

SESI Lab

Relatório parcial de pesquisa de público

Responsável: Grazielle Scalfi

Aplicadores: Janiane Costa, Jessica
Pedroza e Jorge Wilker



Apontamentos iniciais

A consultoria realizada para o SESI Lab teve como objetivo analisar o público espontâneo nas seguintes atividades:

- ❑ **Visita à exposição de longa duração e temporária**

Foco > Perfil, interesses e satisfação do público quanto à infraestrutura, atendimento e aspectos internos e externos que impactam no nível de satisfação;

- ❑ **Oficinas maker**

Foco > Perfil, interação do público com as atividades propostas, com os facilitadores e com os visitantes.

- ❑ **Visita mediada com público espontâneo**

Foco> Perfil, interesses e satisfação do público.

- ❑ **Atividades culturais** (cinema, show, contação de história, teatro)

Foco > Satisfação do público.

Apontamentos iniciais

instrumentos utilizados

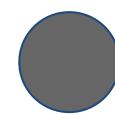
Questionários estruturados contendo perguntas fechadas e abertas, disponibilizado por meio da plataforma online (Survey Monkey) em português e inglês. Os questionários são específicos para cada atividade avaliada e podem ser acessados clicando sobre o item.



EXPOSIÇÕES



VISITA MEDIADA



OFICINA MAKER



ATIVIDADES CULTURAIS

I



ATIVIDADES CULTURAIS

II

Metodologia

metodologia

Resumo dos aspectos metodológicos da pesquisa

POPULAÇÃO

A população pesquisada foi o público espontâneo que visitou o SESI Lab durante o período analisado, maiores de 15 anos. O público espontâneo inclui os visitantes que realizaram a visita à exposição não agendada.

QUADRO DE AMOSTRAGEM

A amostra foi coletada em diferentes dias da semana (úteis e finais de semana e feriados), durante todo o horário de funcionamento do Museu.

UNIDADE DE AMOSTRA

A unidade da amostra é o visitante individual, embora no questionário sejam coletados dados de seus acompanhantes.

MÉTODO DE AMOSTRAGEM

Os visitantes foram selecionados de forma aleatória, e a pesquisa foi aplicada em diferentes espaços do SESI Lab, contemplando as atividades a serem analisadas e o conforto do público. No caso de recusa ou impossibilidade de participação, foi selecionado o próximo visitante disponível. Apenas um indivíduo da família ou grupo respondeu o questionário.

Metodologia

metodologia

- **visita espontânea às exposições:** foi calculada em função da estimativa de público para as exposições, cerca de **350 mil/ano**, com uma margem de erro de 5% e um nível de confiança de 95%, o que implicaria em uma amostra de cerca de **384 questionários para as exposições**.

Quanto às demais atividades foram calculadas as seguintes amostras:

TAMANHO DA
AMOSTRA

- **Oficinas maker:** 57 oficinas/mês com média de 25 participantes – **376 questionários**
- **Visita mediada com público espontâneo:** 50 visitas/mês com média de 25 participantes - **375 questionários**
- **Atividades culturais** (cinema, show, contação de história, teatro): 34 atividades/mês com média de 70 pessoas por atividade - **379 questionários**
- **TOTAL: 1.514 questionários**

Total de respostas
válidas

2301



Exposições

914



Oficina Maker

511



Atividades culturais I (Contação de histórias, jogos e palestras)

266



Atividades culturais II (Pocket show, cinema e teatro)

289



Visita mediada – público espontâneo

321

Exposições

TOTAL DE RESPOSTAS

931

TAXA DE CONCLUSÃO

100%

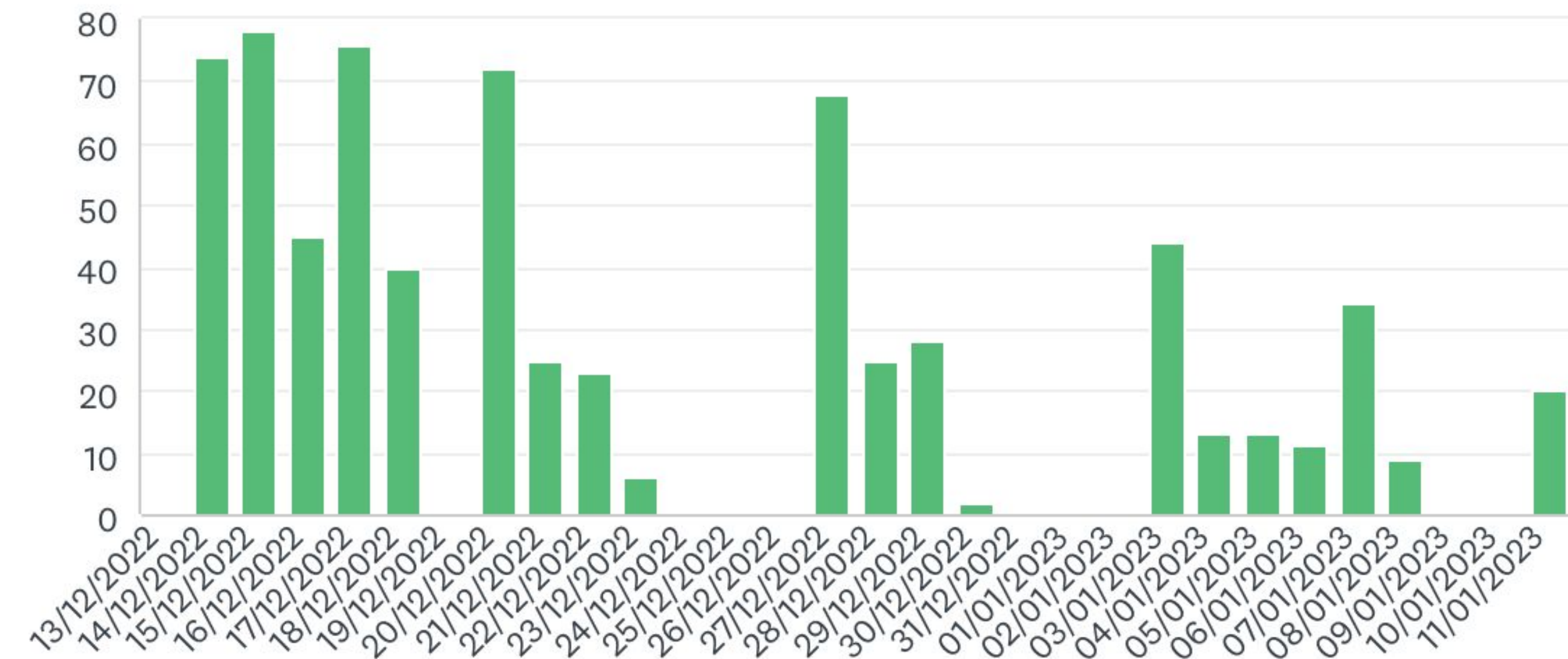
Total de respostas
válidas

914

Período de aplicação dos questionários

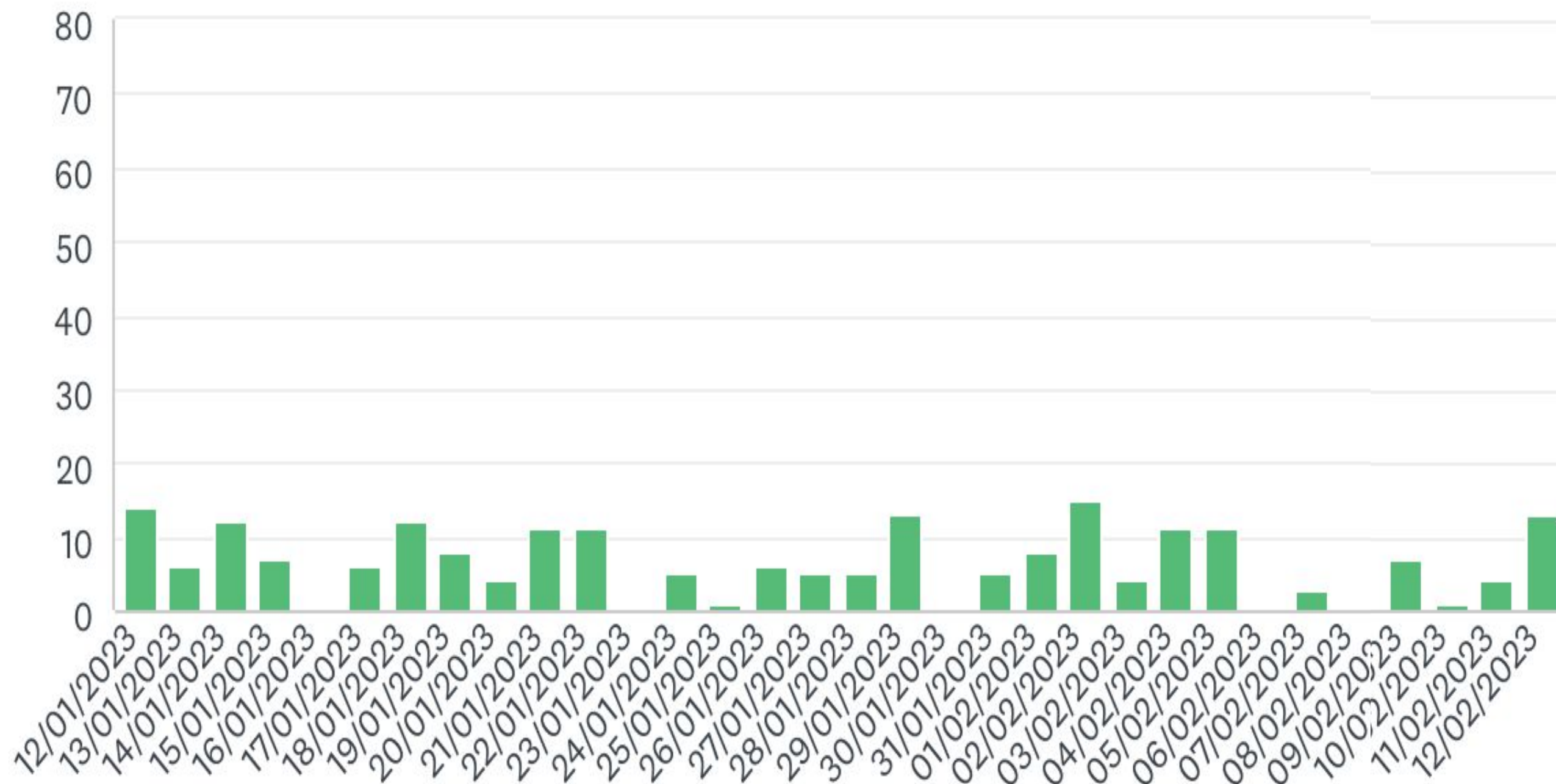
13 de dezembro a 13 de fevereiro

Distribuição temporal



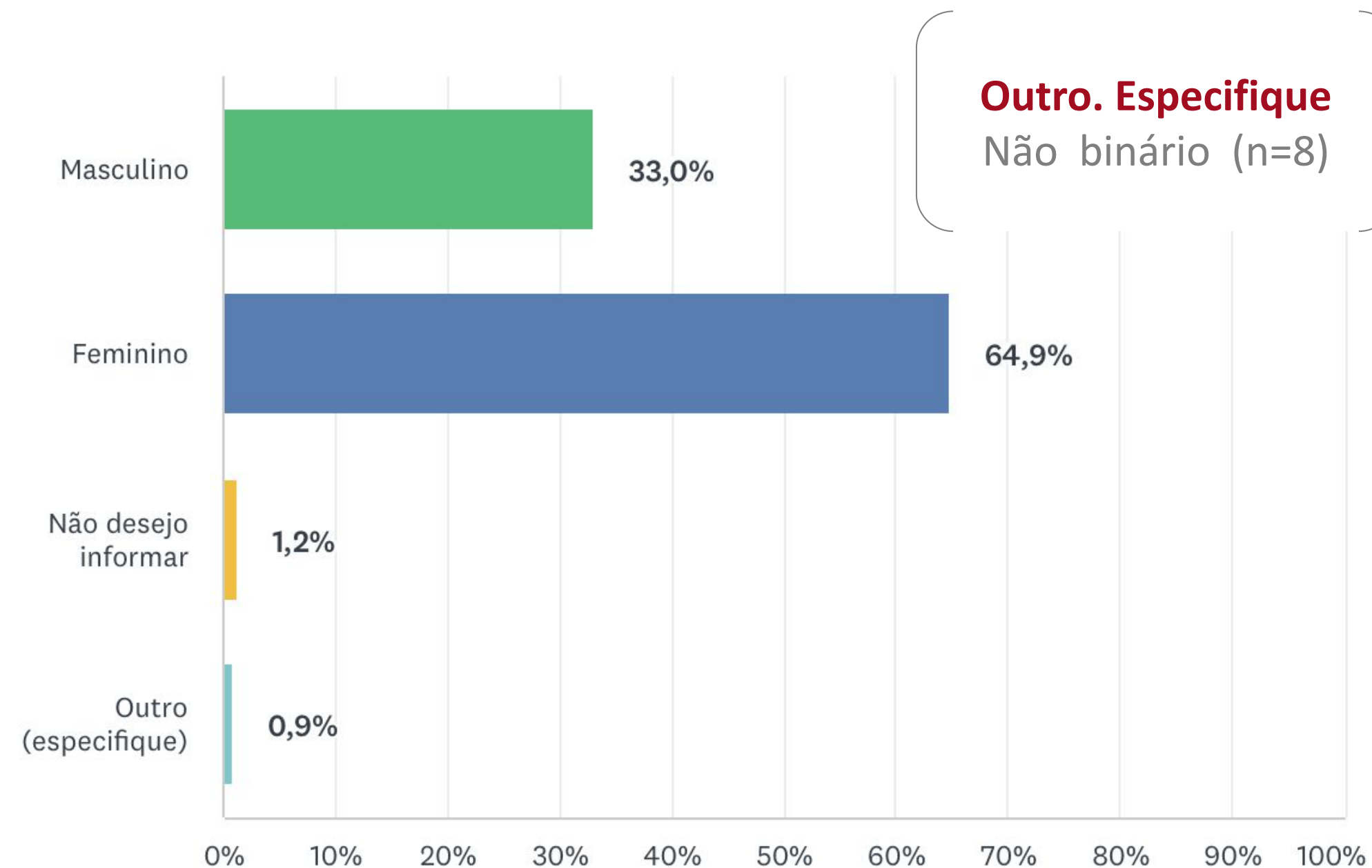
- + No primeiro mês de coleta, em dezembro, o número de questionários é maior, dado ao período de inauguração e gratuidade do ingresso.
- + Em janeiro, esse número reduz e mantém-se constante. Nesse período, a programação cultural contribuiu para um número satisfatório de questionários, como apresentado a seguir.

Distribuição temporal



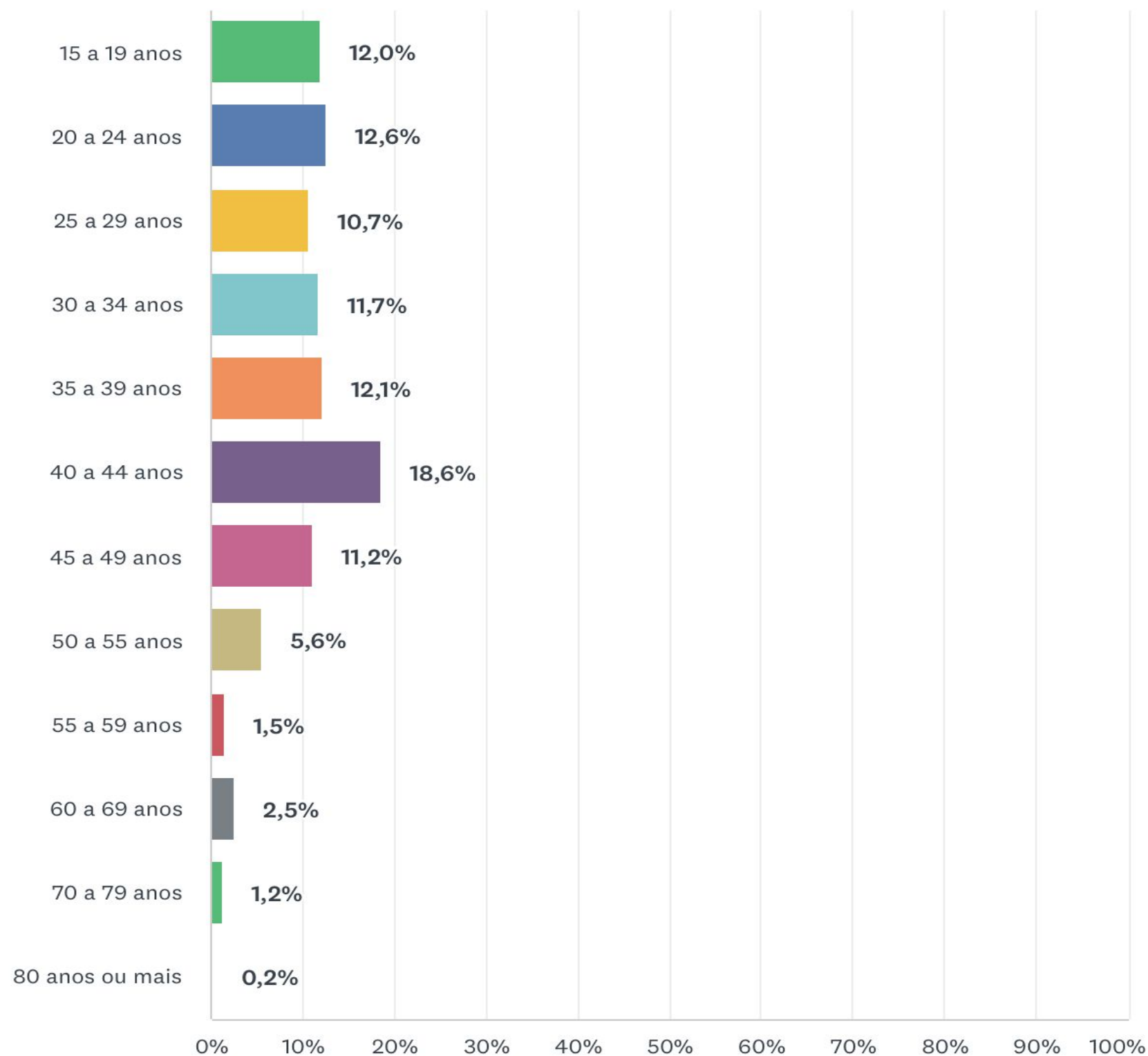
- + Em depoimentos informais dos aplicadores, foi relatado a percepção de que o SESI Lab seria uma "exposição temporária". Entre os comentários mencionados, estava o fato de que os espaços científicos e culturais em Brasília são, em sua maioria, gratuitos.
- + Sugerimos uma comunicação/divulgação que reforce que o SESI Lab é um espaço permanente de arte, cultura e ciência para o público.

Qual gênero com o qual se identifica?



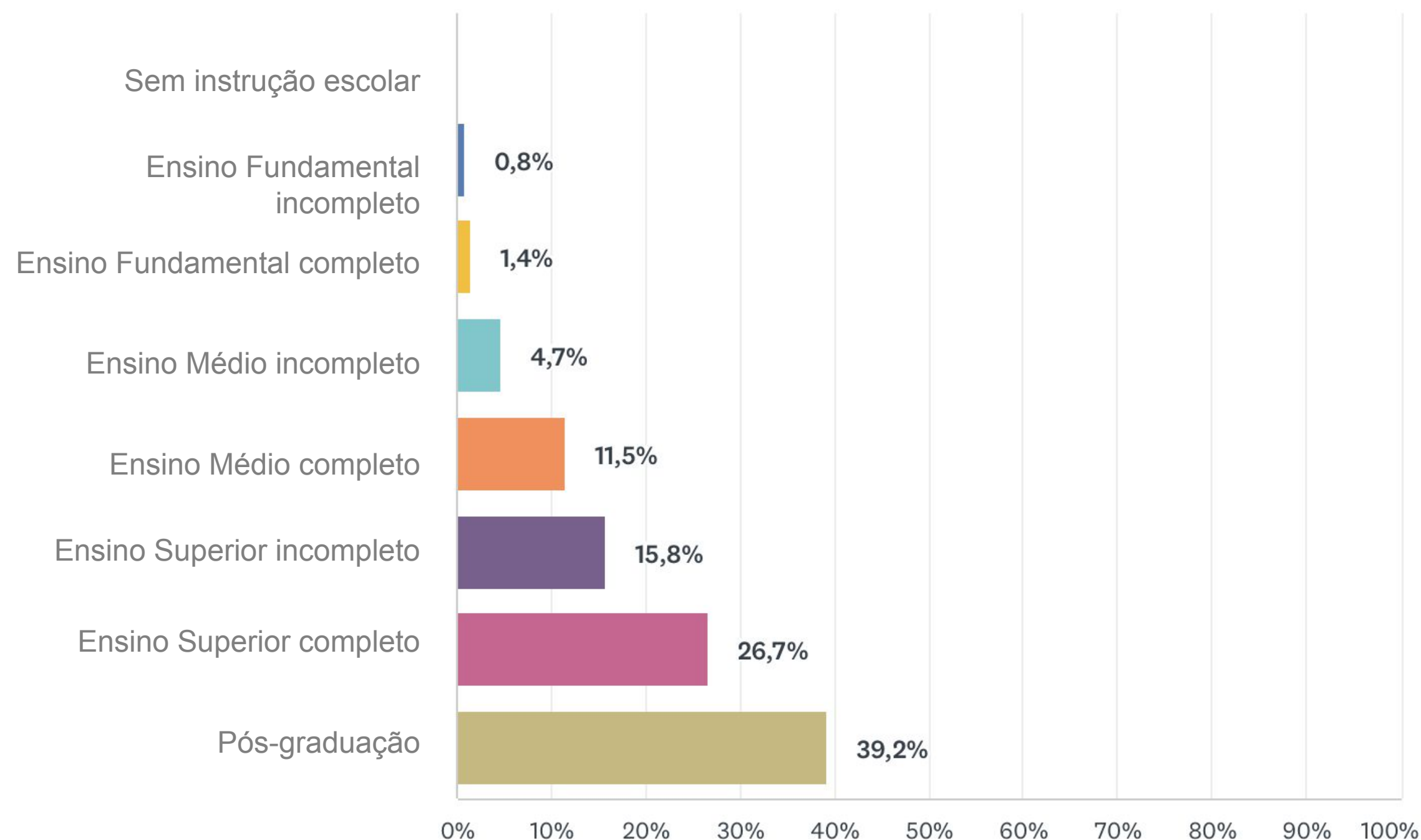
- + O público feminino é significativamente maior que o masculino.
- + No estudo longitudinal realizado pelo OMCC&T (2017), as mulheres perfazem mais de 50% do público. Na pesquisa Understanding our Visitors: Multi-Institutional Science Center Study realizada pelo Collaboration for Ongoing Visitor Experience Studies (COVES, 2019) elas representam 58% do público.
- + Já no caso do Panorama Setorial da Cultura (2011-2012) a porcentagem de mulheres com interesse pelas artes chega a 56,8% e na pesquisa Cultura nas Capitais (2018) as mulheres representam 53% do público potencial de museus. No entanto, nesses dois estudos o interesse não reflete o acesso, uma vez que, eles indicam um acesso menor de mulheres, em específico, daquelas com filhos.
- + Sobre a opção outro, verificamos que o número é baixo em comparação ao estudo conduzido pelo COVES (2019) em que as pessoas que se identificam como LGTBT+ perfazem 7% do público.

Qual sua idade



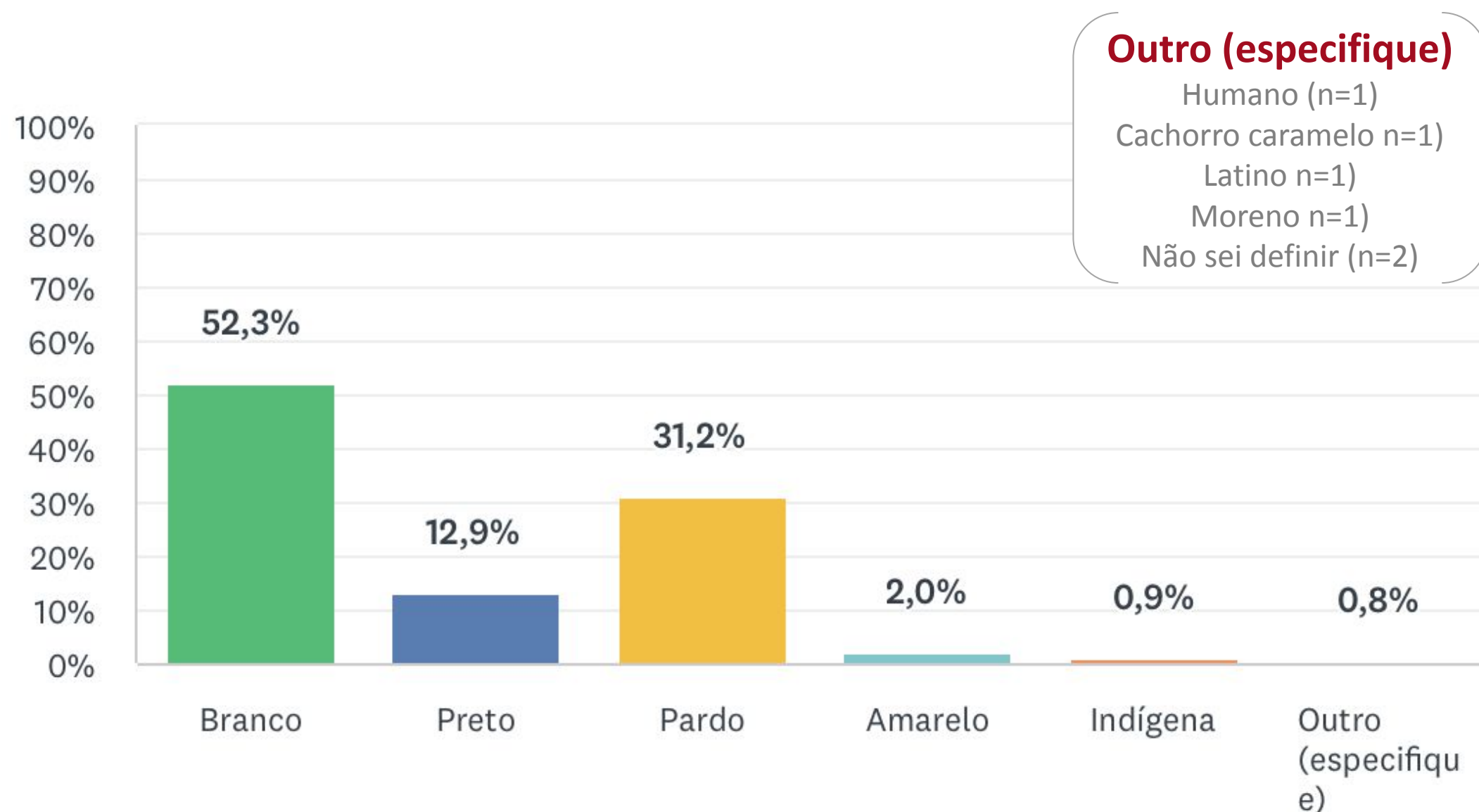
- + A faixa etária do Sesi Lab é diversificada, com uma maior representatividade da população jovem adulta e adultos. A população de adolescentes e jovens adultos na amostra do Sesi Lab vai ao encontro com os dados do Estudo Longitudinal da OMCC&T (2017) cuja faixa etária dos 15 aos 29 anos perfaz em média 36%. Esses dados são interessantes pois há uma parcela importante de adolescentes e jovens adultos que frequentaram o Sesi Lab no período analisado, mostrando o potencial do museu junto a um público que costuma ser mais escasso em outras tipologias de museus.
- + Entre o público adulto, a faixa etária entre 40-44 anos são os mais representativos.
- + Chama atenção a baixa visitação do público idoso. Dado semelhante à pesquisa da OMCC&T (2013) cujo público acima de 50 anos perfaz cerca de 12%, mas bastante diferente da pesquisa COVES (2019), onde o público 65+ chega a 9%. Importante realizar ações para maior inclusão deste público no Sesi Lab.

Escolaridade



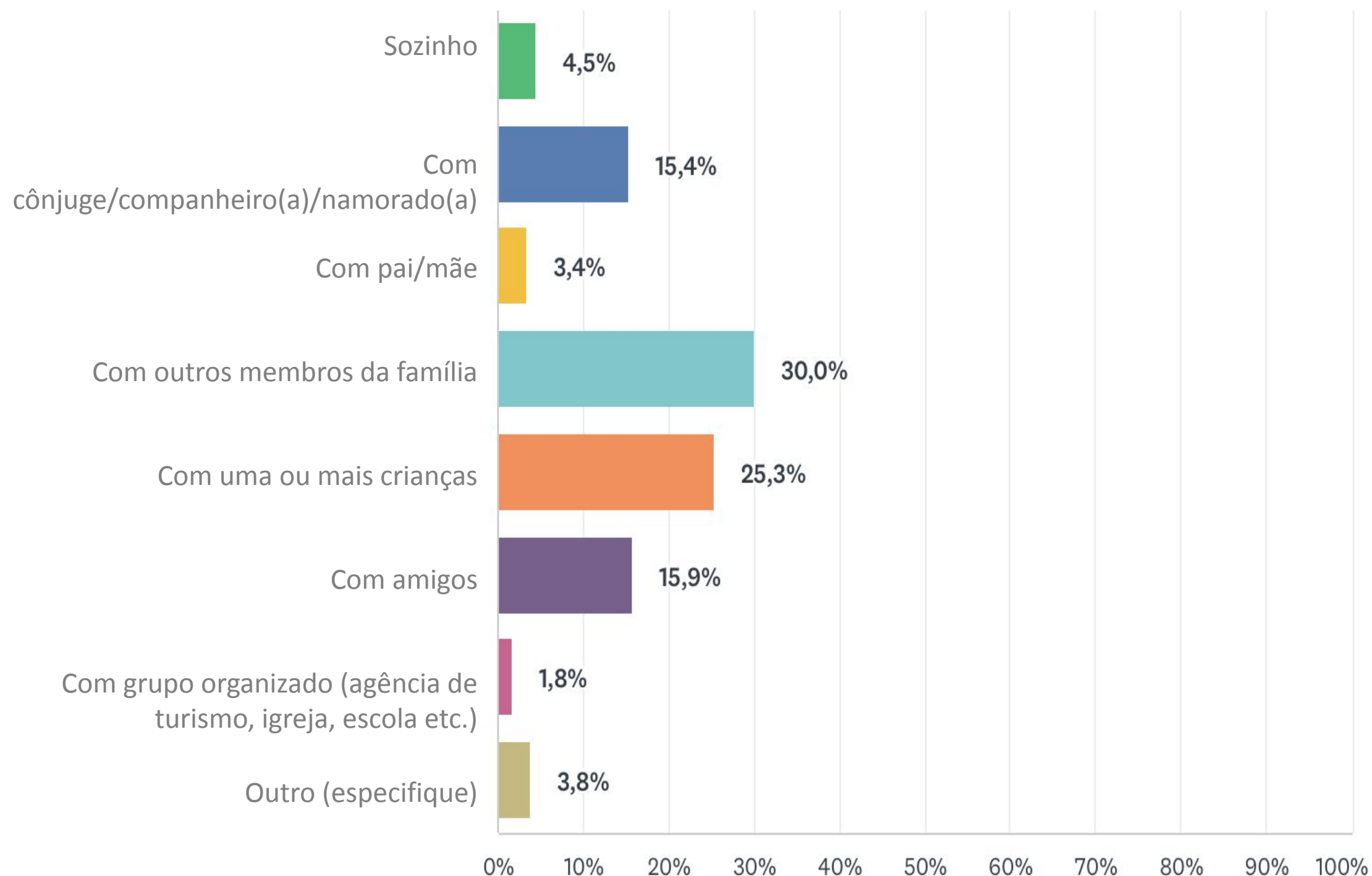
- + O público do Sesi Lab possui alta escolaridade, em consonância com os visitantes de museus tanto no Brasil quanto no exterior.
- + Pesquisa de síntese realizada pelo OMCC&T (2017) mostra que o público com alta escolaridade ainda é o mais frequente, mesmo com várias iniciativas tendo sido realizadas, chamando atenção para a importância de políticas institucionais e políticas públicas.
- + Além disso, a pesquisa Cultura nas Capitais (2018) aponta que a escolaridade é um fator preponderante à renda no consumo de cultura.

Com relação à sua cor/raça, como você se reconhece:



- + O público do Sesi Lab é majoritariamente branco. De acordo com a Pesquisa Metropolitana por amostra de domicílios - PMAD (2019/2020), a população do Distrito Federal é formada por 47,6% pardos, 40,9%, brancos, 10%, pretos, 1,2%, amarelo e 0,3%, indígena. Os dados demonstram que o público visitante do Sesi Lab destoam da população local e do perfil geral da população brasileira.
- + Os dados são consonantes com outras pesquisas que apontam que a população branca, com maior escolaridade e maior renda na nossa sociedade, são os visitantes mais presentes em instituições culturais como museus e exposições OMCC&T (2017), Cultura nas Capitais (2018).
- + Portanto, reafirma-se a necessidade de práticas que prospectem públicos inseridos em esferas sociais que não tenham acesso aos museus por meio de ações e parcerias com instituições públicas, ONGs, empresas etc.

Com quem você veio ao museu?



- + Os dados evidenciam que os visitantes vêm ao Sesi Lab acompanhados. Essa tendência está em consonância com dados de outras pesquisas como OMCC (2007); Cultura nas Capitais (2018).
- + Por conta da questão permitir apenas uma resposta, o item "com outros membros da família" pode incluir configurações familiares com crianças, ainda que haja a opção com crianças.

Outro. Especifique

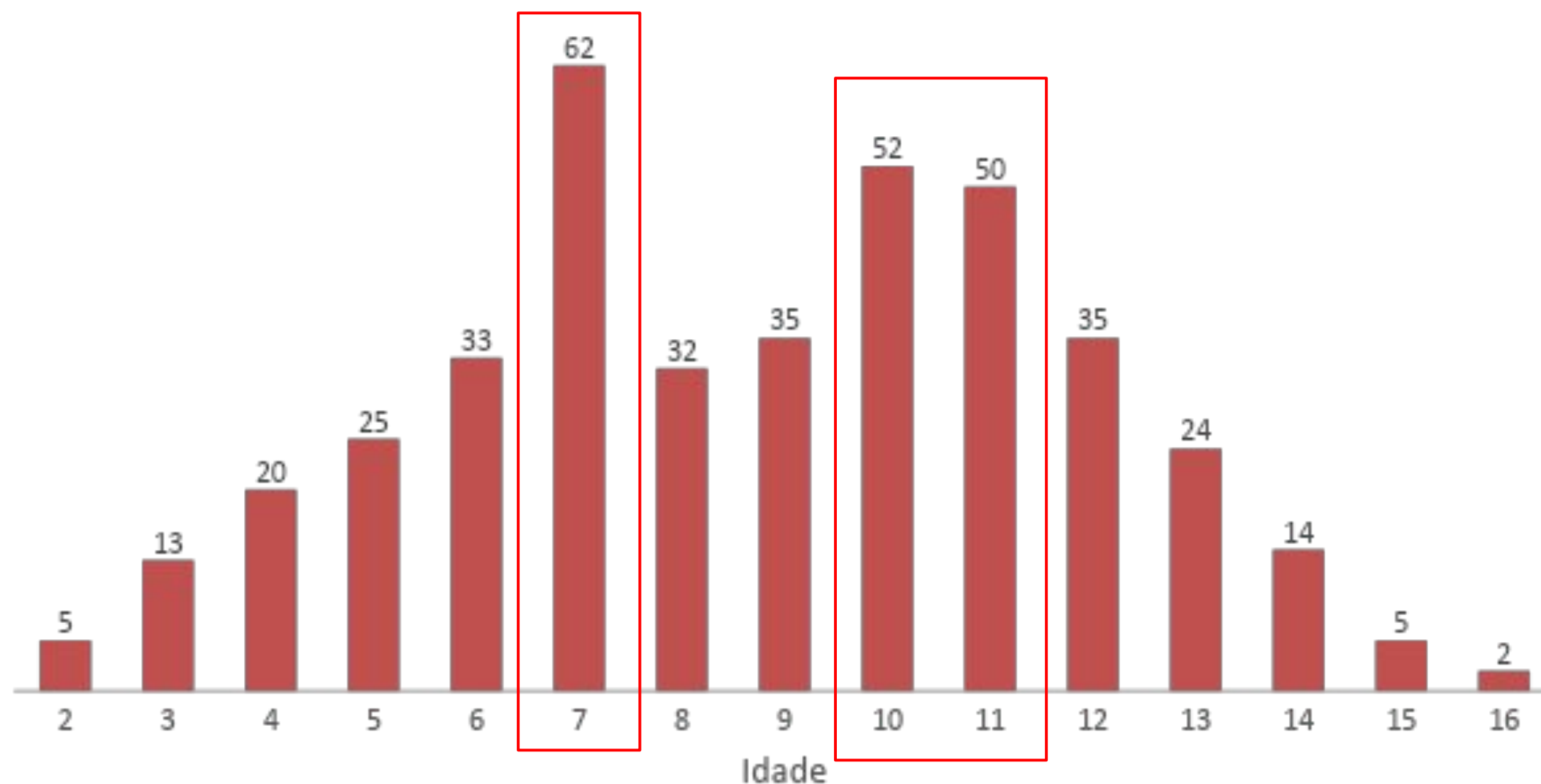


- + Vários visitantes que assinalaram "outro" especificaram itens que já estavam previstos nas respostas, como é o caso de "filho", "pai e filhos pequenos", "minhas filhas" etc.
- + Vale destacar que essa questão só permitia uma resposta, o que pode ter produzido um número maior de respostas "outro".
- + As respostas "outro" que citam as palavras filho/a ou família somam 23 respostas das 35 dessa questão. Caso esse dado seja considerado, o total de público com crianças sobe para 27,8%. Esse número é semelhante aqueles encontrados na pesquisa longitudinal da OMCC&T (2017), onde cerca de 34% do público visita os museus de ciências com filhos. Já na pesquisa realizada em 21 centros de ciências dos EUA, o público com crianças chega a 71% (COVES, 2019).

Qual a idade da(s) criança(s).

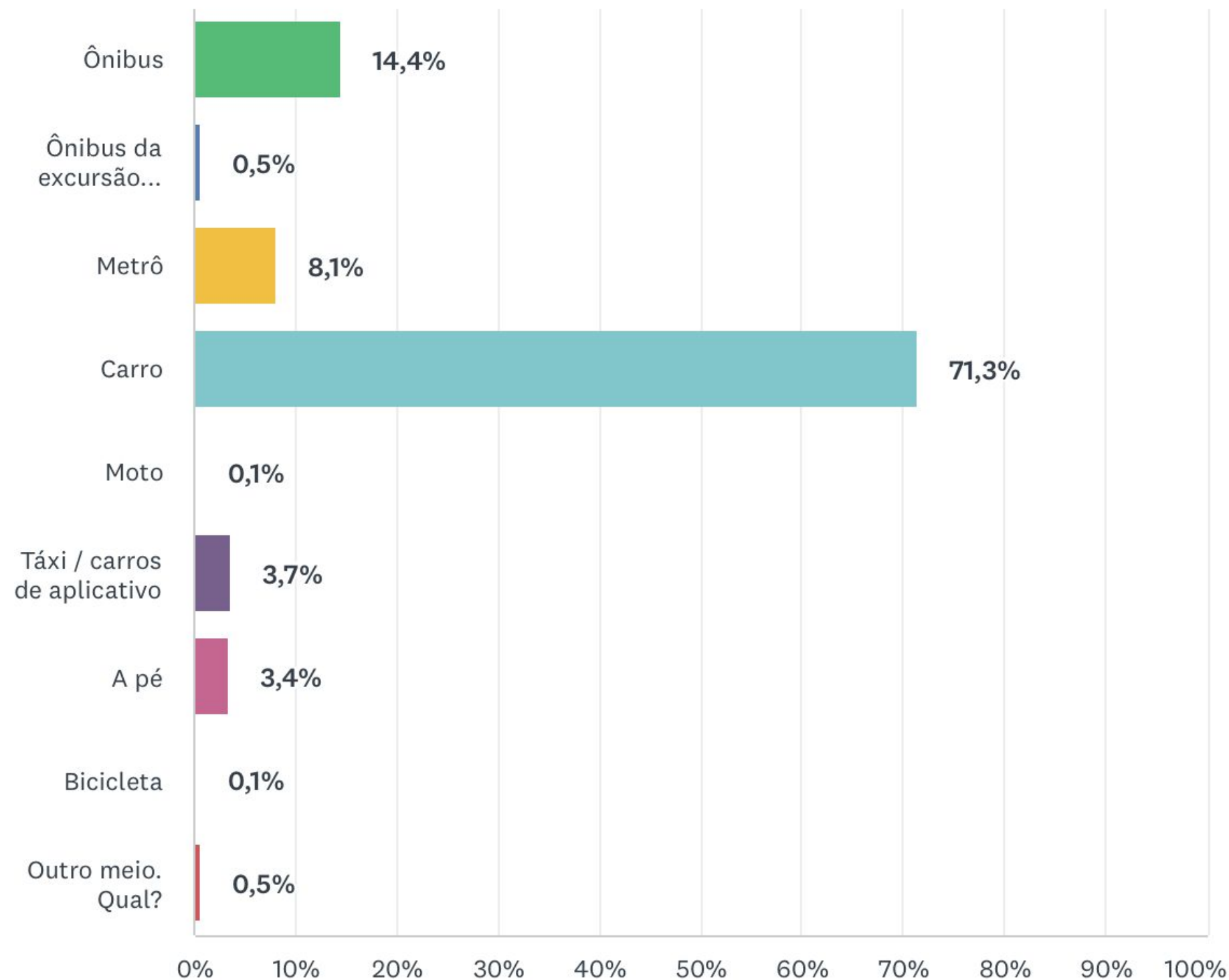
Essa questão foi feita apenas àqueles que responderam que vieram ao museu com uma ou mais crianças

Qual a idade da(s) criança(as)?



- + Crianças com até 7 anos, neste estudo perfazem 39% do público. No estudo realizado pelo COVES (2019), em museus de ciências esse número é de 52%.

Qual(ais) o(s) meio(s) de transporte que você utilizou para vir até ao SESI Lab?



+ A locomoção feita preferencialmente por carro é um fator importante para pensar a ampliação do acesso ao Museu. Checar linhas e trajetos e divulgá-las pode ser uma boa estratégia para atingir públicos potenciais.

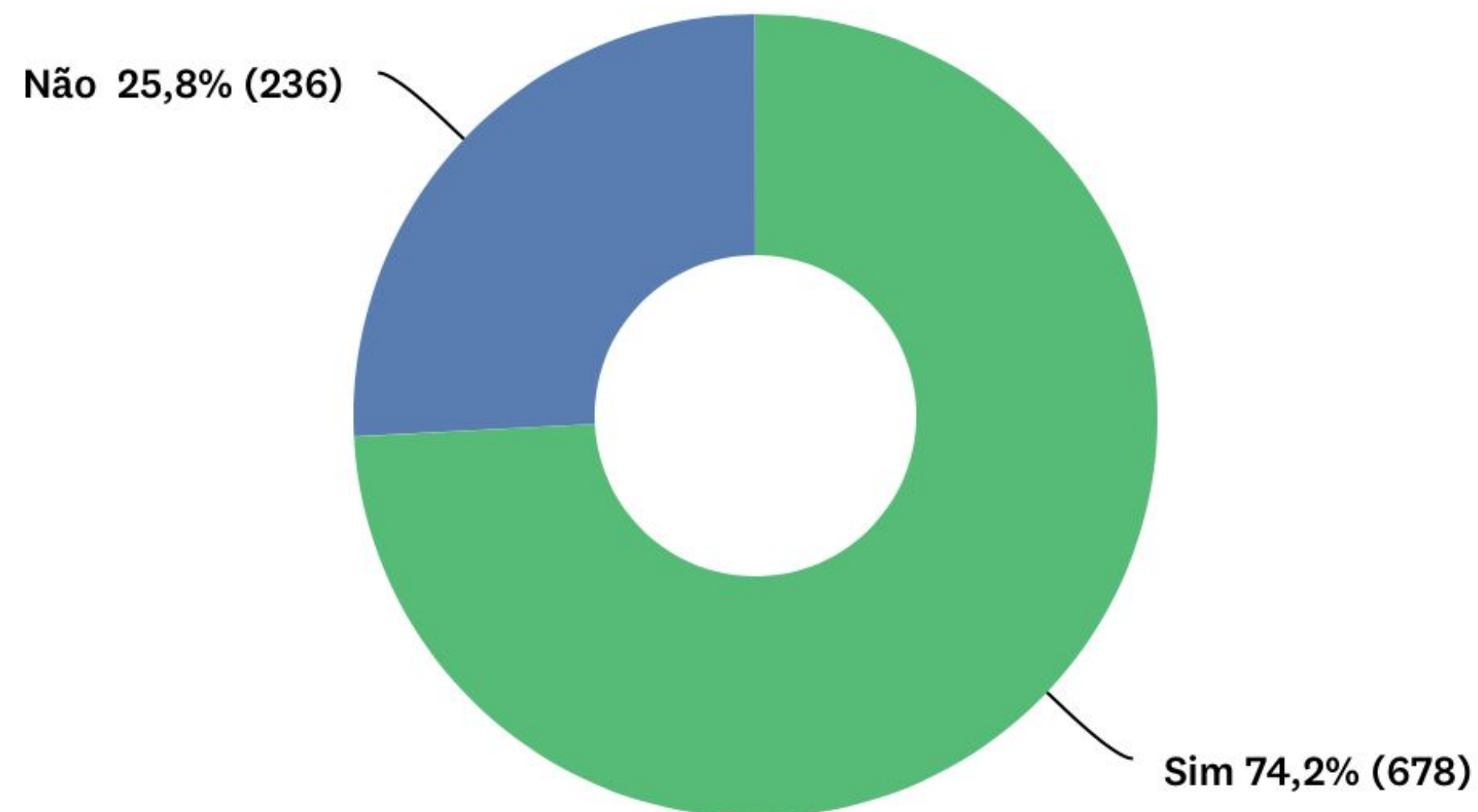
Outro meio. Qual?

