington, DC: The American Association of Museums, 1928.

SCHIELE, B. Les musées scientifiques, tendances actuelles. In: GIORDAN, A. (ed.). *Musées & Médias, pour une culture scientifique et technique*. Genève: Ville de Genève, Département des affaires culturelles, 1997, p. 15-29.

SCHIELE, B. Visitor studies: A short history. *Society and Leisure*, v. 39, n. 3, p. 331-56, 2016. Disponível em <https://doi.org/10.1080/07053436.2016.1243834>.

SCREVEN, C.G. Exhibit evaluation: A goal-referenced approach. *Curator*, v. 19, n. 4, p. 271-90, 1976. Disponível em <https://doi.org/10.1111/j.2151-6952.1976.tb00507.x>.

SCREVEN, C.G. États-Unis d’Amérique : une science en formation. *Museum International*, v. 178, p. 6-12, 1993.

SHETTEL, H.H. Exhibits: Art form or educational medium? *Museum News*, v. 52, n. 1, p. 32-41, 1973.

UNDERSTANDING OUR VISITORS (COVES). Multi-Institutional Museum Study: July 2019 – June 2024, 2019-2024.



Visitantes jogando no SESI Lab.
Foto: Menndiz/CNI.
Visitors playing games at SESI
Lab. Photo: Menndiz/CNI.

As exposições temporárias no SESI Lab: públicos, fluxos e recursos

Clara Azevedo e Julio Talhari¹

¹ Clara Azevedo é sócia-diretora da Tomaral Educação e Cultura, e atua com pesquisas, avaliações e atividades de planejamento junto a institutos, museus, fundações e poder público. Cientista Social e mestre em Antropologia Social (USP-SP), é integrante do Conselho Consultivo do Museu do Futebol e do Museu da Língua Portuguesa. Julio Talhari é doutor em Antropologia Social pela Universidade de São Paulo (USP). Tem como área de interesse as práticas culturais urbanas, com ênfase nas múltiplas relações entre os museus e as cidades.

Além dos autores, as pesquisas abordadas neste texto contaram com equipes formadas por Erick Roza e Júlia Yoshino (em ambas); Miguel dos Santos Filho (em *O futuro das profissões*); e Janiane Costa, Jéssica Pedroza, Jorge Wilker, Mariana Abreu (em *BioOCAnomia Amazônica*), bem como se beneficiaram do suporte fornecido pela Tomaral Educação e Cultura.

Este capítulo apresenta o panorama geral de dois estudos de público realizados a respeito de duas exposições temporárias do SESI Lab. Com temporalidades, abrangências e abordagens distintas, ambos os estudos tiveram perguntas em comum, que direcionaram o foco das investigações: Qual a percepção do público em relação às exposições? Quais são os recursos expositivos mais procurados ou mais efetivos e como acontece a interação dos públicos com eles? Como se dá a circulação dos visitantes pelo espaço expositivo?

As exposições pesquisadas foram *O futuro das profissões*, em cartaz de novembro de 2022 a julho de 2023, e *BioOCAnomia Amazônica*, em cartaz entre junho e novembro de 2024.

Primeira exposição temporária do SESI Lab, inaugurada juntamente com o próprio museu, *O futuro das profissões* foi concebida, planejada e executada antes mesmo que a equipe do museu pudesse conhecer o funcionamento cotidiano da instituição, bem como o seu público. Nesse cenário, a realização de uma pesquisa sobre o perfil e a interação dos visitantes com a exposição mostrou-se uma oportunidade de entender, de modo experimental, desafios espaciais e de comunicação visual, possibilidades de circulação, a eficácia das soluções expográficas e mesmo a relação da exposição com as demais áreas do museu.

A mostra *O futuro das profissões* oferecia experiências interativas com teor informativo, crítico e reflexivo; consistia em uma experiência de estranhamento da realidade, que convidava o público a exercitar a alteridade, refletindo sobre o seu lugar no mundo do trabalho, sobre o lugar do outro e sobre as transformações que podem (e tendem a) atingir a todos na esteira da história. A exposição apresentava nove tipos diferentes de recursos expositivos em variados formatos (jogos, vídeos, quiz interativo, entre outros) com o objetivo de fornecer informações e suscitar reflexões sobre o futuro das profissões. A ocupação na galeria não possuía divisórias nem percursos específicos

a serem percorridos linear e sequencialmente, de modo que tanto a circulação pelo espaço como o uso dos aparatos eram dinâmicos.

Já *BioOCAnomia Amazônica*, segunda exposição temporária autoral realizada no museu (e terceira em sua programação), pôde, por um lado, aproveitar as lições aprendidas e, por outro, abrir-se para novas experimentações, sobretudo de espacialização. De fato, quem teve a oportunidade de visitar as duas exposições poderia dizer que visitou espaços completamente diferentes, que não pareciam ocupar a mesma área. Diferentemente de *O futuro das profissões*, que não apresentava compartimentações, *BioOCAnomia Amazônica* dividia o espaço em seis pequenas salas (chamadas “áreas”) que deveriam ser percorridas numa sequência pré-definida. A exposição tratava do tema da bioeconomia por meio de recursos expositivos variados (vídeos, mapas, exemplares de alimentos, produtos comerciais feitos com insumos amazônicos, obras artísticas, quiz interativo, jogos etc.). Iniciava com uma apresentação da biodiversidade existente na floresta amazônica, depois assinalava a importância da ciência ancestral e dos saberes amazônicos; desse modo, demonstrava as possibilidades de produção econômica baseadas em recursos da floresta e a potencialidade de uma nova indústria orientada pela inovação propiciada por esses elementos.

Ambas as exposições compuseram a programação de um museu jovem, inaugurado no final de 2022 e que, com a liberdade e o frescor daqueles que chegaram há pouco no mundo, está aberto a experimentar para, paulatina e dialogicamente, ir se construindo e se consolidando na cena museal do Distrito Federal. Ao longo deste capítulo, após ponderações metodológicas, apresentam-se alguns dos resultados obtidos.

Considerações metodológicas

Já há uma longa tradição de pesquisas de público em museus, com diferentes abordagens e métodos, e as pesquisas aqui apresentadas bebem desse arcabouço teórico e empírico (Gilman, 1916; Robinson, 1928; Falk, 1982; Greenblatt, 1991; Cazelli, 1992; Freire, 1992; Valente, 1995; Köptke, 2002; Dabul, 2005; Davey, 2005; Simon, 2010; Almeida, 2012; Talhari, 2014 e 2024; Marques, 2022; para citar alguns), bem como de outras referências já consagradas de investigação social (Geertz, 1989 [1973] e Minayo, 2001, entre outros).

Ambos os estudos mesclaram métodos e técnicas, com a diferença de que a exposição *O futuro das profissões* foi pesquisada a partir de uma abordagem exclusivamente qualitativa, enquanto *BioOCAnomia Amazônica*, que daqui para frente será chamada de *Bioca*, lançou mão de abordagens quantitativa e qualitativa. A primeira pesquisa também foi realizada por um período mais curto, em 2023, e abrangeu um público menor. Já a segunda, realizada em 2024, por ter incluído também um questionário estruturado, alcançou um número maior de visitantes.

Por se tratar de estudos-piloto solicitados pelo SESI Lab, a experimentação de métodos contribuiu não só para testar hipóteses acerca dos objetos de investigação, as exposições temporárias, mas também para testar as próprias premissas e procedimentos de pesquisa, permitindo, comparativamente, refletir sobre limites e possibilidades de cada abordagem empregada.

Para pesquisar *O futuro das profissões*, optou-se por uma observação participante dentro da exposição, com o público espontâneo, e rodas de conversa com o público interno de educadores e com jovens estudantes que haviam visitado a exposição, via agendamento escolar. Já a *Bioca* foi investigada via observação participante e a partir de um questionário estruturado, aplicado ao final da visita, ambas as estratégias voltadas somente ao público espontâneo. Além desses dois métodos, na *Bioca*, durante a observação participante, experimentou-se acompanhar o percurso completo de alguns visitantes, buscando identificar perfil dos visitantes e mensurar suas atividades e tempos. Apesar de não ter como objetivo realizar observações de percurso do tipo *timing and tracking*, o exercício se inspirou parcialmente nesse tipo de abordagem para realizar seus registros.

Cada pesquisa partiu de uma matriz de referência própria, construída em conjunto com a equipe do museu, com perguntas gerais e específicas, indicadores, fontes e métodos, entre outros campos. Como quadros lógicos de cada pesquisa, foram dessas matrizes que se derivaram os instrumentos que guiaram o trabalho dos pesquisadores: roteiros de observação e modelo para relatos de campo; roteiros semiestruturados das rodas de conversa; questionário estruturado. As duas pesquisas contaram com profissionais residentes de Brasília, de modo a agregar conhecimentos e repertórios locais para a interlocução com os públicos e interpretações dos resultados.

A pesquisa sobre *O futuro das profissões* baseou-se ainda em interlocução intensa e intencional com educadores e orientadores de público, propiciando reflexões sobre as percepções deles a respeito dos visitantes, as estratégias desses profissionais na relação com os públicos e, também, os desafios no relacionamento entres eles. Para uma maior simetria nas análises, tais resultados não serão explorados aqui.

Quadro-síntese das coletas de dados nas duas mostras			
	Observação participante	Rodas de conversa/ participantes	Questionário on-line/ participantes
O futuro das profissões	10 dias	3 rodas, 37 participantes	não se aplica
Bioca	10 dias	não se aplica	1 questionário, 447 participantes



Visitantes na exposição BioOCAnomia Amazônica.
Foto: Augusto Coelho/CNI
Visitors at the Amazonian BioOCAnomy exhibition.
Photo: Augusto Coelho/CNI

³ Foi aplicado um miniquestionário de perfil com os participantes das quatro rodas de conversa, cujos resultados não serão apresentados aqui por não serem uma amostra estatisticamente representativa.

O perfil dos públicos da pesquisa nas exposições *O futuro das profissões* e *BioOCAnomia Amazônica*

Para apresentar o perfil dos públicos das exposições *O futuro das profissões* (2023) e *Bioca* (2024) é preciso, antes, sinalizar dois aspectos que impossibilitam uma análise comparativa direta.

O primeiro diz respeito aos enfoques. A pesquisa em 2023 mirava jovens de ensino médio (espontâneo e escolar), com escuta especial para duas experiências de visitas escolares de instituições do Distrito Federal mediadas pelos educadores do museu; a pesquisa em 2024 concentrou o olhar no público espontâneo geral, independentemente da faixa etária, mas excluindo as visitas organizadas por escolas e empresas/instituições.

O outro ponto refere-se à metodologia. A pesquisa sobre *O futuro das profissões* foi inteiramente qualitativa. Já a pesquisa sobre a *Bioca* utilizou métodos mistos, e com o questionário on-line foi possível obter dados sociodemográficos por meio de autodeclaração, constituindo uma amostra estatisticamente válida.

Perfil de público da exposição *O futuro das profissões*

Nesta pesquisa não foram empregados métodos e instrumentos de coleta que permitissem traçar quantitativamente o perfil socioeconômico e sociodemográfico dos visitantes. As análises derivaram do olhar criterioso dos pesquisadores, por meio de observação participante, em compreender comportamentos e outros marcadores sociais da diferença considerados relevantes. A observação participante baseou-se, além da observação propriamente dita, na interação e interlocução com orientadores de público e visitantes³.

A pesquisa coincidiu com o período de recesso no calendário escolar do Distrito Federal, que acontece no mês de julho. Por essa razão, a entrada no SESI Lab foi gratuita, o que ocasionou um aumento de público e de sua diversidade, envolvendo pessoas com perfis socioeconômicos aparentemente destoantes em relação à média.

A percepção de que o público que frequenta o SESI Lab é, ainda, majoritariamente branco e de camadas médias e altas foi manifestada recorrentemente por educadores e orientadores. Essa percepção foi confirmada pela pesquisa sobre os visitantes do SESI Lab, realizada no mesmo ano (Scalfi et al., 2023); embora esta pesquisa não tenha focado na exposição temporária, ela concluiu que o “público do SESI Lab é predominantemente branco” – e 52,3% dos respondentes se declararam assim – e de alta escolaridade. Nesta pesquisa, não há um indicador sobre a renda, mas foi verificado entre os públicos “um alto índice de pessoas empregadas no setor público”, 37,5%. Além disso, 26,4% dos visitantes eram do Plano Piloto, a maior porcentagem na comparação com outras regiões do DF.

Durante a observação participante, evidenciaram-se alguns aspectos, também percebidos por educadores e orientadores: “o público é majoritariamente composto

⁴ Para manter as análises que foram feitas originalmente, usa-se como referência para entender o perfil de *O futuro das profissões* a pesquisa de público geral feita pelo SESI Lab em 2023; e na *Bioca*, a de 2023 e a de 2024 (Scalfi et al., 2023 e 2024). As citações deste parágrafo foram extraídas das páginas 13 e 19 do referido estudo.

por famílias, pais e filhos”, como afirmou mais de um deles. Os dados de público geral não só afirmam que os visitantes do SESI Lab vão acompanhados, como que essa tendência é verificada em outros museus (Scalfi et al., 2023⁴). Eventualmente se viam casais sem filhos ou pessoas adultas sozinhas, mas muito dificilmente adolescentes sozinhos (e mesmo em família) ou jovens desacompanhados. Notou-se – mediante a observação de marcadores sociais como vestuário, linguagem, comportamentos e fenótipos, entre outros – que o perfil de público espontâneo médio da exposição era de famílias heterossexuais e jovens, majoritariamente brancas e das camadas médias e altas. Esse perfil era antagonizado quando a exposição recebia excursões escolares ou visitas mediadas de grupos ou empresas, pois nessas situações eram composições mais diversas que ocupavam o espaço. Mas, no geral, viam-se poucos visitantes negros.

As pessoas que podiam chegar ao museu com veículo próprio – 71,3%, de acordo com a pesquisa de Scalfi et al. (2023) – ou por meio de transporte por aplicativos, mas também aquelas que residem nas regiões mais próximas, eram a maioria. Em pesquisa com agentes de cultura e divulgação científica, havia sido observado que a relação entre as instituições localizadas no Plano Piloto e os moradores das regiões administrativas é sensível (Tomara!, 2021).

Cabe notar que a preocupação com a distância impactou no tempo dedicado às interações com os aparatos. A pesquisa mostrou que as oportunidades de visitar museus e o próprio setor da cidade onde está localizado o SESI Lab acontecem, quase exclusivamente, por promoção de escolas.

Embora os aparatos da exposição temporária fossem pensados para todos os públicos, sobressaiu-se uma percepção de que o conteúdo de *O futuro das profissões* interessava mais aos adolescentes ou jovens e cativaria mais a atenção do público adulto. “Não faz muito sentido para as crianças visitar a exposição. Porque é uma coisa que diz muito sobre a vida adulta”, comentou umas das educadoras do SESI Lab.

Ancorados numa diferenciação de que as atrações das galerias Fenômenos do Mundo e Aprender Fazendo (ambas localizadas no piso inferior) seriam mais interessantes ao público infantil, os educadores reforçaram uma percepção de que o perfil do público para as galerias do piso superior do museu (entre elas, a que abriga a exposição temporária) seria o público do ensino médio, ensino técnico ou pessoas adultas, de modo geral.

Conforme as reações ouvidas na pesquisa, o público espontâneo em muitos momentos percebe uma demarcação dos espaços expositivos, diferenciando as galerias de baixo como sendo para as crianças e as de cima, para os adultos.

Por fim, destaca-se que visitantes cujo perfil é de maior interesse pelas ciências humanas e reflexões com pensamento crítico aparentaram beneficiar-se mais da exposição temporária. Além disso, as pessoas pareciam desfrutar melhor da experiência quando se identificavam com as linguagens propostas.

⁵ Entre 19 de setembro de 2024 e 27 de outubro de 2024.

Perfil de público da exposição *BioOCAnomia Amazônica*

Para a identificação do perfil dos visitantes da exposição *Bioca*, foram aplicados 447 questionários ao longo de 38 dias⁵. O público registrado pela pesquisa não difere significativamente do público geral do SESI Lab, exceto em alguns aspectos que serão mencionados ao longo desta seção.

De acordo com a pesquisa realizada com todo o público do museu entre janeiro e março de 2024 (Scalfi et al., 2024), o público jovem (até 29 anos) corresponde à maior parte dos visitantes, ou 63,1%. Na exposição temporária, especificamente, o resultado obtido para este dado foi de 54,4%. Observou-se, ainda, uma pequena diferença, para mais, do público de 30 a 34 anos: na pesquisa geral este segmento aparece como 8,5% do público e, na exposição, com 13,6%. Dessa maneira, a faixa etária predominante na exposição foi de pessoas de até 34 anos (68%). Cabe destacar que, se segmentados por gênero, os dados indicam que, entre o público adulto (entre 30 e 55 anos), as mulheres aparecem em maior proporção que os homens, ainda que entre os jovens a representação seja similar para os gêneros. A saber, entre os adultos, os homens são 37,2% e as mulheres, 43,6%.

Entre o público abordado, as mulheres em geral e os jovens sem filhos aceitaram responder ao questionário com maior frequência que os homens (sozinhos ou acompanhados). Ainda assim, o resultado do perfil de gênero obtido está de acordo com o observado durante a observação participante e se alinha à pesquisa de público geral – com a indicação de que as mulheres corresponderam a 60,8% dos visitantes e os homens, 35,4% (Scalfi et al., 2024). Na *Bioca*, as mulheres representaram 59,1% dos respondentes e os homens, 38,5%. Além disso, foi observado que muitas mulheres vão à exposição com crianças e, de maneira geral, ficam responsáveis pelo seu cuidado. De fato, dos respondentes que afirmaram estar acompanhados por uma ou mais crianças, 67% eram mulheres.

Ainda com relação ao gênero, foram mencionadas outras identificações (homem trans, não binário, outros ou não responderam, todos com menos de 1%). Com relação à sexualidade, 72% das pessoas declararam ser heterossexuais, 12% bissexuais e 9,5% homossexuais, 4% preferiram não responder e os demais 2,5% responderam com outras identificações (panssexual, assexual, outros).

No que diz respeito à autodeclaração racial, os visitantes foram 53,9% brancos, 31,5% pardos, 8,7% pretos, 3,1% amarelos e 0,7% indígenas. Comparativamente à pesquisa de público geral (Scalfi et al., 2024), a proporção de amarelos e indígenas se manteve estável. No entanto, houve uma variação na representação do público branco, ligeiramente menor na pesquisa geral, 48,4%. Em contrapartida, as pessoas negras (aqui entendidas como a soma dos autodeclarados pretos e pardos, seguindo o critério do IBGE) estiveram em menor proporção na exposição, 40,2%, considerando o perfil geral do SESI Lab, em que somam 47,8%. Não houve diferença significativa entre a composição de gênero ou idade entre pessoas brancas e negras.

Com relação ao pertencimento geográfico, 57,9% dos respondentes são do próprio Distrito Federal. Além disso, o Plano Piloto é a localidade com a maior representação no que se refere à residência dos visitantes (12,3%).

Quase 39% dos respondentes vinham de outros estados brasileiros. Cabe destacar que esses dados foram os que apresentaram maior variação em relação à pesquisa de público geral: nesta, 76,6% do público residem no DF e 22,1%, em outros estados (Scalfi et al., 2024).

Com relação ao meio de transporte utilizado para chegar ao museu, a maioria significativa se desloca de carro (72,26%) – dado similar ao identificado na pesquisa de público geral de 2023 (71,1%) e destoante em relação à mesma pesquisa de 2024 (48,3%). Especificamente, dentre os 72,26% que foram de carro à exposição, 49,44% dos visitantes foram com carros próprios e 22,82% de táxi ou de carro contratado por aplicativo.

No que diz respeito à renda, a maior parte dos visitantes está na faixa de 5 a 10 salários mínimos, com 23,49%. O segundo maior grupo é aquele de 3 a 5 salários mínimos, com 17,45%. Além disso, a maior parte dos visitantes é de funcionários do setor privado (25,28%) ou do setor público (24,16%). Por fim, a maior parte dos respondentes afirma possuir pós-graduação completa (33,78%), ensino superior completo (32,21%) ou graduação incompleta (22,37%). Cabe destacar que, se comparados às pesquisas de público geral de 2023 e 2024, o perfil educacional indicado pelos questionários da *Bioca* se aproxima mais da primeira pesquisa de público, realizada em 2023 (Scalfi et al., 2023), que da segunda (Scalfi et al., 2024). Um fator que pode explicar esse dado é o fato de que a pesquisa de 2024 foi aplicada em concomitância com dois períodos de gratuidade relativamente longos, o que pode ter contribuído para uma maior diversificação do perfil de visitantes do SESI Lab. A mesma hipótese talvez ilumine o entendimento a respeito da variação dos dados sobre a composição racial dos visitantes.

Com relação ao perfil da visita, os perfis mais comuns foram as visitas com cônjuges, parceiros/as ou namorados/as (37,14%), com amigos (26,40%), com outros membros da família (22,15%) e com crianças (13,20%).

Circulação e usos dos espaços

As pesquisas permitiram captar aspectos relevantes da circulação pelo espaço expositivo e de usos por parte dos públicos. Com base nas observações realizadas, é possível afirmar que iniciar a visita ao SESI Lab pela galeria de exposições temporárias, localizada no primeiro pavimento, e não após a visita às demais galerias do museu, teve um impacto positivo no aproveitamento da experiência de visita das exposições. Para os públicos, principalmente adultos, que visitaram as mostras após passarem pelas galerias do piso inferior, o cansaço⁶ aparecia como um desafio à interação com os aparatos ali ofertados.

⁶ Esse cansaço, percebido em ambas as exposições, remete ao fenômeno conhecido como fadiga museal, já extensamente descrito na literatura sobre estudo de visitantes em museus (Gilman, 1916; Robinson, 1928; Köptcke, 2002; Davey, 2005; Almeida, 2012; entre outros). Esta fadiga é resultante do dispêndio de energia pelo visitante ao responder aos vários estímulos presentes nas exposições (em museus tradicionais, sobretudo, ver e ler). No SESI Lab, os estímulos aos visitantes são ainda maiores – como ouvir, tocar, jogar, fazer experimentos etc. –, de modo que a fadiga pode ser mais profunda.

⁷ Embora com percentual baixo, alguns respondentes do questionário afirmaram ter ficado sabendo da mostra justamente em função da sinalização de rua ou em mobiliário urbano. Um visitante, em campo aberto do questionário, observou: “Passando pela frente do edifício, vi a sinalização da exposição”.

Já as pessoas que começavam a visita pelas exposições temporárias demonstravam mais energia, tempo e disposição para interagir. A possibilidade de entrar pelo café, piso superior, e não pela entrada principal, piso inferior, é um facilitador para que se comece a visita pela galeria de exposições temporárias, o que, quando acontecia, contribuiu para engajar os visitantes recém-chegados e ávidos por fruir as atrações.

Assim, a visita das mostras temporárias mostrou-se afetada pelos padrões de utilização das outras galerias do SESI Lab. Em ambas, os visitantes que vinham das outras galerias pareciam replicar uma busca por interações e experiências estimulantes – o que por vezes contrastava com propostas mais reflexivas presentes nas duas exposições. Por isso, ficou nítido o maior aproveitamento, sobretudo pelos públicos adulto e jovem, daqueles que visitavam primeiro a temporária; não apenas por não estarem ainda fatigados, mas, talvez, também, por ainda não estarem no “modo mão na massa” suscitado pelas demais galerias.

As atividades que compõem a programação do SESI Lab (oficinas, shows, apresentações artísticas, gincanas) também influenciavam nos fluxos e permanência. Em alguns momentos, os espaços se esvaziavam completamente à medida que os avisos sonoros convidavam os públicos para as atividades. Além disso, quando havia eventos no Experimento Lab, localizado ao lado da área destinada a exposições temporárias, a interferência de sons na fruição das mostras era evidente.

A questão da sinalização das mostras e seu acesso demonstrou ser um desafio, embora quando se comparam as duas exposições seja possível observar que houve progressos. Em ambas, muitos visitantes ficaram em dúvida sobre por onde começar a visita. No caso de *O futuro das profissões*, que não possuía um percurso pré-determinado, a falta de sinalização externa e interna fazia com que visitantes, por vezes, usassem o espaço como passagem sem perceber as distinções entre a galeria temporária e as permanentes. Isso foi indicado nos resultados da pesquisa como ponto a ser trabalhado, e notou-se melhoria na comunicação visual na *Bioca*. Durante a exibição, a fachada externa do piso superior apresentava um grande painel em forma de anúncio⁷ e a sinalização da entrada da mostra era explícita. Para quem vinha diretamente da loja, a sinalização ainda não estava adequada, fazendo com que as pessoas entrassem pelo final da exposição e muitas vezes, por não entender do que se tratava, retrocedessem e não a visitassem.

A espacialização das duas mostras, a maneira como os aparatos estavam dispostos e como os textos de provocação/descrição ficavam mais ou menos visíveis potencializaram ou desafiaram a circulação. Vejamos como isso aconteceu.

Todas as experiências da exposição *O futuro das profissões* ocupavam um mesmo e único espaço, sendo possível observá-las, praticamente, de qualquer ponto da sala. Tal espacialização, aberta e conjugada, fazia com que o fluxo dos visitantes fosse bastante livre, e muitas vezes guiado pela busca por aparatos visualmente chamativos ou centrais.



Exposição *O futuro das profissões*.
Foto: Leo Finotti.
The Future of Professions
exhibition.
Photo: Leo Finotti.

Já a *Bioca* propunha uma visitação linear e sequencial por meio de várias pequenas salas, com um percurso a ser seguido. As salas possuíam aspectos visuais convidativos e sua estética foi bastante elogiada. No entanto, os visitantes por vezes pareciam se perder no espaço por não compreender a proposta do percurso, que não contava com um mapa para situar o caminho a ser percorrido. O caráter labiríntico às vezes confundia o público e fazia com que retrocedesse e saísse pela entrada, sem concluir a visita.

A localização das experiências e o seu entendimento para a plena interação marcaram de modos diferentes as duas exposições. Em *O futuro das profissões*, por exemplo, os monitores dispostos em semicírculos – e apresentando depoimentos de profissionais de diferentes áreas de atuação – chamavam a atenção pelo fato de estarem localizados no centro da galeria, mesmo que não retivessem uma atenção mais demorada dos visitantes, que logo se dispersavam para outras atrações ao redor. As questões provocativas que acompanhavam a experiência (“o que você aprendeu hoje?” ou “estudar para quê?”, entre outras), que poderiam mobilizar reflexões, nem sempre eram notadas, o que limitava a sua eficácia. A não existência de bancos para assistir aos vídeos – sugestivos, inclusive, de uma experiência mais imersiva –, impactaram a fruição efetiva dos conteúdos apresentados, tornando a experiência cansativa.

Da mesma forma, aparatos menos centrais, mais escondidos ou em pontos de difícil acesso, receberam pouca atenção do público – a depender, especialmente, da concentração de pessoas posicionadas nos aparatos mais próximos.

A circulação na *Bioca*, por sua vez, encontrava barreiras em função do formato. O conteúdo dividido por diferentes salas, sem essa informação prévia, deixava dúvidas sobre o que o visitante iria encontrar à frente ou sobre a dimensão total da mostra (“estou no começo, no meio ou no fim?”), o que interferia na motivação em seguir adiante e/ou retornar e abandonar a visita. Durante a observação, o volume de textos parecia desmotivar os visitantes, que raramente se detinham sobre eles. A grande variedade de formatos e aparatos apresentada nem sempre possuía sinalização, fazendo com que muitos conteúdos não fossem descobertos. Assim, soluções esteticamente atrativas e com conteúdos que exigiam algum tipo de interação para serem desvendados acabaram não cumprindo plenamente o seu papel.

Como apontado sobre o perfil, em ambas as mostras muitas das visitas eram realizadas por adultos com crianças. Nesses casos, as crianças geralmente ditavam o ritmo e a direção do passeio, o que, na *Bioca*, que possuía um percurso, levava-os, invariavelmente, a pular a introdução ou mesmo outras partes que convidavam a uma fruição mais demorada. Com certa frequência, mães, pais ou responsáveis entravam na exposição atrás das crianças, sem prestar muita atenção ao redor; às vezes, não passavam da primeira sala e logo saíam de volta pela entrada; em outras ocasiões, passavam através da exposição como se esta fosse uma mera passagem, em busca da saída. Mesmo estando com crianças que circulavam mais tranquilamente e exploravam as salas, os adultos em geral estavam ali como acompanhantes, de modo que era o interesse

⁸ Nas observações e acompanhamento de visitas completas, na Bioca, o tempo médio da visita foi de 17 minutos, considerando os diferentes visitantes espontâneos acompanhados. Foram acompanhadas 29 visitas ao longo de dez dias, em diferentes horários. A maior parte dessas visitas foi realizada por duas ou mais pessoas (casais, amigos, familiares etc.). Como a observação participante constatou – em consonância com outras pesquisas etnográficas com visitantes de museus e exposições (Dabul, 2005; Talhari, 2014), boa parte do tempo gasto foi com a própria sociabilidade, sem relação direta com os elementos expositivos.

delas que guiava a visita. Não raras foram as situações em que o adulto, ao demonstrar interesse por um objeto ou texto em particular, precisasse abandonar o que observava para cuidar de uma ou mais crianças. Adultos em pequenos grupos (sobretudo casais) ou desacompanhados tendiam a dedicar mais de tempo aos conteúdos, embora não fosse incomum que acelerassem o passo da metade para o fim⁸.

É preciso dizer que, além de as pessoas responsáveis pelas crianças serem em sua maioria mulheres, também a função de mediar a exposição recaía majoritariamente sobre elas, mesmo quando havia junto um homem também responsável, o que explicita desigualdades de gênero e desequilíbrio nas funções parentais. A observação apreendeu de perto a diferença do engajamento com as leituras, a fruição e o papel de mediação das mulheres com crianças em comparação com os homens com crianças, algo que ficou evidente em ambas as mostras. Enquanto as mulheres se responsabilizavam pelo trabalho de cuidar das crianças e com o engajamento delas com a exposição (exercendo uma função pedagógica), os homens, quando presentes, tinham uma maior possibilidade de se dedicar à exposição.

Ambas as exposições ganharam usos não previstos. Em *O futuro das profissões*, foi frequente ver pessoas, principalmente adultas, utilizando os assentos de alguns aparatos para descansar durante as visitas, de costas para os vídeos, enquanto as crianças interagiam entre si e/ou com outros aparatos da galeria. Em outras situações, os assentos eram utilizados por mulheres para amamentar seus bebês ou pelos próprios orientadores, que também usavam os bancos para descansar. Área de descanso para muitos adultos, as crianças usavam o espaço expositivo nas suas brincadeiras, correndo por entre os aparatos e até mesmo rolando pelo chão.

Essa atmosfera, que convidava ao descanso, também tinha a ver com outras características da mostra *O futuro das profissões*, que era mais silenciosa, escura e com menos traquitanas, se comparada às demais galerias do museu. Foi notável como a sua ocupação se dava de outro modo: menos barulhenta, com menor correria e menor frequência de gritos ou de expressões de surpresa e encantamento. A *Bioca*, mais ruidosa e com percurso por diferentes salas, a maioria pequenas e sem bancos, não ganhou esse status de lugar de descanso, mas muitas vezes transformou-se em um lugar apenas de passagem, que conectava o café e a loja a outras galerias do museu.

O engajamento dos visitantes espontâneos: eficácia dos recursos e conteúdos

Considerando a inseparabilidade entre forma e conteúdo, alguns aparatos ou soluções expográficas se mostraram mais eficientes do que outros em cada uma das exposições. Os aparatos que geraram maior engajamento, em ambos os casos, foram aqueles que pareciam promover uma identificação com os visitantes, conectando a temática

⁹ Especialmente porque foram vistos adolescentes e crianças respondendo ao quiz várias vezes, de modo aleatório, apenas para ter a possibilidade de publicar suas fotos.

da exposição com experiências pessoais. Vale dizer que todas as soluções foram analisadas, em menor ou maior grau, e trouxeram pistas para pensar o que funcionou mais – ou menos. São fartos os exemplos que emergiram das investigações; contudo, considerando o volume de dados, apenas duas experiências específicas de cada exposição serão mencionadas aqui.

O engajamento na mostra *O futuro das profissões* foi bastante evidente, sobretudo ao redor dos aparatos digitais. Isso ocorreu, em grande medida, com um aparato que funcionava como um quiz das profissões. Especificamente, a atração pelo quiz das profissões gerava concentração de pessoas, em fila, à espera da sua vez. Este grande interesse pelo quiz chegou a afastar muitos visitantes e inviabilizou a experiência com esse aparato durante muitas visitas escolares mediadas, em que o tempo disponível para circulação é limitado.

O quiz oferecia ao visitante a possibilidade de identificação direta com o conteúdo. Ao respondê-lo, escolhendo as alternativas, a pessoa recebia do aparato duas opções de profissão do futuro relacionadas ao que tinha respondido. Ao escolher a opção com a qual se identificava, a pessoa registrava uma foto sua, publicada em um grande painel, acompanhada do nome da nova profissão. Numa mirada rápida, a impressão era a de uma experiência próxima a das redes sociais, em que imagens pessoais são publicadas para serem vistas e curtidas, ainda que efemeramente. Seria tentador avaliar essa experiência como superficial⁹, no entanto, a escuta nas rodas de conversa com jovens permitiu entender melhor os seus efeitos. Conforme relatos, esse aparato levava os jovens a se imaginar no futuro, com várias possibilidades, mas incerto e de difícil previsão no presente. Por mais fantasiosa a profissão sugerida, ela promovia uma reflexão não sobre um futuro genérico pelo qual todos vão passar, mas sobre a situação que cada um era capaz de vislumbrar para si nesses futuros possíveis. O quiz também fazia com que levassem mais a sério suas escolhas no presente, gerando inclusive angústias, mas de modo reflexivo e significativo.

Em menor medida, também suscitaram engajamento os *smartphones* – dois grandes painéis que remetiam a celulares com *touch screen* e que traziam algumas notícias veiculadas pelo jornal *Nexo* (único ícone clicável no painel) – e o painel de retratos, que não era digital, mas sim formado por uma grande estrutura com placas giratórias que continham, de um lado, o retrato de uma pessoa e, do outro, a sua minibiografia. O painel costumava ser usado de forma aleatória pelas crianças, que se divertiam ao girar as placas. Contudo, nas visitas mediadas, o educador pedia aos visitantes que escolhessem uma pessoa com quem se identificassem. Isso conferia à leitura das várias trajetórias um objetivo conectado às vivências de cada um, além de relacionado ao tema da exposição. Nas visitas espontâneas, essa conexão também aconteceu quando alguns visitantes se dedicavam a uma fruição mais demorada – o que podia ser apreendido quando os pesquisadores escutavam frases como “olha, ele mora em Taguatinga”, momentos em que os textos estavam sendo lidos e conexões eram estabelecidas a partir dos repertórios pessoais.

De modo diferente, o quiz presente na *Bioca* também gerou engajamento. Conforme respostas obtidas via questionário, 56% dos respondentes declararam que o quiz foi o recurso mais acessado, entre todas as opções e categorias disponíveis. O quiz enfocava aspectos do bioma amazônico e o conteúdo das perguntas requeria algum engajamento com as leituras da sala – painéis ou telas informativas do monitor – para que o visitante acertasse as respostas. Como os visitantes em geral não buscavam esses outros conteúdos – conforme relatos da observação participante –, o quiz funcionava como uma introdução limitada, mas rápida, ao bioma. Além disso, o engajamento com esse aparato motivava interações entre aqueles que o acessavam coletivamente – foi possível notar que o uso em dupla ou de modo acompanhado suscitava conversas e trocas, gerando maior engajamento.

Pela observação e também pelo questionário, outro aparato que gerou muito interesse foram os expositores com produtos amazônicos, especialmente na sala que remetia a um armazém – sendo o segundo recurso mais mencionado no questionário dentre os que as pessoas afirmaram ter mais interagido (53,61%). O engajamento com os produtos amazônicos era tal que alguns visitantes voltavam à sala após percorrer a exposição inteira apenas para registrá-los pelo celular, talvez na intenção de adquiri-los posteriormente, já que havia QR codes dos produtos. O contato com os produtos motivou diálogos sobre o desejo de comprar os objetos e alimentos em exposição. A identificação, no caso dessa experiência, pareceu se dar com o que era “diferente”, mas pertencente a certo imaginário conhecido. Assim, certos produtos indígenas despertaram interesse, talvez por um caráter “exótico” ou “singular” associado às populações indígenas (como as pimentas e os cogumelos). Outros, mesmo de consumo tradicional indígena (como a mandioca), por estarem presentes na alimentação dos brasileiros de maneira geral (e o pequi, especificamente, no cardápio dos habitantes do Centro-Oeste), podiam ser vistos como banais. Aqui caberia o uso do conceito de ressonância, de Stephen Greenblatt (1991), que tem a ver com certo “maravilhamento” ou “fascínio” no contexto museal. O encantamento se dá em relação ao que é diferente, mas com significado cultural (portanto, não totalmente estranho), que se destaca entre o que é conhecido, familiar.

Ambas as exposições tiveram como marca o volume de textos, áudios e audiovisuais, que exigiam disponibilidade de tempo para serem fruídos. “Não, filha, esse tem que ler muito. Depois a gente volta”, como disse uma das visitantes de *O futuro das profissões*. Essa característica contrastava com as experiências da exposição de longa duração e talvez contribua para entender a chave com a qual o visitante, que já passou pelas outras áreas do museu e, portanto, por uma série de experiências de “fazer”, com ações como tocar, apertar, empurrar, bater, girar, pular, dançar etc., chega à exposição temporária, na qual precisa mudar o ritmo e o tipo de interação. Se, por um lado, a experiência nas galerias do piso térreo parece mais acelerada, as duas exposições temporárias demandavam uma desaceleração para a fruição. Muitos dos conteúdos também eram voltados a jovens ou adultos, despertando menor interesse nas crianças, que constituem um público bastante presente no museu.



Exposição BioOCAnomia Amazônica.
Foto: Vitor Brjr/CNI.
Amazonian BioOCAnomy exhibition.
Photo: Vitor Brjr/CNI.

Nas mostras temporárias estudadas, a observação participante notou pouca dedicação do público às experiências mais demoradas, levantando dúvidas sobre a apreensão em relação ao conteúdo proposto e provocando reflexões sobre o tempo necessário para fazer uma visita proveitosa, que não seja apenas de circulação pelo ambiente. Na exposição *O futuro das profissões*, uma visitante, certa vez, comentou que “poderia ter menos coisas pra ver”, pois a visita acabava “demorando muito tempo”.

Em geral, não somente o tempo gasto na exposição, mas, sobretudo, como era gasto, parecia insuficiente para uma interação razoável com os aparatos e, consequentemente, para uma compreensão satisfatória da proposta expositiva. Contudo, como assinala John H. Falk, “também devemos lembrar que informações sobre o tempo que um visitante gasta, por si só, são de pouca ou nenhuma importância sem uma compreensão dos fatores que contribuíram para esse comportamento” (1982, p. 12; tradução nossa).

Considerações finais

Muitos outros dados e aspectos poderiam ter sido abordados neste artigo, dado o volume de informações e análises produzidas no âmbito das duas pesquisas.

Do ponto de vista metodológico, no caso de *O futuro das profissões*, as rodas de conversa se mostraram boas estratégias para captar reflexões um pouco mais elaboradas sobre os efeitos da fruição; a interlocução com os educadores foi importante para entrar em contato com as reações das pessoas nas visitas mediadas; e as conversas informais com os orientadores foram fundamentais para conhecer mais de perto o dia a dia da visitação. Já a aplicação do questionário, feita apenas na *Bioca*, demonstrou-se uma ferramenta importante para obter um perfil de público mais preciso e estabelecer comparações com as demais pesquisas realizadas pela instituição.

Em ambas as abordagens adotadas, há, sem dúvida, limites e ganhos. Nos dois relatórios das pesquisas, foi possível tecer recomendações sobre aspectos bem específicos, até mesmo correções pontuais de conteúdo, e também mais gerais, relacionadas às exposições em seu conjunto e ao museu como um todo, considerando que a avaliação de uma temporária não pode ignorar o impacto das demais galerias do SESI Lab e as dinâmicas de frequência do próprio museu.

É possível dizer que em ambas as exposições evidenciou-se que as experiências pessoais são chaves fundamentais para gerar conexão entre visitante e conteúdo e entre visitantes entre si, como afirma Nina Simon (2010), embora esse vínculo nem sempre ocorra de maneira óbvia. Assim, estar atento ao perfil do público, suas expectativas e possibilidades de identificação com o conteúdo apareceram como ponto essencial.

Nessa perspectiva, o fato de o SESI Lab já contar com duas pesquisas sobre exposições temporárias e amplas pesquisas de público, além de pesquisas pontuais a respeito de atividades específicas, demonstra o lugar central que a instituição atribui ao público e sinaliza que a escuta atenta e ativa parece fazer parte de seu DNA, marcado por um interesse em se conhecer profundamente e uma grande abertura para se rever a partir do diálogo com a sociedade. Sem dúvida, tal investimento, com resultados monitorados e avaliados ao longo do tempo, trará ganhos de diversas ordens à instituição.

Referências bibliográficas

ALMEIDA, A.M. A observação de visitantes em museus: sobre ratos e seres humanos. *Museologia e Interdisciplinaridade*, v. 1, n. 2, jul./dez., p. 10-29, 2012.

CAZELLI, S. *Alfabetização científica e os museus interativos de ciências*. 163f. Dissertação (Mestrado) – Departamento de Educação, Pontifícia Universidade Católica, Rio de Janeiro, 1992.

DABUL, L.M.S. *O público em público: práticas e interações sociais em exposições de artes plásticas*. 334f. Tese (Doutorado em Sociologia) – Centro de Humanidades, Departamento de Ciências Sociais, Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2005.

DAVEY, G. What is museum fatigue? *Visitors Studies Today*, v. 8, n. 3, p. 17-21, 2005.

FALK, J. The use of time as a measure of visitor behavior and exhibit effectiveness. *Roundtable Reports*, v. 7, n. 4, p. 10-13, 1982.

GILMAN, B.I. Museum fatigue. *The Scientific Monthly*, v. 2, p. 62-74, 1916.

FREIRE, B.M. *O encontro museu/escola: o que se diz e o que se faz*. 134 f. Dissertação (Mestrado) – Departamento de Educação, Pontifícia Universidade Católica, Rio de Janeiro, 1992.

GEERTZ, C. *A interpretação das culturas*. Rio de Janeiro: LTC, 1989 [1973].

GREENBLATT, S. Resonance and Wonder. In: Karp, I.; Lavine, S. D. (eds.). *Exhibiting Cultures: The Poetics and Politics of Museum Display*. Washington/London: Smithsonian Institution, 1991, p. 42-56.

KÖPTCKE, L.S. “Observar a experiência museal: uma prática dialógica?”. In: Workshop Internacional de Educação. Rio de Janeiro: Vitae/British Concil/Museu da Vida/Fiocruz, 2002.

MAGNANI, J.C.G.; SPAGGIARI, E. *Lazer de perto e de dentro: uma abordagem antropológica*. São Paulo: Sesc, 2018.

MAGNANI, J.C.G.; SPAGGIARI, E.; HANGAI, M.; CHIQUETTO, R.V.; TAMBUCCI, Y.B. *Etnografias urbanas: quando o campo é a cidade*. Petrópolis (RJ): Vozes, 2023.

MARQUES, D. Protagonismo indígena nas artes visuais: Sueli Maxakali na 34ª Bienal de Arte de São Paulo. In: *Encontro de História da Arte*, 16, 2022. Atas do XVI Encontro de História da Arte. Campinas: IFCH/Unicamp, n. 16, 2022.

MINAYO, M.C.S. (org.). *Pesquisa Social. Teoria, método e criatividade*. 18 ed. Petrópolis: Vozes, 2001

ROBINSON, E. *The behaviour of the museum visitor*. Washington, D.C.: American Association of Museums, 1928. (New series, n. 5).

SCALFI, G.; COSTA, J.; PEDROSA, J.; WILKER, J. *SESI Lab – Relatório parcial de pesquisa de público*. Brasília, 2023.

SCALFI, G.; COSTA, J.; PEDROSA, J.; WILKER, J. *SESI Lab: Relatório final de pesquisa de público*. Brasília, 2024.

SIMON, N. *The Participatory Museum*. Santa Cruz: Museum 2.0, 2010.

TALHARI, J. *Cultura e sociabilidade no museu de arte: etnografia dos visitantes da Pinacoteca do Estado*. 235f. Dissertação (Mestrado em Antropologia Social) — Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2014.

TALHARI, J. *Entre a imagem e o discurso: magia e ciência no Museu do Ipiranga*. 351f. Tese (Doutorado em Antropologia Social) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2024.

TOMARA! Educação e Cultura. *Relatório da Pesquisa qualitativa com agentes de cultura e divulgação científica do Distrito Federal* (circulação restrita). Brasil, 2021.

TOMARA! Educação e Cultura. *O futuro das profissões: relatório de pesquisa*. São Paulo, 2023.

TOMARA! Educação e Cultura. *Relatório executivo da Pesquisa de Público BioCAnomia Amazônica*. Brasil, 2024.

VALENTE, M.E.A. *Educação em museus: o público de hoje no museu de ontem*. 208f. Dissertação (Mestrado em Educação) – Pontifícia Universidade Católica, Rio de Janeiro, 1995.



Público interagindo com o quiz da exposição *O futuro das profissões*.
Foto: Vitor Brjr /CNI
Visitors interacting with the quiz at the exhibition *The Future of Professions*.
Photo: Vitor Brjr /CNI

O programa de visitas educativas do SESI Lab

Luciana Conrado Martins, Barbara Milan Martins, Marília Gontijo Machado de Oliveira, João Gabriel Borges Lima, Gabriela Reznik e Helena Simões¹

O Programa de Visitas é parte do Programa Educativo do SESI Lab e tem como objetivo oferecer uma experiência de aprofundamento educacional no museu e em seus recursos pedagógicos, assim como ampliar as possibilidades de interação dos visitantes com as instalações e aparatos, conectando arte, ciência e tecnologia. Este programa oferece uma gama diversificada de atividades educativas que buscam engajar e promover o diálogo dos visitantes com os temas abordados pelo SESI Lab, com foco na visitação tanto dos grupos organizados como do público espontâneo.

O programa está alinhado com as premissas conceituais adotadas pelo SESI Lab: a Base Nacional Comum Curricular (BNCC, ver: Brasil, 2018), a abordagem Ciência, Tecnologia, Sociedade e Ambiente (CTSA, ver: Marandino, 2023) e o movimento Ciências, Tecnologias, Engenharias, Artes e Matemática (STEAM)² (Almeida; Costa, 2020; Bevan; Petrich; Wilkinson, 2015). Alinhado à BNCC, o programa proporciona atividades que desenvolvem habilidades e competências fundamentais, promovendo a experimentação e a curiosidade científica. E por meio da abordagem CTSA são promovidas reflexões críticas sobre o impacto da ciência e tecnologia na sociedade, incentivando a ação cidadã consciente e responsável. Finalmente, de acordo com a abordagem STEAM, são estimuladas a criatividade e a interdisciplinaridade, ao combinar conceitos científicos e tecnológicos com processos artísticos, oferecendo oficinas interativas “mão na massa”, que enriquecem a experiência educativa dos visitantes.

O Programa de Visitas é estruturado para atender diferentes públicos e faixas etárias, com ênfase na qualificação educacional da experiência da visita (Falk; Dierking, 2011). As atividades oferecidas estimulam o aprendizado interdisciplinar e a curiosidade científica. Cada segmento do público é atendido com ações específicas, pensadas para engajar e incentivar a participação ativa nos debates sobre ciência, tecnologia e arte, promovendo uma educação continuada e colaborativa. A seguir, são descritas as modalidades de ações desenvolvidas nesse programa.

¹ Luciana Martins é mestre em Museologia e doutora em Educação, coordenadora de Ações Educativas e Digitais do SESI Lab. Barbara Milan Martins é bióloga, mestre em Ciências, doutora em Educação e integra a equipe técnica de Ação Educativa do SESI Lab. Marília Gontijo Machado de Oliveira é bióloga e educadora no SESI Lab. João Gabriel Borges Lima é biólogo e educador no SESI Lab. Gabriela Reznik é bióloga, mestre em História das Ciências, Técnicas e Epistemologia, doutora em Educação, Gestão e Difusão em Biociências e atuou na equipe de Ação Educativa do SESI Lab entre 2023 e 2025. Helena Simões é designer de experiências e integra a equipe técnica de Ação Educativa do SESI Lab.

² STEAM é um acrônimo em inglês que significa “Science, Technology, Engineering, Arts, and Mathematics” (Ciência, Tecnologia, Engenharia, Artes e Matemática). Trata-se de uma abordagem educacional interdisciplinar que integra as artes ao modelo tradicional STEM.

³ O SESI Lab tem uma exposição de longa duração com três galerias: Fenômenos no Mundo; Aprender Fazendo; e Imaginando Futuros. Para saber mais consulte: <https://acervo.sesilab.com.br/colecoes/>.

Visitas educativas temáticas

Nas visitas educativas temáticas, os visitantes exploram as diferentes galerias da exposição de longa duração do SESI Lab³, norteados por um tema e acompanhados pela equipe de educação, finalizando o percurso com uma oficina “mão na massa”. Essas visitas são organizadas mediante agendamento prévio e atendem até 40 pessoas por grupo. Os temas, percursos e oficinas são oferecidos conforme a tipologia de grupo, faixa etária e nível de ensino. A visita educativa temática se organiza na sequência: acolhimento > visita interativa à exposição > oficina maker > encerramento.

Visitas educativas autoguiadas

A visita educativa autoguiada é uma modalidade em que a exploração das galerias ocorre de forma autônoma, permitindo que o responsável pelo grupo personalize o percurso de acordo com seus interesses. O grupo recebe, da equipe de orientadores de público, as boas-vindas e orientações gerais para a visitação ao SESI Lab; então, a partir dos interesses de cada grupo, o responsável pode construir seu percurso de visita pelas áreas expositivas e aparatos interativos que mais despertam seu interesse. Durante a visita, o grupo também pode participar das ativações na Estação Descoberta e nas estações móveis presentes no museu. Essas visitas são organizadas mediante agendamento prévio e atendem até 120 visitantes por horário, a depender da disponibilidade durante o agendamento. A visita autoguiada se organiza na sequência: acolhimento > visita interativa à exposição.

Oficinas maker

As oficinas maker são parte integrante da programação educativa e têm como objetivo proporcionar aos visitantes do museu uma experiência educativa prática a partir dos temas vistos na exposição. As oficinas são desenvolvidas pela equipe educativa do SESI Lab, a partir das premissas conceituais do museu, para o público espontâneo que visita a instituição aos finais de semana, feriados e férias; essas oficinas também compõem as visitas temáticas educativas oferecidas para grupos organizados. Seu foco é o engajamento do público em conhecer, experimentar e criar projetos com o uso de tecnologias simples e conectadas às temáticas de artes, ciências e tecnologia.

Ativações educativas

As ativações são atividades de curta duração realizadas pela equipe de educação do SESI Lab com os visitantes – tanto espontâneos como de grupos organizados – nas galerias expositivas. Essas atividades podem ter um caráter mais demonstrativo ou prático, e são realizadas na Estação Descoberta ou em estações móveis. Além disso, podem ocorrer no formato de sessões com horários determinados ou em fluxo contínuo. O objetivo das ativações é proporcionar uma vivência educativa e de diálogo entre os participantes e a equipe de educação do museu, aprofundando as temáticas

⁴ Esta análise não inclui os dados de visitas educativas de 2025, pois as ações ainda estão em andamento.

vistas na exposição e dialogando com outros temas, que extrapolam o que está exposto no museu. Essas ações foram pensadas com o intuito de acolher o público e ampliar e diversificar a programação das ações educativas do museu.

Ao longo deste capítulo, apresentaremos as avaliações realizadas entre 2023 e 2024, de duas ações do programa de visitas: as visitas educativas temáticas e as visitas autoguiadas. Abordaremos os objetivos de cada atividade e a metodologia de coleta de dados, propondo também uma análise comparativa entre os anos de 2023 e 2024. O perfil das instituições atendidas e as mudanças incorporadas ao programa como resultado do processo de avaliação do público participante também serão abordados. Por fim, apresentaremos os dados das pesquisas aplicadas, procurando evidenciar os principais pontos levantados a partir da análise.

Metodologia de coleta e análise de dados⁴

A avaliação das visitas educativas temáticas e autoguiadas é uma etapa fundamental no Programa de Visitas do SESI Lab, pois permite compreender o perfil e a opinião dos visitantes, o que contribui para a melhoria contínua das atividades oferecidas. A pesquisa é realizada por meio de um questionário digital, na plataforma Forms, que é respondido de forma autônoma, em tablets, pelo responsável do grupo, ao final da visita. O questionário inclui perguntas abertas e fechadas e está organizado em seis seções: (1) informações da instituição; (2) informações sobre a visita agendada; (3) preparação e motivação da visita; (4) opinião sobre a visita; (5) opinião sobre a oficina maker; e (6) satisfação geral com a visita.

O questionário é aplicado ao final da visita, de forma que os visitantes tenham tempo suficiente para refletir sobre sua experiência. A equipe de educação do SESI Lab é responsável pela aplicação, coleta e análise dos dados. Os dados coletados são tratados utilizando métodos qualitativos e quantitativos de análise. Os dados quantitativos foram extraídos e compilados em tabelas para facilitar a compreensão e leitura dos números. Algumas tabelas foram transformadas em gráficos, de forma a facilitar a visualização e a comparação. Já os dados qualitativos foram agrupados em categorias a partir dos elementos que apareceram de forma mais recorrente durante a análise. As categorias que emergiram a partir das sugestões e comentários dos respondentes foram as seguintes: tempo de visita; relação com a equipe educativa; quantidade de visitantes; materiais de apoio; e infraestrutura. Essas categorias serviram de base para as análises realizadas no item "Satisfação geral com a visita".

É importante ressaltar que os resultados gerados pelas análises são fundamentais para uma melhor compreensão das necessidades e expectativas do público, bem como para revisar procedimentos e prioridades nas ações realizadas.



Visita com alunos dos anos iniciais
do ensino fundamental, 2025.
Foto: Educativo SESI Lab.
Visit with elementary school
students, 2025.
Photo: Educativo SESI Lab.

Resultados: análise dos dados obtidos

Foram analisadas as respostas dos questionários aplicados nos anos de 2023 e 2024, com destaque para os dados considerados mais relevantes. Em seguida, realizou-se uma análise comparativa entre os dois períodos, identificando possíveis tendências, mudanças ou padrões nas avaliações. Dessa forma, o estudo concentrou-se na comparação dos resultados entre 2023 e 2024, buscando avaliar a evolução da percepção dos participantes e o impacto das atividades oferecidas.

Os números de atendimento em 2023 registram que houve 78.516 pessoas em 1.386 grupos organizados em visitas agendadas ao museu. Destes, foram efetivamente atendidos 998 grupos de visitantes, totalizando 47.363 pessoas atendidas. Nesse ano, a diferença entre agendados e atendidos representou uma quebra de 40%. Já em 2024, foram agendadas 88.836 pessoas em 1.361 grupos, e atendidas 52.171 pessoas em 1.024 grupos, mantendo a média de 40% de quebra entre agendados e visitantes.

Tabela 1 - Número de grupos e visitantes agendados x atendidos				
	2023		2024	
	Agendados	Atendidos	Agendados	Atendidos
Total de grupos	1.386	998	1361	1024
Em número de visitantes	78.516	47.363	88.836	52.171

Tabela 2 - Número de visitas autoguiadas e educativas				
	2023		2024	
	Autoguiadas	Educativas	Autoguiadas	Educativas
Total de grupos	371	627	671	353
Em número de visitantes	27.673	19.690	41.052	11.919

A maior parte dos visitantes atendidos, nos dois anos, participou pela modalidade de visitas autoguiadas (27.673 e 41.052 visitantes, respectivamente). A ocorrência de um número maior de visitas autoguiadas quando comparadas às visitas educativas se justifica pela oferta de mais horários para essa modalidade de visita e a possibilidade de agendamento de uma quantidade maior de visitantes por escola, atendendo até 120 visitantes por horário.

Os formulários de avaliação foram aplicados em dois períodos distintos. O primeiro período de coleta ocorreu entre 28 de agosto e 15 de dezembro de 2023, resultando em um total de 361 respostas. O segundo período de coleta foi realizado entre 6 de março e 29 de novembro de 2024, obtendo 449 respostas.

A seguir, foram sistematizados em tópicos os principais resultados oriundos das análises realizadas a partir dos dados coletados.

Perfil das instituições

A maioria das instituições que visitaram o SESI Lab em 2023 e 2024 foi de escolas da rede pública do Distrito Federal (61,9% e 73,3%, respectivamente), seguidas de escolas particulares (23,3% e 15% respectivamente) (Gráfico 1). Em menor grau, outras instituições também visitaram o museu, como agências de turismo (4,5% e 2,7%), escolas da rede SESI (1,% e 2,6%) e instituições de ensino superior públicas (1,6% e 0,7%).

Com relação ao nível de ensino e modalidade de ensino dos grupos visitantes (Gráfico 2), a maioria é de estudantes da educação básica com destaque para o ensino fundamental – anos iniciais (27% em 2023 e 40% em 2024) e ensino fundamental – anos finais (25% em 2023 e 27% em 2024).

As instituições visitantes são majoritariamente do território do Distrito Federal (DF) (89,7% em 2023 e 93,8% em 2024). Das 35 regiões administrativas (RAs)⁴ do DF, 32 visitaram o SESI Lab em grupos agendados no período de 2023 e 2024.

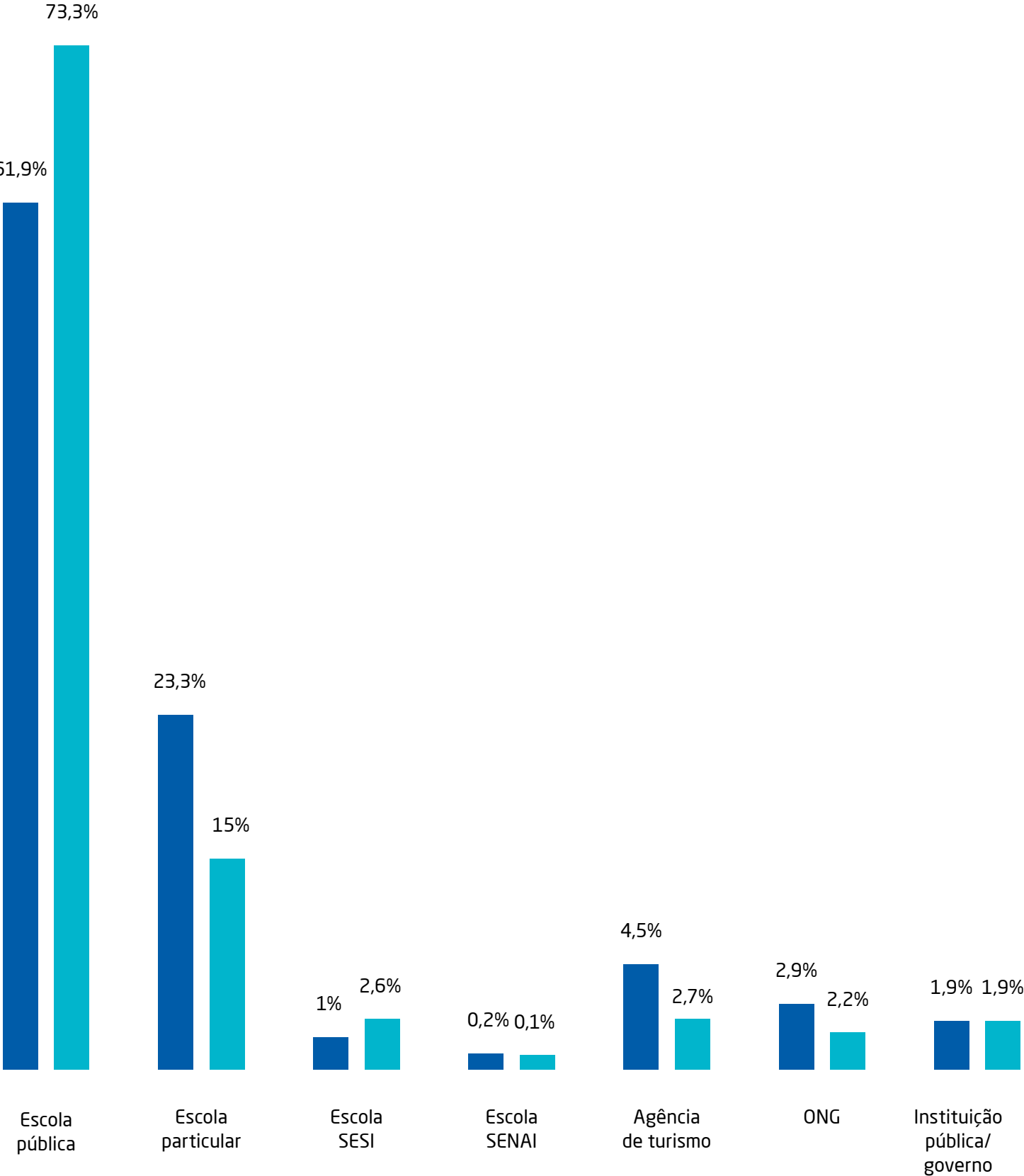
Em 2023, as regiões administrativas do DF que mais realizaram visitas agendadas ao SESI Lab foram Plano Piloto (16,9%), Taguatinga (16,1%), Samambaia (10,2%) e Ceilândia (6,2%). Essas regiões, que são em sua grande maioria constituídas por populações de renda alta e média-alta, realizaram 49,4% das visitas agendadas, o que indica alta demanda e interesse por parte de suas instituições. Por outro lado, regiões como Fercal, Riacho Fundo, Riacho Fundo II e SCIA tiveram poucas visitas registradas (0,3% cada), sugerindo uma menor participação ou acesso limitado a essas localidades, que são majoritariamente de renda média-baixa e baixa. Além disso, algumas regiões não tiveram visitas registradas, como Arniqueira, Brazlândia e Jardim Botânico, o que pode indicar a necessidade de estratégias específicas para engajar essas áreas.

Em 2024, houve uma mudança no perfil das regiões administrativas que visitaram o SESI Lab. Ceilândia liderou o número de visitas (14,8%), seguida por Plano Piloto (10,9%), Paranoá (9,7%), Taguatinga (9,7%), Samambaia (7,9%), Guará (6,2%), Planaltina (5,2%) e Sobradinho (5,1%). Nota-se um perfil de renda mais diverso, com a presença de regiões de renda média-baixa e baixa entre as principais origens dos visitantes. Entendemos que essa mudança de perfil pode estar associada a um aumento do conhecimento da existência do SESI Lab e do seu Programa de Visitas entre as instituições escolares e não escolares do DF. Regiões como Lago Norte, Riacho

110

Gráfico 1

Perfil das instituições que visitaram o SESI Lab em 2023 e 2024



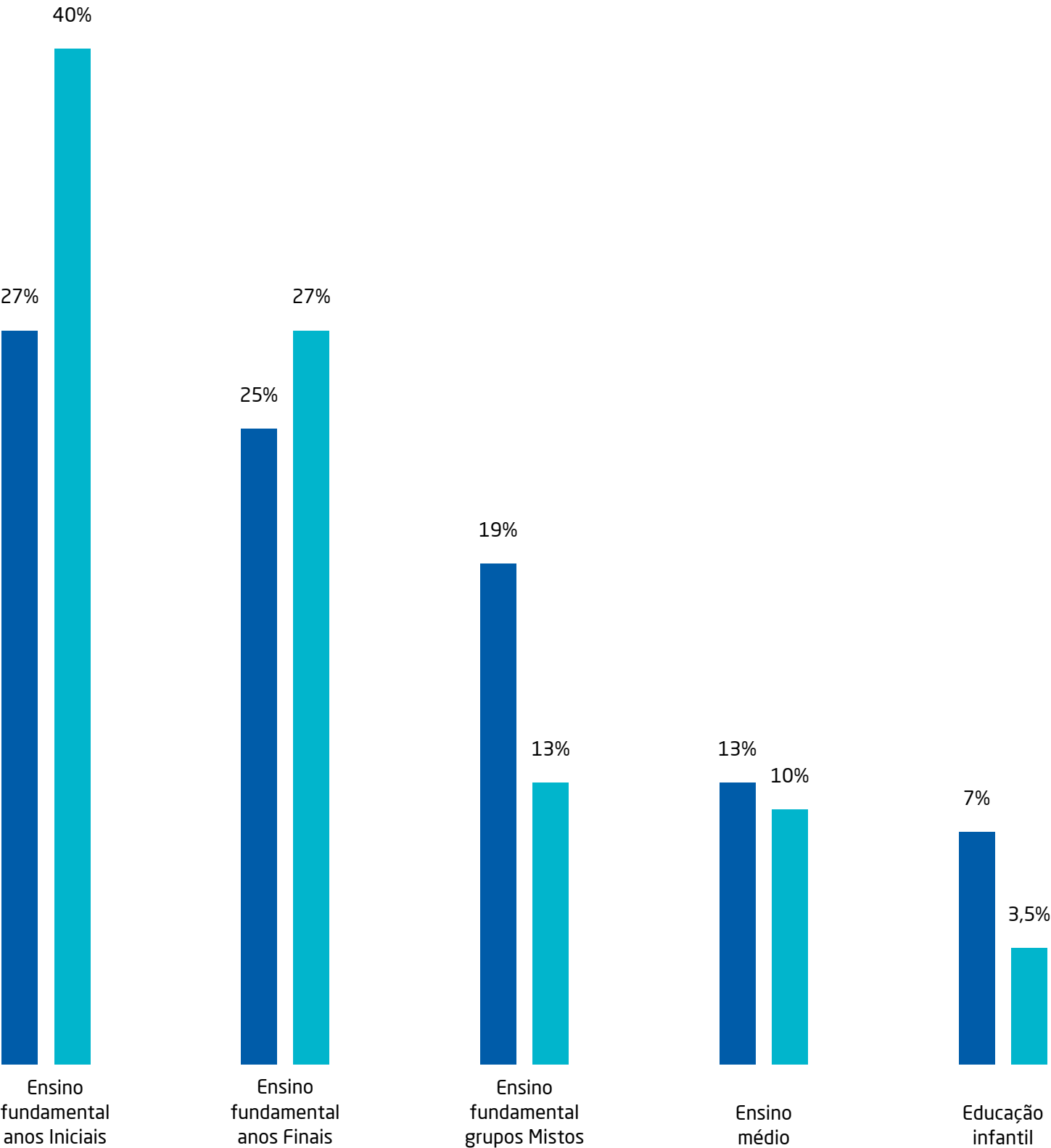
111



A maioria das instituições que visitaram o SESI Lab em 2023 e 2024 foi de **escolas da rede pública do Distrito Federal**, seguidas de **escolas particulares**.

2023
2024

Nível de ensino das instituições que visitaram o SESI Lab em 2023 e 2024



Com relação ao **nível de ensino e modalidade** de ensino dos grupos visitantes, a maioria é de estudantes da **educação básica** com destaque para o **ensino fundamental**

2023
2024

Fundo II e Sudoeste/Octogonal continuaram a ter poucas visitas (0,2% cada), enquanto Arniqueira, Candangolândia, Cruzeiro, SIA, Sol Nascente/Pôr do Sol e Vicente Pires não tiveram visitas registradas. Esses dados indicam áreas nas quais esforços adicionais de divulgação e engajamento podem ser necessários para aumentar a participação dessas regiões administrativas.

Preparação e motivação da visita

Para melhor aproveitamento da visita educativa, é fundamental que haja um planejamento e preparação prévia por parte de profissionais da educação responsáveis pelos grupos visitantes (Falk; Dierking, 2013; Dewitt; Stempson, 2013; Hein, 1998; Marandino, 2008). Conhecer se houve preparação e quais as motivações que levaram os grupos a agendarem a visita ao museu foram temas investigados durante o processo de avaliação. Constatou-se que, em 2023, 55,3% dos acompanhantes responsáveis pelo grupo relataram não conhecer o SESI Lab antes da visita, contra 51% em 2024. Essa leve diminuição no desconhecimento da instituição vai ao encontro aos dados coletados na pesquisa perfil-opinião do museu, que em seu terceiro ciclo demonstra um aumento progressivo do número de pessoas que afirmam já ter visitado o espaço anteriormente (em 2024, o percentual de pessoas que já haviam visitado o museu era de 25%, dado que evoluiu para 29,5% em 2025).

No contexto da preparação da visita educativa, o SESI Lab realiza ações voltadas para apoiar os profissionais da educação nesse planejamento. Isso acontece dentro do Programa de Formação de Profissionais da Educação, como a ação “Café com Profissionais da Educação” e os cursos de 30 horas. Ao serem questionados sobre a participação prévia nessas ações de formação e planejamento, apenas 11,1% (2023) e 7% (2024) responderam afirmativamente.

Quanto à motivação da visita, percebe-se que objetivos educacionais – como “possibilitar ao grupo acesso/conhecimento a exposições e museus”, “promover aprendizado sobre os temas da exposição/museus”, “complementar o processo educacional realizado pela instituição de origem do grupo” – foram os mais citados durante todo o período. Ainda em relação aos objetivos, as menções a “promover uma atividade de lazer” passaram de 34,2% dos respondentes em 2023 para 28,7% em 2024, o que pode significar que o SESI Lab está sendo visto cada vez mais como um espaço de educação, e não apenas de lazer (Gráfico 3).

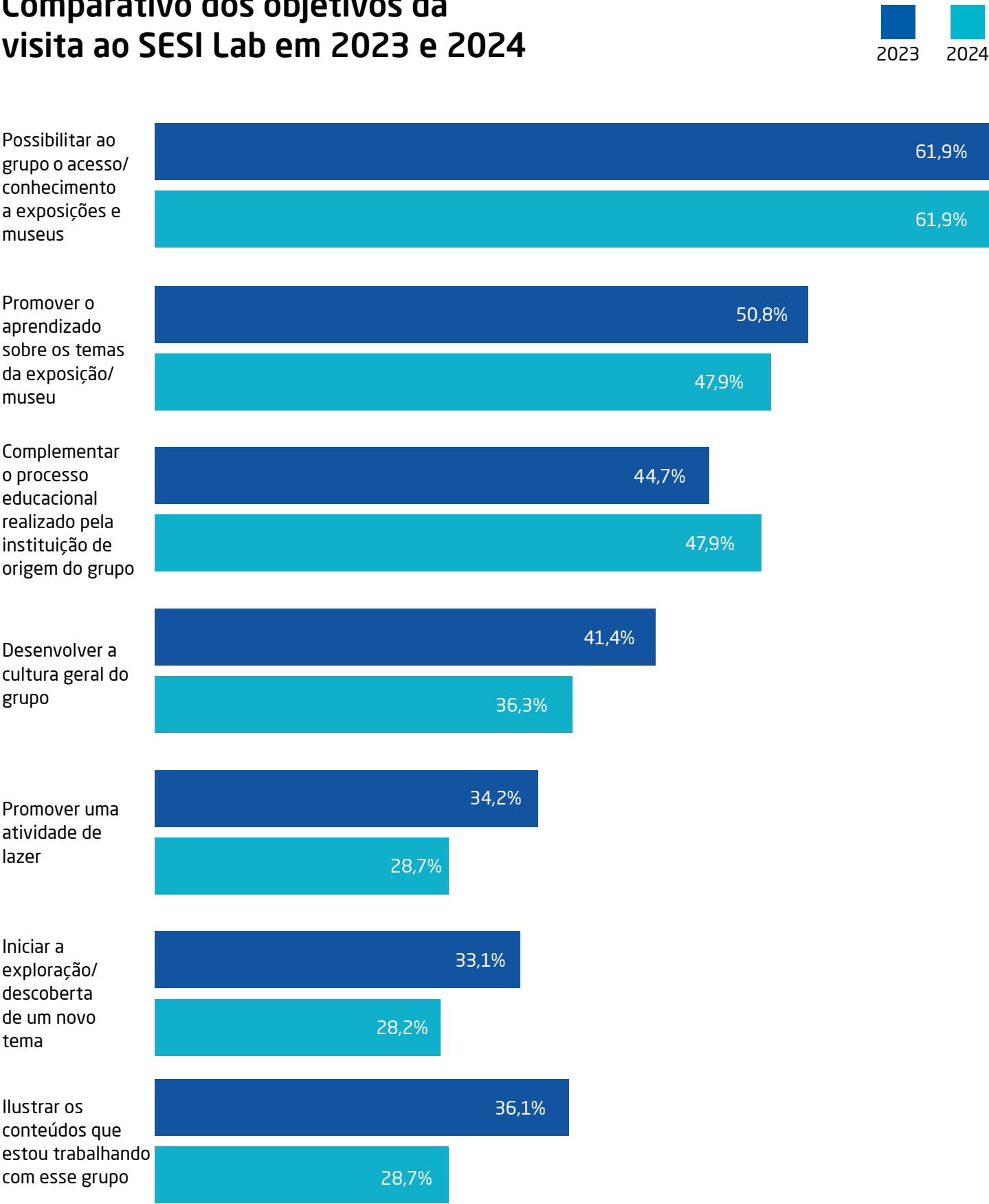
Parte dos responsáveis pelos grupos declararam não ter realizado nenhuma preparação antes da visita (49,7% em 2023 e 46,7% em 2024). O principal motivo declarado para não realizar a preparação foi “prefiro que meu grupo se surpreenda com o que vai ver no SESI Lab e não tenha informações prévias” (43,3% e 52,7%), seguido de “não tive tempo para fazer a preparação” (29,2% e 21,3%).

Satisfação geral com a visita

No que se refere à opinião dos respondentes sobre a experiência da visita, ela foi descrita com palavras positivas como “ótima”, “enriquecedora”, “interessante”, “motivadora”, “excelente”, “educativa”. Isso também se reflete no Net Promoter Score (NPS) das visitas ao SESI Lab em 2024, que foi de 94%, indicando um alto nível de satisfação e lealdade entre os visitantes. Este valor sugere que a maioria dos visitantes está satisfeita com a experiência proporcionada pelo SESI Lab, estando disposta a

Gráfico 3

Comparativo dos objetivos da visita ao SESI Lab em 2023 e 2024





Visita com alunos dos anos iniciais
do ensino fundamental, 2025.
Foto: Educativo SESI Lab.
Visit with elementary school
students, 2025.
Photo: Educativo SESI Lab.

recomendar o local a amigos e colegas. Para facilitar a compreensão dos resultados, as respostas das perguntas abertas foram agrupadas em categorias, conforme já apontado na descrição da metodologia deste texto.

Em relação à categoria “tempo de visita” as sugestões dos visitantes se referiam, em sua maioria, ao desejo do público em usufruir de mais tempo nas galerias expositivas e nas oficinas, como revela o trecho a seguir: “seria muito bom que o tempo fosse maior para que as atividades aos estudantes fossem mais bem aproveitadas [...]”, “a visita foi produtiva, mas o tempo das oficinas foi um pouco curto” e “para grupos noturnos o tempo é curto”.

No que se refere à “relação com a equipe educativa”, uma das categorias que emergiu das análises das respostas abertas, percebeu-se que a demanda pelo acompanhamento educacional é grande entre os respondentes. Mesmo nas visitas autoguiadas, nas quais não existe acompanhamento educacional de algum membro da equipe pedagógica, essa demanda aparece, como é possível observar no comentário: “o monitor que inicia o processo deveria ficar com o grupo até o final, ou fazer a transição com o outro, ficamos um tempo sem acompanhamento”. Outra demanda apontada pelos respondentes é a necessidade de um maior número de orientadores nas galerias: “ter em cada aparato uma pessoa explicando o uso e todas as informações importantes”. Martins (2006), ao estudar as visitas escolares a um museu de ciências naturais, percebeu que os professores tendem a deixar a responsabilidade da condução da visita com os educadores da instituição, centrando sua atuação no controle comportamental dos alunos. O fato de que, na maior parte dos casos estudados, aquela era a primeira vez do professor no museu, reforça a tese da importância de considerar o contexto de atuação desse profissional no planejamento da visita.

Uma categoria importante, surgida das falas dos respondentes, foi a “quantidade de visitantes”, referindo-se à quantidade de público presente nas galerias expositivas do SESI Lab durante a visita dos grupos escolares. Identificamos comentários que demonstram desconforto com relação à alta ocupação do espaço e o desejo por um atendimento mais personalizado para as escolas. Esse sentimento aparece em comentários como: “marcar menos grupos por dia” e “limitar a quantidade de pessoas”. Ao mesmo tempo, e de forma contraditória, os respondentes também solicitam a possibilidade, no momento do agendamento, do museu “receber mais alunos para contemplar toda a escola” e “abrir mais vagas para visita educativa com oficinas”.

Nas sugestões dos visitantes também surgiram demandas relacionadas à disponibilização de “materiais de apoio” das ações educativas para possibilitar a preparação do grupo antes da visita. Esse tipo de demanda apareceu em comentários como “entregar um panfleto com os locais que podemos visitar e o tempo bom para conseguirmos aproveitar tudo de 2 a 3 horas” e “produção de instruções para trabalho prévio de conteúdo”, além de complementação das visitas ao SESI Lab com um “e-book

⁵ Disponível em: <https://acervo.sesilab.com.br/>

⁶ Para melhor compreensão da temática, ver: Van-Praët; Poucet, 1992.

de atividades para se aplicar na escola”. Vale ressaltar que o SESI Lab disponibiliza, em seu acervo digital⁵, roteiros de percursos de visitas e oficinas educativas, e publicações como mapa do visitante, catálogo de aparatos das exposições de longa duração e exposição digital da galeria temporária, além de outros materiais. Ainda que os materiais estejam disponíveis, a partir da percepção do público, entendemos que é preciso pensar estratégias para divulgar o acesso a esses materiais, bem como disponibilizá-los a partir de outros meios, por exemplo, os impressos, entre outros.

Quanto à “infraestrutura” oferecida, destaca-se o comentário sobre a acessibilidade para crianças pequenas, envolvendo a necessidade de “[...] banheiro para crianças pequenas e mobiliário menor”. Outros comentários, que não chegaram a ser relevantes a ponto de configurarem categorias próprias, envolvem o fornecimento de lanche e espaço para refeições, além do fornecimento de transporte para as escolas.

Em resumo, as percepções dos visitantes do SESI Lab na pesquisa aplicada sugerem caminhos para possíveis ajustes em diversos aspectos da experiência de visita. Há uma demanda por maior tempo nas galerias e oficinas, além de mais orientadores para acompanhamento contínuo. Sugestões como limitar o número de visitantes e separar grupos por faixa etária visam a melhorar a qualidade da visita. Materiais complementares de apoio para elaboração das visitas, identificados como desejáveis pelos visitantes, estão disponíveis no acervo digital da instituição, porém requerem maior divulgação e criação de estratégias para que de fato sejam aproveitados pelos professores. Comentários sobre infraestrutura, como acessibilidade para crianças pequenas e fornecimento de lanche e transporte, indicam áreas para melhorias. Essas sugestões são valiosas para orientar futuras ações e garantir uma experiência enriquecedora e satisfatória para todos os visitantes.

Considerações finais

Os principais achados das avaliações são utilizados para identificar pontos a serem aperfeiçoados no Programa de Visitas Educativas. Muitos dos resultados apresentados aparecem em outras pesquisas sobre o tema, evidenciando que historicamente, os programas educativos dos museus, apesar de bem estabelecidos no campo da educação museal, têm especificidades e limites que derivam do contexto institucional, capacidade de atendimento, quantidade de equipe e possibilidades de financiamento das ações. Frente ao entendimento de que a práxis educativa dos museus possuem características e identidades próprias (tempo, objeto e espaço, bem como reconstrução de formas comunicacionais específicas⁶), tornam-se importantes as pesquisas que investigam como os museus vêm construindo suas relações com outras instituições sociais, como a escola.

Mudanças significativas, como a introdução de novas atividades ou a modificação de abordagens pedagógicas, podem ser implementadas com base nos resultados

obtidos. Isso garante que o SESI Lab continue a oferecer experiências enriquecedoras e relevantes para seus visitantes.

A realização de pesquisas de satisfação com os participantes dessas ações constituiu um instrumento fundamental para o aprimoramento contínuo do trabalho realizado. Esses levantamentos permitiram identificar o perfil dos participantes, compreender as percepções do público, identificar pontos fortes e áreas de melhoria, além de captar sugestões. Os dados coletados têm justificado ajustes no formato, nos conteúdos e na metodologia das ações, visando a atingir as necessidades e expectativas do público em convergência com a missão do SESI Lab.

Referências bibliográficas

ALMEIDA, C.; COSTA, M.F. STEAM em museus de ciência: Integração entre arte e ciência para a educação não formal. *Revista Brasileira de Ensino de Ciência e Tecnologia*, v. 13, n. 2, p. 1-18, 2020.

BEVAN, B.; PETRICH, M.; WILKINSON, K. Tinkering is serious play: How STEM and arts integration engage learners in museums. *Journal of Museum Education*, v. 40, n. 3, p. 238-48, 2015.

BRASIL. Ministério da Educação. *Base Nacional Comum Curricular* (BNCC). Ensino Médio. Brasília: MEC, 2018.

DEWITT, J.; STEMPSON, P. The Educational Value of Informal Learning Environments: A Zoological Park Case Study. *International Journal of Science Education*, v. 35, n. 2, p. 285-306, 2013.

FALK, J.H.; DIERKING, L.D. *The Museum Experience* (1st ed.). Routledge, 2011. Disponível em: <https://doi.org/10.4324/9781315417899>.

FALK, J.H.; DIERKING, L. D. *The Museum Experience Revisited*. Walnut Creek: Left Coast Press, 2013.

HEIN, G.E. *Learning in the Museum*. London: Routledge, 1998.

MARANDINO, M. A abordagem das relações entre ciência, tecnologia, sociedade e ambiente e dos temas controversos na educação museal. In: SESI – Serviço Social da Indústria, Departamento Nacional. *Educação em diálogo no SESI Lab*. Brasília: SESI/DN, 2023, p. 63-8.

MARANDINO, M. (Org.). *Educação em museus: mediação em foco*. São Paulo: GEENF/FEUSP, 2008.

MARTINS, L.C. *A relação museu/escola: teoria e prática educacionais nas visitas escolares ao Museu de Zoologia da USP*. 2006. Dissertação (Mestrado) – Faculdade de Educação, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2006.

VAN-PRÄET, M.; POU CET, B. Les musées, lieux de contre-éducation et de partenariat avec l'école. *Éducation & Pédagogies*, n.16, 1992.

Diálogos com os Territórios: uma aproximação entre o SESI Lab e os jovens do Distrito Federal

Clara Azevedo e Julio Talhari¹

¹ Clara Azevedo é sócia-diretora da Tomara! Educação e Cultura, e atua com pesquisas, avaliações e atividades de planejamento junto a institutos, museus, fundações e poder público. Cientista Social e mestre em Antropologia Social (USP-SP), é integrante do Conselho Consultivo do Museu do Futebol e do Museu da Língua Portuguesa. Julio Talhari é doutor em Antropologia Social pela Universidade de São Paulo (USP). Tem como área de interesse as práticas culturais urbanas, com ênfase nas múltiplas relações entre os museus e as cidades.

Além dos autores, a pesquisa contou com uma equipe formada por Aline Branco, Erick Roza, Júlia Yoshino e Miguel dos Santos Filho, bem como se beneficiou do suporte fornecido pela Tomara! Educação e Cultura.

O programa Diálogos com os Territórios tem como objetivo criar mecanismos para incluir, acolher e engajar públicos não hegemônicos, compostos por populações historicamente marginalizadas, principalmente com foco nas pessoas moradoras das periferias do Distrito Federal, assim como pessoas em situação de vulnerabilidade social, pessoas negras, indígenas, quilombolas, mulheres, imigrantes, pessoas com deficiência, membros da comunidade LGBTQIA+, entre outras.

A pesquisa aqui apresentada – que consiste no mapeamento e na escuta exploratória de jovens e organizações – foi concebida para subsidiar o programa Diálogos com os Territórios. Ela foi realizada por um grupo de pesquisadores, sob a liderança da Tomara! Educação e Cultura, entre setembro e novembro de 2023, um pouco antes da efetiva implementação do programa. O objetivo era prospectar – entre cursinhos populares, coletivos e instituições variadas – possíveis parceiros para ações futuras que tivessem o segmento juvenil, sobretudo das periferias do Distrito Federal, como público prioritário. Além disso, era necessário entrar em contato direto com as demandas e visões de mundo desses jovens por meio de uma escuta inicial individualizada. Para a pesquisa, além do enfoque nos segmentos sociais mencionados, houve uma segmentação etária, de modo que o público-alvo definido foi de jovens entre 15 e 29 anos.

A pesquisa baseou-se em duas estratégias:

1) mapeamento de instituições, organizações e coletivos do Distrito Federal que atendessem ou fossem protagonizados por jovens, especialmente aqueles em situação de maior de vulnerabilidade social, tanto em idade escolar (estudantes do ensino médio) como aqueles que já estivessem em momento posterior ao ensino médio (cursando o ensino superior, ou não, ou mesmo tendo evadido o ensino médio);

2) escuta piloto e exploratória de demandas e percepções desses jovens por meio de um questionário online.

Metodologia

Para o mapeamento, foram identificadas, em um primeiro momento, 42 organizações, incluindo iniciativas e coletivos, com potencial para parcerias – sendo parte delas indicada com base nos interesses e/ou na existência de contatos prévios com o SESI Lab. Coletou-se, inicialmente, o máximo possível de informações sobre cada organização em suas redes sociais e websites. Essas informações foram sistematizadas em uma planilha com diferentes campos e, com base nelas, realizou-se um primeiro filtro, com vistas a selecionar algumas delas para aprofundar as informações, sob a categoria “Tem significativo potencial de articulação e alcance”. Foram utilizados como critérios:

- Atividade nas redes sociais;
- Capacidade de divulgação do seu trabalho nos próprios veículos de comunicação (site e redes sociais);
- Protagonismo e/ou o benefício aos jovens;
- Disponibilidade de informações completas de contato e consolidação de suas atividades (tempo de atuação, robustez das parcerias, disponibilização de publicações relevantes etc.).

Com base nesses critérios, foi possível elaborar uma lista com organizações indicadas para a etapa de pesquisa aprofundada. A seleção final de organizações foi feita em comum acordo com o SESI Lab e a base de dados mais ampla foi compartilhada para futura alimentação e ampliação pela equipe do museu. Após a definição das organizações, estas foram contatadas para uma breve entrevista, guiada por um roteiro estruturado.

Já o questionário foi aplicado por meio de um formulário on-line, entre os dias 11 de outubro e 1º de novembro de 2023. O questionário, com perguntas predominantemente fechadas, estava dividido em três blocos:

- “Quem é você?”, para traçar o perfil sociodemográfico dos jovens pesquisados, com perguntas como idade, região de moradia, escolaridade, renda, raça/etnia e gênero;
- “Uso do tempo livre”, a fim de obter dados sobre os hábitos culturais dos respondentes, com questões sobre preferências em termos de atividades culturais, espaços frequentados e relações com as áreas de arte, ciência e tecnologia;
- “SESI Lab”, com o intuito de verificar a relação dos respondentes com esse equipamento cultural.

A divulgação do questionário, inicialmente, se deu por meio da página no Instagram do SESI Lab. Posteriormente, o questionário foi divulgado por e-mail entre contatos do SESI Lab e as instituições que fizeram parte do mapeamento.

Vale indicar que a divulgação inicial não promoveu o engajamento esperado. Além disso, foi possível verificar, pelo monitoramento diário (em painel online), a predominância de respondentes do Plano Piloto e de pessoas brancas, ou seja, com

² Nesta pesquisa não foi estabelecida uma amostra prévia – a pesquisa foi divulgada nos canais digitais do museu e por parceiros, e os resultados foram trabalhados com base no universo de respondentes que aderiu voluntariamente à pesquisa e se encaixava no perfil pré-estabelecido

um perfil diferente do almejado. Tal cenário levou à ampliação do tempo em que o questionário ficou disponível e à busca de estratégias que permitissem atingir o público-alvo prioritário. O apoio da Central Única de Favelas (CUFA-DF), a partir de 29 de outubro, foi fundamental, com significativo engajamento de líderes comunitários na divulgação do questionário. Assim, além de uma sensível ampliação do número de pessoas, observou-se uma notável mudança no perfil de respondentes, mesmo considerando o pouco tempo restante para respostas (até o dia 1º de novembro); a partir de então, houve predomínio de respostas de pessoas negras e oriundas das regiões administrativas em torno do Plano Piloto (com destaque para Planaltina).

No total foram recebidas 305 respostas, das quais 261 foram validadas por estarem dentro dos parâmetros estabelecidos: respondentes entre 15 e 29 anos e residentes no Distrito Federal (39 estavam fora da faixa etária enfocada e cinco, fora do DF)². O questionário encerrava-se quando o respondente escolhia uma alternativa que o excluía do público-alvo focado.

A construção dos instrumentos e, depois, a análise dos resultados foram feitas com base em uma matriz de referência elaborada para a pesquisa, com os grandes focos, perguntas orientadoras, indicadores, fontes e métodos.

Mapeamento de instituições, organizações e coletivos do Distrito Federal

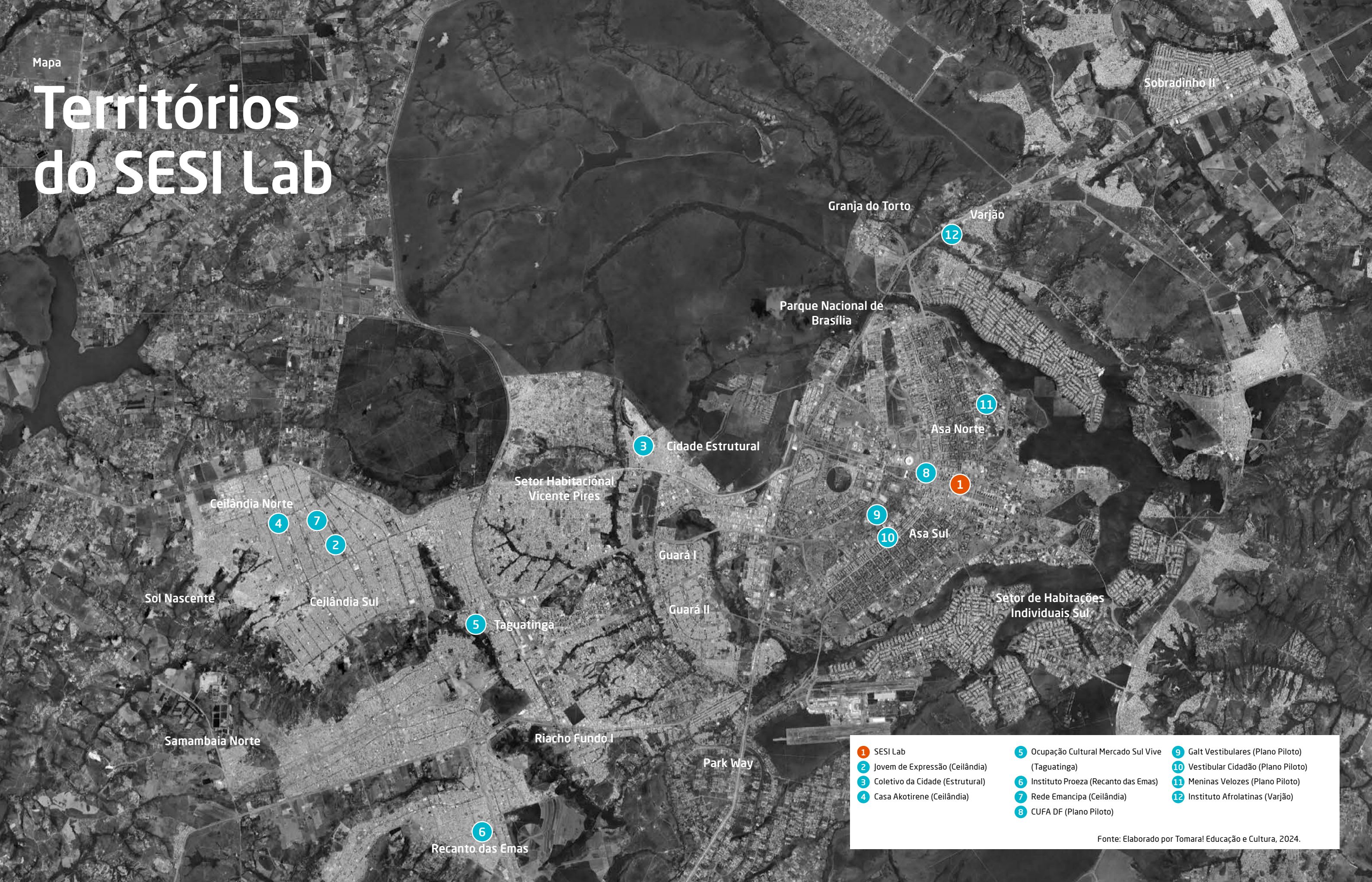
Do mapeamento inicial com 42 organizações, foi realizada uma seleção prévia de 15 organizações considerando, além dos critérios mencionados anteriormente, diversidade e (o máximo possível de) equanimidade na distribuição espacial.

Respeitando os objetivos e interesses do SESI Lab no âmbito do programa Diálogos com os Territórios, buscou-se identificar organizações que, mesmo localizadas no Plano Piloto, realizassem atividades com/para o público de jovens das periferias (cursinhos populares, batalhas de rima, batalhas de poesia, instituições de assistência social etc.).

Foi considerada, ademais, uma diversidade temática que abrangesse iniciativas nas diferentes expressões artísticas, iniciativas de ciência e tecnologia e pautas político-sociais (promoção do empoderamento econômico feminino, participação de mulheres e meninas em diferentes esferas sociais e demandas de promoção da igualdade/ equidade racial). Essa diversidade temática pode ser percebida pela variedade de áreas de atuação das organizações.

Com base nesse levantamento, a equipe do SESI Lab selecionou as dez organizações que gostaria que participassem da pesquisa aprofundada e sugeriu uma adicional que, idealmente, deveria compor essa etapa da pesquisa, a CUFA-DF, localizada em Taguatinga.

Territórios do SESI Lab



1 SESI Lab	5 Ocupação Cultural Mercado Sul Vive (Taguatinga)	9 Galt Vestibulares (Plano Piloto)
2 Jovem de Expressão (Ceilândia)	6 Instituto Proeza (Recanto das Emas)	10 Vestibular Cidadão (Plano Piloto)
3 Coletivo da Cidade (Estrutural)	7 Rede Emancipa (Ceilândia)	11 Meninas Velozes (Plano Piloto)
4 Casa Akotirene (Ceilândia)	8 CUFA DF (Plano Piloto)	12 Instituto Afrolatinas (Varjão)

³ A pesquisa aqui descrita foi aplicada e analisada em 2023, antes da divulgação da última edição da pesquisa Cultura nas Capitais (JLeiva Cultura & Esporte, 2025), mas vale apontar alguns achados deste levantamento relacionados à Brasília, que podem iluminar e complementar os dados apresentados neste tópico. Destacam-se: o público de museus tem potencial para crescer; a festa junina é considerada o evento cultural mais importante da região (superando o carnaval); sertanejo é o estilo musical preferido; atividades ligadas à música, ao audiovisual e ao artesanato foram as mais citadas entre aqueles que realizam alguma prática cultural. Para mais detalhes da referida pesquisa, ver: <https://culturanas capitais.com.br>. Acesso em 23 de abril de 2025.

⁴ O resultado completo do questionário pode ser conferido aqui: <https://lookerstudio.google.com/reporting/363f8060-a60e-4b94-80f6-5a375f3bdc8/page/Ha3fD>.

Assim, seguiu-se com 11 organizações para a etapa de aprofundamento. Para isso, conversas virtuais pré-roteirizadas foram realizadas com os seus representantes. As organizações selecionadas estão descritas brevemente no quadro a seguir, de modo a compor um panorama dos perfis e atuações. Além de conhecer mais a fundo o trabalho dessas organizações, as conversas estabelecidas com elas permitiram coletar sugestões e expectativas sobre possíveis parcerias e interações com o museu.

Em síntese, as principais atividades gerais sugeridas foram: visita do Sesi Lab às instituições; distribuir cotas de ingressos para beneficiários; possibilitar o protagonismo dos jovens nos espaços do Sesi Lab e na proposição de atividades; disponibilizar transporte e alimentação para as visitas ao Sesi Lab; apoiar diretamente projetos que as instituições desenvolvem; realizar atividades ligadas à cultura, ciência, tecnologia e carreira dentro do Sesi Lab para os jovens.

Perfil e percepções de ciência e tecnologia de jovens do Distrito Federal entre 15 e 29 anos

Para conhecer os jovens do Distrito Federal, foi aplicado um questionário online com foco em pessoas de 15 a 29 anos. Ainda que de maneira exploratória, o objetivo foi traçar o perfil dos jovens em situação de vulnerabilidade – e não de todos os jovens –, de modo que houve, na medida do possível, direcionamentos (como o apoio de coletivos que trabalham com jovens das regiões administrativas) para que o questionário fosse respondido por pessoas de fora do Plano Piloto. Como mencionado, o questionário estava dividido em três blocos: “Quem é você?”; “Usos do tempo livre”; e “Sesi Lab”. Entretanto, para fins analíticos e expositivos, optou-se pela seguinte divisão: “Perfil sociodemográfico”; “Usos do tempo livre”; “Relações com arte, ciência, tecnologia e museus”; e “Relações com o Sesi Lab e o Plano Piloto”³. A seguir, apresentam-se os principais dados coletados⁴.

Perfil sociodemográfico

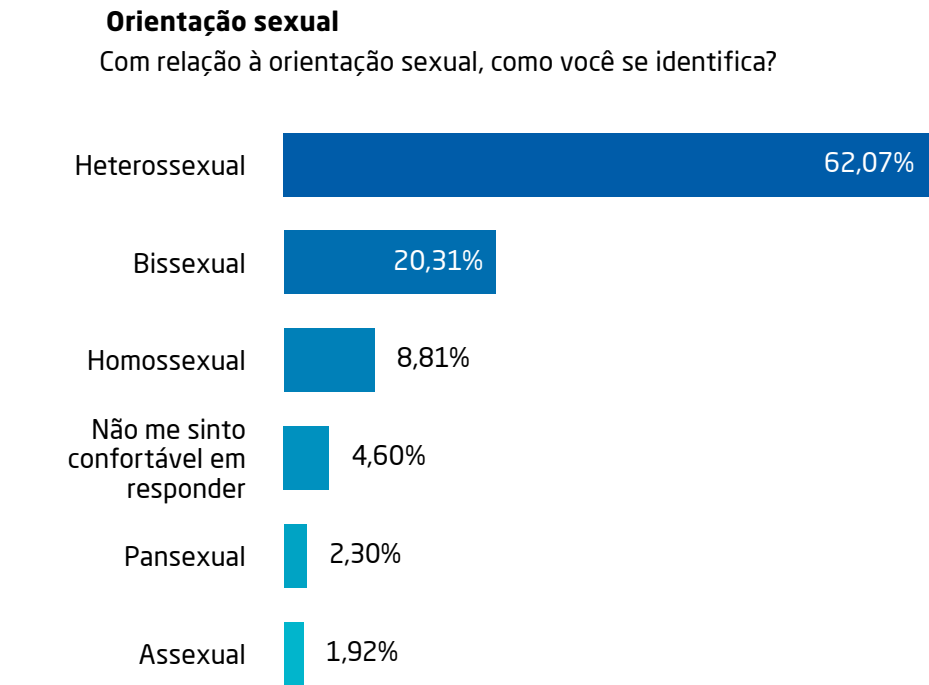
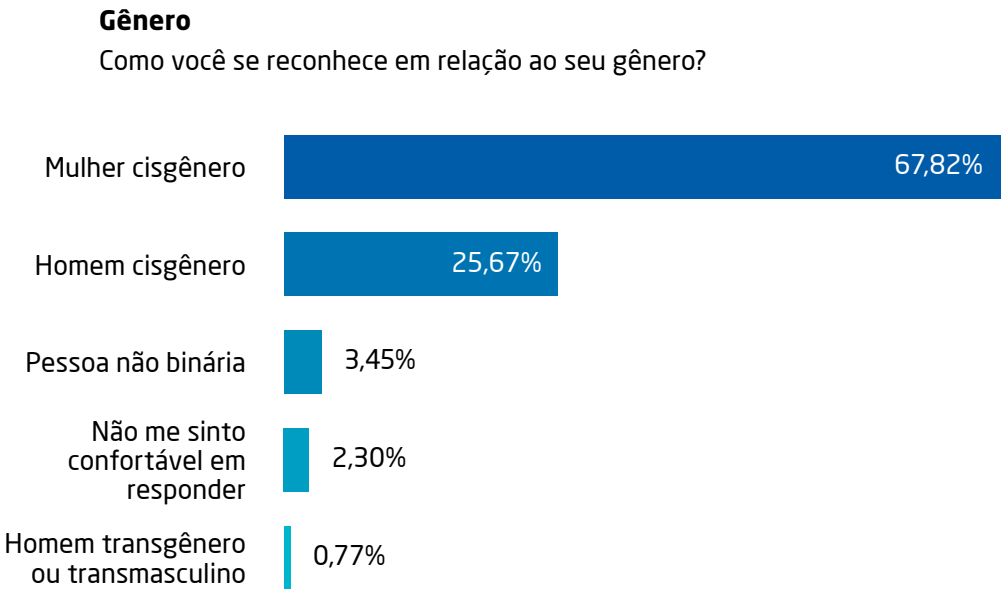
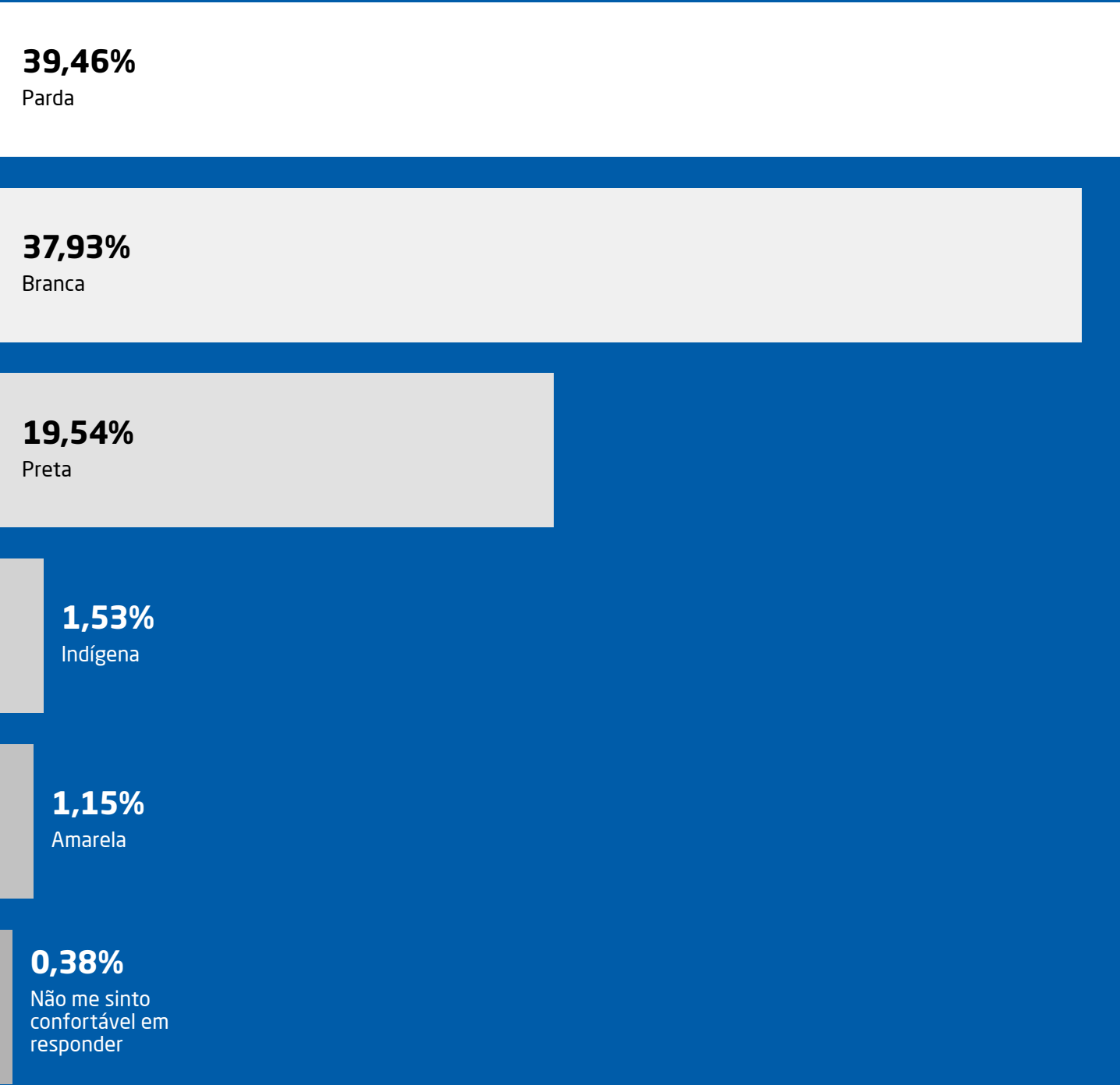
A maioria dos respondentes é composta por negros, mulheres (cis) e heterossexuais. Mais especificamente, 59% declararam-se negros (sendo 39% pardos e 20% pretos) e 38% identificaram-se como brancos; 68% eram mulheres (cis) e 27%, homens (cis e trans); ainda, 62% dos participantes se identificaram como heterossexuais.

Organizações selecionadas no mapeamento		
Organização	Localização	Visão geral
Jovem de Expressão	Ceilândia (Saída Sul)	Fundada em 2007, a organização está presente na Ceilândia, onde concentra a sua atuação.
Coletivo da Cidade	Estrutural (Saída Sul)	Fundado em 2011, o coletivo localiza-se na Estrutural e atende a comunidade local.
Casa Akotirene	Ceilândia (Saída Sul)	Fundado em 2019, identifica-se como um quilombo urbano que tem o objetivo de promover arte, cultura e melhores condições de inserção social e acolhimento para as pessoas pretas.
Mercado Sul Vive	Taguatinga (Saída Sul)	Constituída em 2015, trata-se da ocupação cultural de um antigo centro comercial de Taguatinga. É um espaço de convivência e memória da cidade que congrega iniciativas de arte, cultura e empreendedorismo.
Instituto Proeza	Recanto das Emas (Saída Sul)	Atua desde 2004 no combate à pobreza e às desigualdades sociais por meio de ações e estratégias que promovem o fortalecimento de vínculos entre a comunidade.
Rede Emancipa DF	Ceilândia (Saída Sul)	Fundada em 2007, é um cursinho popular que luta pela democratização do acesso à universidade e por uma educação de qualidade, crítica e gratuita.
CUFA-DF	Distribuída por todo o DF	Fundada em 2010 (no DF), promove ações de cunho cultural, esportivo e de assistência social.
Galt Vestibulares	Plano Piloto	Criado em 2015, é um cursinho formado por voluntários com objetivo de ser um local de impacto e empoderamento para jovens de baixa renda até o ensino superior.
Meninas Velozes	Plano Piloto	Projeto criado em 2013 a partir da iniciativa de professoras do curso de Engenharia Mecânica da Faculdade de Tecnologia da Universidade de Brasília (UnB) para aumentar o interesse de meninas na disciplina.
Vestibular Cidadão	Plano Piloto	Surgiu em 2003 a partir do interesse de estudantes da UnB de ampliarem o acesso de jovens de baixa renda à universidade.
Instituto Afrolatinas	Varjão (Saída Norte)	Consolidou-se em 2011 e, desde então, dedica-se à promoção de ações de empoderamento e desenvolvimento pessoal e comunitário para mulheres negras.

Composição étnico/racial

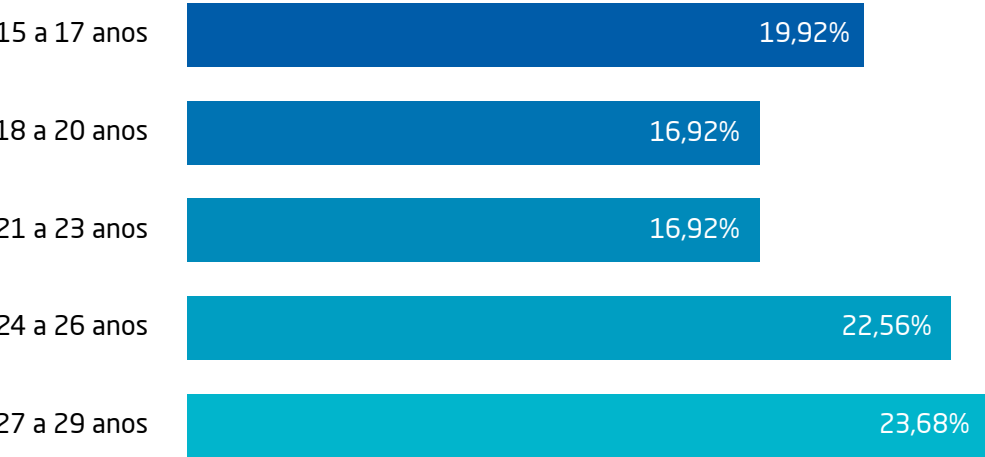
A cor ou raça que melhor identifica você é:

Todos os gráficos deste texto têm a seguinte fonte: Tomara! Educação e Cultura, 2023.



A divisão por recortes etários no universo de respondentes de 15 a 29 anos mostrou-se bem distribuída, com pequenas diferenças. Sobressaíram-se, como recortes específicos, respondentes entre 24 e 26 anos (com 23%) e entre 27 e 29 anos (com 24%), que juntos perfizeram 47% dos respondentes. Jovens de 15 a 23 anos constituíram 53% dos participantes da pesquisa.

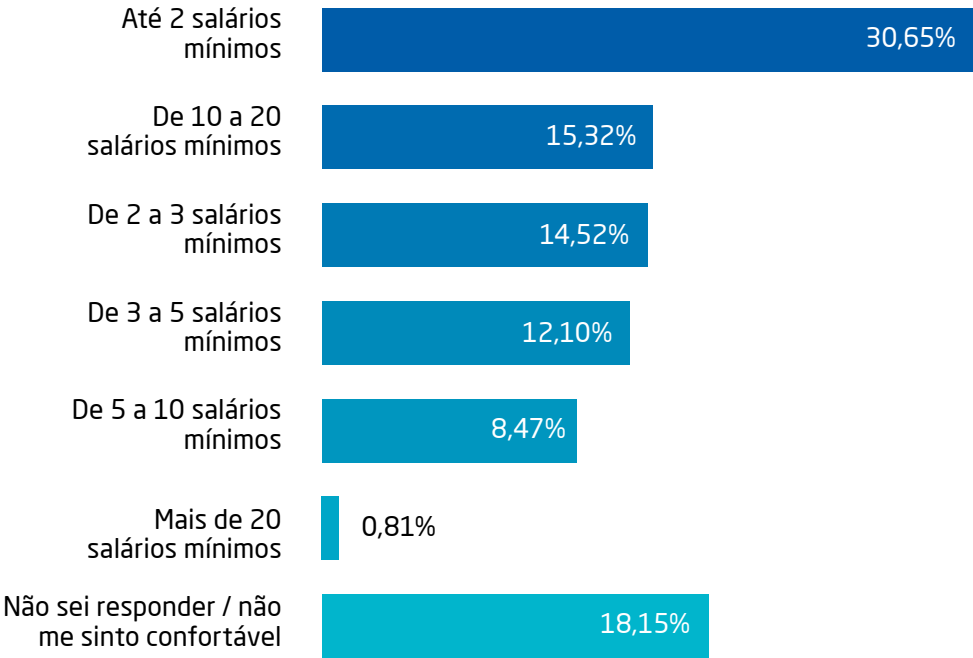
Faixa etária
Qual a sua idade?



Quanto à renda, a maioria dos respondentes (61%) residia em domicílios que recebiam até cinco salários mínimos por mês. Merece destaque o fato de que 18% dos jovens ou não souberam ou não se sentiram confortáveis em responder essa pergunta.

A maior parte dos respondentes declarou residir fora do Plano Piloto. A maioria, isto é, 59%, residia na Saída Sul, sendo Ceilândia o local de moradia de 9% dos jovens. Já a Saída Norte foi apontada como a região de residência de 32% dos respondentes, sendo Planaltina responsável por 15%. Apenas 9% dos jovens declararam morar no Plano Piloto. Vale indicar que 82% dos respondentes do Plano Piloto declararam-se brancos, ao passo que 94% dos respondentes da Estrutural e 61% de Planaltina identificaram-se como negros (pretos ou pardos).

Renda familiar
Qual é a renda mensal total da sua família?

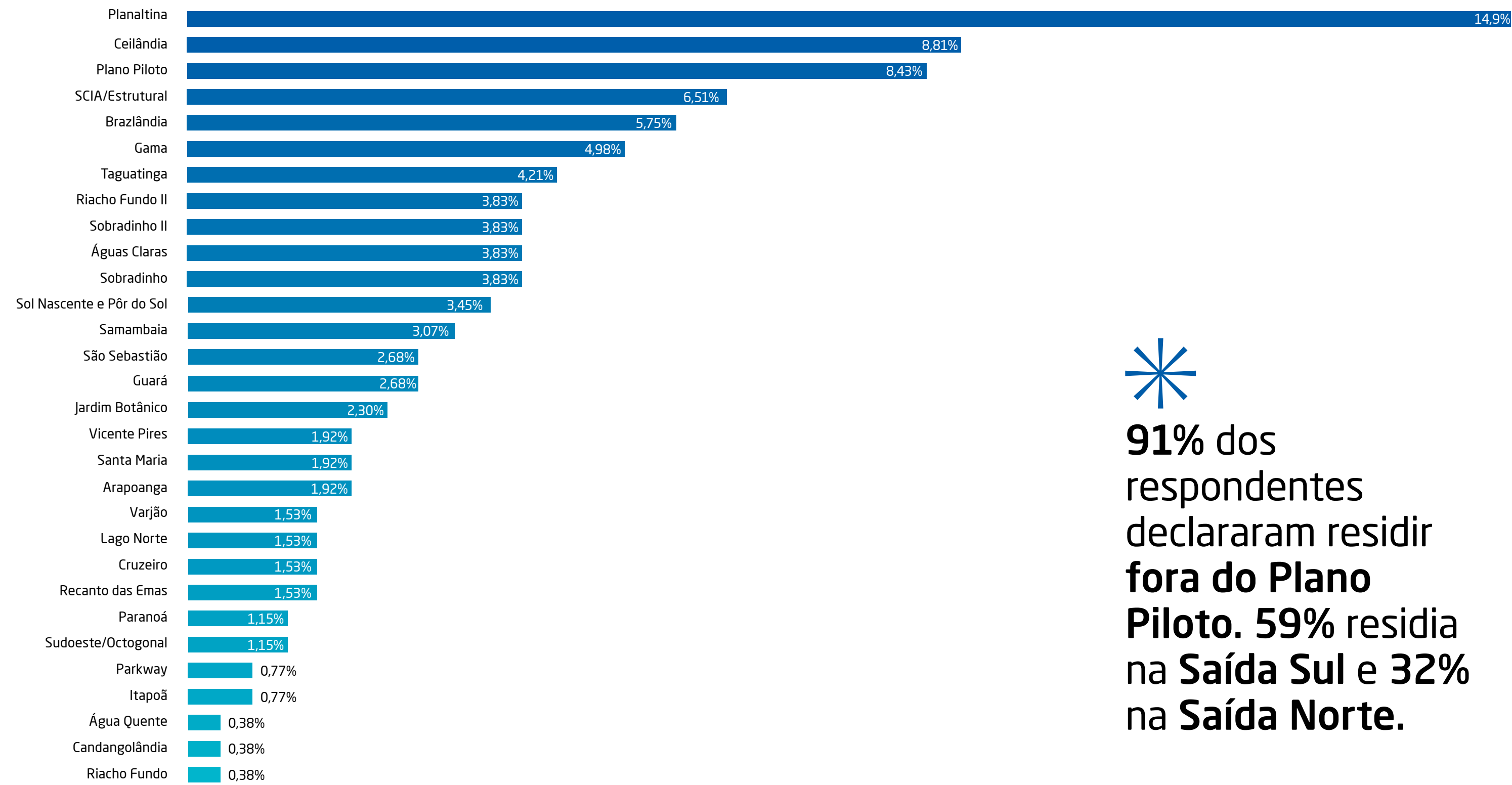


A maioria dos jovens que respondeu à pesquisa estudava (63%) e parte significativa estava no mercado de trabalho (68%), sendo que 48% estavam efetivamente empregados e 20% procuravam emprego. Para o recorte etário entre 18 e 29 anos – isto é, excluindo a faixa entre 15 e 17 anos, cujo esperado é estar no ensino médio –, a quantidade daqueles que estudavam diminui consideravelmente (54%) e a taxa daqueles que estão no mercado de trabalho aumenta (74%).

O nível de escolaridade apresentou-se razoavelmente bem distribuído. Desse modo, 21% tinha o ensino superior completo; 20%, o ensino médio incompleto; 19%, o ensino médio completo. Ao se restringir o recorte dos respondentes na faixa etária entre 24 e 29 anos, a taxa de jovens com o ensino superior completo aumentava; nesse caso, de 15% para 30%.