Uber (n=3)

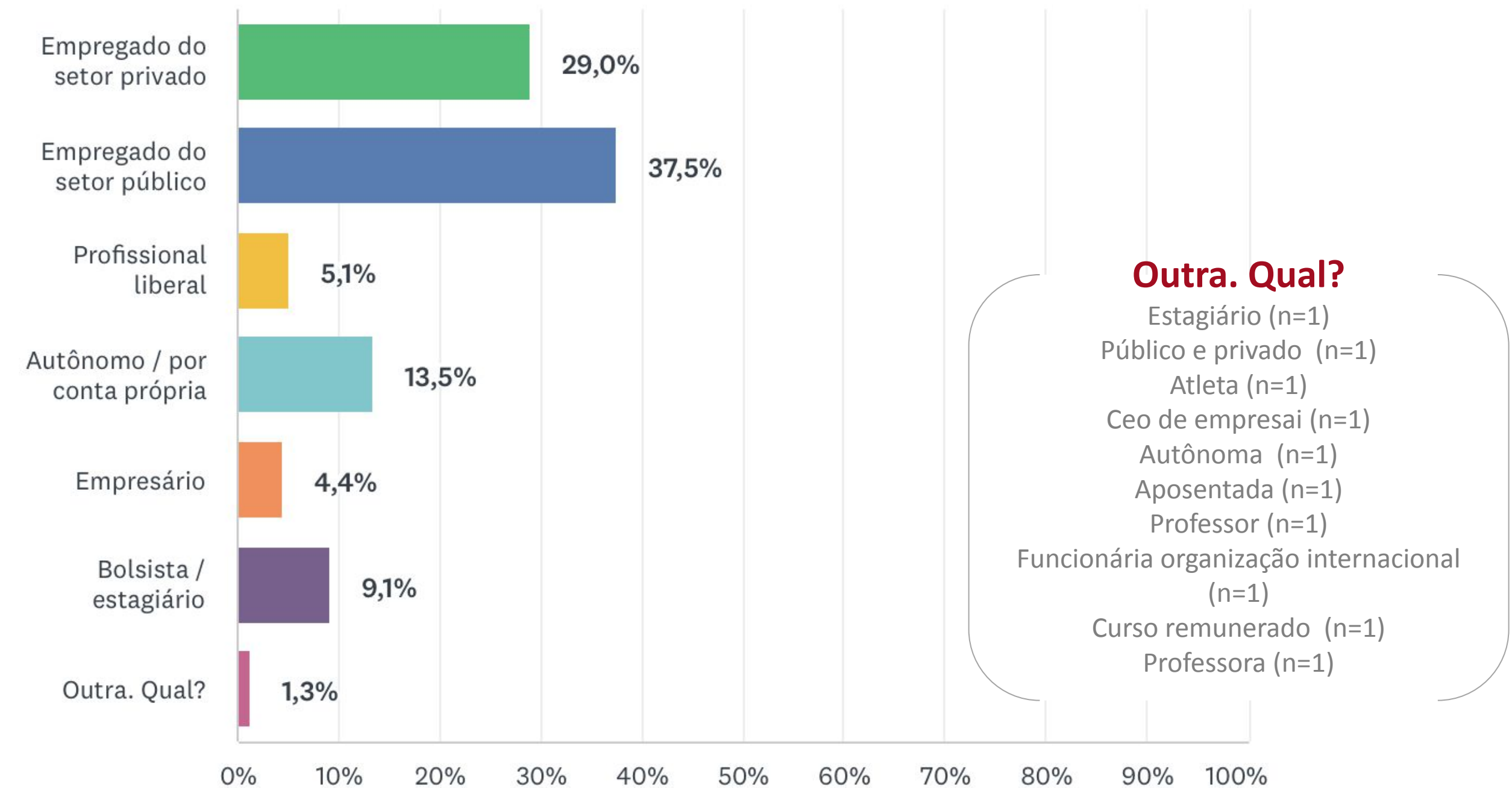
Van (n=1)

Avião (n=1)

Você exerce alguma atividade remunerada?

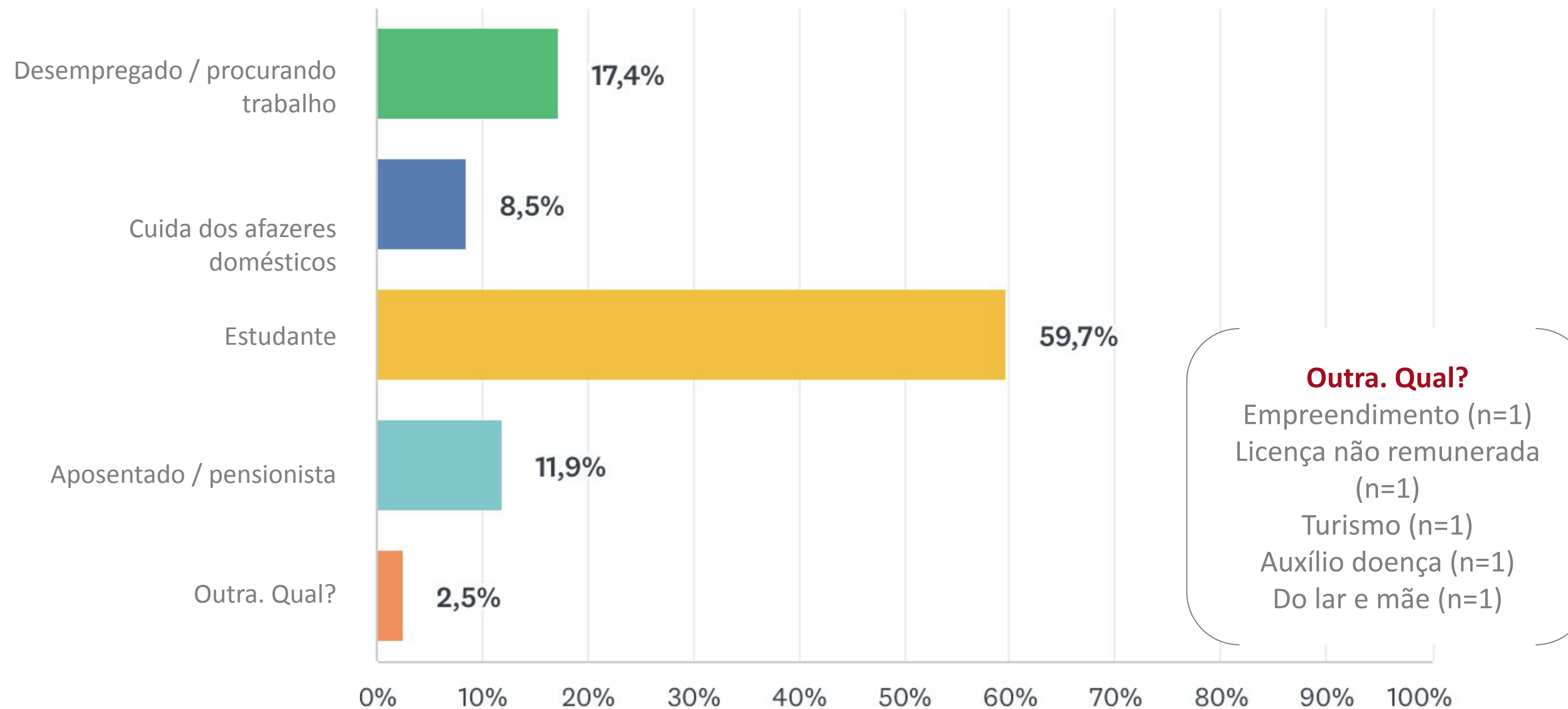


Se você exerce atividade remunerada, indique sua situação: (Marque apenas uma resposta)



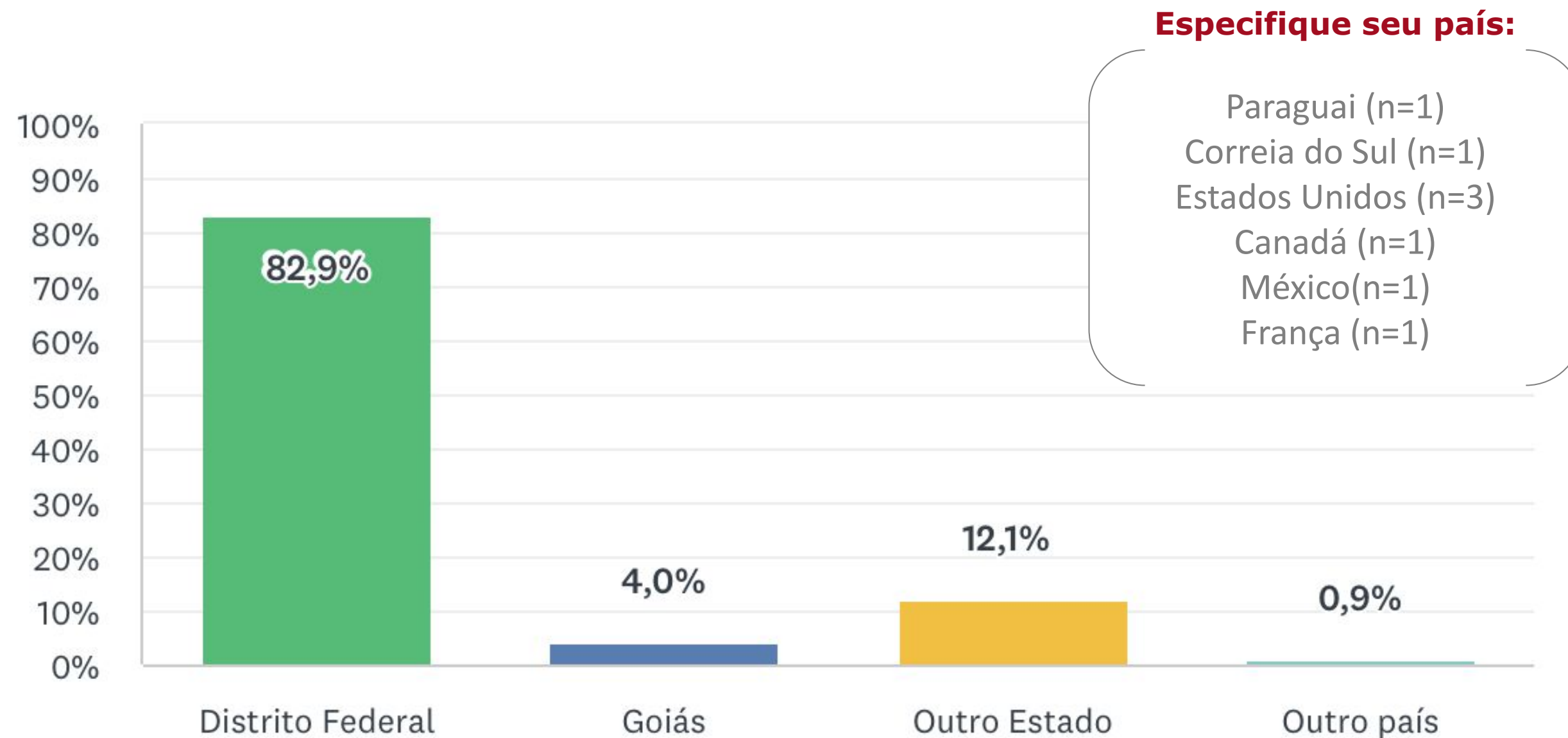
+ Os dados sugerem que há um alto índice de pessoas empregadas no setor público que visitam o SESI Lab. Esses dados podem estar relacionados com o perfil de ocupação profissional de Brasília, considerando que a maioria dos visitantes são do Distrito Federal / Plano Piloto (como indicado posteriormente).

Se você **NÃO** exerce atividade remunerada, indique sua situação: (Marque apenas uma resposta)



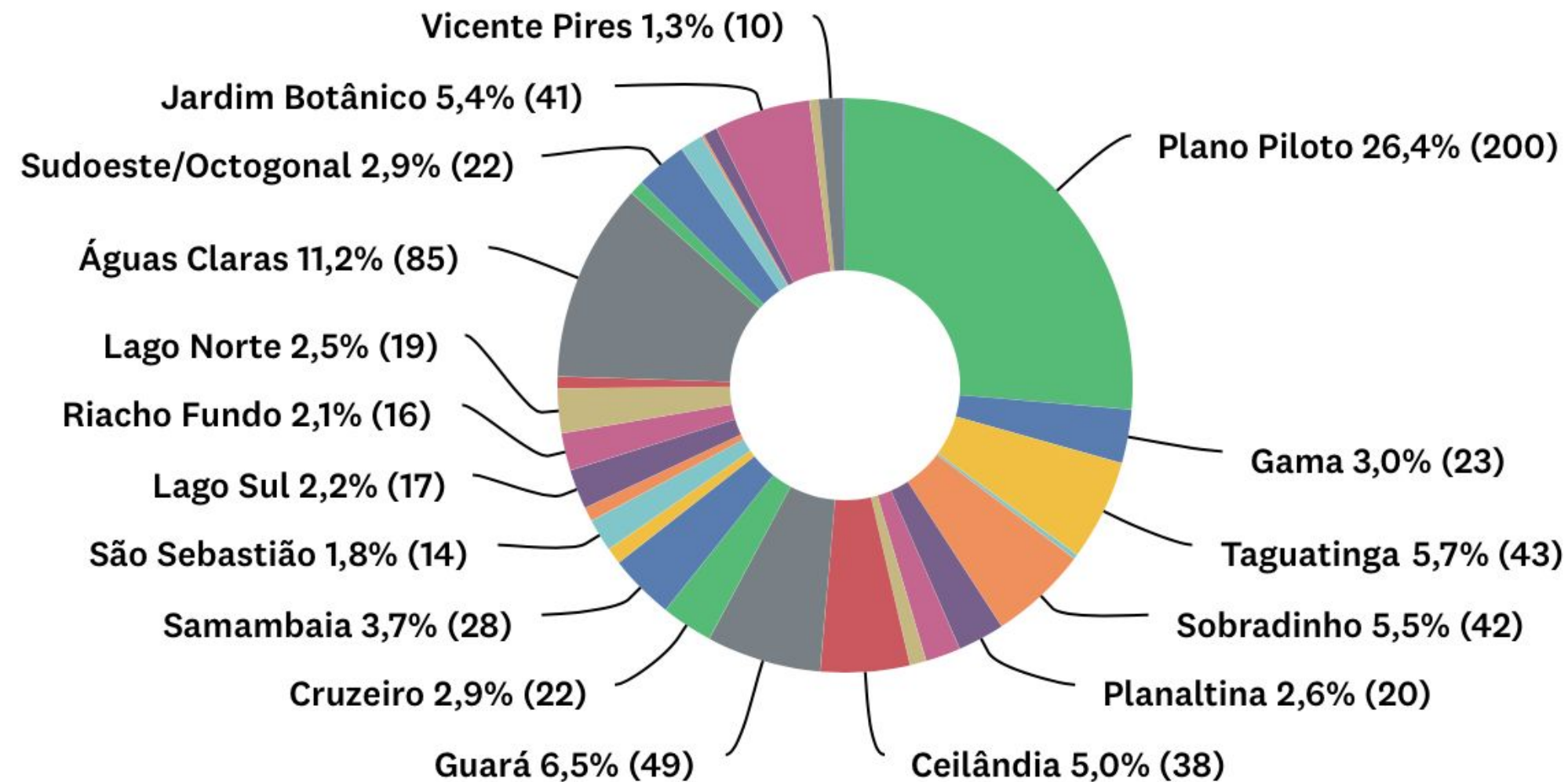
+ Entre aqueles que não exercem atividades remuneradas, os estudantes são maioria. Filtrando os dados desse público, nota-se predominância da faixa etária de 15 a 19 anos (52,5%) e de 20 a 25 anos (22,7%). A escolaridade predominante é Ensino Médio e Ensino Superior.

Onde você mora?



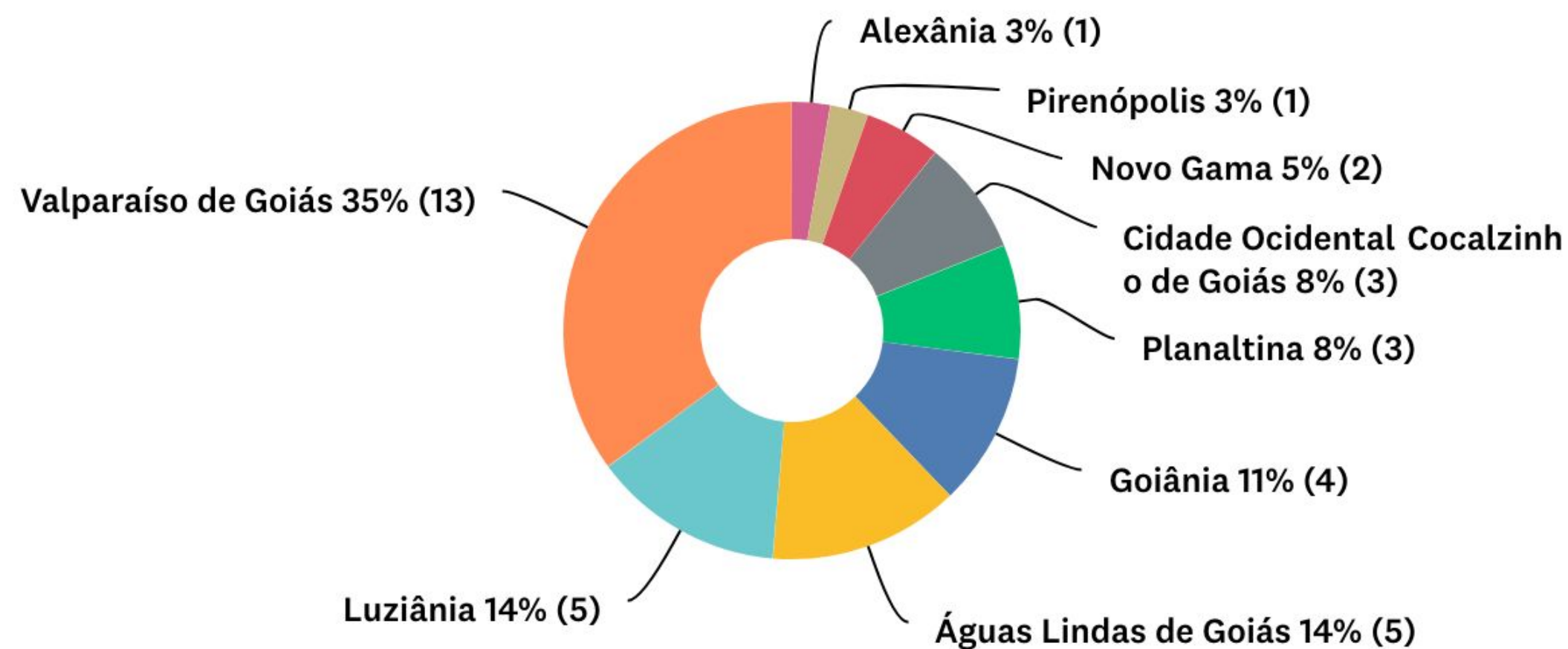
+ Visitantes do Distrito Federal são maioria no SESI Lab.

Qual região do DF?



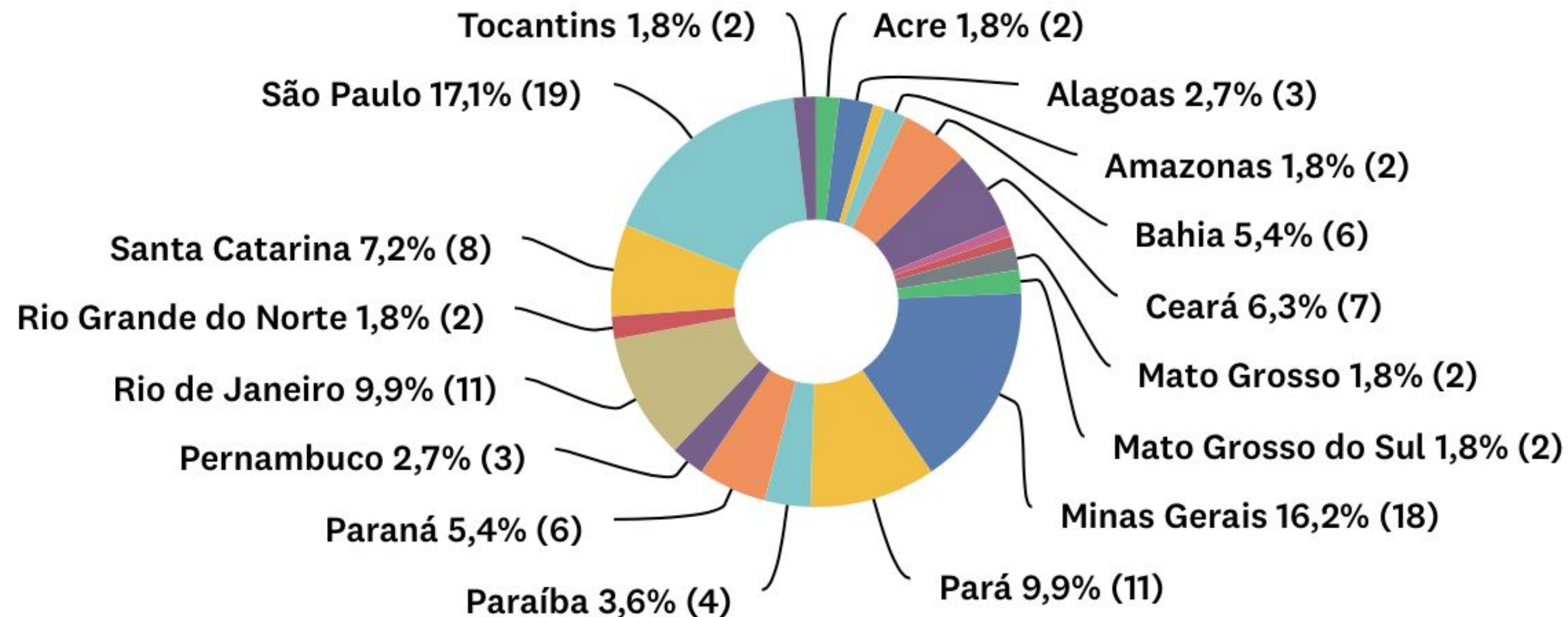
- + Os dados mostram que 26,4% do público presente no Sesi Lab, são residentes do Plano Piloto.
- + Cruzando esses dados com os resultados da pesquisa Distrital por Amostra de Domicílios (PMAD do DF, 2021) verifica-se que 48,1% do público do Sesi Lab são de regiões com renda alta como: Águas Claras, Jardim Botânico, Lago Norte, Lago Sul, Plano Piloto e Sudoeste/Octogonal.
- + Isso indica a importância de ações em outras regiões, especialmente naquelas que não são servidas pelo metrô e regiões mais carentes como São Sebastião e Riacho Fundo.

Qual cidade de Goiás?



- + Os dados mostram que cidades próximas ao DF (Valparaíso de Goiás, Luziânia e Águas Lindas) perfazem praticamente dois terços dos visitantes de Goiás. Isso indica que ações de divulgação e parceria com secretarias de outros municípios podem ser boas estratégias para ampliação de público.

Outro Estado, selecione uma opção:



- + No que se refere aos três estados com maior público, os dados refletem de forma razoável a população, com mais visitantes provenientes de São Paulo, Minas Gerais e Rio de Janeiro. Chama atenção o número de visitantes do Pará.

Outro país, especifique:

TOTAL: 8 RESPONDENTES

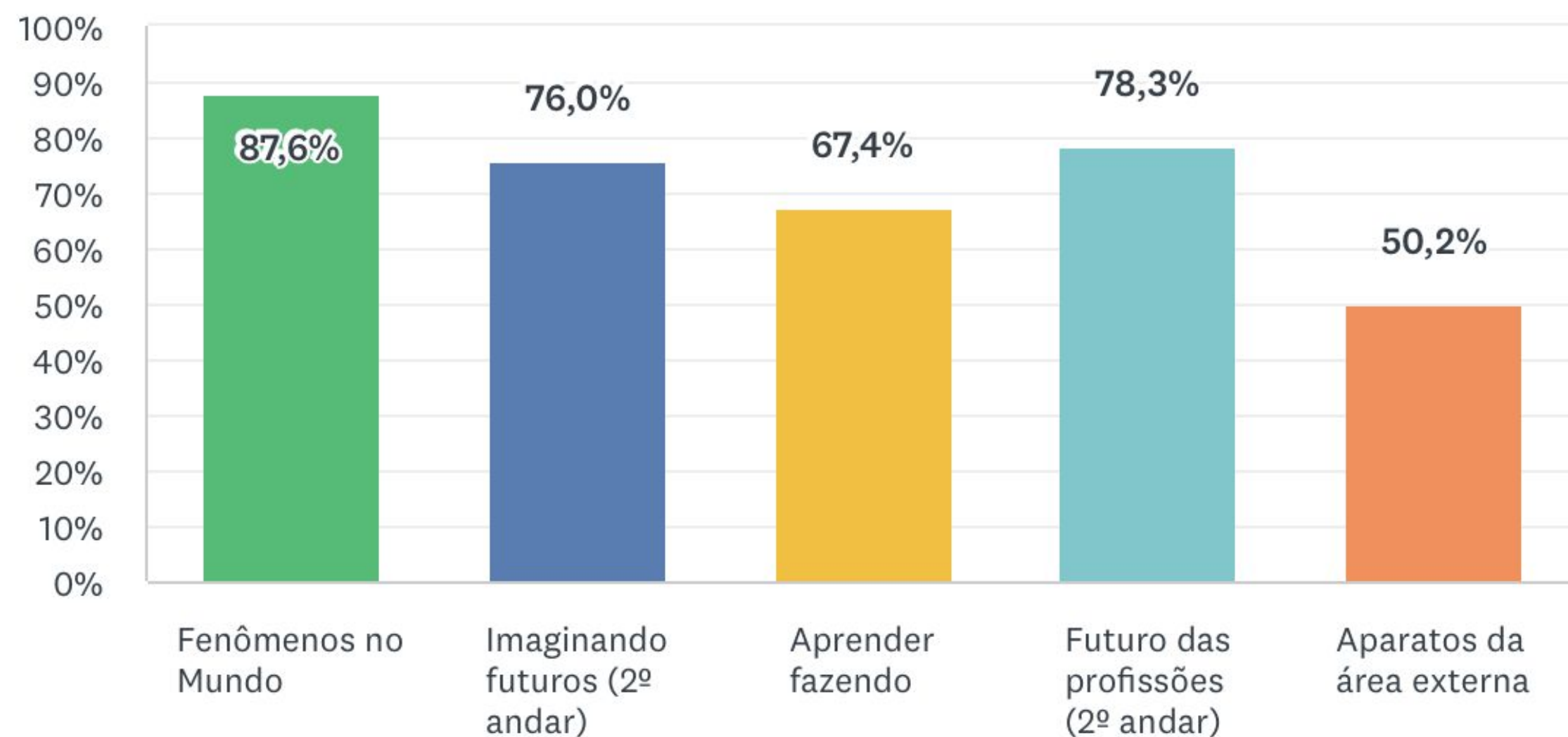
- + Estados Unidos da América (n=3)

Com apenas uma resposta:

- + Canadá
- + México
- + França
- + Paraguai
- + Coreia do Sul

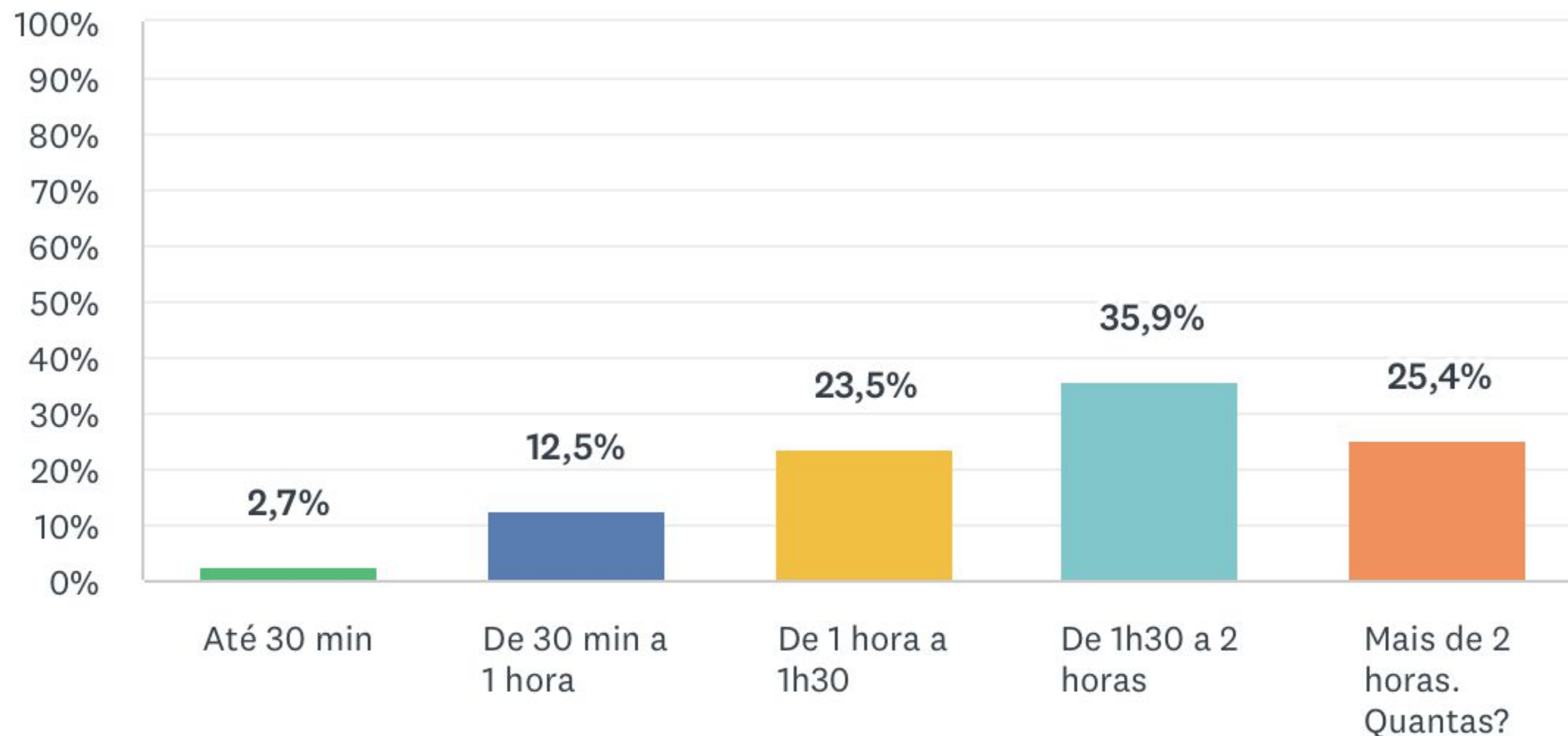
- + Nota-se que o público estrangeiro esteve pouco presente no SESI Lab no período da coleta.

Quais galerias você visitou hoje?



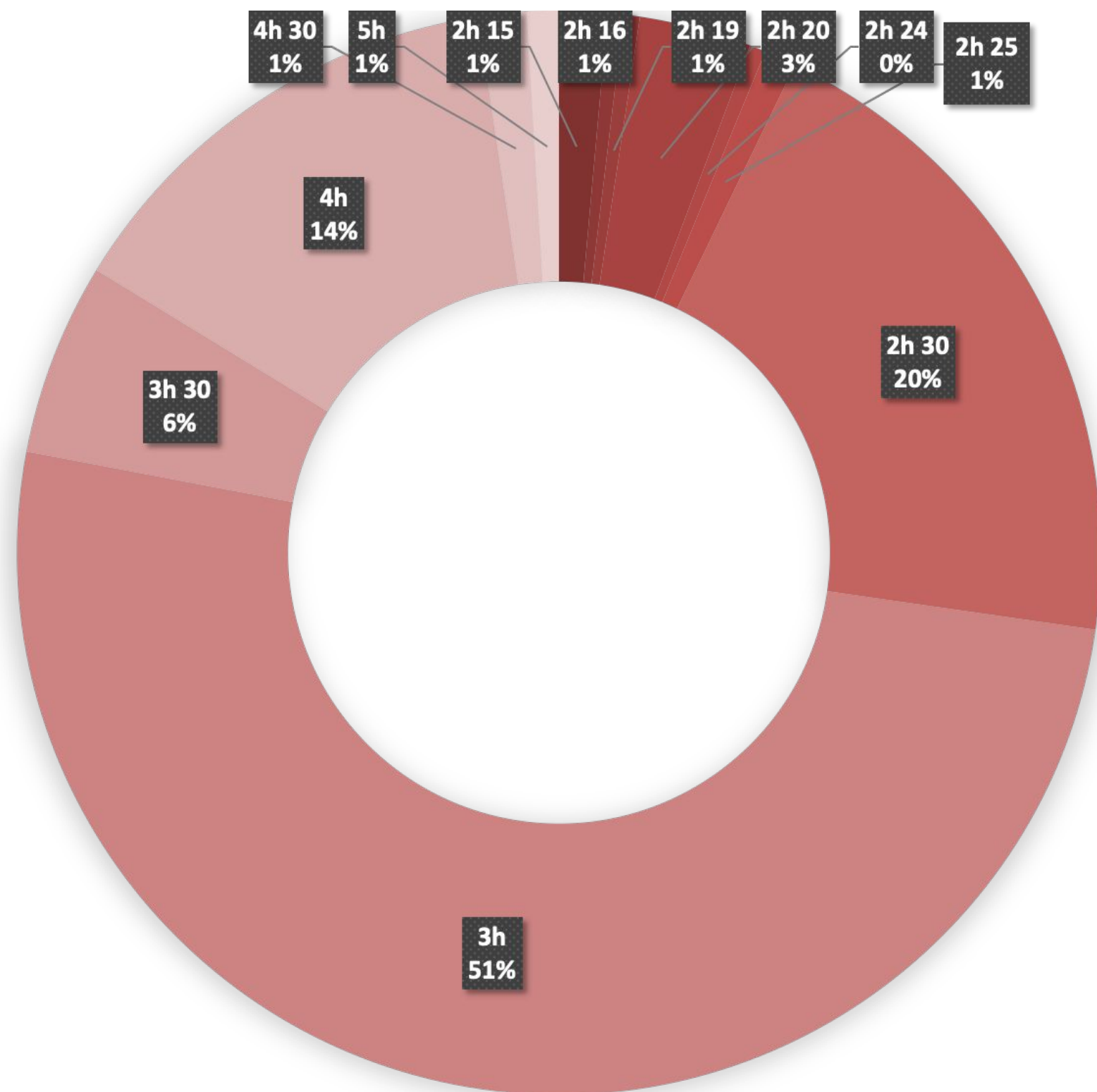
- + A galeria Aprender Fazendo foi a menos indicada dentre as exposições do espaço interno. Todavia, vale notar que não há um limite físico entre essa e a galeria Fenômenos do Mundo. Assim, mesmo com a ajuda de imagem disponível no questionário, o público pode ter visitado a Aprender Fazendo. Para determinar melhor esse dado seria interessante realizar pesquisa de tracking.
- + Os aparatos da área externa podem ter sido visitados após a aplicação do questionário.

Quanto tempo você estima que durou sua visita ao Sesi Lab hoje?



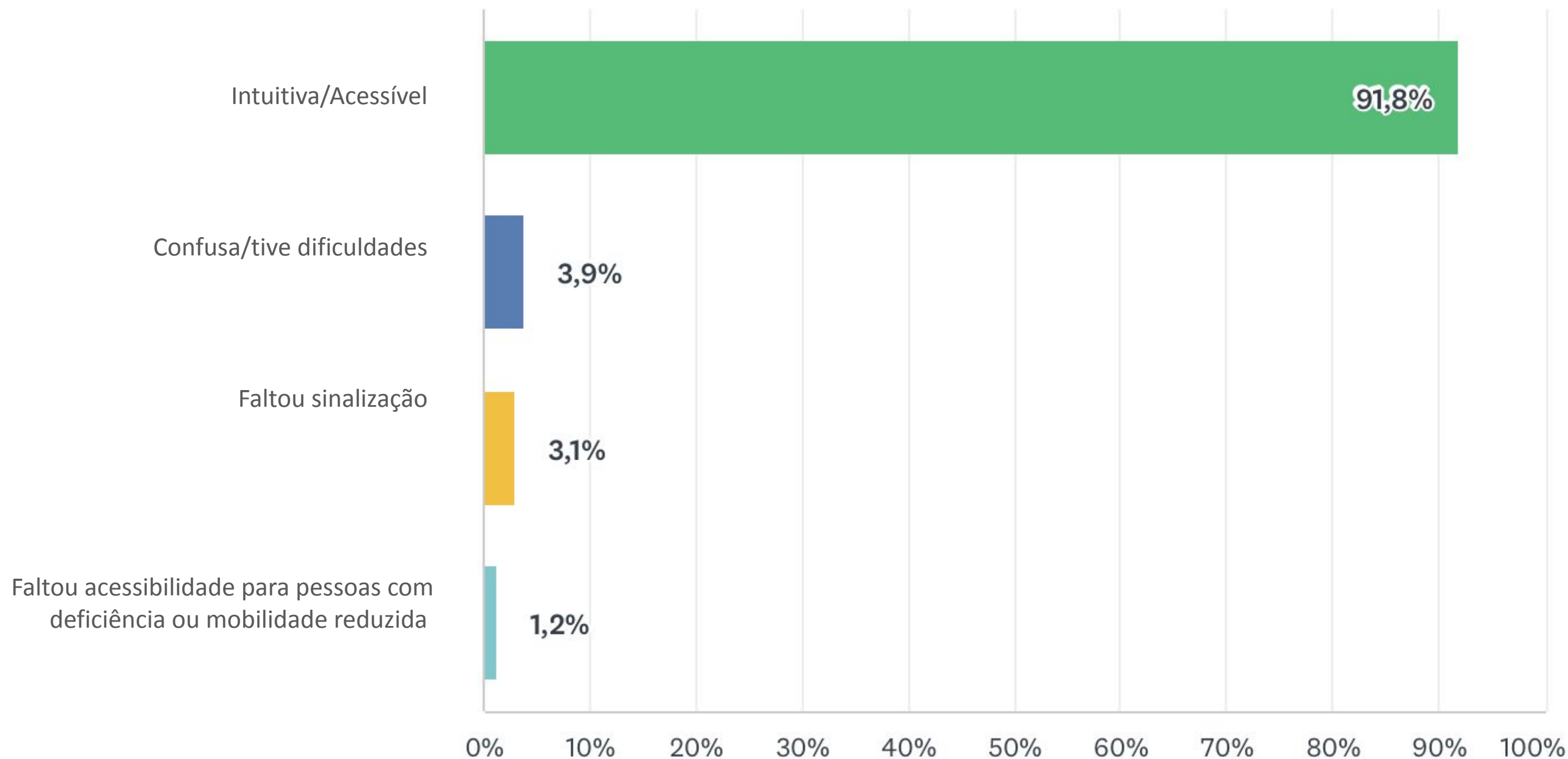
- + O tempo de permanência de 1h30 a 2h é o maior entre o público visitante. Os dados são superiores aos encontrados no estudo longitudinal da OMCC&T (2017), no qual as visitas entre 1 a 2 horas perfizeram 36%, sendo que aqui totalizaram 59%. Todavia, no estudo da OMCC&T as visitas mais duradouras, com mais de 2 horas de duração, somam cerca de 32%.
- + No caso do estudo COVES (2019) as visitas entre 1 e 2 horas somam 25% e a maior parte do público, 71%, passa mais de 2 horas nos museus analisados, indicando que a visita é uma atividade de longa duração e evento para um período inteiro do dia.

Mais de duas horas. Quantas?



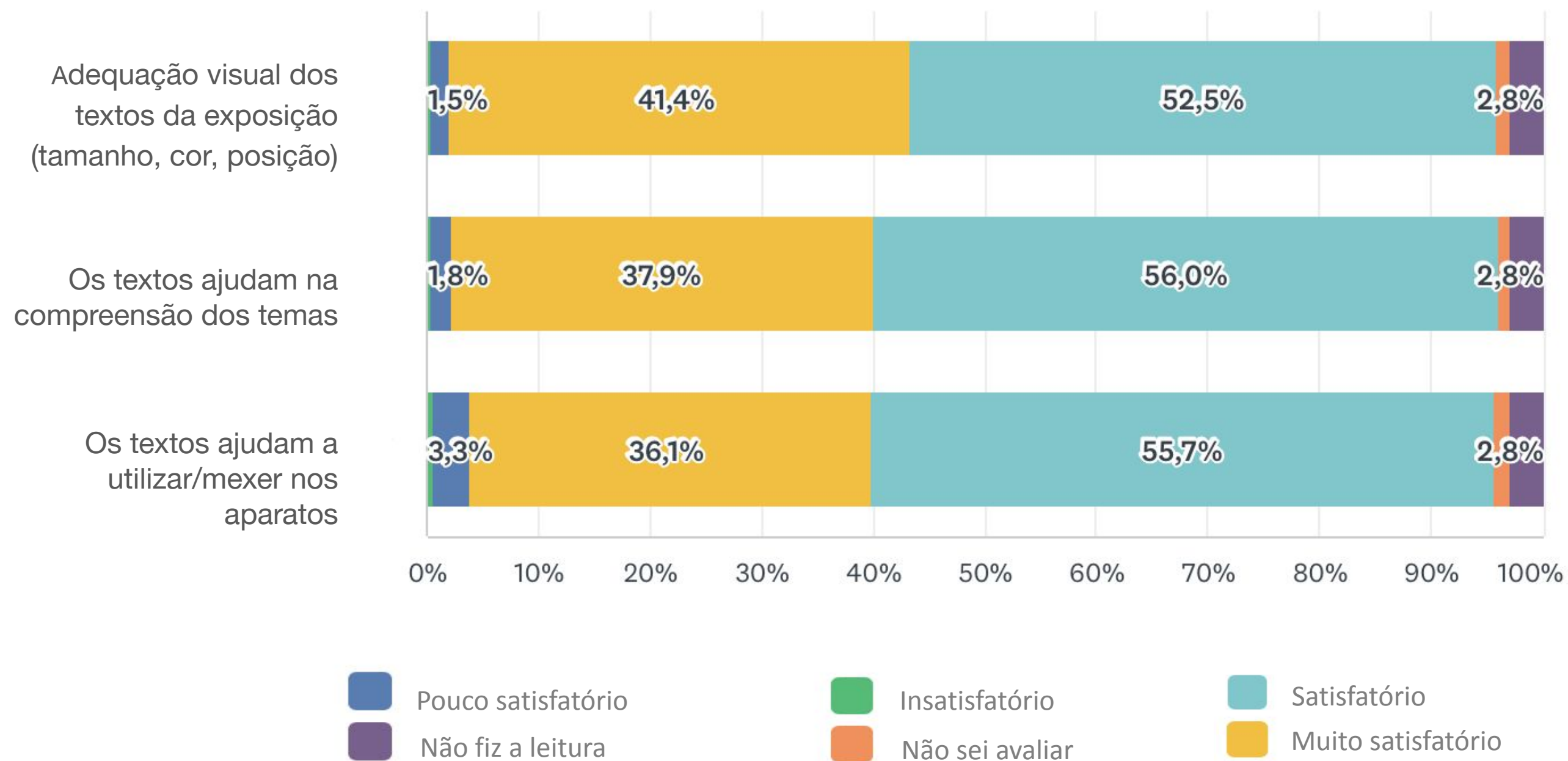
- + Entre aqueles que responderam mais de 2h, 51% dos visitantes mencionam ficar na visita por 3h.

Como foi sua experiência em relação à sinalização (totens informativos, avisos no balcão, folders etc.) das áreas expositivas?



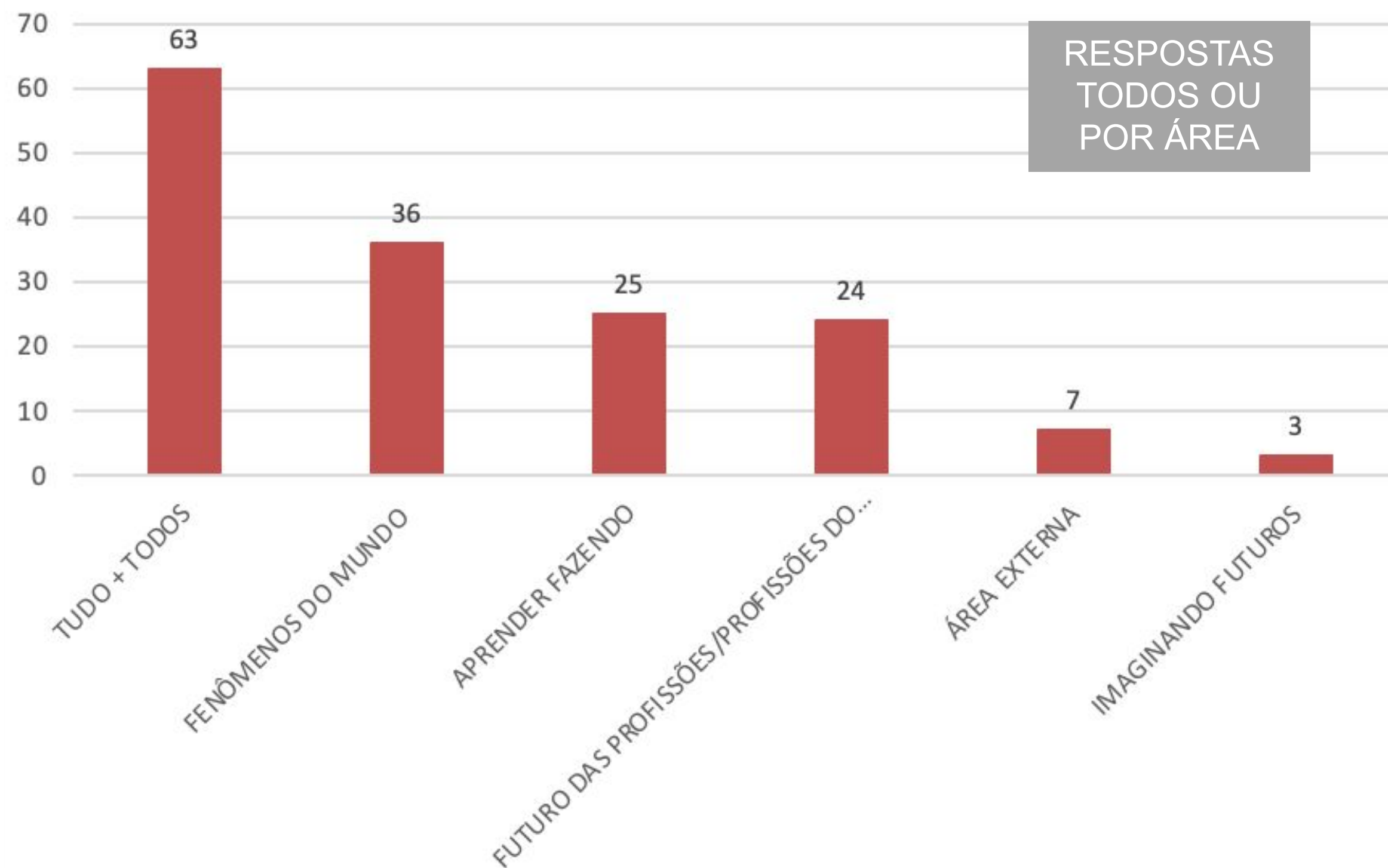
+ A maioria dos visitantes indicou que o Sesi Lab é acessível e intuitivo.

Sobre os textos das exposições avalie:

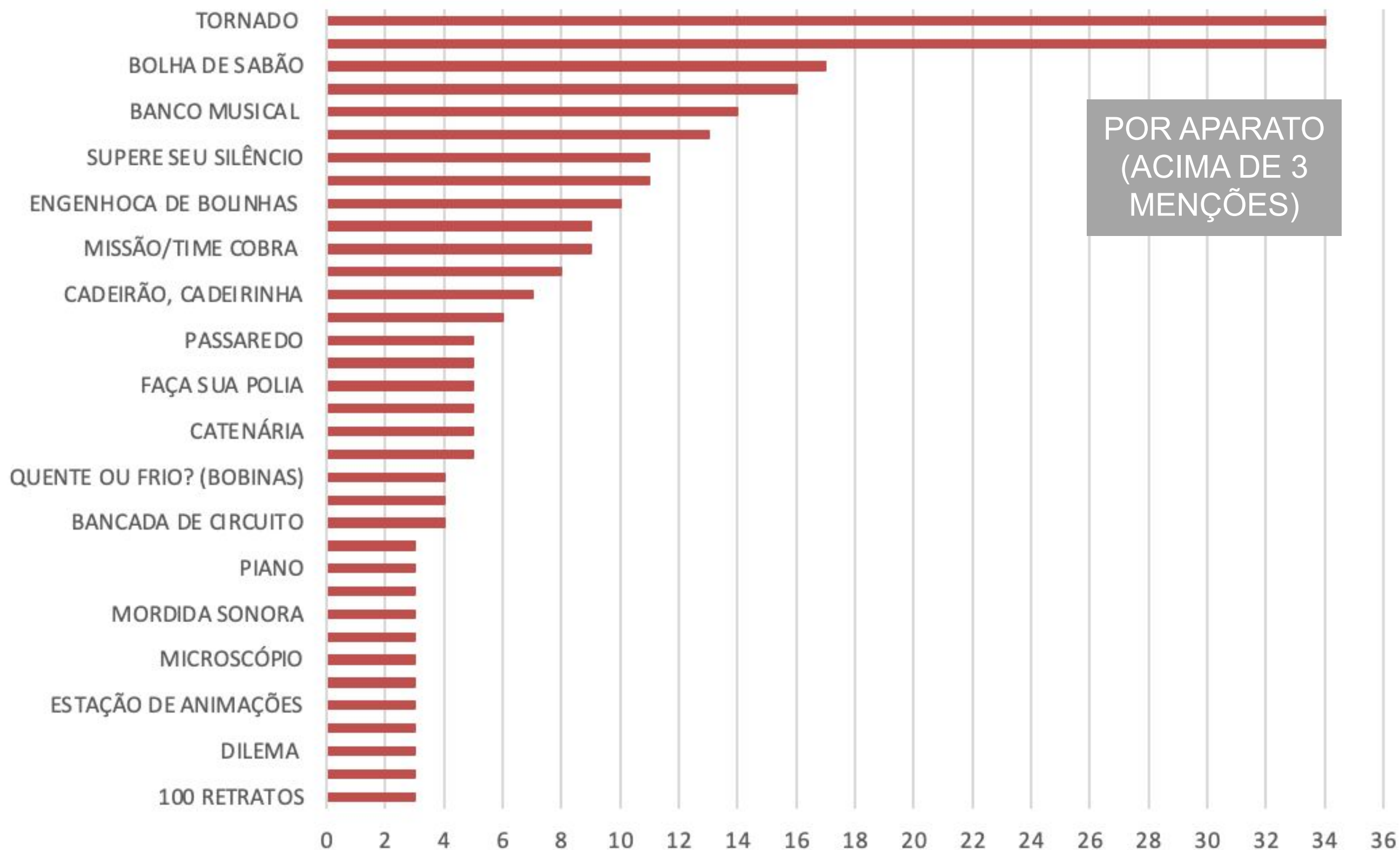


+ A avaliação dos textos como "satisfatório" foi maioria entre os visitantes.