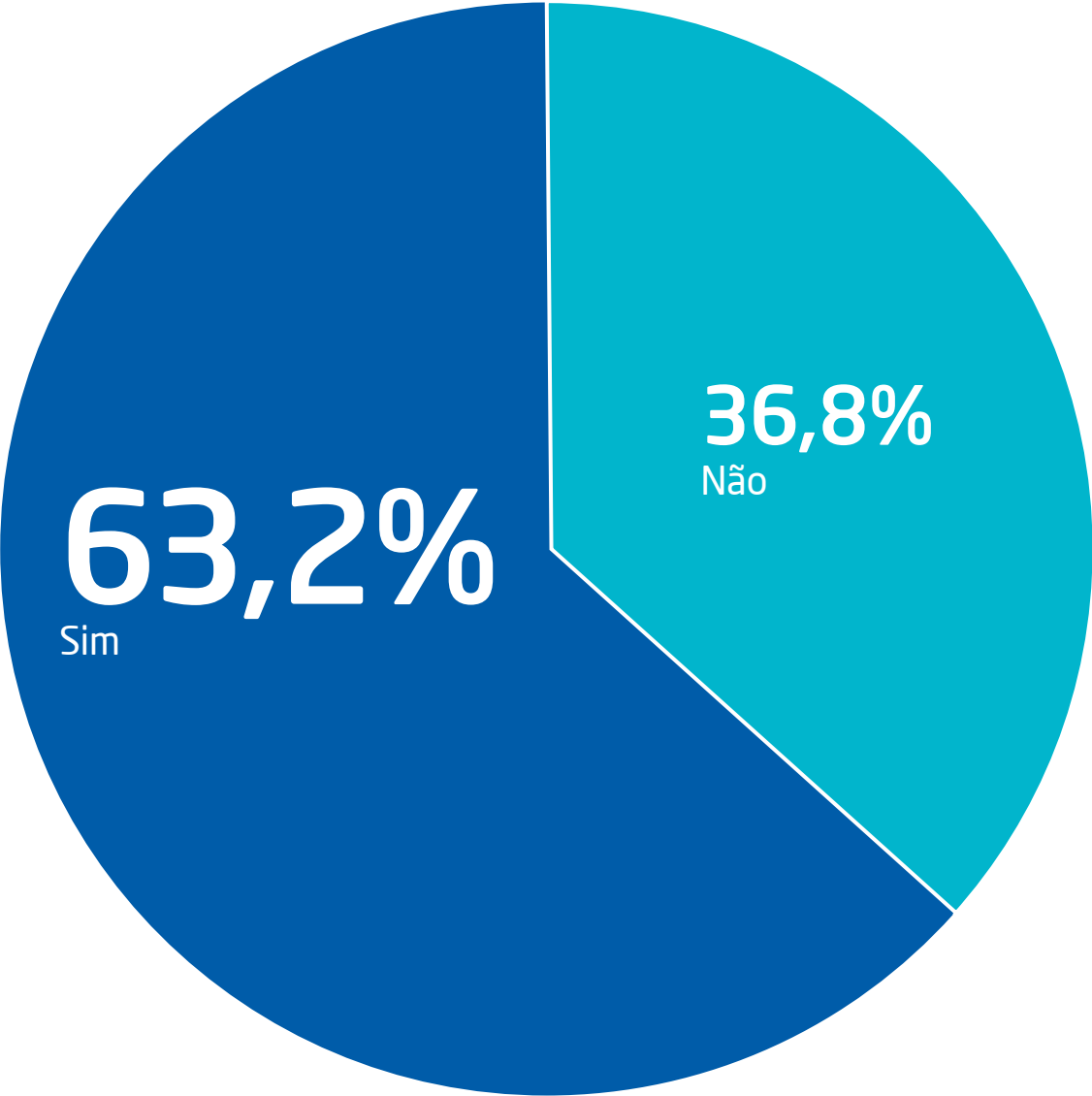
Os jovens, em sua grande maioria, viviam com outras pessoas. Apenas 5% declararam morar sós, embora essa taxa tenha subido para 11% no recorte entre 27 e 29 anos. A maioria – isto é, 61% – morava com os responsáveis e irmãos, sendo que 73% viviam em domicílios que abrigavam entre duas e quatro pessoas (além do respondente).

Local de moradia
Onde você mora?

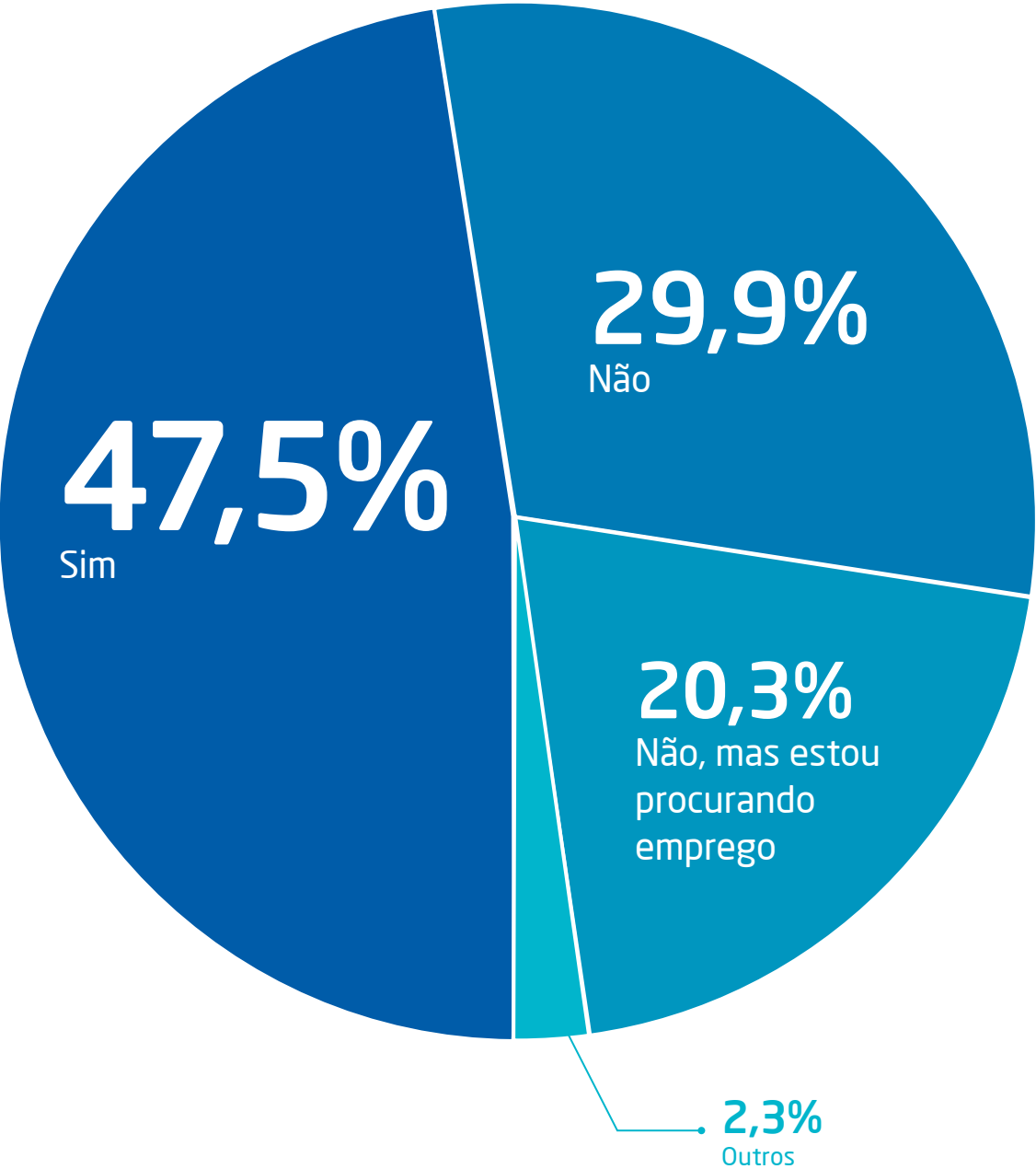


91% dos respondentes declararam residir fora do Plano Piloto. 59% residia na Saída Sul e 32% na Saída Norte.

Relação com os estudos
Estuda atualmente?



Relação com o trabalho
Trabalha atualmente?





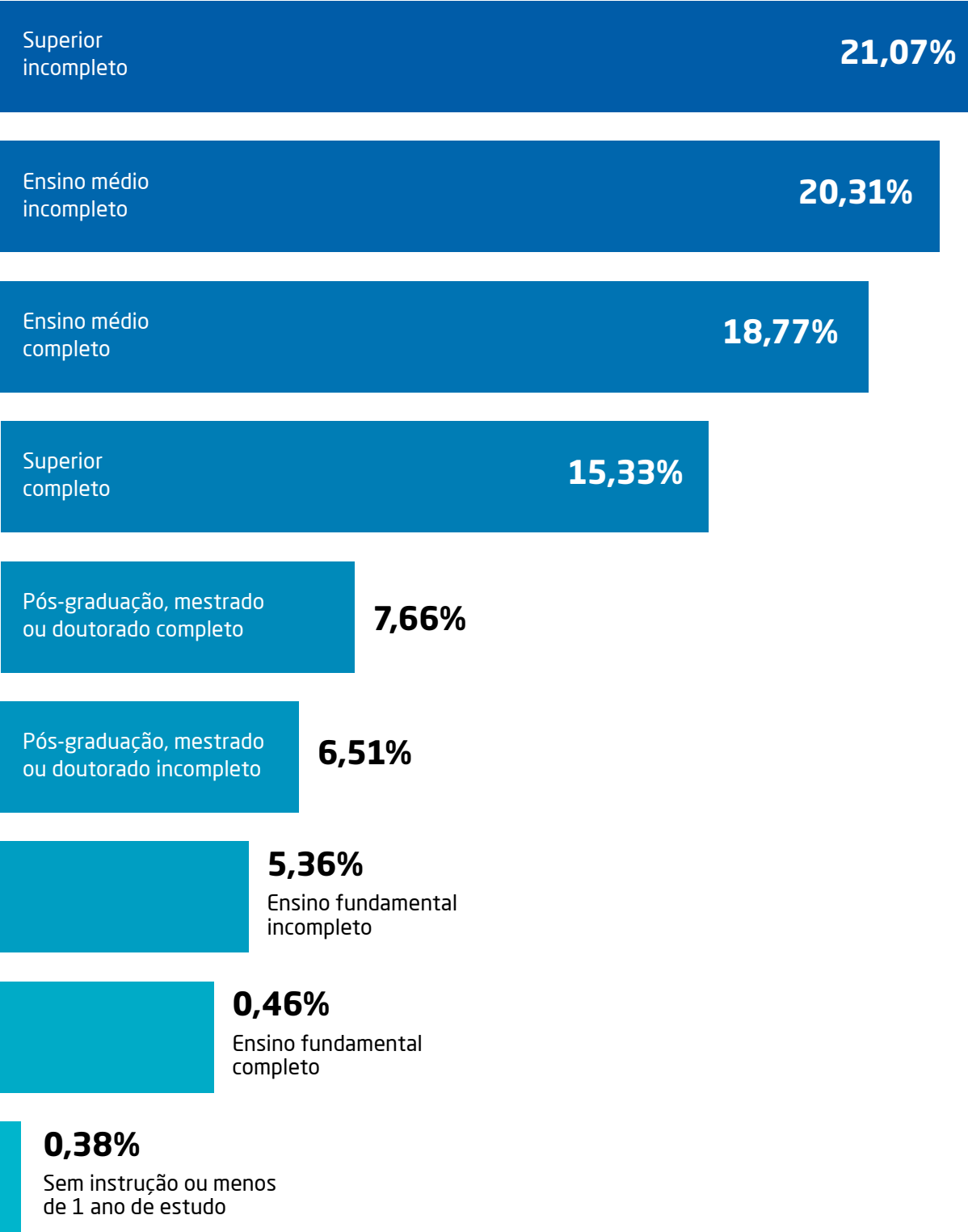
Grupos realizando o hackaton.
Foto: Isis Aisha/SESI Lab
Groups participating in the hackathon.
Photo: Isis Aisha/SESI Lab



Visita bidirecional realizada com as instituições
do programa Diálogos com os Territórios.
Foto: Educativo SESI Lab.
Bidirectional visit as part of the Local
Communities Dialogue program.
Photo: Educativo SESI Lab.

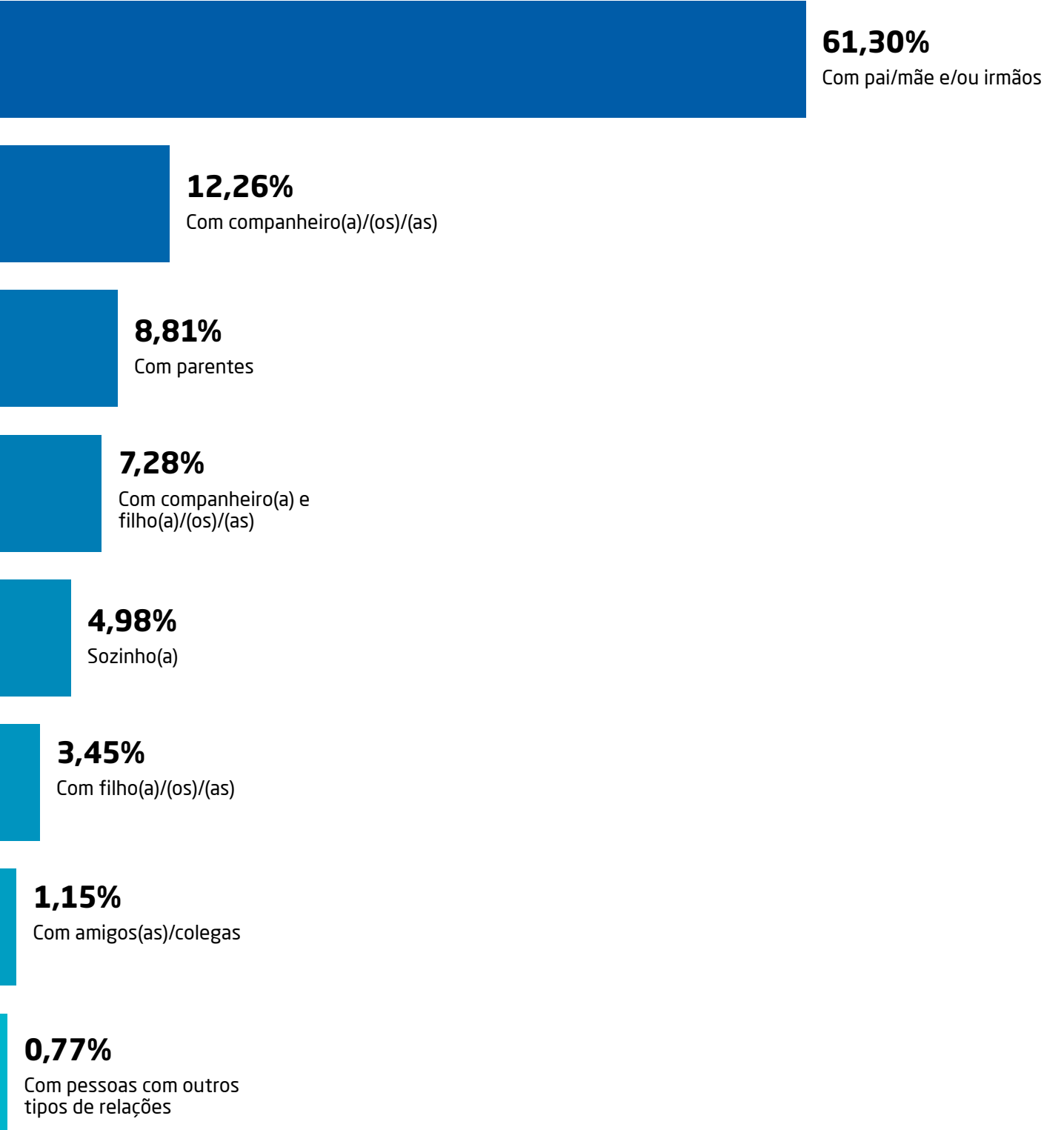
Escolaridade

Qual a sua escolaridade?



Formas de habitar

Com quem você mora?



Usos do tempo livre

As atividades preferidas dos respondentes em seu tempo livre foram “Assistir à TV, filmes, séries etc.”, “Ouvir música”, “Interagir nas redes sociais” e “Conversar com amigos”. Também em relação à mídia, as atividades menos preferidas foram “Assistir a *lives* e programas disponíveis nas redes sociais”, “Brincar com jogos de tabuleiro” e “Gravar TikTok ou Reels”. Houve uma pequena variação quanto à raça/etnia: para brancos, “Ler livros” aparecia como preferência ligeiramente à frente de “Interagir nas redes sociais” e “Conversar com amigos”.

A frequência a espaço ou atividade cultural (teatro, ocupações artísticas, centros culturais, espetáculos, slams, saraus etc.) ou atividade científica/tecnológica (como hackathons), foi equilibrada, mas apresentou diferenças segundo algumas variáveis. No geral, 33% declarou raramente frequentar outro espaço ou atividade cultural, 30% declarou frequentar outro espaço/atividade com alguma regularidade e 30% declarou não frequentar esses espaços.

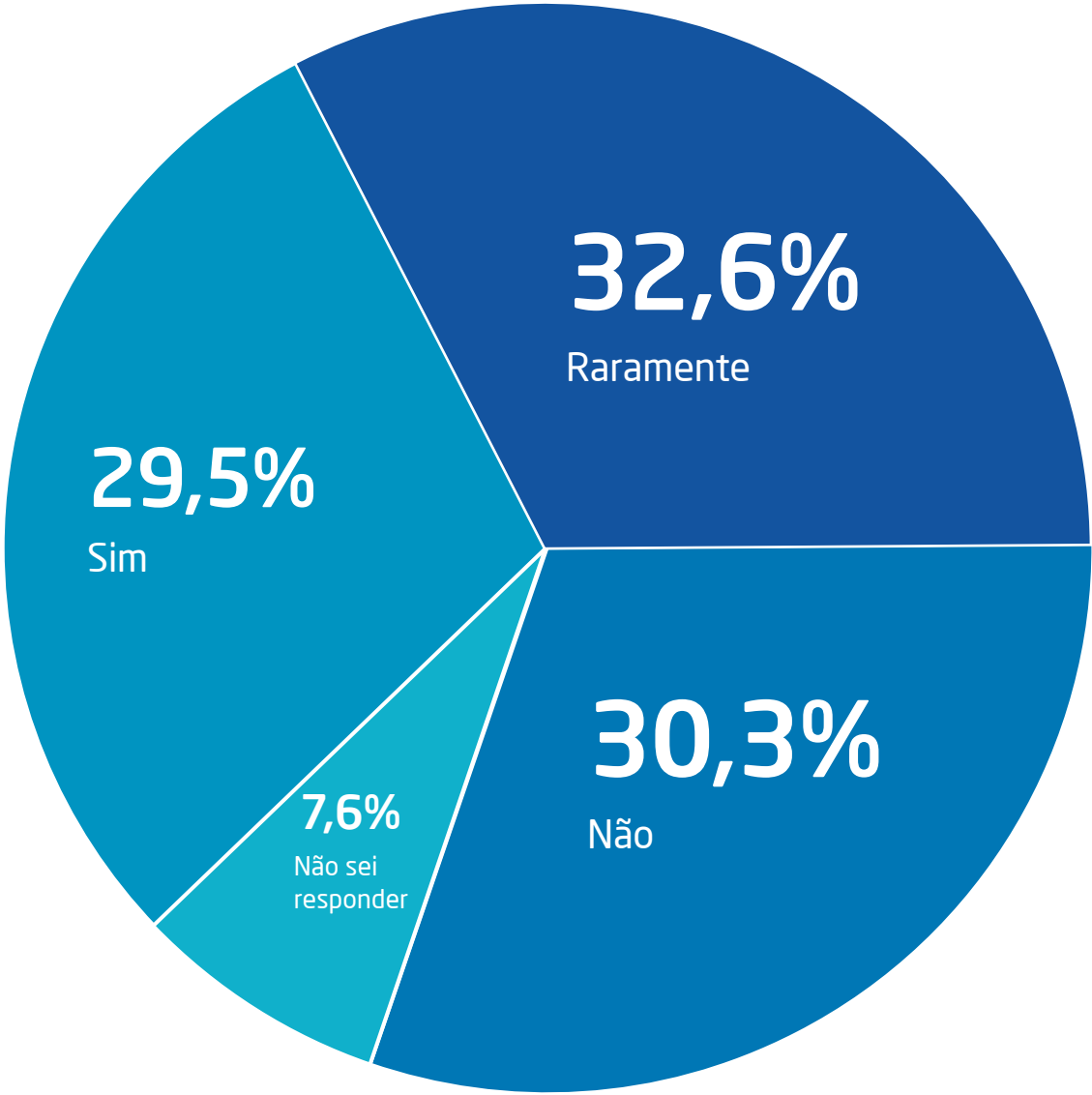
Ao se cruzar dados de gênero com raça/etnia, os homens negros se mostraram os mais excluídos de espaços/atividades culturais, com as mulheres negras na sequência. Os dados revelaram que:

- Mulheres negras: 37% não frequentavam; 30% frequentavam raramente; 23% frequentavam regularmente (10% não souberam responder).
- Mulheres brancas: 16% não frequentavam; 43% frequentavam raramente; 41% frequentavam regularmente (16% não souberam responder).
- Homens negros: 52% não frequentavam; 21% frequentavam raramente; 21% frequentavam regularmente (5% não souberam responder).
- Homens brancos: 4% não frequentavam; 37% frequentavam raramente; 37% frequentavam regularmente (22% não souberam responder).

Em pergunta com espaço para resposta aberta, foi possível indicar um exemplo de espaço ou atividade frequentada. O Centro Cultural Banco do Brasil foi o mais mencionado, seguido de espaços públicos (parques e praças), museus, teatros, shows, centros culturais e o SESI Lab, dentre outros.

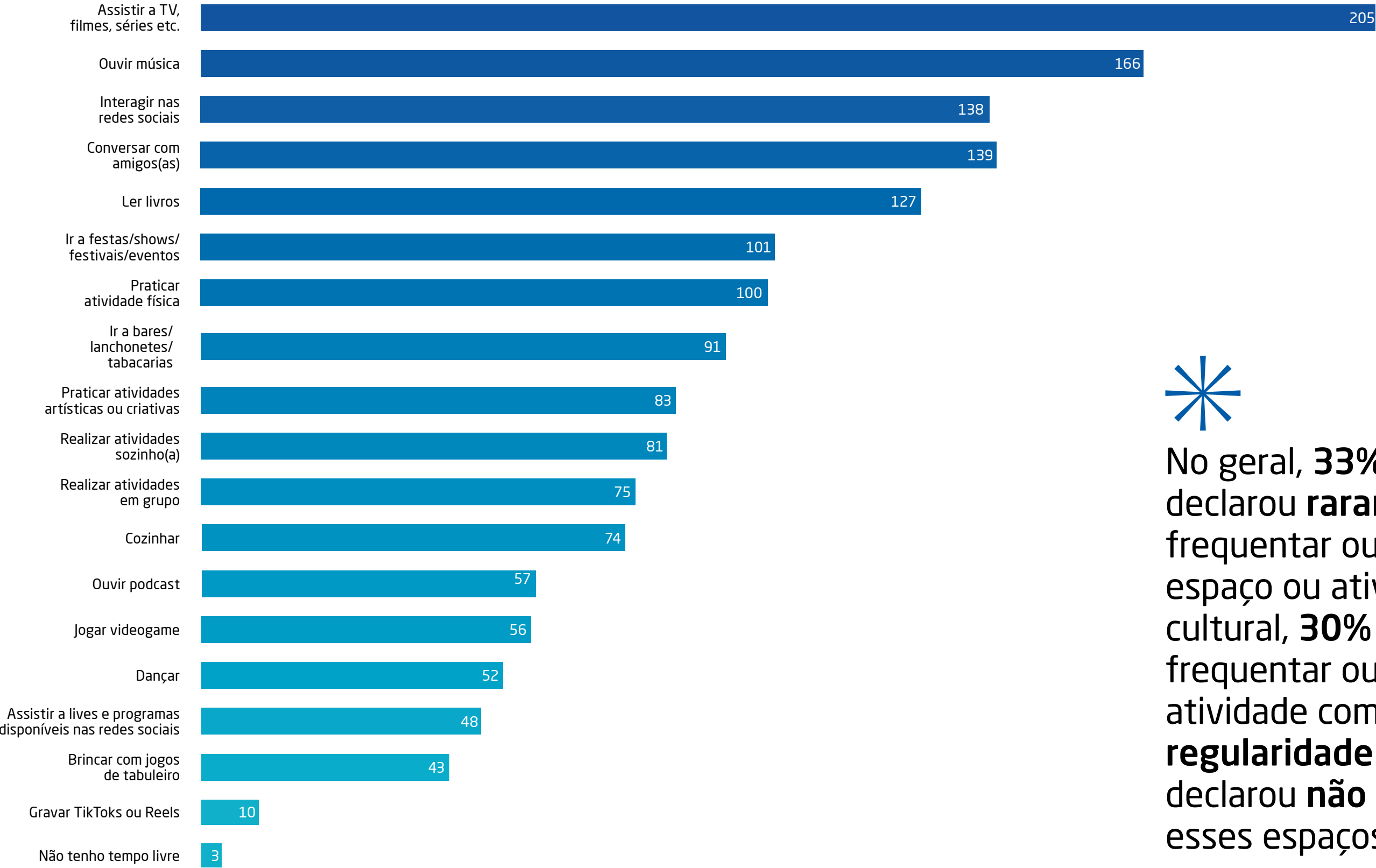
Também foi perguntado, com espaço para resposta aberta, quais seriam os tipos de espaços e atividades que os respondentes gostariam de frequentar. A maioria das indicações foi para teatro e espetáculos, com menor menção para espaços/atividades esportivas, museus, orquestras/eventos musicais, espaços/eventos de ciência, tecnologia/games, dentre outras.

Espaços frequentados no tempo livre
Você frequenta algum outro espaço ou atividade cultural?



Atividades realizadas no tempo livre

O que você gosta de fazer no tempo livre?



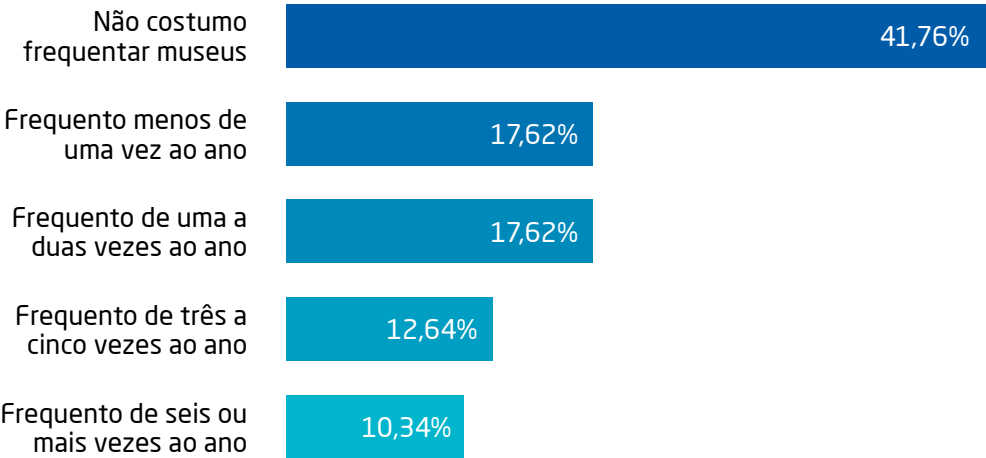
No geral, **33%** declarou **raramente** frequentar outro espaço ou atividade cultural, **30%** declarou frequentar outro espaço/atividade com **alguma regularidade** e **30%** declarou **não frequentar** esses espaços.

Relações com arte, ciência, tecnologia e museus

Os respondentes, em sua maioria, não costumavam frequentar museus com regularidade. Mais precisamente, 42% dos jovens não costumavam frequentar museus e 18% frequentavam menos de uma vez por ano.

Relação com museus

Qual sua relação com museus?

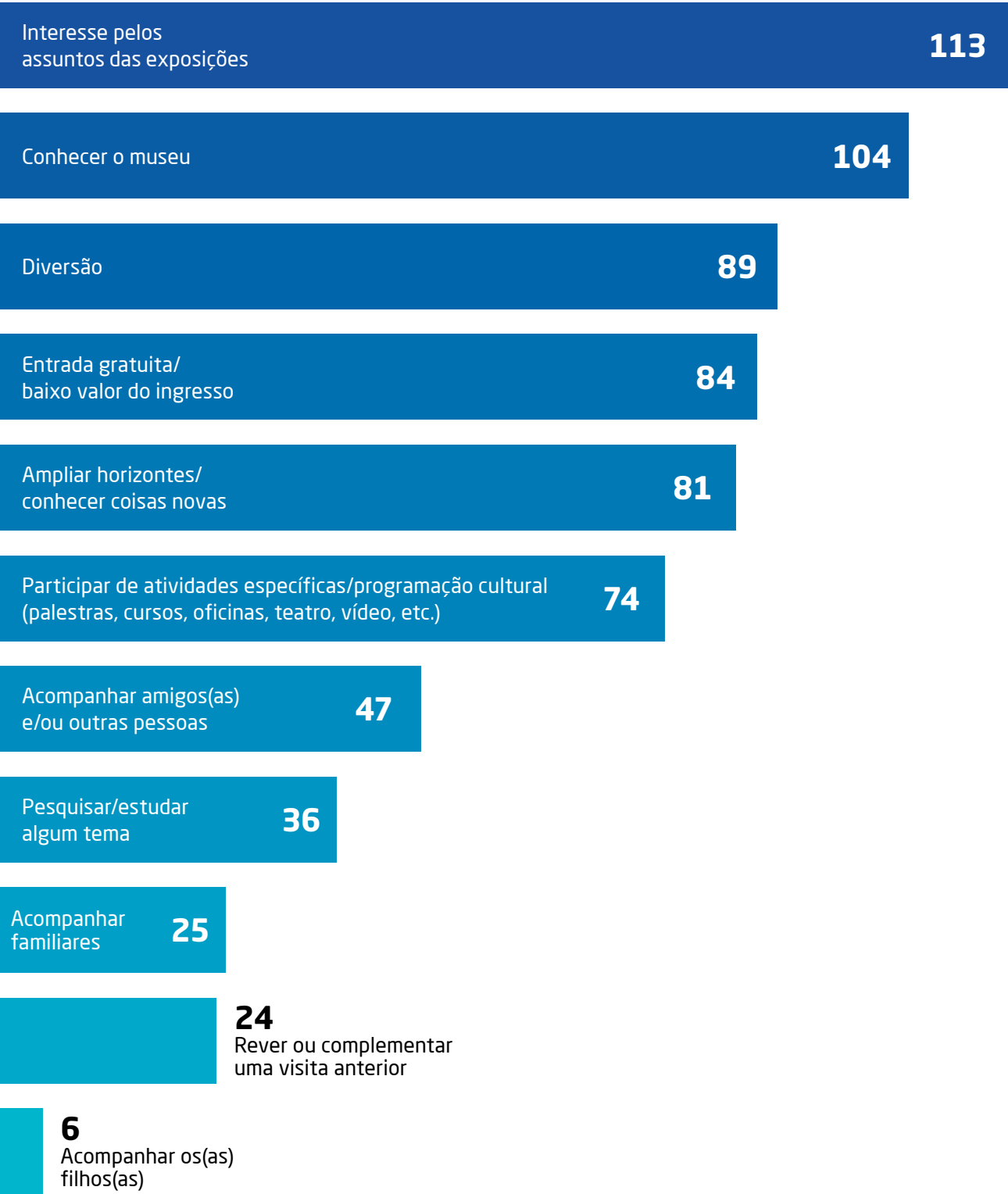


Entretanto, ao se verificar o fator étnico-racial, diferenças significativas mais uma vez se evidenciaram. Apenas 21% dos jovens brancos não costumavam frequentar museus, sendo que a mesma proporção de respondentes do mesmo perfil frequentavam museus seis vezes ou mais anualmente, ao passo que 24% dos jovens brancos frequentavam museus de três a cinco vezes por ano. Por sua vez, 55% dos jovens negros não costumavam frequentar museus e 19% deles frequentavam menos de uma vez ao ano. Os dados demonstram, então, não apenas que os museus aparecem como locais menos frequentados do que outros espaços culturais, como essa frequência é diretamente afetada a depender dessas identificações e pertencimentos, incluindo o local de residência: 100% dos participantes que residem no Plano Piloto, por exemplo, afirmaram frequentar museus.

A principal motivação constatada para os jovens frequentarem museus foi o interesse pelo assunto das exposições. O interesse em conhecer o museu e a simples diversão foram outras motivações apontadas, na maior parte das vezes, com significativa escolha da alternativa “Entrada gratuita/baixo valor do ingresso”.

Motivação para frequentar museus

Principais motivações de visita a museus



Já a principal motivação indicada para não visitar museus foi a falta de tempo. Destacam-se, contudo, outras motivações, como a falta de conhecimento/informações a respeito, a falta de informações sobre o funcionamento dos museus e suas programações, falta de opções na região onde mora e distância da residência/trabalho, dentre outras.

Na pergunta sobre a relação com a arte, metade dos respondentes demonstrou interesse em arte, mas apontou que não participava de atividades artísticas. Cerca de 22% declararam não conhecer muito sobre arte, mas que gostariam de conhecer; enquanto 19% afirmaram ter interesse em arte e participar de atividades artísticas. Apenas 9% responderam que não têm interesse em arte. Ninguém do Plano Piloto indicou não ter interesse em arte. Outras variáveis não demonstraram impacto significativo para essa questão.

Cerca de 47% dos respondentes demonstraram interesse em ciência e tecnologia, mas não participavam de atividades relacionadas a esses temas. Em contraste, apenas 7% responderam não ter interesse em ciência e tecnologia.

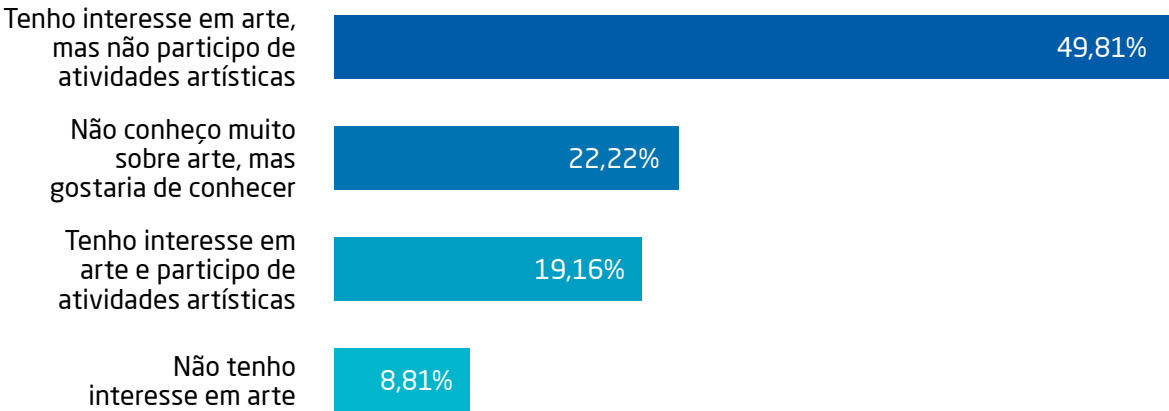
Vale destacar que cerca de 41% dos respondentes declararam não conhecer museus ou espaços dedicados a ciência e tecnologia. Mas os que visitavam tais espaços, em frequência variada, somaram 31%.

Relações com o Sesi Lab e o Plano Piloto

“Nunca visitei o Sesi Lab, mas já ouvi falar e gostaria de visitar” foi a resposta de 41% dos respondentes. Constatou-se que 37% dos jovens já visitaram o Sesi Lab uma vez ou mais, mas quase 20% nunca ouviram falar da instituição.

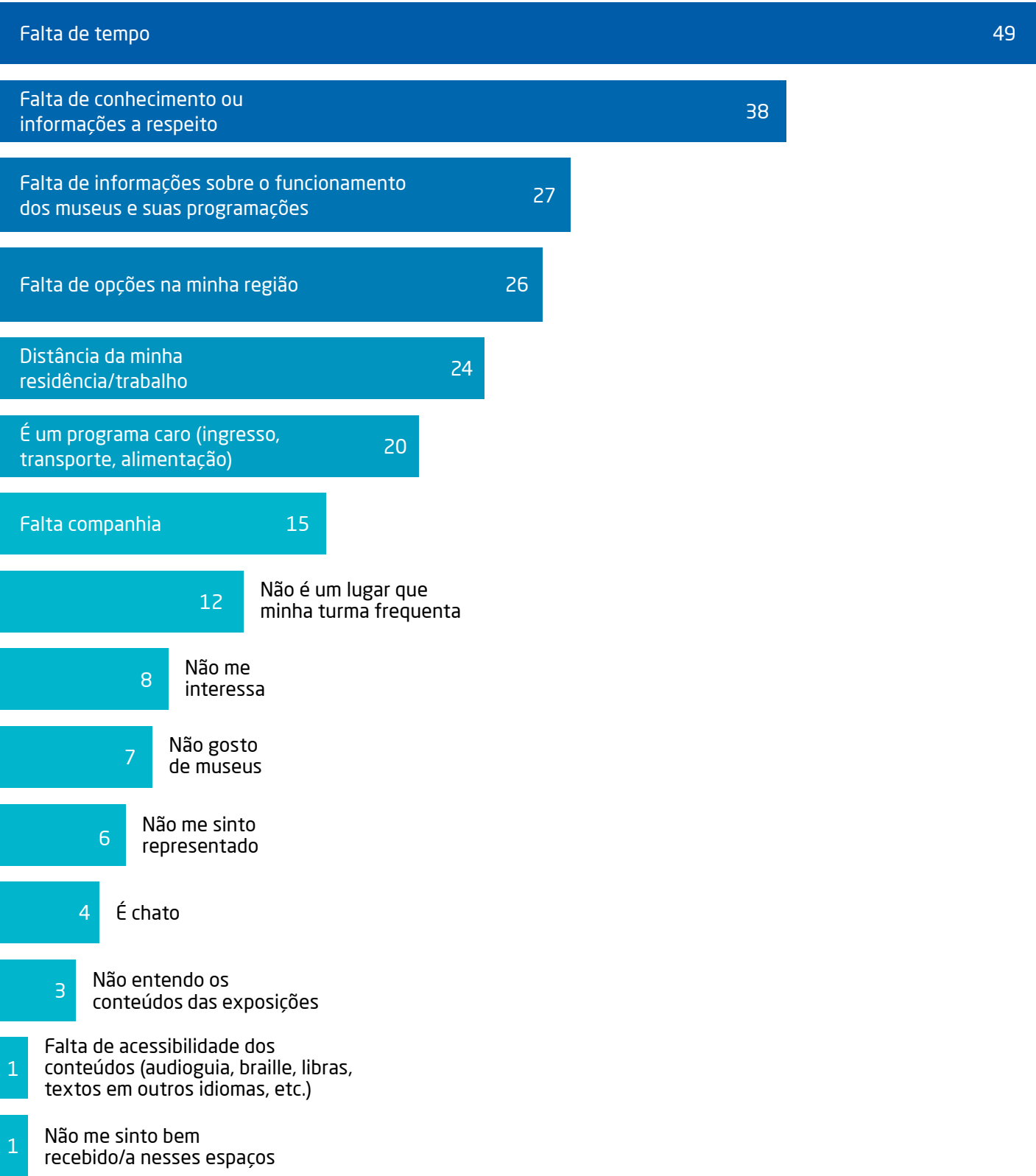
Relação com a arte

Marque a opção que mais se aproxima da sua relação com a arte



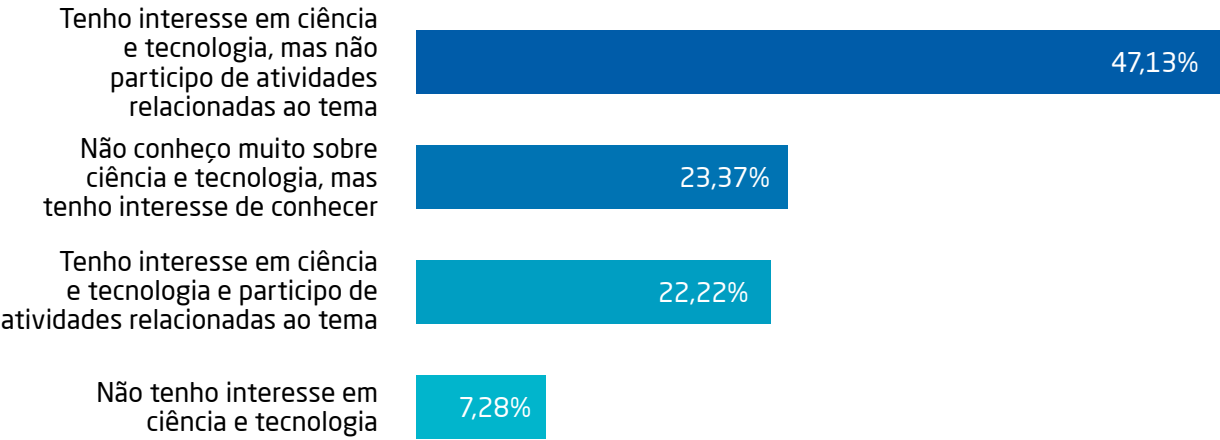
Motivos para não frequentar museus

Por que você não costuma visitar museus?



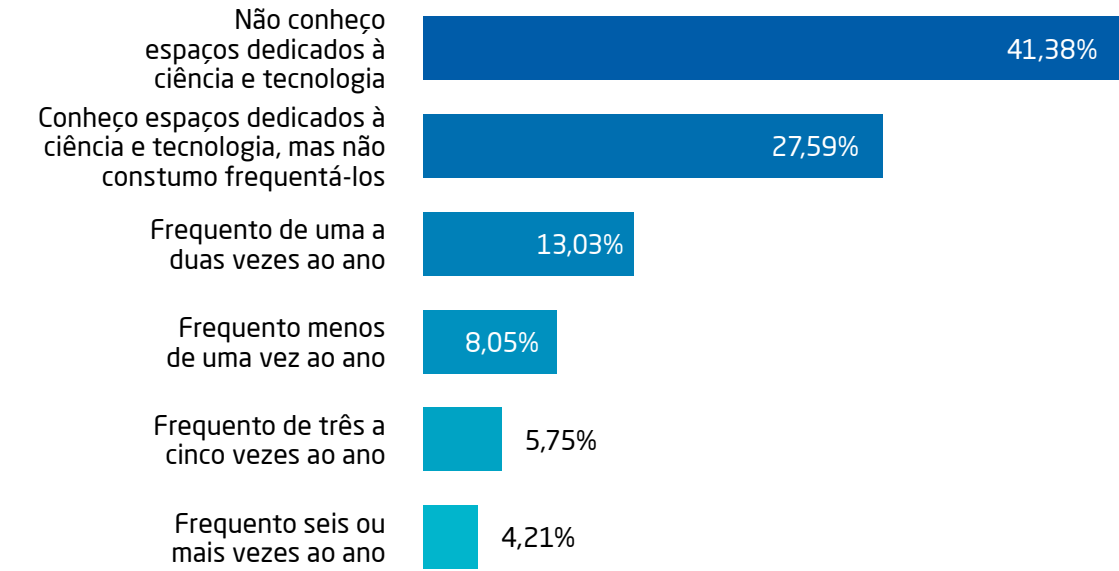
Relação com ciência e tecnologia

Marque a opção que mais se aproxima da sua relação com ciência e tecnologia



Relação com museus e centros de ciência e tecnologia

Qual é a sua relação com museus e centros de ciência e tecnologia?



Dos que nunca visitaram o SESI Lab, o principal motivo assinalado foi a distância. Falta de tempo, ser um programa caro e não ser o lugar que a turma frequenta foram, nessa ordem, outros motivos apontados para não conhecer o museu.

A principal motivação para visitar o SESI Lab, dentre os que já visitaram, foi conhecer o museu. Interesse nos assuntos das exposições, ampliar os horizontes e simplesmente diversão foram as outras motivações apontadas com maior frequência.

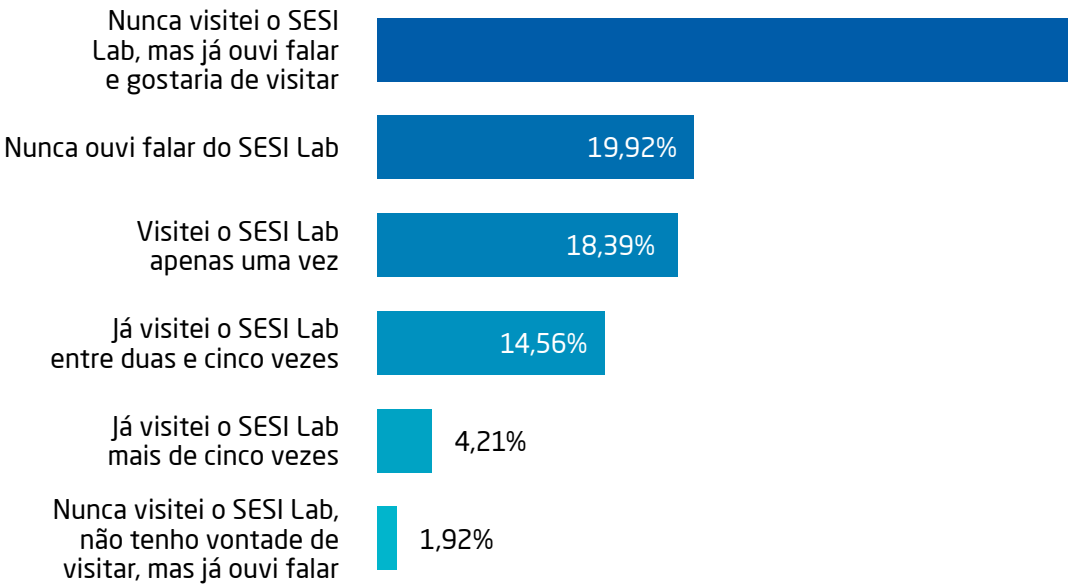
O ônibus foi o principal meio de transporte utilizado por 51% dos jovens que frequentam a região do SESI Lab. Já 20% declararam usar veículo próprio, ao passo que 14% afirmaram ir de metrô.

A maioria dos respondentes declarou não morar no Plano Piloto, mas a principal relação com a região era motivada pelo lazer ou por atividades ligadas ao tempo livre. “Gostaria de ir com mais frequência ao Plano Piloto, mas é muito longe e/ou o deslocamento é difícil” foi a alternativa escolhida pela maioria dos respondentes negros, por jovens entre 15 e 20 anos e por quem tem renda familiar mensal de até dois salários mínimos.

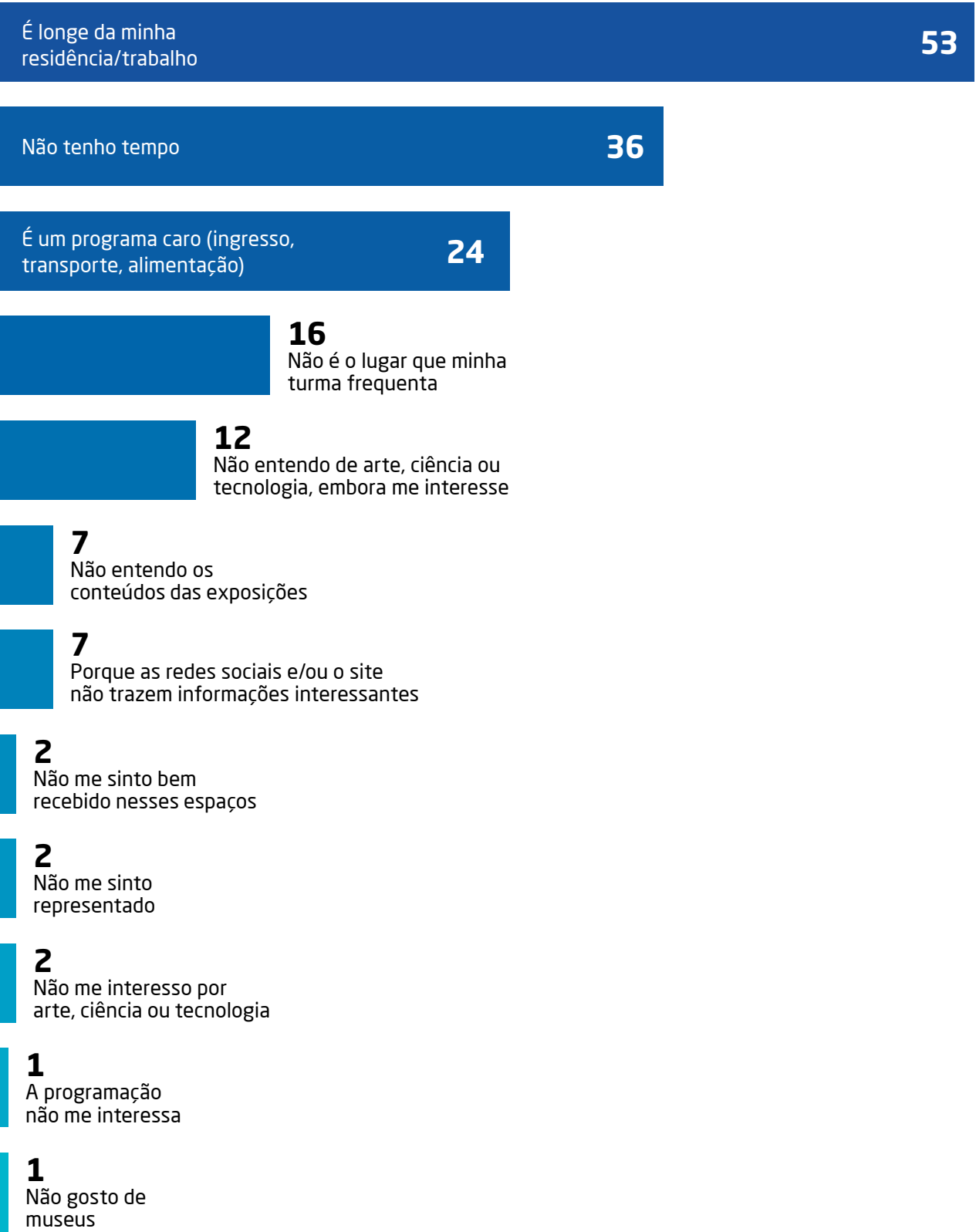
O Plano Piloto foi apontado como a região mais frequentada no tempo livre dos jovens pesquisados. Taguatinga, Planaltina, Ceilândia e Águas Claras também foram regiões mencionadas com significativa recorrência.

Relação com o SESI Lab

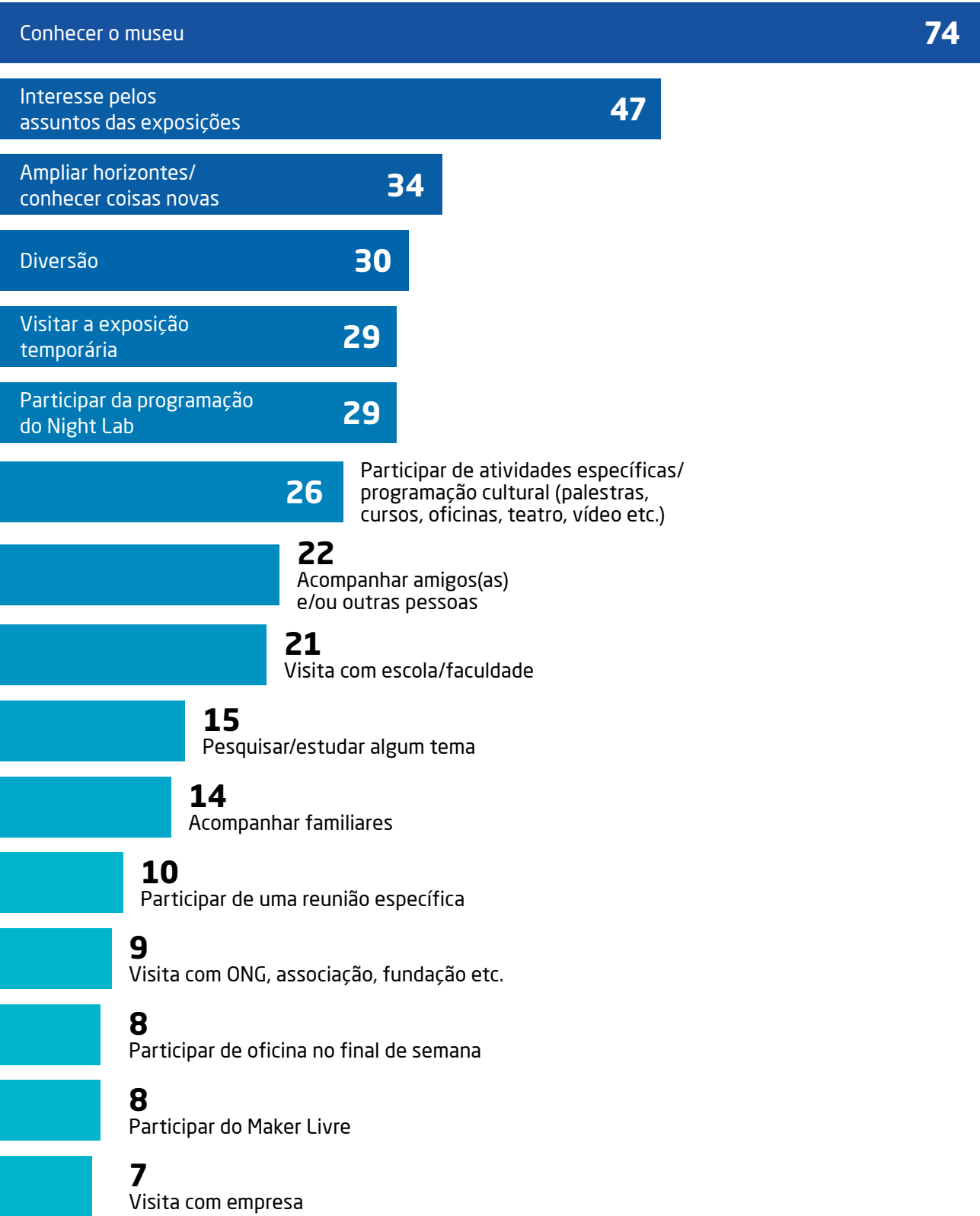
Qual das informações abaixo mais se aproxima da sua relação com o SESI Lab?



Motivos de quem nunca visitou o SESI Lab

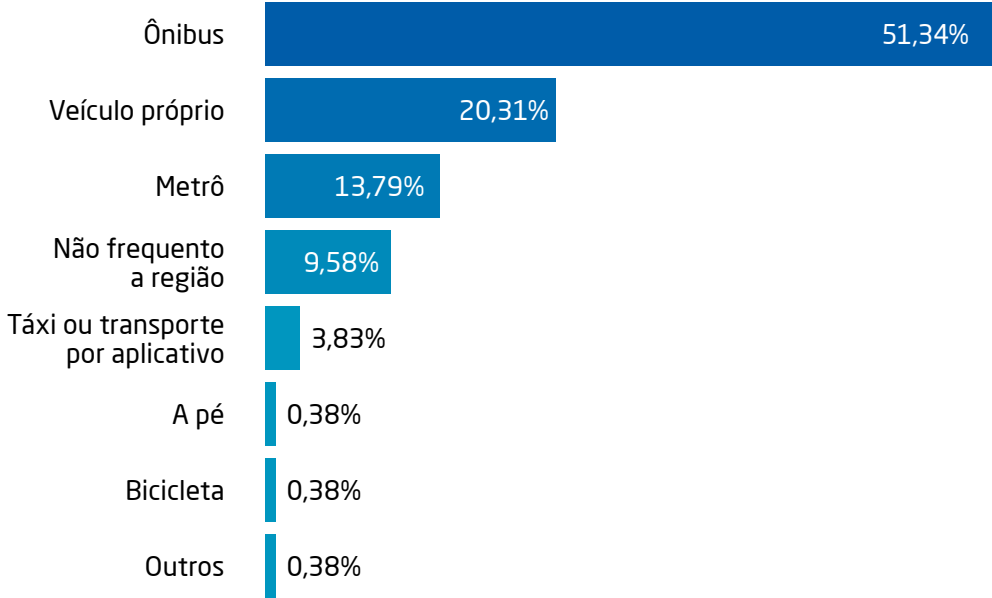


Motivação para a visita ao SESI Lab

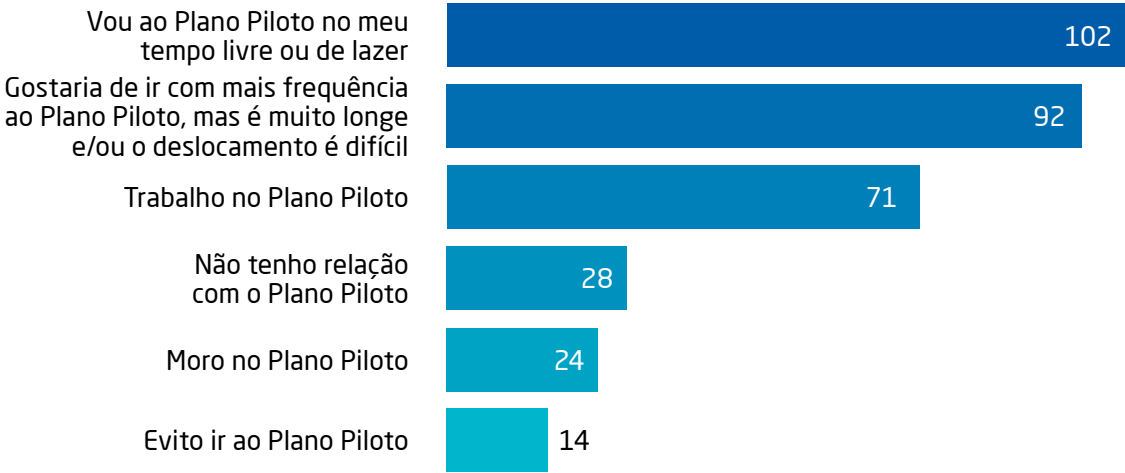


Meio de transporte utilizado

Qual o meio de transporte que você mais utiliza para se deslocar até a região do SESI Lab?



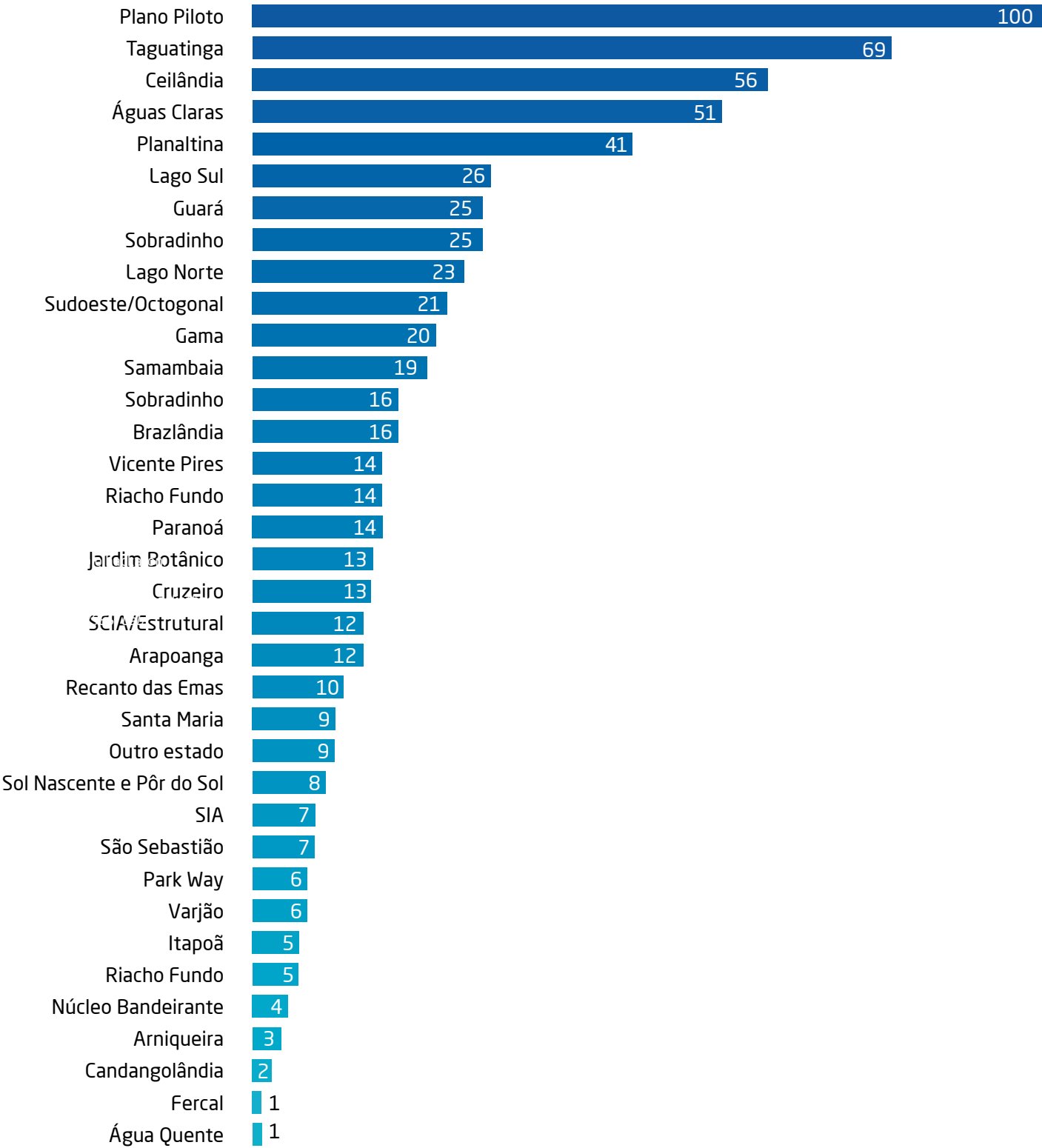
Relação com o Plano Piloto



Ação educativa Robô na Rodô, na rodoviária de Brasília. Foto: Educativo SESI Lab. Educational activity at Brasília's central bus station. Photo: Educativo SESI Lab.