Qual/quais aparato(s) expositivo(s) você mais gostou?



Qual/quais aparato(s) expositivo(s) você mais gostou?



- + Na pesquisa atual os visitantes responderam espontaneamente sobre os aparatos que mais gostaram, sem auxílio de imagens ou qualquer material para estimular a memória. Vale reforçar que há um número muito grande de aparatos o que pode dificultar a memória do nome, assim em várias respostas o público buscou descrever a experiência. Com isso, em poucas situações, encontramos ambiguidade entre dois aparatos de tema semelhante ou foi impossível identificar pela descrição.
- + Para uma análise mais profunda de satisfação quanto às experiências, sugerimos que seja realizada pesquisa com abordagem metodológica de lembrança estimulada.

Se você fosse descrever para um amigo sua experiência no SESI Lab, quais dessas palavras você usaria? (Marque até 3 opções)

557 respostas
357 ignoraram

Incrível	426
Emocionante	99
Envolvente	360
Intimidadora	8
Desconfortável	2
Divertida	498
Relevante	93
Desinteressante	1
bom para crianças	302
Interessante	299
Não se relaciona comigo	2
Difícil de entender	3
Complexa	12
Outra. Especifique	11

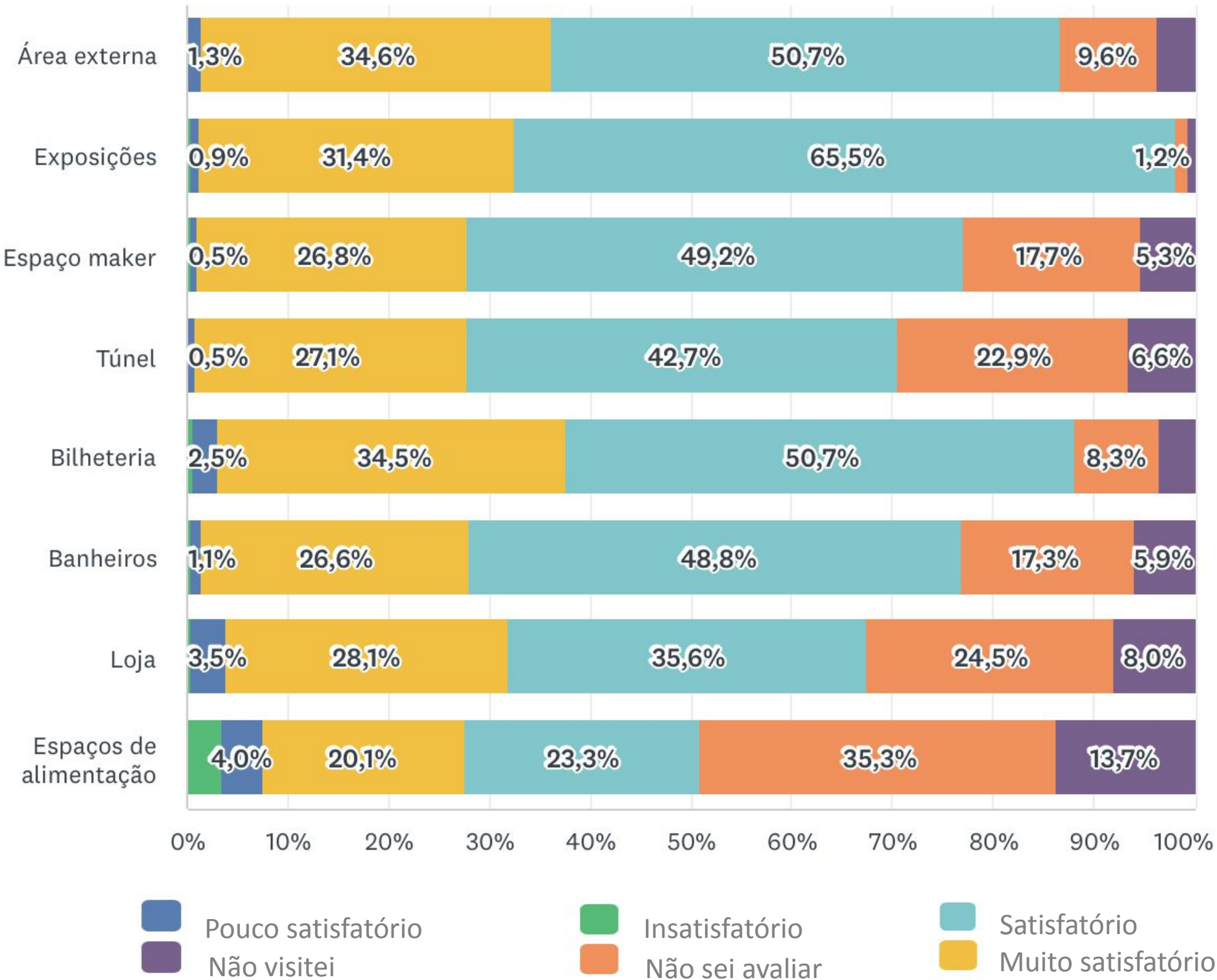


+ As palavras positivas como, divertida, incrível, envolvente, bom para crianças e interessante são as mais selecionadas para descrever o SESI Lab pelos seus visitantes.

Há outros temas e abordagens que você gostaria de encontrar no Sesi Lab? Conte para nós usando o espaço a seguir

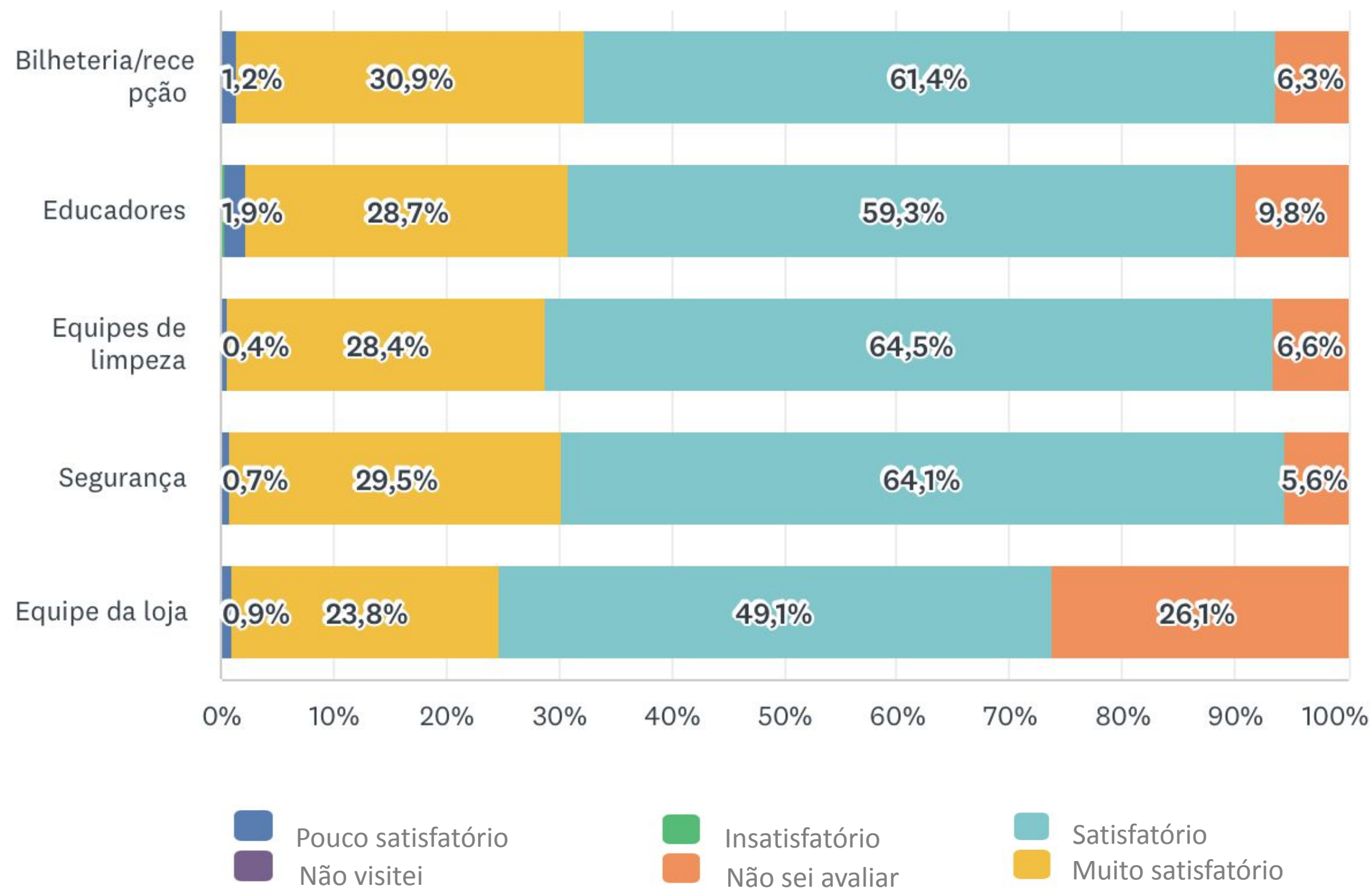


Avalie a infraestrutura e acessibilidade aos espaços:



- + Os dados refletem um nível global de satisfação.
- + Chama a atenção a avaliação "insatisfatória" (4%) e não sei avaliar (35,3%) para "espaços de alimentação". Esse dado reflete a ausência, até o momento, de um local para o público poder consumir/lanchar.
- + A loja é o segundo aspecto de infraestrutura apontado pelo público como não sei avaliar (24,5%) e também o segundo que mais gerou pouca satisfação. A localização da loja no final da exposição pode ter influenciado os resultados do tipo "não sei avaliar" e "Não visitei". Vale reforçar que caso o acesso ao Sesi Lab seja feito pela varanda, a loja estará próximo à entrada, aumentando possivelmente a apreciação do público quanto a esse aspecto de infraestrutura.

Como você avalia o atendimento:



- + Os dados no geral, correspondem ao nível global de satisfação
- + Mais uma vez chama atenção a porcentagem de pessoas que não souberam avaliar o atendimento da loja. Valem os comentários feitos anteriormente para a variável de infraestrutura.
- + Apesar do valor ser baixo, seria interessante verificar mais a fundo em outras oportunidades, a percepção do público quanto ao papel dos educadores. Há relatos de observação dos aplicadores que parte dos visitantes percebe inadequadamente a função dos educadores, entendendo que estes atuariam como responsáveis pelas crianças.

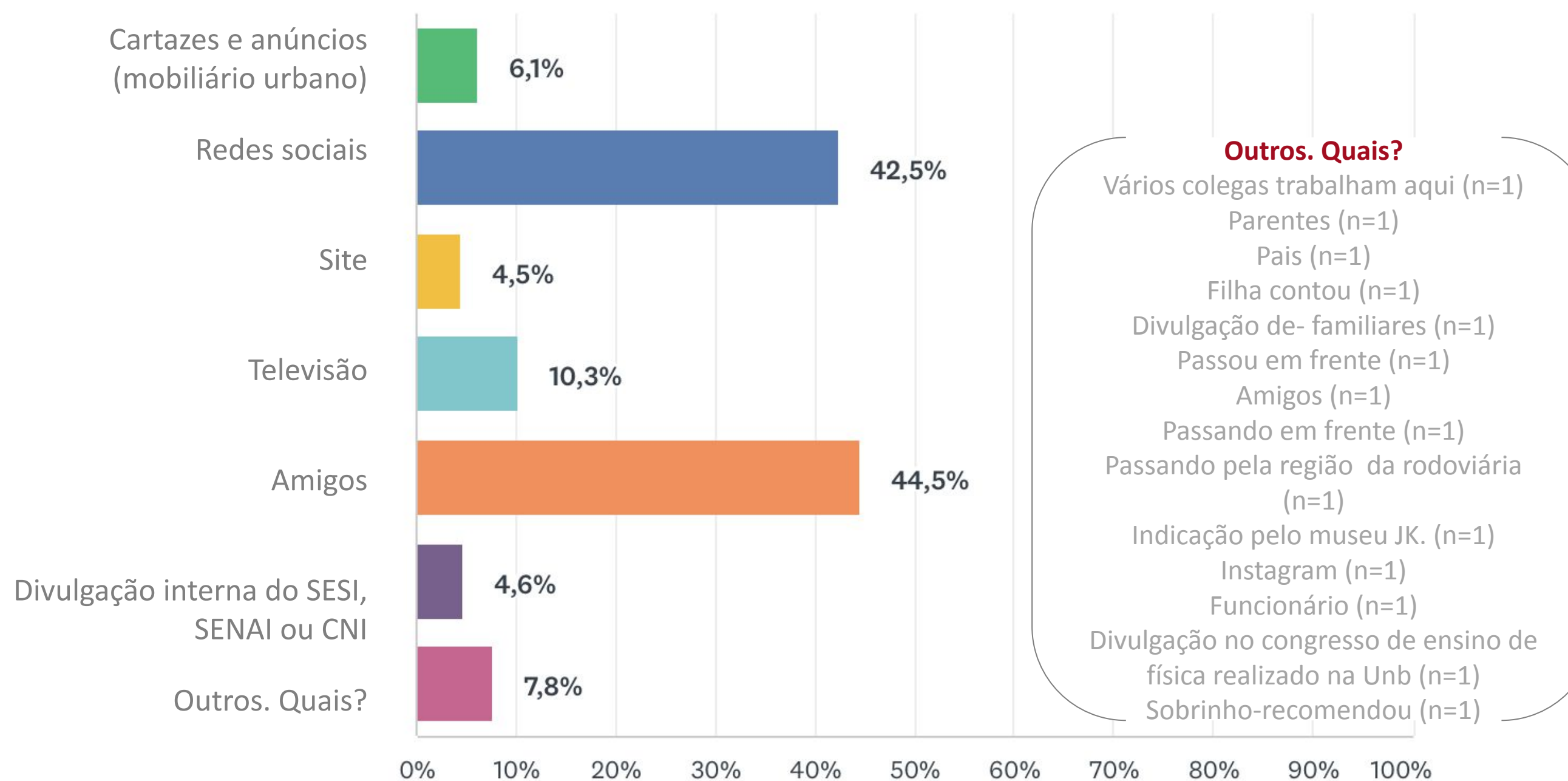
Em uma escala de 1 a 5, quão satisfeito você ficou com sua visita?



MUITO INSATISFEITO	INSATISFEITO	NEUTRO	SATISFEITO	MUITO SATISFEITO	TOTAL	MÉDIA PONDERADA
1,0% 9	0,1% 1	0,9% 8	23,7% 211	74,3% 662	891	4,70

Como ficou sabendo do SESI Lab?

(Marque até 2 opções)



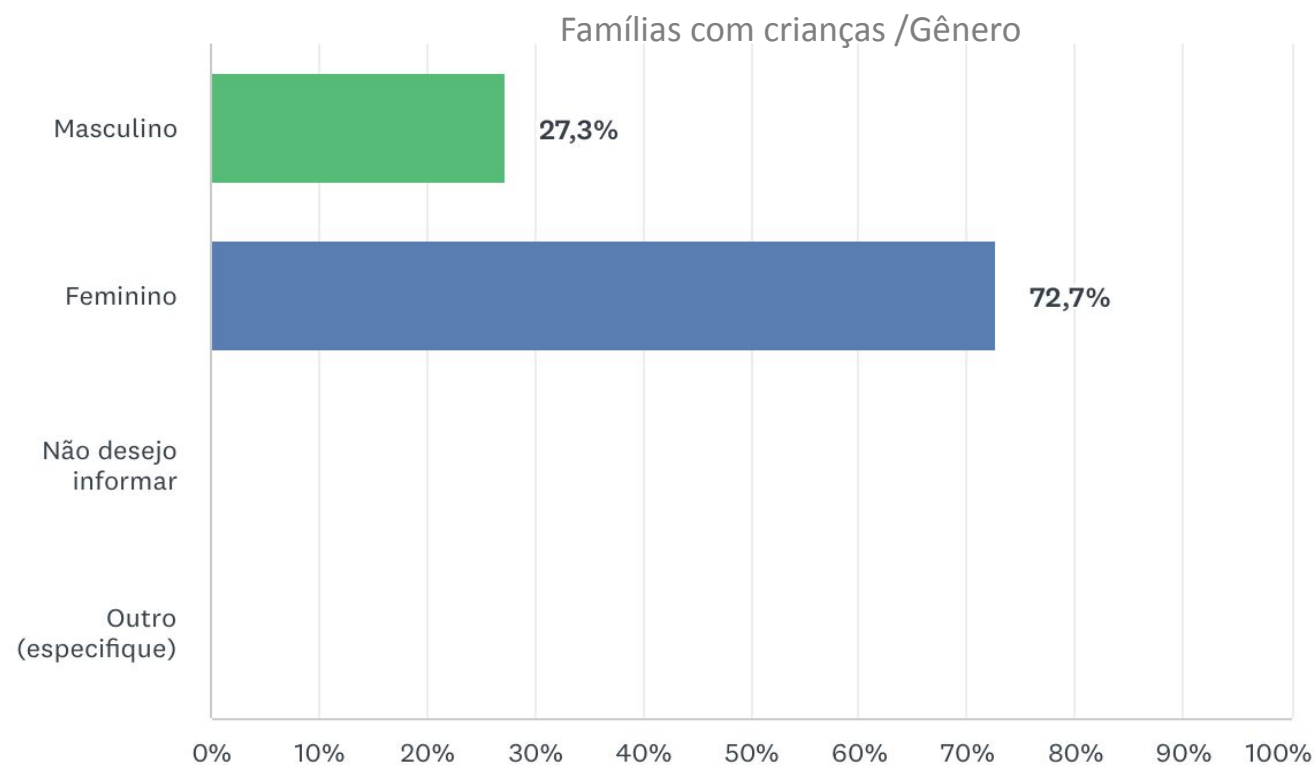
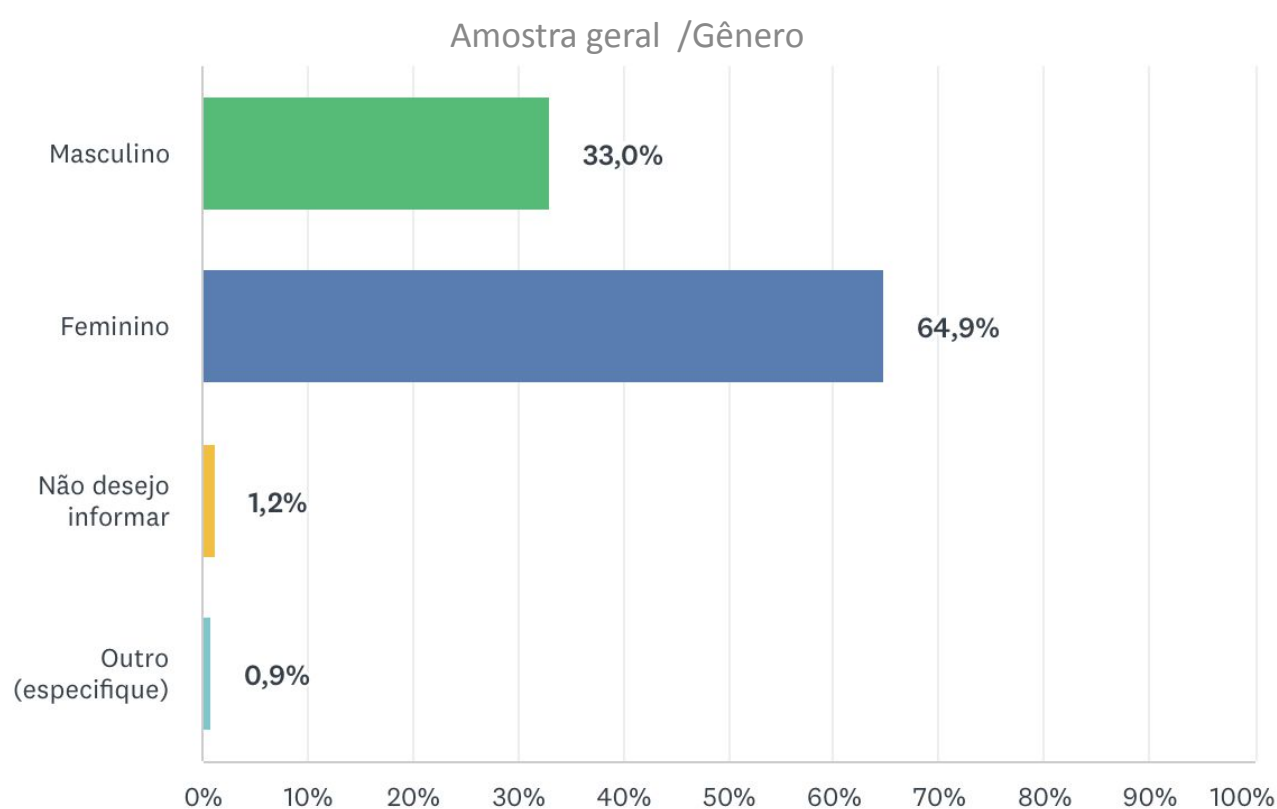
- + A indicação Sesi Lab por pessoas conhecidas: amigos/família, o famoso marketing espontâneo (boca a boca) e as redes sociais são os principais meios de informação a respeito do espaço.
- + Destacamos que a indicação de amigos é um fator importante para as visitas a museus e instituições culturais como destaca a pesquisa “Panorama Setorial da Cultura Brasileira (2017-2018).

Apontamentos e cruzamentos

Exposições

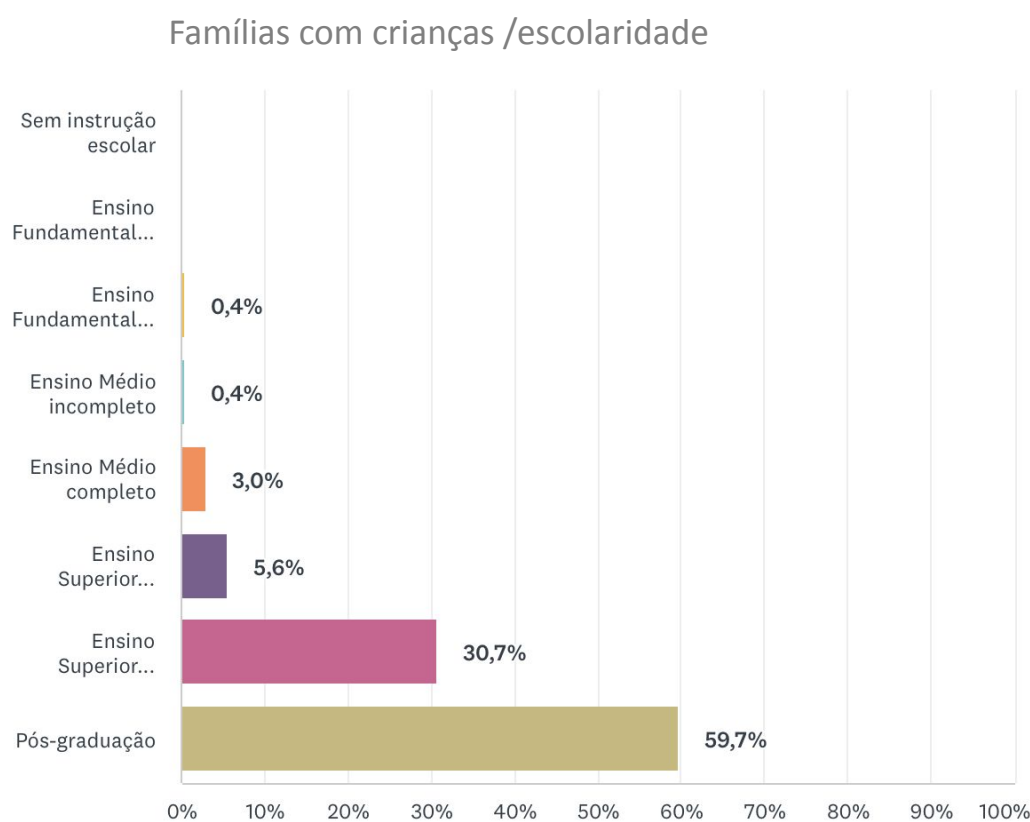
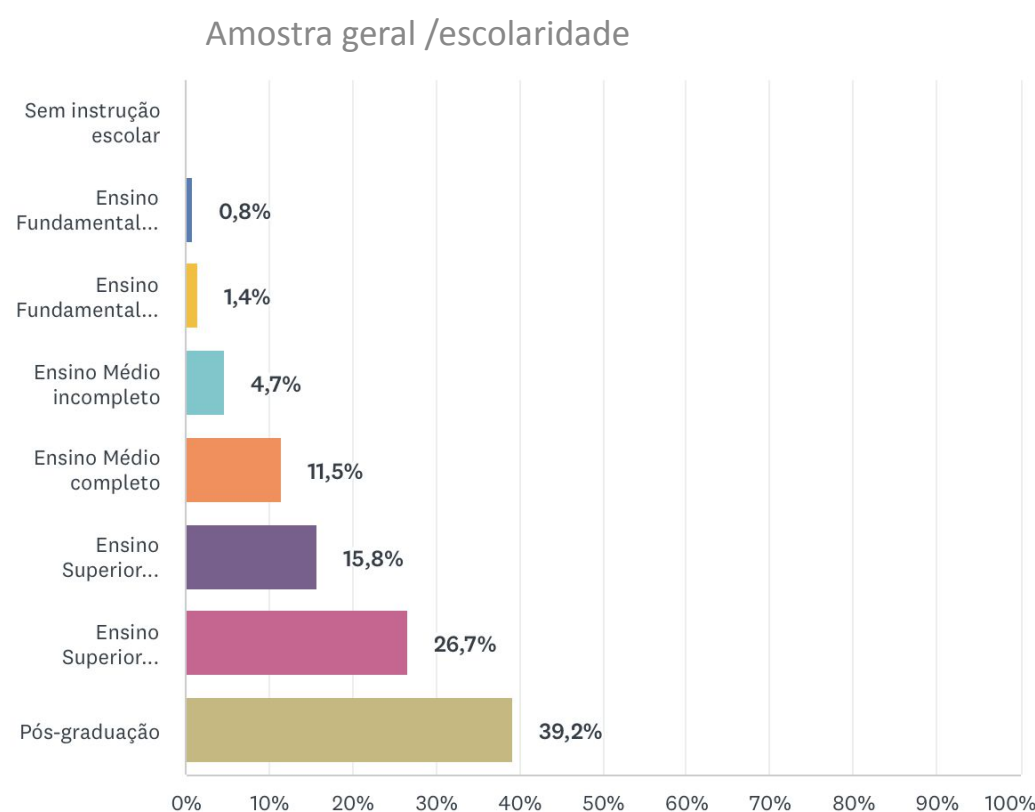


Famílias com crianças - Gênero e escolaridade

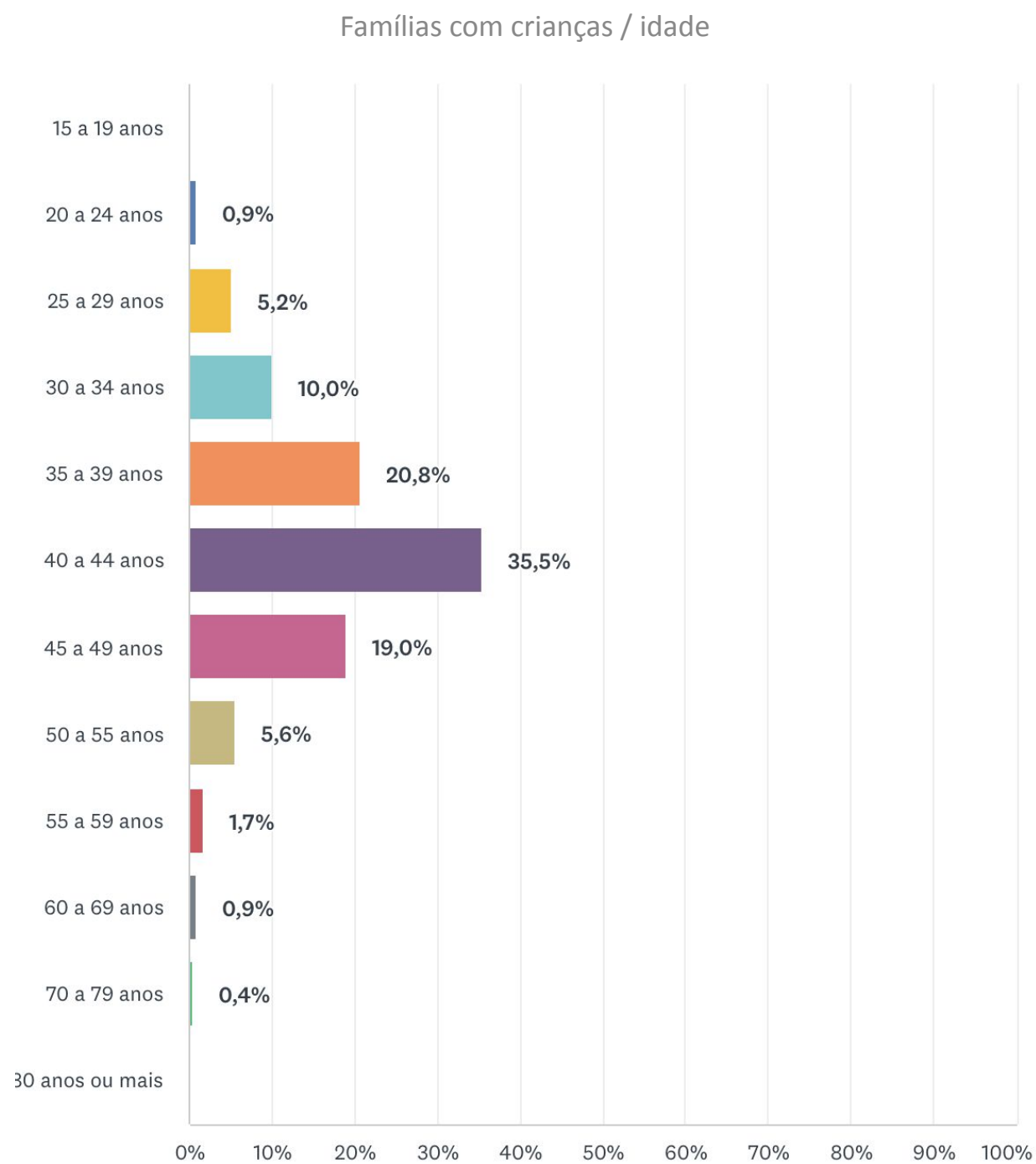
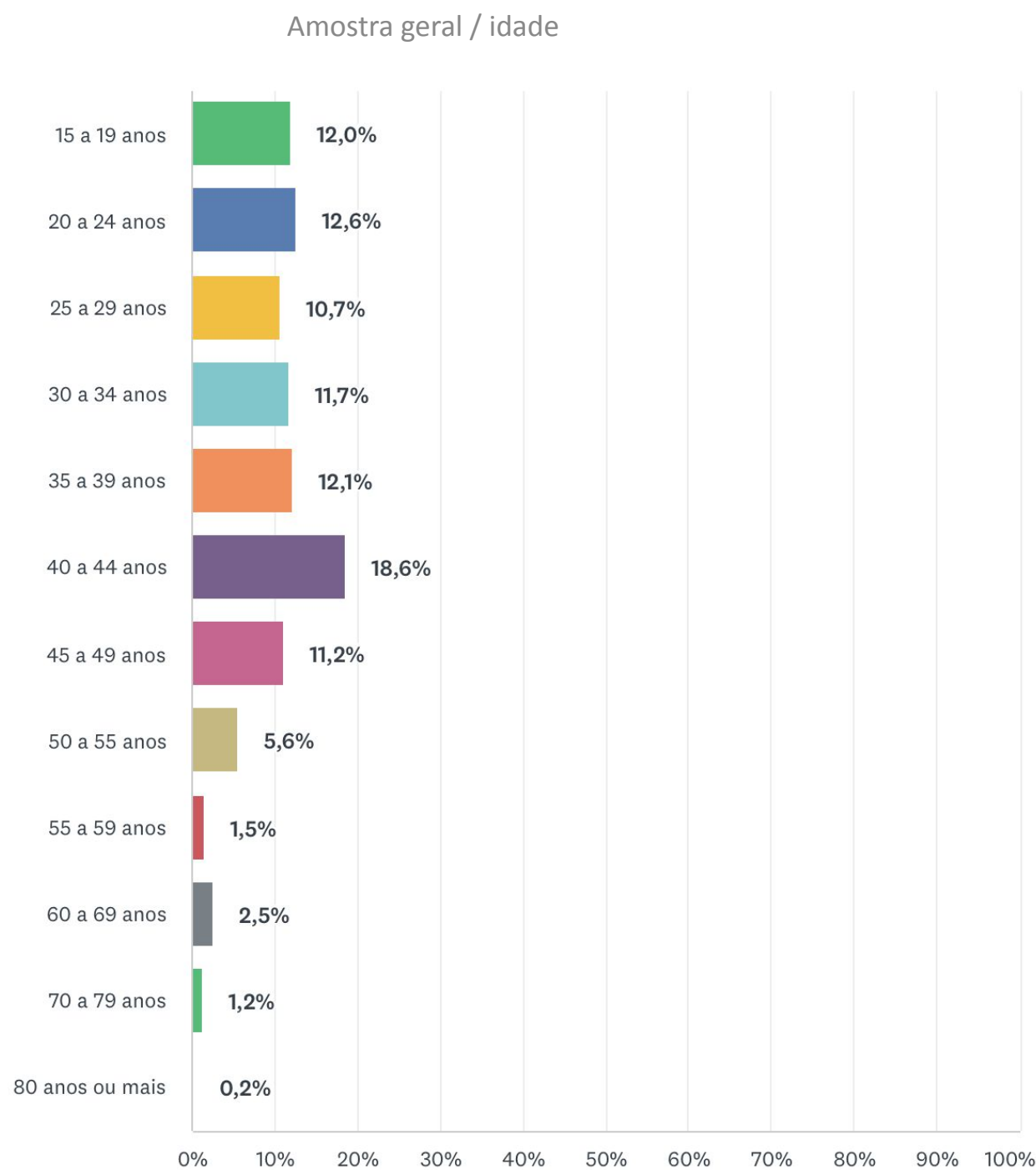


+ Dentre as pessoas que vieram com crianças o público feminino é ainda maior que na amostra geral, subindo de 64,9% para 72,7%. Isso mostra que as mães, tias ou com outros graus de relacionamento ainda são as maiores responsáveis por levar os filhos a museus e exposições (ASTC Dimensions, 2009).

+ Vale destacar ainda que a escolaridade é maior entre aqueles que visitam o Sesi Lab com crianças, sendo que o nível de pós-graduados é 65% maior do que na amostra geral.

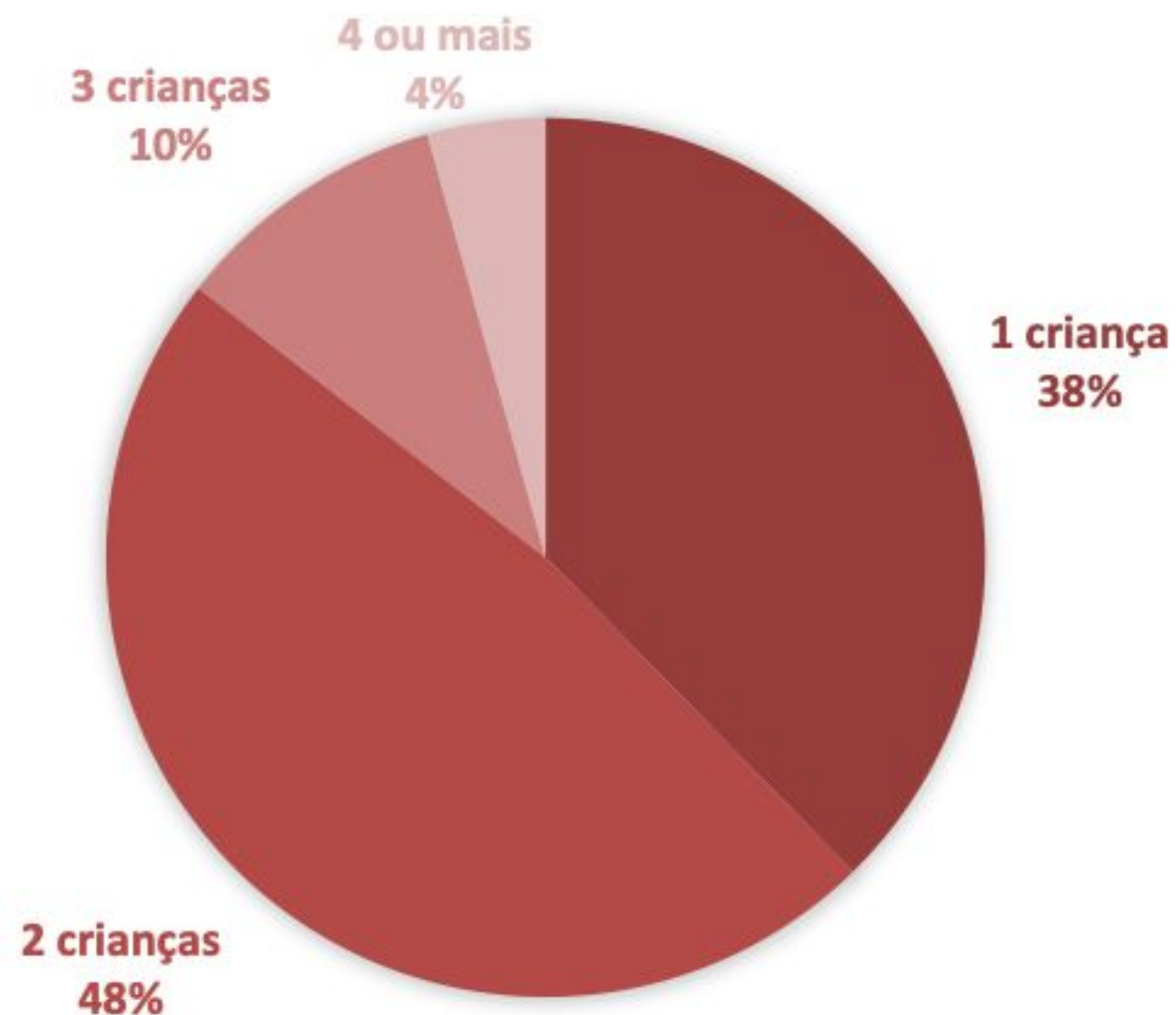


Famílias com crianças - idade



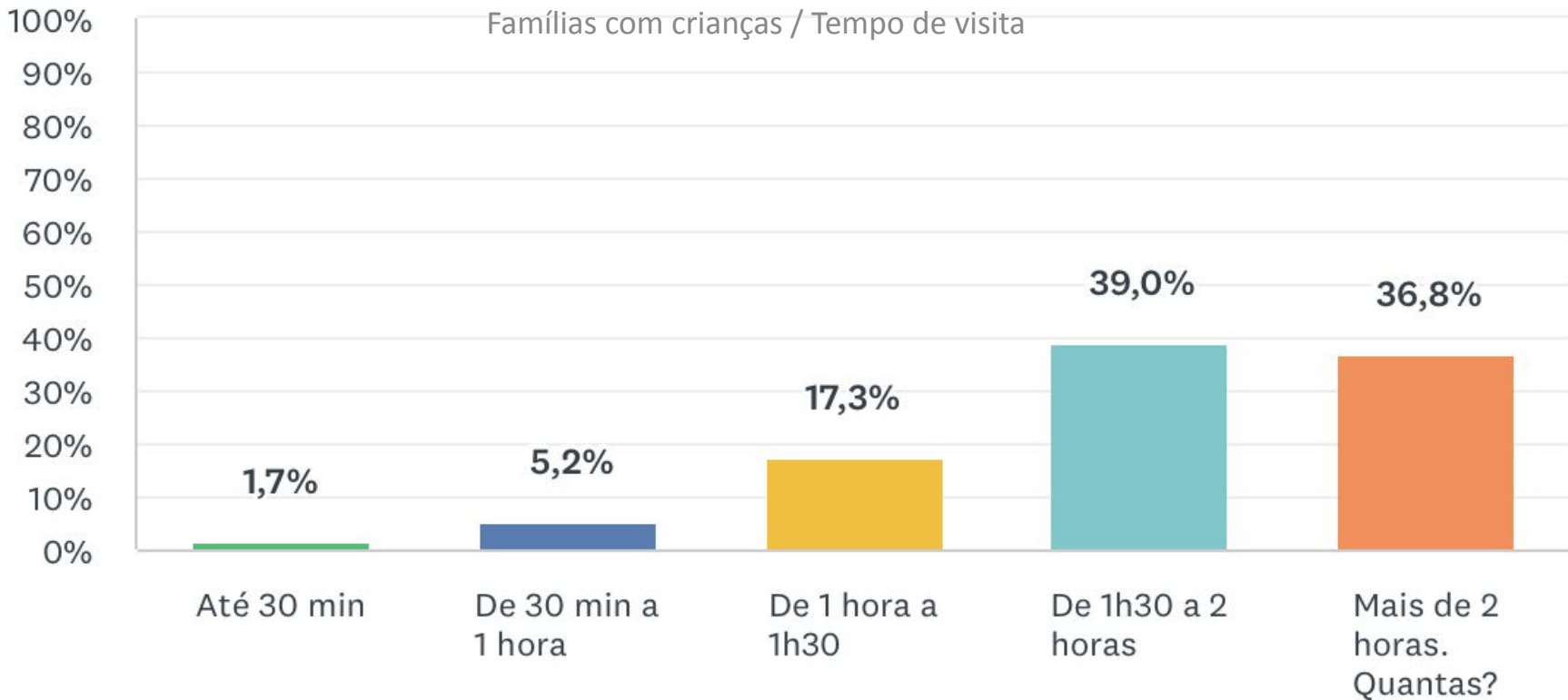
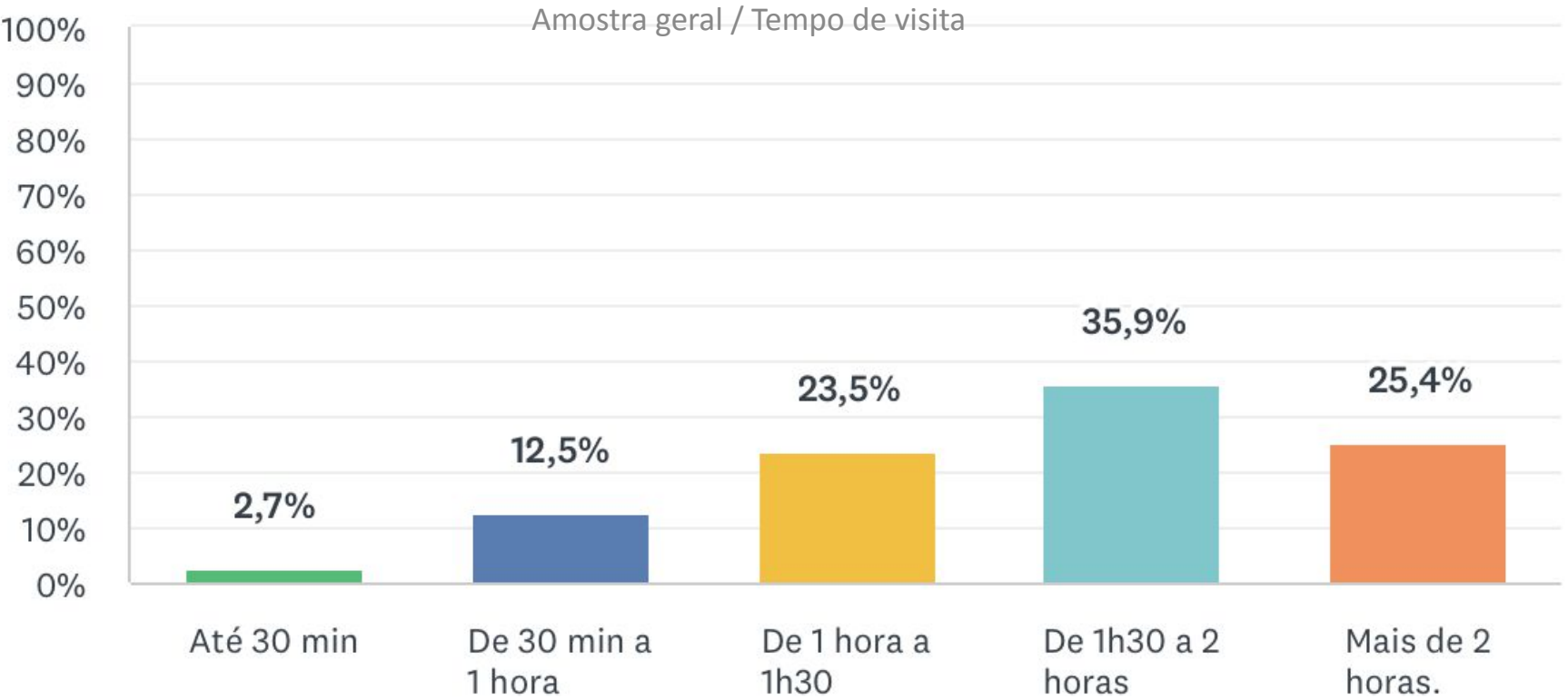
- + Entre os visitantes com 40-44 anos (público mais expressivo) é ainda maior o número de famílias que vieram ao Sesi Lab com crianças, somando 35,5%. Considerando apenas o público com crianças, a faixa entre 35 a 39 anos também sobe significativamente de 12,1% para 20,8% e a faixa dos 45 aos 49 anos de 11,2% para 19%.
- + Esses dados são interessantes pois o público adulto com crianças, possui maior renda familiar e maior escolaridade, bem como têm interesses mais focados no lazer e entretenimento. Dado consonante com outras pesquisas como a realizada pelo Collaboration for Ongoing Visitor Experience Studies (COVES, 2019).

Quantidade de crianças por famílias



- + O número de famílias que visitam o Sesi Lab com duas crianças é de 48%.
- + Importante destacar que a compreensão de família nesta pesquisa está alinhada a definição de Falk e Dierking (2000, p. 110), que considera família como “um grupo intergeracional de adultos e crianças que se auto definem como uma família (em outras palavras, todos os membros não são necessariamente relacionados biologicamente)”.

Famílias com crianças - Tempo de visita



- + As famílias com crianças passam mais tempo no Sesi Lab do que a amostra geral desta pesquisa. Entre aqueles que passam mais de 1h30, o aumento observado é de 24% (de 61,3% para 75,8%).
- + Dados da pesquisa "Understanding our visitors" (COVES, 2019) o tempo médio da visita em família é de 2h37min.