Regiões frequentadas no tempo livre

Quais os principais locais/regiões que você frequenta no seu tempo livre?



Participantes do 1º Hackathon SESI Lab: Arte, Ciência e Tecnologia para Transformar as Cidades.
Foto: Gilberto Sousa
Participants of the 1st SESI Lab Hackathon: Art, Science and Technology to Transform Cities.
Photo: Gilberto Sousa



Considerações finais

A pesquisa demonstrou que há espaço para o Sesi Lab estabelecer e/ou aprimorar a relação com esses públicos. Para tanto, é preciso elaborar estratégias para a continuação desse diálogo e aprofundar o relacionamento com as instituições selecionadas – algumas delas, inclusive, pediram um retorno sobre os possíveis avanços do programa Diálogos com os Territórios, independentemente da concretização ou não de parcerias. Embora certas instituições tenham se mostrado animadas com esse contato inicial, outras demonstraram receio de que a relação não se aprofundasse ou que o interesse do Sesi Lab fosse em parcerias pontuais. Em geral, percebeu-se um temor de que expectativas fossem frustradas, o que deve ser considerado um ponto de atenção importante: essas relações, que em muitos casos se iniciaram com a própria pesquisa, devem ser cuidadas e monitoradas.

A despeito da seleção inicial de 11 organizações, o contato com novas instituições com potencial para futuras parcerias deve ser uma meta. No entanto, vale apostar no monitoramento das instituições já mapeadas na primeira etapa, pois isso permitirá constatar mudanças que as qualifiquem para uma relação mais aprofundada com o Sesi Lab. Para tanto, a base de dados criada deve ser alimentada continuamente.

Uma vez que o relacionamento com algumas instituições esteja mais consolidado, seria desejável a aplicação de nova pesquisa de perfil com o apoio dessas organizações, em uma divulgação direcionada entre os jovens que atendem. Mesmo assim, é necessário que o próprio Sesi Lab realize intensa divulgação nas suas redes sociais.

De modo geral, a pesquisa, de caráter exploratório, trouxe pistas para entender os interesses dos jovens do Distrito Federal, possibilitando que sejam pensadas estratégias para se aproximar desse público. Ao mesmo tempo, evidenciou-se a já sabida desigualdade de acesso a espaços/atividades culturais e, especificamente, a museus, quando marcadores sociais como raça/etnia e gênero são considerados. Jogar luz nesses dados permite à instituição estabelecer políticas e ações direcionadas, conhecendo melhor as barreiras de acesso e enfrentando, com base em dados, os desafios da inclusão e da transformação do museu em um espaço mais diverso e plural.

O contato simultâneo com organizações voltadas a esse público-alvo ou protagonizadas por eles também evidenciou o potencial de ter como parceiras instituições que possuam capilaridade no território e contato prévio e contínuo com esses jovens. Juntas, as duas frentes de pesquisa acabaram por se complementar, fornecendo subsídios relevantes para o desenvolvimento do programa Diálogos com os Territórios.

Programa Diálogos com os Territórios: implementação e desdobramentos da pesquisa

Gabriela Reznik e Luciana Conrado Martins

A pesquisa desenvolvida previamente à implementação do programa ofereceu subsídios importantes para a compreensão dos interesses de instituições e coletivos das periferias do Distrito Federal, público com o qual o museu desejava construir uma interlocução. O projeto piloto foi implementado ao longo de 2024 e envolveu visitas bidirecionais – visitas de instituições parceiras ao Sesi Lab e visitas da equipe de educação do Sesi Lab a essas instituições, ação na Rodoviária do Plano Piloto e o 1º Hackathon Sesi Lab: Arte, Ciência e Tecnologia para Transformar as Cidades.

Com foco em atuar de forma intencional com grupos de pessoas oriundas das regiões administrativas periféricas, visando a desenvolver seu senso de pertencimento em relação ao Sesi Lab e suas ações, o programa buscou fortalecer a relação desses públicos, especialmente jovens de 15 a 29 anos, tanto com o Sesi Lab como com os temas de artes, ciência e tecnologia.

O projeto se inseriu no contexto do Programa Diálogos – Diversidade, Equidade e Inclusão, o qual busca desenvolver ações que construam um diálogo significativo com o território em que o Sesi Lab se insere, de forma a ampliar o acesso, a participação e a construção de um senso de pertencimento de grupos historicamente excluídos, atuando como um agente de transformação social no Distrito Federal.

O Programa Diálogos está alinhado com diversos princípios que guiam o trabalho do Sesi Lab. São eles: acessibilidade e inclusão social; colaboração e cooperação; conexão e criatividade; e diversidade. Em alinhamento com a Agenda 2030 e aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODSs) e com a Conferência do Conselho Internacional de Museus – ICOM que ocorreu em Praga, em 2022, e atualizou a definição de museu afinada a diversos aspectos fundamentais da Agenda, identificamos que o Programa Diálogos do Sesi Lab se relaciona, principalmente, ao ODS 4 – “assegurar a educação inclusiva, equitativa e de qualidade, além de promover as oportunidades de aprendizagem” –, ao ODS 5 – “alcançar a igualdade de gênero e empoderar todas as mulheres e meninas” – e ao ODS 10 – “reduzir a desigualdade dentro dos países e entre eles”.

Visitas bidirecionais

As visitas bidirecionais foram agendadas com as instituições, às quais foram oferecidos transporte e lanches. No museu, os visitantes foram convidados a conhecer as galerias e a realizar uma oficina educativa intitulada “Tons de si”. Nessa oficina, os participantes têm a oportunidade de explorar a diversidade de tons de pele por meio da criação do seu próprio tom, em interlocução com a obra *Humanæ: obra em andamento*, da artista Angélica Dass. Utilizando tintas e cores primárias, elas misturam e experimentam até chegar a uma representação pessoal. Ao final, cada participante cria uma obra de arte, refletindo sobre a importância da valorização da diversidade e a construção de uma sociedade mais inclusiva. Em paralelo às visitas ao Sesi Lab, a equipe educativa levou uma série de ativações educativas para a sede das instituições, com distribuição de voucher para entrada gratuita ao museu. Realizadas em outubro e novembro de 2024, foram 503 pessoas atendidas, 13 territórios e nove instituições: CUFA-DF – Sol Nascente, Planaltina e Estrutural, Casa Akotirene, Coletivo da Cidade, Instituto Proeza, Jovem de Expressão, Centro de Ensino Fundamental 1 do Riacho Fundo 2 – EJA, Centro Educacional 02 do Riacho Fundo 1 – EJA.

Sesi Lab na Rodoviária do Plano Piloto - Robô na Rodô

Realizada em dezembro de 2024 e com 73 pessoas atendidas, a ação educativa Robô na Rodô convidou os passantes da rodoviária a conhecerem mais sobre o funcionamento de um circuito elétrico simples, a partir da interação com a mesa de circuitos. Convidamos o público a refletir sobre as relações entre os circuitos e o funcionamento da rodoviária. A iniciativa incluiu atividades interativas, como experimentação de circuitos elétricos e jogos sensoriais, além da distribuição de 200 vouchers para entrada gratuita ao museu. A escolha da ação na rodoviária partiu do desejo de aumentar a visibilidade e romper barreiras simbólicas de acesso ao museu. Ao se relacionar com a rodoviária, o Sesi Lab pode estender oportunidades educacionais para além de suas paredes.

1º Hackathon Sesi Lab: Arte, Ciência e Tecnologia para Transformar as Cidades

Com 53 participantes divididos em 11 equipes, abarcou 11 territórios: Fercal, Guará, Estrutural, Sobradinho, Ceilândia, São Sebastião, Paranoá e Sol Nascente. O Hackathon Sesi Lab foi realizado de 13 a 15 de dezembro de 2024 e foi uma competição de inovação e tecnologia voltada para jovens de 18 a 29 anos residentes no Distrito Federal, especialmente aqueles em situação de maior vulnerabilidade social. O evento tem como objetivo estimular a criatividade e trazer soluções para a comunidade local por meio de projetos inovadores. O grupo CeiLimites, de Ceilândia, conquistou o primeiro lugar com o projeto “Sente Cerrado” – um domo imersivo que promove a conscientização sobre a importância do cerrado e proporciona um espaço de descompressão em meio à natureza. O segundo lugar ficou com o CeiMentes, com

um projeto de educação ambiental para professores, abordando o racismo ambiental e incentivando o plantio de mudas do cerrado em áreas degradadas. O terceiro lugar foi para o grupo PerifaRecicla, com a proposta de uma parada de ônibus inteligente. A ideia foi integrar um painel com informações sobre os ônibus e utilizar energia limpa por meio de um painel solar para o funcionamento da tela.

Caminhos para aprofundar relações com os territórios

Em 2025, o programa prevê o desenvolvimento de ações educativas e culturais em parceria com algumas das instituições parceiras mapeadas e já atendidas em 2024, tendo como linha norteadora o reconhecimento da trajetória e a relevância histórica e cultural do edifício Sesi Lab – antigo Touring Club e Rodoviária do Entorno. A partir das relações estabelecidas entre as pessoas e o edifício, serão propostas ações conjuntas que conectem os saberes das comunidades, as histórias e memórias da população, as cartografias afetivas e as potencialidades do museu. As visitas bidirecionais ocorrerão em um ciclo de quatro etapas (reconhecimento, ideação, caminhos e celebração).

English Version

Contents

166	Presentation
169	Studies About the Public at SESI Lab: Knowledge Production in Science Museums Luciana Conrado Martins
178	Reflections and Contributions
181	Science Museum Audience Studies: Developments and Challenges Adriana Mortara Almeida
192	Sesi Lab: Programs and Audiences
195	SESI Lab Audience: Opinion-Profile Surveys Grazieli Scalfi
223	The Temporary Exhibitions at SESI Lab: Visitors, Visitors Flow and Resources Clara Azevedo and Julio Talhari
239	SESI Lab’s Educational Visits Program Luciana Conrado Martins, Barbara Milan Martins, Marília Gontijo Machado de Oliveira, João Gabriel Borges Lima, Gabriela Reznik and Helena Simões
253	Local Communities Dialogue Program: An Approximation between SESI Lab and the Youth from the Federal District Clara Azevedo and Julio Talhari
284	Credits

Presentation

Studies About the Public at SESI Lab: Knowledge Production in Science Museums

Luciana Conrado Martins¹

¹ Luciana Conrado Martins is a historian, with a Master's degree in Museology and a Ph.D. in Education from the University of São Paulo. She is the Coordinator of Educational and Digital Activities at SESI Lab and Director of Percebe – Pesquisa, Consultoria e Treinamento Educacional. She served as Coordinator of the Brazilian Section of the Committee for Education and Cultural Action of the International Council of Museums (CECA-BR/ ICOM) from 2016 to 2022. Her professional work focuses on the fields of museology, non-formal education, and digital culture. She is a member of the Advisory Board of the Brazilian Committee of the International Council of Museums (ICOM-BR) and of the National Council for Cultural Policies (CNPQ).

Science museums have an important history of knowledge production, mainly with regard to scientific research in core areas such as biology, geology, and paleontology, among several others that had their origin associated with the study of museum collections (Lopes, 2009). It is more recently, during the twentieth century, that the so-called audience studies have become commonplace in these institutions, opening a universe of possibilities of knowledge about the impact and the interest caused by museums in society (Studart et al., 2003).

The studies about the public or the visitors are categorized according to two perspectives. One includes the “evaluation” surveys and the other refers to the “investigations” or “research” surveys. Randi Korn (1989), researcher and consultant in museum evaluations, defines the distinction between these types of research according to their objectives. Evaluations are understood by the author as a collection of data about the characteristics, goals and accomplishments of the activities carried out by the museums for the purposes of continuity, refinement, and improvement of actions. Investigations, on the other hand, aim at the production of new knowledge about these actions, testing hypotheses, developing theories, or applying them to the situations under study.

It is currently understood that studies with the public are a fundamental part of the production of knowledge in the field of museum education, facilitating the understanding of how the institution is perceived by society and what the public’s expectations of it are. According to Anderson (2019), understanding, measuring, and responding to visitor behavior and expectations are the greatest challenges faced by museums today. The collection of quantitative and qualitative data on how individual visitors interact with the institution allows the museum to use this data “[...] in the planning and development of visitors, shaping the way the museum conceives of and categorizes its visitors and, therefore, can program, plan, and engage with them” (Anderson, 2019, p. 80).

² For Bruno (1996) the museologic operational chain is composed of actions of safeguarding – including steps of collection, study, documentation and conservation – and communication – including steps of exhibition, education and cultural action.

³ This process is identified by Russio (1981), who understands museology as part of the applied social sciences field and is geared towards the understanding of the relations of society with the heritage preserved by museums.

This publication presents a collection of studies of the SESI Lab public carried out by SESI Lab since its inauguration, in November 2022. These studies had the objective of getting to know the impact and the opinion of the public about the new institution and the programs implemented. Apart from this, the evaluations carried out centered around data collection about the profile of the museum visitors: who are the museum visitors? What is their age group, gender and place of residence? By which means of transportation do they arrive at the institution? How did they learn about the existence of this new museum in the city of Brasília? Knowing who the visitors were, along with their impressions, desires, and expectations regarding the new museum, were fundamental elements for structuring the processes that would guide SESI Lab. The answers to these and other questions were essential for understanding how the new institution was received by its visitors, as well as for guiding to what extent the newly-designed programs were impacting the public.

As well as the research and the surveys about the public, this publication also brings reflections on the role of research in science museums. As said at the beginning of this chapter, we start from the premise that museums are spaces for the production of knowledge, not only about their specific themes, derived from the different types of collections, but also about their practices. The processes of the so-called museological operational chain² can and should be the subject of research and evaluations, contributing to the understanding of the institution’s impact and the reach of its social mission. This field of knowledge, encompassed by research in museology (Candido, 2019, p. 156), holds that “[...] even if implicit, museological research or applied research is always present in the museological operational chain [...], since safeguarding and communication are [...] technical-scientific processes, not merely reproducible techniques or practices.” Furthermore: “The museological operational chain is applied, it operates, but it has an entire theory behind it. It is there that these processes - technical and scientific - take place [...]. These processes are therefore not mere practices devoid of reflection and science; there is research on which they are based, combining theoretical-methodological foundations with extensive experimentation, evaluation, and decision-making.”

Stemming from what the author has presented, we can understand that research on museum practices and processes generates knowledge that broadens the understanding of the relations of the society with museological heritage, allowing for these same processes to be improved so as to make the themes and archives preserved by museum institutions, relevant to that same society³. Obviously, this investigation does not solve in an immediate way the problematics of making - in the case of science museums - science and technology into themes of relevant social interest. But we believe that, through the generation of knowledge on current museum practices, we will obtain clues to improve the connection of society with its heritage, be it scientific, artistic, historic or of any other nature. The museums, memory institutions, whose social function is anchored in the curation of information (Martins; Martins; Carmo, 2021), have the social obligation to make this information - collected, documented, studied - relevant and accessible to the society that maintains it. The studies about the public are, in this context, tools that make it possible to listen to different institution audiences with regards to their practices, generating knowledge that feeds back into the improvement of museum actions.

An important aspect, and that deserves to be highlighted about the studies of publics, is that, apart from generating knowledge for this field, they also bring the perspective of an opening of the museum towards a more equal and democratic dialogue with different segments of society. The listening enabled by evaluation instruments allows, to a greater or lesser extent, for visitors to bring their viewpoints and opinions about institutional practices and context. Advocating for the promotion and improvement of listening practices in museums, using the results obtained as a basis for the review and refinement of museum practices, is part of the objectives of this publication.

The advancement of the understanding of the importance of carrying out studies about publics has guided, in an increasingly consistent manner, the field of museums in Brazil, as stated by researcher Adriana Mortara Almeida in the opening text of this publication: “Science Museum Audience Studies: Developments and Challenges.” A leading scholar on evaluations and audience studies in museums, Almeida focuses in this text on the challenges faced by the field in ensuring the continuity and expansion of studies carried out by science and technology museums in our country. The undeniable importance of these practices, in institutions that have historically been devoted to study and investigation within their specific disciplinary fields, contrasts with the numerous difficulties found in different institutional contexts, often marked by precarious conditions. Such difficulties range from the training of professionals specialized in data collection and analysis to the lack of continuity in evaluation processes. These challenges, however, do not prevent the advancement of landmark studies, cited by the author, that guide the understanding of the profile and opinions of visiting audiences in museums with scientific themes.

It is precisely within this inter institutional collaboration effort that we find the studies of visitors carried out at SESI Lab. Created in the context of the Industry System, SESI Lab is an interactive art, science and technology museum, based in Brasília (DF), that has as a mission to “promote a connection between artistic, scientific and technological processes, in collaboration with the industry and society, through a creative educational approach that inspires people to act in the present and create possibilities for the future.” The museum’s program involves educational, cultural and exhibition activities, which include a robust educational program aimed at all audiences and at the continuing education of teachers and educators, considering experimentation as a way to spark interest in learning and teaching in new ways. SESI Lab incorporates, from its very conception, the need for “carrying out processes of listening and dialogue with internal and external audiences, evaluating projects and actions in order to identify possibilities of continuous improvement” (SESI Lab, 2022). Based on these premises, an institutional Research Program was created which, at present, has as its main focus the conduct of audience studies within different core institutional programs, such as Educational Activities and Exhibitions. Part of these studies are presented here through the analysis of invited authors and the institution’s own Educational Activities team.

In the text titled “SESI Lab’s Audience: Opinion-Profile Surveys” museum researcher and consultant, Grazielle Scalfi, presents and analyzes the data collected from the first three cycles of profile-opinion surveys on SESI Lab’s spontaneous audience. Conducted in 2022, 2023, and 2024, the studies identified the characteristics and behavior of the museum’s audience since its inauguration, establishing a rich panorama that has supported the institution’s team in understanding “the transformations in the profiles, forms of interaction, and expectations of visitors” (Scalfi, 2025). By using the same data collection instrument, with minor adjustments in each cycle, the museum has been able to begin to consolidate a broader understanding of who the population interested in its activities was, and which aspects of its exhibition, educational, and cultural programming most attracted the public. Furthermore, the chosen collection instrument, by aligning with national databases and with other benchmark museum evaluations, both national and international, enabled the establishment of fundamental comparisons for a broader scope of the analyses carried out.

An important part of the data collected in the cycles of profile-opinion surveys brought the perception about the gaps in the demographic strata that spontaneously visited the institution. Like most museum and cultural institutions, SESI Lab also has a spontaneous audience that is predominantly white, from social classes A and B, and highly educated (JLeiva, 2024; Mano et al., 2022). This finding was fundamental for the creation and development of programs and actions that would enable the diversification of these visitors toward a demographic profile more aligned with Brazilian reality. In a country where the majority of the population is Black and Brown and where only around 20% complete higher education (Bello, 2025; IBGE, 2025), it is essential for a cultural institution that includes among its values “Accessibility and social inclusion” and “Diversity,” such as SESI Lab, to move toward a greater plurality of its audiences. In this way, SESI Lab, sets out to be a plural institution, that not only receives visitors coming from different social strata and social contexts, but also proactively engages in attracting these audiences through its programs and actions.

It is exactly the evaluations of these programs that are presented in this publication, in particular the studies carried out stemming from these educational actions and exhibitions. In the article “The Temporary Exhibitions at SESI Lab: Visitors, Visitor Flows and Resources”, Clara Azevedo and Julio Talhari, researchers from Tomara! Education and Culture, advance in the analysis of SESI Lab’s temporary in-house exhibitions. As part of the Exhibitions Program, the in-house exhibitions are conceived and produced by the SESI Lab team together with specialists in the field, based on strategic themes that allow for experimentation and the deepening of aspects of science and technology that are relevant to contemporary society. In this text, the evaluations carried out in SESI Lab’s first two temporary in-house exhibitions: *The Future of Professions [O futuro das profissões]*, which stayed on show from November 2022 to July 2023, and *Amazonian BioOCAnomy [BioOCAnomia Amazônica]*, presented from June to November 2024, were analyzed. *The Future of Professions*, SESI Lab’s first temporary exhibition, presented an open space, without a defined route, that stimulated free circulation. Its resources,

aimed at provoking a reflection on the transformations of the working world, invited youngsters and adults to engage in the exercise of otherness and to envision themselves within potential future scenarios. *Amazonian BioOCAnomy*, on the other hand, structured across six sequential thematic zones, offered a focused exploration of bioeconomy and innovation, integrating scientific knowledge, traditional wisdom, and products derived from the forest. In this context, the guided trajectory and immersive character provided differentiated experiences, underscoring the multiplicity of discursive forms available for museological engagement.

With a very different conception, thematic and expography, the exhibitions were submitted to investigations that sought to answer similar questions, formulated in the following way: how does the public see these exhibitions? Which exhibition resources generate the greatest interest? How do visitors move through the spaces and interact with the proposed content? Methodologically, the studies also differ: while the first research adopted a qualitative approach, including participant observation and discussion circles, the second combined observation with a structured questionnaire, allowing for a more detailed visitor profile to be drawn. This diversity of approaches reflects not only the intention to understand how audiences engage with the exhibitions, but also the aim of testing methods and improving research practices within the museum field, aligned with the previously highlighted objective of contributing to knowledge production in this field.

On presenting comparisons between profiles, visitor circulation and the effectiveness of the exhibition resources, the authors highlight that the visitor’s connection with the content occurs when, above all, personal experiences are mobilized. In this way, the research reinforces the central role of the public in the curatorial process and in the construction of the identity of SESI Lab as a young museum, open to experimentation and in constant dialogue with society.

This dialogue takes on an even more everyday structure through the museum’s Educational Program, in which guided school visits are one of the main activities. The educational visits at SESI Lab aim to offer meaningful experiences, mediated by the Educational Action team, that bring the public closer to topics related to science, technology, art, and society. Through the activities developed, the Educational Program expands the possibilities for dialogue between visitors and exhibitions, encouraging scientific curiosity, experimentation, and critical reflection. Among the types of visits and activities offered, the following stand out: themed educational visits, where groups explore the galleries with the mediation of a team and end with practical workshops; self-guided visits, that guarantee autonomy to those responsible for the groups to decide the routes taken; maker workshops, that stimulate “hands on” activities and creation based on the content of the exhibitions; and educational activations, brief activities that promote dialogues and reflections in different locations of the museum.

The text, written by part of the museum’s Educational Actions team, presents the results of the continuous evaluations carried out with the visitors that took part in thematic

educational visits and self-guided visits, between 2023 and 2024. The results revealed a public that in their majority came from public schools in the Federal District and showed a high degree of satisfaction, with a special mention to the NPS index of 94% in 2024. The analysis showed, amongst other aspects, requests for longer visiting times, more support from the educational team, expansion of support materials, and the need for adjustments in infrastructure.

These results reinforce the importance of systematically understanding the visiting public, allowing for improvements and new directions to be implemented in line with institutional objectives. In the future, SESI Lab is expected not only to be able to assess the profile and opinions of the public attending educational visits, but also to advance in understanding the impact that a visit to the institution may have on the construction of the scientific identity of children and young people that take part in the museum's educational visits. This interest is particularly significant from the perspective of broadening audience diversity, insofar as in these visits the museum primarily serves public schools from the Federal District. Identifying whether SESI Lab is capable of contributing to the scientific development of young people from the less privileged strata of the population aligns with the institution's mission and vision, which consist of democratizing access to and interest in science and technology.

It is precisely stemming from this premise that a series of initiatives aimed at engaging non-hegemonic audiences, gathered under the program Dialogues - Diversity, Equity, and Inclusion, were structured in the museum. Focused on developing a meaningful dialogue with the territory in which SESI Lab is located, in order to broaden access, participation, and the construction of a sense of belonging among historically excluded groups, the Dialogues program seeks, through its actions, to act as an agent of social transformation. The program aims to identify and create mechanisms to include, welcome, and engage diverse audiences, based on three principles of inclusive science communication (Canfield; Menezes, 2020): acting in an *intentional* manner, directed toward non-dominant communities; acting *reciprocally*, which involves the need to "be with, rather than do for," through equitable relationships that recognize and value diverse forms of expertise, approaches based on community knowledge in order to ensure co-created benefits between different publics and the educators and managers of the space; and acting *reflexively*, through continuous, critical, and systematic reflection on personal identities, practices, and outcomes in the relationship between the actors involved, followed by adaptation whenever and as necessary to rethink unjust practices and interactions. In this manner, the program established four action fronts, amongst which the Local Communities Dialogue program, an initiative that seeks to strengthen mechanisms of inclusion, engagement and the welcoming of a public that was historically marginalized, with special attention to the youth in a situation of social vulnerability. In the article "Local Communities Dialogue Program: an Approximation Between SESI Lab and the Youth from the Federal District", by Clara Azevedo and Julio Talhari, the efforts and results of a process of active listening and the mapping of organizations, collectives and the youth of peripheral regions of the Federal District are presented.

Carried out between September and November 2023, the study had as its main objective to subsidize the Local Communities Dialogues program, and involved the mapping of 42 institutions and collectives, followed by a detailed analysis of 11 selected organizations together with SESI Lab. Parallel to this, an online questionnaire was applied to youngsters aged between 15 and 29, with the aim of tracing a sociodemographic profile, with cultural habits and their relation with art, science, technology and museums, as well as their perception of SESI Lab.

The results highlight both challenges and opportunities for expanding young people's access to cultural and scientific spaces. Barriers such as physical distance, lack of awareness of programs, and socioeconomic issues stand out, while the interest in art, science, and technology reveals a potential that remains largely untapped. The research also demonstrated the importance of partnerships with organizations with territorial reach, capable of mediating and strengthening the connection between the museum and young people from peripheral areas.

Based on the diagnosis made, several actions were proposed for the Local Communities Dialogues program, such as reciprocal visits, educational workshops, and innovation events, recognizing the need to create continuous and transformative relationships with these audiences. This ongoing challenge reaffirms the museum's commitment to acting as an agent of social transformation, promoting belonging, access, and the valorization of the knowledge of the communities of the Federal District.

In summary, the studies carried out with SESI Lab visitors since its inauguration have had a strategic role in the consolidation of museum practices aligned with the principles of accessibility, inclusion and diversity. On investing in methodologies of evaluation and research, the museum does not only deepen its understanding of the profile, interests and expectations of their visitors, but also uses the data to improve and direct its educational, exhibition and territorial engagement actions. In this manner, SESI Lab makes evident that active listening and systematic analysis of the public are essential tools to promote the institution's social relevance, guaranteeing democratic access to scientific and artistic knowledge, and strengthening the mission of inspiring new possibilities for the future for different segments of society.

The challenges identified throughout the research, especially with regard to the expansion of the diversity of the public, find answers in the programs and actions aimed at the inclusion of groups that are historically marginalized, such as the Dialogues Program - Diversity, Equity and Inclusion. This approach reaffirms how science and technology museums can act as agents for social transformation, establishing partnerships and promoting engaging experiences for various types of public. On sharing reflections, data and methodologies, this publication contributes to the strengthening of the field of museums, offering subsidies for new practices and consolidating the museum as a dynamic space of the production of knowledge and the collective construction of belonging and citizenship.

References

ANDERSON, Susan. Visitor and audience research in museums. In: DROTNER, Kirsten, DZIEKAN, Vince, PARRY, Ross, CRHRISTIAN, Kim (eds): *The Routledge handbook of museums, media and communication*. Londres: Routledge, 2019.

BELLO, Luiz. Indicadores educacionais avançam em 2024, mas atraso escolar aumenta. *Agência IBGE Notícias*, IBGE, 2025. Available at: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/43699-indicadores-educacionais-avancam-em-2024-mas-atraso-escolar-aumenta>

BRUNO, Maria Cristina Oliveira. Museologia e comunicação. In: *Cadernos de SocioMuseologia*. Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias, n. 9, 1996.

CÂNDIDO, Manuelina Maria Duarte. A pesquisa em Museologia ou... por uma pesquisa adjetivada. In: ARAÚJO, Bruno Melo de et al. (orgs.). *Museologia e suas interfaces críticas: museu, sociedade e os patrimônios*. Recife: Ed. UFPE, 2019.

CANFIELD, Katherine.; MENEZES, Sunshine. *The State of Inclusive Science Communication: A Landscape Study*. Kingston, RI: Metcalf Institute, University of Rhode Island, 2020. Available at: <https://www.informalscience.org/state-inclusive-science-communication-landscape-study>

IBGE. *Panorama do Censo 2022*. Brasília: IBGE, 2025. Available at: <https://censo2022.ibge.gov.br/panorama/>

JLEIVA Cultura & Esporte. *Cultura nas Capitais: 2024*. São Paulo: JLeiva Cultura & Esporte, 2024.

KORN, Randi. Introduction to evaluation: theory and methodology. In: BERRY, Nancy; MAYER, Susan (eds). *Museum education: history, theory and practice*. Reston, Virginia: The National Art Association. 1989:219-38.

LOPES, Maria Margaret. *O Brasil descobre a pesquisa científica. Os museus e as ciências naturais no século XIX*. Hucitec: São Paulo, 2009.

MANO, Sonia; CAZELLI, Sibele; DAHMOUCHE, Mônica Santos; COSTA, Andréa Fernandes; DAMICO, José Sergio. Museus de ciência e seus visitantes no início do século XXI: Estudo longitudinal da visitação espontânea de cinco instituições da cidade do Rio de Janeiro. *Anais do Museu Paulista: História e Cultura Material*, v. 30, p. 1-48, 2022. Available at: <https://doi.org/10.1590/1982-02672021v30e3>

MARTINS, Dalton Lopes; MARTINS, Luciana Conrado; CARMO, Danielle do. New Social Practices in the Field of Museum Education in Brazil: Digital Culture and Social Networks. *Museum & Society*, v. 19, n. 1, p. 71-87, 2021.

RÚSSIO CAMARGO-GUARNIÉRI, Waldisa. Conceito de Cultura e sua interrelação com o patrimônio cultural e a preservação (1990). In: BRUNO, Maria Cristina O. (org.). *Waldisa Rússio Camargo Guarniéri: textos e contextos de uma trajetória profissional*. 2 v.. São Paulo: Pinacoteca do Estado / Secretaria de Estado da Cultura /Comitê Brasileiro do Conselho Internacional de Museus, 2010.

SCALFI, Grazielle. Os públicos do SESI Lab: pesquisas de perfil opinião. In: SESI Lab. *Pesquisa no SESI Lab*, Brasília: SESI Lab, 2025.

SESI LAB. Plano Museológico, 2022 [Documento interno]

STUDART, Denise.; ALMEIDA, Adriana Mortara.; VALENTE, Maria Esther. Pesquisa de público em museus: desenvolvimento e perspectivas. In: GOUVÊA, Guaracira; MARANDINO, Marta; LEAL, Maria Cristina. *Educação e Museu: a construção social do caráter educativo dos museus de ciências*. Rio de Janeiro: Access, 2003, p. 129-60.

Reflections and Contributions

Science Museum Audience Studies: Developments and Challenges

Adriana Mortara Almeida¹

¹Adriana Mortara Almeida is a historian, holds a Master's degree in Communication Sciences from the University of São Paulo (USP, 1995), and a Ph.D. in Information Science and Documentation, also from USP (2001). She completed postdoctoral research in museology at the Institute of Geosciences at the University of Campinas (Unicamp). Her research focuses on museum education, evaluation, and audience studies. Since 2020, she has been an Assistant Professor at the School of Information Science at the Federal University of Minas Gerais (UFMG), and since 2024, a faculty member of the Professional Master's Program at the School of Education (FAE/UFMG), in the field of Museum Education and Science Communication. Contact: mortaraalmeida@gmail.com

²Bernard Schiele reminds us that the boundaries between these institutions and historical and anthropological museums, as well as others, are increasingly blurred. Schiele prefers to use the term "science centres and museums" (Schiele, 2023).

I happily accepted the invitation I received from the SESI Lab team to write this opening text for the book *Pesquisas no SESI Lab* (Research at SESI Lab). A challenge, due to the importance of the book itself and the theme involved. The book makes available to all, the studies about SESI Lab's audience, allowing for the expansion of repertoire in this area, which in Brazil is still restricted to a few specific studies registered in internal reports of institutions and academic research, with limited circulation.

My approach will focus on science museums, understood here as institutions and museological processes whose primary theme is the biological, exact, earth, and health sciences. This perspective also includes science and technology centers².

Considering that studies of audiences of science museums encompass research on visitor and non-visitor profiles and opinions, as well as evaluations of exhibitions and educational activities, I present here a partial "state of the art" of audience studies in Brazil and the main challenges I identify for the expansion and improvement of such studies in Brazilian science museums.

Without the intention of exhausting the references of studies or realities present in science museums, my aim is to contribute to the debates that will undoubtedly unfold due to the studies presented in this book.

Some concepts – audience studies, evaluation, monitoring

³ Currently the data collected is available at <https://mapa.cultura.gov.br/>.

⁴ <https://www.itaucultural.org.br/observatorio-itaucultural>

⁵ <https://culturanascapitais.com.br/#>

⁶ <https://observatorio.fundacaoitau.org.br/biblioteca/habitos-culturais>. There are also research groups that expand this repertoire, such as the Casa de Rui Barbosa Cultural Policy Reference Centre, create in 2002 (<http://catedrapoliticasculturais.rb.gov.br/repositorio-de-politicas-culturais/>) and the Bahia Creative Economy Observatory (OBec-BA), created in 2014. (<https://obec.ufba.br/>)

⁷ Survey “Cultura nas Capitais”, carried out in 2024. <https://culturanascapitais.com.br/acesso-a-atividades-culturais/>

⁸ Initiated in 2006, today the data is on the platform <https://cadastro.museus.gov.br/>

⁹ <https://www.gov.br/museus/pt-br/acesso-a-informacao/acoes-e-programas/programas-projetos-acoes-obras-e-atividades/museus-publico/formulario-de-visitacao-anual-fva>

¹⁰ The audiences of websites, social networks, webinars and other digital actions carried out in museums are the theme of recent research. In this context, I will focus on the in-person audiences.

Museums and interactive centres of science and technology are places where science and the public meet. These places, according to the aims of each institution, offer a diverse form of interaction, which contribute to building meanings with regards to the role that science and technology have in society, especially in specific contexts where the museum and their communities act. In this sense, it is necessary for museums to create strategies to produce knowledge about their specific work, in order to propose relevant experiences to strengthen the relationship of its communities of interest with science and technology. (Morales, 2016, p. 55-6)

The studies on the public visiting museums are part of the studies on culture audiences. The interest in getting to know who are the people that compose this public, what they do and how they practice and experiment culture, has increased in Brazil. Large scale studies have been developed by public entities, for example, the creation of the National System of Cultural Information and Indicators (SNIIC) by the Ministry of Culture (MinC, 2010)³, and by private entities, such as the research carried out by the SESC (SESC, 2013), by the Itaú Cultural Observatory created in 2006⁴, research on cultural practice coordinated by JLeiva Cultura & Esporte as from 2014⁵ and research on cultural habits carried out by DataFolha in partnership with the Itaú Foundation, as from 2020⁶. The most recent results indicate that, amongst the various cultural practices, visits to museums and exhibitions were carried out in the last 12 months by 27% and were never carried out by 36% of the respondents⁷. These studies allow us to build a picture of the population’s practices and experiences in the field of culture.

In the case of museums, public policies such as the National Museum Registry began systematic surveys of both the number of institutions in Brazil and their characteristics, including visitation data⁸. Since 2014, the Brazilian Institute of Museums (Ibram) has collected visitation data from Brazilian museums through the Annual Visitation Form (FVA) and publishes the results⁹, which make it possible to infer, for instance, the number of visits to these cultural institutions. However, this data does not provide details on visitor profiles or their experiences – information that can be uncovered through audience studies.

The studies of museum audiences are investigations that seek to identify the demographic, social, economic and cultural profile of those that visit museums as well as those that don’t, apart from their experiences and opinions. They include large profile surveys, opinion polls of museum visitors and non-visitors, the monitoring and evaluation of exhibitions, educational actions and events and other possible actions carried out by a museum. These studies are part of an area of museology, “(...) which is dedicated to the research of museum visitors and to visitors of other institutions, in a general way, which include not only real visitors but also potential ones and those called non-visitors” (Castellanos, 2016, p.21).

Museum audiences are people who work or visit, either in-person or virtually¹⁰ a museum and/or participate in activities and actions proposed by the museum. The audience is

¹¹ For example, “frequent” would be those that visit museums two or more times in 12 months (Ibermuseus, 2018, p.124).

¹² The OMCC includes historical, art and science museums, among others. The OMCC’s history, research reports, questionnaires and other materials can be accessed at <https://fiocruz.br/omcc/cgi/cgilua.exe/sys/start11fe.html?tpl=home>. The process that led from the OMCC to the OMCC&T can be better understood at Cazelli *et al.*, 2019.

¹³ The OMCC&T concentrates its research in museums in Rio de Janeiro. Historical data, publications and other material from the OMCC&T can be accessed at <https://www.omcct.fiocruz.br/index.php>.

often grouped according to typologies: “frequent”, “occasional”, “non-visitors”, according to how often they visit museums¹¹; by age; by place of residence; by level of schooling, etc. However, one should take into account the heterogeneity within each “group”:

“Audience (...) refers to the group of people who not only engage in a given activity, but who, in relation to it, adopt a similar type of behavior, express considerably convergent opinions and value judgments about it, and derive from it analogous sensations and feelings.” (Teixeira Coelho, 1997, p.322)

Due to recognizing this heterogeneity I prefer to use the term in the plural: *audiences*.

The evaluations of exhibitions, educational activities and other museum actions are a type of study of audiences. The evaluation is a planned activity of “reflection over action”, with a method based on previously defined objectives which should lead to recommendations for an improvement in the evaluated processes and products (Niremberg; Brawerman; Ruiz, 2007, p.32.).

Monitoring is understood as the continuous accompaniment of actions based on goals and indicators. Indicators are parameters constructed from the objectives proposed in the projects, intended to signal whether or not the desired changes are occurring. For example, a museum may set an annual goal of achieving 80% visitor satisfaction. To this end, it asks visitors about their level of satisfaction with the museum (indicator) and compiles the results on a monthly basis. Each month, it is able to verify whether the proposed actions are resulting in increased visitor satisfaction, allowing for adjustments to processes as needed in order to meet the goal.

These concepts, briefly discussed so far, appear in the audience studies in science museums presented below. I will seek to identify some common characteristics, trends, and differences among them.

General characteristics and results of the audience studies in science museums

The most comprehensive and systematic initiative for audience research in museums in Brazil was the Observatory of Museums and Cultural Centres (OMCC)¹², which, through audience studies conducted in museums in the states of Rio de Janeiro (2005 and 2009) and São Paulo (2006 and 2007), produced a large volume of comparable data, as the same research protocol was used in all studies. The OMCC served as the basis for the creation of the Observatory of Museums and Science and Technology Centres (OMCC&T)¹³ in 2013. Since then, the OMCC&T has continuously conducted audience research in science museums in Rio de Janeiro, with the inclusion, in 2024, of SESI Lab in Brasília and the Museum of the Amazon – MUSA in Manaus. Data collected by these observatories and by academic research point to certain trends in the sociodemographic profile of spontaneous visitors to science museums:

¹⁴ There are exceptions, such as the case of the Aerospace Museum (RJ), Navy Museum (RJ) and other museums with a military theme (Mano *et al.*, 2022, p.18). Dahmouche and other authors (2023) developed specific analysis of the participation of women in visits to the museums.

¹⁵ Espaço do Conhecimento, 2018; MM Gerdau, Balanço. The annual balance sheets are published on the website <https://mmgerdau.org.br/publicacoes/>.

- Level of schooling and income greater than the population in general.
- Larger percentage of women compared to the average population¹⁴.
- Larger percentage of white people compared to the average population.
- Friends, family and teacher recommendation is the main source of information about museums (Mano *et al.*, 2022).

Longitudinal surveys, such as those carried out by OMCC&T, provide a “snapshot” of the profile of visitors and allow for comparisons over time for the identification of tendencies. They are studies that use questionnaires with a quantitative approach, yielding a large volume of data.

Other similar research, such as that carried out in Belo Horizonte, in the Circuito Liberdade (IEPHA, 2016; 2017; 2018; and the Minas Gerais Tourism Observatory, 2020), where the same protocol was applied to visitors from different institutions, allowing for the comparison of results. As was the case with the OMCC, the research included museums of different typologies.

Amongst the museums of the Circuito Liberdade of Belo Horizonte, the UFMG Knowledge Centre and the MM Gerdau - Mines and Metal Museum can be considered science museums. Both also carry out studies of the audiences¹⁵. The trends in the profiles of spontaneous visitors are similar to those shown in the longitudinal studies previously mentioned. One of the distinguishing features of these reports is the inclusion of data on visitors who scheduled their visit to the museum, composed mostly by school groups. Amongst the school groups, there was a predominance of public school students and those in primary school, in both museums. Interinstitutional and institutional initiatives are fundamental for expanding knowledge about museum visitors, especially when they allow for comparisons of visitor profiles and opinions.

In the academic universe, many different methods are used. In the absence of data produced by longitudinal studies, investigations seek to obtain both data relative to the visitor’s sociodemographic profile as well as their opinions and the evaluation of the experience. An example of this was the research that I carried out with the visitors of the Biological Museum of the Butantan Institute (Almeida, 1995), with the aim of evaluating the exhibition with spontaneous and school audiences. I used questionnaires and statistical analysis of the answers with the aim of identifying participants’ profiles, their opinions and knowledge acquired. The method proved to be efficient to define profiles and opinions, but inadequate to evaluate knowledge acquired (Almeida, 1998). In this case, it would be necessary to combine quantitative and qualitative approaches in order not only to understand the visitors’ profile and satisfaction, but also to grasp the learning dimensions resulting from the museum visit experience. Understanding the museum visiting experience, which stems from a complex, individual situation, yet one that is lived as a sociocultural experience, requires in-depth evaluation processes employing qualitative methodologies.

¹⁶ The surveys used the dense description proposed by Clifford Geertz, having as a reference his book *A Interpretação das Culturas*, Editora LTC, 1989.

¹⁷ American researchers that developed the “context learning model”, where learning takes place in the intersection of various factors present in “personal”, “sociocultural” and “physical” contexts (Falk; Dierking, 2000).

¹⁸ This method uses photographs, recordings and texts that refer to the participants’ experiences, to stimulate their memories and perceptions of the experience that they had in the past. In Brazil, the educator and researcher from MAST, Douglas Falcão, was the main publicizer of this method (Falcão; Gilbert, 2005).

¹⁸ This method, which requests visitors to “speak up” and registers their words, is very publicized by the University of Montreal’s teacher and researcher, Colette Dufresne-Tassé.

Science museum audience studies with qualitative approaches can be found in academic works, since the 1990s. Two examples are the work of Sibele Cazelli, which involved school audiences, teachers and students, at the Museum of Astronomy and Related Sciences - MAST (Cazelli, 1992), and the work of Maria Esther Valente, that focused on the spontaneous public at the National Museum (Valente, 1995), both in Rio de Janeiro. These studies adopted an ethnographic methodology based on Geertz¹⁶, for whom data interpretation centers on the search for meanings and significations of social actions embedded in the web of social relations. In both works, we find applications of ethnographic observation in museums directed toward educational issues. In Valente’s study, there is a greater emphasis on the communication process of the exhibition. Sibele Cazelli’s research supported institutional changes at MAST, where she worked as an educator and researcher; however, this case is an exception, as academic research rarely leads to institutional change.

There are other more recent academic studies of audiences of science museums that use interviews, observations and other techniques. As they are academic works, they are able to experiment new methods or adapt existing ones for the aim of their study. For example, Vanessa Martins de Souza (2015) investigates memories from interviews with teachers and students after four years of participation in a special activity at the Science and Technology Museum - MCT of the Catholic University of Rio Grande do Sul - PUCRS. Souza based her methodology and interpretation of data on the concept of learning developed by John Falk and Lynn Dierking¹⁷. Linhares (2019), on the other hand, used in interviews the method of stimulated memory¹⁸ on investigating the memories of people that took part in educational visits with their schools to the Frei Rosário Astronomical Observatory, in Caeté (State of Minas Gerais), many years later. The results of both studies show that the experiences were memorable and remained in the visitor’s memory. Observations, interviews and the recording of conversations with visitors were some of the techniques used by Juliana Barros da Silva (2020) to investigate the relations built by adult visitors to the Nature Museum (State of Piauí). Silva adapted the *thinking aloud*¹⁹ method to register and analyze what was said by the visitors.

Science museum visits are often made in family groups (Mano *et al.*, 2022, p. 31-2), which has sparked interest in understanding the dynamics of the visit within a family setting. In a study conducted at MCT-PUCRS, audiovisual recordings were made of four families, based on the premise that “(...) learning is a collaborative process in which families actively co-construct knowledge” (Massarani *et al.*, 2021, p. 263), with the aim of understanding family experiences. In their conclusions, the authors indicate that conversations among family members, prompted by the exhibitions, result in “opportunities for collaborative learning about science and related topics, combined with enjoyment and interaction.” They conclude that “the interactions established among family groups proved to be important for understanding learning from a sociocultural perspective” (Massarani *et al.*, 2021, p. 278).

It is impossible to cite all studies in this field, which is a positive sign, as knowledge production in this area has progressed significantly in Brazil over recent decades. What

²⁰ I did not carry out an exhaustive research of museology courses in Brazil. There is, for example, at the University of Brasília (UnB), an optional discipline called Study of Users. At UFRGS there is a compulsory discipline called Study on Museum Audiences and at the Universidade Federal de Goiás (UFG), the discipline Audience Studies and Evaluation. In the course at the Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), the theme of the audience studies appears as part of the program of the Expografia II discipline.

²¹ The teacher published the student’s work, carried out in the museums of Porto Alegre, in 2024, as part of the Audience Studies discipline (Colombo, 2024).

²² In 2025, with the implementation of the new curriculum of the museology course of the UFMG, the discipline will be part of Audience Studies and will be based on literature and experiences in the field of museology.

²³ For example, Larissa Dutra’s doctorate thesis in the Post-Graduate Program in Gestão e Organização da Informação da ECI-UFMG (Dutra, 2023).

²⁴ The exception I know of is the Fiocruz Museum of Life, which has a Nucleus of Audience Studies and Evaluation in Museums.

²⁵ The FVA – Annual Visitation Forms – reports were consulted, from 2014 to 2023. The average percentage of museums that do not count visitors in the last 10 years is 9.5%. Data available at: <https://www.gov.br/museus/pt-br/aceso-a-informacao/acoes-e-programas/programas-projetos-acoes-obras-e-atividades/museus-publico/formulario-de-visitacao-anual-fva>.

can be observed is a growing effort to identify and understand visitor experiences in museums in order to make them increasingly enjoyable and educational. Institutional research aims to support museum management, while academic studies tend to experiment more freely, without institutional obligations.

Bottlenecks

Some challenges can be identified for the advancement of audience research: human and material resources; continuity; and the institutionalization of audience studies.

Training and employability

In order to have professionals capable of planning, developing, analyzing, and applying the results of audience research, it is essential that this area be included in the training of museologists and other professionals who will work in science museums.

In Brazil, some undergraduate Museology courses include disciplines in Audience Study²⁰, as is the case of the Federal University of Rio Grande do Sul (UFRGS)²¹. In the case of the Federal University of Minas Gerais (UFMG), when the course was created, in 2010, inside the School of Information Science, the discipline Information Users was made compulsory²².

Since then, museology undergraduates are in contact with literature and methodologies of information user studies, with some adaptations and the inclusion of content drawn from museological experiences and reflections. It is important to emphasize that there is a theoretical and practical body of work in information user studies that intersects with audience research in museums; however, the two fields follow distinct trajectories. More recently, there has been a growing effort to integrate these repertoires in post-graduate-level²³ research, although the outcomes of such initiatives are still to be evaluated.

Even if more specialized training in audience research were available, employability would still present a challenge, given that museum organizational structures typically do not include positions for audience research specialists²⁴.

Continuous monitoring x specific audience studies for a predetermined time

Keeping a count on the number of visitors or visits is recurrent in museums, whether for internal reports, to inform Ibram, through the annual visitation form. According to data collected by Ibram, amongst museum respondents, almost 90% count the number of visitors²⁵.

The evaluation of exhibitions and educational activities, however, is not always carried out on a continuous basis. For those working in the field of education, whether formal or

non-formal, evaluation is part of everyday practice. There is no doubt about the necessity of evaluation. In the context of museum education, however, it is understood how challenging it is to evaluate educational activities due to several specific characteristics of museum learning, for example, operating within the non-formal education sphere, being flexible according to each individual or group of participants, taking place in diverse settings, and adapting to the pace of each participant, among other specificities. Most times, the meeting with that person will happen only that one time, until she leaves the museum. Learning is a complex process that involves the construction of knowledge over time, which makes the evaluation process even more challenging.

The lack of human and material resources is often a barrier to carrying out evaluations. In some cases, evaluations are conducted and generate valuable documentation, but there are no personnel available to analyze and systematize the information in a way that produces useful results to lead to change. Some museums manage to secure funding for evaluations within specific projects, but they lack resources to evaluate their everyday activities.

And now?

The number of educational activities offered and the volume of participants can also pose a challenge. Museums that receive a high volume of visitors in their routine educational programs often struggle to carry out evaluations due to the workload faced by museum educators within limited periods of time. How can adequate evaluations, reports, or even questionnaires be conducted when many groups must be attended to in a single day? Factors such as these make the continuous monitoring and evaluation of museum educational activities unfeasible.

The formation of collaborative networks, as seen in the cases of OMCC&T and *Circuito Liberdade*, has proven effective for the development of high-quality and, to some extent, continuous audience studies. Ideally, such partnerships should be formalized, ensuring that the continuity of these efforts depends on the commitment of each institution involved. However, in order to fully understand visitors’ experiences in each museum, specific studies must be carried out following the initiative of each institution.

I believe that one of the pathways to establishing continuous and high-quality evaluation processes for exhibitions, educational activities, and museum programs lies in the institutionalization of these processes. The creation of a specific department responsible for audience research within each museum would enable the maintenance of both quality and continuity in these studies.

Institutionalization certainly does not solve all problems, but it opens the way for the development of structured and long-term solutions.

References

ALMEIDA, A.M. *A relação do público com o museu do Instituto Butantan: análise da exposição “Na natureza não existem vilões”*. Dissertation (Masters in Communication) – School of Communications and Arts, University of São Paulo, São Paulo, 1995. doi:10.11606/D.27.1995.tde-08092004-145801. Accessed on 14 April 2025.

ALMEIDA, A.M. Evaluation of the Butantan Museum: Limits of the quantitative approach. In: Dufresne-Tassé, Colette (org.). *Evaluation and museum education: new trends*. Quebec: ICOM CECA / Musée de la civilisation / Université de Montréal, 1998, p. 121-36.

CASTELLANOS, L.P. Estudios de públicos. Definición, áreas de aplicación y escalas. In: CASTELLANOS, L.P. (org.) *Estudios sobre públicos y museos. Públicos y museos: ¿Qué hemos aprendido?* Volume I. México: INAH, 2016. Available at: <https://drive.google.com/file/d/0B1Y22054F2mzRFc3SDVERkRIVWM/view?resourcekey=0-EPiZDKwZLhe3G6hlbdvNVA> . Accessed on 16 de março de 2025.

CAZELLI, Sibeles. *Alfabetização científica e os museus interativos de ciência*. Dissertation (Masters) – Post-Graduation in Education Program, PUC-Rio, Rio de Janeiro, 1992.

CAZELLI, S. et al. Do Observatório de Museus e Centros Culturais ao Observatório de Museus e Centros de Ciência e Tecnologia: caminhos percorridos. In: COSTA, A.F. et al. (org.). *A colaboração entre museus: ações educativas, pesquisa e produção de conhecimento*. Rio de Janeiro: Museu Castro Maya, 2019. p. 43-61. Available at: <https://rubi.casaruibarbosa.gov.br/handle/20.500.11997/15046> . Accessed on 30 March 2025.

COLOMBO, N.C.T.J.; BARBOSA, P.G.M. (orgs). *Estudo de público de museus de Porto Alegre*. Porto Alegre: UFRGS, 2024, p. 8. Available at: <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/275396?locale-attribute=en>. Accessed on 16 de março de 2025.

DAHMOUCHE, M.S. et al. Agora são elas: a presença das mulheres no público de museus de ciência do Rio de Janeiro. *Em Questão*, Porto Alegre, v. 29, e-125255, 2023. <https://doi.org/10.19132/1808-5245.29.125255>.

DUTRA, L. *Estudos de usuários no sistema de informação museal: uma proposta para a adequação da oferta informacional em museus à luz de usuários invisibilizados*. Thesis (Doctorate in Knowledge Management and Organization), ECI-UFMG, 2023. Available at <https://repositorio.ufmg.br/handle/1843/65895>. Accessed on 16 March 2025.

ESPAÇO DO CONHECIMENTO UFMG. *Pesquisa de Público 2017 – Espaço do Conhecimento UFMG*, 2018. Available at: <https://www.ufmg.br/espacodoconhecimento/wp-content/uploads/2018/01/Pesquisa-de-P%C3%BAblico-2017-2.pdf>. Accessed on 30 de março de 2025.

FALCÃO, D.; GILBERT, J. Método da lembrança estimulada: uma ferramenta de investigação sobre aprendizagem em museus de ciências. *História, Ciências, Saúde, Manguinhos*, v. 12 (supplement), p. 93-115, 2005.

FALK, J.; DIERKING, Lynn. *Learning from Museums: visitor Experiences and the Making of Meaning*. Boston/Maryland: Altamira Press, 2000.

IEPHA-MG. *Pesquisa de Público do Circuito Liberdade*, 2016. Available at: <https://tainacan.eci.ufmg.br/publicosmuseus/>. Accessed on 30 de março de 2025.

IEPHA-MG. *Pesquisa de Público do Circuito Liberdade*, 2017. Available at: <https://tainacan.eci.ufmg.br/publicosmuseus/>. Accessed on 30 de março de 2025.

IEPHA-MG. *Pesquisa de Público do Circuito Liberdade*, 2018. Available at: <https://tainacan.eci.ufmg.br/publicosmuseus/>. Accessed on 30 de março de 2025.

IBERMUSEUS. *Sistema de coleta de dados de público de museus do Observatório Ibero-americano de Museus*, 2018. Available at: <http://www.bermuseos.org/wp-content/uploads/2018/07/sistema-coleta-dados-pt-es.pdf>. Accessed on 16 de março de 2025.

LINHARES, F.R.C. *Os significados de uma visita a um observatório astronômico: um estudo baseado nas memórias e emoções de estudantes*. Thesis (Doctorate in Education) – Education Faculty, Federal University of Minas Gerais, Belo Horizonte, 2019.

MANO, S. et al. Museus de ciência e seus visitantes no início do século XXI: estudo longitudinal da visitação espontânea de cinco instituições da cidade do Rio de Janeiro. *Anais do Museu Paulista: História e Cultura Material*, v. 30, p.1-48, 2022.

MASSARANI et al. A experiência interativa de famílias em um museu de ciências: um estudo no Museu de Ciência e Tecnologia de Porto Alegre. *Investigações em Ensino de Ciências*, [S. l.], v. 26, n. 1, p. 261-84, 2021. Available at: <https://ienci.if.ufrgs.br/index.php/ienci/article/view/2297>. Accessed on 13 de abril de 2025.

MINC – Ministério da Cultura. *Cultura em números: anuário de estatísticas culturais*. 2ª edição. Brasília: MinC, 2010. Available at: [http://portal.iphan.gov.br/uploads/ckfinder/arquivos/Cultura_em_Numeros_2010\(1\).pdf](http://portal.iphan.gov.br/uploads/ckfinder/arquivos/Cultura_em_Numeros_2010(1).pdf). Accessed on 17 de março de 2025.

MORALES, S.I.F. Reconocer a nuestros públicos y sus experiencias: investigaciones que cambian perspectivas. MASSARANI, L.; NEVES, R.; AMORIM, L. (org.). *Divulgação científica*

e museus de ciências: O olhar do visitante. Memórias do evento. Rio de Janeiro: Museu da Vida, Casa de Oswaldo Cruz, Fiocruz; RedPop, 2016. https://www.museudavida.fiocruz.br/images/Publicacoes_Educacao/PDFs/Oolhardovisitante.pdf.

NIRENBERG, O.; BRAWERMAN, J.; RUIZ, V. *Evaluar para la transformación: Innovaciones en la evaluación de programas y proyectos sociales*. Buenos Aires: Paidós, 2007.

Observatório de Turismo de Minas Gerais. *Pesquisa de Público do Circuito Liberdade*, 2020. Available at: <https://www.observatorioturismo.mg.gov.br/?p=4676>. Accessed on 30 de março de 2025.

SCHIELE, B. Centros e museus de ciência: Evolução e tendências contemporâneas. SESI/DN. *Educação em diálogo no Sesi Lab*. Brasília: Sesi/DN, 2023, p. 29-61.

SILVA, J.B. *Do discurso ao desconhecido: saberes e leituras em exposição no Museu da Natureza* - Piauí. 2020. Dissertation (Masters in Divulging Science, Technology and Health) - House of Oswaldo Cruz, Oswaldo Cruz Foundation. Rio de Janeiro, 2020.

SOUZA, V.M. *Memória e museus de ciências: a compreensão de uma experiência museal a partir da recuperação das memórias dos visitantes*. Dissertation (Masters in Education in Sciences and Mathematics) - Physics Faculty, PUCRS. Porto Alegre, 2015.

SESC. *Públicos da Cultura*. SESC, 2013. Available at: <https://www2.sesc.com.br/portal/site/publicosdecultura/pesquisa/>. Accessed on 30 de março de 2025.

TEIXEIRA COELHO. *Dicionário crítico de política cultural: cultura e imaginário*. São Paulo: Iluminuras; Fapesp, 1997.

VALENTE, M.E.A. *Educação em museu: o público de hoje no museu de ontem*. Dissertation (Masters) - Post-Graduation in Education Program, PUC-Rio, Rio de Janeiro, 1995.

The Pedagogical Projects of some Museology courses were consulted:

Federal University of Goiás - UFG. Teaching Project of the Course of Graduation in Museology, Bachelors academic level, In-person, of the Faculty of Social Sciences, 2014. https://sistemas.ufg.br/consultas_publicas/resolucoes/arquivos/Resolucao_CEPEC_2014_1310.pdf

Federal University of Minas Gerais - UFMG. Teaching Project of the Course of Graduation in Museology, Bachelors degree, School of Information Sciences, 2024. <https://www.ufmg.br/prograd/arquivos/cursos/projeto/PPCMuseologia>

Federal University of Pernambuco - UFPE. Teaching Project of the Course of Graduation in Museology, Philosophy and Human Sciences Center, Department of Anthropology and Museology, 2023. <https://www.ufpe.br/documents/39431/4791242/PPG+MUSEOLOGIA.+PERFIL+102.2+%2815OUT2023%29.pdf/b74bc80a-94c5-40ab-a3dd-df97cd89ed1d>

Federal University of Rio Grande do Sul - UFRGS. Teaching Project of the Course of Graduation in Museology, Faculty of Library Studies and Communication, Department of Information Sciences, 2023. https://www.ufrgs.br/fabico/wp-content/uploads/2024/02/PPC_Museologia_2023_Versao_fev_24.pdf

University of Brasília - UnB. Teaching Project of the Course of Graduation in Museology, Faculty of Information Sciences, 2019. https://drive.google.com/file/d/1Fr9MYZtzCfus4ZPH2TIL_4TrHAh3YAHj/view

SESI Lab: Programs and Audiences

SESI Lab Audience: Opinion-Profile Surveys

Graziele Scalfi¹

¹Doctor in Education from the University of Paulo's School of Education and with a Master's degree in Scientific and Cultural Dissemination from Labjor/Unicamp. She works as a consultant in education and research for museums and scientific-cultural spaces.

To understand who the visitors are, how they interact with the content and what experiences they build throughout their visits is one of the big challenges - and commitments - of museums and cultural centers today. The audience research appears, in this context, as a strategic instrument to plan actions and qualify relations between institutions and the diverse public that visit them. According to Fleming (2012), understanding the needs, motivations and expectations of visitors (and non-visitors) is essential for the mission, values and processes needed to make decisions.

Visitor studies in museums and science centers constitute a field of research that has become consolidated over the past decades, but whose origins date back to the early 20th century (Schiele, 2016). Since the earliest efforts to systematically observe visitor behavior, such as those conducted by Benjamin Ives Gilman in 1916 ("Museum Fatigue" in *Scientific Monthly*), through to studies grounded in behaviorist psychology in the following decades (Robinson, 1928; Melton, 1935), concern with the visitor experience has been at the center of museum transformations, with studies that identified circulation patterns in galleries, examined design factors affecting attention, and evaluated the educational impact of school visits to science centers (Schiele, 2016; Bitgood; Shettel, 1996). For Melton (1935), the educational value of a museum was measured by the degree of interest visitors showed in what was presented to them, that is, their interest in it and the amount of time they spent there. Although these early studies were marked by narrower approaches, focused on physical comfort or length of time spent in front of objects, they inaugurated an investigative look on museum visits as an experience.

Starting in the 1960s, the field underwent a decisive shift, driven by the social and cultural transformations of the postwar period. The growth of urban, educated populations, the increasing value placed on leisure, and the expansion of access to culture gave new momentum to museums, which began to organize themselves around the idea of democratization. Two names stood out in this period: Harris H. Shettel (1973) and

Chandler G. Screven (1993; 1976), which institutionalized the evaluation of exhibitions as a scientific process, based on the educational paradigms and experimental psychology of that time. As a result, they put the visitor at the center of the museological process, demanding greater rigor regarding objectives and expected outcomes. In this process, they also introduced a technician and instrumental logic of learning which, although later criticized, paved the way for the consolidation of audience studies. In this context, visitor research gained recognition as a legitimate and necessary practice, becoming established as both a professional field and an expanding area of academic research (Bitgood; Shettel, 1996).

Schiele (1997) argues that the field of studying visitors is structured around three main axes: i) audience research and development; ii) design and development of exhibitions; iii) development of programs; iv) planning of physical facilities; and v) services aimed at the visitor. Amongst these dimensions, audience research occupies a central role, as it seeks to understand the motives that lead (or not) to someone visiting an institution, their expectations, experiences, barriers to access and perceptions, information which is vital for the construction of more equitable and effective mediation policies.

Therefore, today, audience research is understood as doing more than producing isolated diagnostics, it expands an institution’s capacity for listening and responding. It supports the enhancement of the visitor experience, making it more meaningful and accessible; contributes to the development of new educational and cultural initiatives; informs organizational performance reports; and strengthens the rationale behind fundraising proposals submitted to funding agencies and sponsors. When integrated into the daily operations of institutions, audience research becomes a fundamental part of management practices aimed at ensuring that decisions are guided by concrete data about visitors.

SESI Lab’s audience research

At SESI Lab, audience research is one of the key components of the Research Program, which is part of the Coordination of Educational Actions and Research, which investigates not only visitor profiles, but also the content of exhibitions and the educational processes developed by the institution. This program seeks to monitor, reflect on, and systematize data concerning both in-person and virtual audiences, promoting a comprehensive understanding of the visitor experience.

Through structured questionnaires that are periodically applied, SESI Lab monitors the profile of visitors and evaluates various aspects of the visitor’s experience. The research focuses on the public’s interaction with the long-term exhibitions as well as the temporary ones, the maker workshops and the cultural program, analyzing the efficiency of the communication and the engagement with the content. In addition to providing support for the continuous improvement of services, this process establishes a permanent and secure channel for listening, open to criticism, suggestions, and praise, allowing the institution to understand how its actions are perceived and received.

² The tables and graphs presented here bring an average, grouping together the three cycles of the research (2023, 2024 and 2025), except in cases where the years are explicitly stated, as the intention was to analyze variations across the cycles.

Audience research at SESI Lab is reviewed annually, maintaining fundamental questions that enable long-term analyses and incorporating adjustments whenever necessary to better meet institutional objectives. This continuous review ensures methodological updates and the relevance of the data collected, guaranteeing that audience monitoring reflects changes in visitor profiles, modes of interaction, and visitor expectations.

Based on this understanding, this chapter presents the consolidated data from the 2022, 2023, and 2024 research cycles as part of SESI Lab’s ongoing effort to exercise qualified listening and strategic planning. The data from this historical series reveal trends, patterns, and changes in the profile and experience of audiences.

Methodological aspects

SESI Lab’s audience research was structured like a survey, a type of quantitative study based on the systematic application of questionnaires to a sample population (Creswell, 2014). This methodology is widely used to collect standardized data that allow for comparative analysis and the identification of trends over time.

The gathering instrument was structured questionnaires, with close-ended and open questions, available in digital format via the Survey Monkey platform. The questionnaire was divided in three main parts - visitor’s profile; the visitor’s experience; and accessibility -, and was applied to the spontaneous visitors at exhibitions, as well as those taking part in maker workshops and the cultural program.

Data collection was carried out during set periods within each annual cycle: three months in the first cycle and two months in the subsequent ones. The survey was administered by trained professionals with specific qualifications to work with museum and cultural center audiences, ensuring an ethical, welcoming, and technically appropriate approach. The questionnaire was designed to be self-administered, but could be completed with the assistance of facilitators when necessary. The research was conducted by a specialized external consulting firm, as recommended by Schiele (2016), which helped ensure impartiality in the analysis, methodological rigor, and greater reliability of the collected data. We present below the main parameters of the research.

Throughout the three cycles of the research, the following quantitative data was obtained from the valid questionnaires².

- Exhibitions: 2.907 questionnaires
- Maker workshops: 1.108 questionnaires
- Cultural program: 1.137 questionnaires
- General total: 5.152 questionnaires (99% confidence level). ▶

Aspect	Description
Population	Spontaneous public that visited SESI Lab during the analyzed period, aged over 15.
Sample	Sample collected on different week days (working days, weekends and holidays) during all SESI Lab's working hours.
Sample unit	Individual visitor, with the data of their companions also collected in the questionnaire.
Sampling method	Random selection of visitors, with the application of the survey in different areas within SESI Lab. In cases where the visitor refused to take part or was unable to, the next available visitor was chosen. Only one member per family or group answered the questionnaire.
Expected sample size	Based on an estimated 275 thousand annual visitors, a sample of 385 respondents was determined for the exhibition, with a 5% margin of error and 95% confidence level. The calculation for maker workshops and cultural programming followed different criteria, such as the number of participants per workshop and a questionnaire application rate for each activity, but all achieved their targets.

The audience of SESI Lab exhibitions

Profile

The results obtained show that the majority of participants identify as female (63% on average). This group was consistently the majority throughout the three research cycles. This finding aligns with the longitudinal study conducted by the Observatory of Science and Technology Museums and Centers - OMCC&T (Mano *et al.*, 2022), which identified an average of 55% for women in five Brazilian museums, and the international research *Understanding our Visitors: Multi-Institutional Science Center Study*, carried out by COVES - Collaboration for Ongoing Visitor Experience Studies (2024), where they represented 56% of visitors. In comparison with these studies, data from the SESI Lab reveal an even greater female participation. As from the second cycle of the research, a question about sexual orientation was included in the questionnaire. A 0.7% increase was seen amongst visitors that self-declared themselves bisexual. The proportion of homosexuals remained relatively stable, increasing from 9.1% to 9.5%. Other orientations also showed variations: pansexuals rose from 2.7% to 3.6% and asexuals, from 0.6% to 0.8%. This data indicates a slight growth in the diversity of sexual orientation amongst the SESI Lab audience.

Regarding age group, the data indicate that SESI Lab is highly attractive to youth and young adults. The 15 to 29 age group represents 55.8% of the audience, reinforcing SESI Lab's position as a cultural space with strong appeal to young people, even surpassing the figures recorded by other institutions. For example, in the longitudinal study conducted by OMCC&T (Mano *et al.*, 2022), visitors aged 15 to 29 made up, on average, 36% of the audience across five Brazilian science museums. Meanwhile, the Cultural Habits Survey in the Federal District (ObservaDF, 2023) found that young people aged between 16 and 24 were the most frequent museum-goers recently, with 18.7% having visited a museum in the past three months—a significantly lower proportion than that seen at SESI Lab. On the other hand, visitors over 50 years old represent, on average, only 5.4% of the total audience—a small share compared to the other age groups.

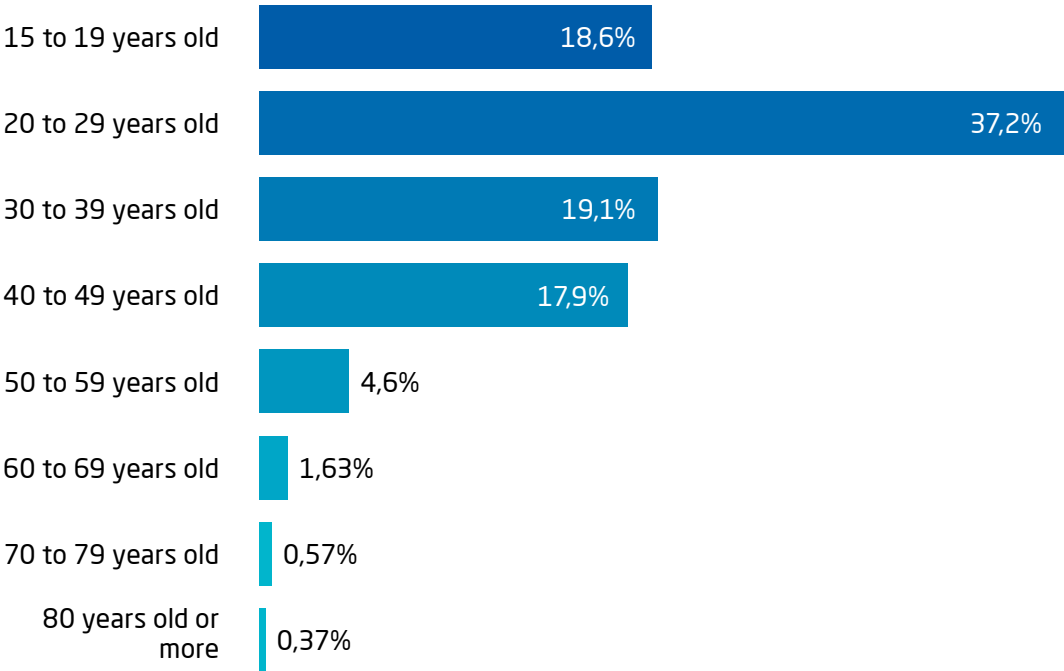
Regarding race/ethnicity, based on the IBGE classification, those who self-identify as white make up the largest group, with an average of 50.2%. Black and brown individuals account for 46.9%, reflecting patterns observed among museum visitors both in Brazil and abroad. As for education, the SESI Lab exhibition audience is predominantly highly educated, with an average of 72.4% holding higher education degrees (whether completed, incomplete, or postgraduate). This finding reinforces the results of the *Cultura nas Capitais* survey (JLeiva, 2024), which identifies education as the main factor driving cultural engagement, even more influential than income itself. In other words, the higher the level of education, the greater the likelihood of visiting museums, even among individuals from the same economic class.

To understand the profile of visitors it is necessary to also analyse how they visit the museum, that is, who they come with. A visit to a museum, as pointed out by Mano *et al.* (2022), is mainly a social practice. In the case of SESI Lab, the data confirms this trend: visits carried out with husband or wife, companion or boyfriend/girlfriend (27.2%), as well

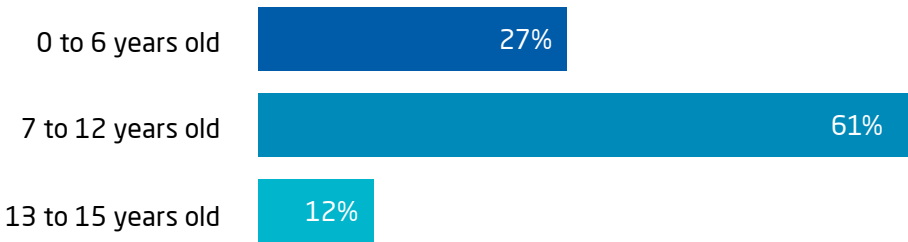
as with friends (26.6%), grew over the three cycles of the research, revealing that the museum has consolidated itself as leisure option for couples and reinforcing the social dimension of the experience. Visits with children and other family members account for 38.5%, demonstrating the space’s intergenerational appeal. Individual visits remain a minority, averaging 5.7% over the period analyzed. When asked about the age of the accompanying children, the data show that SESI Lab’s predominant child audience falls within the 7-12 age range throughout the historical series analysed.

Age group
Adults and teenagers

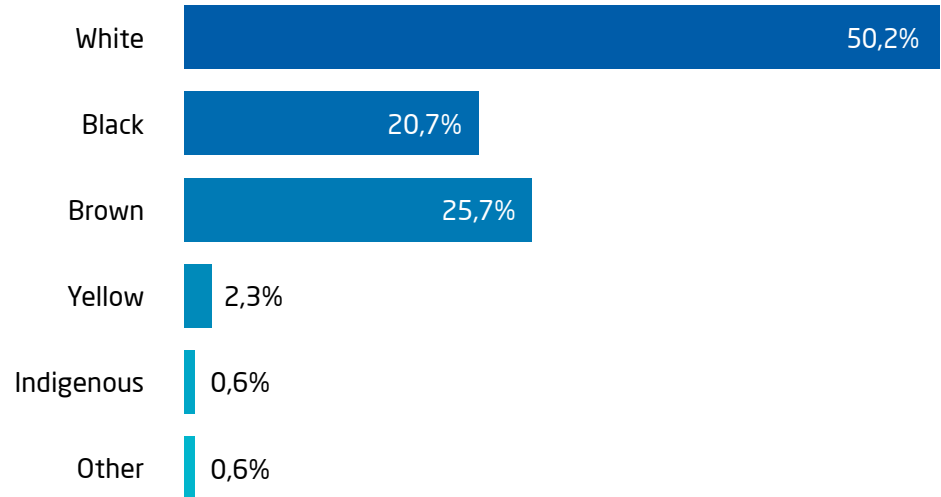
All graphs in this text use Scalfi, 2024, as their source.



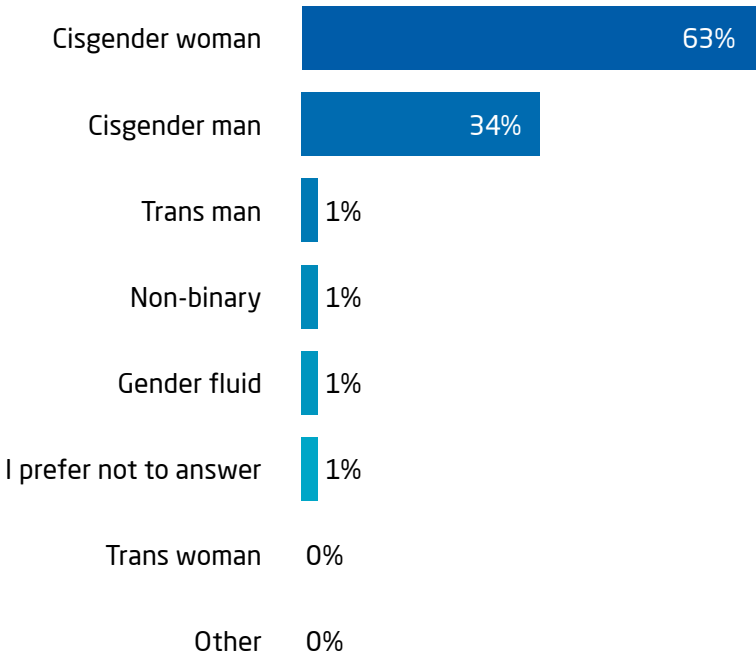
Age group
Children



Color/race

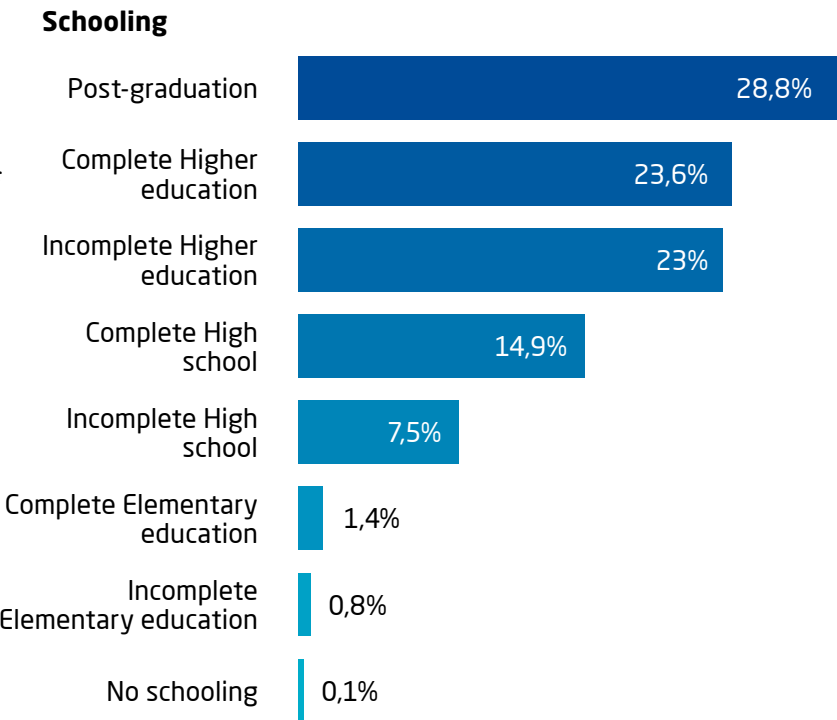


Gender identity



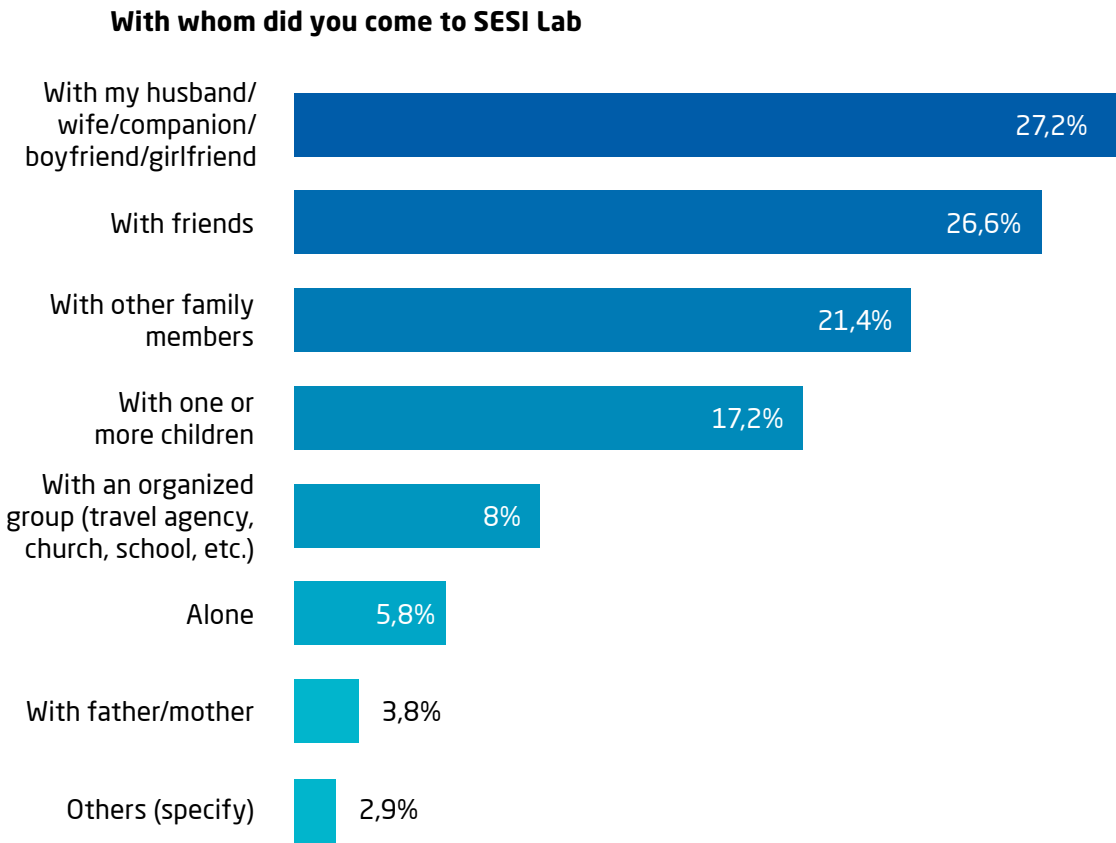
³ Administrative Regions (Regiões Administrativas - RAs) are territorial subdivisions of the Federal District. Each RA has a regional administration responsible for local services such as urban maintenance, cleaning, and minor repairs, all under the coordination of the Government of the Federal District.

⁴ The “Plano Piloto” is the central region of Brasília. It refers to the original urban layout designed by architect Lúcio Costa, shaped like an airplane when viewed from above. This region includes the city's main government, residential, and commercial sectors.



At SESI Lab, most of the audience is made up of first time visitors, those that visit the place for the first time (72%), a pattern which is also observed in other surveys on museums (Mortara, 2001; Mano et al., 2022). However, what calls attention is the constant increase in the number of people that return to the space (28%), a behavior which goes against that observed in the longitudinal study of the OMCC&T, where a fall in the number of recurring visitors was seen, suggesting a difficulty in fostering visitor loyalty in many Brazilian museums. In this study, the increase can be attributed to a dynamic program composed of diverse educational and cultural activities, as well as the renewal of content through temporary exhibitions, factors that support sustained audience engagement with the institution.

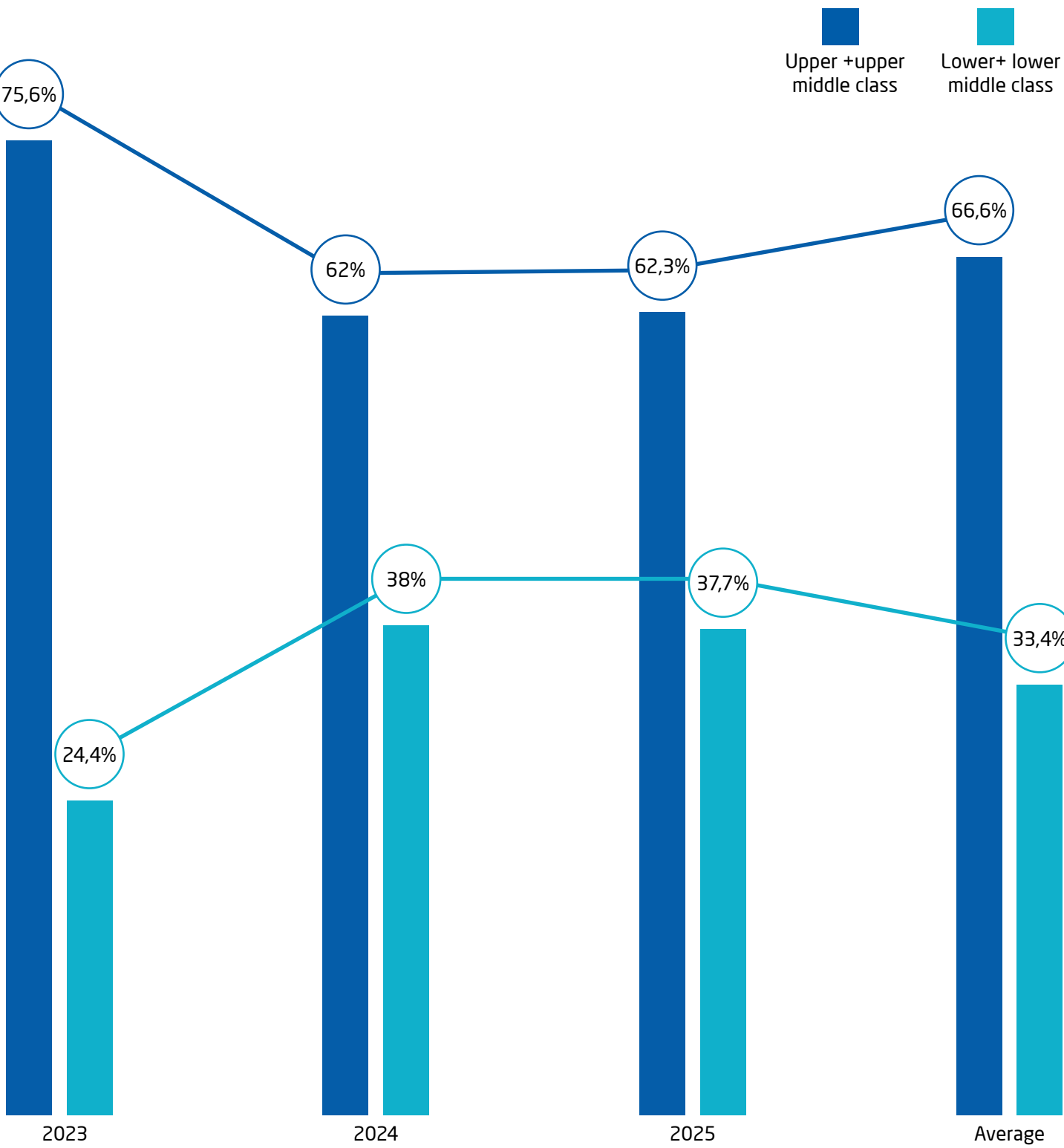
SESI Lab’s visitors are in their majority from the Distrito Federal itself (78%). Next, come the visitors from other states (11%), Goiás (9.3%) and other countries (1%), in the average of historical series. In a deeper analysis, identifying the visitor’s administrative regions³ and crossing that data with the income data carried out by the District-Level Household Sample Survey (PDAD, 2021), it can be seen that administrative regions with a high or average to high income together represent around 66% of visitors. The Plano Piloto⁴, Brasília’s main urban center and with a high purchasing power, leads with 21.8% of visitors, followed by Águas Claras (9.2%), Guará (6.7%), Taguatinga (6.5%), and Sobradinho (5.2%). On the other hand, mid-low and low-income regions account for approximately 33% of the total average number of visitors. Although in smaller proportions, administrative regions such as Ceilândia (6.3%), Samambaia (5.1%), Gama (3.8%), Santa Maria (2.9%), and Planaltina (2.5%)



demonstrate SESI Lab’s meaningful reach into territories with lower per capita income. Over the period analyzed, a downward trend in the participation of upper and upper-middle-class visitors was observed, indicating a broader socioeconomic diversification of the audience and an increase in participation from lower and lower-middle-income groups, evidence of SESI Lab’s expanding reach among lower-income populations.

Most of the visitors go to SESI Lab using their own car, the means of transport chosen by 55.1% of visitors, according to the average of the three cycles. Public transport is also highlighted and totals 31.8%. The proportion of visitors going by bus more than doubled (from 14.4% in 2023 to 26.2% in 2025), whilst those going by underground increased by 52% in the period. On crossing the means of transport with age, it can be seen that 70% of the responses given by youth (15 to 24 year-olds) point to the use of public transport (bus and underground) to access SESI Lab, and the use of their own cars was more expressive for those aged between 20 and 34. This data suggests a possible expansion of access to the museum by different audience profiles.

Percentage of visitors according to income

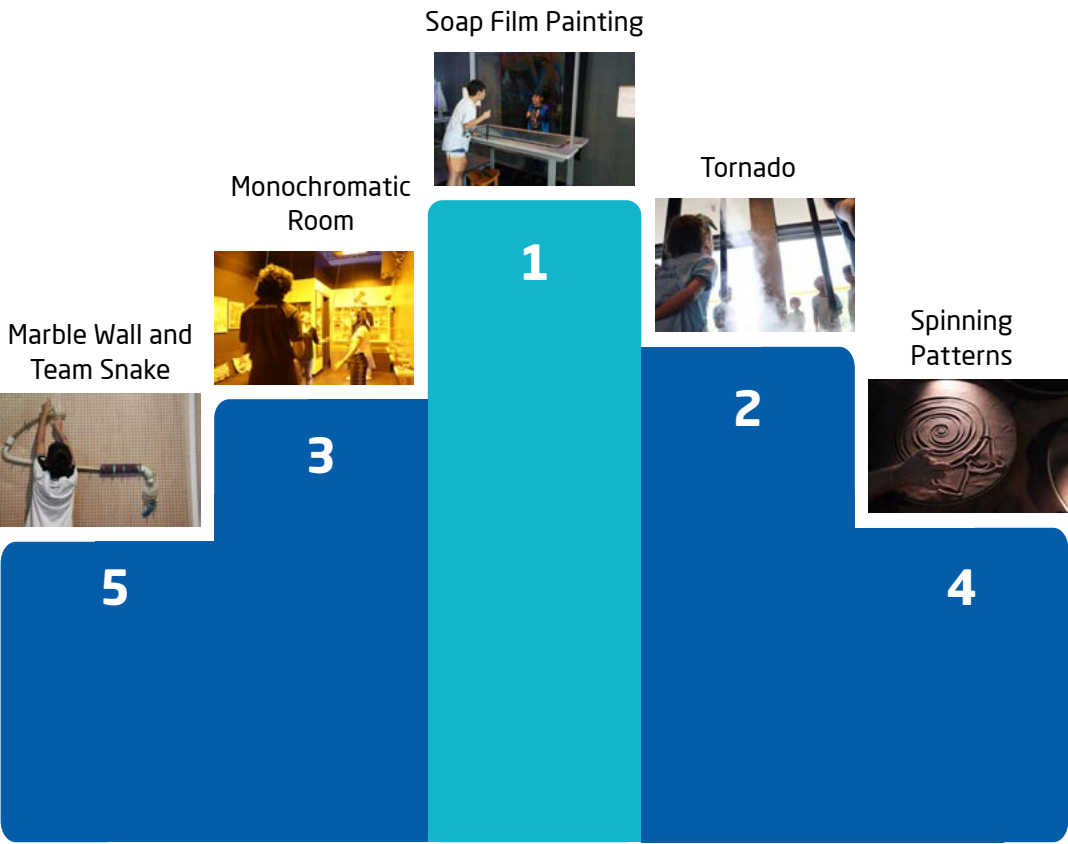


Experience

The time spent at SESI Lab is a relevant indicator to evaluate visitor engagement with the exhibitions and activities offered. According to the average of the three cycles of research, more than 60% of visitors stay at SESI Lab between 1 to 2 hours, with the interval between 1 hour and a half and 2 hours being the most frequent (36%).

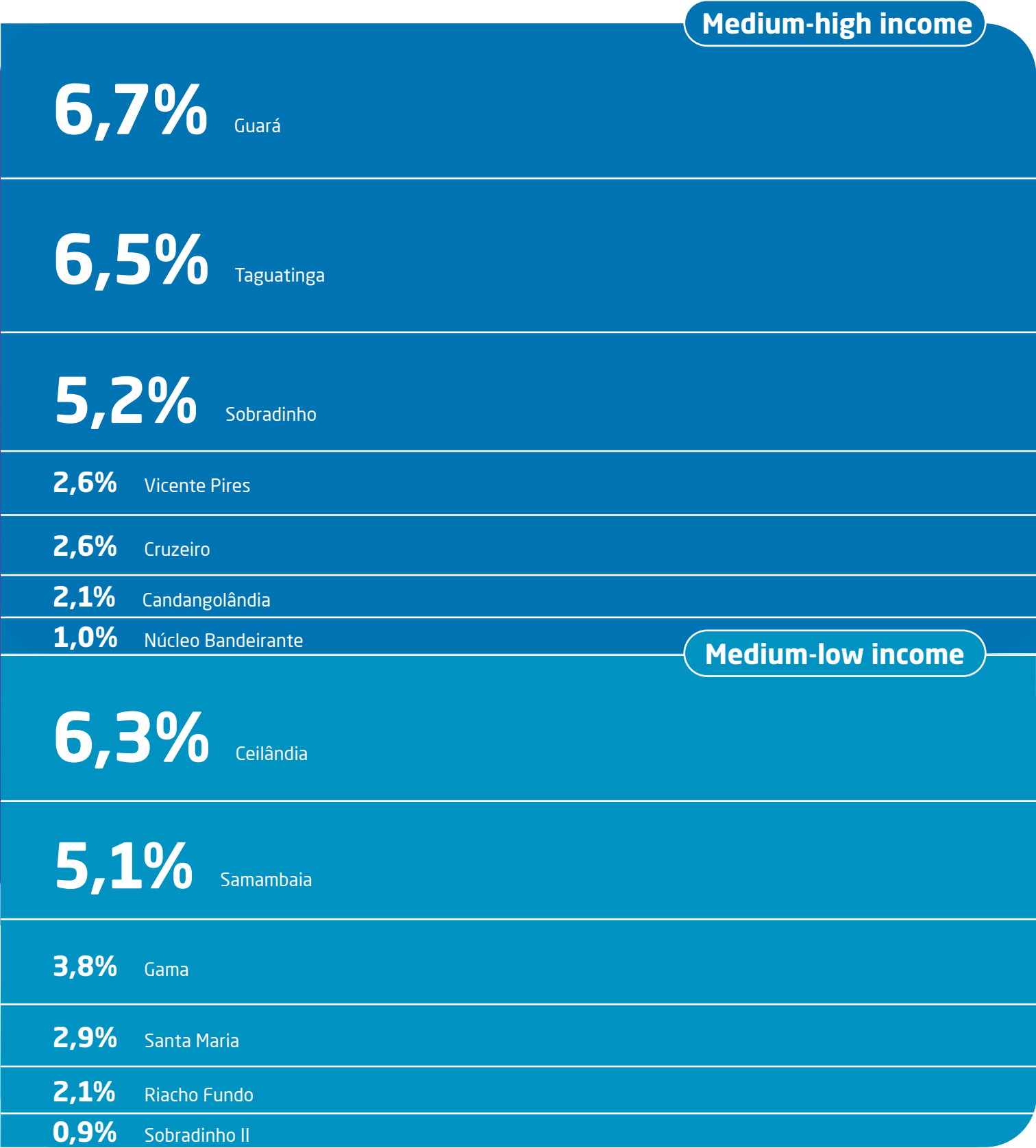
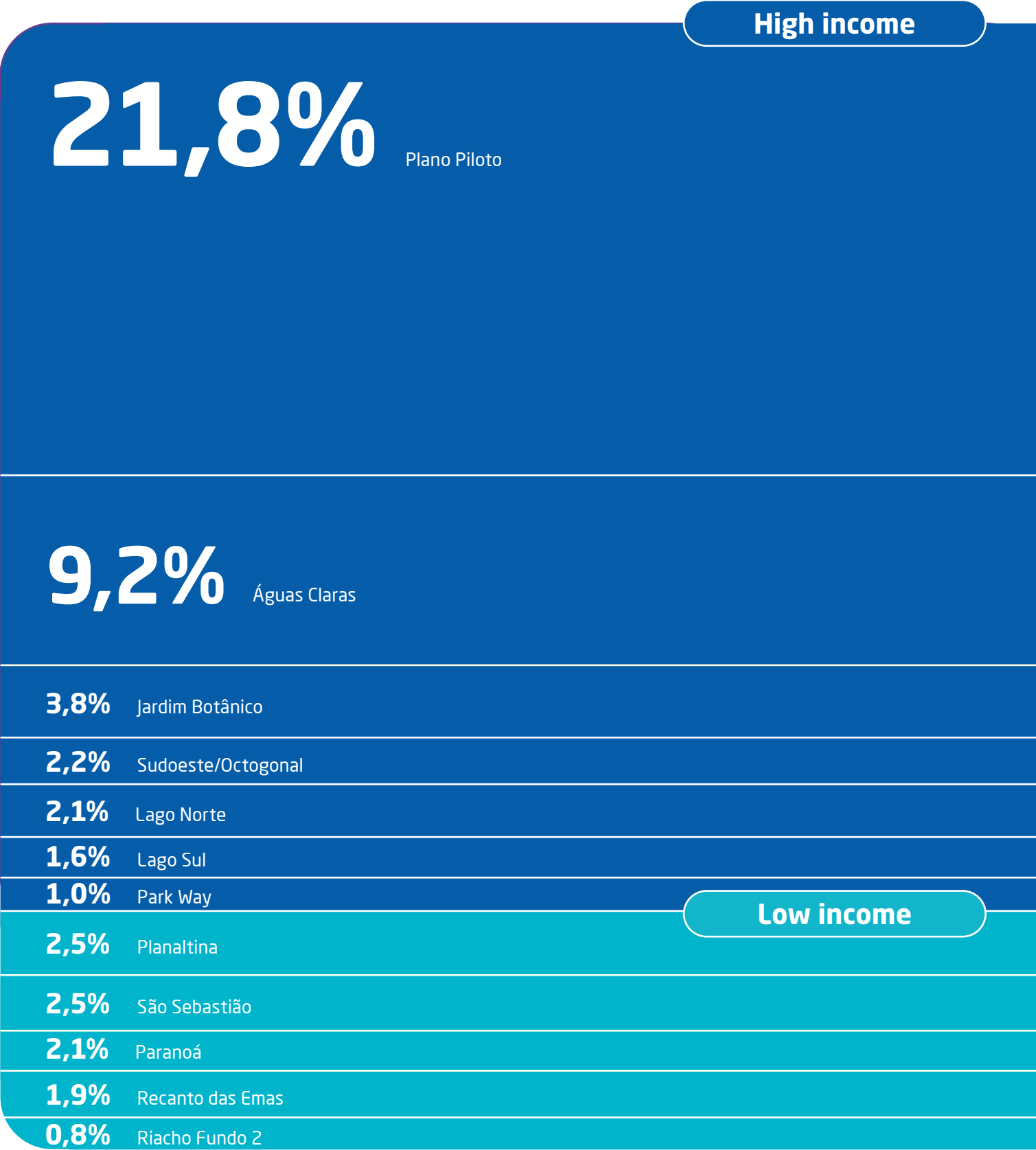
With regards to exhibitions, the Phenomena Around the World gallery stands out as the most visited, with an average of 83.9%. The temporary exhibition, on the other hand, saw an average visitation of 70%, demonstrating the interest of visitors for novelties and the importance of constant renewal in the program to stimulate visitors to come back.

To identify the audience’s most preferred attractions over the three research cycles, a scoring system based on ranking position was used. The logic is simple: the higher an attraction is ranked, the more points it receives (e.g., 1st place = 10 points; 2nd place = 9 points, etc.). Based on this rule, the points earned by each attraction across the three years of research were totaled. This resulted in a “Top 5” ranking of attractions for the 2023-2025 period, which were:



Photos: Gabriel Pinheiro / CNI (Soap Film Painting) and Educativo SESI Lab.

Distribution of visitors according to income and administrative region of residence



Analyzing the picture of which words best define, in the audience’s perception, the experience in the museum, a list of adjectives was chosen for the audience to choose from. The final result, based on the total frequency of the choice of the three cycles, is presented in a word-cloud below.

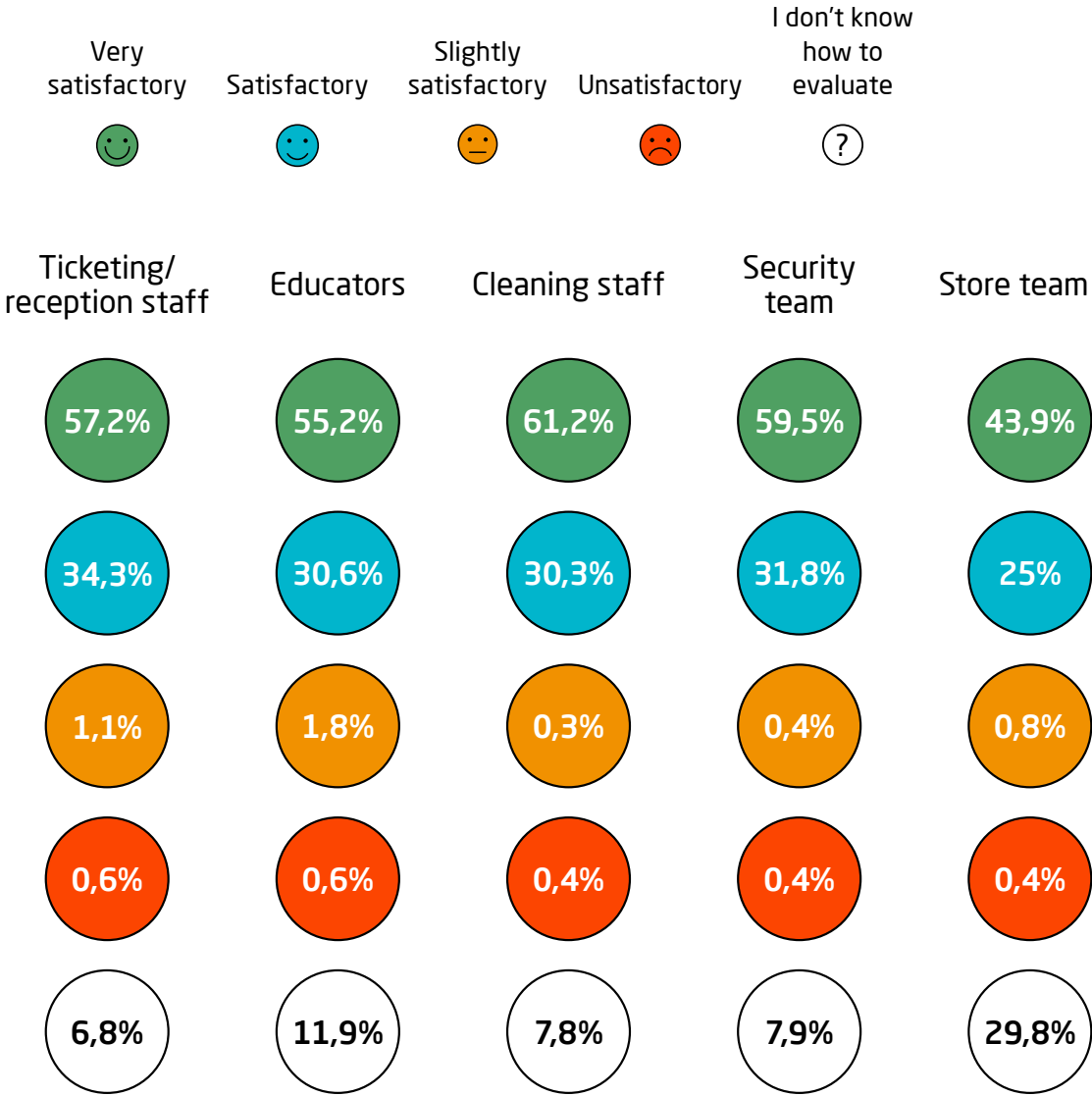


The visitors see the experience as predominantly “fun”, “incredible”, “involving” and “educational” - adjectives that not only confirm the attractions’ playful and enjoyable appeal but also reinforce their mission to naturally and inspiringly connect entertainment and learning. Approximately 98% of the responses were positive, while only 1.4% reflected negative perceptions, such as “hard to understand,” “uncomfortable,” or “uninteresting”, highlighting an overwhelmingly favorable assessment of the experience offered by the space.

Another highly rated aspect is the signage in the exhibition areas, including informational totems, printed materials, notices, and guidance at the reception desk. On average, across the three research cycles, 93.5% of visitors found this feature to be intuitive and accessible.

With regard to visitor services, the consistently high approval ratings remain unchanged. Among the areas evaluated, the cleaning staff received the highest satisfaction rate: 91.5% of visitors rated the service as satisfactory (30.3%) or very satisfactory (61.2%). They were followed closely by the security team (91.3%), ticketing/reception (91.5%), and the educators (85.8%). As for less favorable evaluations, dissatisfaction rates were very low, ranging from 0.7% to 2.4%. The educators received the highest percentage of dissatisfaction (2.4%), followed by the ticketing/reception staff (1.7%) and the store team (1.2%), still, these are residual figures in light of the overall high level of satisfaction.

Audience satisfaction with regards to services



Accessibility

The block of questions on accessibility was included in the survey in 2023. In these two cycles, the results show that, on average, 92% of visitors neither have a disability nor accompany someone with a disability. Approximately 9% of the audience, however, reported some connection to disability: 4% (N = 65) identified as persons with disabilities, another 4% (N = 76) accompanied someone in this condition, and 1% (N = 10) reported both situations.

Data from the Brazilian Institute of Geography and Statistics (IBGE) indicate that 8.6% of the population in the Central-West region has some form of disability, suggesting that Sesi Lab is aligned with these figures, an important indicator for strengthening accessibility policies. In both cycles, the most frequently mentioned type of disability was neurodivergence (atypical neurocognitive functioning, such as ADHD, Autism Spectrum Disorder (ASD), dyslexia, OCD, etc.). Accessibility was positively evaluated by visitors. Considering the average across both years, “good” and “excellent” ratings accounted for 83.2% for physical and architectural accessibility, 74.7% for attitudinal accessibility, 73.4% for communicational accessibility, and 73.5% for sensory accessibility. Sensory accessibility received the highest rate of “very poor” evaluations, averaging 5% over the two years, higher than any other dimension of accessibility. This result may be related to the immersive characteristics of the space, such as the use of bright lights, loud sounds, and constant movement, which can be challenging for certain audiences. In response to this perception, Sesi Lab has adopted inclusive strategies, such as offering sensory-friendly visiting days and providing accessibility resources for loan, in an effort to promote a more comfortable and accessible experience for all visitors.

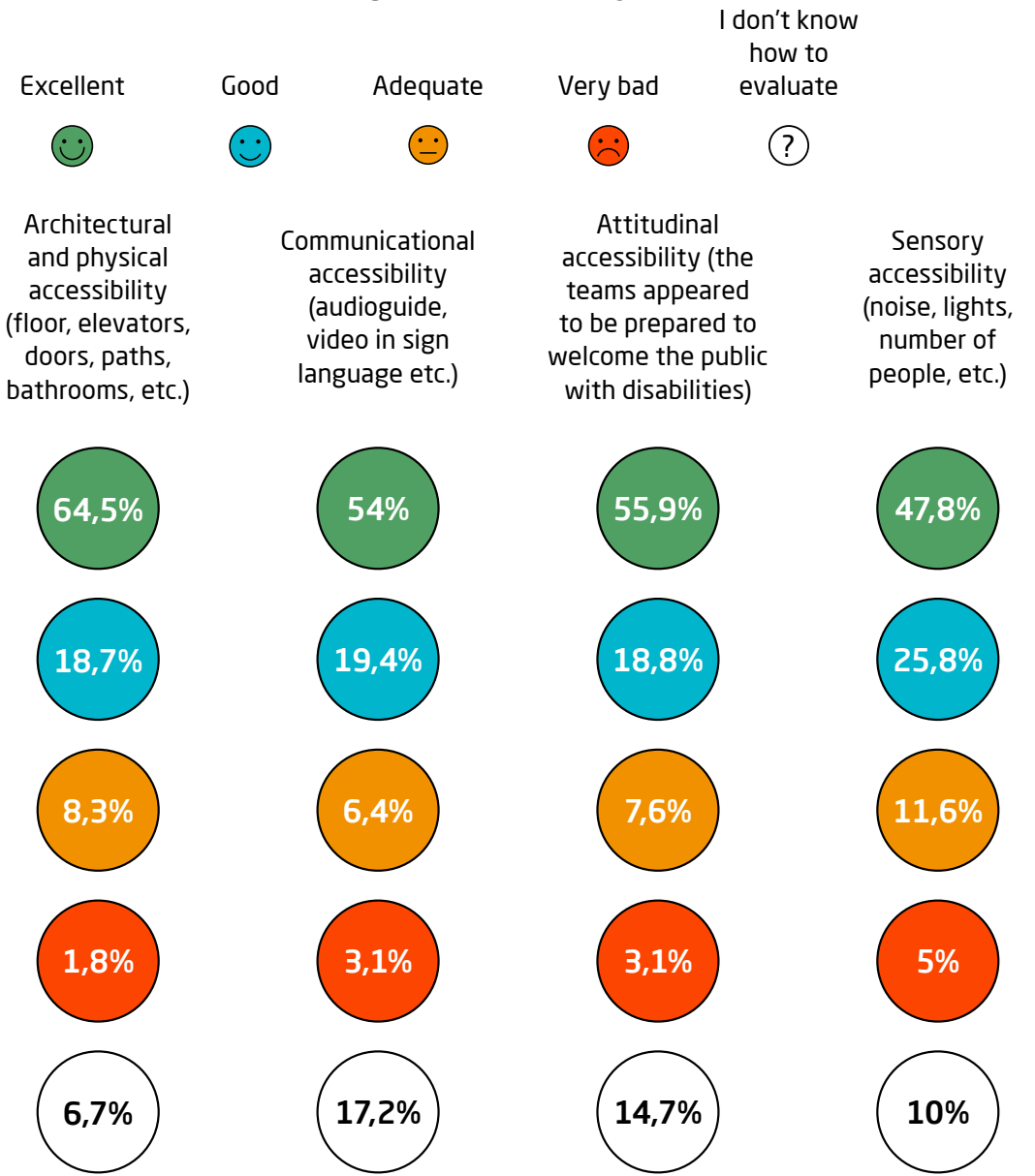
Maker workshops

Maker workshops, carried out on weekends, consist of practical educational activities, with a “hands-on” focus, developed by Sesi Lab’s educational team or invited guests and are offered to spontaneous visitors to the museum. Carried out every week, on Saturdays and Sundays, they seek to engage the public in getting to know, experiment and create projects with the use of simple technologies and connected to the themes of the museum.

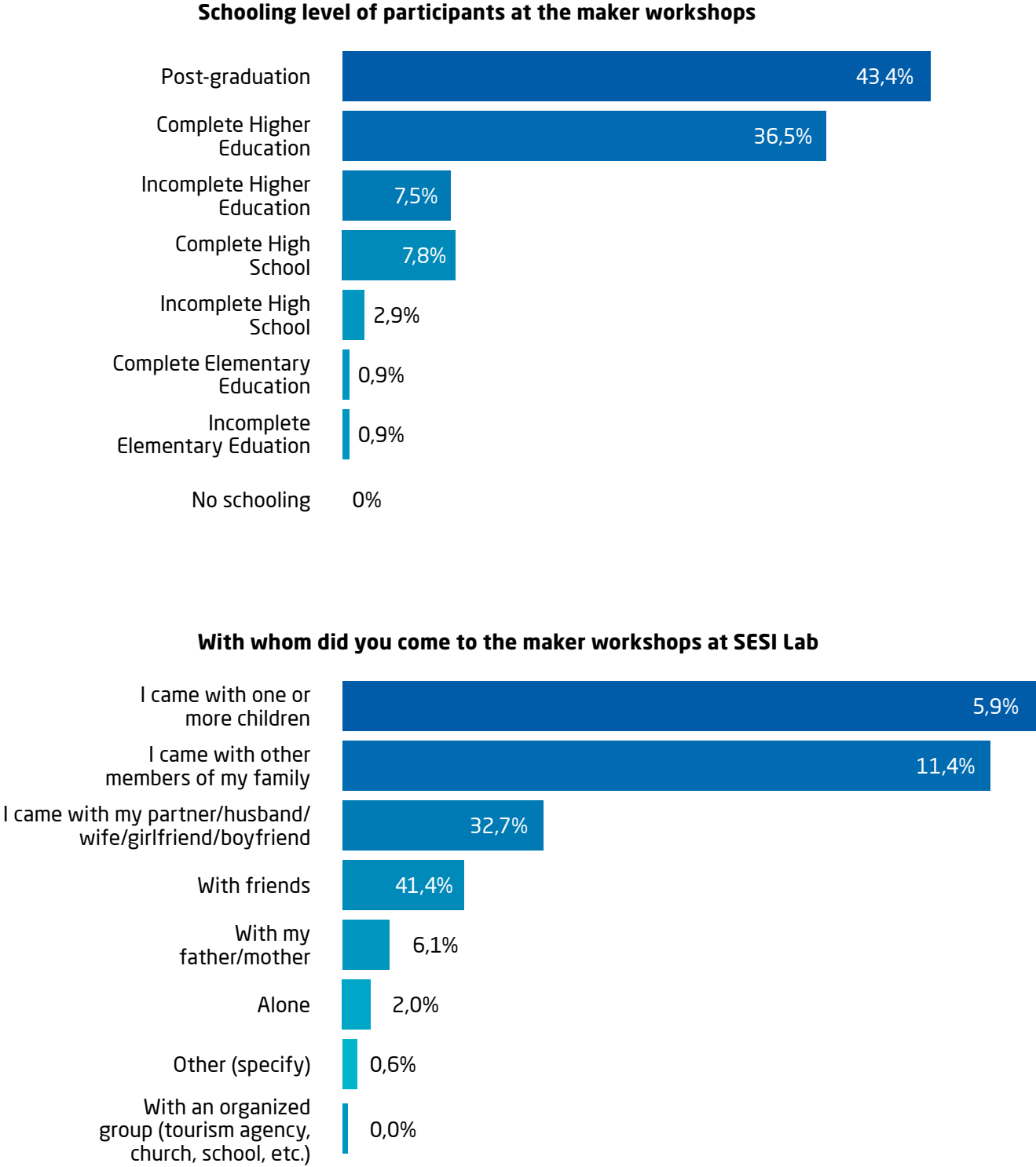
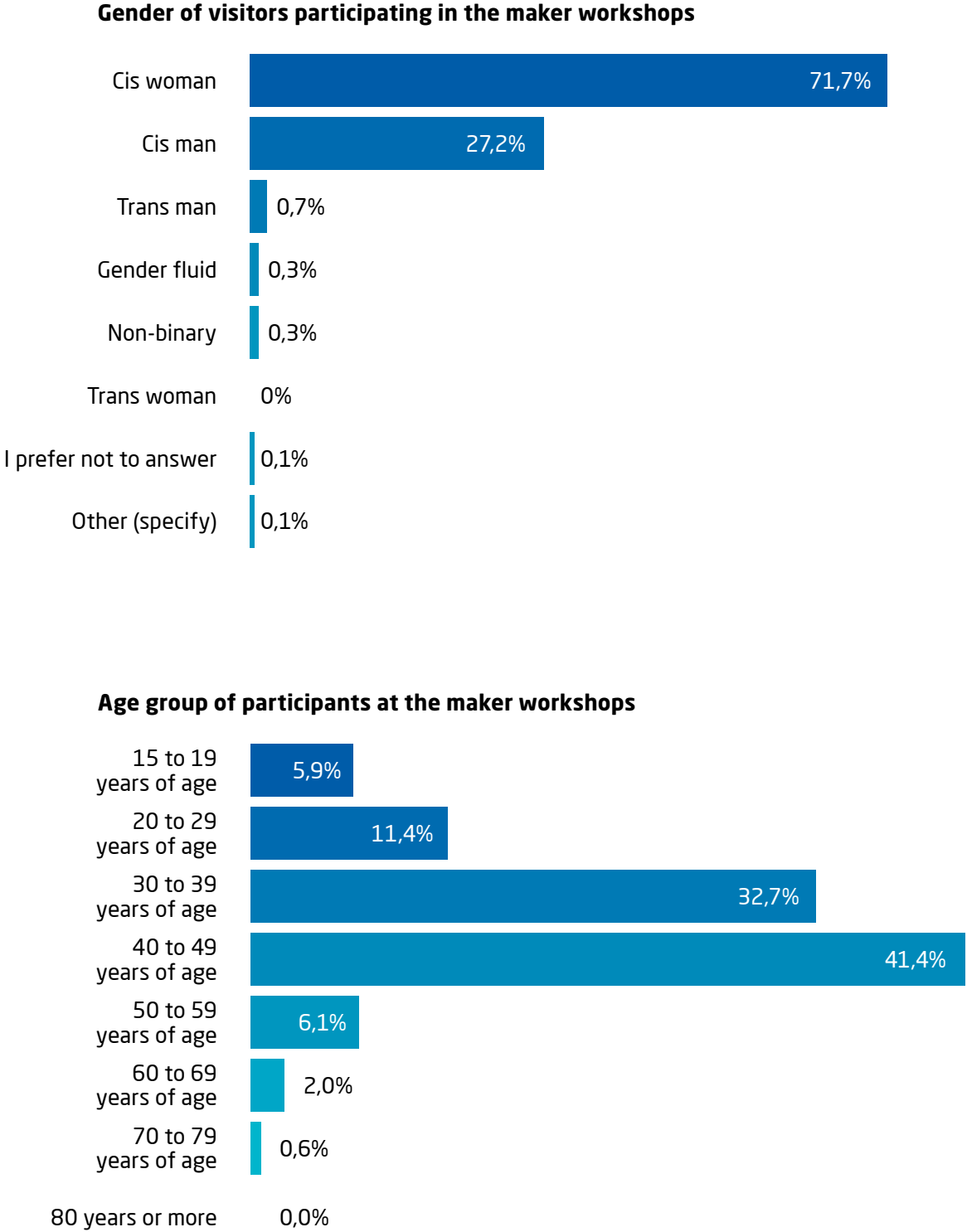
In the analysis of the maker workshops, the focus is placed on aspects that differ from the general profile of exhibition visitors, as well as on elements that offer significant insights into the dynamics and impact of this specific attraction. The aim is to highlight characteristics that distinguish this audience or reinforce the relevance of the workshops as a complementary experience within Sesi Lab.

For instance, the profile data show that the workshop audience includes an even higher percentage of women (71.7%), with a greater level of educational attainment (80% completed higher education or postgraduate studies), and a predominance of older age groups (48% between 35 and 44 years old), in comparison with the general exhibition audience. Apart from this, the composition of accompanying persons is different, with a greater proportion of participants attending with other family members (49.0%) and children (52.4%), reinforcing the workshops’ family-oriented and educational character.