Oficina maker

TOTAL DE RESPOSTAS

517

TAXA DE CONCLUSÃO

99%

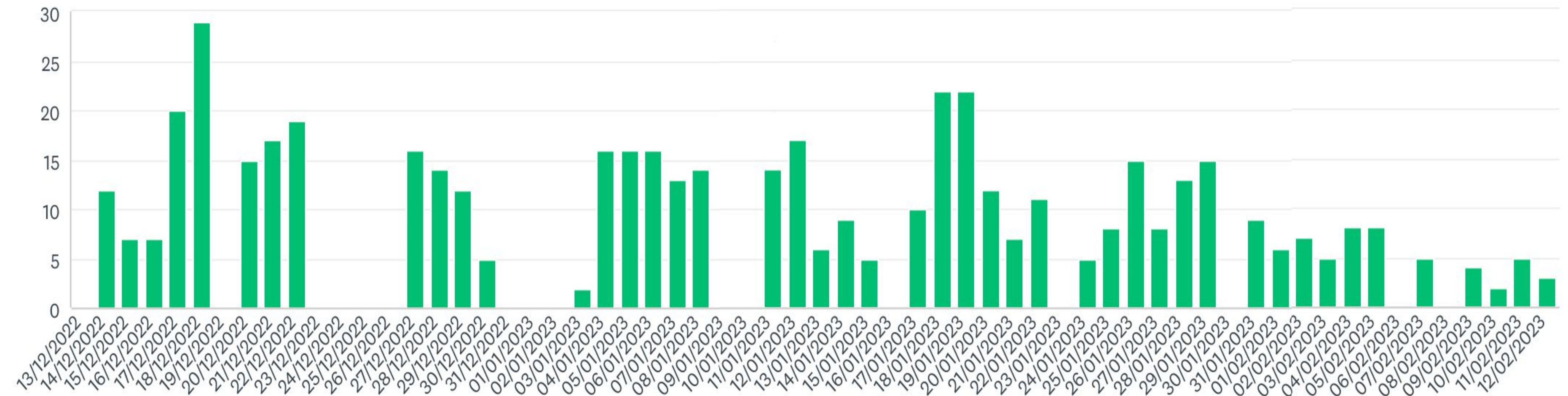
Total de respostas
válidas

511

Período de aplicação dos questionários

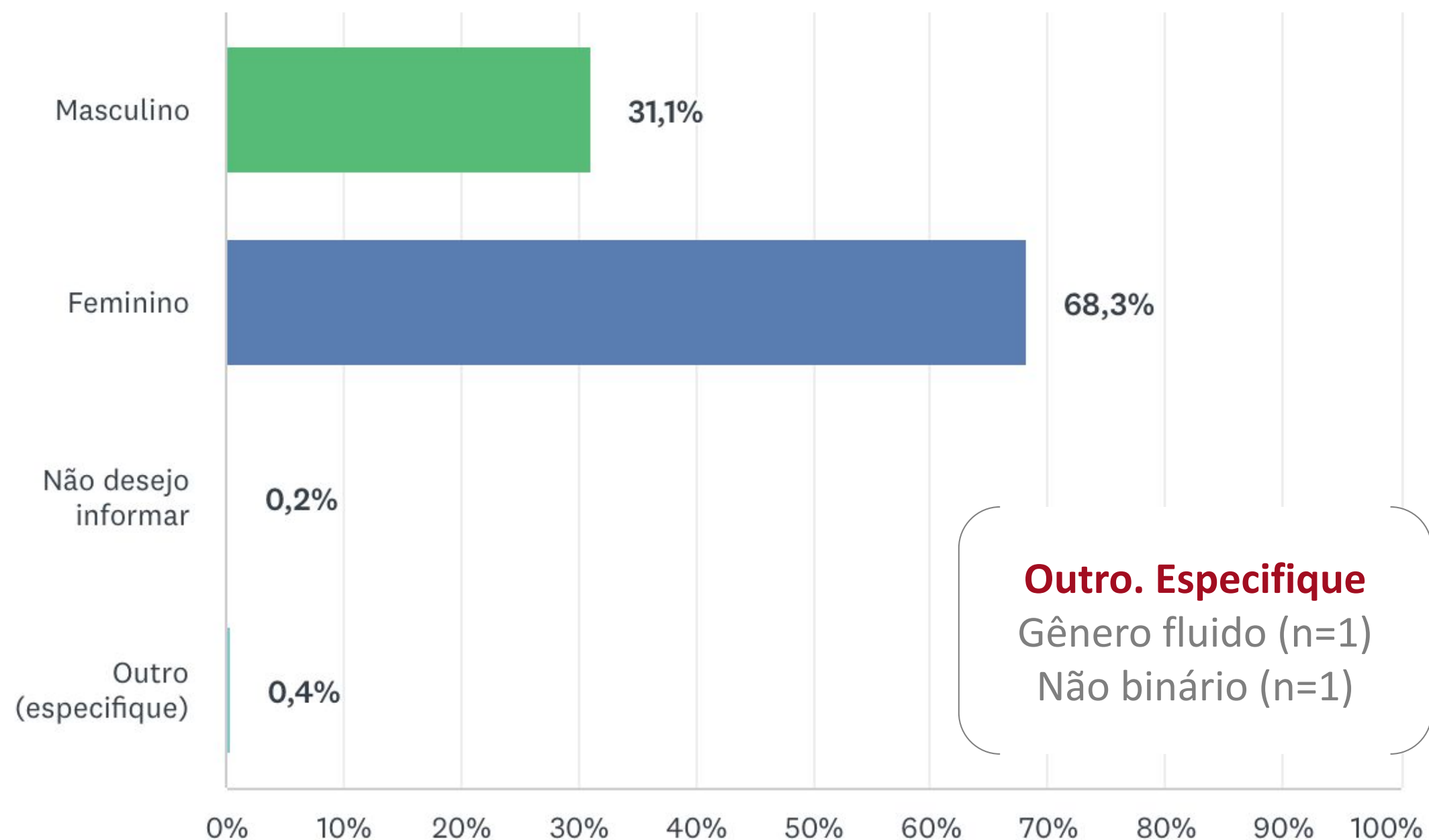
13 de dezembro a 13 de fevereiro

Distribuição temporal



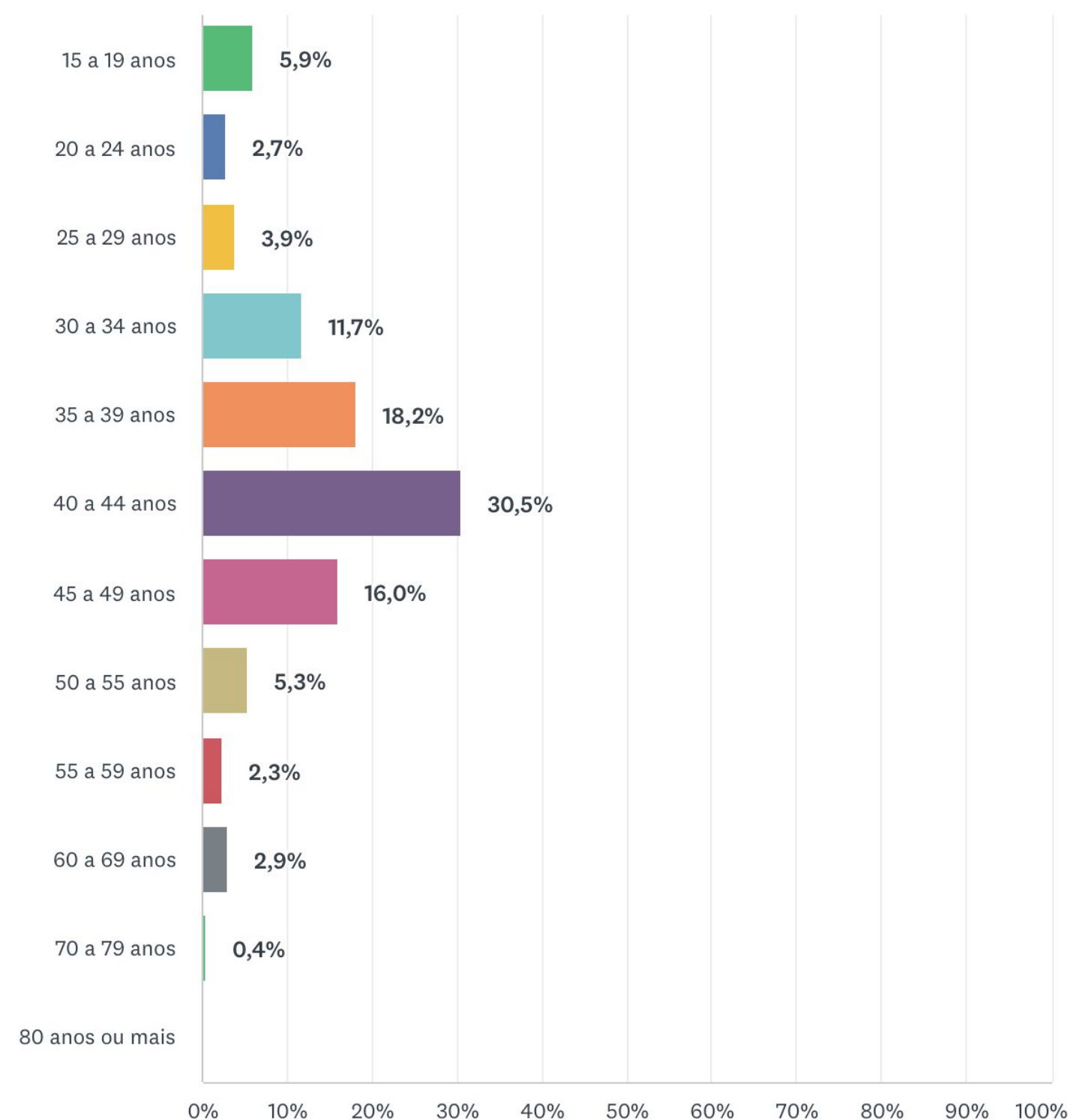
- + As oficinas maker ocorreram todos os dias de pesquisa.
- + O maior número de respostas foi obtido no mês de janeiro (n=285), em que ocorreram coletas em todos os dias do mês, salvo os dias em que o SESI Lab esteve fechado. Dos dias 14 a 30 de dezembro foram coletadas 173 respostas e do dia primeiro a 12 de fevereiro, 53.
- + Considerando os dias de aplicação da pesquisa, a média diária de coleta foi maior em dezembro (n=14,4), a média de janeiro é de 11,8 questionários/dia e de fevereiro 5,3. Esses dados podem refletir o maior número de visitantes em dezembro.
- + O dia com maior número de respondentes ocorreu em dezembro, no domingo, dia 18, contabilizando 29 respondentes. Em janeiro as oficinas que tiveram um maior número de respondentes foram as realizadas durante a semana, numa quarta (18/01) e quinta feira (19/01), com 22 respondentes cada.

Qual gênero com o qual se identifica?



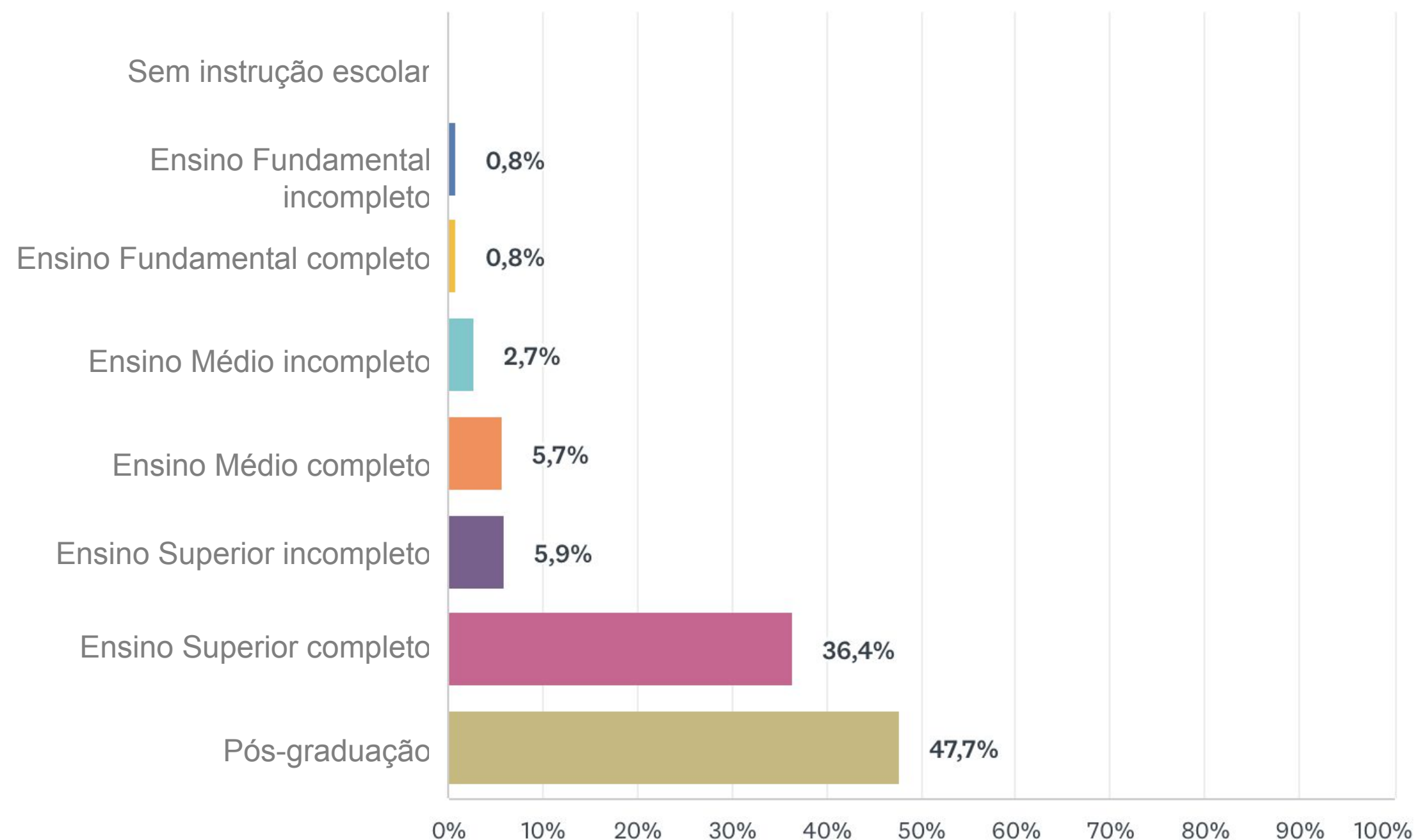
- + Os dados repetem a frequência do público espontâneo das exposições onde o público feminino é significativamente maior que o masculino. Sendo que nesse caso, a diferença é ainda maior.
- + Sobre a opção outro, verificamos aqui que o número é baixo em comparação a outros estudos (COVES, 2019) e ainda menor que a porcentagem encontrada entre o público espontâneo das exposições (0,4% contra 0,9%, respectivamente).

Qual sua idade



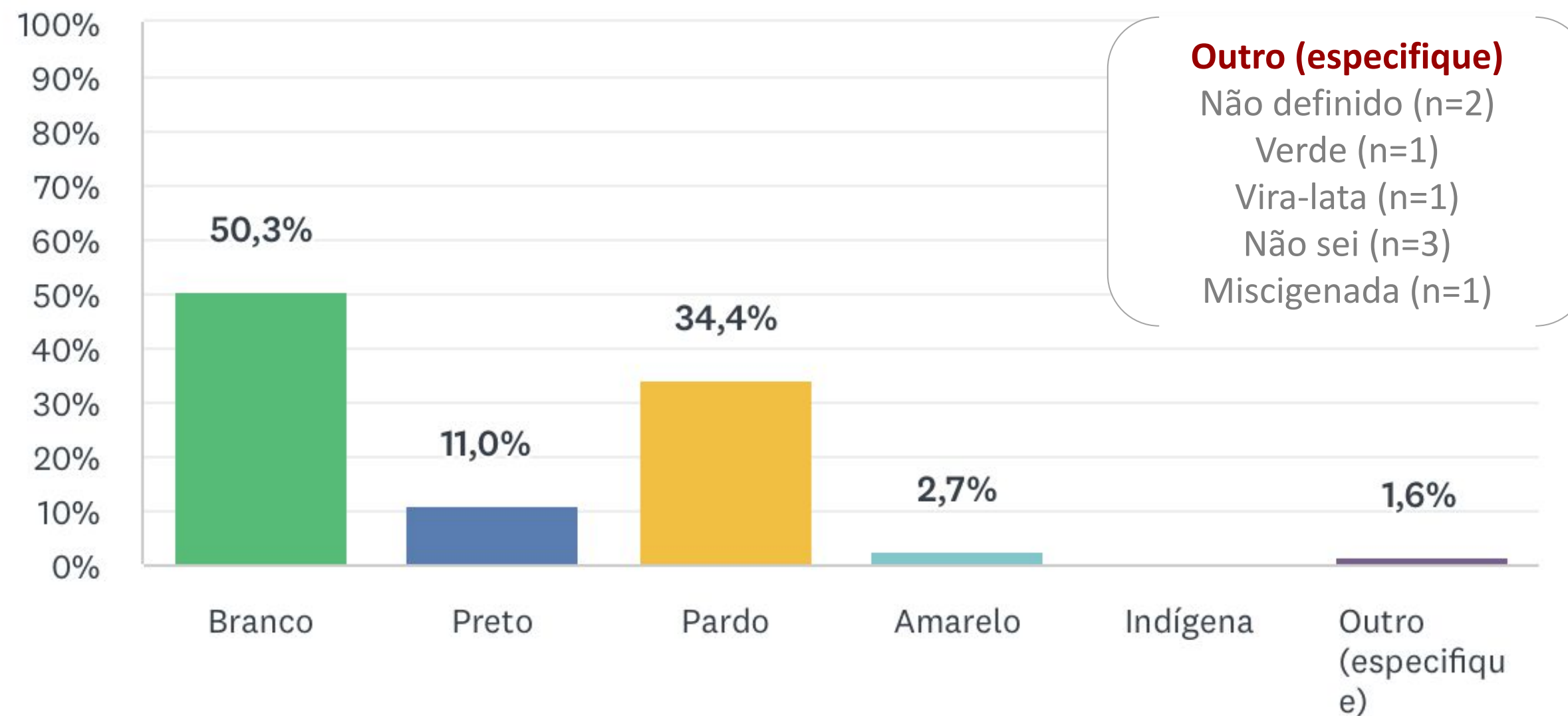
- + Quando comparado ao público espontâneo que visitou as exposições, vemos que nas oficinas maker há uma porcentagem ainda maior de adultos entre 35 a 49 anos, somando aqui 64,7% ante 41,9%. Há também maior porcentagem de idosos entre 60 e 69 anos nas oficinas maker (2,9% X 2,5%). Possivelmente, pais e/ou responsáveis com crianças.
- + Ainda nesta comparação, encontramos uma menor porcentagem de adolescentes e jovens adultos nas oficinas maker (8,6% X 24,6%). Isso mostra a importância de atrair esses públicos realizando atividades direcionadas a eles.

Escolaridade



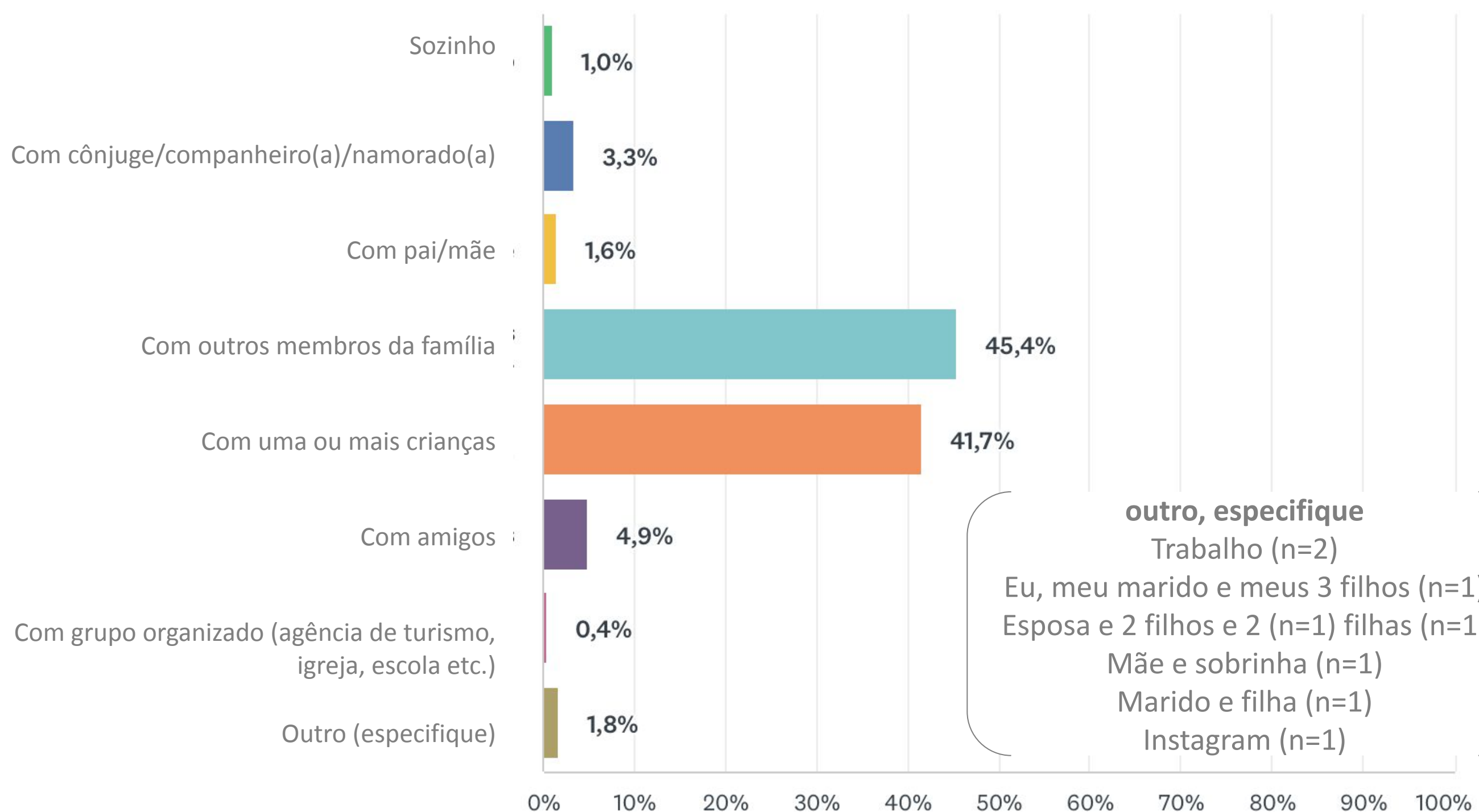
- + O número de pós-graduados é 22% maior nas oficinas makers em comparação ao das exposições. Esse dado pode estar relacionado ao maior número de adultos, possivelmente acompanhando crianças.

Com relação à sua cor/raça, como você se reconhece:



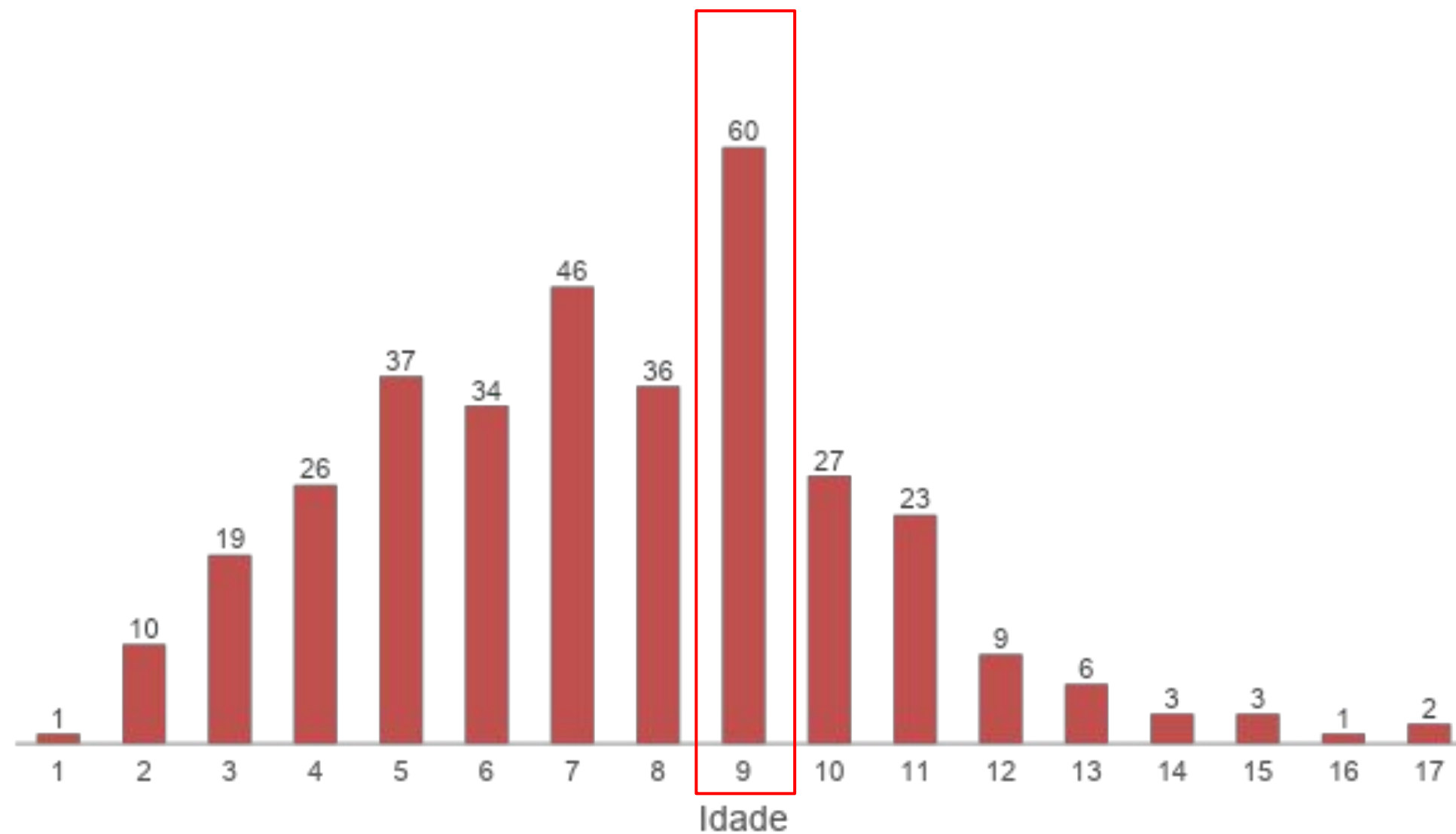
- + Os dados são semelhantes àqueles encontrados entre o público espontâneo que visita exposições. Há um pequeno aumento do público que se autodeclarou pardo, porém dentro da margem de erro.

Com quem você veio ao museu?



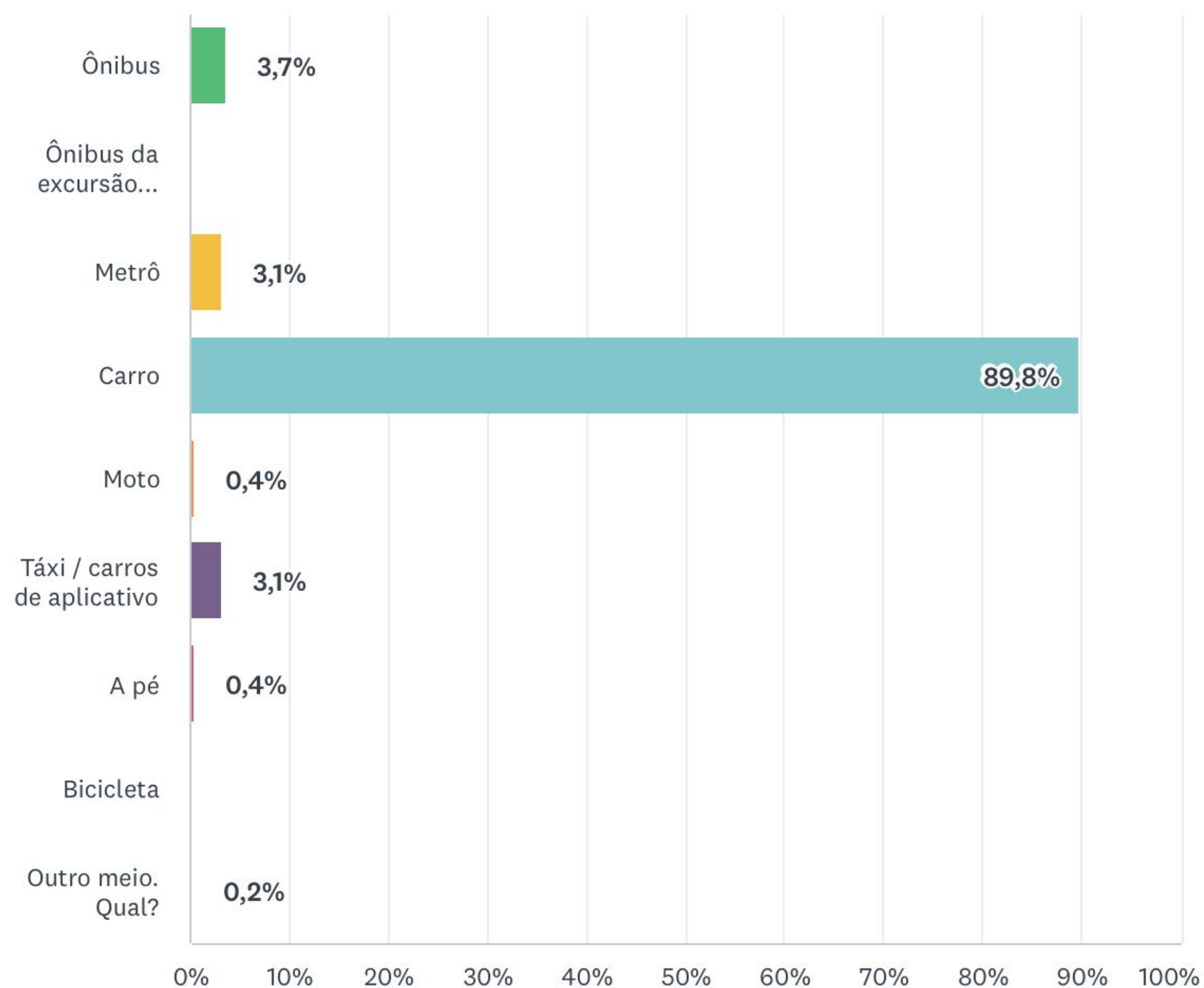
- + O número de pessoas que vão participar das oficinas makers "sozinho" é 22% menor em comparação às exposições. É, portanto, maior o número de respondentes da oficina maker que fazem a visita acompanhados. Há um aumento de 30% para 45,4% no número de visitantes que fazem a visita "com outros membros da família" e um aumento de 25% para 41,7% aqueles que visitam "com uma ou mais crianças". Isso demonstra que a atividade maker atrai um público familiar.

Qual a idade das crianças?



- + Crianças entre 5 e 9 anos são mais presentes nas oficinas maker.
- + Em comparação com o público espontâneo há menos crianças entre 10 e 11 anos, e mais entre 8 e 9. Esse número pode estar relacionado ao público-alvo das oficinas.

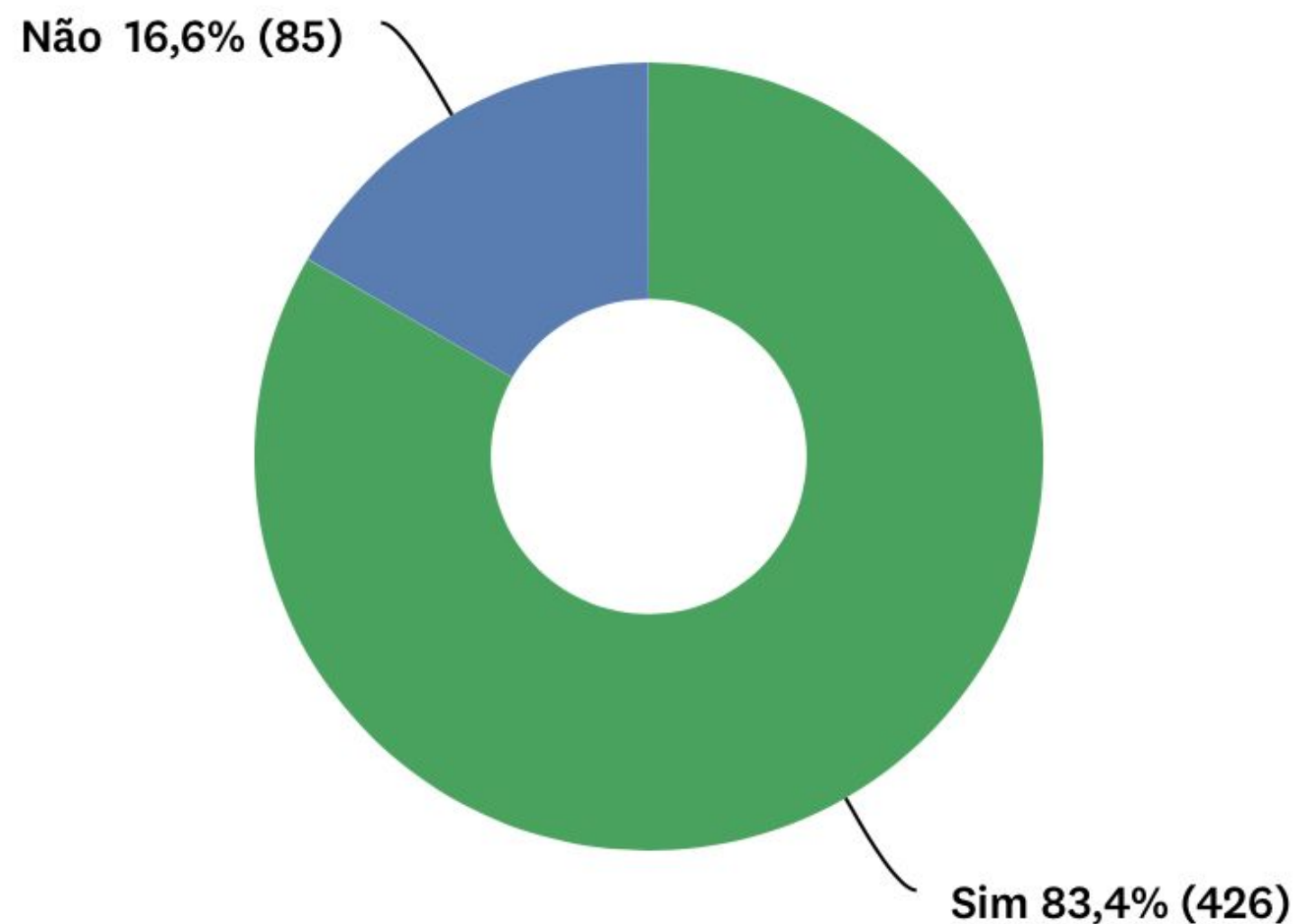
Qual(a)is o(s) meio(s) de transporte que você utilizou para vir até ao SESI Lab?



+ Assim como ocorreu para o público espontâneo, o carro é meio de transporte preferencial dos participantes das oficinas.

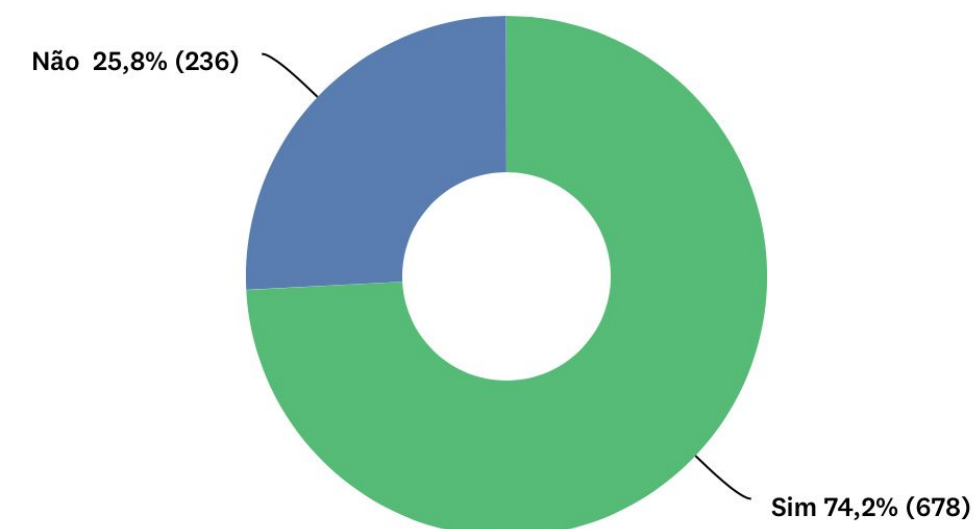
Outro meio. Qual?
Carro (n=1)

Você exerce alguma atividade remunerada?

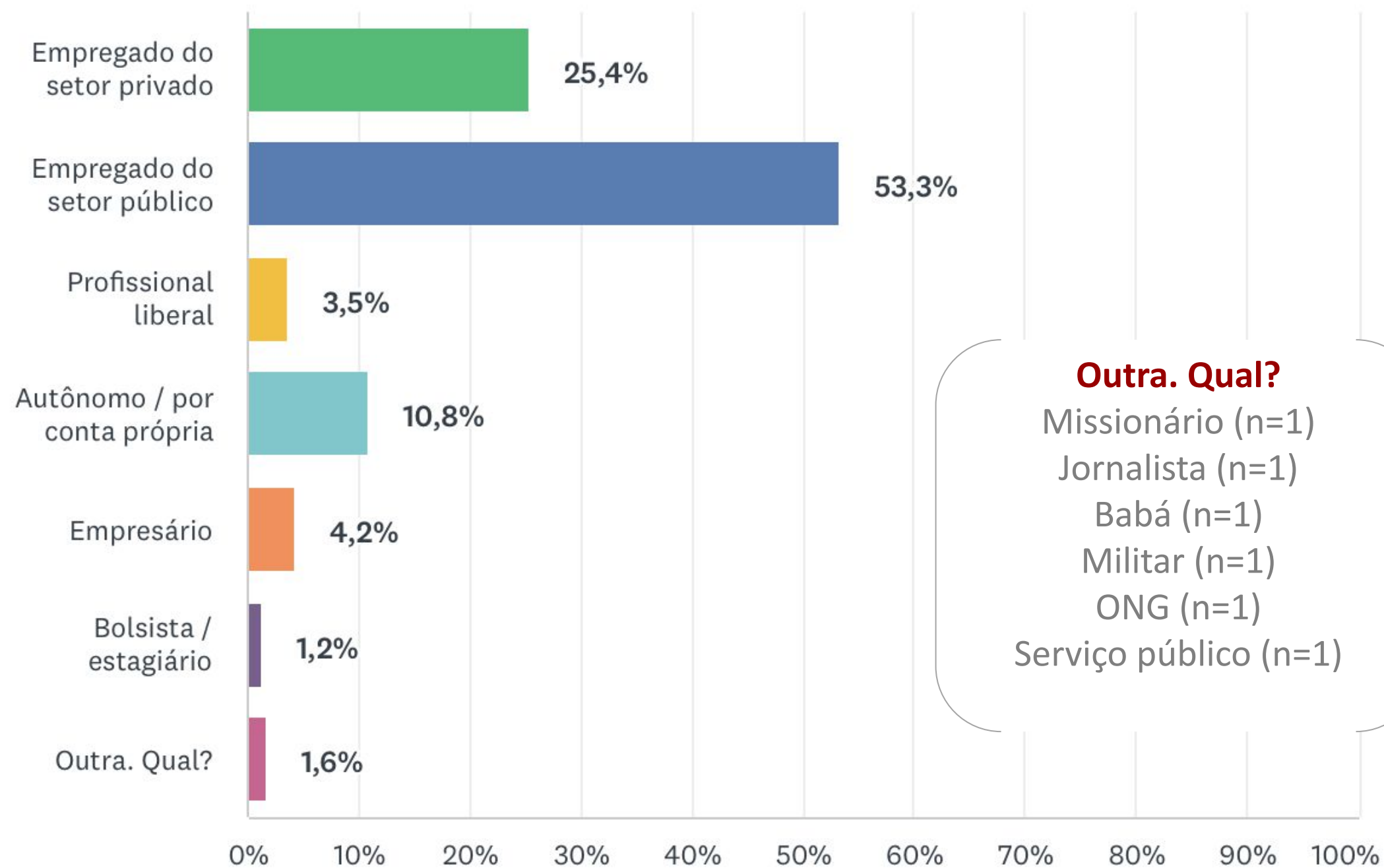


- + Assim como ocorreu entre o público espontâneo, entre os participantes das oficinas a porcentagem de pessoas que exercem atividade remunerada é superior, porém nesse caso, a diferença é ainda maior, possivelmente porque há mais adultos e menos estudantes nesta amostra, conforme veremos a seguir.

Público espontâneo - exposições

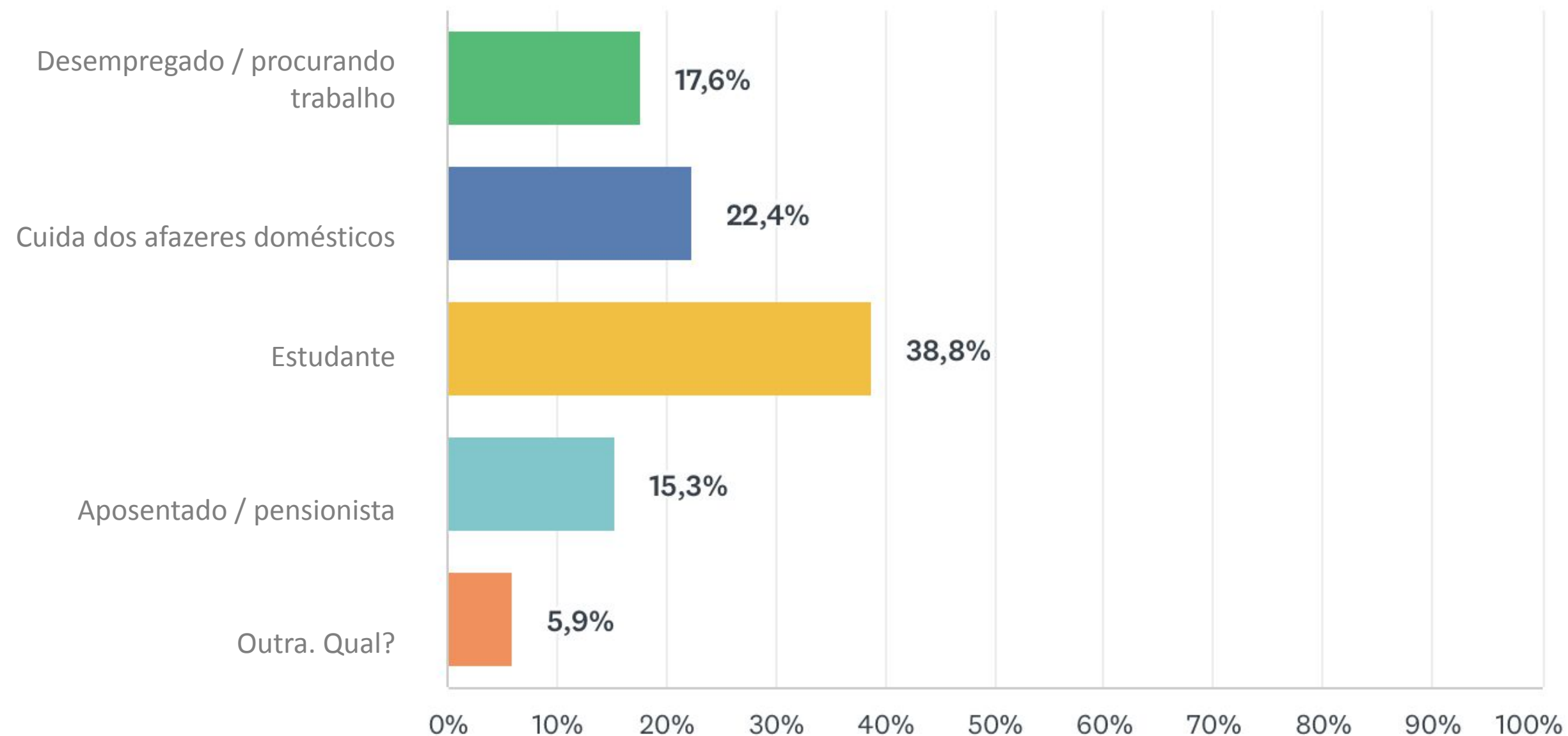


Se você exerce atividade remunerada, indique sua situação: (Marque apenas uma resposta)



- + Assim como ocorreu entre o público espontâneo, há maior número de visitantes empregados do setor público. Há uma diferença significativa, aumentando de 37,5% entre o público espontâneo para 53,3% entre os participantes das oficinas. A porcentagem de empregados do setor privado e profissionais liberais é menor entre os participantes das oficinas. Isso pode estar relacionado à maior presença de pessoas que trabalham no plano piloto, exercendo atividades junto à administração pública.
- + Como esperado, há menor porcentagem de bolsistas, caindo cerca de 8 pontos percentuais quando comparado ao público espontâneo.
- + Entre os declarantes de outras atividades é a primeira vez que aparece babá.

Se você **NÃO** exerce atividade remunerada, indique sua situação: (Marque apenas uma resposta)

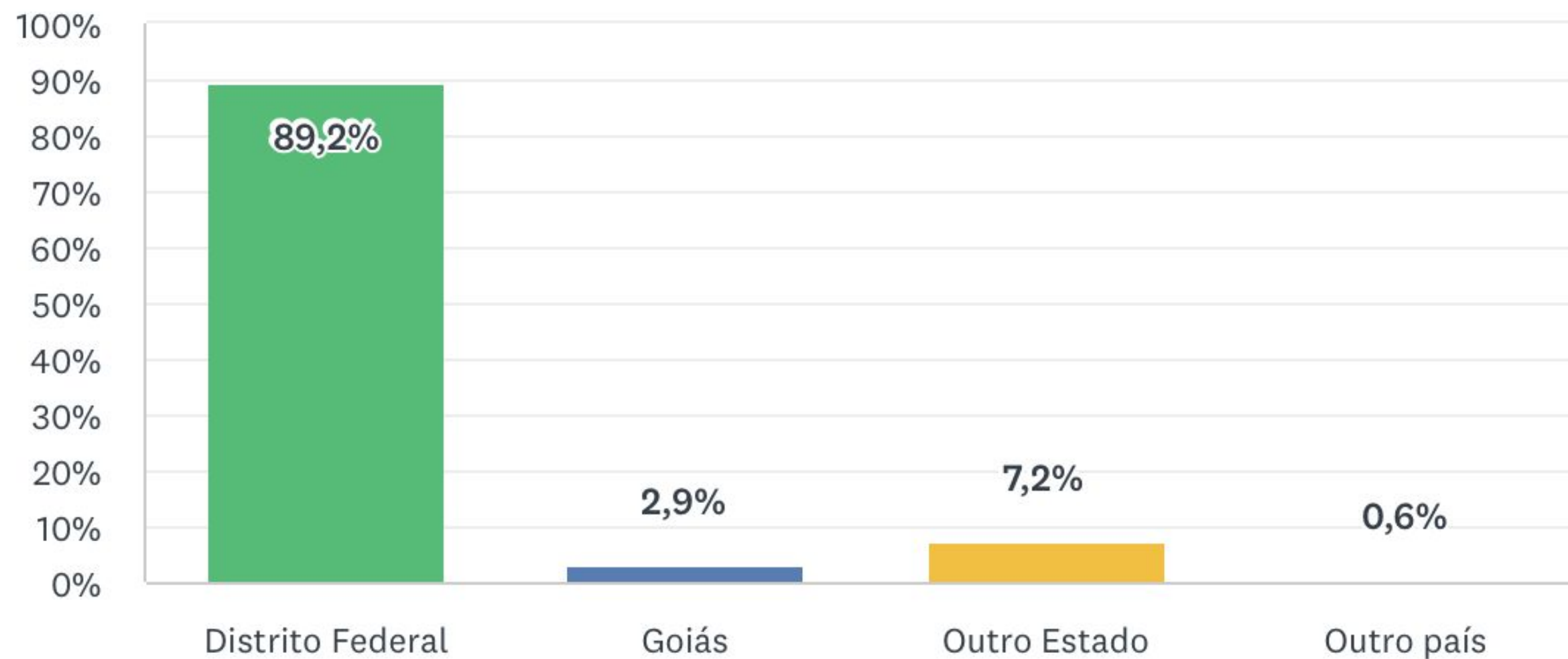


+ Entre aqueles que não estão exercendo atividade remunerada, há menor porcentagem de estudantes quando comparado ao público espontâneo, caindo cerca de 20%.

Outra. Qual?

Licença maternidade (n=1)
Comércio (n=1)
Empreendedora (n=1)
Benefícios (n=2)

Onde você mora?

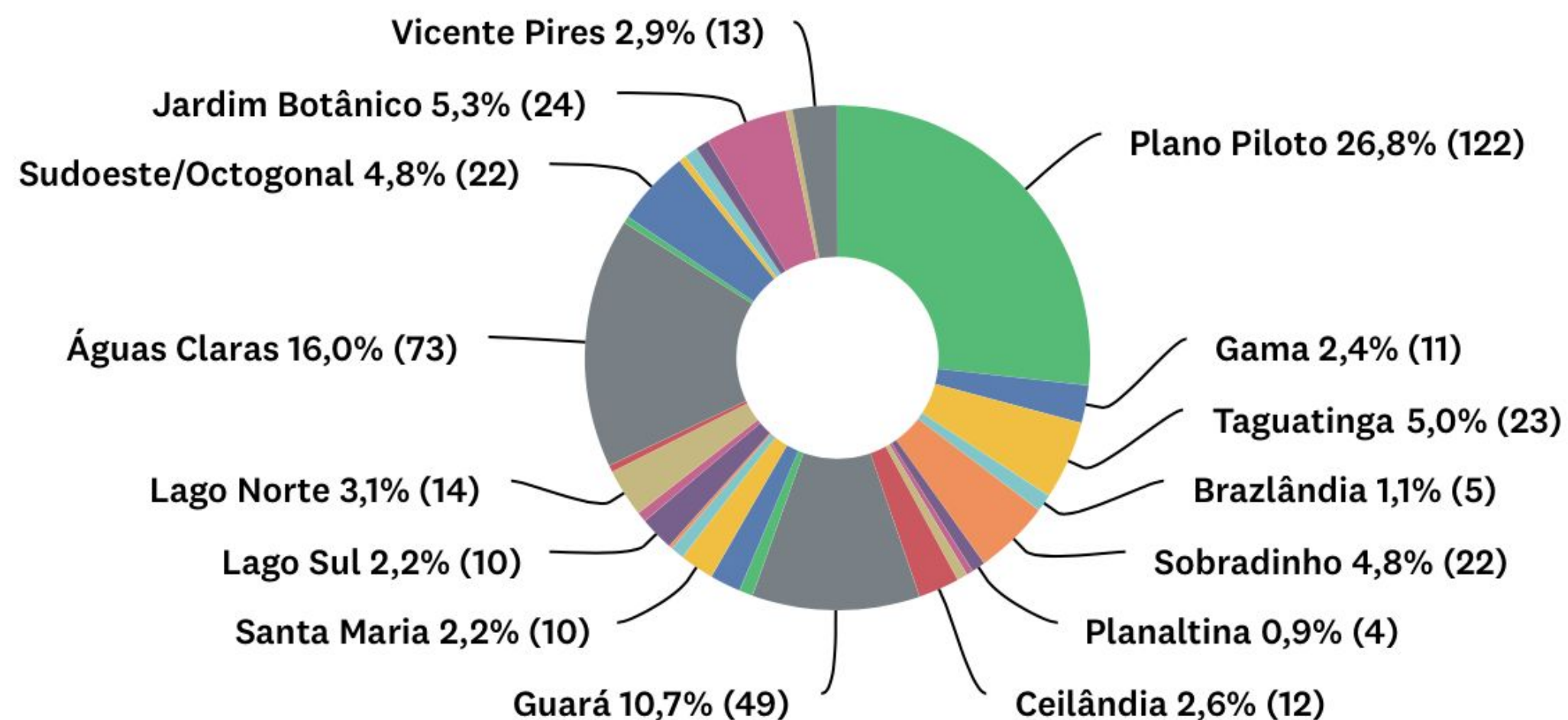


- + O público do DF é mais presente entre os participantes das atividades maker quando comparado ao público espontâneo (89,2% ante 82,9%). Esse fato pode estar relacionado à maior possibilidade de retornar ao Sesi Lab para a realização de atividades específicas.

Especifique seu país:

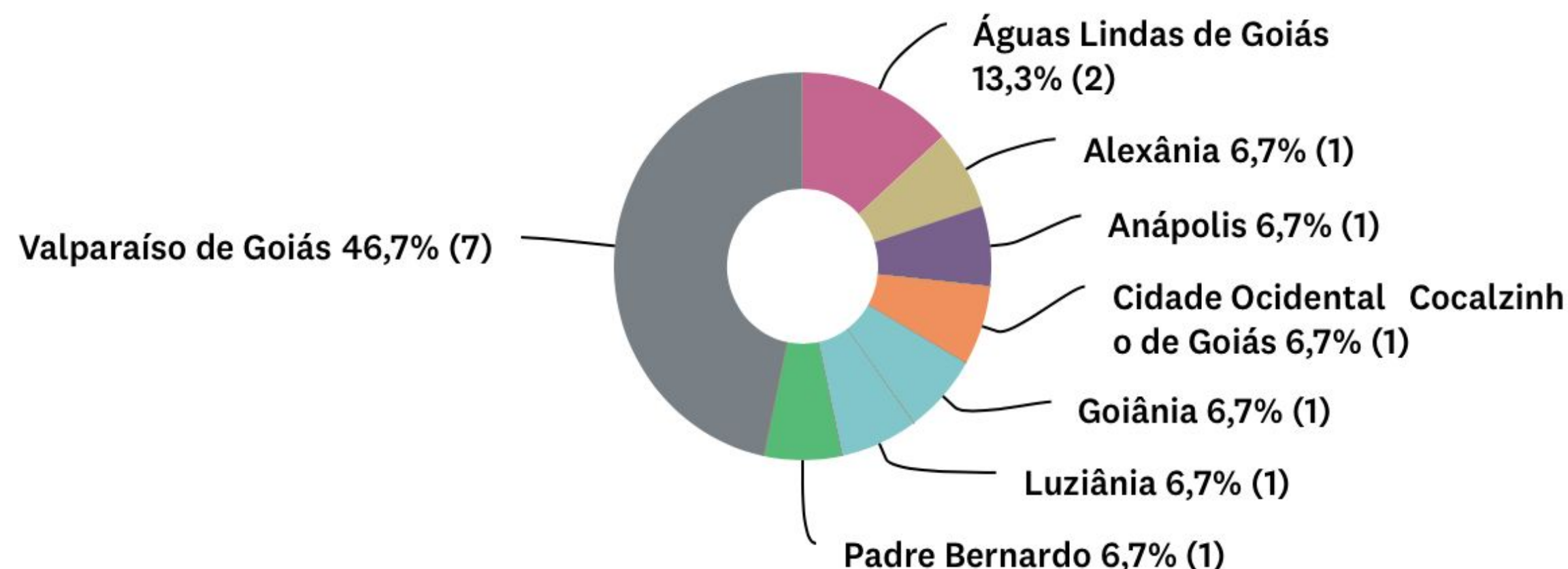
Guiné-Bissau (n=1)
Canadá (n=1)
República Tcheca(n=1)

Qual região do DF?



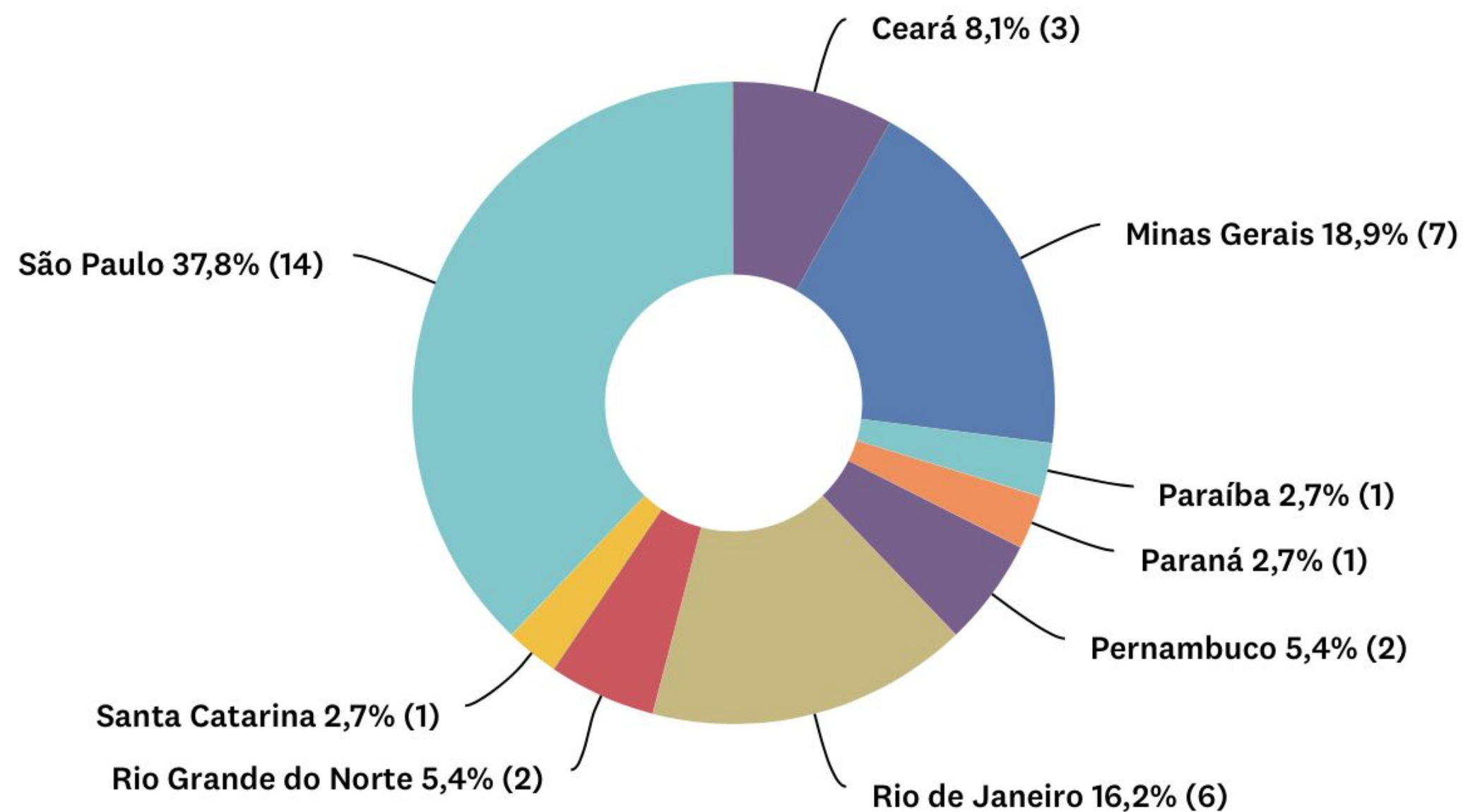
- + A porcentagem de visitantes de regiões administrativas (RAs) com maior número de pessoas de renda alta do DF corresponde a 58,2% dos participantes/visitantes. São elas: Águas Claras, Jardim Botânico, Lago Norte, Lago Sul, Plano Piloto e Sudoeste/Octogonal.
- + RAs com maior número de pessoas de renda média alta correspondem a 23,4% dos visitantes. Sendo: Guará, Sobradinho, Taguatinga, e Vicente Pires.
- + Entre as áreas de renda média baixa e renda baixa soma-se apenas 8,3% dos participantes. Esses vieram de regiões administrativas, como Ceilândia, Gama, Santa Maria e Brazlândia.
- + Os dados reforçam a importância de realizar divulgação e ações junto à população de bairros de menor renda.

Qual cidade de Goiás?



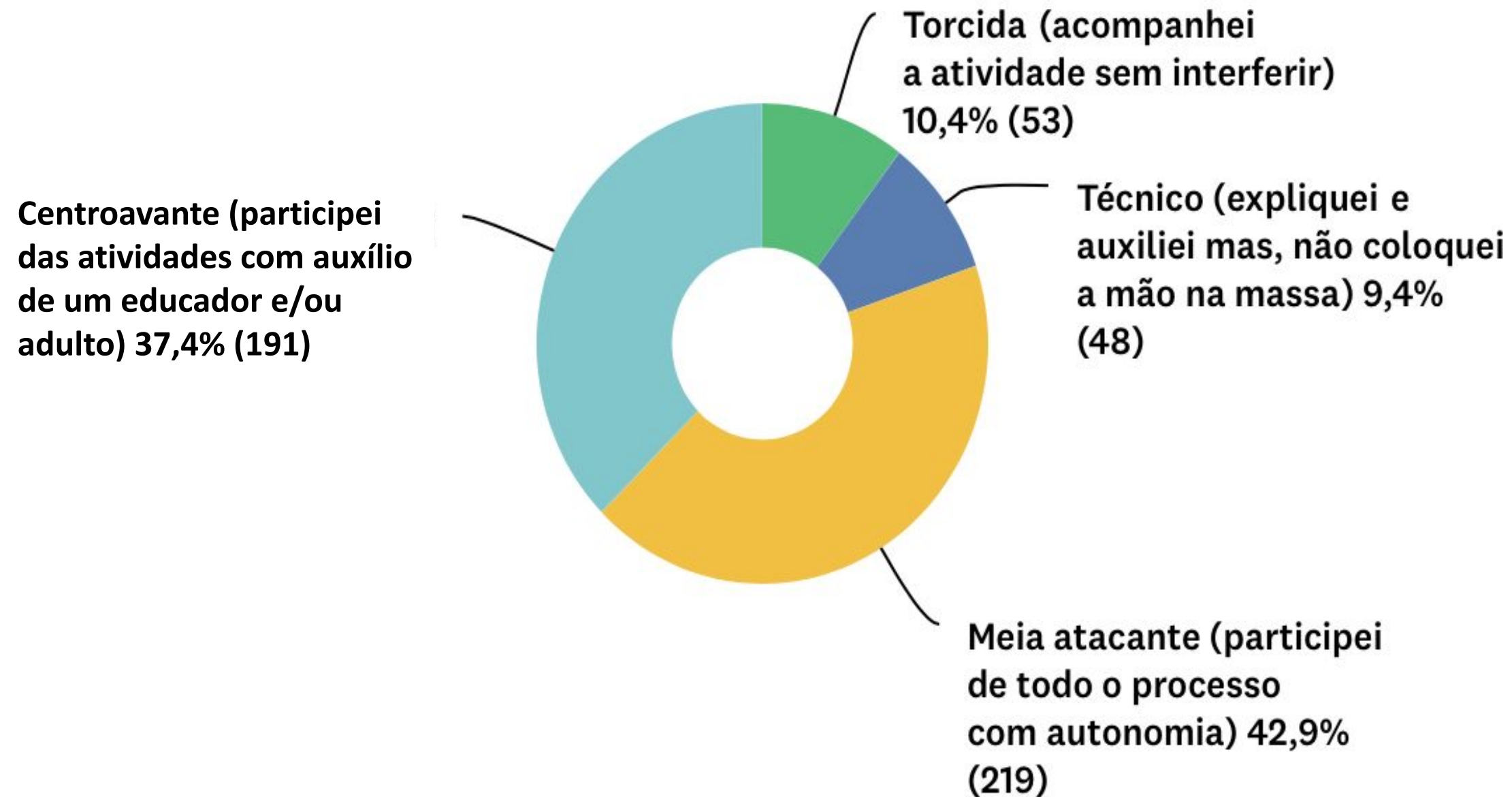
- + De acordo com o PMAD do DF (2019), Valparaíso de Goiás e Águas Lindas de Goiás são os municípios com maior densidade populacional da Periferia Metropolitana de Brasília, contabilizando 40% da população urbana. Esses dados são refletidos entre o público residente das cidades de Goiás que visitou o Sesi Lab.

Outro Estado, selecione uma opção:



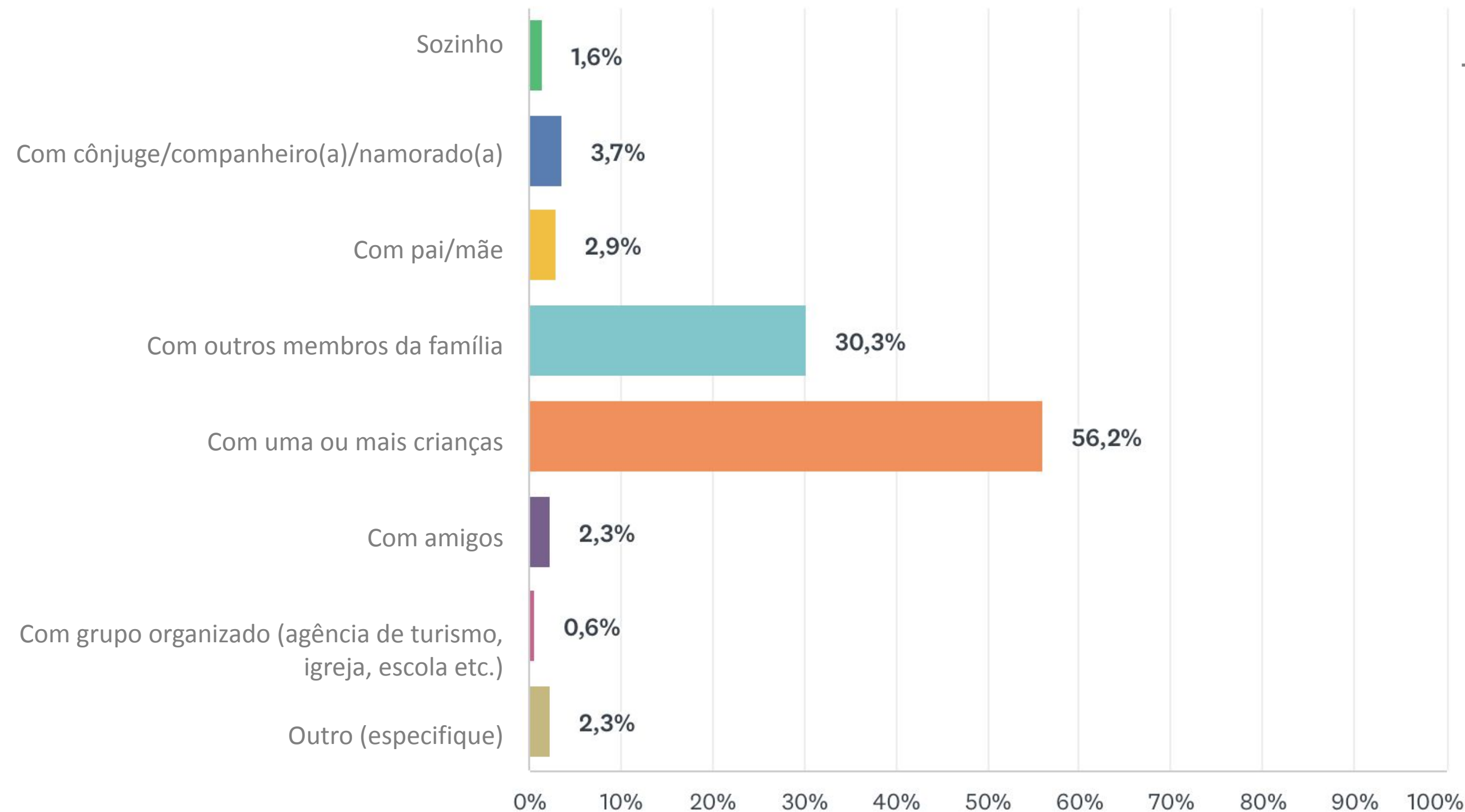
- + Os dados são semelhantes àqueles encontrados entre o público espontâneo. Sendo que os três estados com maior porcentagem de participantes são também os que têm maior população.

Se você fosse avaliar sua participação nessa atividade comparando com um jogo de futebol, você seria:



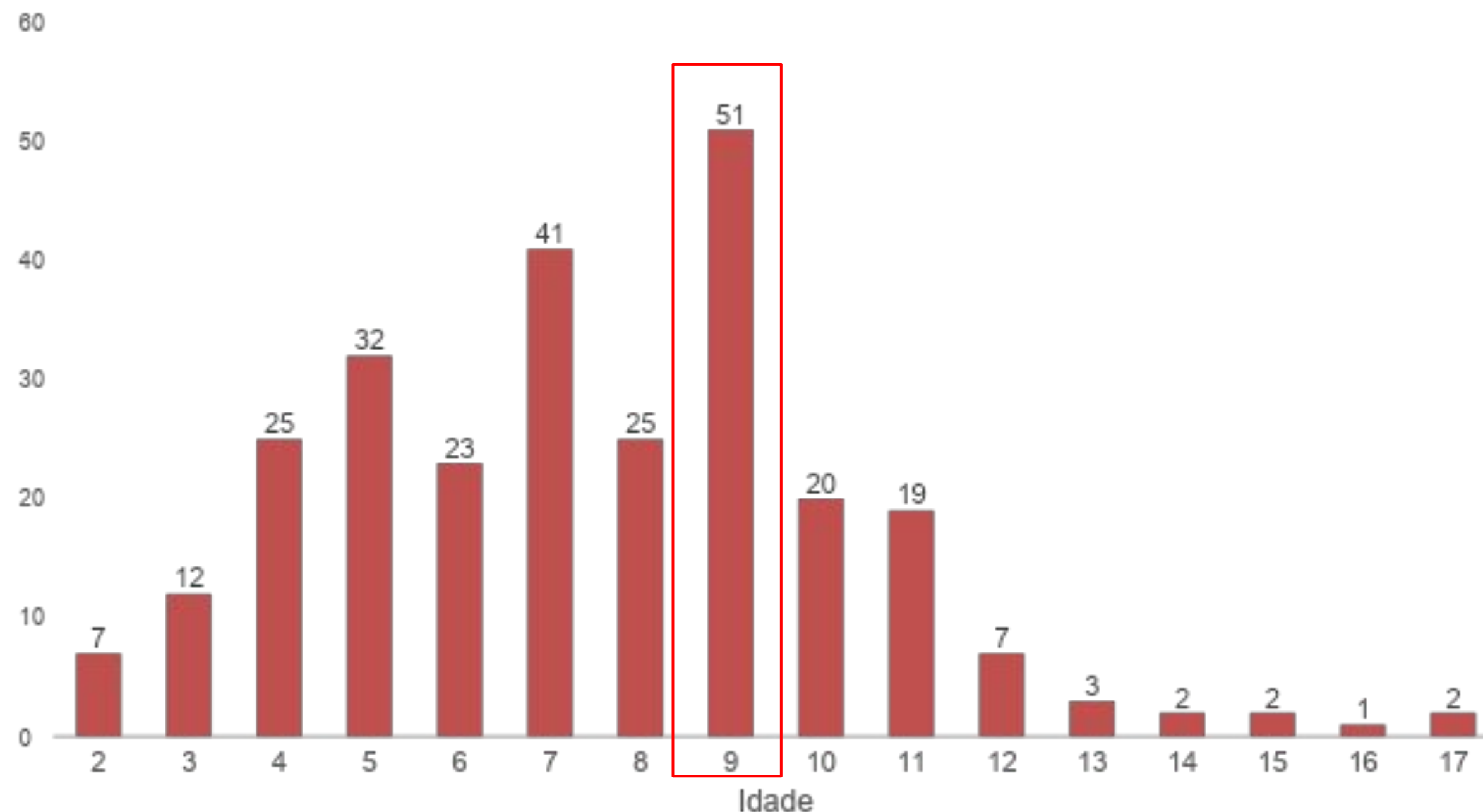
- + A maioria dos visitantes diz participar das oficinas com autonomia (42,9%). Mas esse número é próximo ao de respondentes que mencionaram precisar do auxílio do educador (37,4%).
- + Ainda que os adultos acompanhados da família, especialmente com crianças (como mostra os dados a seguir), estejam bastante presentes nas atividades, eles aparentemente participam ativamente delas.

Com quem você participou da oficina?



+ Conforme mencionamos anteriormente, entre os participantes da oficina há mais famílias e menos pessoas sozinhas. Nesse caso, o número de participantes que fizeram a atividade com crianças é mais significativo, mostrando que mesmo que estejam acompanhados de outros membros da família na visita ao SESI Lab, a atividade é feita preferencialmente para acompanhar as crianças.

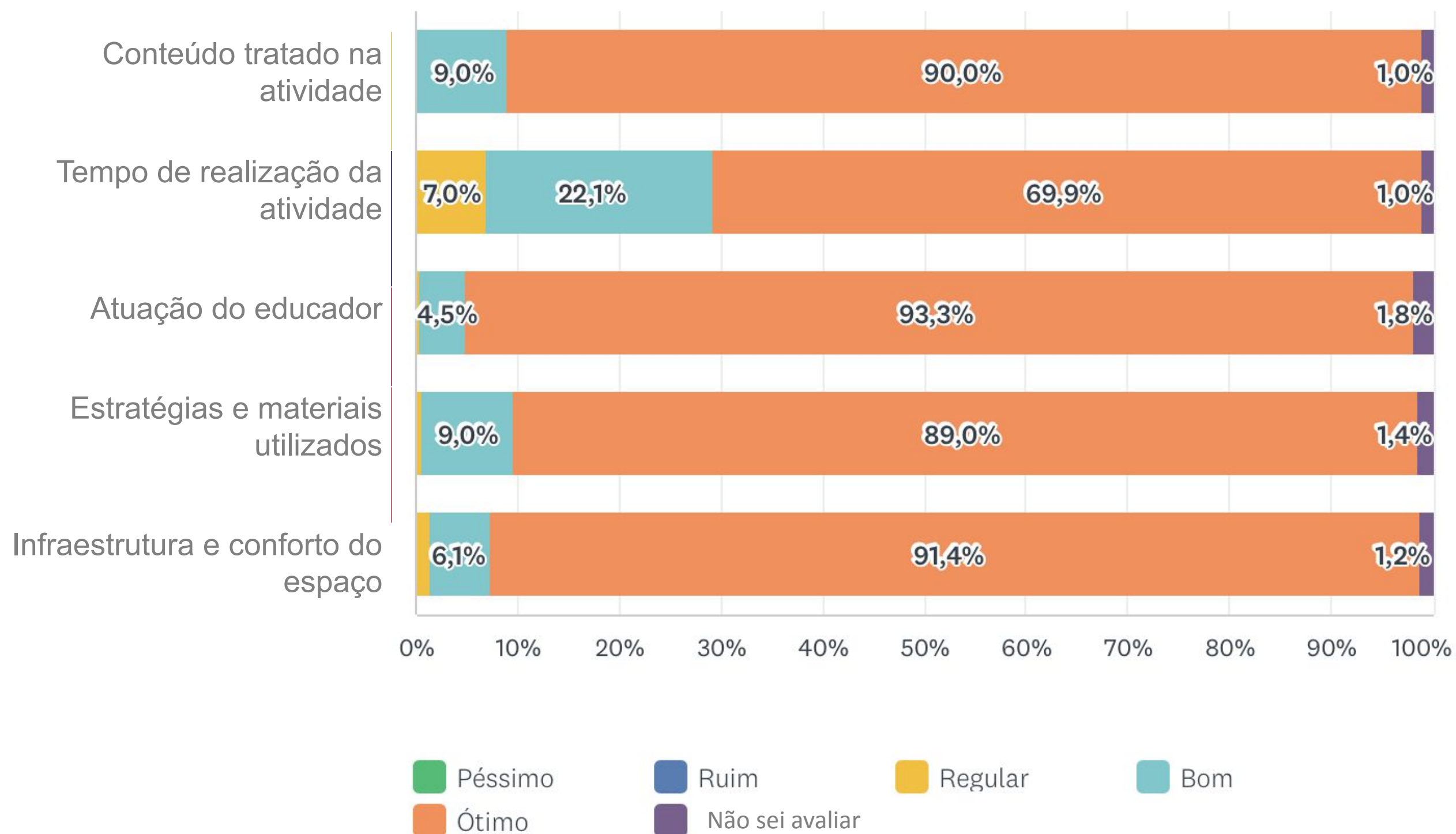
Qual a idade das crianças?



- + A idade das crianças que acompanham os adultos é condizente com a das crianças que fazem as oficinas.
- + O resultado vai de encontro com a pesquisa realizada pela *Maker Ed** (2017) que mostra que o público mais atendido pelos espaços que responderam a pesquisa tem entre 11-15 anos, cerca de 35% dos participantes. Já entre os participantes com idade entre 6-10 anos esse número perfaz 26%.

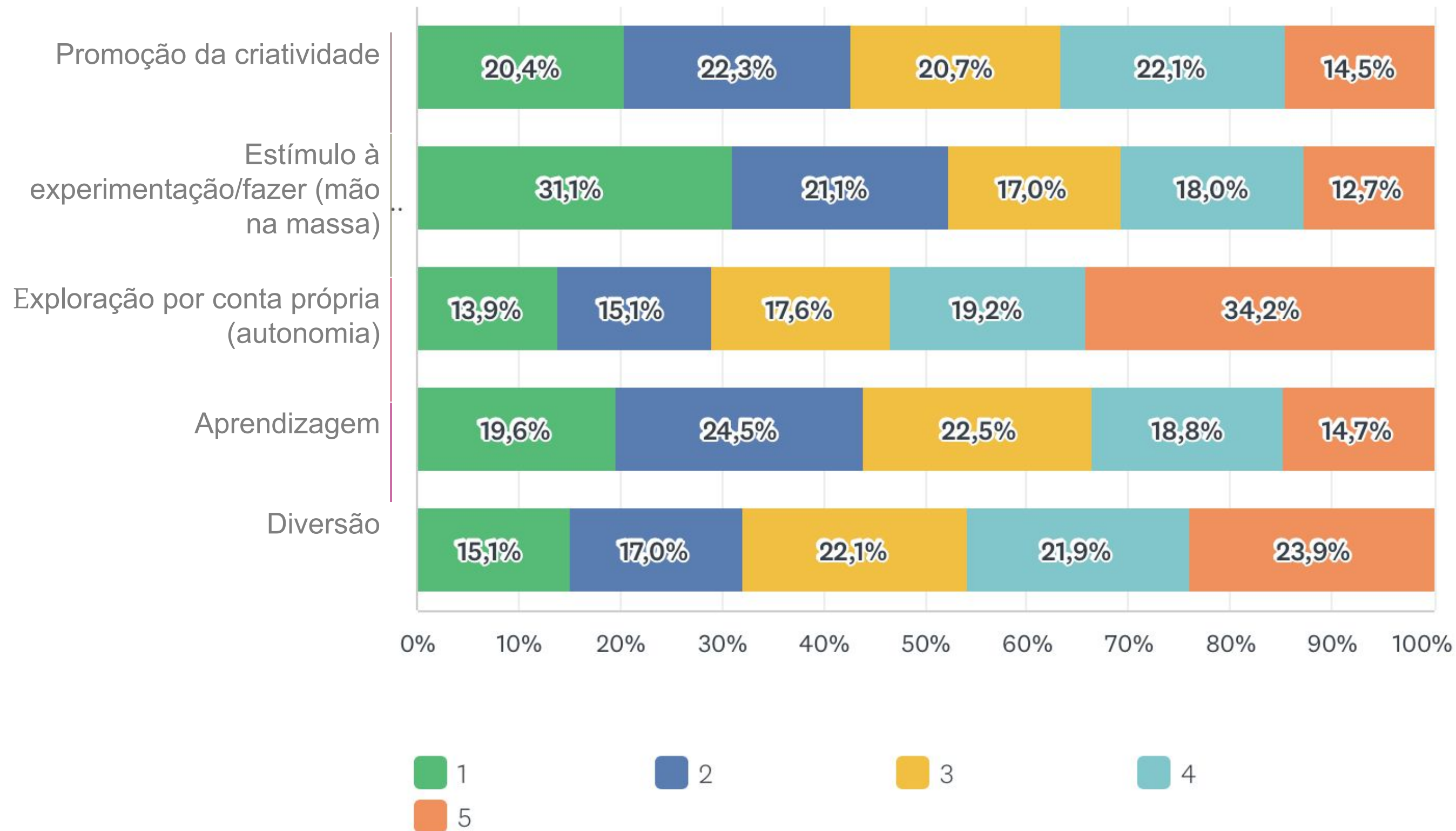
*A pesquisa foi realizada em espaços makers escolares (n=20) e fora da escola (n=28) em diferentes países, sendo a maioria (n= 41) dos Estados Unidos. Seis eram de países europeus e 2 da América latina.

Avalie alguns pontos da oficina que você participou:



- + As oficinas tiveram uma avaliação "ótimo" muito alta (acima de 89%) em 4 dos 5 itens.
- + O "tempo de realização da atividade" foi o item classificado com um índice "bom" e "regular" maior em comparação aos demais. Esse é um ponto a ser avaliado de forma mais qualitativa pela equipe. O tempo pode ser curto ou longo demais para as atividades.

Em ordem crescente (sendo 1 o mais importante), o que a atividade maker te proporcionou?



1. Estímulo a experimentação



2. Criatividade



3. Aprendizagem



4. Diversão



5. Autonomia

Essa é a ordem dos itens avaliados como mais importantes pelos visitantes em relação ao que a atividade maker proporcionou.

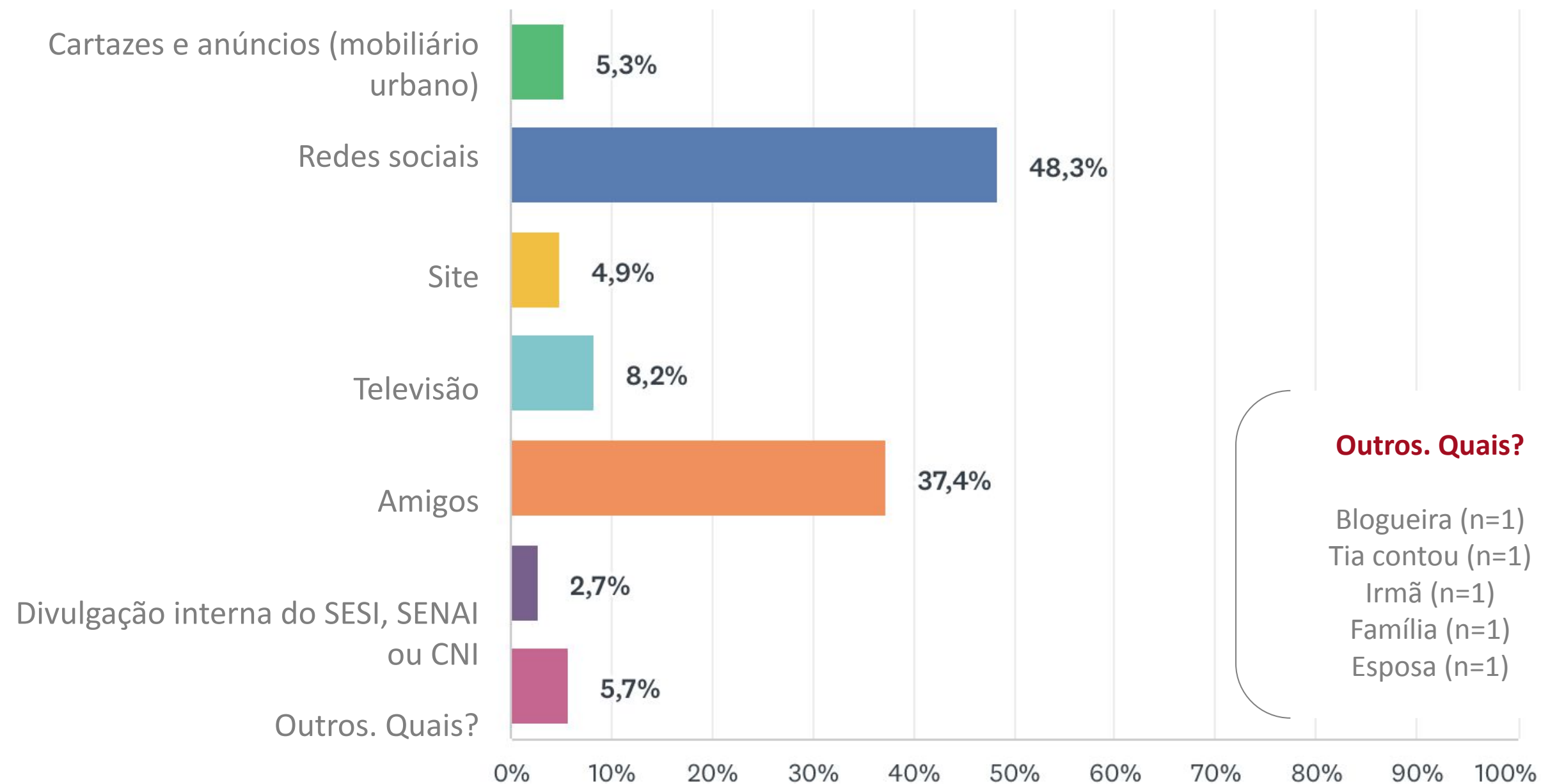
Em uma escala de 1 a 5, quão satisfeito você ficou com a atividade?



MUITO INSATISFEITO	INSATISFEITO	NEUTRO	SATISFEITO	MUITO SATISFEITO	TOTAL	MÉDIA PONDERADA
1,0% 5	0,2% 1	0,0% 0	12,1% 62	86,7% 443	511	4,83

Como ficou sabendo do SESI Lab?

(Marque até 2 opções)



- + Da mesma forma que o público espontâneo, a indicação do Sesi Lab por pessoas conhecidas: amigos/família, o famoso marketing espontâneo (boca a boca) e as redes sociais são os principais meios de informação a respeito do espaço entre os participantes das oficinas.

Há algum aspecto negativo da sua experiência, sugestão ou comentário que você gostaria de relatar? Conte para nós no espaço abaixo

Aspectos negativos:

- ☐ Muito cheio
- ☐ Muitas pessoas no local ao mesmo tempo
- ☐ A oficina podia ser mais rápida
- ☐ Choque de horário das oficinas
- ☐ Poucas vagas
- ☐ Pode melhorar na condução, com melhor timing, o público infantil dispersa rápido. Biomaker
- ☐ Adequar a linguagem para as crianças, diminuir os jargões de física
- ☐ Crianças muito pequenas p atividade de carro a motor, (menores de 4 anos) atrapalharam um pouco.

sobre a Infraestrutura

- ☐ Sala muito fria
- ☐ Ar condicionado muito forte em cima da mesa
- ☐ Uma melhor organização para ver os aparatos quando tem muita gente.
- ☐ Cola quente com defeito

Neutras:

- ☐ Por enquanto não
- ☐ Reciclagem das canetinhas
- ☐ Retirada de ficha

Positivas

- ☐ Perfeito
- ☐ Foi tudo ótimo. Só tenho a agradecer.
- ☐ Variedade de estações, conforto da instalação
- ☐ Tudo ótimo
- ☐ Oficina maravilhosa. Parabéns.
- ☐ Muito bom
- ☐ Parabéns pelo espaço surpreendente!
- ☐ Parabéns pelo excelente iniciativa de estímulo e aprendizagem!
- ☐ Oficina maravilhosa. Parabéns.

Sugestões:

- ☐ Mais divulgação
- ☐ Oficinas em horários diferente
- ☐ Melhorar ordem de distribuição das fichas

Apontamentos e cruzamentos

Oficina maker

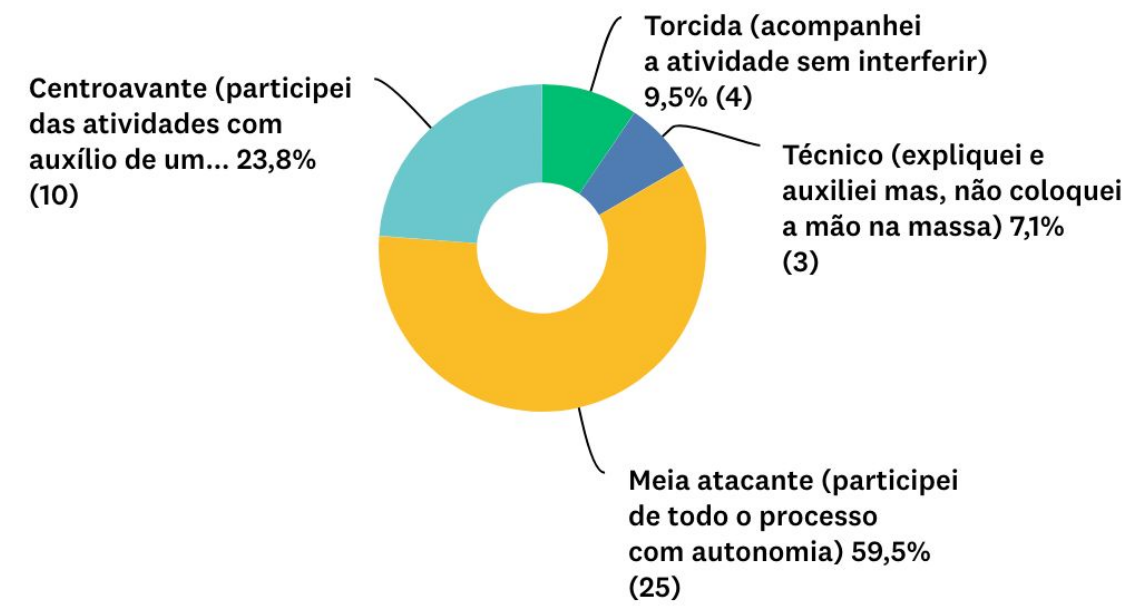


participantes sozinhos ou com outros adultos X famílias (experiência)*

Se você fosse avaliar sua participação nessa atividade comparando com um jogo de futebol, você seria:

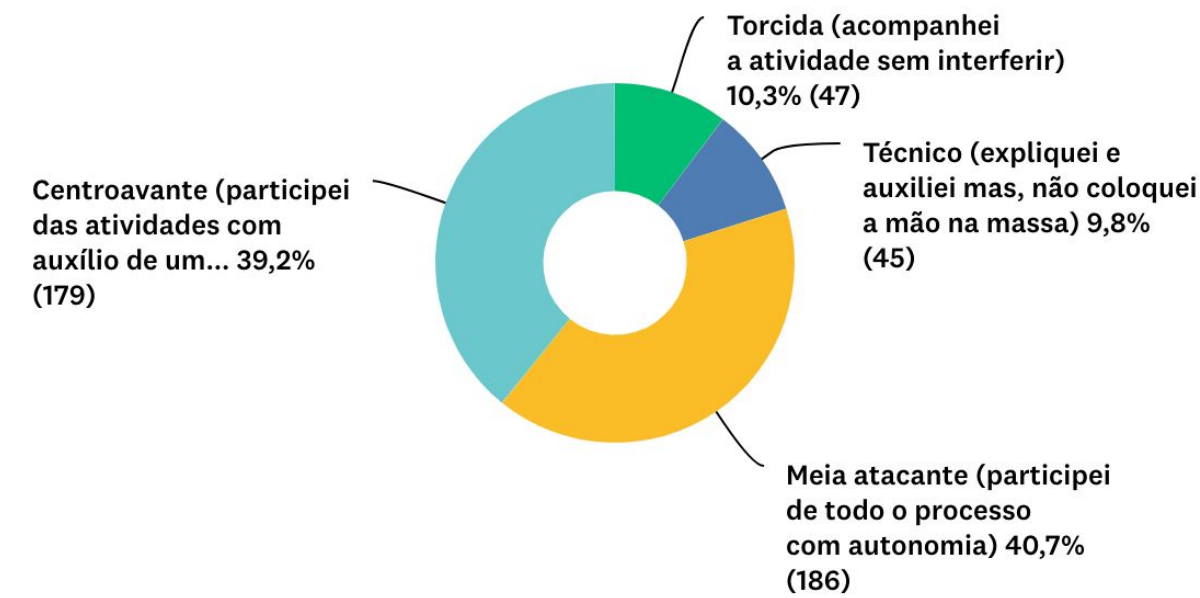
1. Participantes sozinhos, com cônjuge ou namorado, com amigos, com grupo organizado

Responderam: 42 Ignoraram: 0



2. Famílias: com crianças, com pai e/ou mãe, com outros membros da família

Responderam: 457 Ignoraram: 0



Dentre aqueles que participaram da atividade com a família, há menor tendência à participação totalmente autônoma. Isso pode estar relacionado à atenção dispensada às crianças ou outros membros da família.

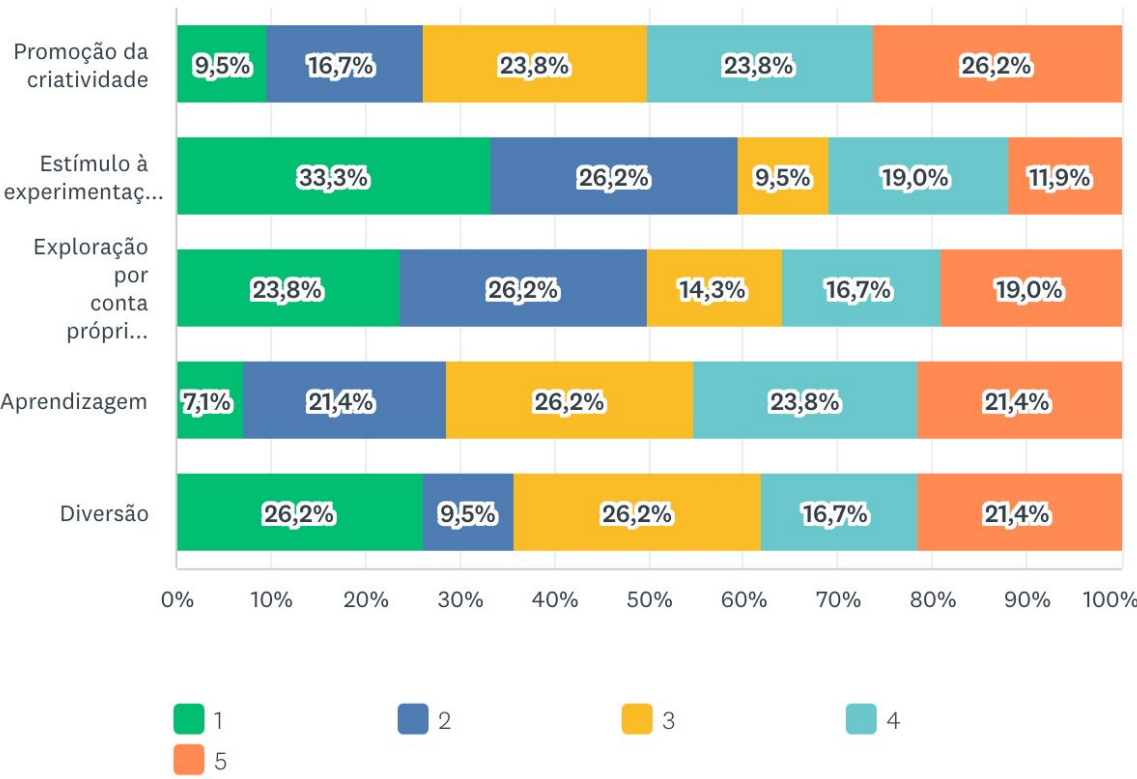
* o número de visitantes sozinhos, com conjuge/namorado ou com outros adultos é pequeno em relação à amostra geral. Para análise mais aprofundada sugerimos realizar pesquisas focadas nesse público e qualitativas.

participantes sozinhos ou com outros adultos X famílias (experiência)

Em ordem crescente (sendo 1 o mais importante), o que a atividade maker te proporcionou?