Audience satisfaction with regards to accessibility



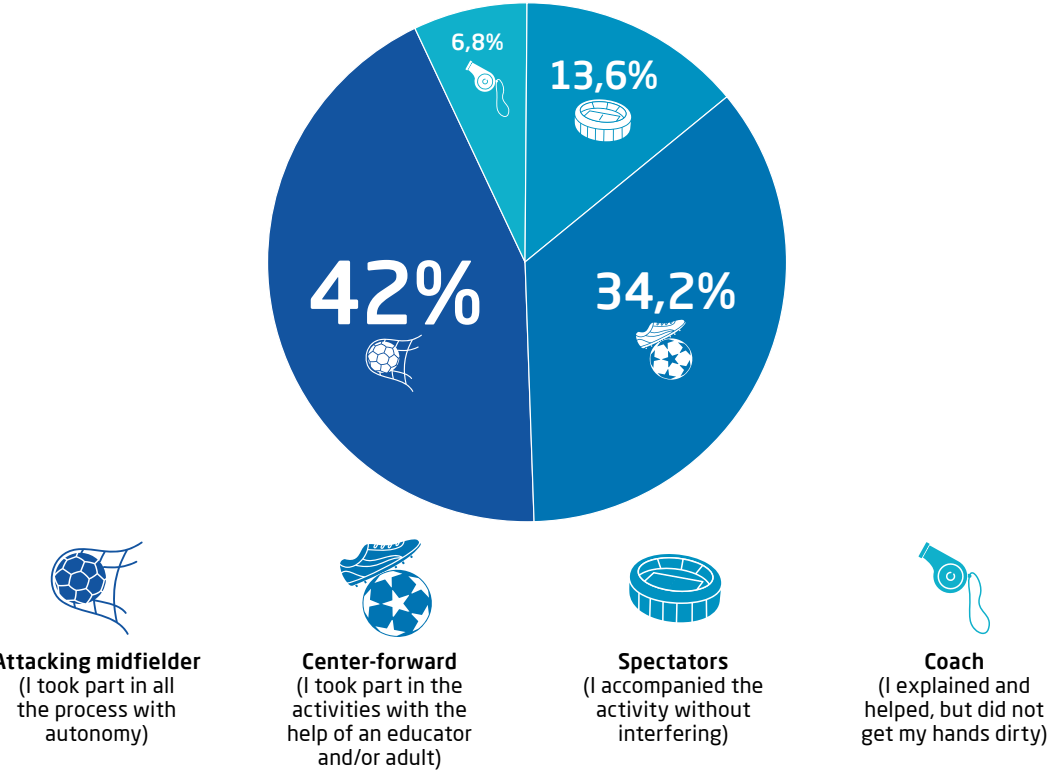
Regarding the age of the children participating in the workshops, a comparison across the three research cycles reveals a significant increase in the participation of children aged 0 to 6, rising from 36% in 2023 to 49% in 2025, reflecting a successful adaptation of the workshops to this age group. Across all studies, 42% of participants were between 0 and 6 years old, and 54% were between 7 and 12. This trend may suggest a deliberate effort to make the activities equally appealing to both younger and older children, thereby ensuring a more balanced distribution of participants across age groups in the workshops.



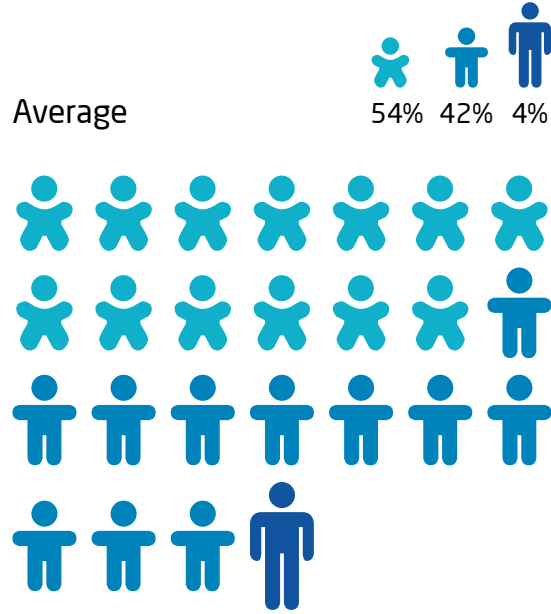
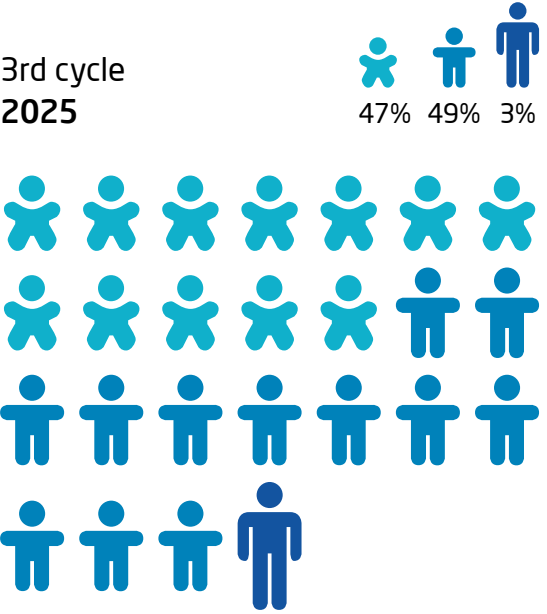
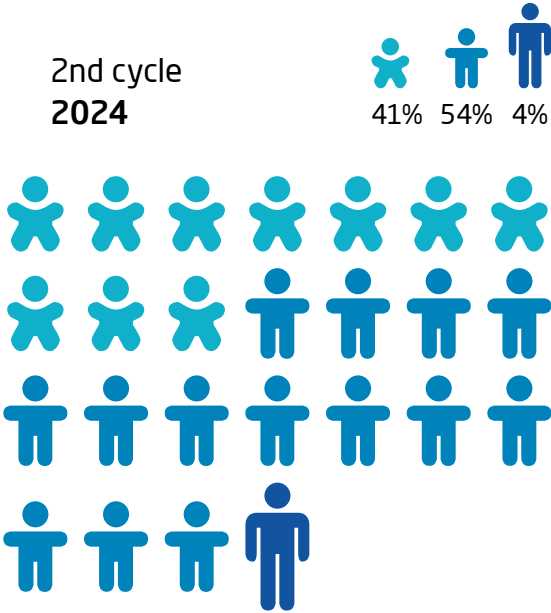
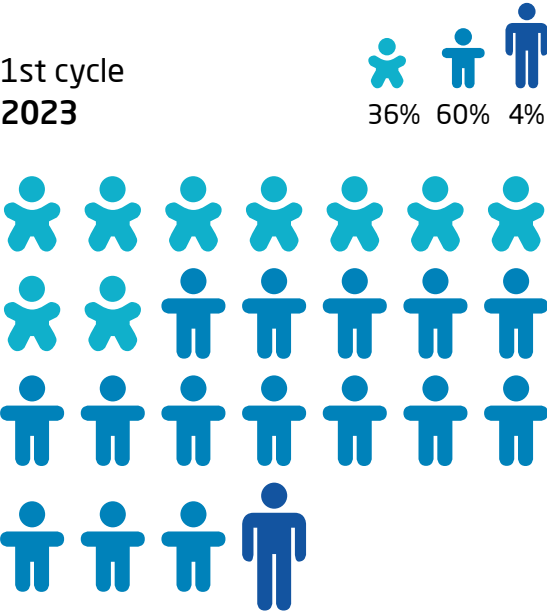
To explore participants’ engagement, the survey included a question that used a soccer field analogy to represent different levels of involvement. The responses indicate that the majority of participants play an active and autonomous role in the workshops, with 42% identifying themselves as “attacking midfielders”—that is, fully engaged in all stages of the process without requiring assistance. A significant portion (34.2%) also reported active participation, though with some support from educators or accompanying adults, identifying with the role of “center forward.” More observational forms of engagement, such as “spectators” (13.6%) and “coach” (6.8%), appeared less frequently, suggesting that the workshop format primarily encourages hands-on experimentation and promotes visitor agency.

Regarding aspects that measure visitor satisfaction with the workshop experience, the data indicate a highly positive overall evaluation, with particular emphasis on the performance of the educators, who received 97.2% “excellent” and “good” ratings. This was followed by the infrastructure and comfort of the space (96.2%), the strategies and materials used (96.9%), and the content addressed (97.6%). Although still performing at an excellent level, the duration of the activity received the lowest average of positive evaluations (92.3%), which may suggest opportunities for minor adjustments to the length of the sessions.

Visitor’s opinion about their participation in the maker workshops



Teenage and children participants at the maker workshops



Cultural Program

SESI Lab’s programming is diverse and includes a wide range of activities aimed at the popularization of science and expanding access to culture, such as theatrical and musical performances, concerts, film screenings, interactive games, and educational mediation in the exhibition galleries. These activities are offered on selected weekends and, more frequently, during the January and July vacation periods, in an effort to engage diverse audiences.

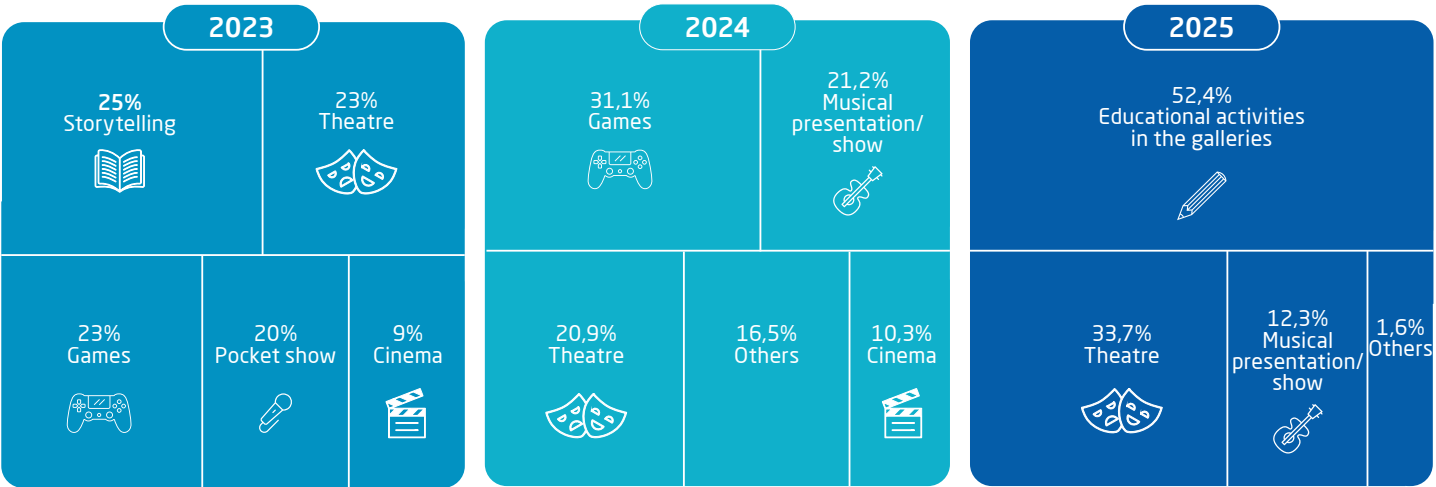
The visitors that attend the cultural programs are predominantly female, highly educated, and composed mainly of adults between the ages of 35 and 44. On average across research cycles, the gender profile aligns with that of the exhibition audience, with a majority identifying as female (67%). In terms of age, however, those attending the cultural programs have ages more similar to those attending the workshops, with 43.6% of the audience being between 35 and 44 years old (20.3% aged 35–39 and 23.3% aged 40–44), while participation by individuals aged 50 and above remains limited (7.1%). High levels of educational attainment are also notable: 42.8% of participants hold a postgraduate degree, and 33.5% have completed higher education, underscoring the appeal of the cultural program to highly educated audiences.

Throughout the research cycles we can observe a significant transformation in the formats offered by SESI Lab’s cultural program. In 2023, the program stood out for its more playful activities, with strong public engagement in interactive and narrative formats, such as storytelling (51.5%), games (47.7%), and pocket shows (43.6%). In 2025, however, a shift in focus is observed with the introduction of educational activities in the galleries, which achieved significant participation (52.4%).

Among artistic formats, theater shows consistency and ongoing appeal, remaining present throughout the three evaluated cycles – 38.8% in 2023, 20.9% in 2024, and 33.7% in 2025 – highlighting its potential to engage different audiences. In contrast, cinema, although also present over the three years, showed a steady decline in participation levels: 17.6% in 2023, 10.3% in 2024, and only 1.6% in 2025, suggesting a possible need to reassess the role of this format within the cultural programs offered.

Analysis of the visitor’s perception for the activities which are a part of SESI Lab’s cultural programs reveal a positive picture. Interest appears as the most recurring manifestation (62.1%), indicating the high level of attention and public involvement in the actions. Participation, understood as interaction with objects and/or dialogue, present a lower average index (30.1%), which can be partly attributed to the nature of some of the activities offered, such as cinema, pocket shows, and theater, which did not foresee or allow for this type of more direct engagement. Even so, a significant portion of the audience was engaged in a more direct way with the proposed experiences. Indicators of apathy or lack of attention remain very low: only 1.9% reported apathy or disinterest, and 1.4% mentioned a loss of focus, reinforcing the effectiveness of the strategies adopted to keep the audience engaged throughout the activities.

Visitor’s opinion about their participation in the maker workshops



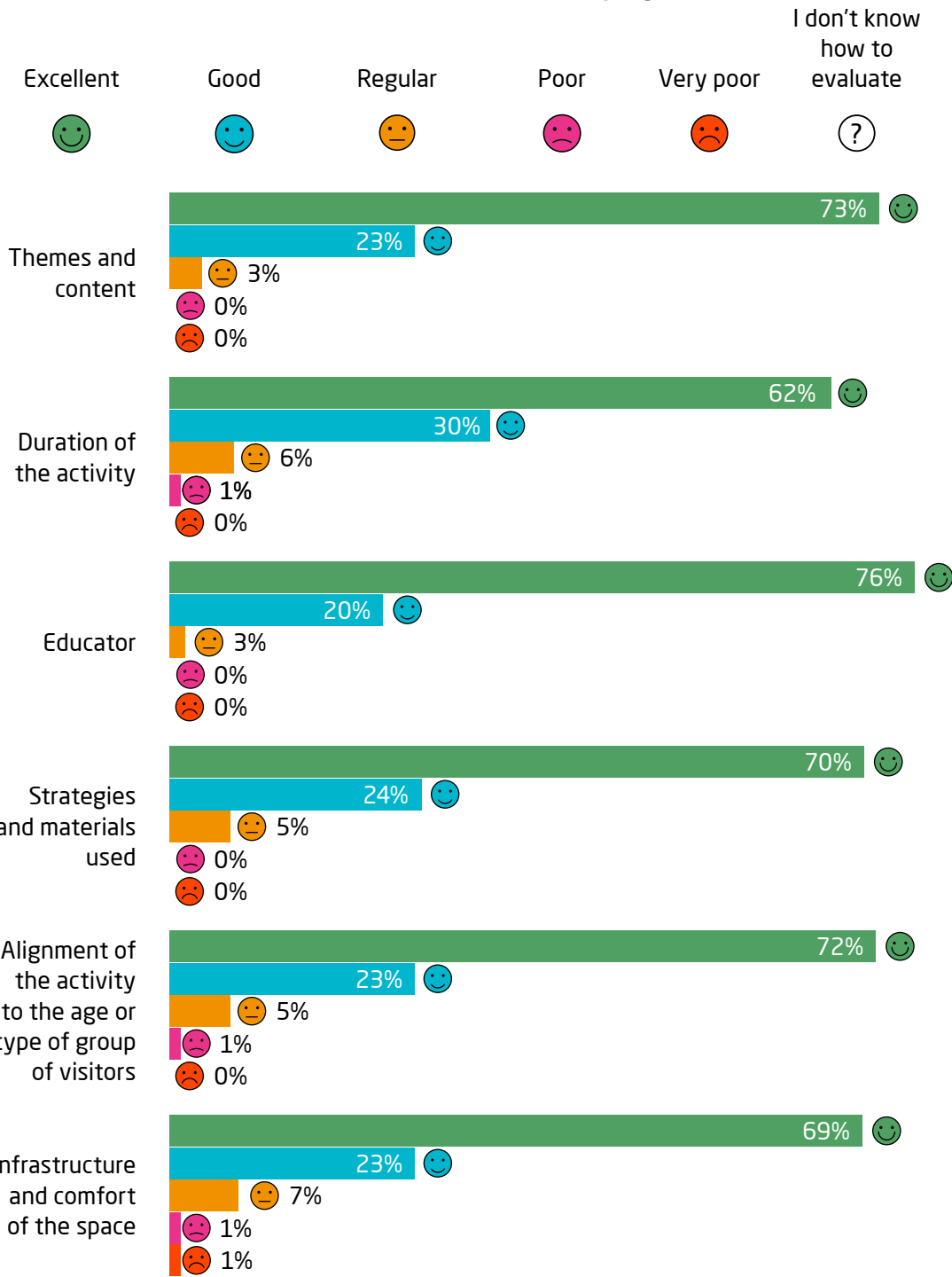
When analyzing specific aspects of the activities—such as infrastructure, duration, and age appropriateness, the highest-rated elements were the performance of the educators and the themes and content addressed, with 96% of evaluations falling into the “good” or “excellent” categories. Also noteworthy were the strategies and materials used (94%), the alignment of activities with the profile of the participating groups (95%), the infrastructure and comfort of the space (91%), and the duration of the activities (92%). These results highlight the effectiveness of the overall approach in delivering culturally meaningful experiences. On the other hand, although in smaller proportions, the combined ratings of “fair,” “poor,” and “very poor” point to areas that require monitoring. The infrastructure and comfort of the space (9%) and the duration of the activity (7%) received the highest concentration of ratings below “good,” suggesting possible opportunities for targeted adjustments to further enhance the visitor experience. Despite these observations, the data reinforces the general excellence of the actions, which keep the high levels of quality noted by the visitors.

Final considerations

The analysis of the data gathered throughout three cycles of research carried out by SESI Lab points to a diverse audience, with characteristics that, at the same time, reinforce and challenge the trends that have been widely reported in studies about science museums in Brazil.

A significant diversity in audience profiles is observed depending on the type of activity offered: exhibitions tend to attract mainly youth, while workshops and the cultural programs mobilize, with greater frequency, family groups, expanding the possibilities for engagement and diversification of the experiences. The predominance of women, especially in workshops, can be associated with the historical and social centrality of the female role in cultural mediation and in caring for children during educational and leisure activities.

Audience evaluation of the activities of the cultural program



The significant presence of couples and individuals accompanied by their partners suggests that SESI Lab has also been shaping itself as a space for socializing, increasingly perceived as a destination for outings and dates. Meanwhile, the high level of education of the visitors outlines a generally well-informed audience, with a broad cultural background and a greater predisposition for critical engagement with the museum’s offerings. This profile is also reflected in the trend of repeat visits to SESI Lab, indicating a growing sense of loyalty among part of the visitors.

However, what really stands out in the case of SESI Lab is its ability to expand and gradually diversify its audience - not only in terms of gender or age group, but also in terms of territorial origin and socioeconomic profile. The increase in the number of visitors coming from administrative regions with a lower income points to an important process in the democratization of access, spearheaded by strategies of dynamic programs and actions that favor a return to the space, something which is less seen in the panorama of Brazilian museums.

When it comes to accessibility, although the indicators for physical and attitudinal accessibility are quite positive, sensory challenges remain a point of concern, especially for neurodivergent audiences. The institutional response, with initiatives such as adapted sensory visits and specific resources, points to a promising path, but one that requires continuity and further development to ensure truly effective inclusion.

With regard to the visitor experience, it was widely described as “amazing,” “fun,” “engaging,” and “educational,” highlighting the success of balancing entertainment and learning. The maker workshops stood out for their collaborative and inclusive approach, attracting a diverse audience, especially women and individuals with higher levels of education. The cultural programming, with its wide range of activities, also received excellent evaluations, reflecting the importance of educational actions in the galleries and the ongoing appeal of theater. Despite some areas for improvement, such as the duration of activities and the suitability of certain formats, the data show that SESI Lab has succeeded in creating a dynamic and accessible environment, with a high satisfaction rate and an enriching experience for its visitors.

In summary, what is currently known about SESI Lab’s audience goes beyond demographic data: it is a public in transformation, curious, diverse, and increasingly active, responding positively to a museum that is constantly evolving. This process reveals a space that not only welcomes but also listens and learns from its visitors, embracing a socially relevant role in building a science that is accessible, inclusive, and inspiring.

References

BITGOOD, S.; SHETTEL, H.H. Determining museum effectiveness: Visitor studies today. *The Journal of Museum Education*, v. 21, n. 3, p. 6-10, 1996.

CRESWELL, J.W. *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. 4. ed. Thousand Oaks: SAGE Publications, 2014.

FLEMING, D. Museums for Social Justice: Managing organisational change. In: SANDELL, R.; NIGHTINGALE, E. (eds.). *Museums, Equality and Social Justice*. London and New York: Routledge, 2012. p. 72-83.

GILMAN, B. I. Museum fatigue. *Scientific Monthly*, v. 2, p. 62-74, 1916.

JLEIVA Cultura & Esporte. *Cultura nas Capitais: 2024*. São Paulo: JLeiva Cultura & Esporte, 2024.

MANO, M.N.A.; GOUVÊA, G.; MAGALHÃES, M.C.M.; CARVALHO, A.M.P.; MASSARANI, L. Museus de ciência e seus visitantes no início do século XXI: Estudo longitudinal da visitação espontânea de cinco instituições da cidade do Rio de Janeiro. *Anais do Museu Paulista: História e Cultura Material*, v. 30, p. 1-48, 2022. Available at: <https://doi.org/10.1590/1982-02672021v30e3>.

MELTON, A.W. *Problems of installation in museums of art*. Washington, DC: The American Association of Museums, 1935.

MORTARA, A. *Museus e coleções universitários: Por que museus de arte na Universidade de São Paulo?* Tese (Doutorado) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2001. Available at: <https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27143/tde-10092003-160231/pt-br.php>.

OBSERVADF. *Hábitos culturais no DF: a presença da desigualdade* (Technical report N° 03/2023). Universidade de Brasília, 2023. Available at: <https://observadf.unb.br/publicacoes>.

PDAD – Pesquisa Distrital por Amostra de Domicílios. *PDAD 2021 – Distrito Federal*, 2021.

ROBINSON, E.S. *The behavior of the museum visitor*. Washington, DC: The American Association of Museums, 1928.

SCHIELE, B. Les musées scientifiques, tendances actuelles. In: GIORDAN, A. (ed.). *Musées & Médias, pour une culture scientifique et technique*. Genève: Ville de Genève, Département des affaires culturelles, 1997, p. 15-29.

SCHIELE, B. Visitor studies: A short history. *Society and Leisure*, v. 39, n. 3, p. 331-56, 2016. Available at: <https://doi.org/10.1080/07053436.2016.1243834>.

SCREVEN, C.G. Exhibit evaluation: A goal-referenced approach. *Curator*, v. 19, n. 4, p. 271-90, 1976. Available at: <https://doi.org/10.1111/j.2151-6952.1976.tb00507.x>.

SCREVEN, C.G. États-Unis d’Amérique : une science en formation. *Museum International*, v. 178, p. 6-12, 1993.

SHETTEL, H.H. Exhibits: Art form or educational medium? *Museum News*, v. 52, n. 1, p. 32-41, 1973.

UNDERSTANDING OUR VISITORS (COVES). Multi-Institutional Museum Study: July 2019 – June 2024, 2019-2024.

The Temporary Exhibitions at SESI Lab: Visitors, Visitors Flow and Resources

Clara Azevedo and Julio Talhari¹

¹ Clara Azevedo is a managing partner of Tomara! Education and Culture, and works with research, evaluations, and planning activities with institutes, museums, foundations, and the public sector. A Social Scientist with a Master degree in Social Anthropology (USP-SP), she is a member of the Advisory Board of the Football Museum and the Museum of the Portuguese Language.

Julio Talhari holds a PhD in Social Anthropology from the University of São Paulo (USP). His area of interest is urban cultural practices, with an emphasis on the multiple relationships between museums and cities.

Apart from the authors, the research presented in this text was carried out by teams formed by Erick Roza and Júlia Yoshino (in both); Miguel dos Santos Filho (in *The Future of Professions*); and Janiane Costa, Jéssica Pedroza, Jorge Wilker, Mariana Abreu (in *Amazonian BioOCAAnomy*), and they also benefited from the support offered by Tomara! Educação e Cultura.

This chapter presents a general panorama of two studies of the public that attended two temporary exhibitions at SESI Lab. With different temporalities, scopes, and approaches, both studies shared common questions that guided the focus of the investigations: What is the public’s perception of the exhibitions? Which exhibit resources are the most sought after or most effective, and how does the public’s interaction with them occur? How do visitors move through the exhibition space?

The exhibitions studied were *O futuro das profissões (The Future of Professions)*, on show from November 2022 to July 2023, and *BioOCAnomia Amazônica (Amazonian BioOCAAnomy)*, on show from June to November 2024.

SESI Lab’s first temporary exhibition, inaugurated at the same time as the museum itself, *The Future of Professions* was conceived, planned and executed before the museum’s personnel was able to get to know the day-to day working of the institution, and its public. In this context, conducting research on the profile and interaction of visitors with the exhibition proved to be an opportunity to understand, in an experimental way, spatial and visual communication challenges, circulation possibilities, the effectiveness of exhibition design solutions, and even the relationship between the exhibition and other areas of the museum.

The exhibition *The Future of Professions* offered interactive experiences with informative, critical, and reflective content: it brought an experience of estrangement from reality, inviting the public to exercise otherness, reflecting on their own place in the professional world, on the place of the other, and on the transformations that may (and are likely to) affect everyone over the course of history. The exhibition featured nine different types of exhibit resources in various formats (including games, videos, interactive quizzes, among others) with the aim of providing information and fostering reflection on the future of professions. The gallery layout had no partitions or predefined

linear pathways, allowing for the movement of the visitor through the space and the use of interactive stations to occur dynamically.

In turn, *Amazonian BioOCAnomy*, the second in-house temporary exhibition held at the museum (and the third in its overall program), was able, on the one hand, to benefit from the lessons learned and, on the other, to open itself to new experiments, especially in terms of the use of the space. In fact, anyone who had the opportunity to visit both exhibitions could easily say they had visited completely different spaces that did not seem to occupy the same area. Unlike *The Future of Professions*, which had no partitions, *Amazonian BioOCAnomy* divided the gallery into six small rooms (referred to as “areas”), which visitors were invited to visit through a single pre-defined itinerary. The exhibition addressed the theme of bioeconomy through a variety of exhibit resources (including videos, maps, food samples, commercial products made from Amazonian raw materials, artworks, interactive quizzes, and games). The exhibition began with an introduction to the biodiversity present in the Amazon rainforest, followed by a presentation on the importance of ancestral science and Amazonian knowledge systems. In this manner, it demonstrated the economic production possibilities based on resources from the forest and the potential for a new industry driven by innovation provided by these elements.

Both exhibitions were part of the program of a young museum, inaugurated at the end of 2022, which, with the freedom and freshness of those who are new to the world, is open to experimentation, so as to gradually and with dialogue build and consolidate its place within the museum landscape of the Federal District. Throughout this chapter, following some methodological considerations, we present some of the results obtained.

Methodological considerations

There is already a long-standing tradition of research in the public attending museums, employing a variety of approaches and methods, and the studies presented here draw from this theoretical and empirical framework (Gilman, 1916; Robinson, 1928; Falk, 1982; Greenblatt, 1991; Cazelli, 1992; Freire, 1992; Valente, 1995; Köptke, 2002; Dabul, 2005; Davey, 2005; Simon, 2010; Almeida, 2012; Talhari, 2014 and 2024; Marques, 2022; to name a few), as well as other established references in social investigation (Geertz, 1989 [1973] and Minayo, 2001, amongst others).

Both studies mixed methods and techniques, with the difference being that the exhibition *The Future of Professions* was researched using an exclusively qualitative approach, while *Amazonian BioOCAnomy* (referred to hereafter as *Bioca*) employed both quantitative and qualitative approaches. The first study was also conducted over a shorter period of time in 2023 and involved a smaller audience. In contrast, the second study, carried out in 2024, included a structured questionnaire, which enabled it to reach a larger number of visitors.

As these were pilot studies commissioned by SESI Lab, the experimentation with methods

contributed not only to test hypotheses related to what was under investigation, the temporary exhibitions, but also to test the research procedures and assumptions themselves, allowing for a comparative reflection on the limitations and possibilities of each approach.

In order to research *The Future of Professions*, a participant observation was conducted inside the exhibition, focusing on spontaneous visitors, along with discussion groups involving both the internal education team and young students who had visited the exhibition through school group bookings. *Bioca* on the other hand was investigated through participant observation combined with a structured questionnaire, administered at the end of the visit, both methods applied exclusively to spontaneous visitors. In addition to these two methods, the *Bioca* study also followed, during participant observation, the complete route of some visitors, aiming to identify visitor profiles and to measure their activities and the time spent at each station. Although the objective was not to carry out a formal timing and tracking, the exercise was partially inspired by this approach to guide the recording process.

Each research stemmed from a unique reference matrix, developed in collaboration with the museum team, containing general and specific questions, indicators, sources, methods, amongst other components. As the logical frameworks for each study, these matrices served as the basis for the development of the instruments that guided the researchers’ work: observation routes and models for field reports; semi-structured guides for the discussion groups; and a structured questionnaire. Both studies involved researchers based in Brasília, in order to include local knowledge and repertoires, to help with both the engagement with the public and the interpretation of the results.

The research on *The Future of Professions* was also based on an intense and intentional exchange with educators and audience guides, providing reflection on their perception about visitors, the strategies of these professionals in relation to the public, and also, the challenges in the relations between them. For a better symmetry in the analysis, such results will not be explored here.

Summary table of data collection in both exhibitions			
	Participant observation	Discussion groups / participants	On-line questionnaire/ participants
The Future of Professions	10 days	3 groups, 37 participants	not applicable
Bioca	10 days	not applicable	1 questionnaire, 447 participants

² A mini questionnaire was made with regards to the profile of the participants of the four discussion groups, the results of which will not be presented here as they are not a statistically representative sample.

³ To maintain the analysis that was originally made, the study on the general SESI Lab public carried out in 2023 was used as a reference; and for the *Bioca*, the one from 2023 and 2024 (Scalfi et al., 2023 and 2024).

⁴ Between the 19th September 2024 and the 27th October 2024.

The research visitors’ profile at the exhibitions *The Future of Professions* and *Amazonian BioOCAnomy*

In order to present the visitors’ profile at the exhibitions *The Future of Professions* (2023) e *Bioca* (2024) it is necessary to first mention two aspects which make a direct comparative analysis impossible.

The first concerns the approaches. The research in 2023 targeted high school students (spontaneous and school-based), and gave special attention to two experiences of school visits from institutions in the Federal District mediated by museum educators. The research in 2024 focused on the general spontaneous public, regardless of their age group, but excluding visits organized by schools and companies/institutions.

The other point refers to the methodology. The research on *The Future of Professions* was entirely qualitative, whereas the research on *Bioca* used mixed methods, and with an on-line questionnaire it was possible to obtain socio-demographic data through self-declaration, constituting a statistically valid sample.

Visitors’ profile at the exhibition *The Future of Professions*

This research did not use data collection methods or instruments that allowed for the quantitative outlining of the socioeconomic and sociodemographic profile of visitors. The analyses were derived from the researchers’ careful observation, through participant observation, in order to understand behaviors and other social markers of difference considered relevant. In addition to observation itself, participant observation was based on interaction and dialogue with the exhibition’s guides and staff².

The research coincided with the school holidays in the Distrito Federal, that takes place in the month of July. For this reason, entrance in SESI Lab was free, which led to an increase in the number of visitors and their diversity, involving people with socioeconomic profiles which are apparently different to the usual average.

The perception that visitors who attend SESI Lab are, still, in their majority white and from middle and upper classes was frequently stated by educators and counselors. This perception was confirmed by the survey on visitors to SESI Lab, carried out the same year (Scalfi et al., 2023³); although this survey did not focus on the temporary exhibition, it concluded that “SESI Lab’s audience is predominantly white” (p. 13) – and 52.3% of those interviewed declared themselves as such – and highly educated. In this survey, there is no indicator of income, but “a high rate of people employed in the public sector” (p. 19) was found among the audience, 37.5%. In addition, 26.4% of visitors were from Plano Piloto, a higher percentage compared to other regions of the Federal District.

During participant observation, some aspects also perceived by educators and counselors were highlighted: “the public is mostly made up of families, parents and children”, as stated by more than one of them. The general public data not only confirms that SESI Lab visitors go with someone, but that this trend is also seen in other museums (Scalfi et al., 2023). Occasionally, couples without children or adults on their own were seen, but it was

very rare to see teenagers alone (or even with families) or young people unaccompanied. It was noted – through the observation of social markers such as clothing, language, behaviors and phenotypes, among others – that the average spontaneous visitor profile at the exhibition was heterosexual young families, mostly white and from the middle and upper classes. This profile was antagonized when the exhibition received school trips or mediated visits by groups or companies, since in these situations more diverse compositions occupied the space. However, in general, few black visitors were seen.

The majority were those that could go to the museum in their own car – 71,3%, according to the research by Scalfi et al. (2023) – or using transport apps, and also those that live close to the museum. In a survey of cultural and scientific dissemination agents, it was observed that the relationship between institutions located in the Plano Piloto and residents of the administrative regions is sensitive (Tomara!, 2021).

It is worth noting that the concern with distance impacted the time dedicated to interactions with the apparatus. The survey showed that opportunities to visit museums and the part of the city where SESI Lab is located happen almost exclusively when promoted by schools.

Although the exhibition’s apparatuses were thought of for all types of visitors, it became apparent that there was a perception that the content of *The Future of Professions* was of most interest to teenagers and youngsters and would attract the attention of an adult audience. “It doesn’t make much sense for a child to visit the exhibition. Because it is something that talks a lot about adult life,” commented one of the educators at SESI Lab.

Anchored in a distinction that the attractions in the Fenômenos do Mundo and Aprender Fazendo galleries (both located on the lower floor) would be more appealing to children, the museum educators reinforced the perception that the target audience for the upper-floor galleries (including the one hosting the temporary exhibition) would primarily consist of high school students, technical education students, or, more generally, adults.

According to feedback gathered during the research, spontaneous visitors often perceived a clear demarcation between the exhibition spaces, identifying the lower-floor galleries as intended for children and the upper-floor galleries as designed for adults.

Finally, it is noteworthy that visitors whose profiles reflected a greater interest in the humanities and critical thinking appeared to derive more benefit from the temporary exhibition. Furthermore, participants seemed to engage more deeply with the experience when they could identify with the language employed in the exhibition.

Visitors’ profile at the exhibition *Amazonian BioOCAnomy*

To identify the profile of the visitors to the exhibition Bioca, 447 questionnaires were answered over a period of 38 days⁴. The public registered by the study is not significantly

different to the general SESI Lab public, with the exception of some aspects which will be mentioned throughout this section.

According to the survey conducted with the museum’s overall visitors between January and March 2024 (Scalfi et al., 2024), young visitors (up to 29 years old) accounted for the majority of attendees, representing 63.1% of the total. Specifically within the temporary exhibition, this proportion was slightly lower, at 54.4%. A slight increase was observed in the proportion of visitors aged 30 to 34: this group represented 8.5% of the total audience in the general survey but increased to 13.6% within the temporary exhibition. Therefore, the predominant age group in the exhibition consisted of individuals up to 34 years old, accounting for 68% of visitors. It is also noteworthy that, when disaggregated by gender, the data show that among the adult audience (aged 30 to 55), women were represented in a higher proportion than men, whereas among younger visitors, gender distribution was relatively balanced. Specifically, within the adult group, men accounted for 37.2% and women for 43.6%.

Among the surveyed visitors, women in general, as well as young adults without children, were more likely to agree to answer the questionnaire compared to men, whether visiting the museum alone or accompanied. Nevertheless, the gender profile obtained is consistent with what was observed during participant observation and aligns with the findings of the general audience survey, which indicated that women accounted for 60.8% of visitors and men for 35.4% (Scalfi et al., 2024). In the Bioca exhibition specifically, women represented 59.1% of respondents, while men accounted for 38.5%. Moreover, it was observed that many women attended the exhibition accompanied by children and were generally responsible for their care. Indeed, among respondents who reported being accompanied by one or more children, 67% were women.

Still with regards to gender, other identifications were mentioned (trans men, non-binary, others or they did not answer, all with less than 1%). With regards to sexuality, 72% of visitors declared themselves as heterosexual, 12% as bisexual and 9,5% as homosexual, 4% preferred not to answer and the remaining 2,5% answered with other identifications (panssexual, asexual, others).

With regards to racial self-declaration, the visitors were 53,9% white, 31,5% brown, 8,7% black, 3,1% yellow and 0,7% indigenous. Comparatively, in the study with the general public (Scalfi et al., 2024), the proportion of yellow and indigenous continued stable. However, there was a variation in the representation of the number of white visitors, slightly lower in the general research, 48.4%. On the other hand, the number of black people (understood here as the sum of those self-declared as black and brown, according to the IBGE criteria) were in a lower proportion at the exhibition, 40.2%, considering the general profile of the SESI Lab, where they come to 47.8%. There was no significant difference between the composition of gender or age between white and black visitors.

With regards to the geographical location, 57.9% of respondents were from the Federal

⁵This fatigue, perceived in both exhibitions, refers to the phenomenon known as museum fatigue, already extensively described in the literature on the study of museum visitors (Gilman, 1916; Robinson, 1928; Köptcke, 2002; Davey, 2005; Almeida, 2012; among others). This fatigue is the result of the visitor's energy expenditure in responding to the various stimuli present in the exhibitions (in traditional museums, mainly, viewing and reading). At SESI Lab, the stimuli to visitors are even greater, such as listening, touching, playing, conducting experiments, etc., so that fatigue can be more profound.

District itself. Apart from this, the Plano Piloto region was where most of the visitors resided (12.3%).

Almost 39% of the respondents came from other Brazilian states. It is worth noting that these data were the ones that showed the greatest variation in relation to the general public survey: here, 76.6% of the public live in the Federal District and 22.1% in other states (Scalfi et al., 2024).

Regarding the means of transport used to get to the museum, the significant majority travelled by car (72.26%) - a figure similar to that identified in the 2023 general public survey (71.1%) and different from the same survey in 2024 (48.3%). Specifically, among the 72.26% who went to the exhibition by car, 49.44% of visitors went in their own car and 22.82% by taxi or a car rented through an app.

Regarding income, most visitors are in the range of 5 to 10 minimum wages, with 23.49%. The second largest group is those earning 3 to 5 minimum wages, with 17.45%. In addition, most visitors are employees of the private sector (25.28%) or the public sector (24.16%). Finally, most respondents claim to have completed postgraduate studies (33.78%), completed undergraduate education (32.21%) or incomplete undergraduate studies (22.37%). It is worth noting that, when compared to the general public surveys of 2023 and 2024, the educational profile indicated by the Bioca questionnaires is closer to the first public survey, conducted in 2023 (Scalfi et al., 2023), than to the second (Scalfi et al., 2024). One factor that may explain this data is the fact that the 2024 survey was conducted at the same time as two relatively long periods where entrance was for free, which may have contributed to a greater diversification of the SESI Lab’s visitors profile. The same hypothesis may shed light on the variation in data on the racial composition of visitors.

With regards to the profile of the actual visit, the most common profiles were visits with spouses, partners or boyfriends/girlfriends (37.14%), with friends (26.40%), with other family members (22.15%) and with children (13.20%).

Circulation and the use of the space

The research allowed us to capture relevant aspects of the circulation through the exhibition space and its uses by the public. Based on the observations made, it is possible to state that starting the visit to SESI Lab in the temporary exhibition gallery, located on the first floor, and not after visiting the other galleries of the museum, had a positive impact on people’s opinion of their experience of visiting the exhibitions. For visitors, mainly for the adults, who visited our exhibitions after having visited the galleries on the lower floor, fatigue⁵ was given as a challenge in order to be able to interact with the apparatus offered there.

⁶Although due to a small percentage, some respondents stated that they found out about the exhibition due to road signs. A visitor, in an open ended question, observed: “Passing in front of the building, I saw a sign about the exhibition”

People who started their visit with the temporary exhibitions, however, showed more energy, time and willingness to interact. The possibility of entering through the café on the upper floor, rather than through the main entrance on the lower floor, made it easier for visitors to start their tour in the temporary exhibition gallery, and, when this happened, this helped new visitors to engage and enjoy the attractions.

Thus, the visit to the temporary exhibitions was affected by the usage patterns of the other galleries at SESI Lab. In both cases, visitors who came from the other galleries seemed to replicate a search for interactions and stimulating experiences - which sometimes contrasted with the more reflective proposals present in the two exhibitions. Therefore, it was clear that those who visited the temporary exhibition first enjoyed it more, this was especially the case with adult and teenage visitors; not only because they were not yet tired, but perhaps also because they were not yet in the “hands-on mode” that the other galleries had required.

The activities that are a part of the SESI Lab program (workshops, shows, artistic presentations, games) also influenced the flow and permanence in the gallery. At some moments, the spaces would become completely empty as sound announcements invited the public to the activities. Furthermore, when there were events in the Experiment Lab, located next to the area designated for temporary exhibitions, the interference of sounds in the enjoyment of the exhibits was evident.

The issue of signs for the exhibitions and their access proved to be a challenge, although when comparing the two exhibitions it is possible to see that progress has been made. In both, many visitors were unsure about where to start their visit. In the case of *The Future of Professions*, which did not have a predetermined route, the lack of external and internal signs meant that visitors sometimes used the space as a passageway without noticing the distinctions between the temporary gallery and the permanent ones. This was indicated in the survey results as an area to be worked on, and improvements in visual communication were noted at Bioca. During the exhibition, the external façade of the upper floor featured a large panel in the form of an advertisement⁶ and the sign at the entrance to the exhibition was clear. For those coming directly from the shop, the sign was still not adequate, causing people to enter at the end of the exhibition and often, because they did not understand what it was about, they would turn around and not visit the exhibition.

The spatial arrangement of the two exhibitions, the way the displays were arranged and the way the provocative/descriptive texts were more or less visible enhanced or challenged circulation. Let us see how this happened.

All the experiences in the exhibition *The Future of Professions* occupied the same single space, and it was possible to observe them from practically any point in the room. This open and combined spatial arrangement made the movement of visitors quite free, and was often guided by the search for visually striking or central displays.

Bioca, on the other hand, proposed a linear and sequential visit through various small rooms, with a path to be followed. The rooms have welcoming visual aspects and their esthetics were greatly praised. However, visitors sometimes seemed lost in the space as they did not understand the proposal of the path to be followed, which did not include a map to follow so that they could find where they were in relation to the proposed path. The labyrinthine nature sometimes confused the public and made them go back and leave through the entrance, without completing the visit.

The location of the experiences and their understanding for full interaction marked the two exhibitions in different ways. In *The Future of Professions*, for example, the monitors arranged in semicircles, and showing testimonials from professionals from different areas of activity, attracted the visitor’s attention because they were located in the middle of the gallery, even though they did not retain the attention of visitors for a longer period of time, who soon dispersed to other attractions around them. The provocative questions that accompanied the experience (“what did you learn today?” or “why studying?”, among others), which could stimulate reflection, were not always noticed, which limited their effectiveness. The lack of benches to sit on while watching the videos - which would suggest a more immersive experience - impacted the effective enjoyment of the content presented, making the experience tiring.

In the same manner, less central displays, which were more hidden or in places of harder access, received little attention from the public, depending, especially, on the concentration of people positioned near to the closest displays.

The circulation of visitors around *Bioca*, however, found barriers due to the exhibition’s format. The content, divided in different rooms, without this prior information, left visitors with doubts about what they would find ahead or about the total size of the exhibition (“am I at the beginning, the middle or the end?”), which interfered with their motivation to continue and/or go back and abandon the visit. During the visit, the volume of texts seemed to demotivate visitors, who rarely stopped to read them. The wide variety of formats and displays presented were not always signaled, meaning that many contents were not seen. Thus, aesthetically attractive solutions with contents that required some type of interaction to be uncovered ended up not fully fulfilling their purpose.

As pointed out in the profile, in both exhibitions many of the visits were carried out by adults accompanied by children. In these cases, the children generally dictated the pace and direction of the tour, which, in the case of *Bioca*, had a route, and invariably led them to skip the introduction or even other parts that called for a longer stay. Quite frequently, mothers, fathers or other adults responsible for the visit, would walk into the exhibition behind the children, without paying much attention to what was around them. Sometimes they would not go beyond the first room and would soon go back out through the entrance; on other occasions, they would move through the exhibition as though it were simply a passage, en route to the exit. Even when there were children who were more relaxed and explored the rooms further, the adults were generally there

⁷ In the observations and monitoring of complete visits to *Bioca*, the average duration of the visit was 17 minutes, considering the different spontaneous visitors that were monitored. 29 visits were monitored over ten days, at different times. Most of these visits were made by two or more people (couples, friends, family members, etc.). As participant observation found – in line with other ethnographic research with museum and exhibition visitors (Dabul, 2005; Talhari, 2014), much of the time was spent on socializing, with no direct relation to the exhibition elements.

to accompany the children, so that their interests guided the visit. It was not uncommon for an adult to show interest in a particular object or text and have to abandon what they were observing to look after one or more children. Adults in small groups (especially couples) or unaccompanied, tended to spend more time on the content, although it was not uncommon for them to speed up their pace halfway through the visit⁷.

We must also add that, apart from the people responsible for the children being, in their majority, women, the job of mediating the exhibition was left to them, even when a male figure was also present, which makes explicit the inequality of genders and of parental roles. Throughout the observation the difference in engagement with readings, friction and the role of mediation of women with children compared to men with children, became evident in both exhibitions. While women were responsible for the work of caring for the children and their engagement with the exhibition (exercising a pedagogical role), the men, when present, were more likely to dedicate themselves to the exhibition.

In both exhibitions unexpected uses occurred. In *The Future of Professions*, people, especially adults, were often seen using the seats of some of the displays to rest during visits, with their backs to the videos, while children interacted with each other and/or with other displays in the gallery. In other situations, the seats were used by women to breastfeed their babies or by the guides themselves, who also used the benches to rest. A resting area for many adults, children used the exhibition space to play, running among the exhibits and even rolling around on the floor.

This atmosphere, that called for rest, was also related to other characteristics of *The Future of Professions* exhibition, which was more silent, dark and with less features, compared to the rest in the museum. It was remarkable how its occupation was different: less noisy, with less rushing around and fewer shouts or expressions of surprise and delight. *Bioca*, noisier and with a route through different rooms, most of them small and without benches, did not gain this status of a place of rest, but often became a place for passing by, which connected the café and the shop to other galleries of the museum.

The engagement of spontaneous visitors: efficiency in resources and contents

Considering the inseparability of form and content, some exhibition displays or solutions proved to be more efficient than others in each of the exhibitions. The displays that generated the greatest engagement, in both cases, were those that seemed to promote identification with visitors, connecting the exhibition theme with personal experiences. It is worth mentioning that all the solutions were analyzed, to a greater or lesser extent, and provided clues to think about what worked best – or what did not work. The examples that emerged from the investigations are abundant; however, considering the volume of data, only two specific experiences from each exhibition will be mentioned here.

⁸ Especially because teenagers and children were seen answering the quiz various times, in a random fashion, just so that they could have their photos published.

It is worth mentioning that all the solutions were analysed, to a smaller and greater extent, and brought clues with regards to what worked more, or less. There are many examples that emerged from the investigations, however, considering the volume of data, only two specific experiences of each exhibition can be mentioned here.

Engagement in the exhibition *The Future of Professions* was quite evident, especially around digital devices. This occurred, to a large extent, with an apparatus that functioned as a career quiz. Specifically, the interest in the career quiz generated a concentration of people, in line, waiting for their turn. This great interest in the quiz even drove away many visitors and made the experience with this apparatus unfeasible during many guided school visits, in which the time available for circulation is limited.

The quiz offered the visitor the possibility of identifying directly with the content. On answering the quiz, and selecting an alternative, the person would receive from the apparatus two options of a profession of the future related to what he/she had answered. On choosing the option with which he/she identified with most, the person would register a photo, published on a large panel, accompanied by the name of the new profession. At a quick glance, the impression was of an experience similar to that of social networks, where personal images are published to be seen and liked, even if only ephemerally. It would be tempting to evaluate this experience as superficial⁸, however, listening to conversations with young people allowed us to better understand its effects. According to reports, this apparatus led young people to imagine themselves in the future, uncertain but with several possibilities, and hard to predict in the present. No matter how fanciful the suggested profession was, it led to a reflection about a future that was not generic and that everyone would face, but about a situation where everyone was able to envision themselves in these possible futures. The quiz also led them to take their current choices more seriously, even leading to anguish, but in a reflective and meaningful way.

To a smaller extent the *smartphones/Nexo* – two large panels that resembled touch screen cell phones and showed some news published by the newspaper Nexo (the only clickable icon on the panel) – and the portrait panel, which was not digital, but rather formed by a large structure with rotating plates that contained, on one side, a portrait of a person and, on the other, their mini-biography. The panel was often used randomly by children, who had fun rotating the plates. However, in the guided visits, the guide asked the visitors to choose a person with whom they identified. This choice, gave to the material provided on the various trajectories, an objective connected to the experiences of each visitor, in addition to being related to the theme of the exhibition. In the spontaneous visits, this connection also occurred when some visitors dedicated more time to that part of the exhibition – which could be noted when the observers heard phrases like “look, he lives in Taguatinga”, moments in which the texts were being read and connections were established based on personal repertoires.

In a different way, the quiz present in *Bioca* also led to visitor engagement. According to the answers obtained using the questionnaire, 56% of respondents declared that the quiz

⁹The topic “The products produced in the Amazon” got the attention of 89.04% of the respondents, being, comparatively, the most mentioned reply to the question about how much a particular subject had caught one’s attention.

was the most accessed resource, amongst all the available options and categories. The quiz focused on aspects of the amazonian biome and the question content required some engagement with the reading available in the rooms - informative panels or screens - so that the visitor could answer the questions correctly. As the visitors in general did not look for these other contents - as related in the observation of the participants -, the quiz worked as a limited, but quick, introduction to the biome. Furthermore, engagement with this device motivated interactions between those who accessed it collectively - it was possible to note that use in pairs or in a group encouraged conversations and exchanges, generating greater engagement.

Through observation and also through the questionnaire, another display that generated a lot of interest were the displays with Amazonian products, especially in the room that resembled a warehouse - this was the second most mentioned resource in the questionnaire among those that visitors said they had interacted with the most (53.61%)⁹. Engagement with Amazonian products was such that some visitors returned to the room after visiting the entire exhibition just to record them on their cell phones, perhaps with the intention of purchasing them later, since there were QR codes for the products. Contact with the products prompted conversations about the desire to buy the objects and foods on display. In this experience, identification seemed to occur with what was “different”, but belonging to a certain known imaginary. Thus, certain indigenous products aroused interest, perhaps due to an “exotic” or “unique” character associated with indigenous populations (such as peppers and mushrooms). Other products, even of traditional indigenous consumption (such as the manioc), as they are present in Brazilian general nutrition (and the pequi, specifically, eaten by inhabitants of Brazil’s Center-West), could be seen as trivial. Here, we could use Stephen Greenblatt’s (1991) concept of resonance, which has to do with a certain “wonder” or “fascination” in the museum context. Enchantment occurs in relation to what is different, but with cultural significance (and therefore not entirely strange), which stands out among what is known and familiar.

Both exhibitions were marked by the volume of texts, audios and audiovisuals, which required time to be appreciated. “No, my dear, this one has a lot to read. We’ll come back later”, one of the visitors to *The Future of Professions* said. This characteristic contrasted with the experiences of the long-term exhibition and perhaps helps to understand the mood with which the visitor, who has already visited the other areas of the museum and, therefore, experienced a series of “doing” experiences, with actions such as touching, pressing, pushing, hitting, turning, jumping, dancing, etc., arrives at the temporary exhibition, in which the visitor needs to change the pace and type of interaction. If, on the one hand the experience in the galleries on the ground floor seemed more accelerated, the two temporary exhibitions required slowing down so that they could be appreciated. Much of the content was also aimed at youngsters and adults, attracting less interest from children, who constitute an audience which is very present in the museum.

In the temporary exhibitions studied, participant observation noted that the public was not very dedicated to longer experiences, raising doubts about their understanding

regarding the proposed content and prompting reflections on the time needed to make a worthwhile visit, which is not just about walking around the space. At the exhibition *The Future of Professions*, a visitor once commented that “there could be less to see”, because the visit ended up “taking a long time”.

In general, not only the time spent at the exhibition, but, above all, how the time was spent, seemed insufficient for a reasonable interaction with the apparatus and, consequentially, for a satisfactory understanding of the exhibition’s proposal. However, as John H. Falk points out, “we must also remember that information on the time a visitor spends, by itself, is of little or no importance without an understanding of the factors that influenced that behavior” (1982, p. 12).

Final considerations

Many other data and aspects could have been covered in this article, given the volume of information and analyses produced within the scope of the two studies.

From a methodological point of view, in the case of *The Future of Professions*, the discussion groups proved to be good strategies for capturing slightly more elaborate reflections on the effects of enjoyment; the dialogue with the guides was important for getting to know people’s reactions during the guided visits; and the informal conversations with the advisors were essential for getting to know the day-to-day visitation routine more closely. The application of the questionnaire, carried out only at *Bioca*, proved to be an important tool for obtaining a more precise profile of the public and establishing comparisons with other studies carried out by the institution.

In both of the approaches used, there is, without a doubt, both limitations and gains. In both study reports, we were able to make recommendations about very specific aspects, even specific corrections to content, and also more general recommendations related to the exhibitions and the museum as a whole, considering that the evaluation of a temporary one cannot ignore the impact of the other SESI Lab galleries and the dynamics of visitation of the museum itself.

It is possible to say that in both exhibitions it was evident that personal experiences are fundamental keys to generating connection between visitors and content and between visitors themselves, as stated by Nina Simon (2010), although this connection does not always occur in an obvious way. This is why, being aware of the visitors’ profile, their expectations and possibilities of identification with the content were presented as an essential point.

From this perspective, the fact that SESI Lab has already conducted two studies on temporary exhibitions and extensive public surveys, in addition to specific research on specific activities, demonstrates the central place that the institution gives to the public

and signals that attentive and active listening seems to be part of its DNA, marked by an interest in knowing itself in depth and a great openness to rethinking itself through dialogue with society. Without a doubt, such an investment, with results monitored and evaluated over time, will bring benefits of various kinds to the institution.

References

ALMEIDA, A.M. A observação de visitantes em museus: sobre ratos e seres humanos. *Museologia e Interdisciplinaridade*, v. 1, n. 2, jul./dec., p. 10-29, 2012.

CAZELLI, S. *Alfabetização científica e os museus interativos de ciências*. 163f. Dissertation (Masters) - Department of Education, Pontifícia Universidade Católica, Rio de Janeiro, 1992.

DABUL, L.M.S. *O público em público: práticas e interações sociais em exposições de artes plásticas*. 334f. Thesis (Doctorate in Sociology) -Humanities Center, Department of Social Sciences, Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2005.

DAVEY, G. What is museum fatigue? *Visitors Studies Today*, v. 8, n. 3, p. 17-21, 2005.

FALK, J. The use of time as a measure of visitor behavior and exhibit effectiveness. *Roundtable Reports*, v. 7, n. 4, p. 10-13, 1982.

GILMAN, B.I. Museum fatigue. *The Scientific Monthly*, v. 2, p. 62-74, 1916.

FREIRE, B.M. *O encontro museu/escola: o que se diz e o que se faz*. 134 f. Dissertation (Masters) - Department of Education, Pontifícia Universidade Católica, Rio de Janeiro, 1992.

GEERTZ, C. *A interpretação das culturas*. Rio de Janeiro: LTC, 1989 [1973].

GREENBLATT, S. Resonance and Wonder. In: Karp, I.; Lavine, S. D. (eds.). *Exhibiting Cultures: The Poetics and Politics of Museum Display*. Washington/London: Smithsonian Institution, 1991, p. 42-56.

KÖPTCKE, L.S. “Observar a experiência museal: uma prática dialógica?”. In: Workshop Internacional de Educação. Rio de Janeiro: Vitae/British Council/Museu da Vida/Fiocruz, 2002.

MAGNANI, J.C.G.; SPAGGIARI, E. *Lazer de perto e de dentro: uma abordagem antropológica*. São Paulo: Sesc, 2018.

MAGNANI, J.C.G.; SPAGGIARI, E.; HANGAI, M.; CHIQUETTO, R.V.; TAMBUCCI, Y.B. *Etnografias urbanas: quando o campo é a cidade*. Petrópolis (RJ): Vozes, 2023.

MARQUES, D. Protagonismo indígena nas artes visuais: Sueli Maxakali na 34ª Bienal de Arte de São Paulo. In: *Encontro de História da Arte*, 16, 2022. Atas do XVI Encontro de História da Arte. Campinas: IFCH/Unicamp, n. 16, 2022.

MINAYO, M.C.S. (org.). *Pesquisa Social. Teoria, método e criatividade*. 18 ed. Petrópolis: Vozes, 2001

ROBINSON, E. *The behaviour of the museum visitor*. Washington, D.C.: American Association of Museums, 1928. (New series, n. 5).

SCALFI, G.; COSTA, J.; PEDROSA, J.; WILKER, J. *SESI Lab - Relatório parcial de pesquisa de público*. Brasília, 2023.

SCALFI, G.; COSTA, J.; PEDROSA, J.; WILKER, J. *SESI Lab: Relatório final de pesquisa de público*. Brasília, 2024.

SIMON, N. *The Participatory Museum*. Santa Cruz: Museum 2.0, 2010.

TALHARI, J. *Cultura e sociabilidade no museu de arte: etnografia dos visitantes da Pinacoteca do Estado*. 235f. Dissertation (Masters in Social Anthropology) – Faculty of Philosophy, Languages and Human Sciences, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2014.

TALHARI, J. *Entre a imagem e o discurso: magia e ciência no Museu do Ipiranga*. 351f. Thesis (Doctorate in Social Anthropology) - Faculty of Philosophy, Languages and Human Sciences, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2024.

TOMARA! Educação e Cultura. *Relatório da Pesquisa qualitativa com agentes de cultura e divulgação científica do Distrito Federal* (restricted circulation). Brazil, 2021.

TOMARA! Educação e Cultura. *O futuro das profissões: relatório de pesquisa*. São Paulo, 2023.

TOMARA! Educação e Cultura. Relatório executivo da Pesquisa de Público *BiOCAnomia Amazônica*. Brasil, 2024.

VALENTE, M.E.A. *Educação em museus: o público de hoje no museu de ontem*. 208f. Dissertation (Masters in Education) - Pontifícia Universidade Católica, Rio de Janeiro, 1995.

SESI Lab’s Educational Visits Program

Luciana Conrado Martins, Barbara Milan Martins, Marília Gontijo Machado de Oliveira, João Gabriel Borges Lima, Gabriela Reznik and Helena Simões¹

¹ Luciana Martins has a master's degree in Museology and a PhD in Education, and is the coordinator of Digital and Educational Activities at SESI Lab. Barbara Milan Martins is a biologist, holds a master's degree in Science and a PhD in Education, and is an educator at SESI Lab. Marília Gontijo Machado de Oliveira is a biologist and educator at SESI Lab. João Gabriel Borges Lima is a biologist and educator at SESI Lab. Gabriela Reznik is a biologist, holds a master's degree in History of Science, Techniques and Epistemology, a PhD in Education, Management and Dissemination in Biosciences, and worked on the Educational Action team at SESI Lab between 2023 and 2025. Helena Simões is an experience designer and educator at SESI Lab.

² STEAM is an acronym in English that stands for “Science, Technology, Engineering, Arts, and Mathematics”. It is an interdisciplinary approach that integrates arts to the traditional STEM model.

The Visits Program is part of SESI Lab’s educational program and has as its objective to offer an in-depth educational experience at the museum and with its educational resources, as well as to expand the possibilities for visitor interaction with the installations and exhibits, connecting art, science, and technology. This program offers a diverse range of educational activities that seek to engage visitors and foster dialogue around the themes addressed by SESI Lab, with a focus on both organized group visits and spontaneous visitors.

The program is aligned with the conceptual foundations adopted by SESI Lab: the National Common Curricular Base (BNCC, see: Brazil, 2018), the Science, Technology, Society, and Environment (STSE) approach (see: Marandino, 2023), and the Science, Technology, Engineering, Arts, and Mathematics (STEAM)² movement (Almeida; Costa, 2020; Santos; Gonçalves, 2021; Bevan; Petrich; Wilkinson, 2015; Vosniadou; Ioannou, 2020). Aligned with BNCC, the program provides activities designed to develop essential skills and competencies, fostering experimentation and scientific curiosity. Through the STSE (Science, Technology, Society, and Environment) approach, critical reflections are encouraged on the impact of science and technology on society, promoting conscious and responsible civic engagement. Finally, in line with the STEAM approach, creativity and interdisciplinarity are stimulated by combining scientific and technological concepts with artistic processes, offering hands-on interactive workshops that enrich the educational experience of visitors.