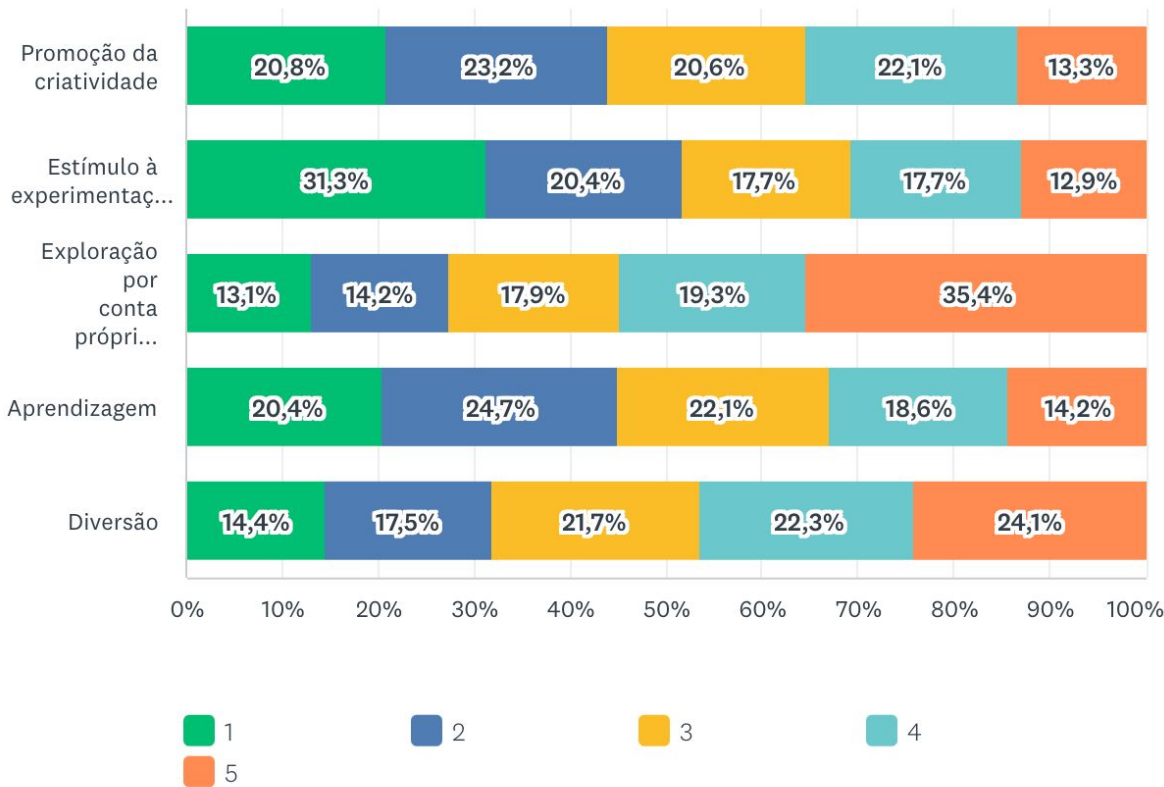
1. Participantes sozinhos, com cônjuge ou namorado, com amigos, com grupo organizado

Responderam: 42 Ignoraram: 0



2. Famílias: com crianças, com pai e/ou mãe, com outros membros da família

Responderam: 457 Ignoraram: 0



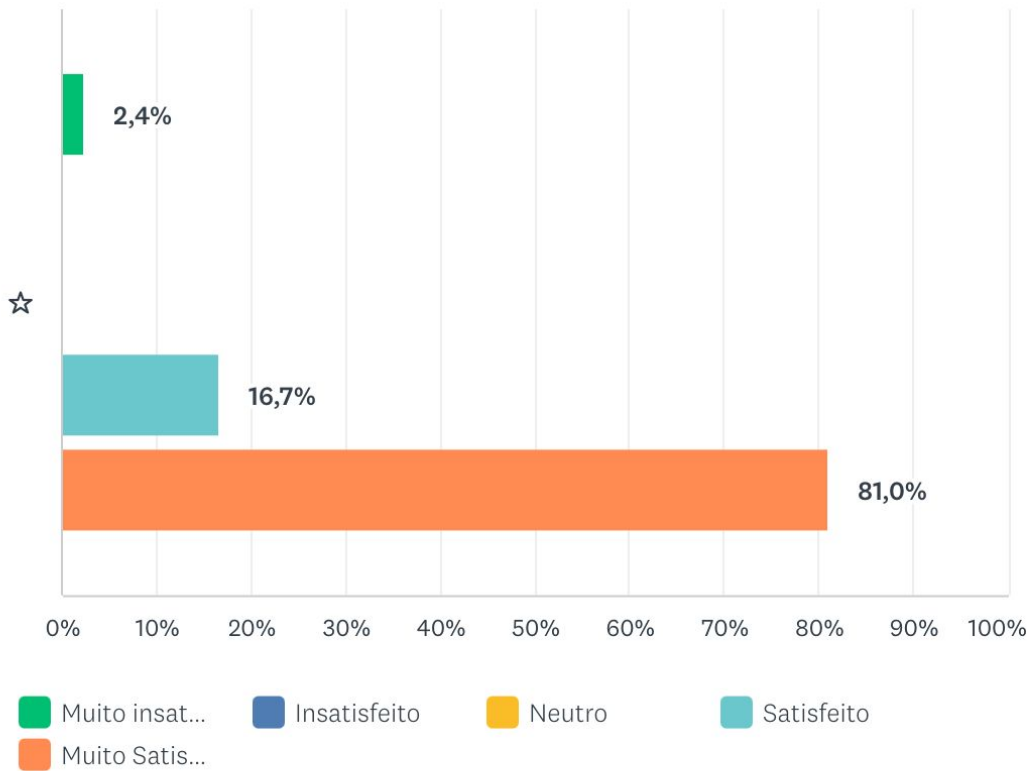
Dentre aqueles que participaram da atividade com a família, a promoção à criatividade é o segundo ponto mais importante, seguido da aprendizagem. Já entre aqueles que participaram sozinhos, com cônjuge/namorado ou com outros adultos, a exploração por conta própria e diversão foram os aspectos mais importantes após o estímulo à experimentação, que aparece em primeiro lugar para ambos. Chama atenção a baixa importância da aprendizagem entre o primeiro grupo.

participantes sozinhos ou com outros adultos X famílias (satisfação)

Em uma escala de 1 a 5, quanto satisfeito você ficou com a atividade?

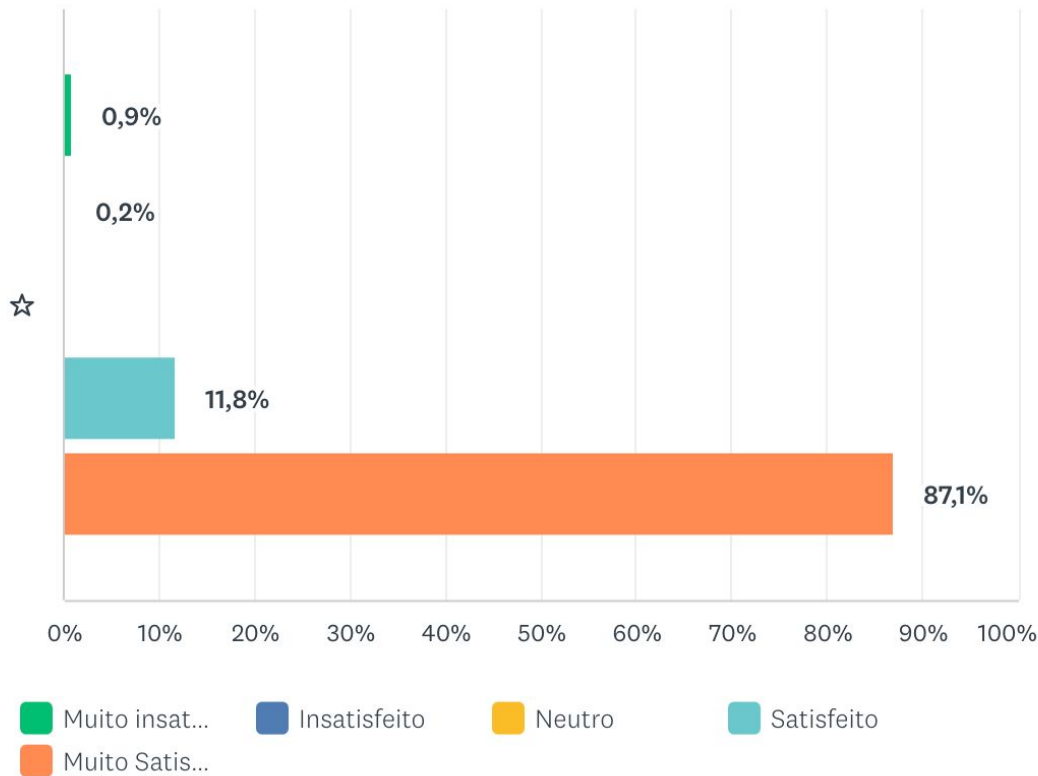
1. Participantes sozinhos, com cônjuge ou namorado, com amigos, com grupo organizado

Responderam: 42 Ignoraram: 0



2. Famílias: com crianças, com pai e/ou mãe, com outros membros da família

Responderam: 457 Ignoraram: 0



Dentre aqueles que participaram da atividade com a família, o grau de satisfação com a atividade é maior que do grupo em que há participantes sozinhos, com cônjuge/namorado ou com outros adultos. De acordo com o estudo COVES (2018), visitantes adultos tendem a avaliar pior as experiências do que os grupos com crianças.

Observações qualitativas sobre a experiência

- ❑ Não houve diferença quantitativa significativa entre os pontos negativos levantados pelos participantes das oficinas. O que pôde-se observar é que no período de 13/12/2022 a 31/01/2023 há um número maior de respostas enfatizando a superlotação, em respostas como: "muito cheio", "muitas pessoas" e ainda, "poucas vagas". Em janeiro, as falas dos visitantes passam a ser mais voltadas ao tempo longo das oficinas (para crianças) e a questão do ar condicionado ser muito frio.

Visita espontânea mediada

TOTAL DE RESPOSTAS	TAXA DE CONCLUSÃO ?
323	99%

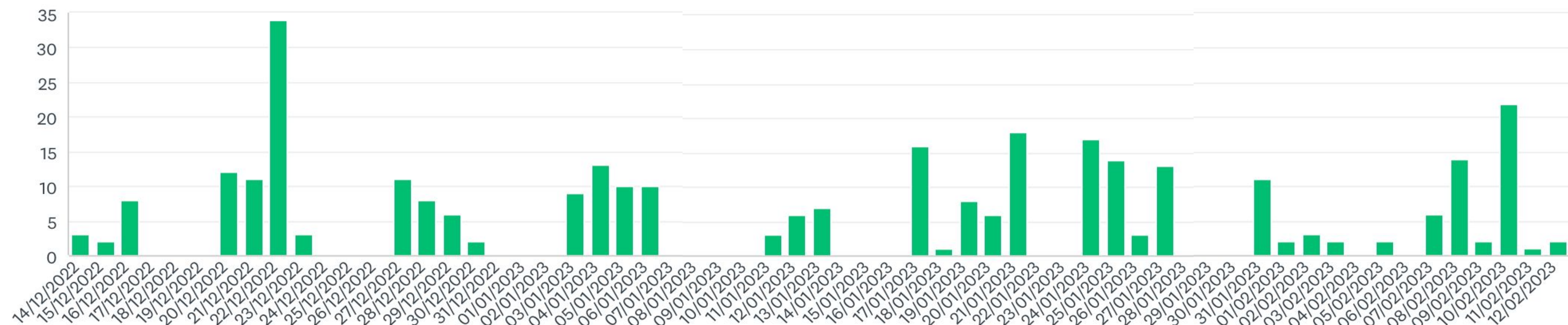
Total de respostas
válidas

321

Período de aplicação dos questionários

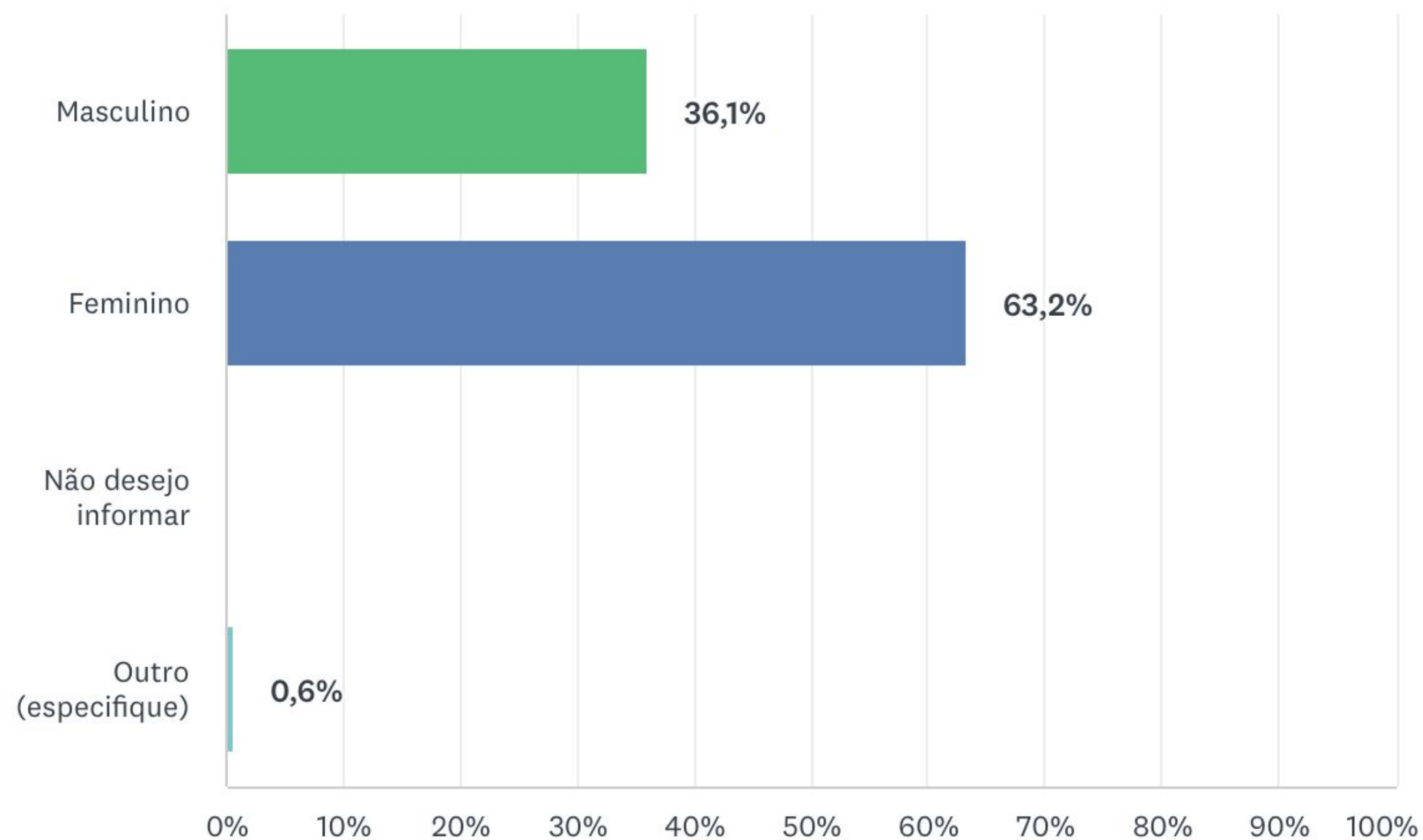
13 de dezembro a 13 de fevereiro

Distribuição temporal



- + As visitas espontâneas mediadas ocorreram durante todo o período de coleta, mas a evasão durante de público durante a atividade foi alta. Com isso, o número de respondentes foi menor que em outras atividades. Esse dado é bastante interessante para planejar visitas mediadas junto ao público espontâneo, prevendo mediações mais curtas ou de temáticas específicas, ou ainda se valendo de estratégias diferenciadas que engajem mais os visitantes a realizar esse tipo de atividade do início ao fim.

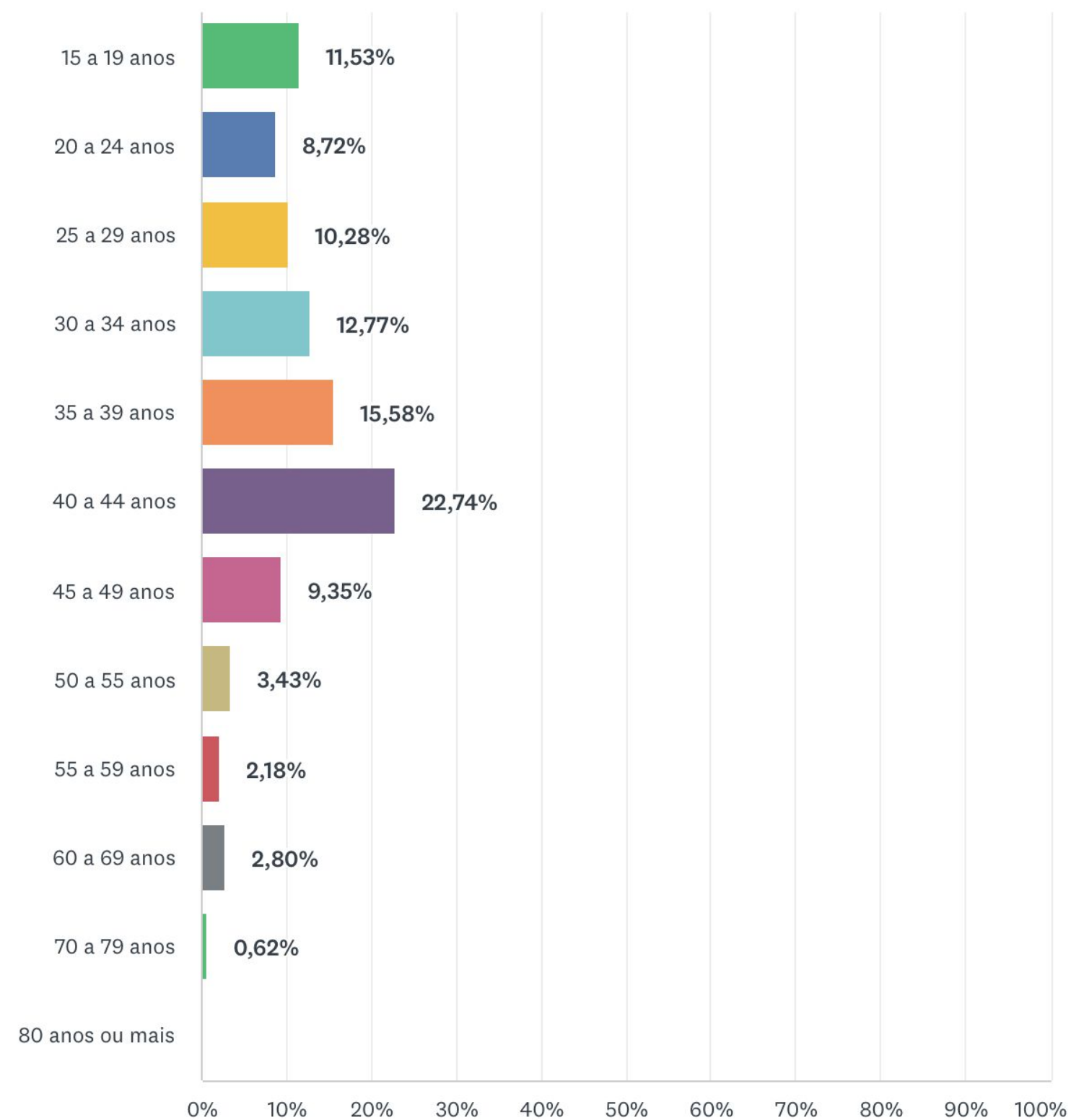
Qual gênero com o qual se identifica?



+ Os dados acerca de gênero são bastante semelhantes àqueles encontrados para o público espontâneo em geral. Sendo o público feminino mais presente.

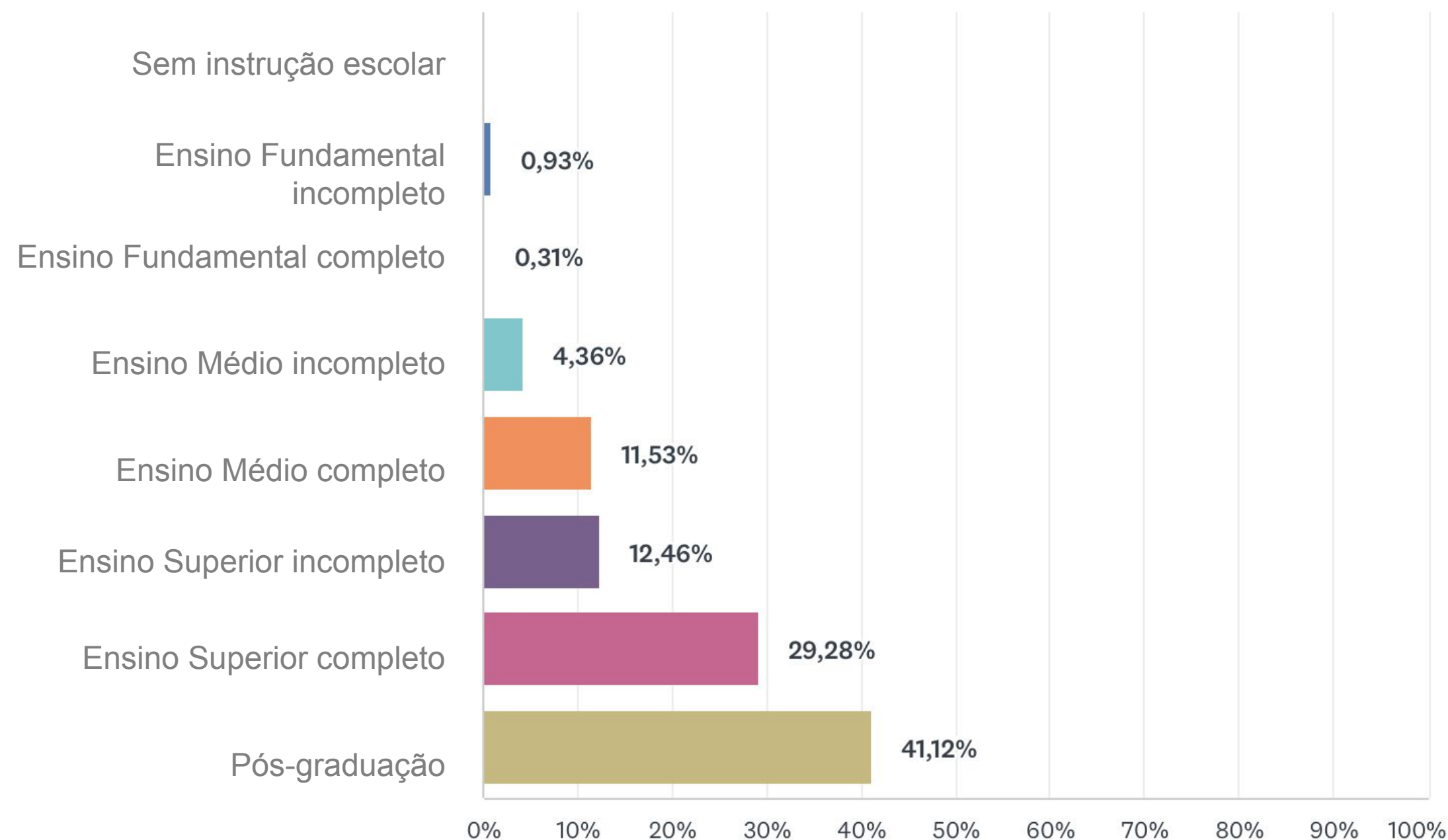
Outro. Especifique
Não binário (n=2)

Qual sua idade



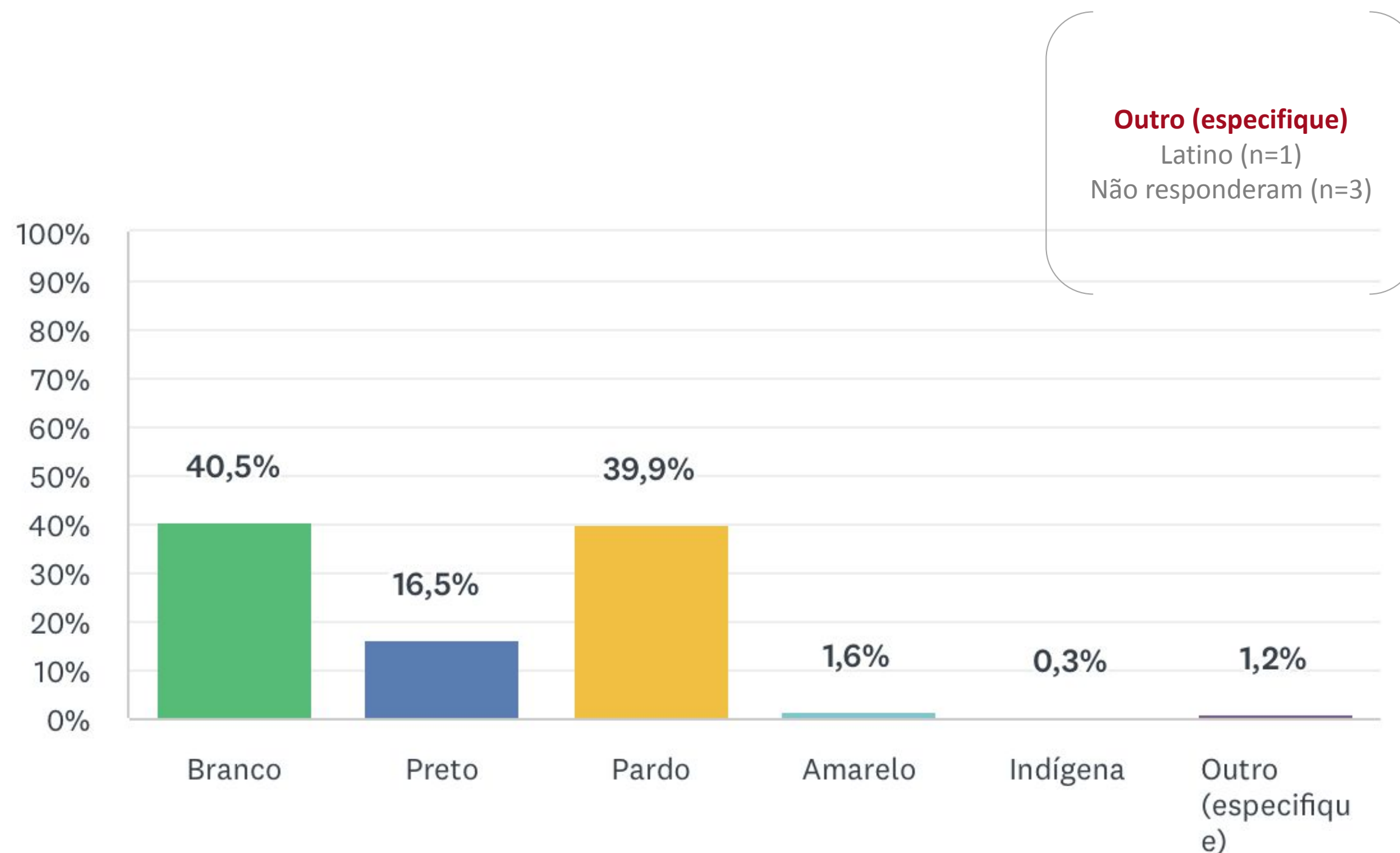
- + As faixas etárias mais comuns entre os participantes da visita mediada também são muito próximas das encontradas para o público espontâneo, com predominância de adultos entre 30 a 44 anos.
- + Quando comparado aos dados da oficina maker, atividade também com horário marcado, a faixa etária da atividade é significativamente diferente, havendo aqui mais adolescentes e jovens adultos.

Escolaridade



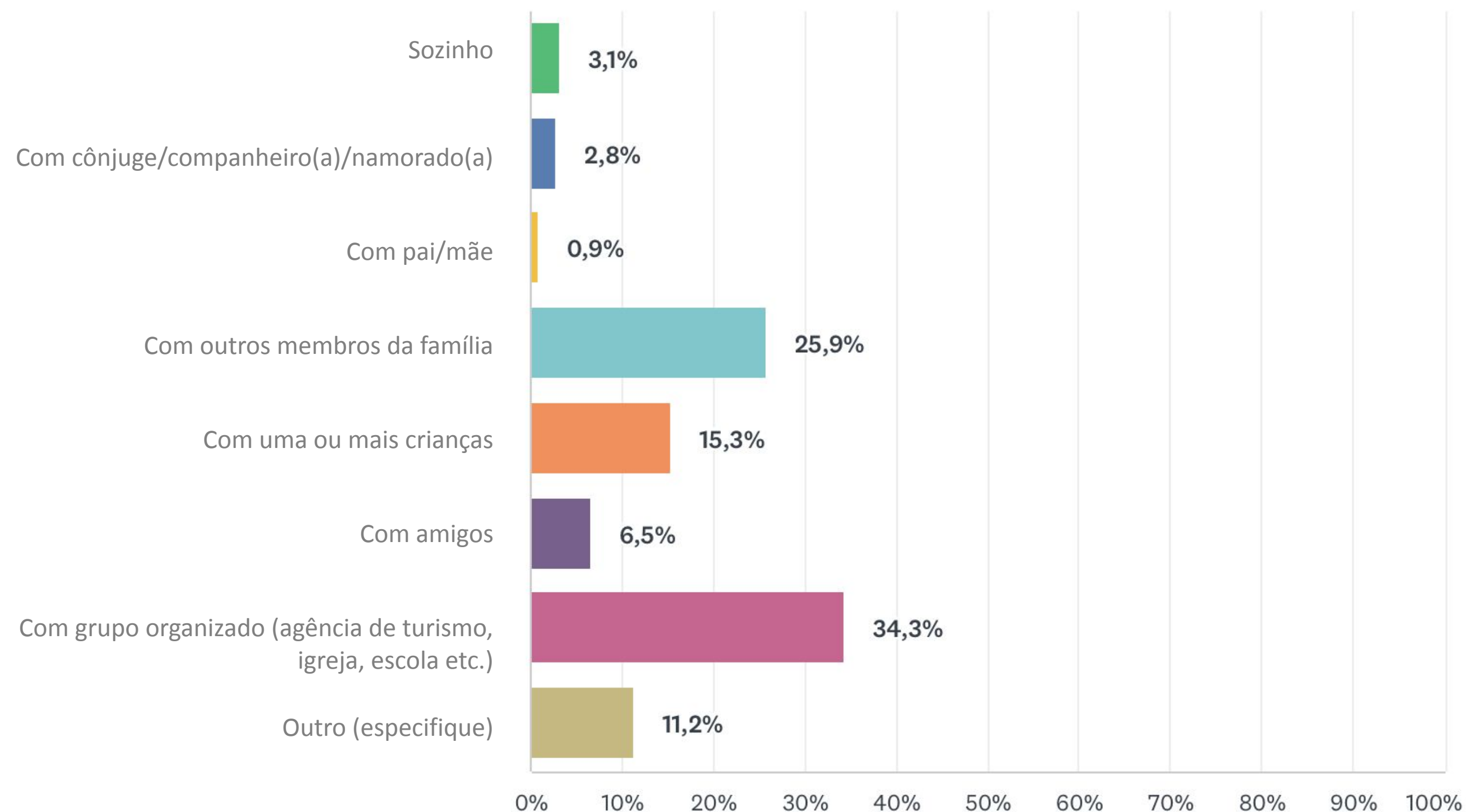
- + Da mesma forma dos dados de perfil mostrados anteriormente, a escolaridade predominante entre os participantes da visita mediada é muito próxima da encontrada para o público espontâneo, havendo maior porcentagem de visitantes com ensino superior completo e pós-graduação.
- + Quando comparado aos dados da oficina maker, notamos que a escolaridade é menor na visita mediada, resultado condizente com a faixa etária dos participantes que inclui maior porcentagem de adolescentes e jovens adultos.

Com relação à sua cor/raça, como você se reconhece:



- + O número de participantes que se autodeclararam pardos e pretos teve um aumento significativo (cerca de 28%) nas visitas espontâneas mediadas em comparação ao público espontâneo que visitou livremente as exposições.

Com quem você veio ao museu?



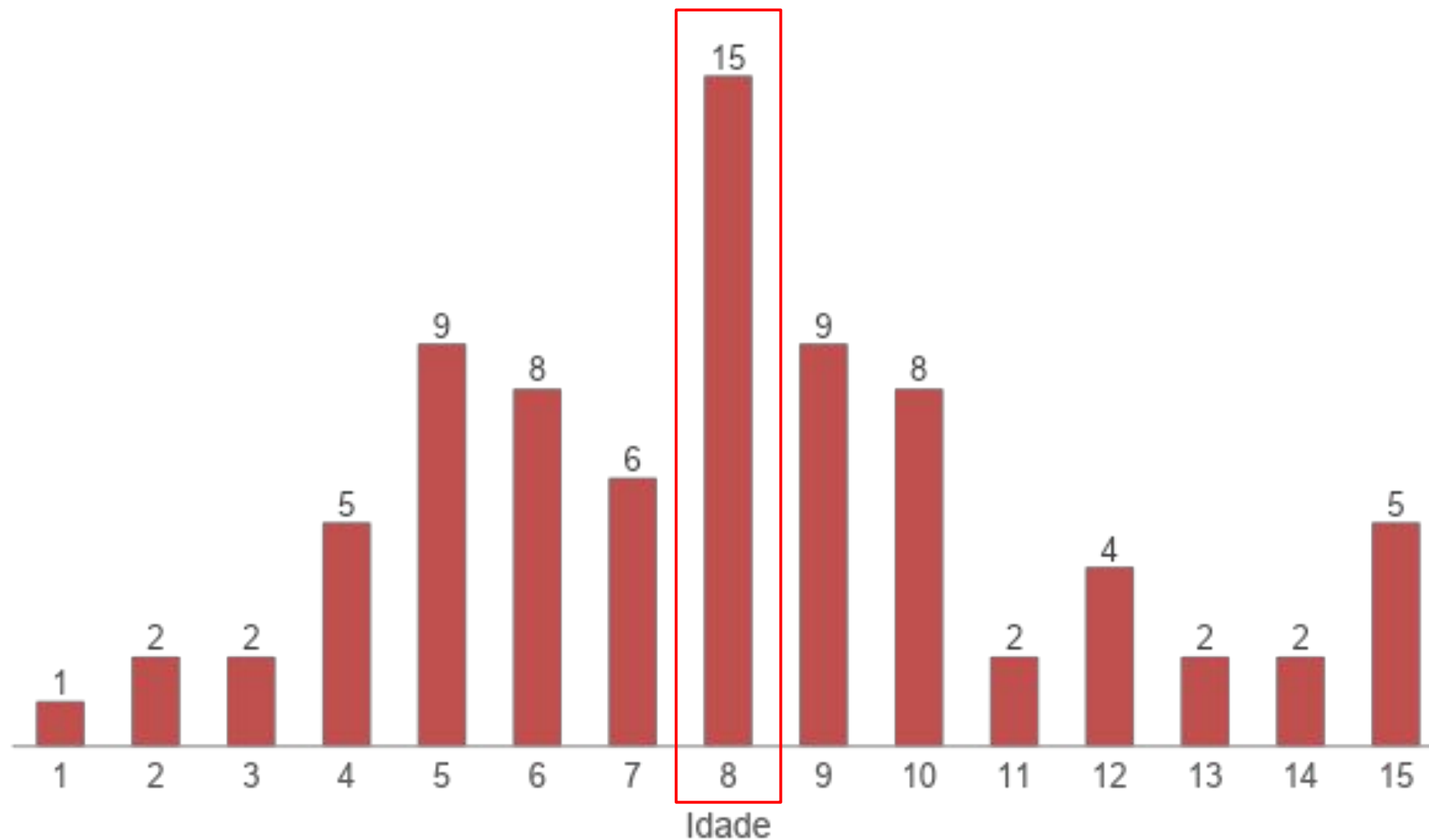
- + A visita mediada para público espontâneo foi maior entre grupos organizados como agências de turismo, ONGs, educação formal, entre outros. Em comparação às visitas espontâneas há um aumento de 19%.
- + A porcentagem de famílias é cerca de 57% menor nas visitas mediadas do que nas oficinas maker, mostrando que há um segmento de público específico para cada atividade. Caso haja pretensão de ampliar o público de famílias na visita mediada, é necessário que elas sejam planejadas a partir de estratégias e temáticas específicas, incluindo divulgação focada.

Outro. Especifique

Universidade-ueg
Ministro-agricultura
Família-e-amigos
Filhos
Sesi
Família
Escola
Trabalho
Esposa-e-filha
Mãe-e-sobrinhos

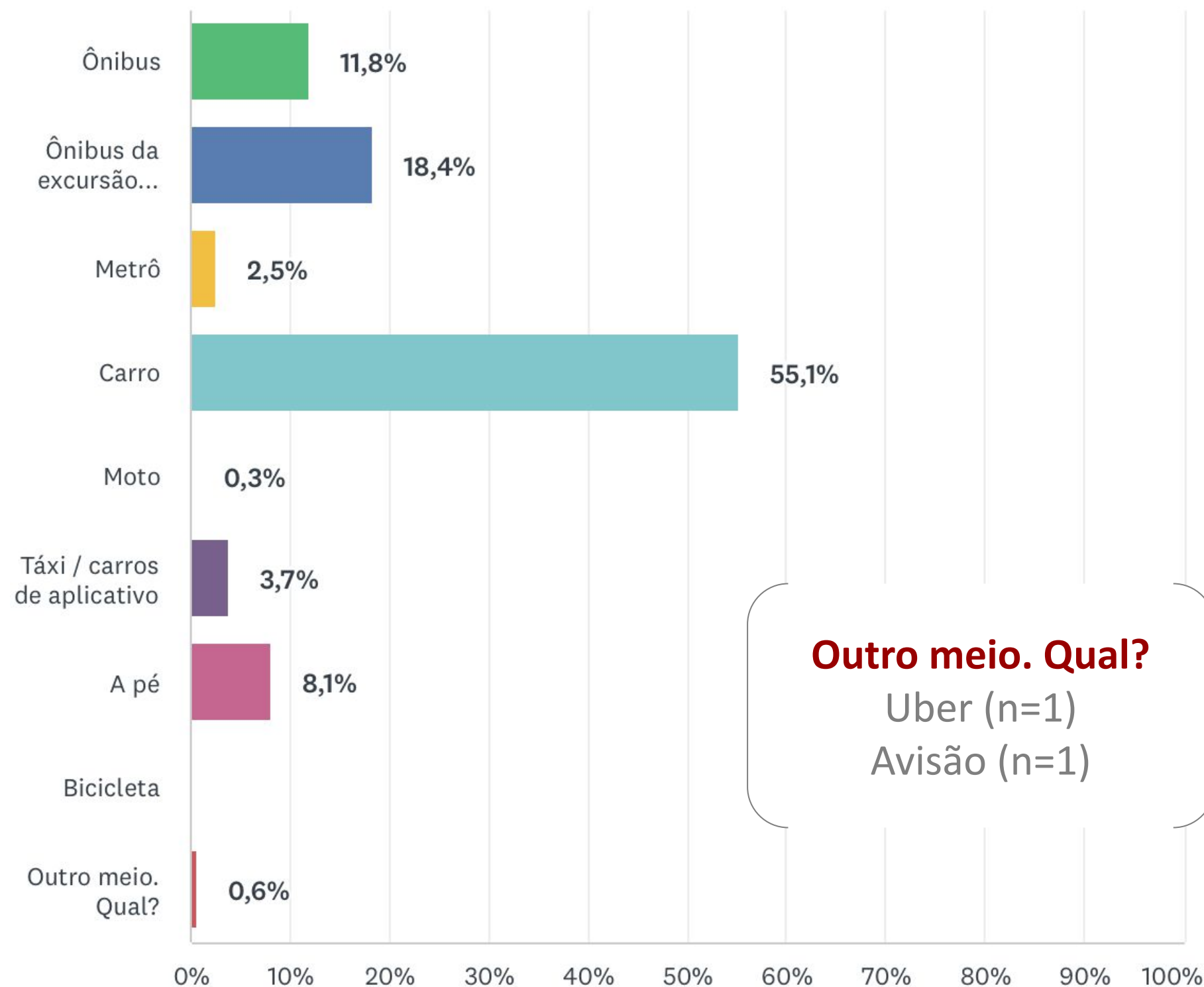
- + O público do sistema Sesi foi maioria entre aqueles que realizaram a atividade em grupos organizados.
- + Esse resultado pode estar associado a divulgação interna realizada entre as instituições.

Visitantes com crianças. Qual a idade da(s) criança(s)?



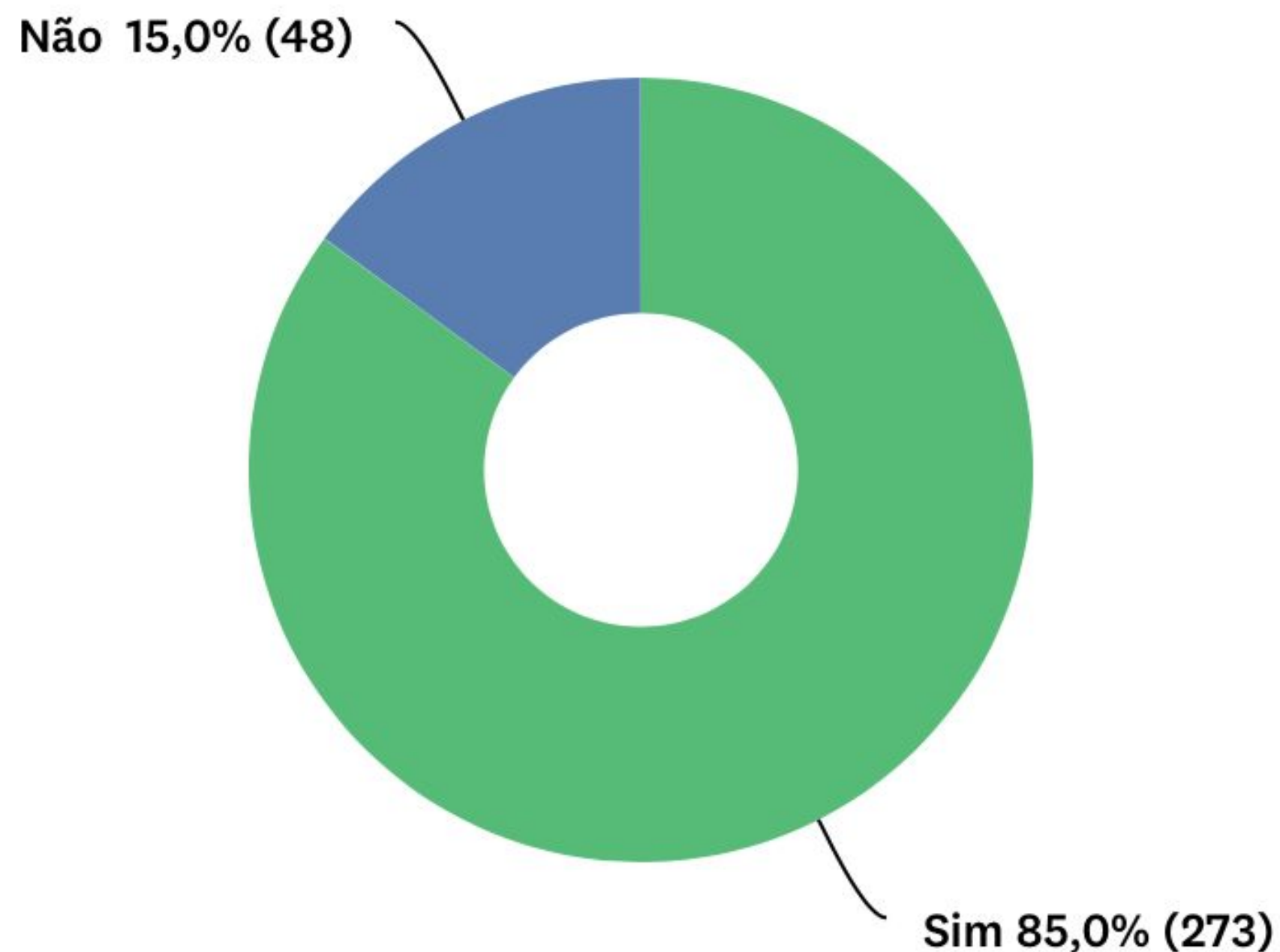
- + Entre aqueles que visitaram o espaço com filhos/as a idade de 8 anos foi a mais recorrente. Vale destacar que entre os visitantes de grupos organizados não há crianças.

Qual(ais) o(s) meio(s) de transporte que você utilizou para vir até ao SESI Lab?



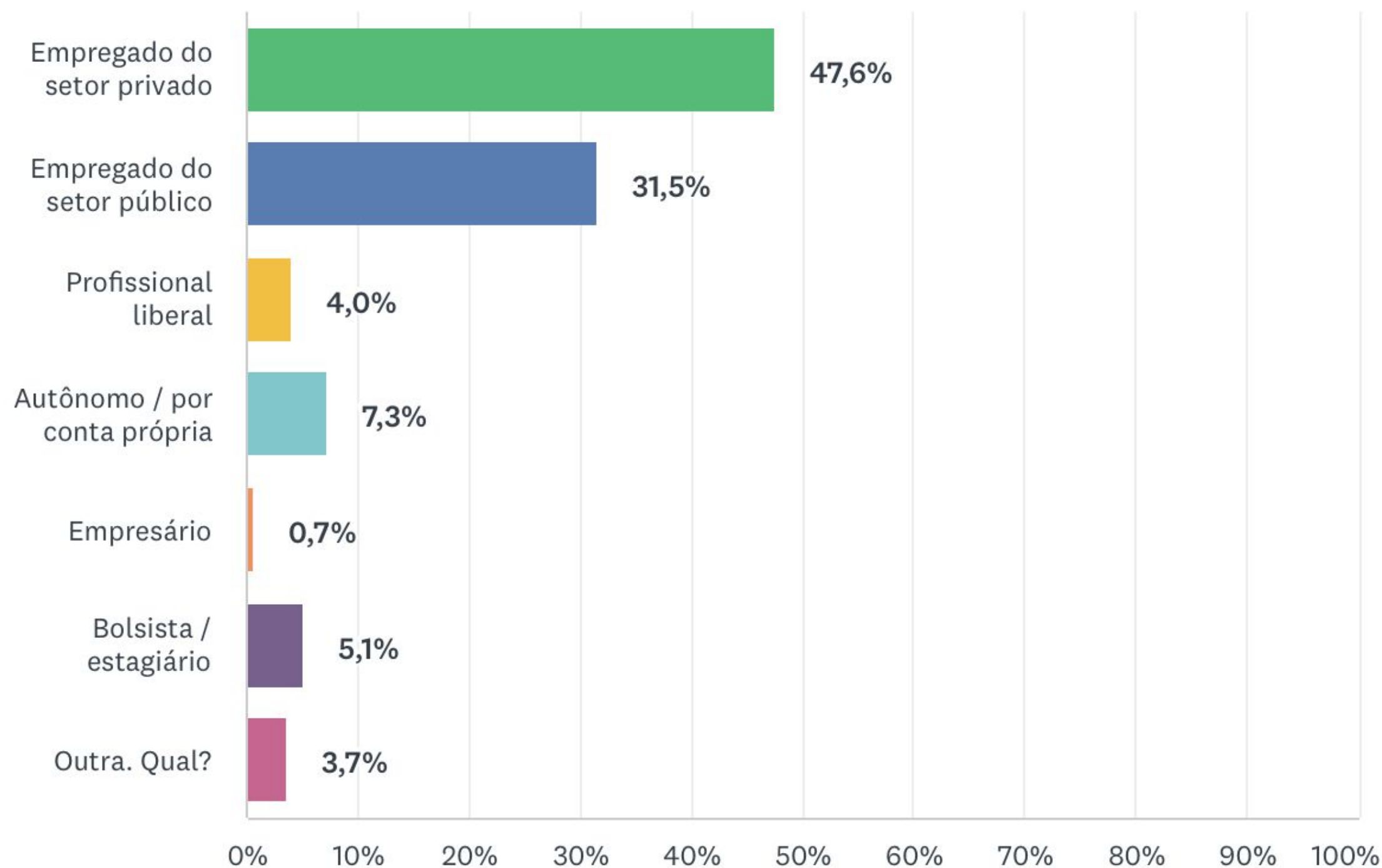
- + O número de visitantes que chegam ao SESI Lab de ônibus / ônibus de excursão é maior nas visitas espontâneas mediadas do que o público espontâneo em geral. É ainda significativamente maior do que aqueles que participaram das oficinas maker. Esses dados estão associados ao expressivo aumento do público em grupos organizados e, nesse caso, às visitas em grupos de turismo.