The Program of Visits is structured to serve diverse audiences and age groups, with an emphasis on the educational quality of the visitor experience (Falk & Dierking, 2011). The activities offered stimulate interdisciplinary learning and scientific curiosity. Each audience segment is engaged through specific actions designed to encourage active participation in discussions on science, technology, and art, promoting continuous and collaborative education. Find below the types of activities developed within this program.

³ SESI Lab has a long-term exhibition in three galleries: Fenômenos no Mundo; Aprender Fazendo; and Imaginando Futuros. To get to know more, check out: <https://acervo.sesilab.com.br/colecoes/>.

Thematic educational visits

During the thematic educational visits, the visitors explore the different galleries of SESI Lab’s long-term exhibition³, guided by a specific theme and accompanied by the educational team, concluding the visit with a hands-on workshop. These visits are scheduled in advance and can have groups of up to 40 people. The themes, paths taken and workshops are tailored according to the type of group, age group and level of education. The thematic educational visit is organized following the sequence: welcome > interactive visit of the exhibition > maker workshop> closing.

Self-guided educational visits

Self-guided educational visits is a format where the exploring of the galleries occurs in an autonomous way, allowing the person responsible for the group to personalize the route according to their interests. The group is welcomed by the visitor orientation team, and is given general guidelines for visiting SESI Lab. Then, based on the group’s specific interests, the group leader can then plan a personalized route through the exhibition areas and interactive displays that most capture their attention. During the visit, participants may also engage with activities at the Discovery Station and mobile stations located throughout the museum. These visits must be scheduled in advance and can accommodate up to 120 visitors per time slot, depending on availability. The self-guided visit follows the following sequence: welcome > interactive exhibition tour.

Maker workshops

The maker workshops are an integral part of the educational program and aim to provide museum visitors with a hands-on learning experience based on the themes presented in the exhibition. The workshops are developed by SESI Lab’s educational team, based on the museum’s conceptual premises, for the general public visiting the institution on weekends, bank holidays, and during vacation periods, these workshops are also part of the themed educational visits offered to organized groups. Its focus is the engagement of the public in getting to know, experimenting with and creating projects using simple technologies connected to themes in arts, science, and technology.

Educational interactions

Interactions are activities that last a short length of time and are carried out by SESI Lab’s educational team with the museum visitors - be them spontaneous visitors or organized groups - in the exhibition galleries. These activities can have a more demonstrative or practical character, and are carried out at the Discovery Station or in mobile stations. Apart from this, they can take place in the format of sessions with predetermined times or in a continuous flow. The aim of the interactions is to provide an educational experience and one of dialogue between the participants and the museum’s educational team, deepening the themes explored in the exhibition and dialoguing with other themes that

⁴ This analysis does not include educational visit data from 2025, as the actions are still ongoing.

extrapolate what is exposed in the museum. These actions were thought of with the aim of welcoming the public and expanding and diversifying the programming of educational actions in the museum.

Throughout this chapter, we will present the evaluations carried out in 2023 and 2024, of two actions of the visitor’s program: the thematic educational visits and the self-guided visits. We will address the objectives of each activity and the data collection methodology, also proposing a comparative analysis of the years 2023 and 2024. The profile of the visiting institutions and the changes incorporated into the program as a result of the participant evaluation process will also be discussed. Finally, we will present the data from the surveys conducted, aiming to highlight the main points raised through the analysis.

Data collection methodology and analysis of data⁴

The evaluation of themed and self-guided educational visits is a fundamental component of the SESI Lab Visits Program, as it enables an understanding of the visitors’ profiles and opinions, contributing to the continuous improvement of the activities offered. The survey is conducted through a digital questionnaire on the Forms platform, which is completed autonomously on tablets by the group leader at the end of the visit. The questionnaire includes both open ended and closed questions and is organized into six sections: (1) information about the institution; (2) information about the scheduled visit; (3) preparation and motivation for the visit; (4) opinion about the visit; (5) opinion about the maker workshop; and (6) overall satisfaction with the visit.

The questionnaire is applied at the end of every visit, so that the visitors have enough time to reflect on their experience. SESI Lab’s educational team is responsible for the application, collection and analysis of data. The collected data is treated using qualitative and quantitative methods of analysis. The quantitative data was extracted and compiled in tables to ease the comprehension and reading of numbers. Some tables were transformed into graphs, so as to help visualization and comparison. Qualitative data, on the other hand, was grouped into categories set according to the elements that appeared with most frequency during the analysis. The categories that emerged from the suggestions and comments made by the respondents were the following: length of visit, relation with the educational team, quantity of visitors, support material, and infrastructure. These categories served as a basis for the analysis carried out in “General satisfaction with the visit” section.

It is important to highlight that the results generated by the analysis are fundamental for a better understanding of the needs and expectations of the public, as well as to revise procedures and priorities in the actions that are carried out.

Results: analysis of the data obtained

The answers to the questionnaires applied in 2023 and 2024 were analysed, with special attention given to the data considered most relevant. Next, a comparative analysis was carried out between the two periods, identifying possible trends, changes or patterns in the evaluations. In this way, the study focused on the comparison of the results between 2023 and 2024, seeking to evaluate the evolution of the perception of the participants and the impact of the activities offered.

The records from 2023 show that 78.516 people visited Sesi in 1.386 organized groups scheduled by the museum. Of these, 998 groups of visitors were effectively attended, totalling 47.363 people. This year, the difference between scheduled groups and attended groups represented a 40% difference. In 2024, 88,836 people were scheduled across 1,361 groups, and 52,171 people were attended across 1,024 groups, maintaining the average 40% drop between those scheduled and those who visited.

Table 1: Number of groups and visitors scheduled x attended				
	2023		2024	
	Scheduled	Attended	Scheduled	Attended
Total number of groups	1.386	998	1361	1024
In number of visitors	78.516	47.363	88.836	52.171

Table 2: Number of self-guided and educational visits				
	2023		2024	
	Self-guided	Educational	Self-guided	Educational
Total number of groups	371	627	671	353
In number of visitors	27.673	19.690	41.052	11.919

Most of the visitors attended, in both the years, participated through the self-guided visits modality (27.673 and 41.052 visitors, respectively). The occurrence of a greater number of self-guided visits compared to educational visits is explained by the availability of more time slots for this type of visit and the possibility of scheduling a larger number of visitors per school, accommodating up to 120 visitors per time slot.

⁵ The Administrative Regions in the Federal District are classified as: High income (Plano Piloto, Águas Claras, Jardim Botânico, Lago Norte, Lago Sul, Park Way and Sudoeste/Octogonal); Medium-high income (Arniqueira, Candangolândia, Cruzeiro, Guará, Núcleo Bandeirante, SIA, Sobradinho, Taguatinga and Vicente Pires); Medium-low income (Ceilândia, Gama, Riacho Fundo, Samambaia, Santa Maria and Sobradinho II) and Low Income (Brazlândia, Fercal, Itapoã, Paranoá, Planaltina, Recanto das Emas, Riacho Fundo II, Sol Nascente/Pôr do Sol, São Sebastião, SCIA-/Estrutural and Varjão).

The evaluation forms were applied in two different periods. The first period took place between 28th August and 15th December 2023, resulting in 361 answers. The second period took place between the 6th March and 29th November 2024, resulting in 449 answers.

The main results from the analyses conducted based on the collected data are outlined below.

Profile of the institutions

The majority of the institutions that visited the Sesi Lab in 2023 and 2024 were public schools from the Federal District (61,9% and 73,3%, respectively), followed by private schools (23,3% and 15% respectively) (Graph 1). To a smaller extent, other institutions also visited the museum, such as tourism agencies (4,5% and 2,7%), schools from the Sesi network (1,0 % and 2,6%) and public higher education institutions (1,6% and 0,7%).

Regarding the level of education and teaching modality of the visiting groups (Graph 2), most were basic education students, with a notable concentration in elementary education - early years (27% in 2023 and 40% in 2024) and elementary education - final years (25% in 2023 and 27% in 2024).

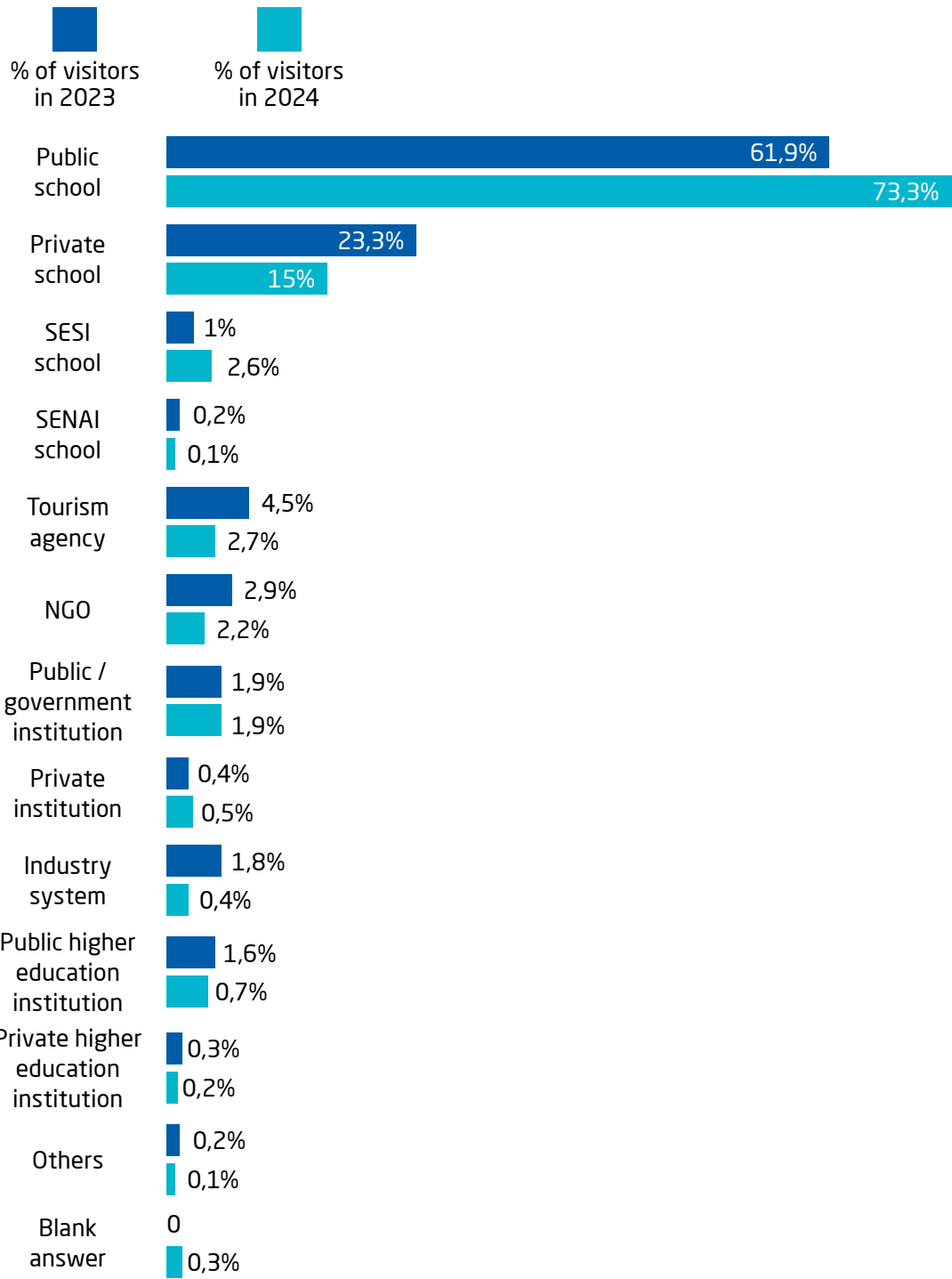
The visiting institutions are in their majority from the Federal District (DF) (89,7% in 2023 and 93,8% in 2024). Of the 35 administrative regions (RAs)⁵ in the Federal District, 32 visited Sesi Lab in groups scheduled during the period of 2023 and 2024.

In 2023, the administrative regions of the Federal District that most carried out scheduled visits to Sesi Lab were Plano Piloto (16,9%), Taguatinga (16,1%), Samambaia (10,2%) and Ceilândia (6,2%). These regions, which are in their majority made up of populations with a high or medium-high income, carried out 49,4% of the scheduled visits, which shows high demand and interest from institutions. On the other hand, regions such as Fercal, Riacho Fundo, Riacho Fundo II and SIA had a small number of visits recorded (0,3% each), suggesting a smaller participation or limited access to these localities which have majoritarily middle-low or low income. Apart from this, some regions did not have visits recorded, such as Arniqueira, Brazlândia and Jardim Botânico, which may indicate the need for specific strategies to engage these areas.

In 2024, there was a change in the profile of the administrative regions that visited Sesi Lab. Ceilândia was the leader in the number of visitors (14,8%), followed by Plano Piloto (10,9%), Paranoá (9,7%), Taguatinga (9,7%), Samambaia (7,9%), Guará (6,2%), Planaltina (5,2%) and Sobradinho (5,1%). A more diverse income profile can be seen, with most visitors coming from regions with medium to low and low incomes.

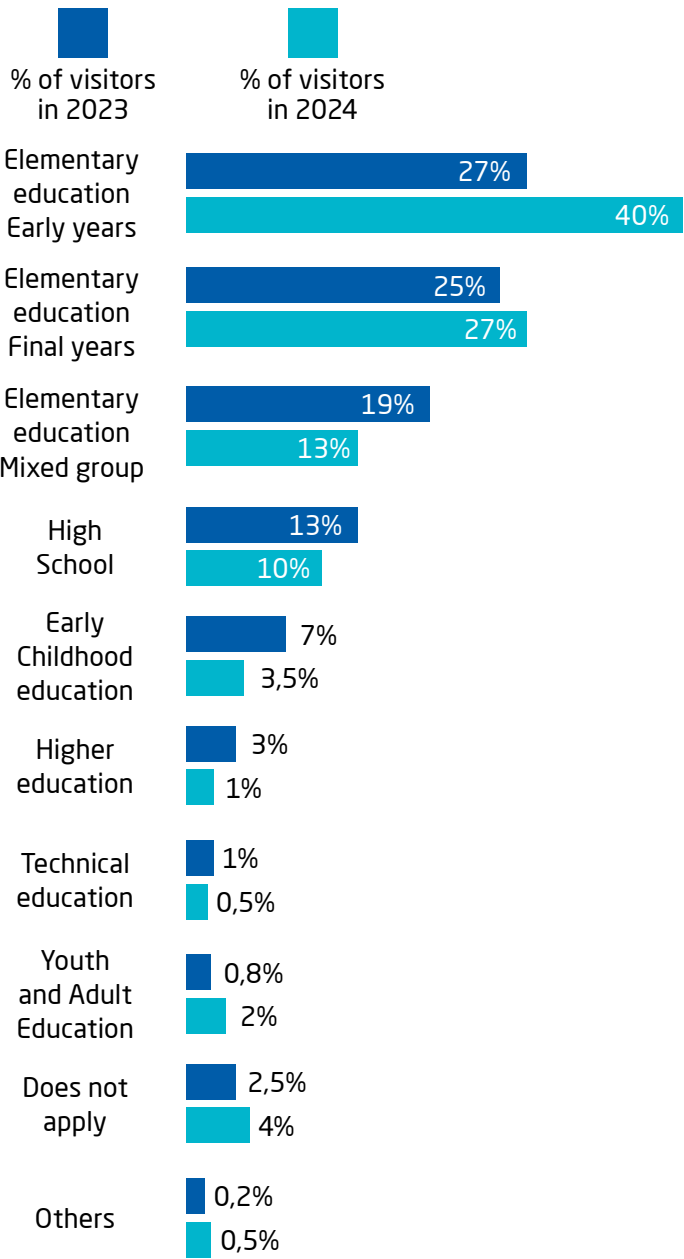
Profile of the institutions that visited SESI Lab in 2023 and 2024

Graph 1



Education level of the institutions that visited SESI Lab in 2023 and 2024

Graph 2



We understand that this change in profile can be associated with an increase in knowledge about the existence of SESI Lab and of its Visits Program amongst school institutions as well as institutions which are not schools in the Federal District. Regions such as the Lago Norte, Riacho Fundo II and Sudoeste/Octogonal continued to account for few visits (0,2% each), while Arniqueira, Candangolândia, Cruzeiro, SIA, Sol Nascente/Pôr do Sol and Vicente Pires had no visits registered. These data indicate areas in which additional promotion and engagement efforts may be necessary to increase the participation of these administrative regions.

Preparation and motivation for the visit

To make the most of the educational visit, it is essential that the educators responsible for the visiting groups engage in prior planning and preparation (Falk; Dierking, 2013; Dewitt; Stempson, 2013; Hein, 1998; Marandino, 2008). To understand whether there was preparation and what reasons lead the groups to schedule the visit to the museum were themes that were investigated during the evaluation process. It was found that, in 2023, 55.3% of the group leaders reported not knowing about SESI Lab before the visit, compared to 51% in 2024. This slight fall in unfamiliarity with the institution is consistent with the data collected in the museum’s profile-opinion survey, which, in its third cycle, shows a progressive increase in the number of people stating that they had visited the museum before (in 2024, 25% of respondents had already visited the museum, a figure that rose to 29.5% in 2025).

Within the context of preparing the educational visit, SESI Lab carries out initiatives geared towards supporting the educational professionals in this planning. This happens within the Teacher Training Program, such as the “Coffee with Teaching Professionals” initiative and the 30-hour courses. When asked about prior participation in these training and planning activities, only 11.1% (2023) and 7% (2024) responded affirmatively.

When it comes to the reasons for the visit, it can be noted that educational objectives - such as “allow the group access to/knowledge about exhibitions and museums”, “promote learning about the themes of the exhibition/museum,” “complement the educational process carried out by the institution which was the origin of the group” - were the most cited objectives during the period. Still with regards to the objectives, the mentioning of “promoting a leisure activity” went from 34,2% of the respondents in 2023 to 28,7% in 2024, which can mean that SESI Lab is being increasingly seen as a space of education, and not only of leisure (Graph 3).

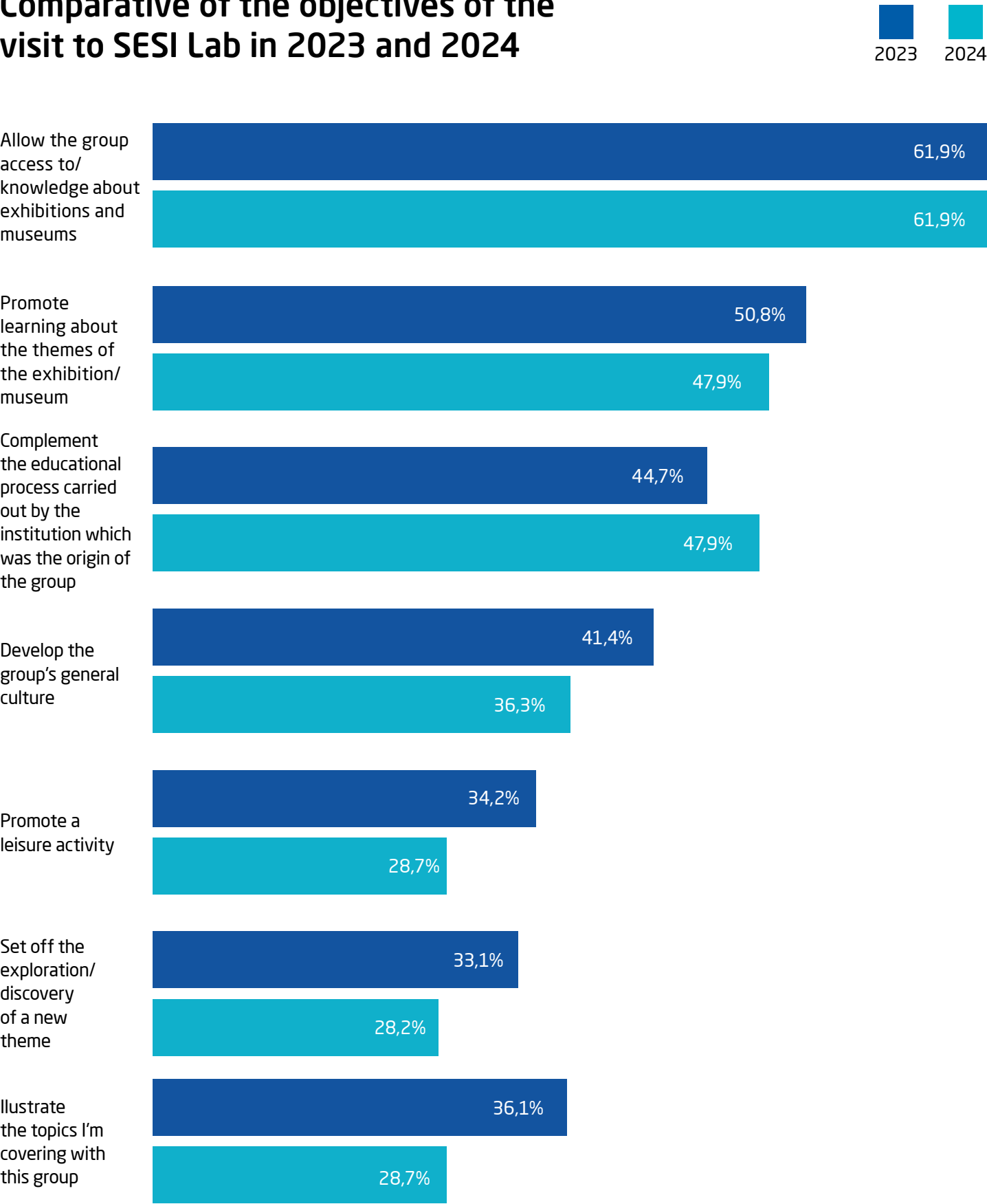
Part of those responsible for the groups declared that they did not carry out any preparation prior to the visit (49,7% in 2023 and 46,7% in 2024). The main reason given for them not having prepared for the visit were “I prefer my group to be surprised by what they will see at SESI Lab and not having prior information” (43,3% and 52,7%), followed by “I didn’t have time to make any preparation” (29,2% and 21,3%).

General satisfaction with the visit

Regarding respondents’ opinions about the experience of visiting the museum, it was described with positive words such as “great,” “enriching,” “interesting,” “motivating,” “excellent,” and “educational.” This is also reflected in the Net Promoter Score (NPS) for visits to SESI Lab in 2024, which was 94%,

Graph 3

Comparative of the objectives of the visit to SESI Lab in 2023 and 2024



⁶ Available at: <https://acervo.sesilab.com.br/>

indicating a high level of satisfaction and loyalty among visitors. This figure suggests that most visitors are satisfied with the experience offered by SESI Lab and are willing to recommend the venue to friends and colleagues. To facilitate understanding of the results, the responses to open-ended questions were grouped into categories, as previously indicated in the methodology section of this text.

With regards to the category “length of visit” the visitors suggestions referred to, in their majority, the desire of the public to have a longer amount of time in the exhibition galleries and workshops, as revealed by the following excerpts: “it would be great if the time were longer so that the activities for the students could be better utilized [...]”, “the visit was productive, but the time for the workshops was a bit short,” and “for evening groups, the time is short.”

Regarding the “relationship with the educational team,” one of the categories that emerged from the analysis of the open-ended responses, it was observed that there is a strong demand among respondents for educational guidance. Even during self-guided visits, in which there is no educational guidance provided by a member of the pedagogical team, this demand appears, as can be seen in the comment: “the guide who starts the process should stay with the group until the end, or make the transition to another guide; we spent some time without a guide.” Another demand pointed out by respondents is the need for a greater number of guides in the galleries: “having a person at each station explaining how to use it and providing all the important information.” Martins (2006), while studying school visits to a natural science museum, found that teachers tend to leave the responsibility for conducting the visit to the institution’s educators, focusing their own role on controlling student behavior. The fact that, in most of the cases studied, it was the teacher’s first time visiting the museum reinforces the argument that it is important to consider the context in which this professional operates when planning the visit.

An important category, that emerged from the respondents answers, was the “number of visitors”, referring to the quantity of people present at SESI LAB exhibition galleries during the visitation of school groups. We identified comments that demonstrate discomfort with regards to the high occupation of the space and the desire for a more personalized service for schools. This feeling appears in comments such as: “schedule less groups per day” and “limit the number of people.” At the same time, and in a contradictory way, the respondents also request the possibility, at the time of scheduling, of the museum “receiving more students to contemplate the entire school” and “open more vacancies for educational visits with workshops”.

In the visitors’ suggestions, demands related to the availability of “support materials” for the educational initiatives to allow for the preparation of the group prior to the visit were also made. This type of demand appeared in the comments as “give a pamphlet with the places we can visit and the ideal length of time to make the most of everything between 2 and 3 hours” and “the production of instructions for prior work with content,” as well as the complementation of visits to SESI Lab with an “e-book of activities to be carried

⁷ For a better understanding of the themes, see: Van-Praët; Poucet, 1992.

out at school”. It is worth highlighting that SESI Lab makes available digital material⁶, suggested paths for guided tours and educational workshops, as well as publications such as a visitor’s map, a catalog of the exhibits from the long-term exhibitions, and the digital exhibition of the temporary gallery, among other materials. Although these materials are available, based on the public’s perception, we understand that it is necessary to devise strategies to publicize access to them, as well as to make them available through other means, for example, in print form, among others.

When it comes to the “infrastructure” offered, the comment on accessibility for small children stands out, involving the need for “[...] a bathroom for small children and smaller furniture”. Other comments, which were not significant enough to constitute distinct categories, include the provision of snacks and a place for meals, as well as providing transport for schools.

In summary, the perceptions of SESI Lab visitors in the applied survey suggest possible paths for adjustments in various aspects of the visiting experience. There is a demand for more time in the galleries and workshops, as well as for more guides to provide continuous support. Suggestions such as limiting the number of visitors and separating groups by age aim to improve the quality of the visit. Supplementary support materials for planning visits, seen by visitors as desirable, are available in the institution’s digital archives, but require greater publicity and the development of strategies to ensure they are effectively used by teachers. Comments on infrastructure, such as accessibility for young children and the provision of snacks and transportation, indicate areas for improvement. These suggestions are valuable for guiding future actions and ensuring an enriching and satisfying experience for all visitors.

Final considerations

The main findings of the evaluations are used to identify points which can be improved in the Educational Visits Program. Much of the results presented appear in other surveys on the theme, showing that, historically, museum educational programs, despite being well established in the field of museum education, have specificities and limits that stem from the institutional context, capacity to receive visitors, staff size, and possibilities for funding activities. In light of the understanding that the educational praxis of museums has its own characteristics and identities (time, object, and space, as well as the reconstruction of specific forms of communication⁷), research that investigates how museums have been building their relationships with other social institutions, such as schools, becomes particularly important.

Significant changes, such as the introduction of new activities or a change in pedagogical approaches, can be implemented based on the results obtained. This guarantees that SESI Lab will continue to offer enriching and relevant experiences to its visitors.

The implementation of satisfaction surveys with participants in these activities has constituted a fundamental instrument for the continuous improvement of the work carried out. These surveys have made it possible to identify the participants’ profile,

References

understand public perceptions, identify strengths and areas for improvement, and gather suggestions. The data collected have justified adjustments to the format, content, and methodology of the activities, with the aim of meeting the needs and expectations of the public in alignment with the mission of SESI Lab.

ALMEIDA, C.; COSTA, M.F. STEAM em museus de ciência: Integração entre arte e ciência para a educação não formal. *Revista Brasileira de Ensino de Ciência e Tecnologia*, v. 13, n. 2, p. 1-18, 2020.

BEVAN, B.; PETRICH, M.; WILKINSON, K. Tinkering is serious play: How STEM and arts integration engage learners in museums. *Journal of Museum Education*, v. 40, n. 3, p. 238-48, 2015.

BRASIL. Ministério da Educação. *Base Nacional Comum Curricular (BNCC)*. Ensino Médio. Brasília: MEC, 2018.

DEWITT, J.; STEMPSON, P. The Educational Value of Informal Learning Environments: A Zoological Park Case Study. *International Journal of Science Education*, v. 35, n. 2, p. 285-306, 2013.

FALK, J.H.; DIERKING, L.D. *The Museum Experience* (1st ed.). Routledge, 2011. Available at: <https://doi.org/10.4324/9781315417899>.

FALK, J.H.; DIERKING, L. D. *The Museum Experience Revisited*. Walnut Creek: Left Coast Press, 2013.

HEIN, G.E. *Learning in the Museum*. London: Routledge, 1998.

MARANDINO, M. A abordagem das relações entre ciência, tecnologia, sociedade e ambiente e dos temas controversos na educação museal. In: SESI - Serviço Social da Indústria, Departamento Nacional. *Educação em diálogo no SESI Lab*. Brasília: SESI/DN, 2023, p. 63-8.

MARANDINO, M. (Org.). *Educação em museus: mediação em foco*. São Paulo: GEENF/FEUSP, 2008.

MARTINS, L.C. A relação museu/escola: teoria e prática educacionais nas visitas escolares ao Museu de Zoologia da USP. 2006. Dissertation (Masters) - Faculdade de Educação, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2006.

SANTOS, L.M.; GONÇALVES, T.V. A metodologia STEAM em espaços não formais de aprendizagem: Um estudo em museus interativos. *Educação em Revista*, v. 35, e215678, 2019.

VOSNIADOU, S.; IOANNOU, M. The role of STEAM in science museums for 21st century learning: Evidence from the field. *Journal of Research in STEM Education*, v. 6, n. 1, p. 45-60, 2020.

Local Communities Dialogue Program: An Approximation between SESI Lab and the Youth from the Federal District

Clara Azevedo and Julio Talhari¹

¹ Clara Azevedo is a managing partner of Tomara! Education and Culture, and works with research, evaluations, and planning activities with institutes, museums, foundations, and the public sector. A Social Scientist with a Master degree in Social Anthropology (USP-SP), she is a member of the Advisory Board of the Football Museum and the Museum of the Portuguese Language.

Julio Talhari holds a PhD in Social Anthropology from the University of São Paulo (USP). His area of interest is urban cultural practices, with an emphasis on the multiple relationships between museums and cities.

Apart from the authors, the research was also carried out by a team made up of Aline Branco, Erick Roza, Júlia Yoshino and Miguel dos Santos Filho, and it also benefited from support offered by Tomara! Educação e Cultura.

The Local Communities Dialogue program [programa Diálogos com os Territórios] aims to create mechanisms to include, welcome, and engage non-hegemonic audiences, composed of historically marginalized populations, mainly focusing on residents of the peripheral areas of the Federal District, as well as individuals in situations of social vulnerability, Black people, Indigenous peoples, Quilombola communities, women, immigrants, people with disabilities, and members of the LGBTQIA+ community, among others.

The research presented here, which consists of the mapping and exploratory listening of youth and organizations, was conceived as a means to inform and support the Local Communities Dialogue program. It was conducted by a group of researchers under the leadership of Tomara! Educação e Cultura, between September and November 2023, shortly before the program's actual implementation. The aim was to identify, among grassroots preparatory courses, collectives, and various institutions, potential partners for future actions targeting the youth segment, particularly those from the peripheries of the Federal District. It was also necessary to make direct contact with the demands and worldviews of these young people through an initial individualized listening process. For this study, in addition to focusing on the aforementioned social segments, an age-based segmentation was adopted, defining the target audience as young people aged between 15 and 29.

The research was based on two strategies:

1) mapping of institutions, organizations and collectives in the Federal District that attended or had the youth as protagonists, especially those in situations of greater social vulnerability, both in schooling age (high school students) as well as those that were already past the high school moment (currently enrolled in higher education, not enrolled, or having dropped out of high school);

2) a pilot and exploratory listening process to capture the demands and perceptions of these young people through an online questionnaire.

Methodology

For the mapping, in a first moment, 42 organizations were identified, including initiatives and collectives, with potential to become partners, with part of them having been indicated based on interests and/or due to having previously made contact with the SESI Lab. Initially, the maximum possible amount of information was gathered on each organization in social networks and websites. This information was systematized in a spreadsheet with multiple fields, and based on this, an initial screening was carried out to select a subset of organizations for further analysis, under the category “Has significant potential for coordination and outreach.” The following criteria were used:

- activity on social networks;
- the organization’s capacity to disseminate its work through its own communication channels (website and social media);
- its protagonism in youth engagement and/or the direct benefit it offers to young people;
- the availability of complete contact information and the level of consolidation of its activities (length of operation, strength of partnerships, availability of relevant publications, etc.).

Based on these criteria, we were able to make a list of organizations indicated for further research. The final selection of organizations was made in agreement with the SESI Lab and the wider database was shared for future completion and expansion by the museum’s team. After defining the organizations, they were contacted for a brief interview, guided by a structured plan.

The questionnaire was applied via an online form, between the 11th of October and the 1st of November 2023. The questionnaire, which consisted predominantly of closed-ended questions, was divided into three sections:

- “Who are you?”, aimed to outline the socio-demographic profile of the young respondents, with questions regarding age, place of residence, educational background, income, race/ethnicity, and gender;
- “Use of free time”, in order to obtain data about the respondents cultural habits, with questions about their preferences in terms of cultural activities, places visited and interest in the areas of art, science and technology;
- “SESI Lab”, with the aim of assessing the respondents’ relationship with this cultural institution.

Initially, the questionnaire was disseminated through the SESI Lab’s Instagram page. Subsequently, it was shared via email with SESI Lab contacts and the institutions included in the mapping process.

It is worth noting that the initial dissemination of the questionnaire did not generate the expected level of engagement. Moreover, daily monitoring (via an online dashboard) revealed a predominance of respondents from the Plano Piloto area and of white

²In this research a previous sample was not established – the research was published on the museum’s digital channels and by partners and the results were worked on based on the universe of respondents who voluntarily adhered to the research and fit into the pre-established profile.

individuals, that is, with a profile different from the one originally intended. This scenario led to an extension of the time the questionnaire remained available and to the adoption of strategies aimed at reaching the priority target audience. The support of the Central Única de Favelas (CUFA-DF), as from the 29th October, proved essential, as community leaders became actively involved in promoting the questionnaire. As a result, in addition to a significant increase in the number of respondents, there was also a notable shift in respondent profile, even considering the short remaining response window (until the 1st of November). From that point on, responses were predominantly from Black individuals and from regions surrounding the Plano Piloto (with particular emphasis on Planaltina).

A total of 305 answers were received, of which 261 were validated for being within the established parameters: respondents aged between 15 and 29 years of age and resident in the Federal District (39 were out of the focused age group and five were not from the Federal District)². The questionnaire would end when the respondent chose an alternative that excluded him from the focused target group.

The construction of the instrument and, later, the analysis of the results was made based on a reference matrix set up for the research, with the main focus, guiding questions, indicators, sources and methods.

Mapping of institutions, organizations and collectives in the Federal District

From the original mapping with 42 organizations, 15 organizations were selected considering, as well as the previously mentioned criteria, diversity and (as much as possible) spatial equitability in distribution.

In line with the objectives and interests of the SESI Lab within the scope of the Local Communities Dialogue program, the mapping aimed to identify organizations that, although located in the Plano Piloto area, carried out activities with and for young people from peripheral regions (such as grassroots preparatory courses, rap battles, poetry battles, social assistance institutions, etc.).

Furthermore, thematic diversity was taken into account, encompassing initiatives in various artistic expressions, science and technology, and political-social agendas (such as the promotion of women’s economic empowerment, the participation of women and girls in different social spheres, and the advancement of racial equality and equity). This thematic diversity is reflected in the wide range of fields in which the identified organizations operate.

Based on this survey, the SESI Lab team selected ten organizations to take part in further research and suggested another organization which, ideally, should be a part of the research, CUFA-DF, located in Taguatinga.

Map

SESI Lab Territories



- | | | |
|-----------------------------------|---|--------------------------------------|
| 1 SESI Lab | 5 Ocupação Cultural Mercado Sul Vive (Taguatinga) | 9 Galt Vestibulares (Plano Piloto) |
| 2 Jovem de Expressão (Ceilândia) | 6 Instituto Proeza (Recanto das Emas) | 10 Vestibular Cidadão (Plano Piloto) |
| 3 Coletivo da Cidade (Estrutural) | 7 Rede Emancipa (Ceilândia) | 11 Meninas Velozes (Plano Piloto) |
| 4 Casa Akotirene (Ceilândia) | 8 CUFA DF (Plano Piloto) | 12 Instituto Afrolatinas (Varjão) |

Source: Developed by Tomara! Educação e Cultura, 2024.

³ The research described here was carried out and analyzed in 2023, prior to the publication of the last edition of the survey Cultura nas Capitais (JLeiva Cultura & Esporte, 2025), but it is worth pointing out some findings of this survey related to Brasília, which can highlight and complement the data presented in this topic. The findings highlight the following: the museum-visiting public has potential for growth; the festa junina is considered the most important cultural event in the region (surpassing Carnival); sertanejo is the most popular music genre; and activities related to music, audiovisual production, and handicrafts were the most frequently mentioned among those who engage in some form of cultural practice. For more details on the aforementioned study, see: <<https://culturanascapitais.com.br>>. Accessed on 23 April 2025.

⁴ The complete result of the questionnaire can be seen here: <<https://lookerstudio.google.com/reporting/363f8060-a60e-4b94-80f6-5a375f3bdcb8/page/Ha3fD>>.

In this manner, we continued with 11 organizations for the in-depth stage. For this purpose, pre-scripted virtual interviews were conducted with their representatives. The selected organizations are briefly described in the table below, providing an overview of their profiles and areas of activity. In addition to gaining a deeper understanding of their work, the conversations also allowed for the gathering of suggestions and expectations regarding potential partnerships and interactions with the museum.

In summary, the main general activities suggested included: visits by SESI Lab to the institutions; distributing ticket quotas to beneficiaries; enabling youth protagonism within SESI Lab spaces and in planning activities; providing transportation and meals for visits to SESI Lab; directly supporting projects developed by the institutions; and organizing activities related to culture, science, technology, and careers at SESI Lab for young people.

Profile and perceptions of science and technology of youth from the Federal District aged between 15 and 29

In order to get to know the youth of the Federal District, an online questionnaire was administered targeting individuals aged 15 to 29. Although exploratory in nature, the objective was to outline the profile of young people living in vulnerable situations, rather than of all youth in general. Therefore, as far as possible, efforts were made to reach this specific audience (such as through the support of collectives working with youth from administrative regions) so that the questionnaire would be answered by people living outside the Plano Piloto. As previously mentioned, the questionnaire was structured into three sections: “Who are you?”; “Use of free time”; and “SESI Lab.” However, for analytical and presentation purposes, the data were organized into the following categories: “Sociodemographic profile”; “Use of free time”; “Interest in art, science, technology, and museums”; and “Relationships with SESI Lab and the Plano Piloto”³. What follows is a presentation of the main data collected⁴.

Sociodemographic profile

The majority of the respondents is composed of black individuals, cisgender women, and heterosexuals. More specifically, 59% identified as black (with 39% identifying as brown and 20% as black), while 38% identified as white; 68% were cisgender women and 27% were men (both cis and trans); additionally, 62% of participants identified as heterosexual.

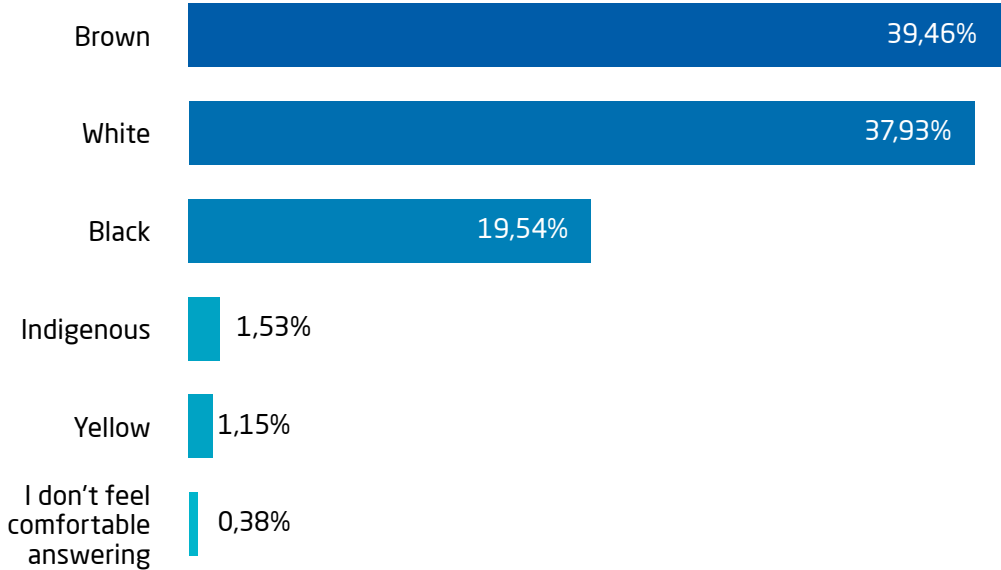
The age distribution among respondents aged 15 to 29 was fairly balanced, with minor variations. Notably, specific age groups stood out: those between 24 and 26 years old (with 23%), and those between 27 and 29 years old (comprised 24%), together representing 47% of the respondents. Youth aged 15 to 23 made up 53% of the study participants.

Organizations selected via mapping		
Organization	Location	General View
Jovem de Expressão	Ceilândia (South Exit)	Founded in 2007, the organization is present in Ceilândia, where its work is focused.
Coletivo da Cidade	Estrutural (South Exit)	Founded in 2011, the collective is located in Estrutural and serves the local community.
Casa Akotirene	Ceilândia (South Exit)	Founded in 2019, identifies as an urban quilombo which has the objective of promoting art, culture and better conditions of social insertion for black people.
Mercado Sul Vive	Taguatinga (South Exit)	Constituted in 2015, it is the cultural occupation of an old commercial center in Taguatinga. It is a space for community engagement and urban memory that brings together initiatives related to art, culture, and entrepreneurship.
Instituto Proeza	Recanto das Emas (South Exit)	Has been working since 2004 in the fight against poverty and social inequalities through actions and strategies that promote the strengthening of internal links with the community.
Rede Emancipa DF	Ceilândia (South Exit)	Founded in 2007, it is a grassroots course that fights for the democratization of access to university education and for good quality education, which is critical and free.
Cufa-DF	Distributed throughout all the Federal District	Founded in 2010 (in the Federal District), promotes initiatives in the fields of culture, sports, and social assistance.
Galt Vestibulares	Plano Piloto	Created in 2015, it is a preparatory course for university formed by volunteers with the aim of being a space of impact and empowerment for low-income youth on their path to higher education.
Meninas Velozes	Plano Piloto	Project created in 2013 stemming from the initiative of teachers from the course of Mechanical Engineering of the School of Technology of the University of Brasília (UnB) to increase the interest of girls in the subject.
Vestibular Cidadão	Plano Piloto	Began in 2003 stemming from the interest of students at UnB in expanding the access of youth with low-income to university.
Instituto Afrolatinas	Varjão (North Exit)	Established in 2011, it has since been committed to advancing initiatives focused on the empowerment and the personal and community development of Black women.

Ethnic-racial composition

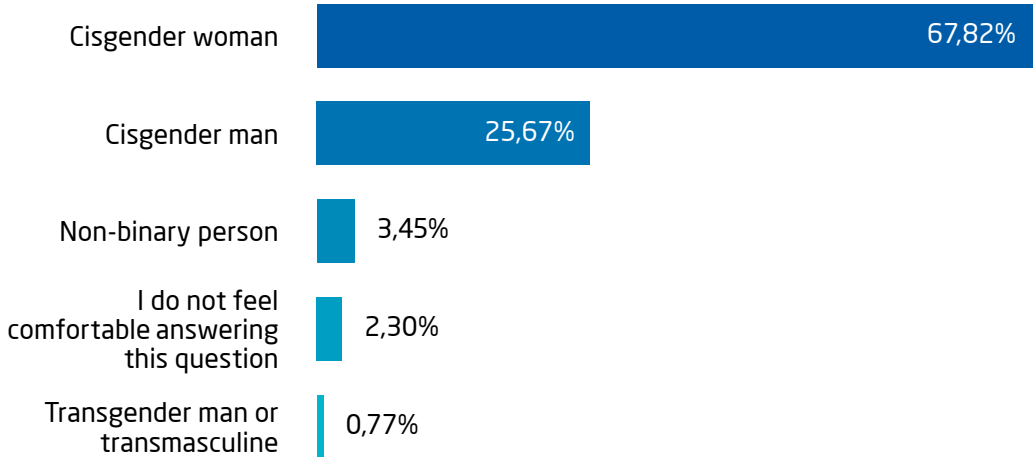
What color or race best identifies you:

All the graphs in this text have the following source: Tomara! Educação e Cultura, 2023.



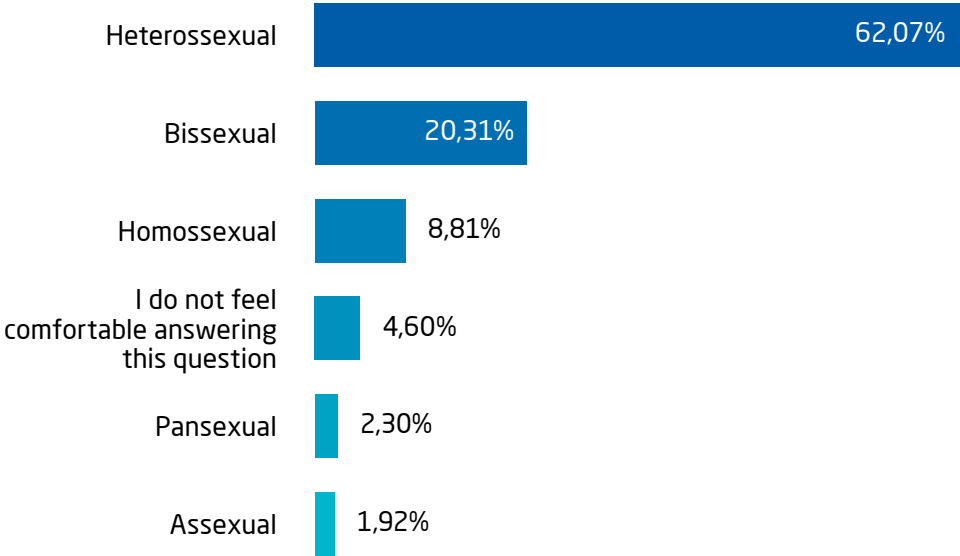
Gender

How do you recognize yourself in terms of gender?



Sexual orientation

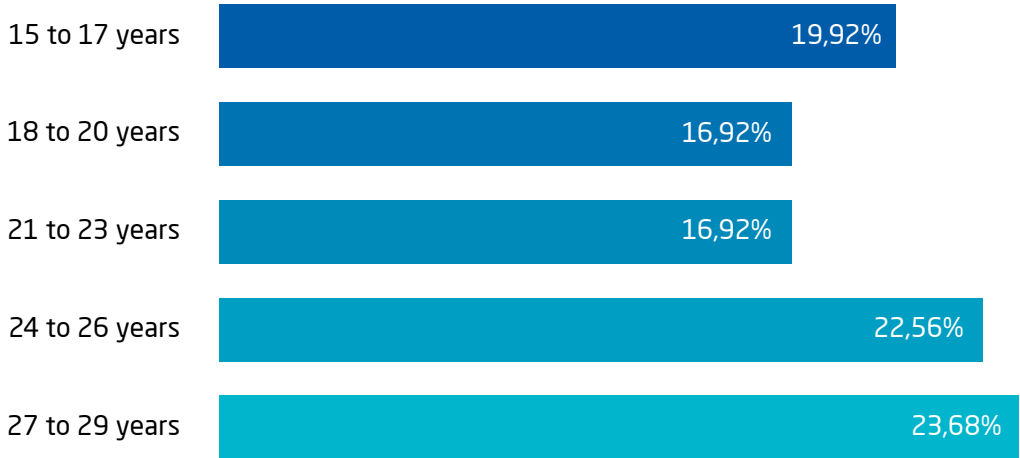
In terms of sexual orientation, how do you identify?



The age distribution among respondents aged 15 to 29 was fairly balanced, with minor variations. Notably, specific age groups stood out: those between 24 and 26 years old (with 23%), and those between 27 and 29 years old (comprised 24%), together representing 47% of the respondents. Youth aged 15 to 23 made up 53% of the study participants.

Age groups

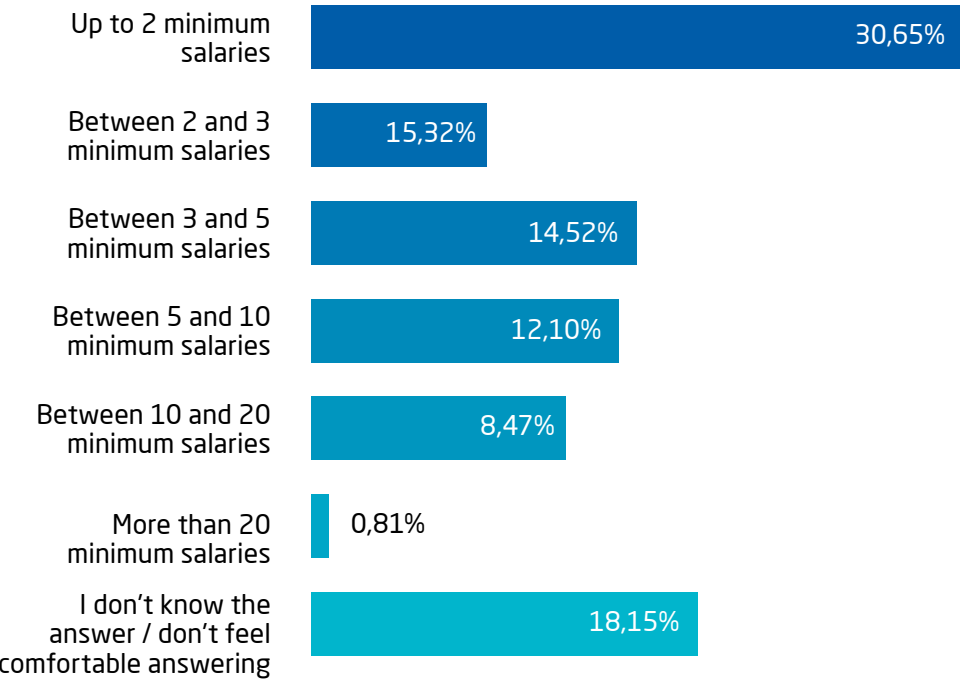
What is your age?



When it comes to income, the majority of respondents (61%) lived in households that received up to five minimum salaries per month. It is worth pointing out that 18% of the youth did not know or did not feel comfortable answering this question.

Family income

What is your family's total monthly income?

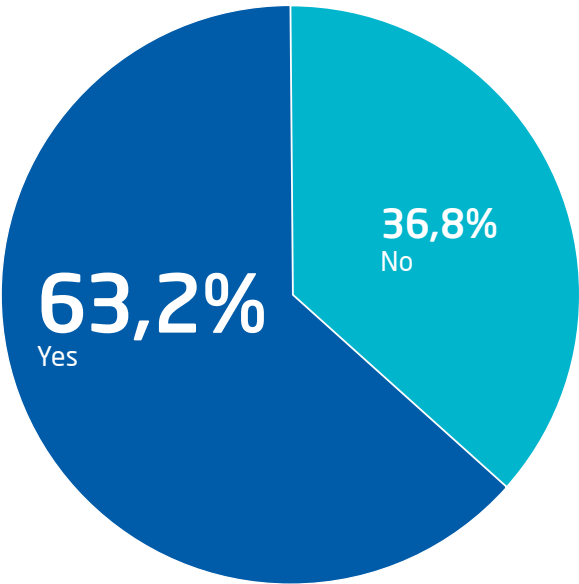


The majority of respondents declared that they did not live in the Plano Piloto. The majority, that is, 59%, lived in the South Exit, with Ceilândia being the home to 9% of the youngsters. North Exit was given as the region where 32% of respondents lived, with Planaltina being responsible for 15%. Only 9% of the youth declared to live in the Plano Piloto. It is worth pointing out that 82% of respondents from the Plano Piloto declared they were white, whilst 94% of respondents from Estrutural and 61% from Planaltina identified as negros (brown or black).

The majority of the youth that answered the survey, studied (63%) and a significant part was in the labour market (68%), with 48% being effectively employed and 20% were looking for a job. For the age group between 18 and 29 years old – that is, excluding those aged 15 to 17, who are expected to be in high school – the proportion of individuals enrolled in formal education dropped significantly (to 54%), while the rate of those in the labor market increased (to 74%).

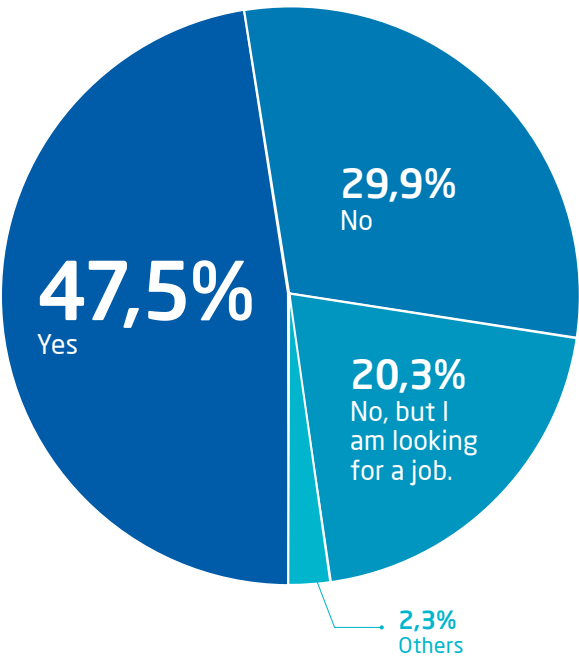
Situation regarding studies

Are you currently studying?



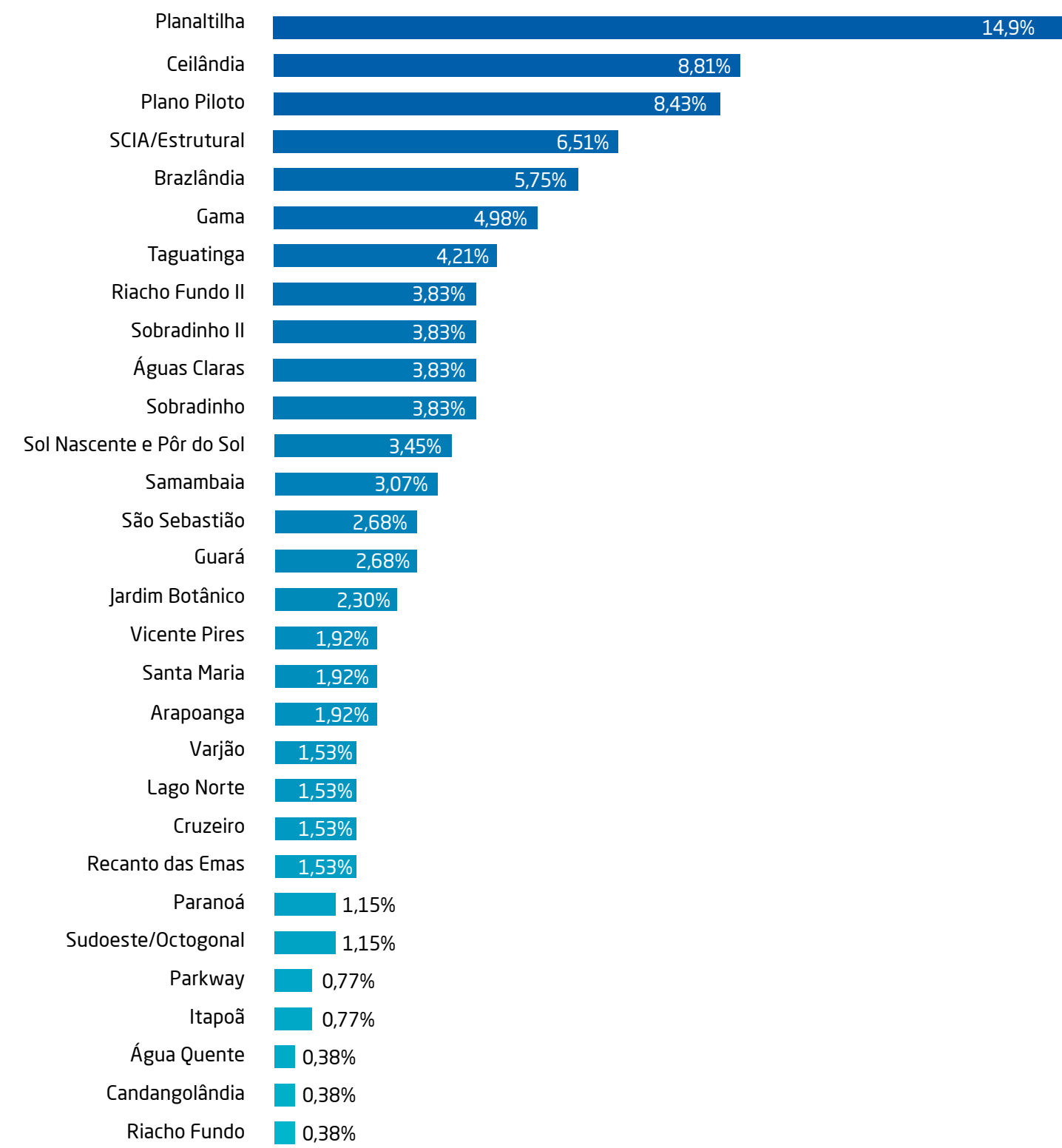
Situation regarding work

Are you currently working?



Place of residence

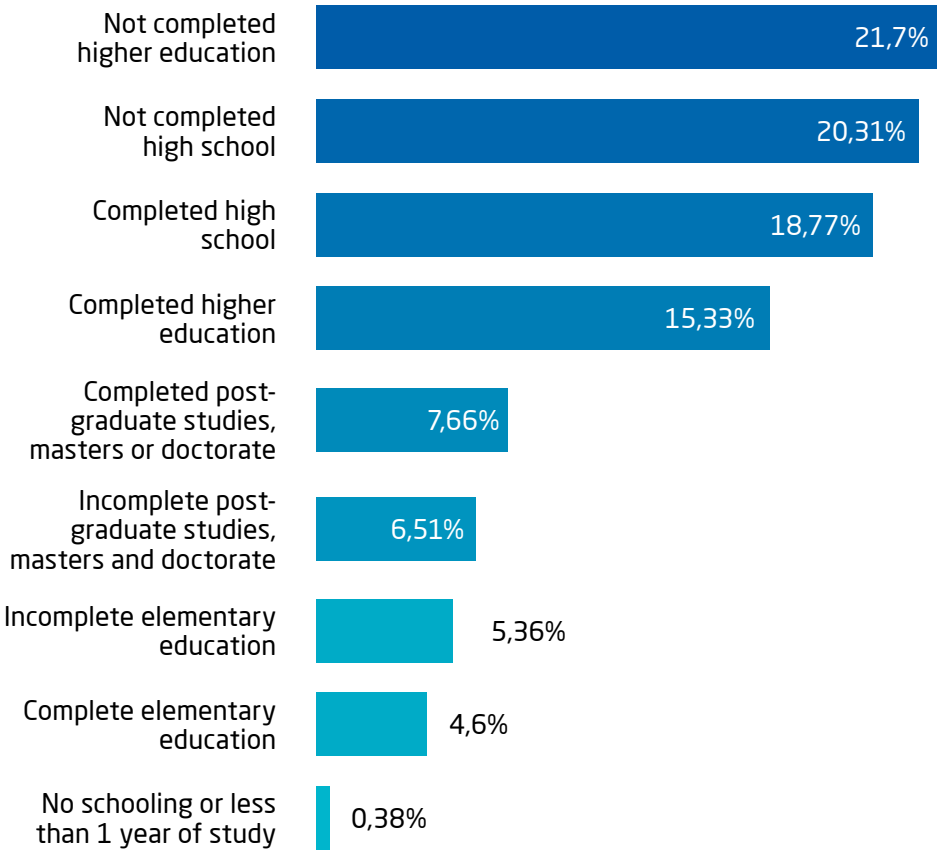
Where do you live?