Você exerce alguma atividade remunerada?



- + O público que exerce atividade remunerada nas visitas espontâneas mediadas é significativamente maior do que entre o público espontâneo que visitou livremente as exposições (cerca de 15%).
- + Os dados acerca da atividade remunerada assemelham-se mais ao perfil do público das oficinas maker, ainda que as faixas etárias nas visitas mediadas incluam mais jovens.

Se você exerce atividade remunerada, indique sua situação: (Marque apenas uma resposta)

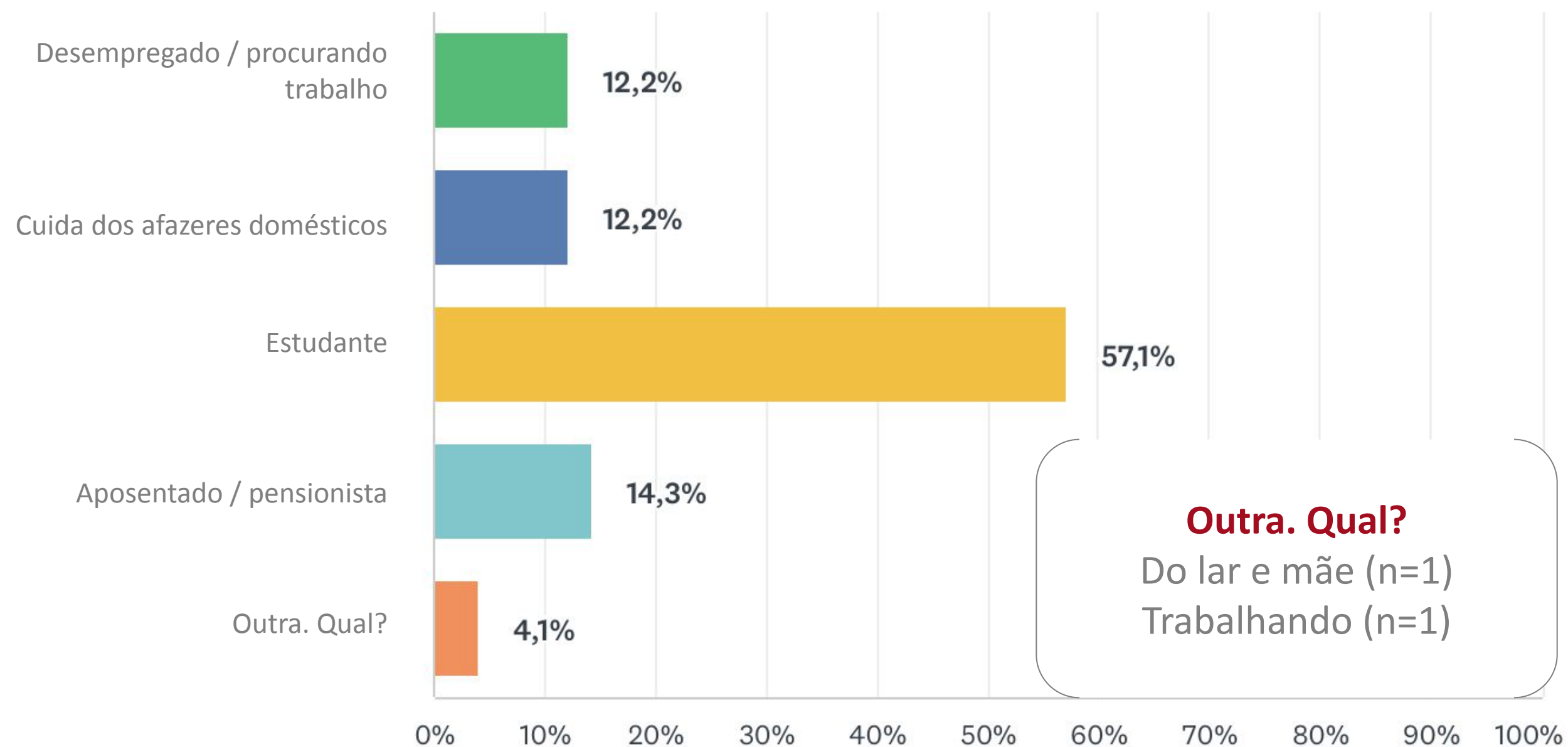


+ Apenas nesta atividade dentre todas as pesquisadas, o público empregado no setor privado é maior do que do setor público. Essa diferença pode estar relacionada ao maior número de grupos organizados (turismo e SESI)

Outra. Qual?

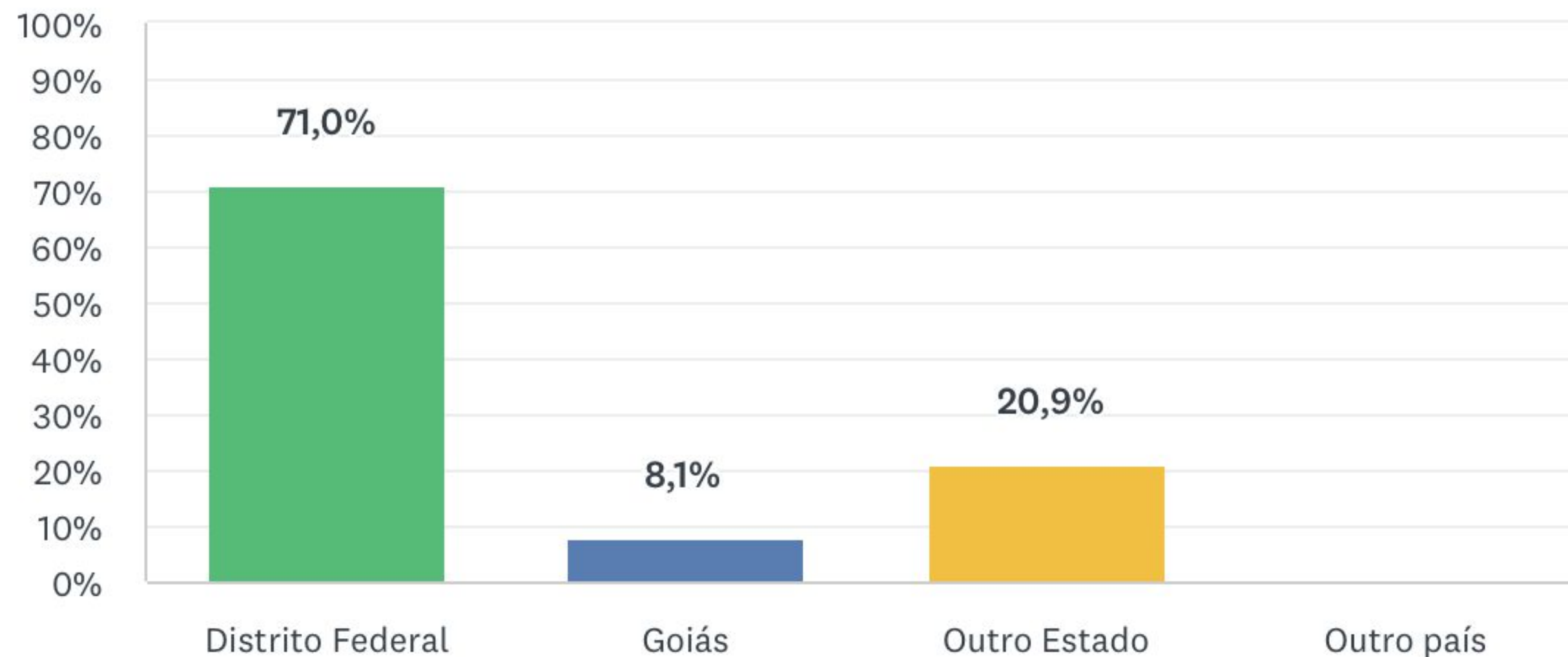
Jovem aprendiz (n=6)
Curso técnico (n=1)
Servidor público (n=2)
Senai (n=1)

Se você **NÃO** exerce atividade remunerada, indique sua situação: (Marque apenas uma resposta)



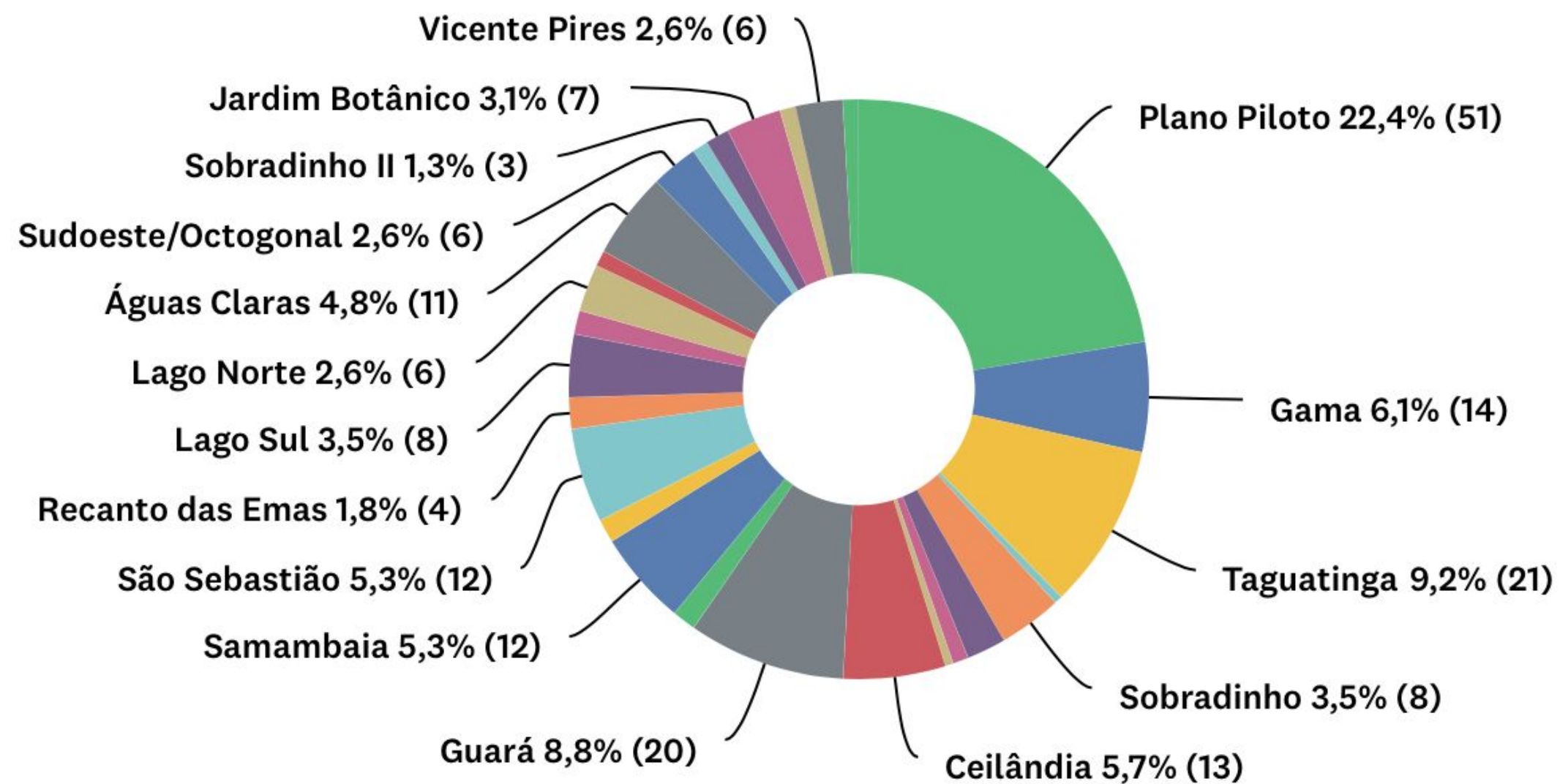
- + Da mesma forma que os dados sobre gênero e faixa etária, há uma porcentagem semelhante de estudantes entre os participantes da visita mediada e o público espontâneo que visitou livremente as exposições.
- + Também de forma semelhante aos dados de perfil citados acima, quando comparado aos dados da oficina maker, notamos diferenças significativas, sendo o percentual de estudantes maior na visita mediada, resultado condizente com a faixa etária dos participantes que inclui maior porcentagem de adolescentes e jovens adultos.

Onde você mora?



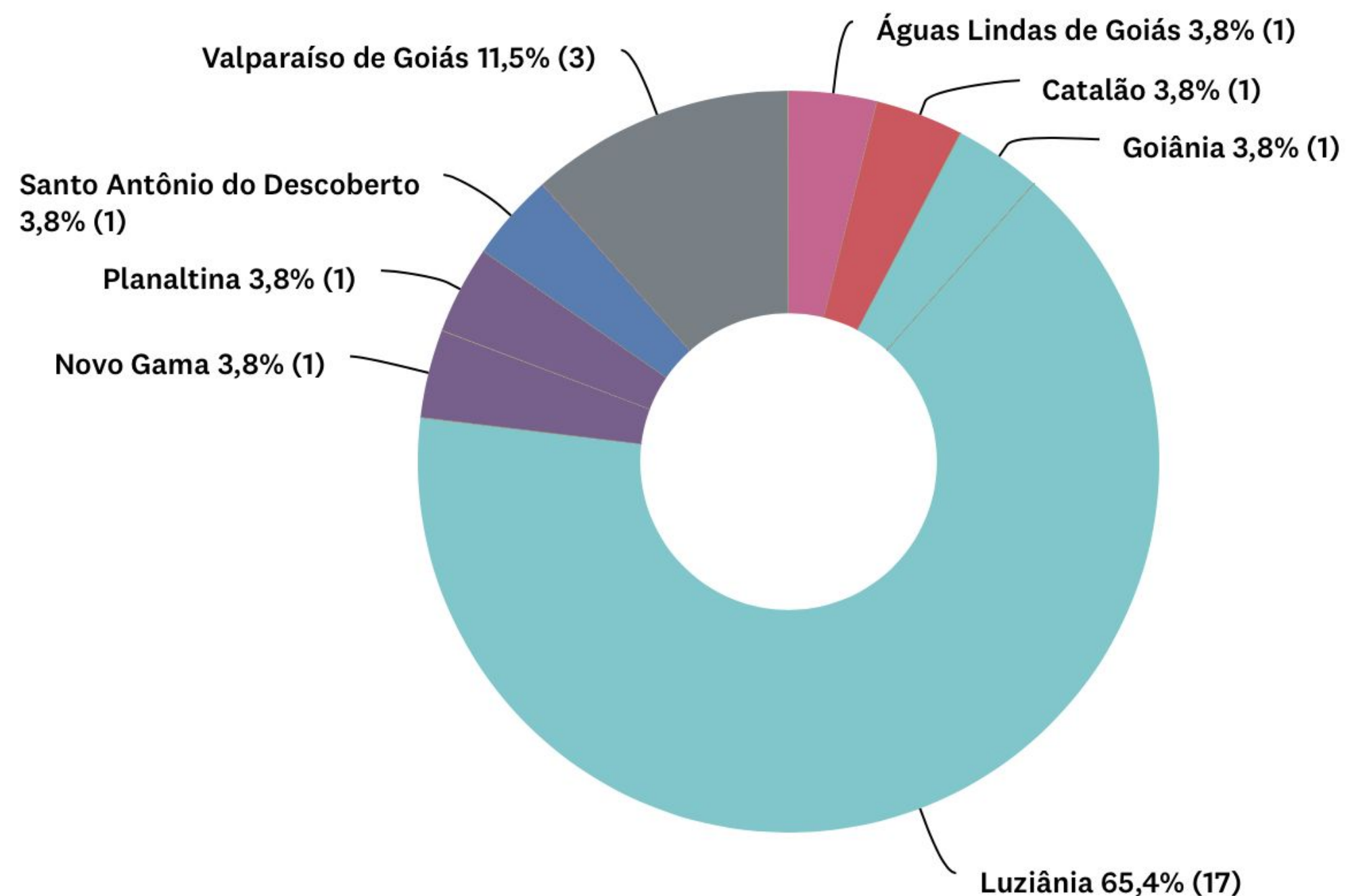
- + O percentual de público das visitas espontâneas mediadas residente em outros estados é significativamente maior do que entre o público espontâneo que visitou livremente as exposições. Esse aumento é ainda mais significativo quando comparado ao público das oficinas maker. Esses dados podem estar associados ao expressivo aumento do público em grupos organizados e, nesse caso, às visitas em grupos de turismo.

Qual região do DF?



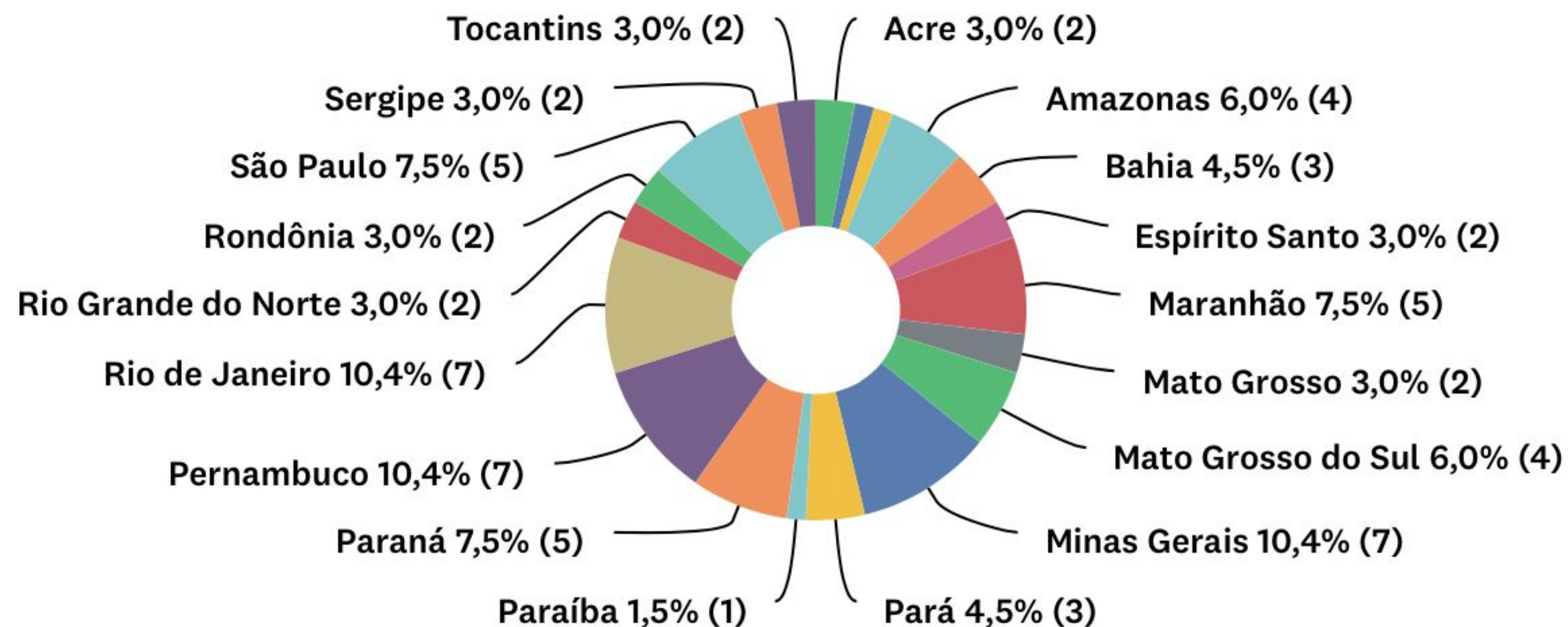
- + Exceto pelo Plano Piloto, nesta atividade encontramos uma maior porcentagem de visitantes de regiões de renda média baixa e baixa quando comparado ao público espontâneo geral e público das oficinas maker. Somando apenas o público de Ceilândia e Gama o percentual é de 11,8%, frente a 8% no caso do público espontâneo que visitou livremente as exposições e 5% nas oficinas maker.

Qual cidade de Goiás?



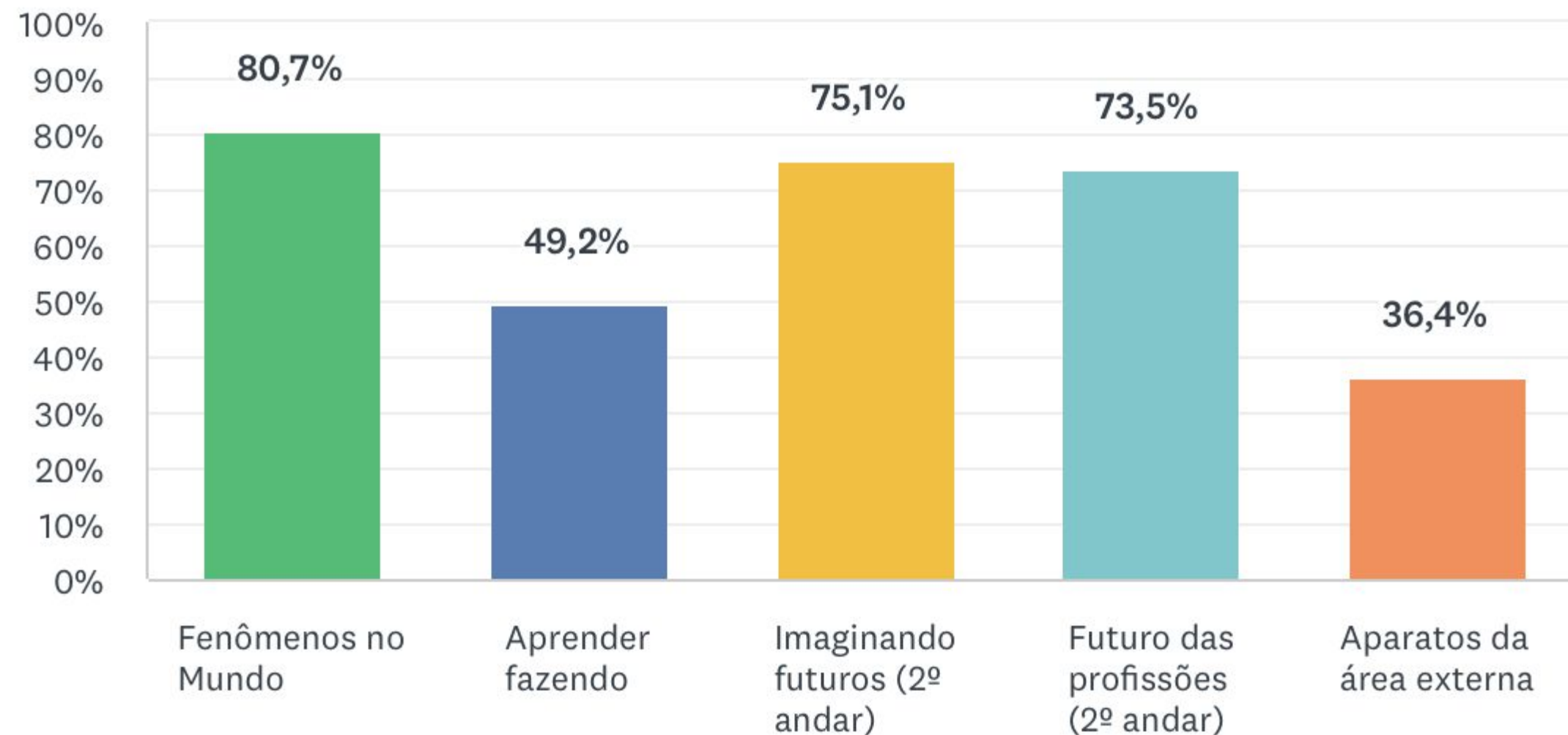
- + O alto número de visitantes de Luziânia está associado aos estudantes da Universidade de Goiás (UEG) que visitaram o Sesi Lab em grupo.

Outro Estado, selecione uma opção:



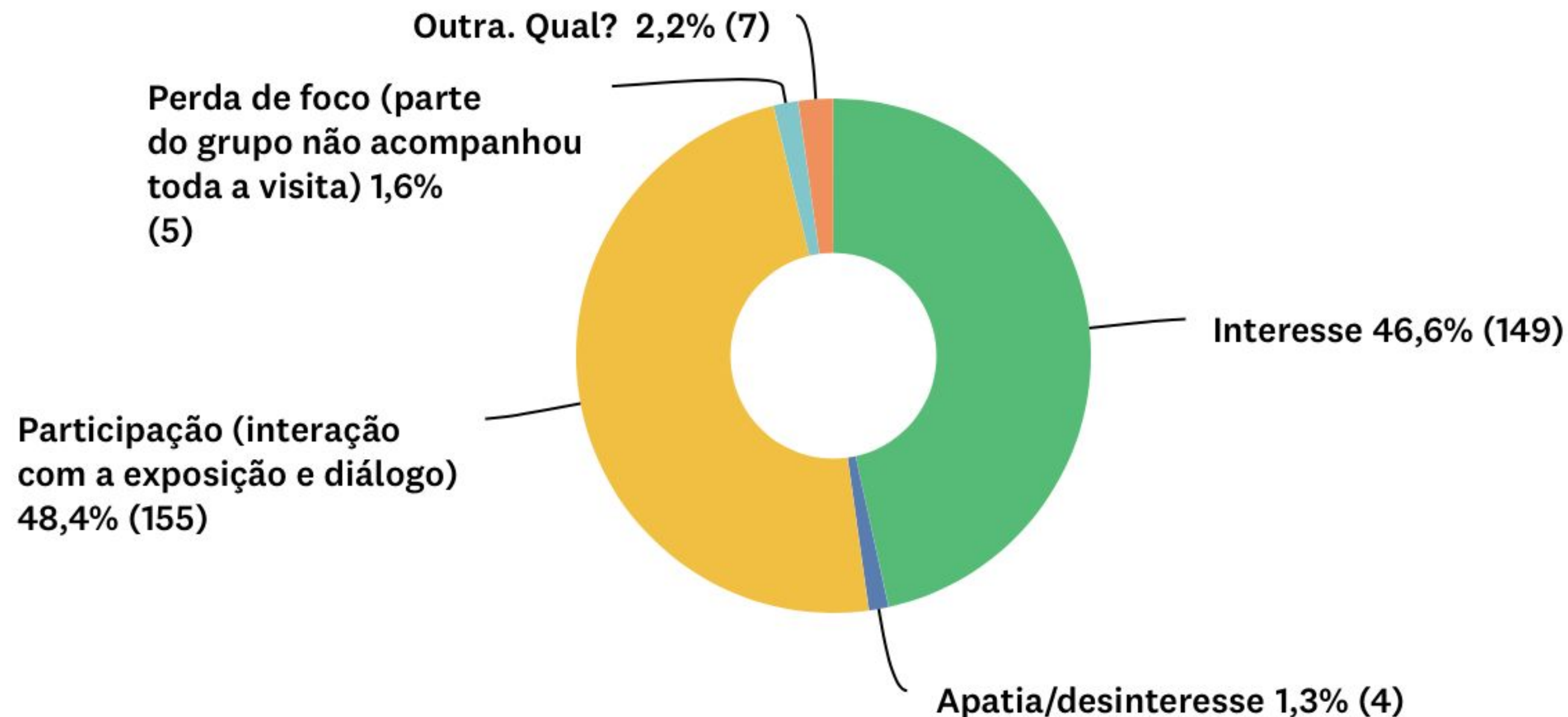
- + Diferentemente dos dados das pesquisas com o público espontâneo que visitou livremente as exposições e das oficinas maker, nesta atividade os visitantes do Estado de São Paulo são menos frequentes que os de Minas Gerais, Rio de Janeiro e Pernambuco.

Quais galerias foram visitadas com o educador?



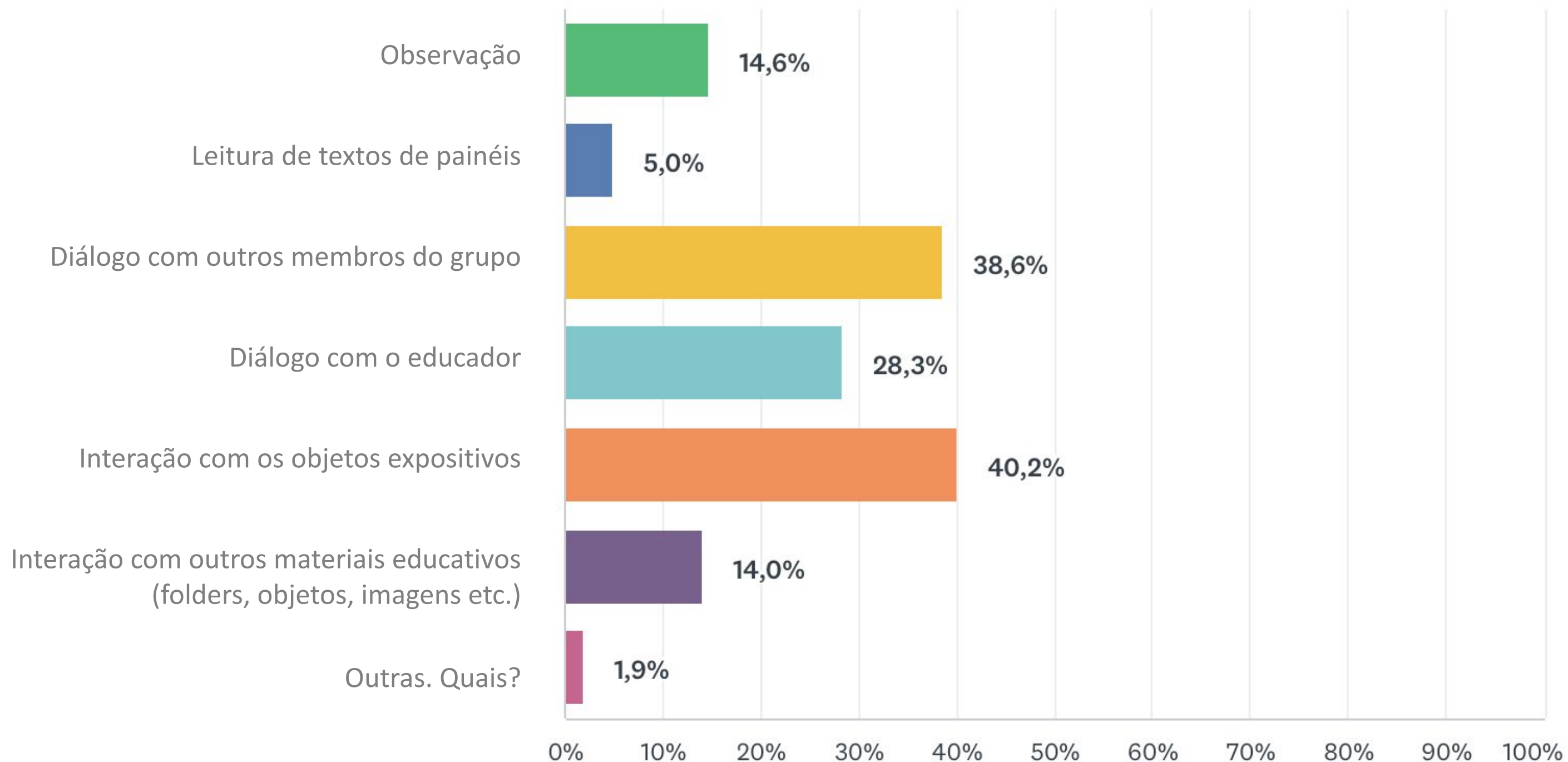
- + Nesta atividade, a galeria Aprender Fazendo e Aparatos da área externa aparecem como menos visitados na percepção do público. Nos dados registrados na pesquisa com o público espontâneo que visitou livremente as exposições, essas duas áreas também aparecem como menos visitadas, mas chama a atenção o percentual significativamente mais baixo. Há duas possíveis hipóteses para esses resultados, um deles vai de encontro com a discussão feita na análise da visita livre, apontando para uma menor identificação da galeria Aprender Fazendo por estar ligada fisicamente à Fenômenos do Mundo. No entanto, com a presença do educador apresentando as áreas, é possível que esse resultado tenha relação com a escolha do roteiro em função do menor percentual de crianças nesta atividade.

Que tipo de reação, a atuação do educador suscitou no grupo?



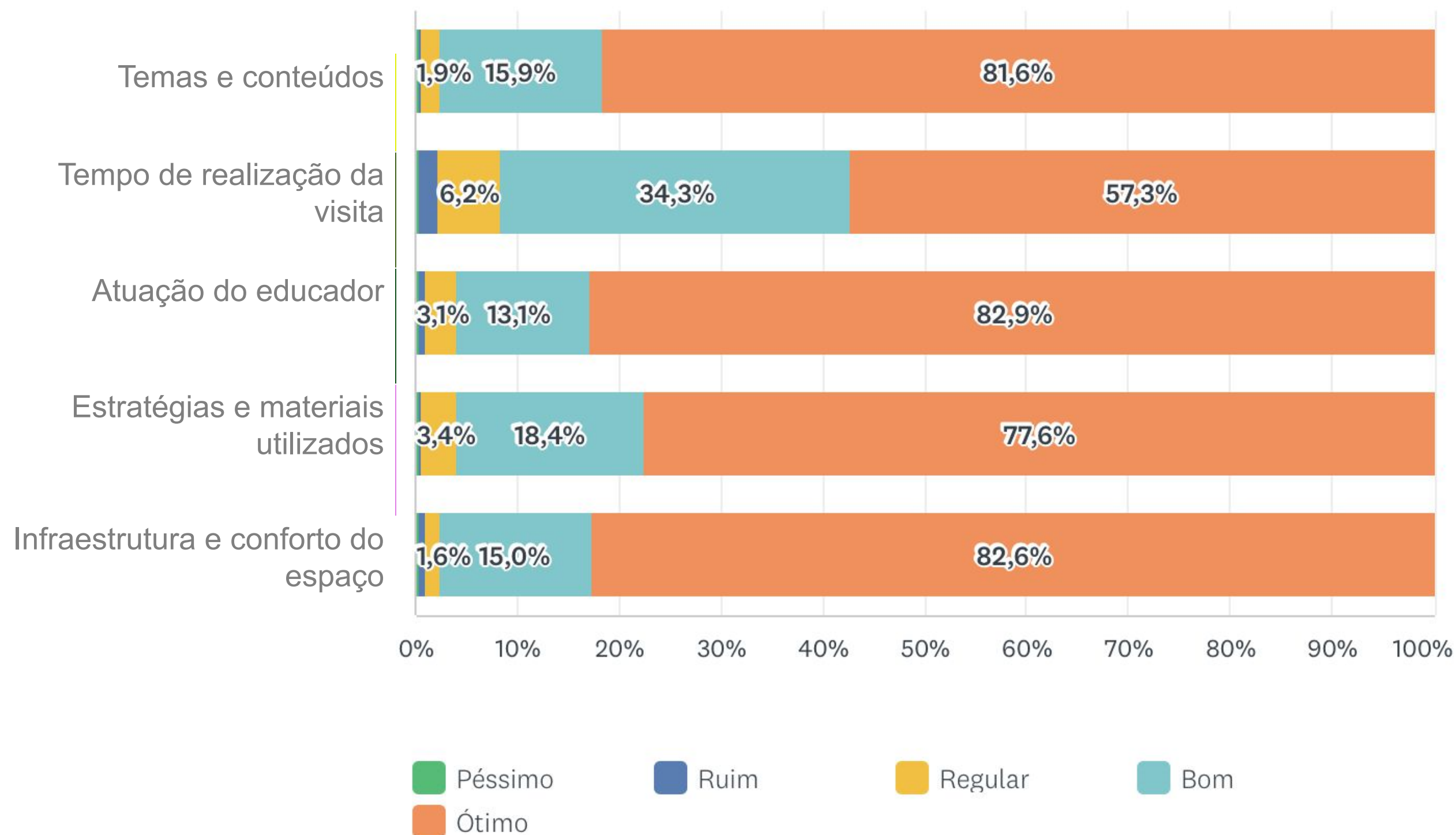
- + As avaliações mais expressivas indicadas pelo público participante foram positivas, incluindo a Participação (interação com a exposição e diálogo) e Interesse.

Quais das estratégias utilizadas pelo educador você mais gostou? (Marque até duas alternativas)



+ O público participante mencionou como estratégias mais apreciadas a interação com os objetos expositivos (40,2%) e o diálogo com outros membros do grupo (38,6%).

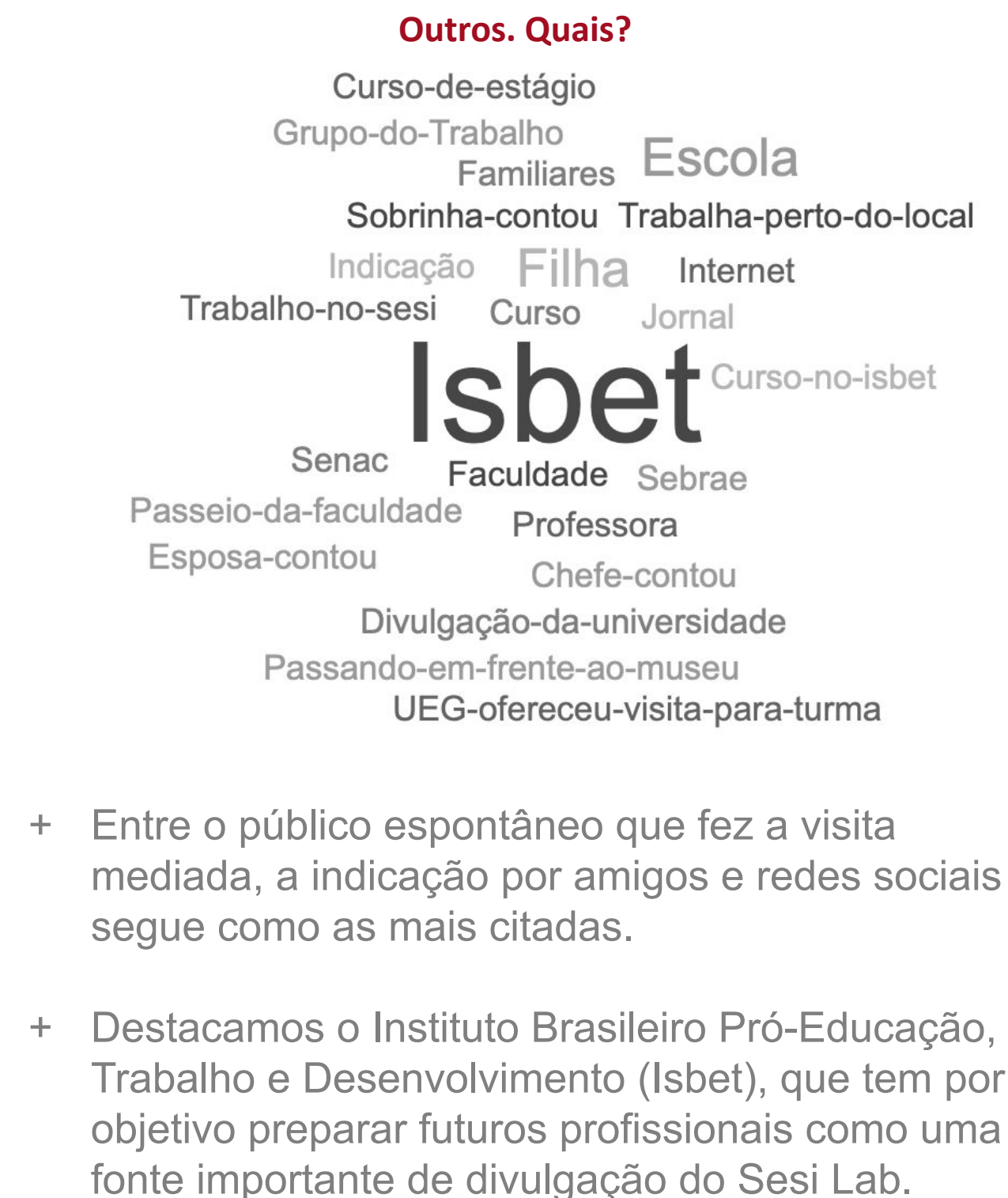
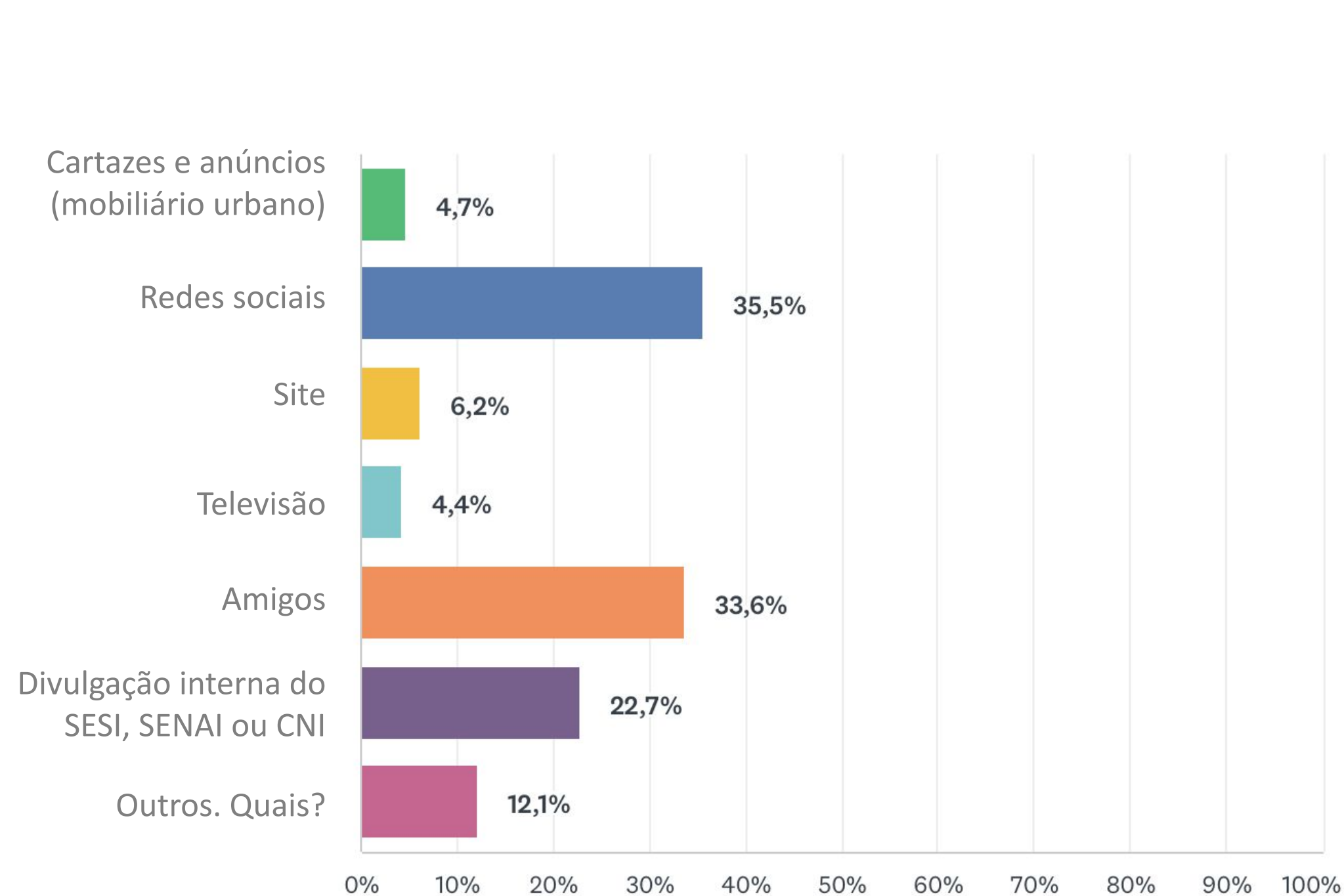
Avalie alguns pontos da sua visita:



- + A visita espontânea mediada teve uma avaliação "ótimo" muito expressiva, porém como apontado na análise das oficinas maker, o "tempo de realização da atividade" foi o item classificado com um índice "bom" e "regular" maior em comparação aos demais.
- + Esse é um ponto a ser avaliado de forma qualitativa pela equipe.

Como ficou sabendo do SESI Lab?

(Marque até 2 opções)



Há algum aspecto negativo da sua experiência, sugestão ou comentário que você gostaria de relatar? Conte para nós no espaço abaixo

☐ Positivas

- ☐ A educadora Laura muito simpática e prestativa, gostei muito da sua apresentação
- ☐ Achei tudo positivo
- ☐ Adorei o passeio.
- ☐ Elogio para o professor Clóvis. Excelente.
- ☐ Empreendimento espetacular!
- ☐ Excelente a visita guiada
- ☐ Experiência maravilhosa e interativa
- ☐ Foi ok
- ☐ Foi tudo ótimo
- ☐ Foi tudo perfeito
- ☐ Gostamos muito do monitor Caio.
- ☐ Gostei da exposição, achei bem interativa
- ☐ Maravilhoso
- ☐ Só tenho que parabenizar pelo lindo museu de ciências. É a segunda vez que venho exatamente pelo grande ganho de estar aqui.
- ☐ Tudo incrível
- ☐ Tudo muito satisfatório
- ☐ Tudo ótimo
- ☐ Um espaço maravilhoso. Excelente para construção de conhecimentos.

☐ Neutras

- ☐ Acabei saindo mais cedo devido a grande movimentação por ser período de abertura, mas pretendo voltar novamente
- ☐ Estacionamento no espaço
- ☐ O tempo de visita deveria ser de 1 dia inteiro
- ☐ Microfone para o educador. Garrafinha de água para o educador. Parabéns a todos!