The level of education was relatively well distributed. In this regard, 21% had completed higher education; 20% had not completed high school; and 19% had completed high school. When focusing specifically on respondents aged 24 to 29, the proportion of those who had completed higher education increased from 15% to 30%.

Education

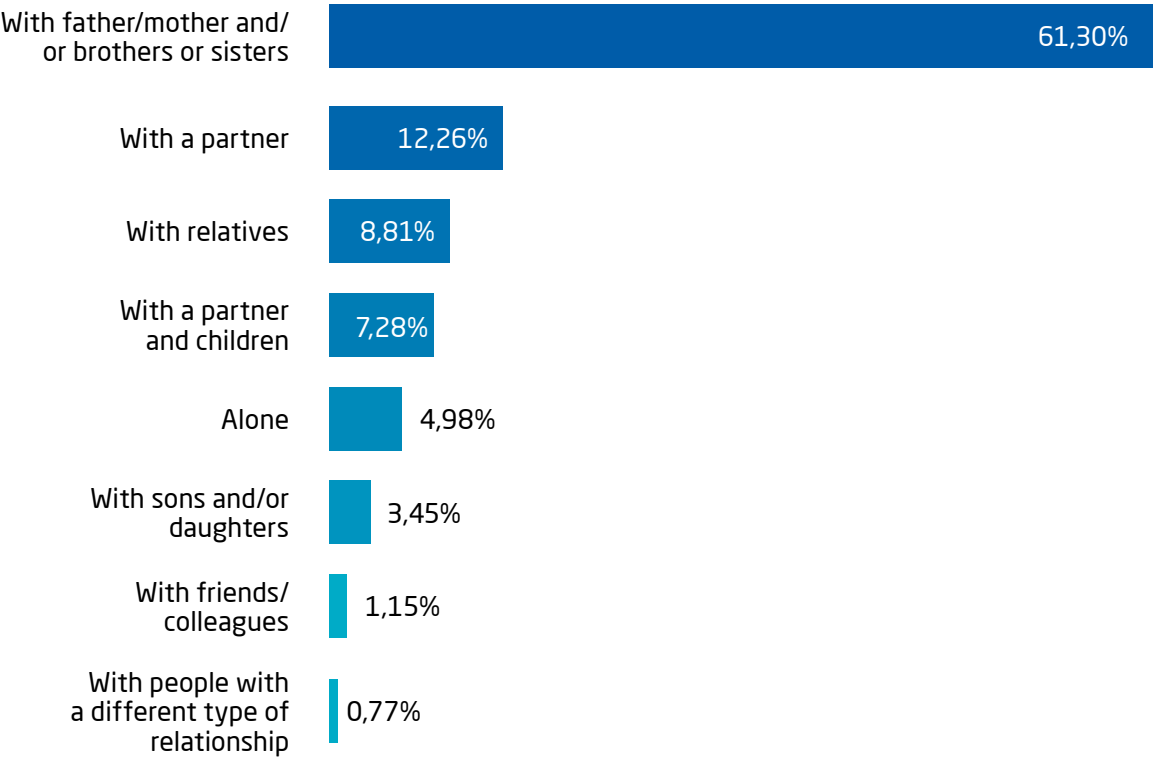
What is your level of education?



The youth, in their majority, live with other people. Only 5% live alone, although this rate increased when looking at the group aged between 27 and 29 years. The majority, that is 61%, lived with their guardians and brothers and sisters, with 73% living in households with between two and four people (apart from the respondent).

Ways of living

Who do you live with?

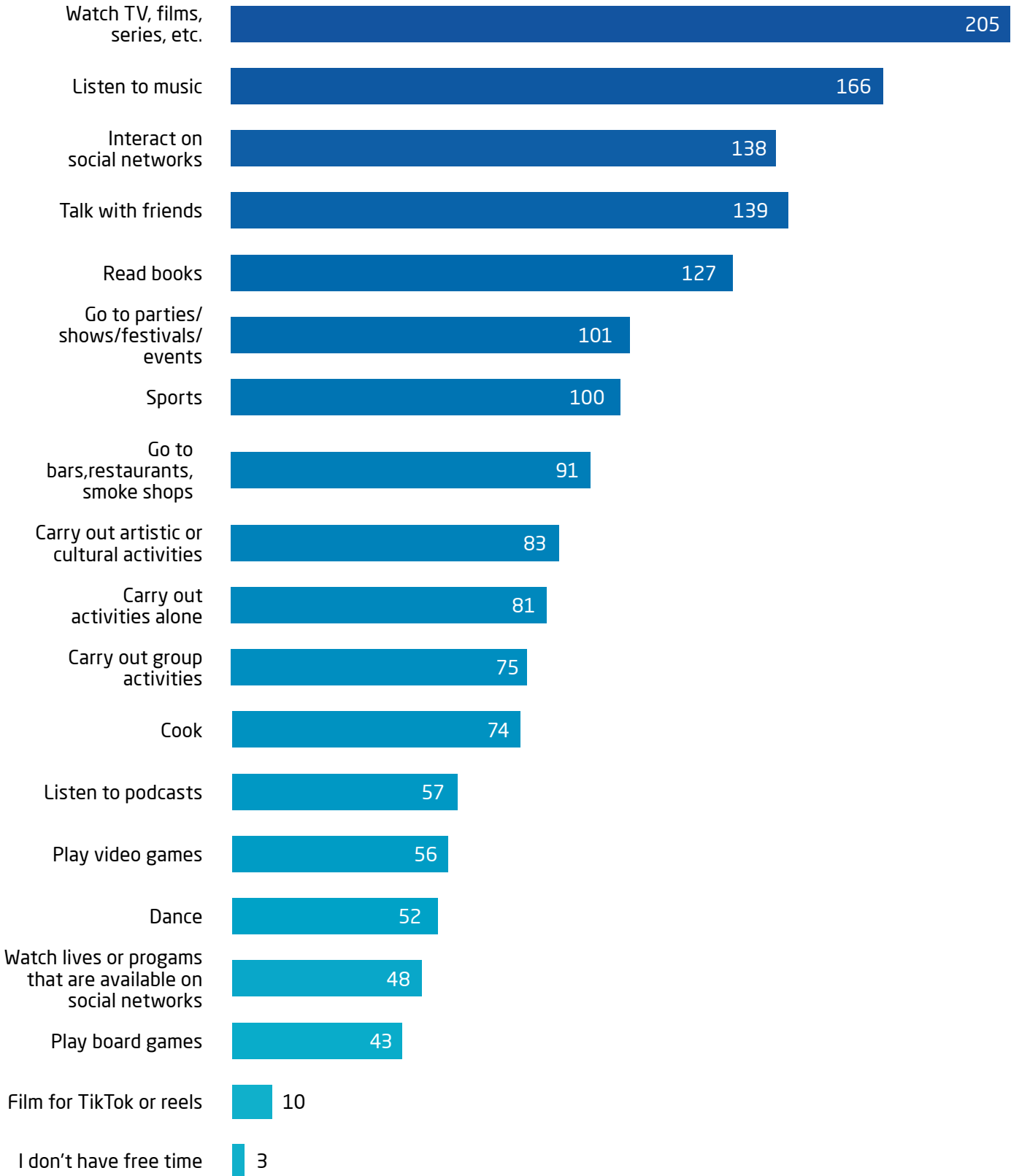


Use of free time

In their free time the respondents preferred activities were “Watching TV, films, series etc.”, “Listening to music”, “Interacting on social networks” and “Teaching with friends”. Also with relation to media, the least preferred activities were “Watching lives and programs available on social networks”, “Playing board games” and “Filming for TikTok or Reels”. There was a small variation with regards to race/ethnicity: for whites, “Reading books” appeared with a slight advantage over “Interacting on social networks” and “Talking with friends”.

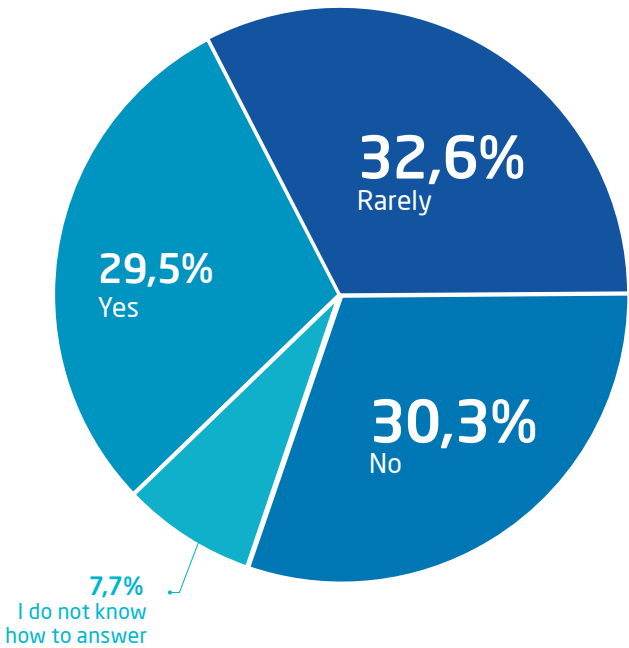
Visiting places or carrying out cultural activities (theater, artistic occupations, cultural centers, performances, slams, poetry gatherings, etc.), or scientific/technological activities (such as hackathons) was relatively balanced but showed variation across certain variables. Overall, 33% reported rarely attending any other cultural space or activity, 30% reported attending such spaces/activities with some regularity, and 30% stated they did not attend these places at all.

Activities carried out during free time
What do you like to do during your free time?



Places attended during free time

Do you attend any other cultural place or activity?



On crossing data regarding gender and race/ethnicity, black men showed that they were more excluded from cultural spaces/activities, with black women coming next. The data reveals that:

- Black women: 37% did not attend; 30% rarely attended; 23% regularly attended (10% did not know how to answer).
- White women: 16% did not attend; 43% rarely attended; 41% regularly attended (16% did not know how to answer).
- Black men: 52% did not attend; 21% rarely attended; 21% regularly attended (5% did not know how to answer).
- White men: 4% did not attend; 37% rarely attended; 37% regularly attended (22% did not know how to answer).

In an open-ended question, it was possible to indicate an example of a place or activity which the person attended. The Centro Cultural Banco do Brasil was the most mentioned, followed by public spaces (parks and squares), museums, theaters, shows, cultural centers and the SESI Lab, amongst others.

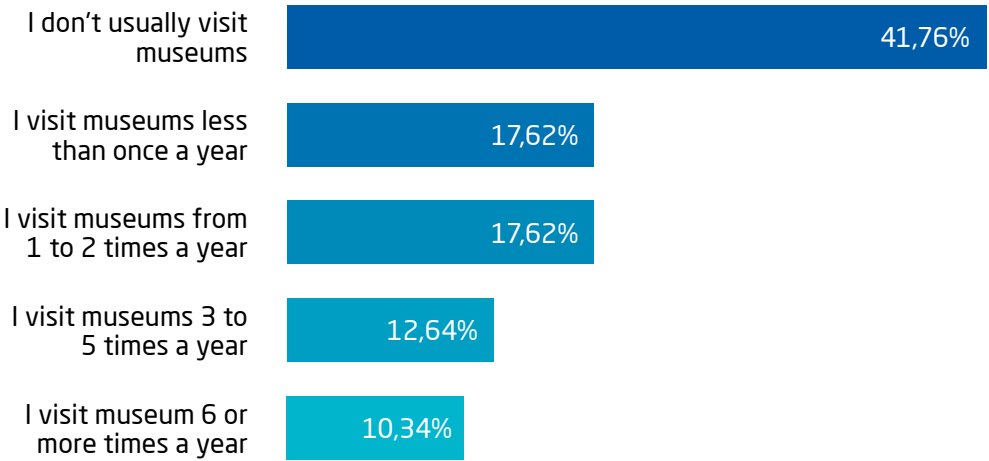
Respondents were also asked, in an open-ended question, which types of spaces and activities they would like to attend. Most stated the theater or shows, with less mentioning sporting places/activities, museums, orchestras/musical events, science places/events, technology/games, amongst others.

Interest in Art, Science, Technology and Museums

Most respondents did not visit museums regularly. More specifically, 42% of the youth reported not visiting museums at all, and 18% visited museums less than once a year.

Interest in museums

What is your relationship with museums?

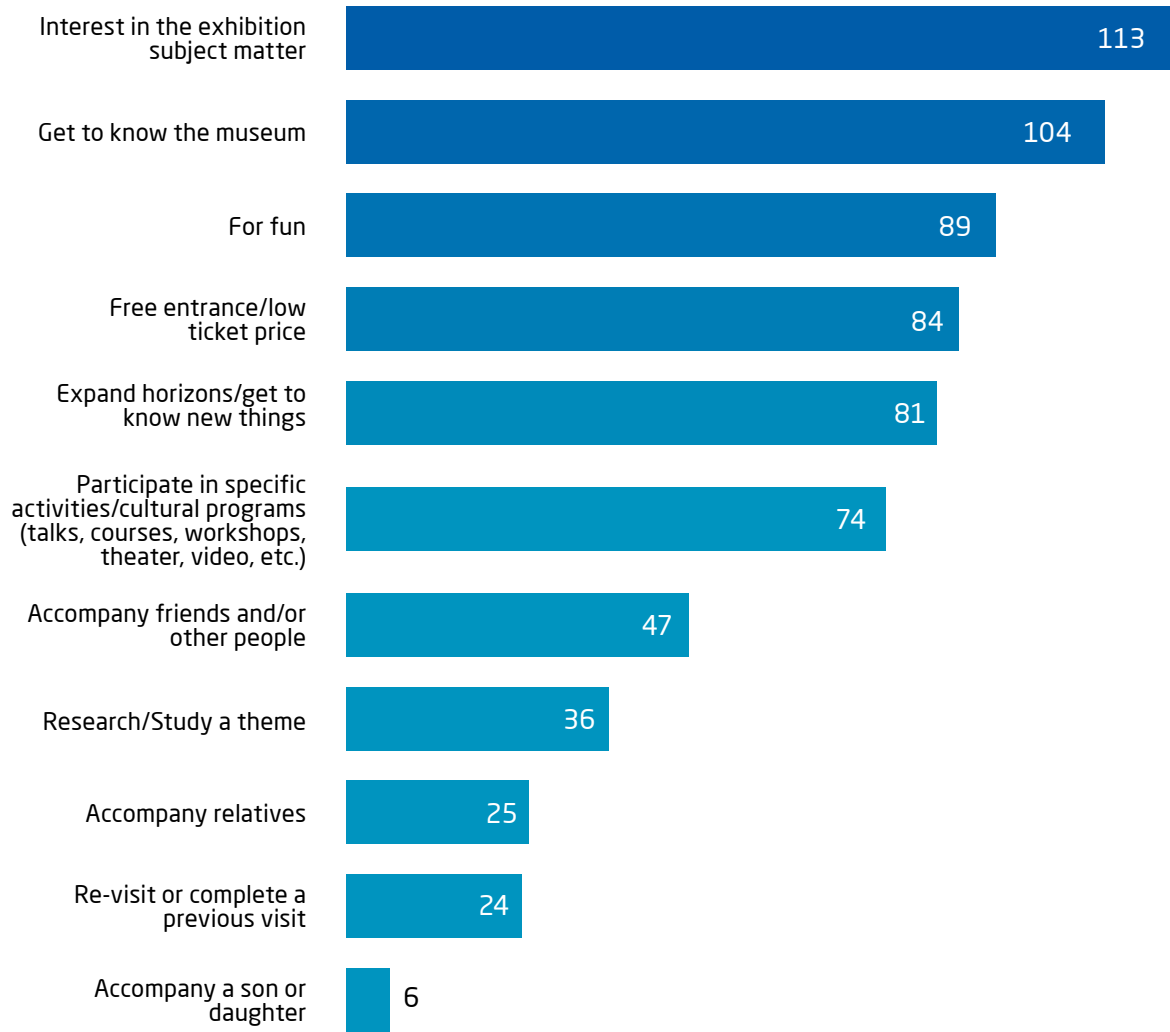


However, when looking at the ethnical-racial factor, significant differences became evident once again. Only 21% of young white people did not usually visit museums, with the same proportion of respondents with the same profile visiting museums six, or more times a year, whereas 24% of young white people would visit museums three to five times a year. However, 55% of Black youth reported not visiting museums, and 19% visited less than once a year. These data reveal not only that museums are among the least visited cultural spaces, but also that patterns of attendance are directly influenced by factors such as identity and social belonging, including place of residence: 100% of participants living in the Plano Piloto, for example, reported attending museums.

The main reason cited by young people for visiting museums was an interest in the subject matter of the exhibitions. Curiosity about the museum itself and the desire to have fun were also mentioned, often alongside a strong preference for the option "Free admission/low ticket price."

Motivation to visit museums

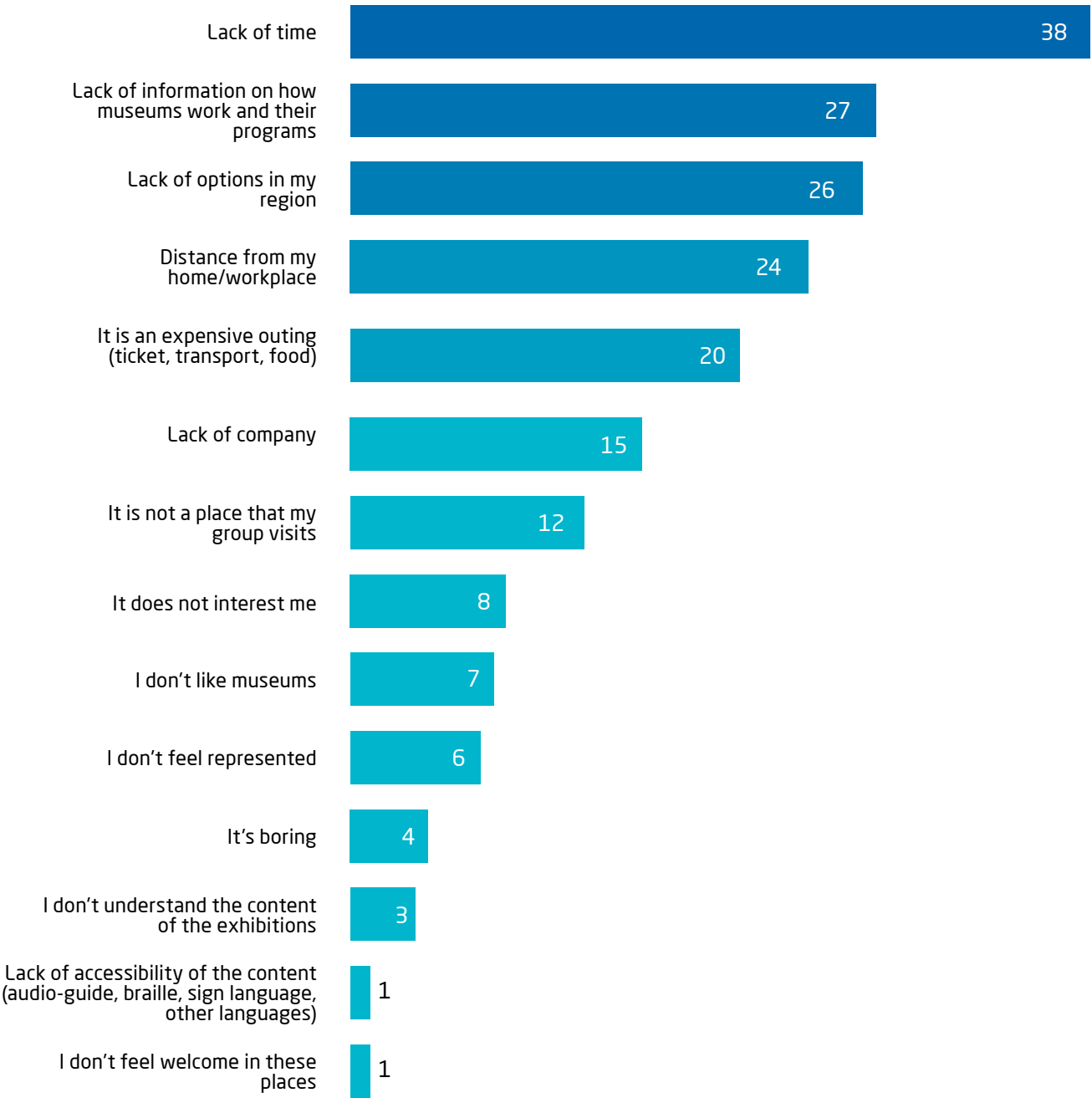
Main motivations to visit museums



The primary reason given for not visiting museums was a lack of time. However, other relevant factors also stand out, such as a lack of knowledge or information about museums, limited awareness of how museums operate and what programs they offer, a shortage of options in the respondent’s area of residence, and the distance from home/ workplace, among others.

Reasons for not visiting museums

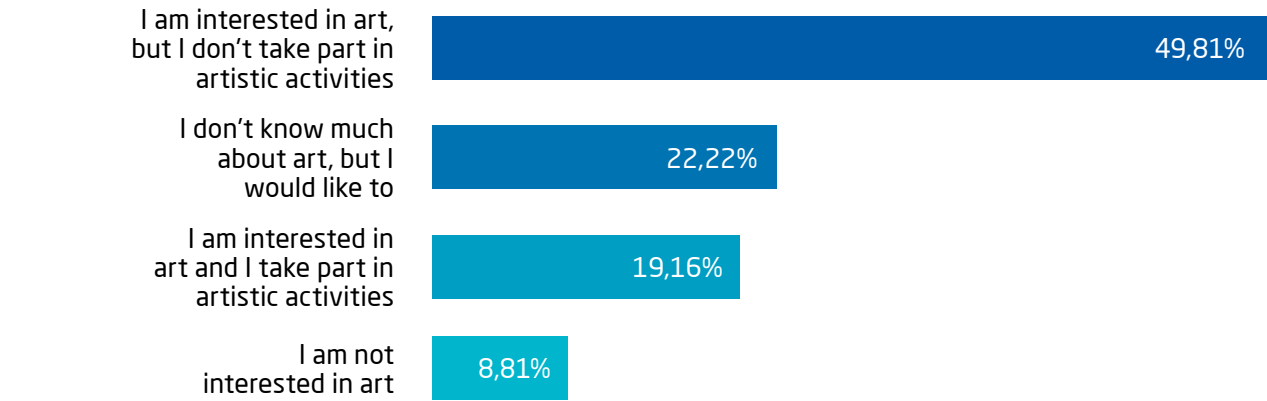
Why do you not usually visit museums?



In the question about their relationship with art, half the respondents showed interest in art, but stated that they did not participate in artistic activities. Around 22% declared not knowing much about art, but that they would like to; while 19% stated they were interested in art and took part in artistic activities. Only 9% answered that they were not interested in art. No one from the Plano Piloto stated that they were not interested in art. Other variables did not have a significant impact on this question.

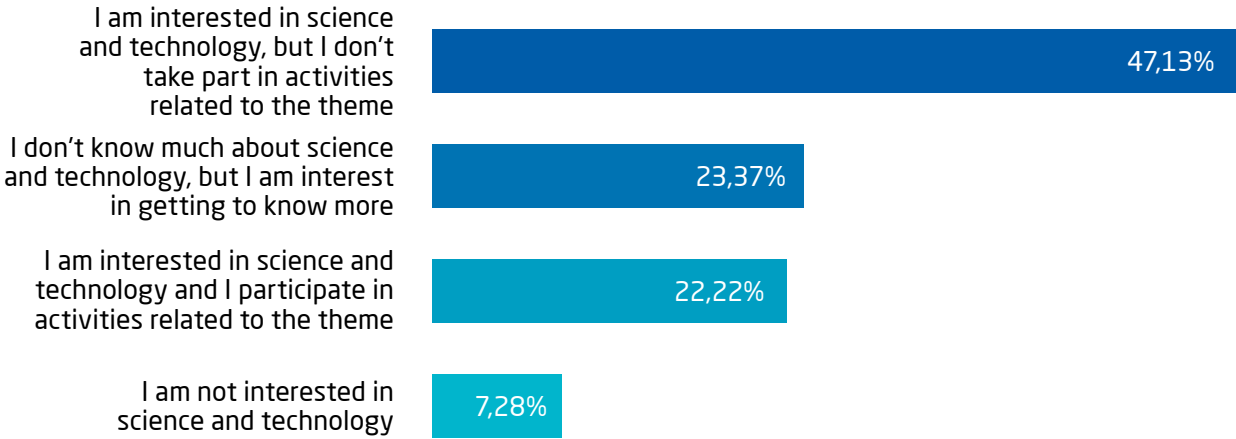
Interest in art

Select the option that is closest to your relationship with art.



Interest in science and technology

Choose the option that is closest to your interest in science and technology

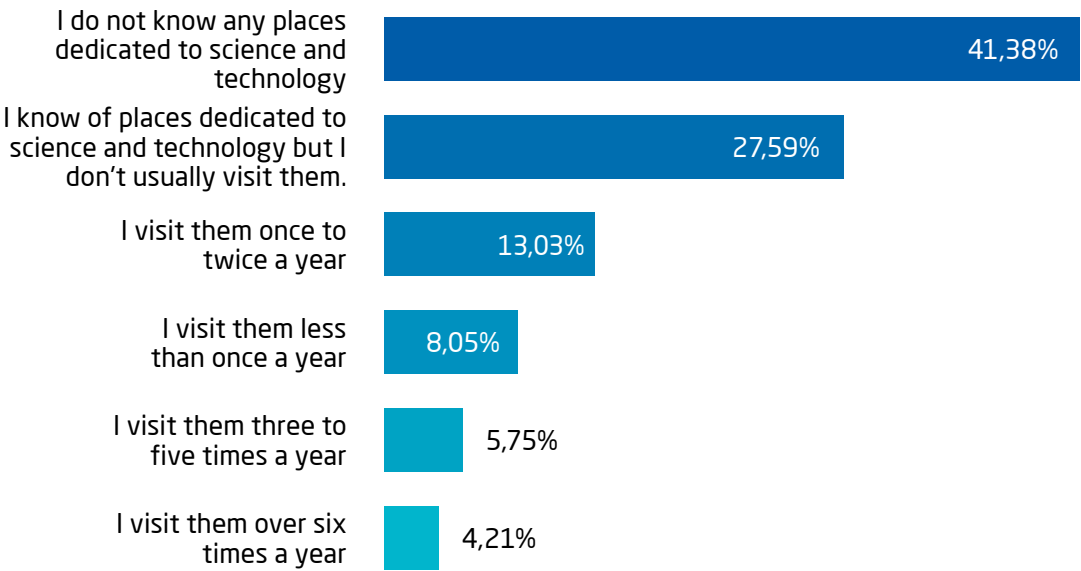


Around 47% of respondents demonstrated interest in science and technology, but did not participate in activities related to these themes. On the other hand, only 7% answered that they were not interested in science or technology.

It is worth pointing out that 41% of respondents declared that they did not know any museums or places dedicated to science and technology. But those that visited these locations, with varying frequencies, totalled 31%.

Relationship with museums and centers of science and technology

What is your relationship with museums and centers of science and technology?



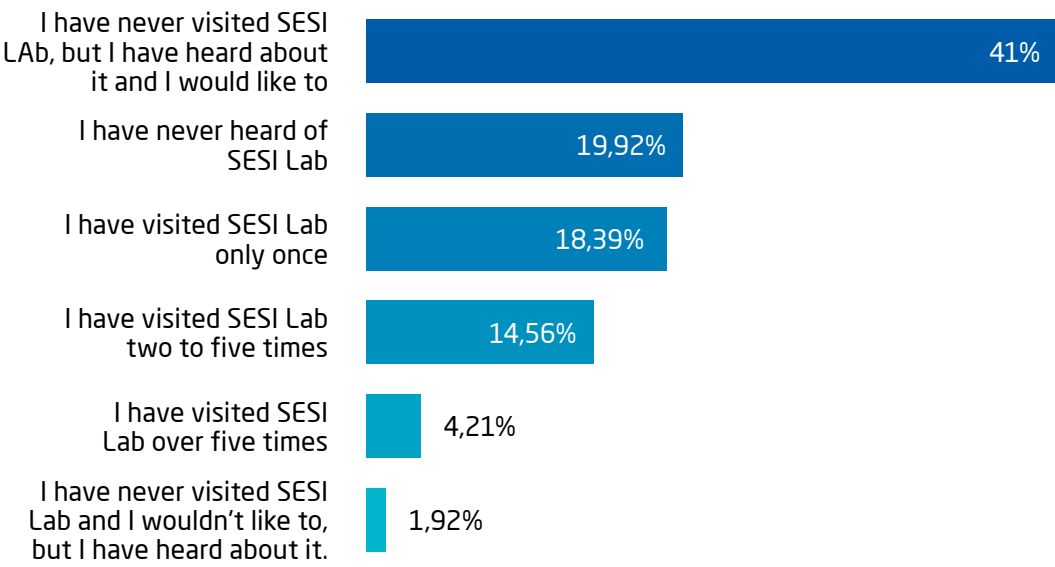
Relationship with SESI Lab and Plano Piloto

“I’ve never visited SESI Lab, but I’ve heard about it and would like to visit it” was the answer of 41% of the respondents. It was found that 37% of young respondents had visited SESI Lab once or more, while nearly 20% had never heard of the institution.

Of those that have never visited SESI Lab, the main reason given was distance. Not having time, being an expensive program and not being a place their group visits, in this order, were the other reasons given for not having visited the museum.

Relationship with SESI Lab

Which of the statements below best describes your relationship with SESI Lab?



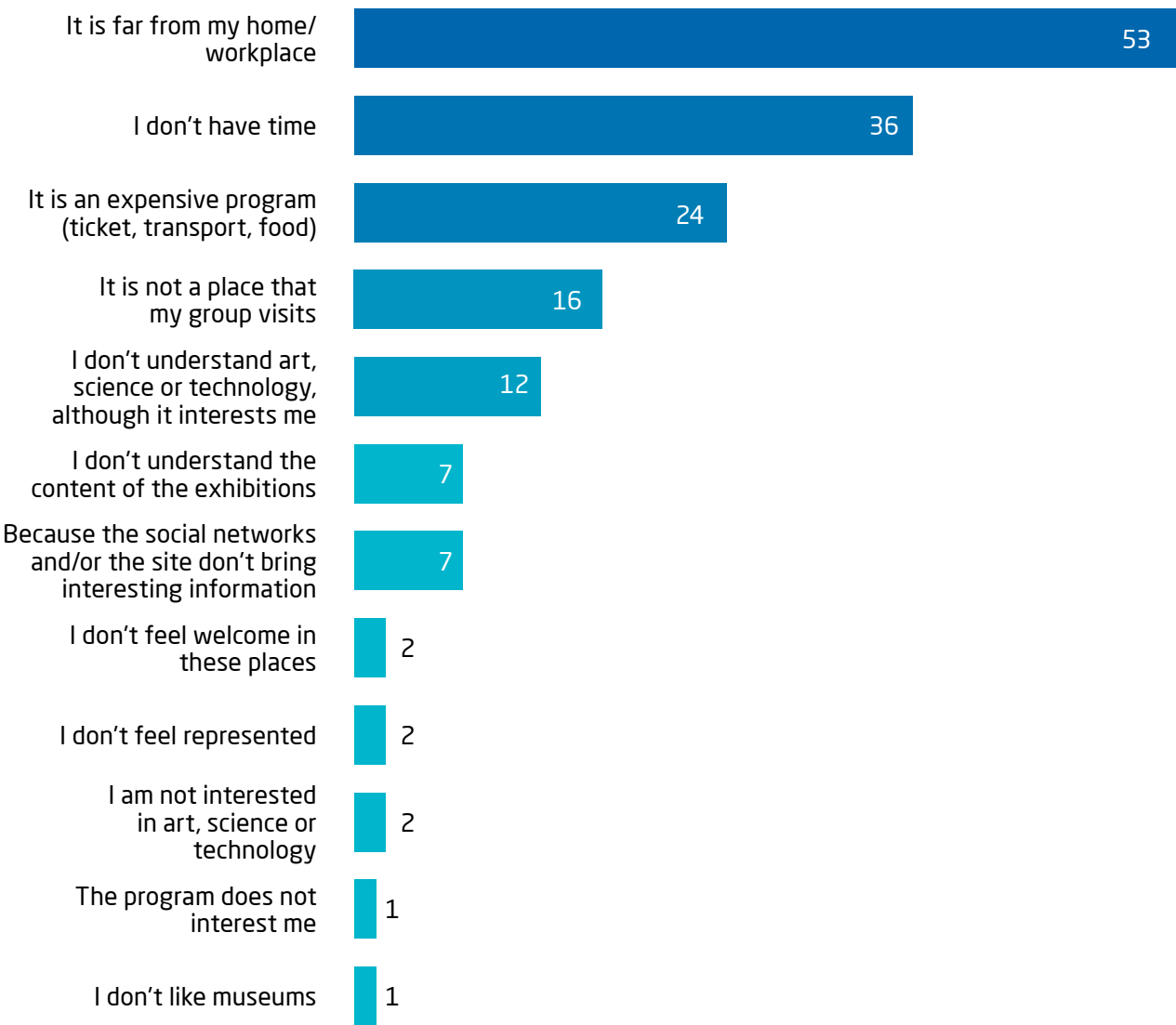
The main motivation for visiting SESI Lab, among those who had already been there, was to get to know the museum. Interest in the themes of the exhibitions, the desire to broaden one's horizons, and simply having fun were the other most frequently cited reasons.

The bus was the main means of transport used by 51% of youth that visit the region where SESI Lab is located. 20% stated that they use their own car, while 14% said they use the underground.

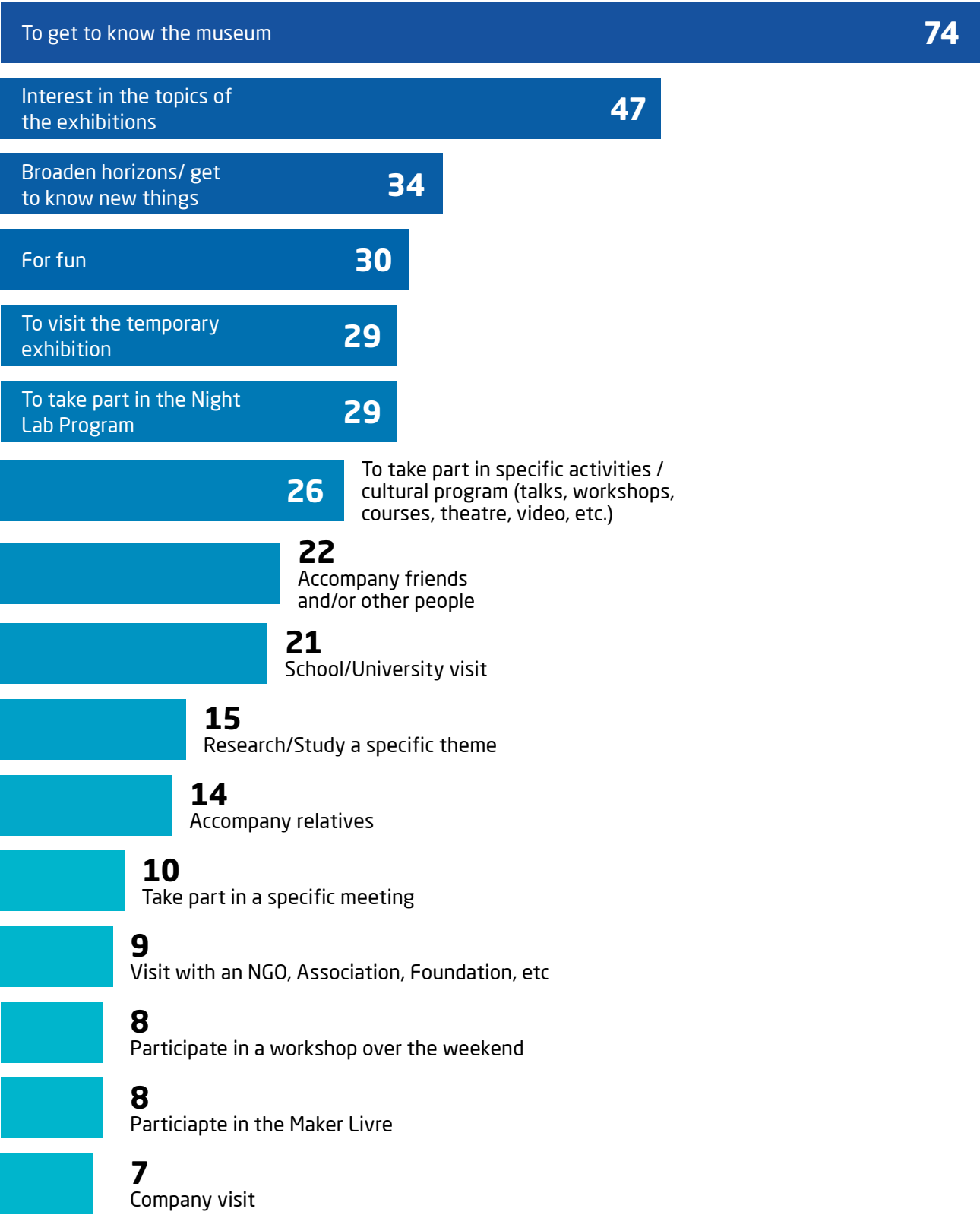
Most respondents stated that they do not live in the Plano Piloto area, however, their main connection to the region was related to leisure or free-time activities. The statement *"I would like to go to the Plano Piloto more often, but it is too far and/or difficult to get to"* was the option most frequently selected by Black respondents, by youth aged 15 to 20, and by those with a monthly household income of up to two minimum salaries.

The Plano Piloto was stated as the most visited region during the free time of the youth being surveyed. Taguatinga, Planaltina, Ceilândia and Águas Claras were also regions mentioned with a significant re-occurrence.

Reasons for not having visited SESI Lab

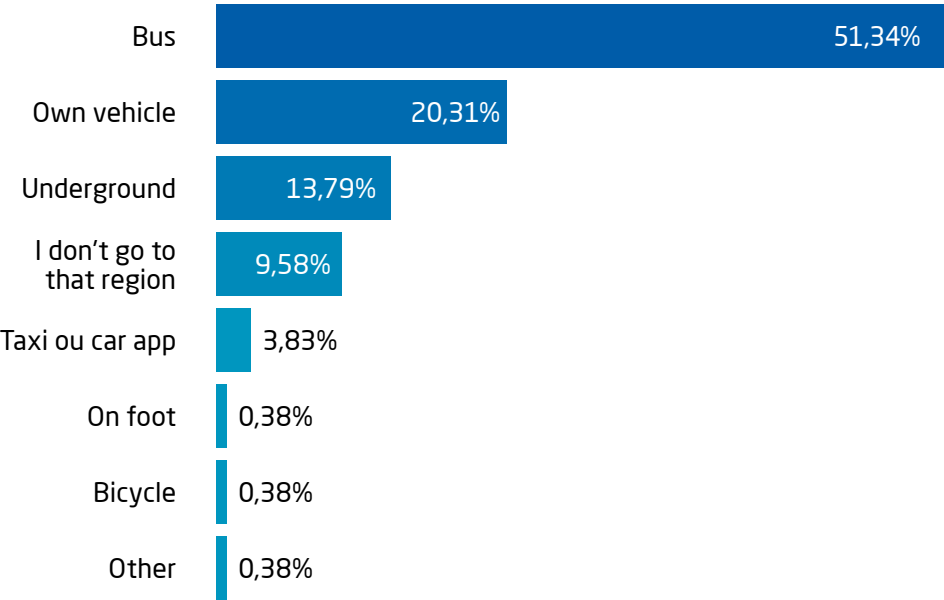


Reasons to visit SESI Lab

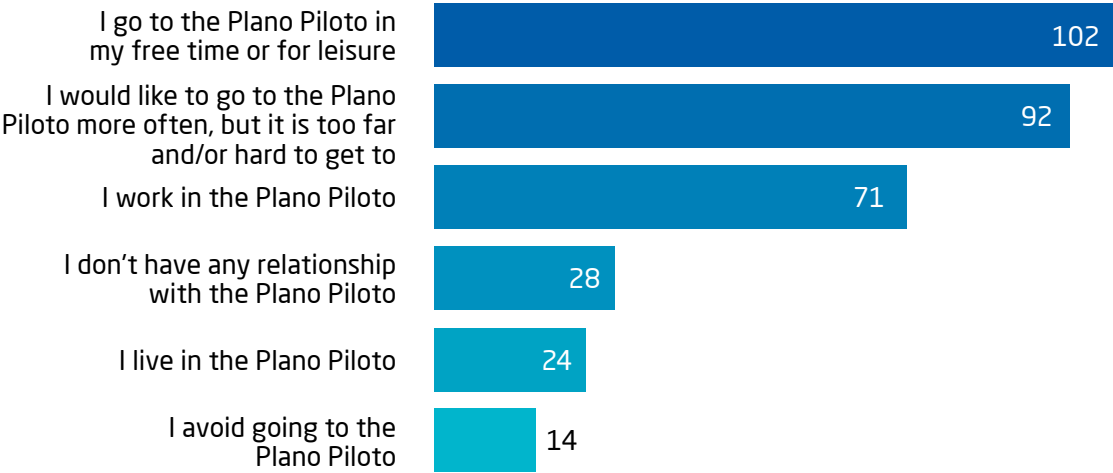


Means of transport used

What means of transport do you most use to get to the region where SESI Lab is located?

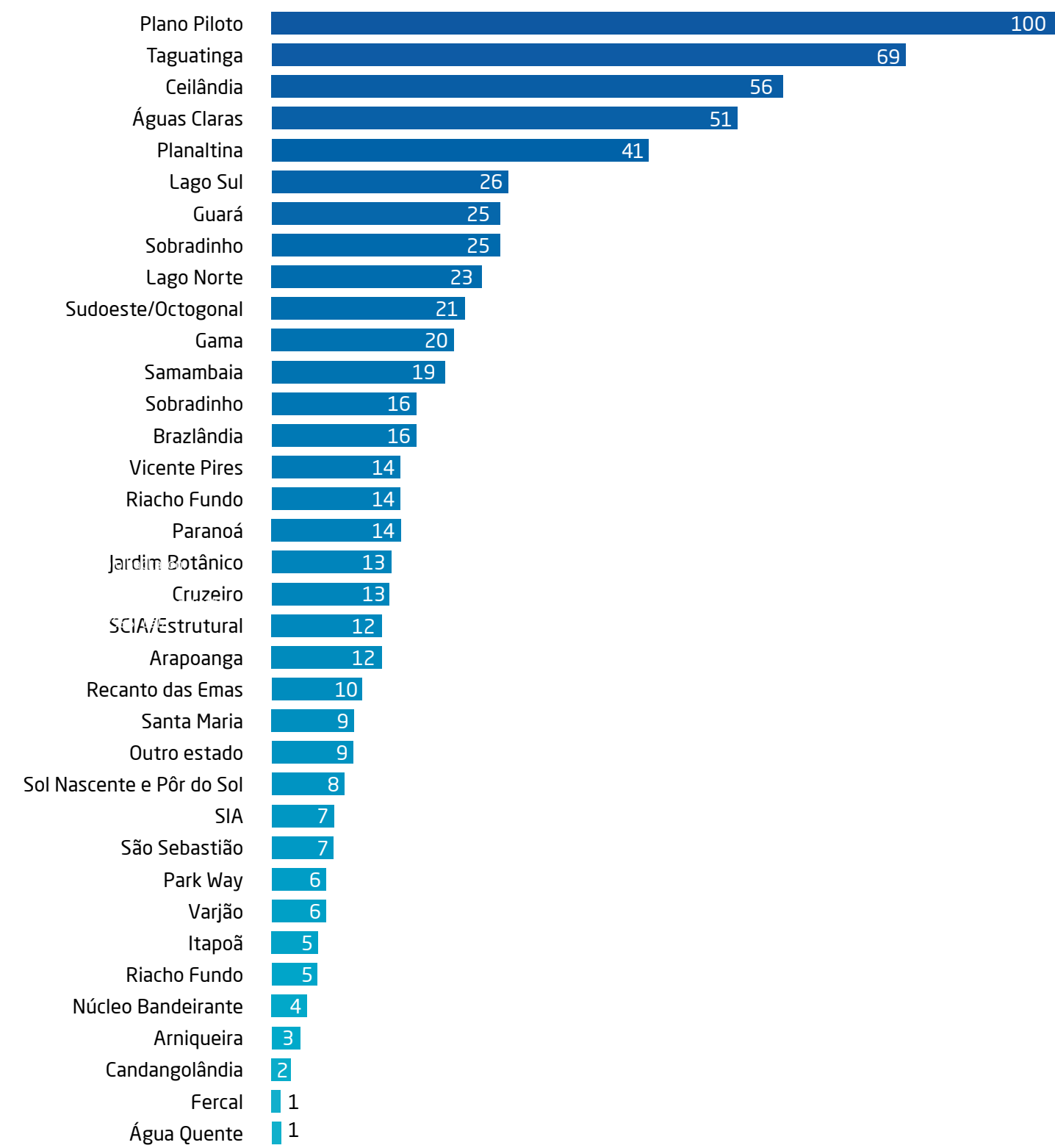


Relationship with the Plano Piloto



Regions visited during free time

What are the main places/regions that you visit in your free time?



Relationship with SESI Lab and Plano Piloto

The research demonstrated that there is room for SESI Lab to establish and/or improve its relationship with these audiences. To this end, it is necessary to develop strategies to continue the dialogue and deepen relationships with the selected institutions—some of which, in fact, requested follow-up regarding the progress of the Local Communities Dialogue program, regardless of whether formal partnerships are ultimately established. While some institutions expressed enthusiasm with regards to this initial contact, others voiced concern that the relationship might not develop further or that SESI Lab’s interest might be limited to isolated or short-term partnerships. Overall, there was a noticeable apprehension about the possibility of unmet expectations, which should be considered a key point of attention: these relationships, which, in many cases, began with the research itself, must be nurtured and carefully monitored.

Despite the initial selection of 11 organizations, the contact with new institutions with a potential for future partnerships should be a goal. However, it is worth investing in the continued monitoring of the organizations already mapped during the first phase, as this will make it possible to identify changes that may qualify them for a deeper relationship with SESI Lab. To that end, the database created should be continuously updated.

Once the relationship with some of the institutions has become more consolidated, it would be advisable to carry out a new profile survey with the support of these organizations, using targeted outreach to the youth they serve. Even so, it is essential that SESI Lab itself also carries out its own publicity on its social media networks.

In general, the research, with an exploratory character, brought clues to understand the interests of the youth in the Federal District, allowing for us to think of strategies to get closer to this audience. At the same time, the already known inequality of access to cultural spaces/activities, specifically museums, became evident, when social markers such as race/ethnicity and gender were considered. To throw light on this data allows the institution to establish more directed policies and actions, getting to know the barriers to access and facing, based on the data, the challenges of inclusion and the transformation of the museum into a more diverse and plural space.

The simultaneous contact with organizations aimed at the target-audience or that has them as protagonists made evident the potential of having as partners institutions that possess capillarity in the territory and previous and continuous contact with this youth. Together, the two research fronts ended up complementing each other, providing relevant data for the development of the Local Communities Dialogue program.



Local Communities Dialogue Program: implementation and outcomes of the research

Gabriela Reznik and Luciana Conrado Martins

The research conducted prior to the implementation of the program provided essential insights for understanding the interests of institutions and collectives from the peripheral regions of the Federal District, an audience with which the museum sought to establish a meaningful dialogue. The pilot project was carried out throughout 2024 and included bidirectional visits, partner institutions visiting the SESI Lab, as well as visits by the SESI Lab education team to those institutions, an outreach initiative at the Plano Piloto Bus Station, and the 1st SESI Lab Hackathon: Art, Science, and Technology to Transform Cities.

With an intentional focus on engaging groups from the administrative outskirt regions, the program aimed to foster a sense of belonging among these communities in relation to SESI Lab and its activities. The program sought to strengthen the connection of these audiences, particularly youth aged 15 to 29, not only with SESI Lab, but also with the fields of art, science, and technology.

The project was inserted in the Dialogues Program - Diversity, Equity and Inclusion, which sought to develop actions that built a significant dialogue with the territory in which SESI Lab was inserted, so as to expand access, participation and a sense of belonging for historically excluded groups, acting as an agent for social transformation in the Federal District.

The Dialogues Program is aligned with various principles that guide the work of the SESI Lab. These include: accessibility and social inclusion; collaboration and cooperation; connection and creativity; and diversity. In alignment with the 2030 Agenda and the Sustainable Development Goals (SDGs), as well as the International Council of Museums (ICOM) Conference held in Prague in 2022, and which updated the definition of a museum to reflect key aspects of the Agenda, we identified that SESI Lab's Dialogues Program is primarily aligned with SDG 4: "ensure inclusive, equitable, and quality education and promote lifelong learning opportunities for all"; SDG 5: "achieve gender equality and empower all women and girls"; and SDG 10: "reduce inequality within and among countries."

Bidirectional visits

The bidirectional visits were scheduled with the participating institutions, which were provided with transportation and refreshments. At the museum, visitors were invited to explore the galleries and take part in an educational workshop titled "Shades of Self." In this workshop, participants had the opportunity to explore the diversity of skin tones by creating their own personalized shade, in dialogue with the artwork *Humanæ: work in progress* by artist Angélica Dass. Using paint and primary colors, participants experimented and blended tones until reaching at a representation of themselves. At the end, each participant created an artwork, prompting reflection on the importance of valuing diversity and building a more inclusive society. In parallel with the visits to SESI Lab, the educational team also brought a series of educational activities to the institutions' locations, accompanied by the distribution of vouchers for free admission to the museum. Conducted in October and November 2024, these activities reached a total of 503 participants across 13 territories and 9 institutions: CUFA-DF - Sol Nascente, Planaltina, and Estrutural; Casa Akotirene; Coletivo da Cidade; Instituto Proeza; Jovem de Expressão; Centro de Ensino Fundamental 1 do Riacho Fundo II - EJA; and Centro Educacional 02 do Riacho Fundo I - EJA.

SESI Lab at the Plano Piloto Bus Station – Robô na Rodô

Carried out in December 2024 and with the participation of 73 people, the educational action, Robô na Rodô invited passers-by at the bus station to get to know more about the working of a simple electric circuit, from the interaction with a table of circuits. The public was invited to reflect on the relationships between circuits and the functioning of the bus station. The initiative included interactive activities such as hands-on experimentation with electrical circuits and sensory games, in addition to the distribution of 200 free ticket vouchers to the museum. The decision to carry out this action at the bus station stemmed from a desire to increase visibility and to break symbolic barriers to museum access. By engaging with the bus station, SESI Lab was able to extend educational opportunities beyond its premises.

1st SESI Lab Hackathon: Art, Science and Technology to Transform Cities

With 53 participants divided into 11 teams, it encompassed 11 territories: Fercal, Guar. Estrutural, Sobradinho, Ceilândia, São Sebastião, Paranoá and Sol Nascente. The SESI Lab Hackathon took place between the 13th and 15th December 2024 and was an innovation and technology competition aimed at youth aged between 18 and 29 and resident in the Federal District, especially those in a situation of greater social vulnerability. The event aimed to stimulate creativity and generate innovative solutions for the local community through project-based initiatives. The group CeiLimites, from Ceilândia, was awarded first place for its project “Sente Cerrado”, an immersive dome designed to raise awareness about the importance of the Cerrado biome while offering a space for relaxation amongst nature. Second place went to CeiMentes, with a project of environmental education for teachers that addresses environmental racism and promotes the planting of native Cerrado seedlings in degraded areas. Third place was awarded to PerifaRecicla for their proposal of a smart bus stop. The idea was to integrate a real-time information panel about buses powered by clean energy through a solar panel system.

Paths Towards Deepening Relationships with the Territories

In 2025, the program will focus on the development of educational and cultural activities in collaboration with selected partner institutions that were identified and already engaged with in 2024. These initiatives will be guided by a recognition of the historical and cultural significance of the SESI Lab building, formerly the Touring Club and the Rodoviária do Entorno. Building on relationships between the communities and the building, the program will propose joint actions that connect local knowledge, community histories and memories, affective cartographies, and the transformative potential of the museum. The bidirectional visits will follow a four-phase cycle (recognition, ideation, pathways, and celebration).

Créditos

Credits

CONFEDERAÇÃO NACIONAL DA INDÚSTRIA - CNI
NATIONAL CONFEDERATION OF INDUSTRY – CNI

PRESIDENTE
PRESIDENT
Antonio Ricardo Alvarez Alban

SERVIÇO SOCIAL DA INDÚSTRIA - SESI
SOCIAL SERVICE OF INDUSTRY – SESI

PRESIDENTE DO CONSELHO NACIONAL
PRESIDENT OF THE NATIONAL COUNCIL
Fausto Augusto Junior

DIRETOR SESI - DEPARTAMENTO NACIONAL
SESI DIRECTOR– NATIONAL DEPARTMENT
Antonio Ricardo Alvarez Alban

DIRETOR-SUPERINTENDENTE
DIRECTOR-SUPERINTENDENT
Paulo Mol Junior

SESI LAB

SUPERINTENDENTE DE CULTURA
SUPERINTENDENT OF CULTURE
Claudia Martins Ramalho

EQUIPE TÉCNICA
TECHNICAL TEAM
Paula Teixeira Alves Pacheco

GERENTE DE DESENVOLVIMENTO INSTITUCIONAL
INSTITUTIONAL DEVELOPMENT MANAGER
Cândida Beatriz de Paula Oliveira

EQUIPE TÉCNICA
TECHNICAL TEAM
Clarice Tiago Maciel Lucas de Barros
Jorge Mauricio das Chagas
Thiago Silva Paulino
Nathália Cerqueira Lins (Estagiária)

COORDENADOR ADMINISTRATIVO
ADMINISTRATIVE COORDINATOR
Felipe Frederico Gomes Fagundes

EQUIPE TÉCNICA
TECHNICAL TEAM
Luis Guilherme Sabino Nunes
Renata Cristina de Mendonça Andrade

COORDENADORA DE AÇÕES EDUCATIVAS E DIGITAIS
COORDINATOR OF EDUCATIONAL AND DIGITAL ACTIVITIES
Luciana Conrado Martins

EQUIPE TÉCNICA
TECHNICAL TEAM
Helena N. Q. Simões
João Vítor Rocha

EDUCADORES
EDUCATORS
Bárbara Lopes
Clóvis Batista dos Santos
J. Gabriel Borges
Lizandra Brandt
Marília Gontijo Machado de Oliveira

COORDENADORA DE EXPOSIÇÕES E AÇÕES CULTURAIS
COORDINATION OF EXHIBITIONS AND CULTURAL ACTIVITIES
Carolina Vasconcellos Vilas Boas

EQUIPE TÉCNICA
TECHNICAL TEAM
Denise A. R. de Oliveira
Thalles Moraes

COORDENADORA DE INTELIGÊNCIA, PARCERIAS E PROJETOS ESPECIAIS
COORDINATOR OF INTELLIGENCE, PARTNERSHIPS AND SPECIAL PROJECTS
Agnes Mileris

EQUIPE TÉCNICA
TECHNICAL TEAM
Barbara Milan
Caio Sato

COORDENADORA DA POLÍTICA DE CULTURA
CULTURE POLICY COORDINATOR
Paula Duarte Bosso Schnor

EQUIPE TÉCNICA
TECHNICAL TEAM
Marfiza de Lima Galvão

EQUIPE DE ATENDIMENTO DE COMUNICAÇÃO
COMMUNICATION SERVICE TEAM
Anna Reis
André Augusto Dias
Erika C. Batista
Leandra Ventorim
Patrícia Barroso
Victtor Gonçalves de Almeida

BILHETERIA
BOX OFFICE
Ingresso S.A.

CONSERVAÇÃO E SEGURANÇA PATRIMONIAL
ASSET CONSERVATION AND SECURITY
Grupo 5 Estrelas - Segurança e Serviços

DESIGN GRÁFICO
GRAPHIC DESIGN
Ulisses Benevides dos Santos

EQUIPE DE APOIO DE COMUNICAÇÃO
SUPPORT COMMUNICATION TEAM
FSB Comunicação

HIGIENIZAÇÃO DE APARATOS
EXHIBIT CLEANING TEAM
C2 Montagens

MANUTENÇÃO COMPLEXA DE APARATOS
COMPLEX MAINTENANCE OF EXHIBIT
Miguel Ferreira Guimaraes

MANUTENÇÃO DE APARATOS
EXHIBIT MAINTENANCE TEAM
TecnicaII Engenharia

MANUTENÇÃO PREDIAL, APARATOS EXPOSITIVOS E INSTALAÇÃO ELÉTRICA
BUILDING MAINTENANCE, EXHIBITION APPARATUS AND ELECTRICAL INSTALLATION
TecnicaII Engenharia

ORIENTADORES DE PÚBLICO, SUPERVISORES E ASSISTENTES EDUCACIONAIS
TOUR GUIDES, SUPERVISORS AND EDUCATIONAL ASSISTANTS
Oitava Casa

OPERAÇÃO AUDIOVISUAL
AUDIOVISUAL OPERATION
Rbelo Áudio Vídeo Tech

PRODUÇÃO DE EVENTOS
EVENT PRODUCTION
Capacità Eventos

SUPORTE À CAPTAÇÃO DE RECURSOS
FUNDRAISING SUPPORT
Lucas Aroucha Costa Muniz

PUBLICAÇÃO
PUBLICATION
ORGANIZAÇÃO
EDITED BY
Cláudia Ramalho
Agnes Mileris
Luciana Conrado Martins
Gabriela Reznik
Caio Sato
Helena Simões

PROJETO GRÁFICO
GRAPHIC DESIGN
Fernando Uehara
Luísa Bissoni

COORDENAÇÃO EDITORIAL
EDITORIAL COORDINATION
Joana Tuttoilmondo

TEXTOS
TEXTS
Adriana Mortara Almeida
Barbara Milan Martins
Clara Azevedo
Cláudia Ramalho
Gabriela Reznik
Graziele Scalfi
Helena Simões
João Gabriel Borges Lima
Júlio Talhari
Luciana Conrado Martins
Marília Gontijo Machado de Oliveira

TRADUÇÃO
TRANSLATION
Dominique Bennet

PREPARAÇÃO E REVISÃO
COPYDESK AND PROOFREADING
Maurício Ayer



Mantenedor:



Apresenta:



Parceiro estratégico:



Patrocínio master:



Patrocínio prata:



Parceria de mídia:



Realização:



Dados Internacionais da Catalogação na Publicação (CIP)

S491p

Serviço Social da Indústria. Departamento Nacional.
Pesquisa no Sesi Lab / Serviço Social da Indústria. -- Brasília : Sesi/DN, 2025.
288 p. il.

ISBN 978-85-7710-438-3

1. Pesquisa 2. Sesi Lab 3. Estudo de Usuários I. Título

CDU: 161(047)

Elaborado por Alberto Nemoto Yamaguti - Bibliotecário – CRB-1/2396

SESI / Serviço Social da Indústria / Departamento Nacional
Sede / Setor Bancário Norte / Quadra 1 - Bloco C / Edifício Roberto Simonsen
70040-903 - Brasília - DF
<http://www.portaldaindustria.com.br/sesi/>

Serviço de Atendimento ao Cliente - SAC
Tels.: (61) 3317-9989 / 3317-9992
sac@cni.com.br

© 2025. Sesi/DN - Serviço Social da Indústria/Departamento Nacional
Qualquer parte desta obra poderá ser reproduzida, desde que citada a fonte.
Superintendência de Cultura

Este livro foi editado na cidade de Brasília, em novembro de 2025.
Foi composto com as tipografias Neo Sans e Eskorte Latin.