Não = 48

Nenhuma / Nada = 7

Há algum aspecto negativo da sua experiência, sugestão ou comentário que você gostaria de relatar? Conte para nós no espaço abaixo

☐ Negativas

- ☐ Acelerar a visita um pouco, não divagar demais
- ☐ Acho que faltou um pouco mais de naturalidade de quem apresentava.
- ☐ Acho que precisam melhorar o fluxo de entrada de pessoas. Asuh
- ☐ Ausência do idioma espanhol nos textos
- ☐ Deveria limitar a quantidade de pessoas e haver instrutores de forma a organizar e algumas pessoas.
- ☐ Está muito cheio, precisa limitar quantidade de pessoas
- ☐ Falta de bancos
- ☐ Falta de limitação na quantidade de visitantes
- ☐ Falta de uma lanchonete
- ☐ Falta melhor explicação dos experimentos.
- ☐ Faltou a cafeteria
- ☐ Faltou o café em funcionamento
- ☐ Mais capacidade de organizar os espaços com uso de mais clareza das funcionalidades de no caso, são poucos considerando a quantidade total.
- ☐ Mais opções de alimentação.
- ☐ Mediar o vocabulário específico para crianças
- ☐ Mto cheio, deveria haver limite de pessoas
- ☐ Muitas pessoas
- ☐ Tinha que ter um instrutor em cada aparato. Os textos não são explicativos. Falta mais pessoal para orientar. Visita guiada com mais objetividade.
- ☐ Uma forma de manter o grupo junto
- ☐ Visita mediada mais objetiva.
- ☐ Não teve tempo suficiente para interação nos aparados e decidiu fazer a visita por conta própria
- ☐ Percebi q o lugar precisa de adaptações para surdos e cegos
- ☐ O mediador deveria interagir mais com os aparados durante a visita guiada
- ☐ Pouca divulgação
- ☐ Pouco tempo para a visita guiada
- ☐ Que estivesse um espaço gourmet
- ☐ Sai mais cedo pois estava bastante cheio o espaço e difícil de acompanhar a fala da educadora.
- ☐ Ter mais divulgação
- ☐ Avisar sobre as entradas

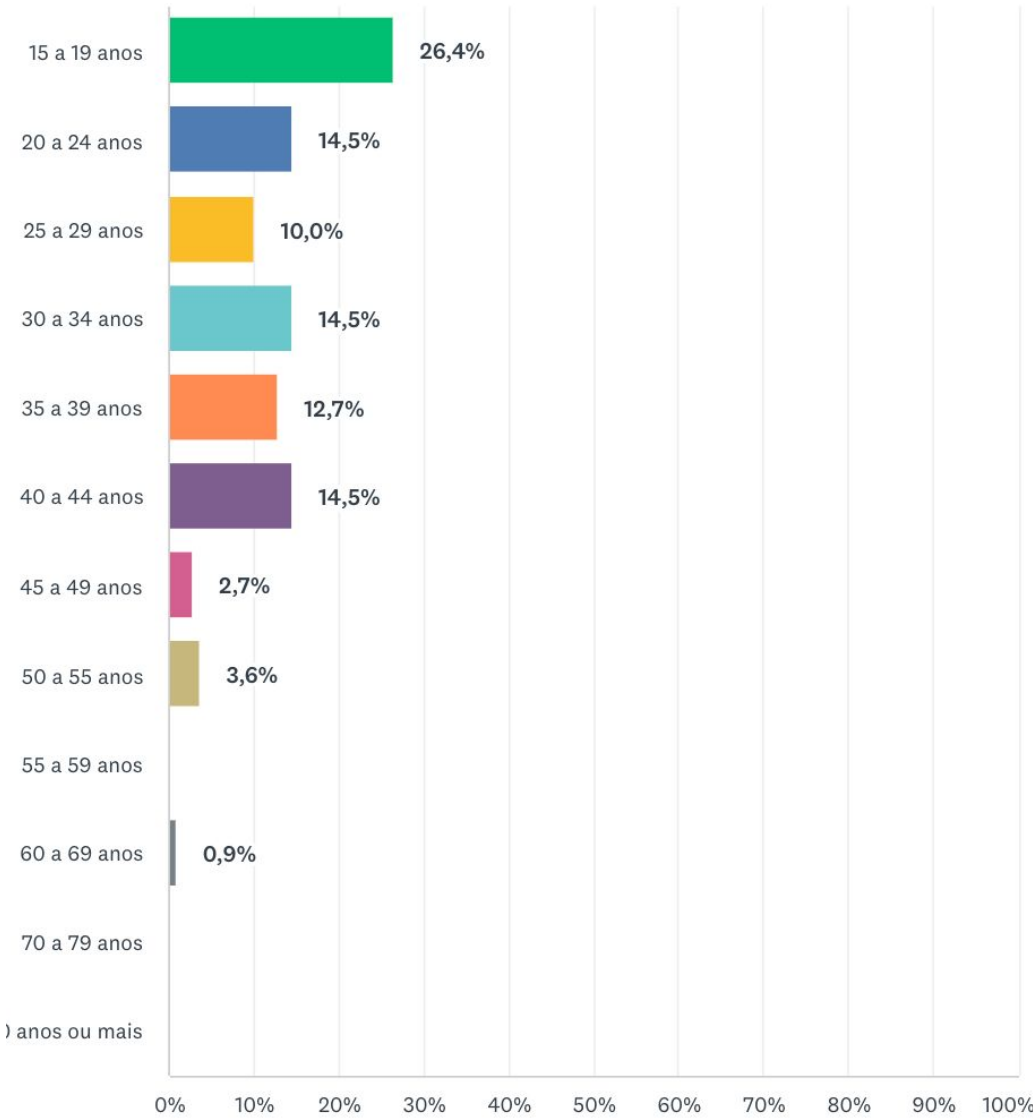
Apontamentos e cruzamentos

Visita espontânea mediada

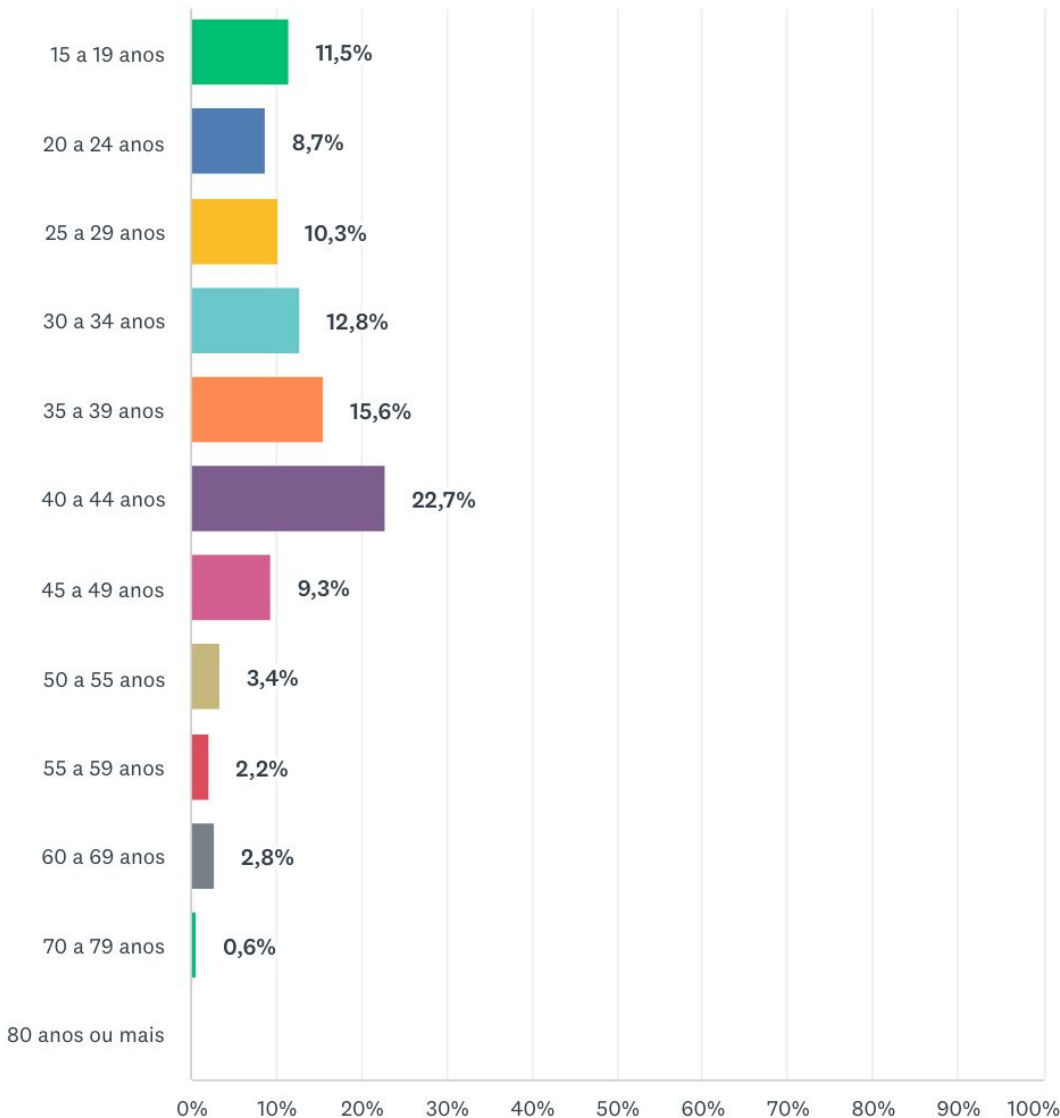


grupos organizados X idade

grupos organizados



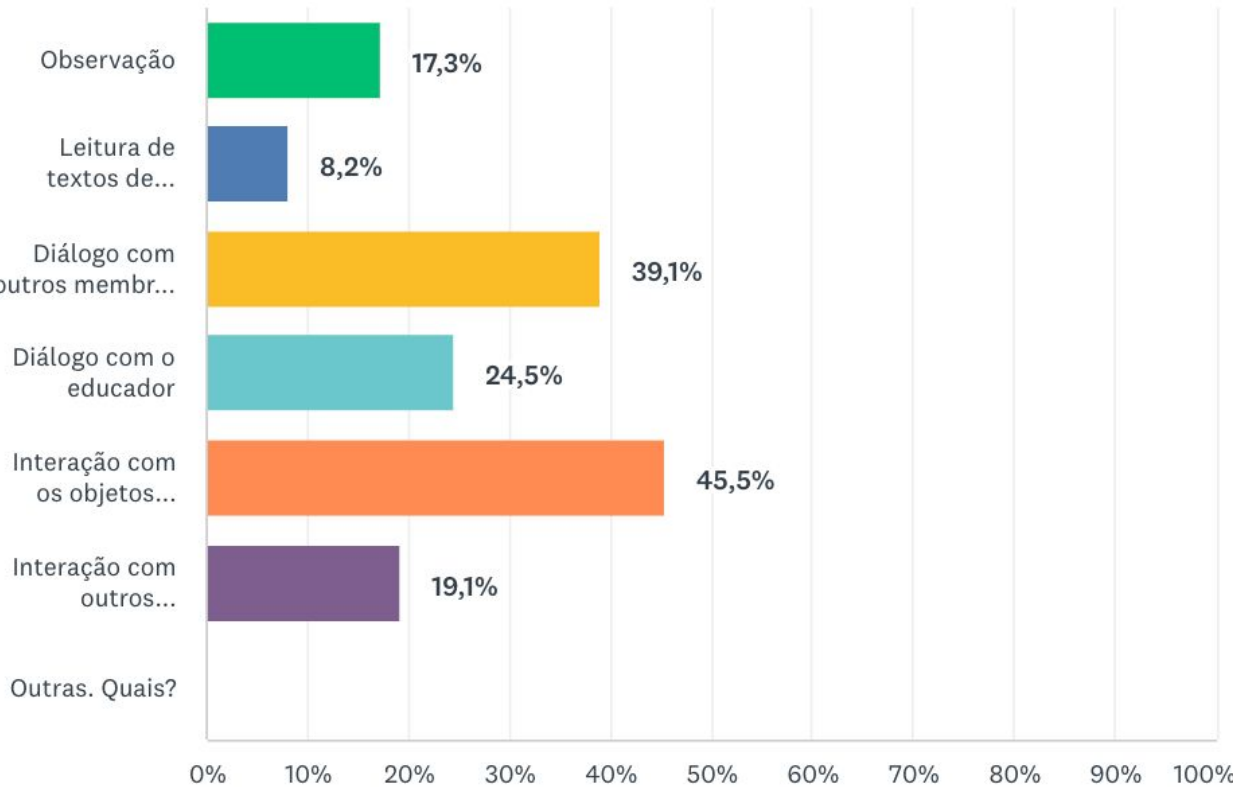
público geral da atividade



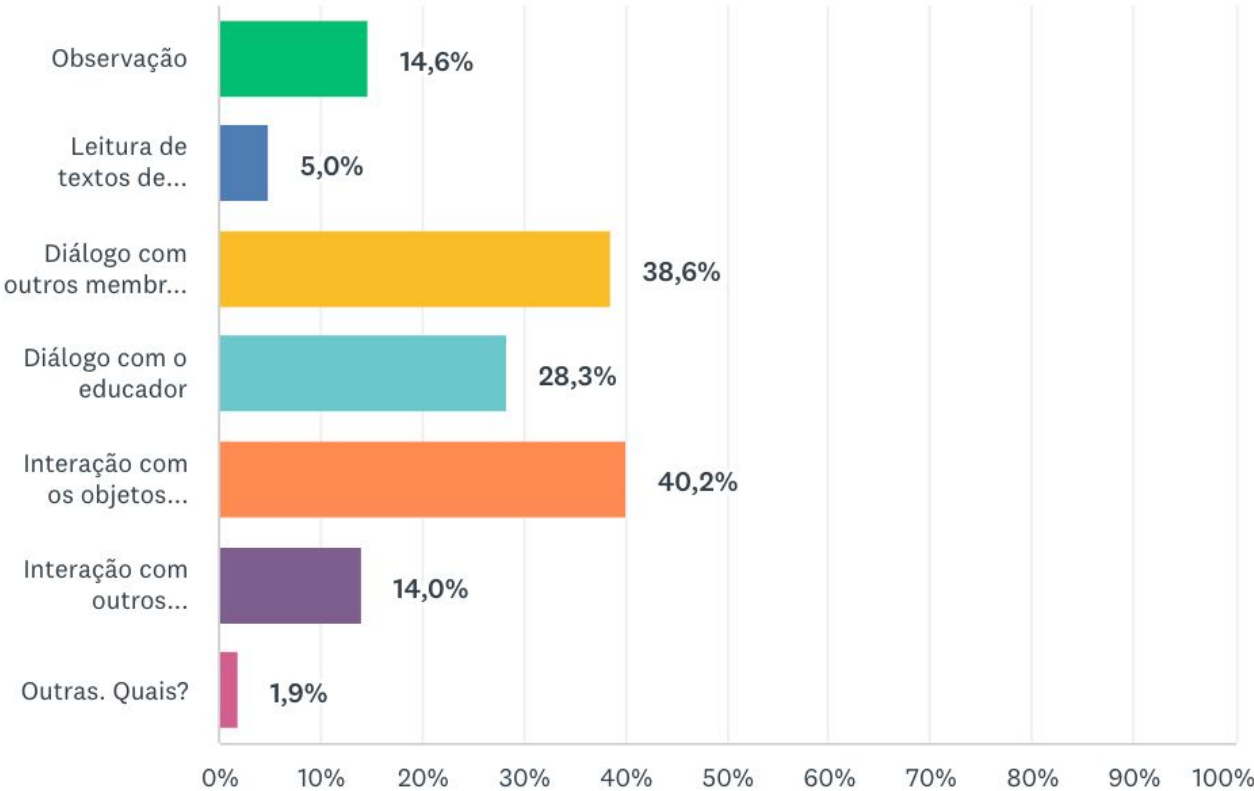
+ Os grupos organizados apresentam maior percentual de jovens quando comparado aos dados gerais da atividade. Esse resultado refere-se à alta participação de visitantes do Instituto Brasileiro Pró-Educação, Trabalho e Desenvolvimento (Isbet) e alunos da UEG.

grupos organizados X estratégias

grupos organizados



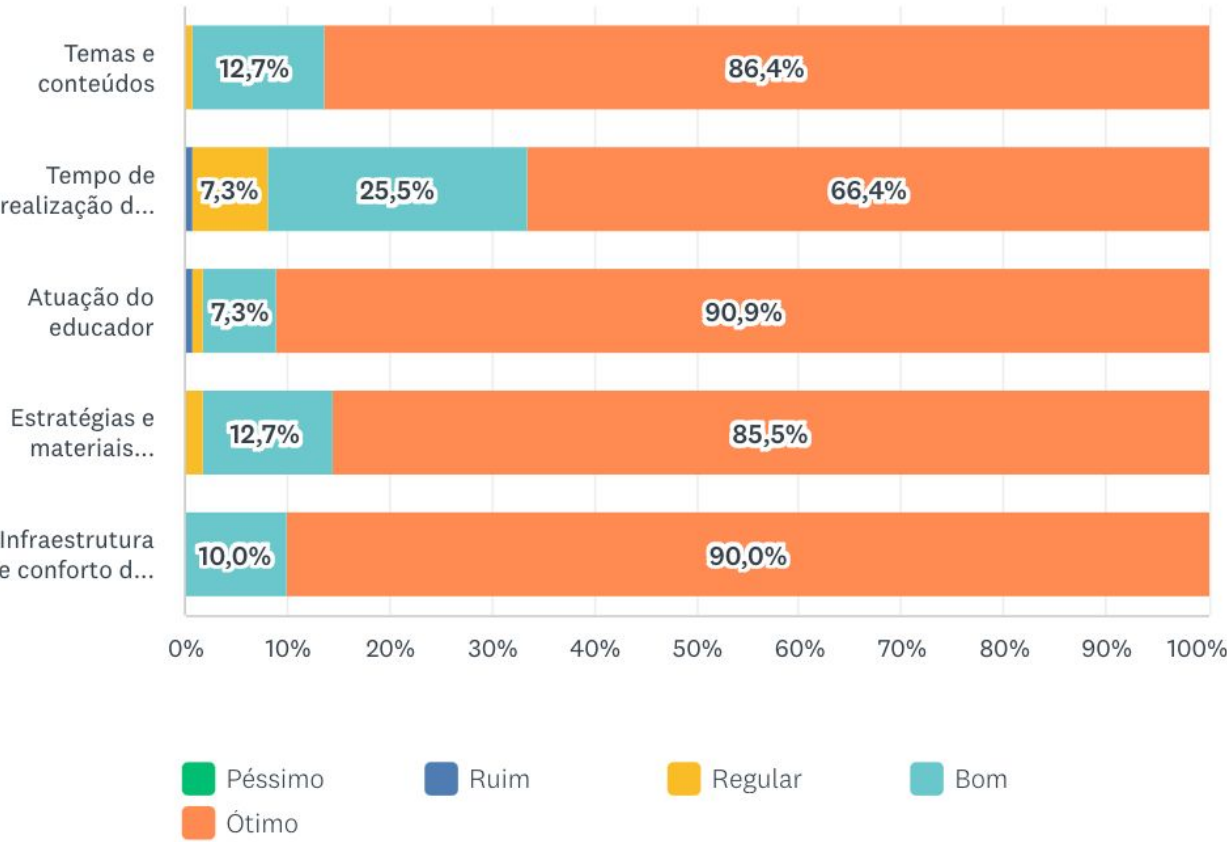
público geral da atividade



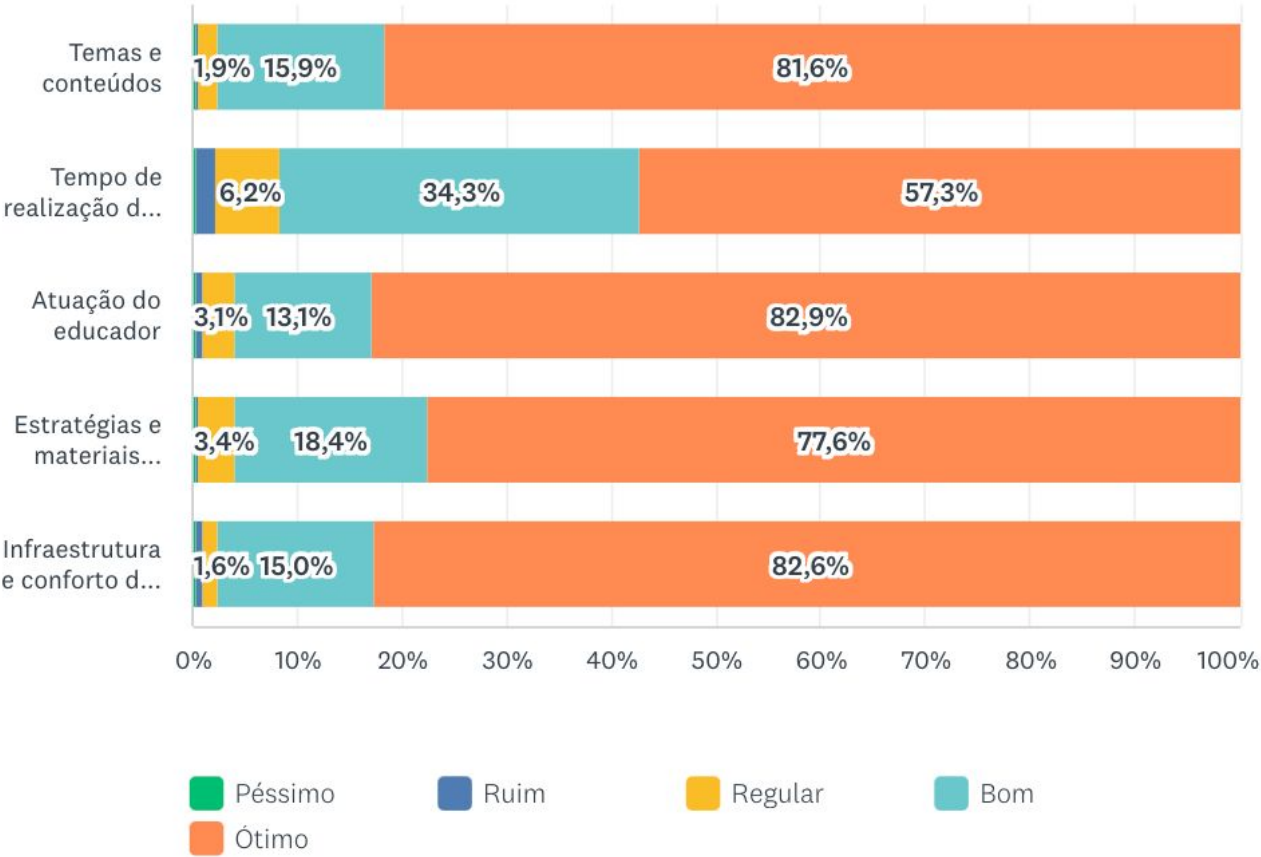
+ Dentre as estratégias utilizadas na atividade, os grupos organizados dão maior importância à interação com os objetos e outros materiais. Por outro lado, parecem valorizar menos o diálogo com o educador. Esses dados podem ser melhor avaliados em pesquisa qualitativa.

grupos organizados X satisfação

grupos organizados

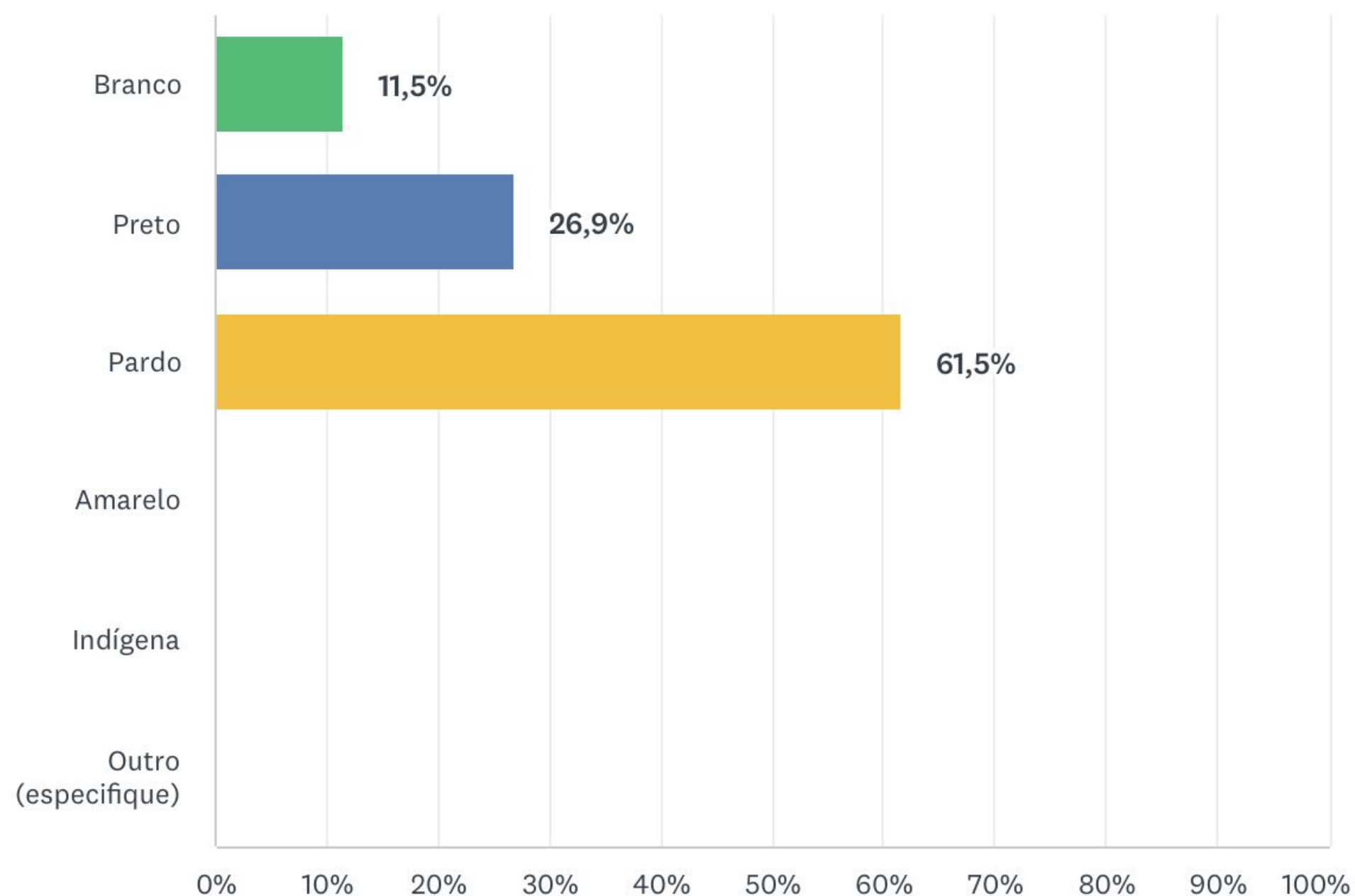


público geral da atividade



+ O público de grupos organizados avaliam de forma mais positiva todos os aspectos relacionados à satisfação. Destaca-se o tempo de realização da atividade, aspecto com mais avaliações do tipo "bom", "regular" e "ruim", que teve maior alteração entre os participantes de grupos agendados e público geral da atividade.

Residentes de Goiás X cor/raça



- + O aumento no número de visitantes que se autodeclararam pretos e pardos na visita espontânea mediada pode estar relacionada ao número de participantes de Goiás.

No gráfico, observa-se que entre aqueles que residem em Goiás é significativamente maior o número de pardos e pretos. O resultado vai ao encontro com a pesquisa do PMAD (2019/2020) aplicada com residentes da Periferia Metropolitana de Brasília* em que 74,42% dos respondentes declaram-se pardos, 14,35%, brancos, 8,62%, pretos, 2,17%, amarelos e 0,44%, indígena.

- + Observa-se, portanto, que o percentual de pardos na PMB é maior do que no DF, enquanto o percentual de brancos é maior no DF do que na Periferia Metropolitana de Brasília.

*A Periferia Metropolitana de Brasília (PMB) é composta por 12 municípios goianos que fazem fronteira ou estão muito próximos ao Distrito Federal e que possuem alto nível de integração com o Distrito Federal. Esses municípios são: Águas Lindas de Goiás, Alexânia, Cidade Ocidental, Cocalzinho de Goiás, Cristalina, Formosa, Luziânia, Novo Gama, Padre Bernardo, Planaltina, Santo Antônio do Descoberto e Valparaíso de Goiás.

Atividades Culturais I

(contação de histórias, jogos, palestra)

TOTAL DE RESPOSTAS

269

TAXA DE CONCLUSÃO

100%

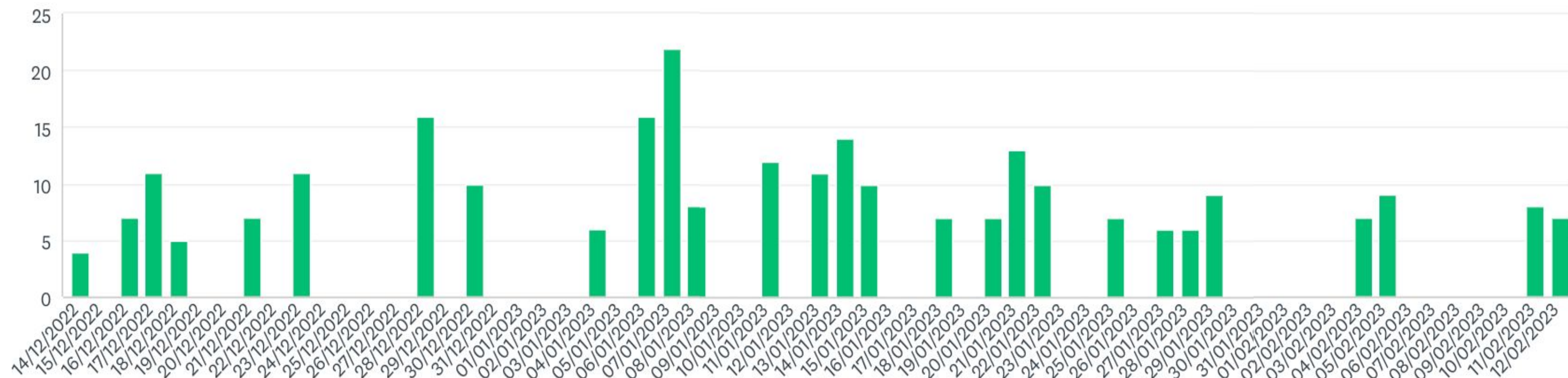
Total de respostas
válidas

266

Período de aplicação dos questionários

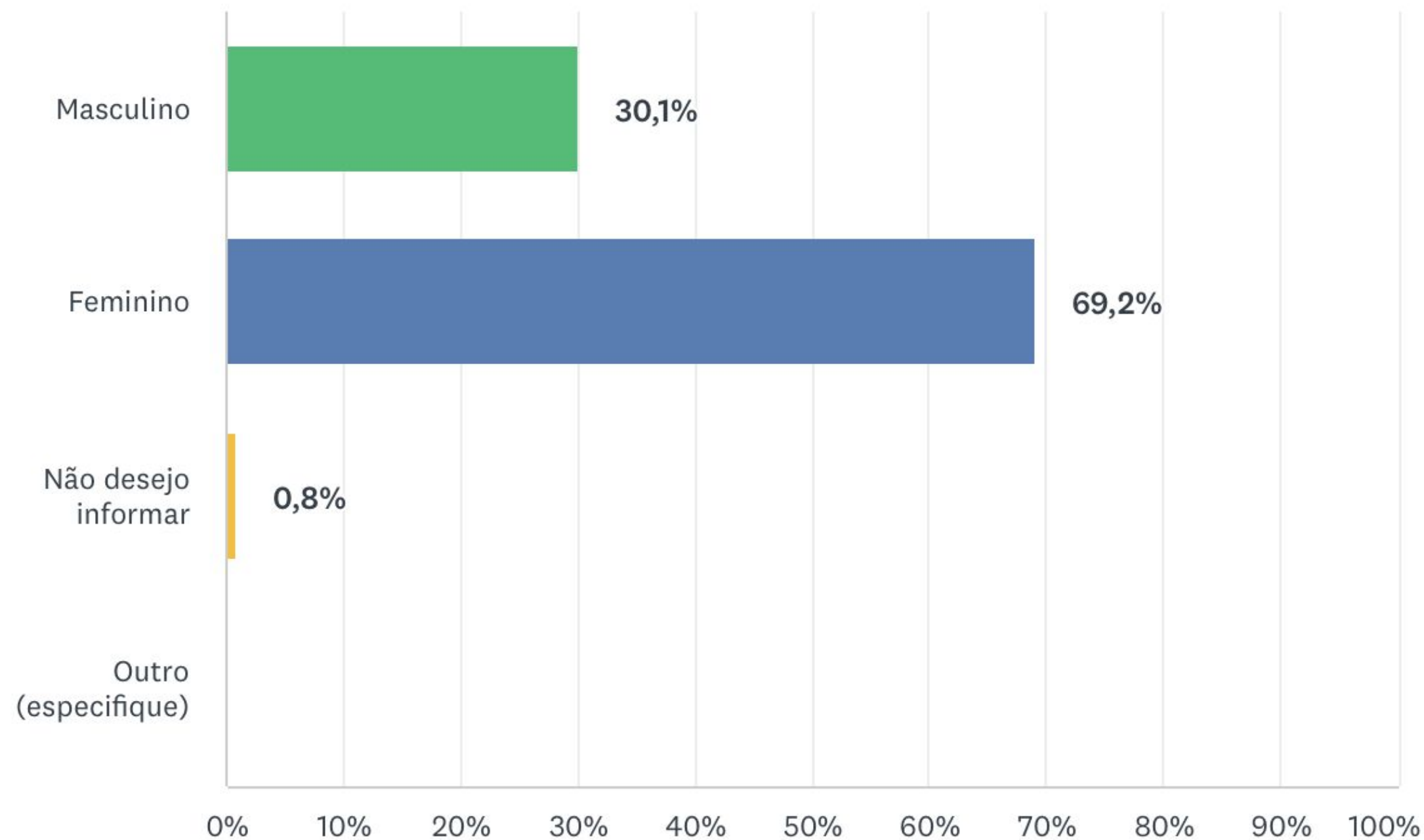
13 de dezembro a 13 de fevereiro

Distribuição temporal



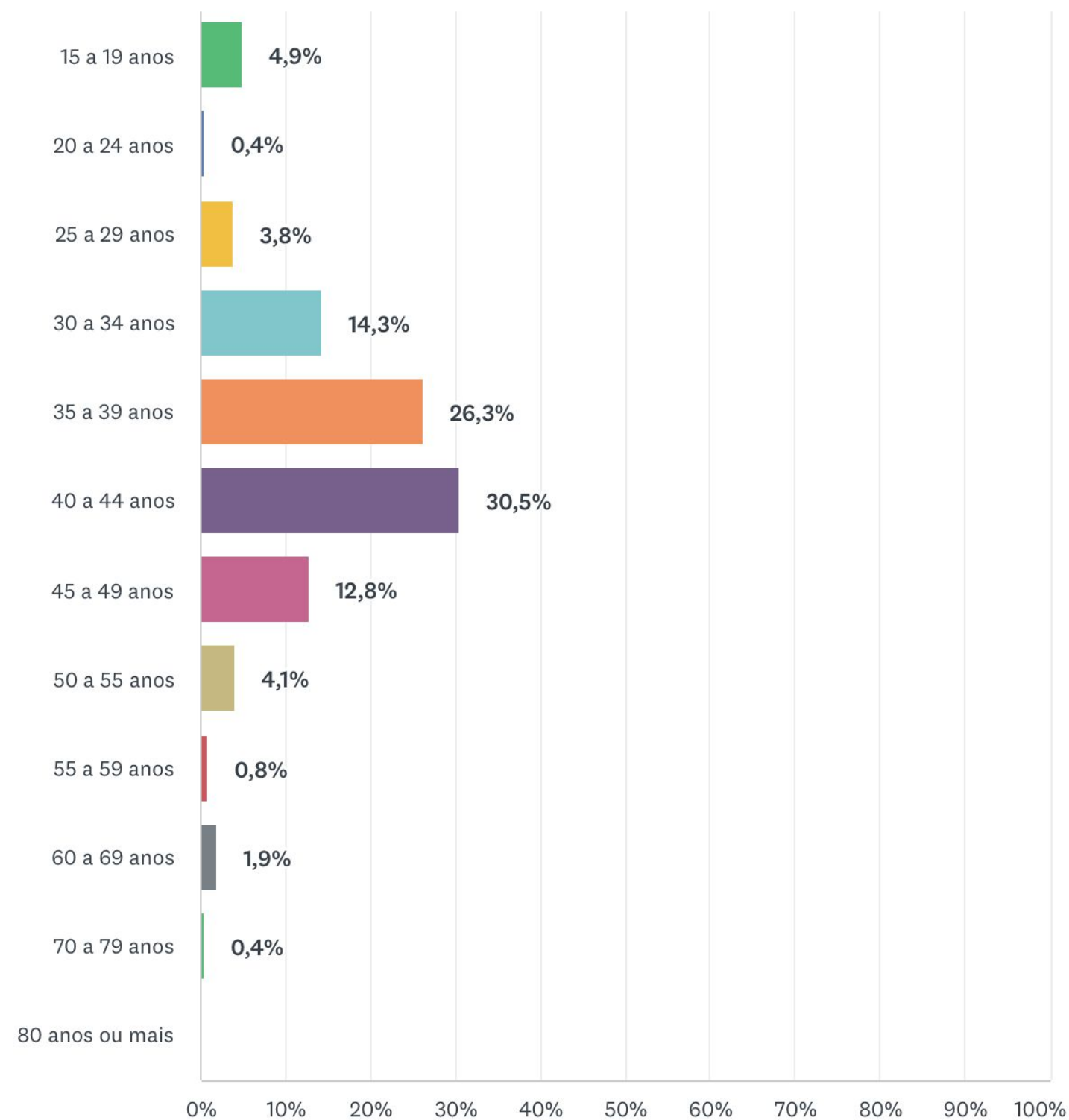
- + As Atividades Culturais I ocorreram com maior frequência às quartas-feiras e finais de semana.
- + Embora tenha sido oferecida em menos dias, o número de participantes foi satisfatório durante todo o período de coleta.

Qual gênero com o qual se identifica?



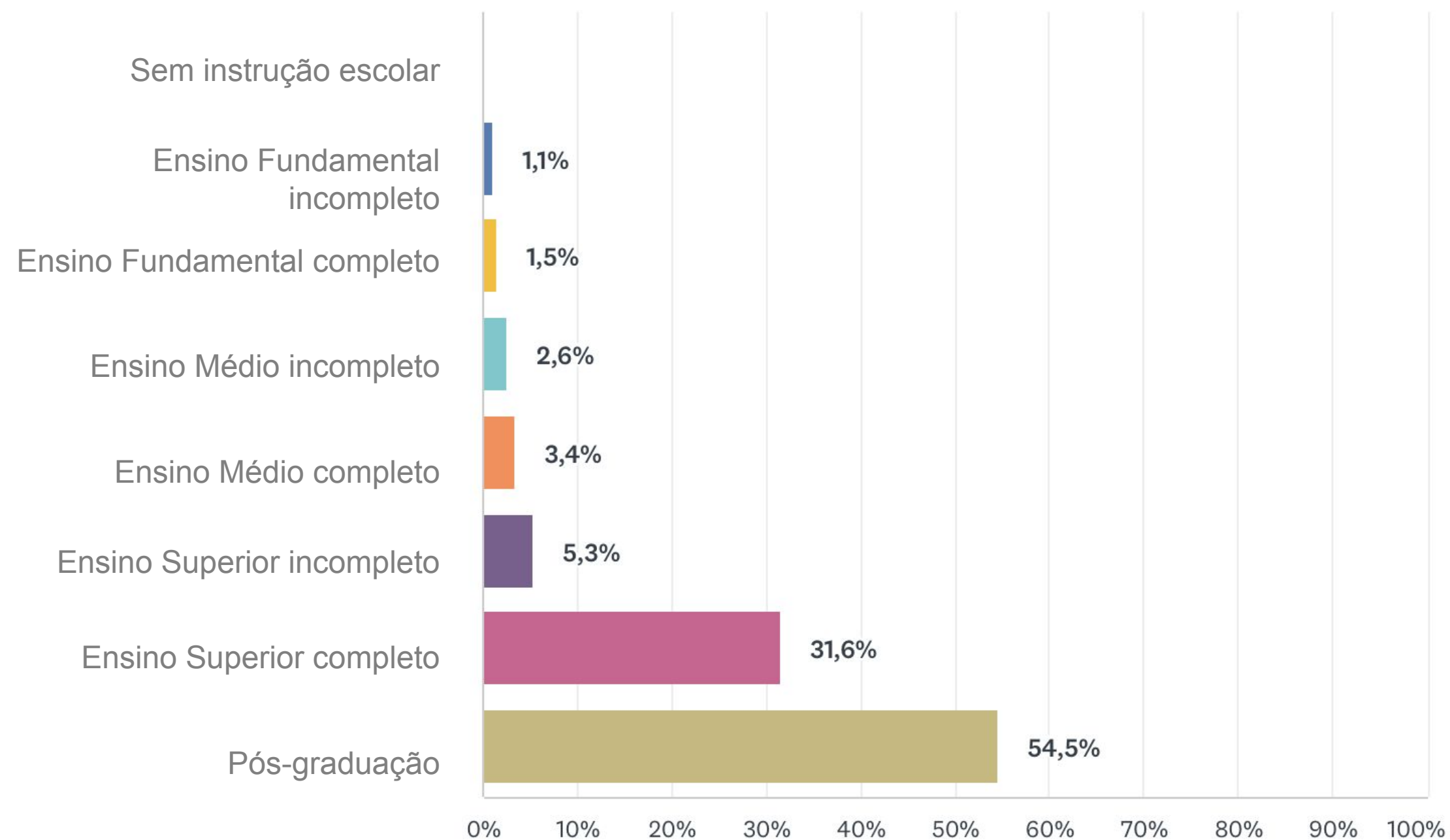
Outro. Especifique
Não binário (n=2)

Qual sua idade



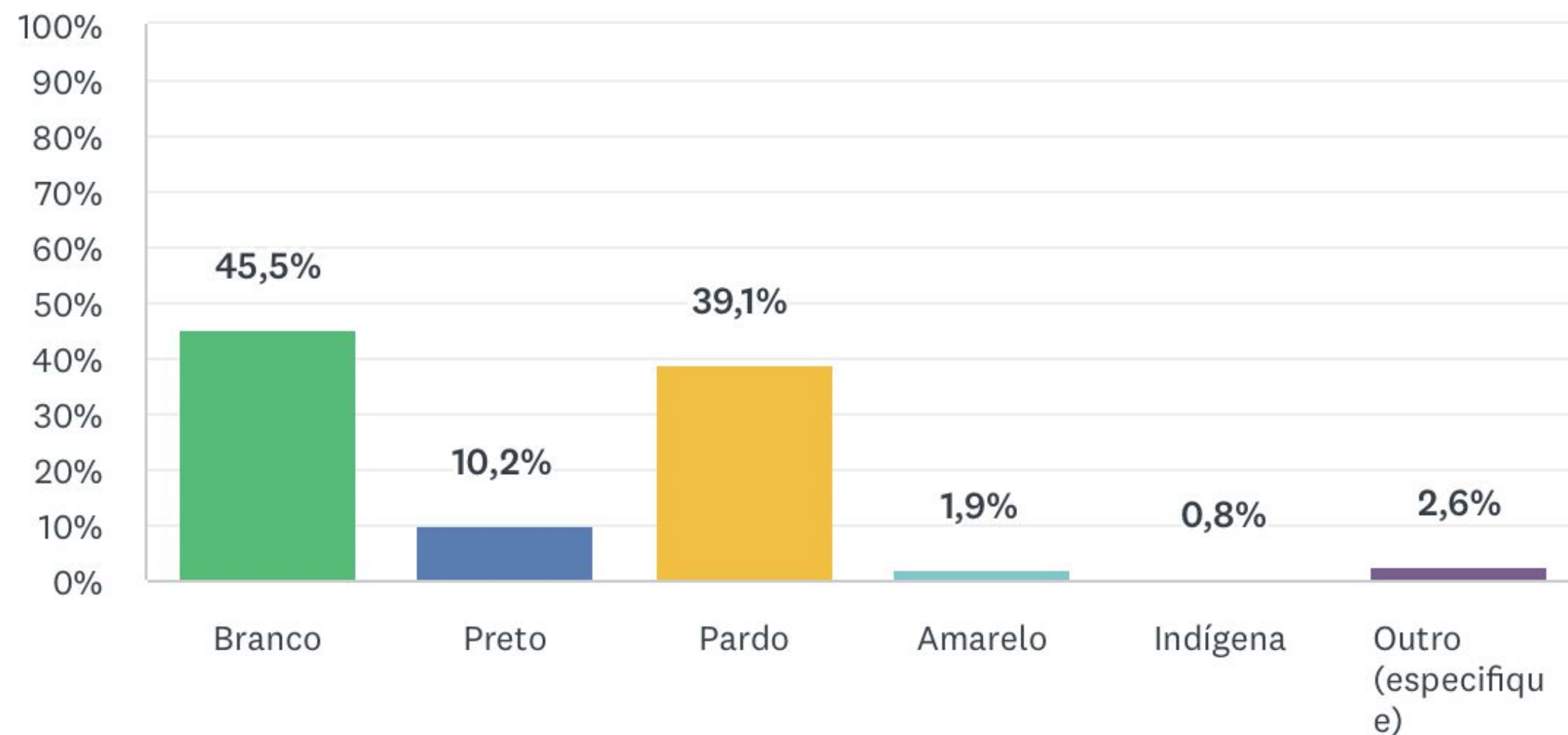
- + O perfil etário do público das Atividades Culturais I segue padrão semelhante ao encontrado nas oficinas maker, com maior porcentagem de adultos entre 35 e 44 anos.

Escolaridade



+ Dentre as atividades pesquisadas, esta apresenta o maior percentual de participantes com pós-graduação.

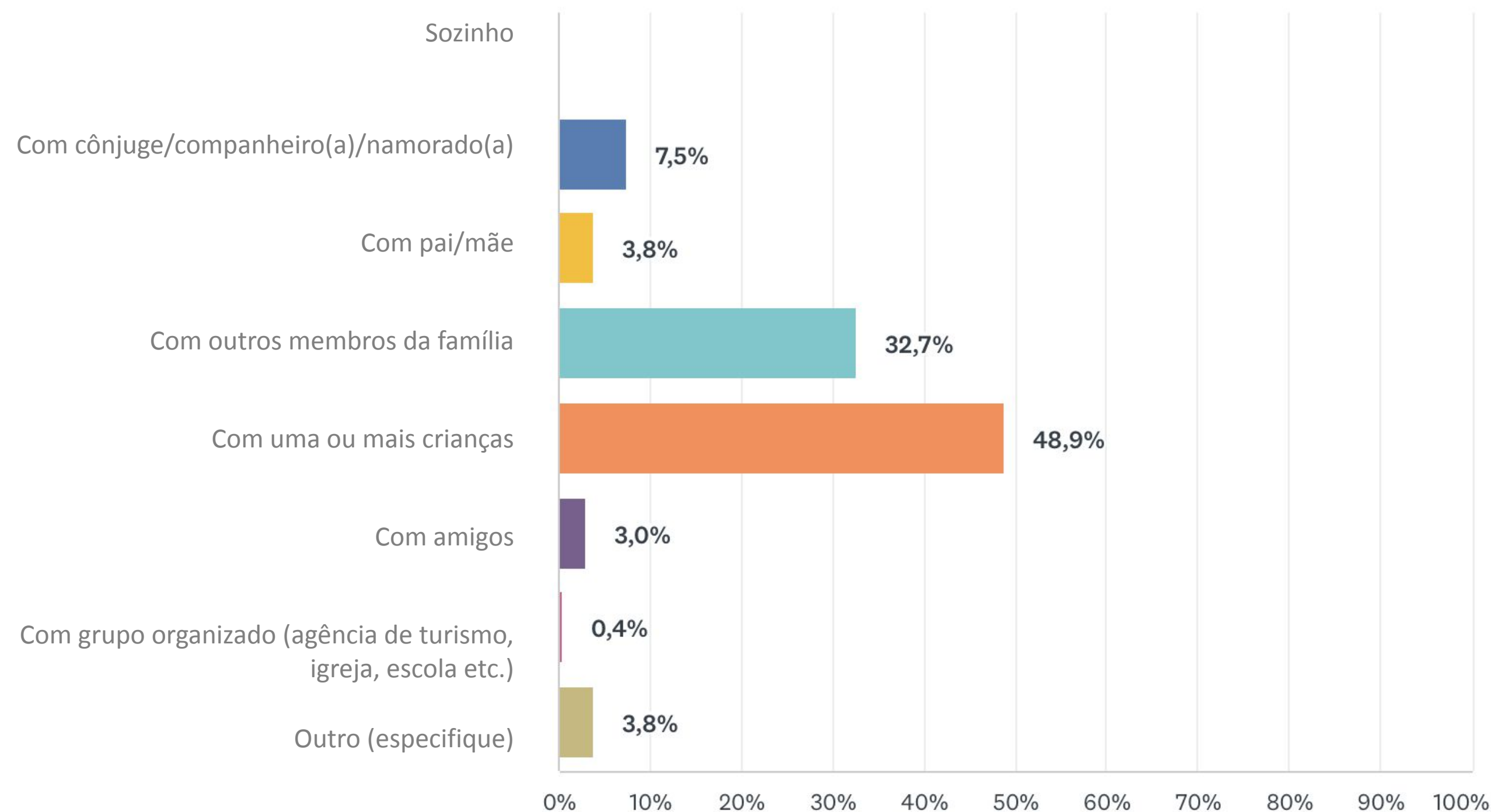
Com relação à sua cor/raça, como você se reconhece:



Outro (especifique)

Mestiço (n=1)
Não importa (n=1)
Não responderam (n=5)

Com quem você veio ao museu?



+ Dentre as ações pesquisadas, as Atividades Culturais I apresentaram maior percentual de visitantes que declararam estar acompanhados de crianças e também a única em que não foram encontrados visitantes "sozinhos".

Outro. Especifique

Marido e filhos (n=1)

Cônjuge + filha de 3 anos
(n=1)

Pessoal da escola da filha
(n=1)

Filhos e cônjuge (n=1)

Com família e amigos (n=1)

Esposa e filhas (n=1)

Conhecidos (n=1)

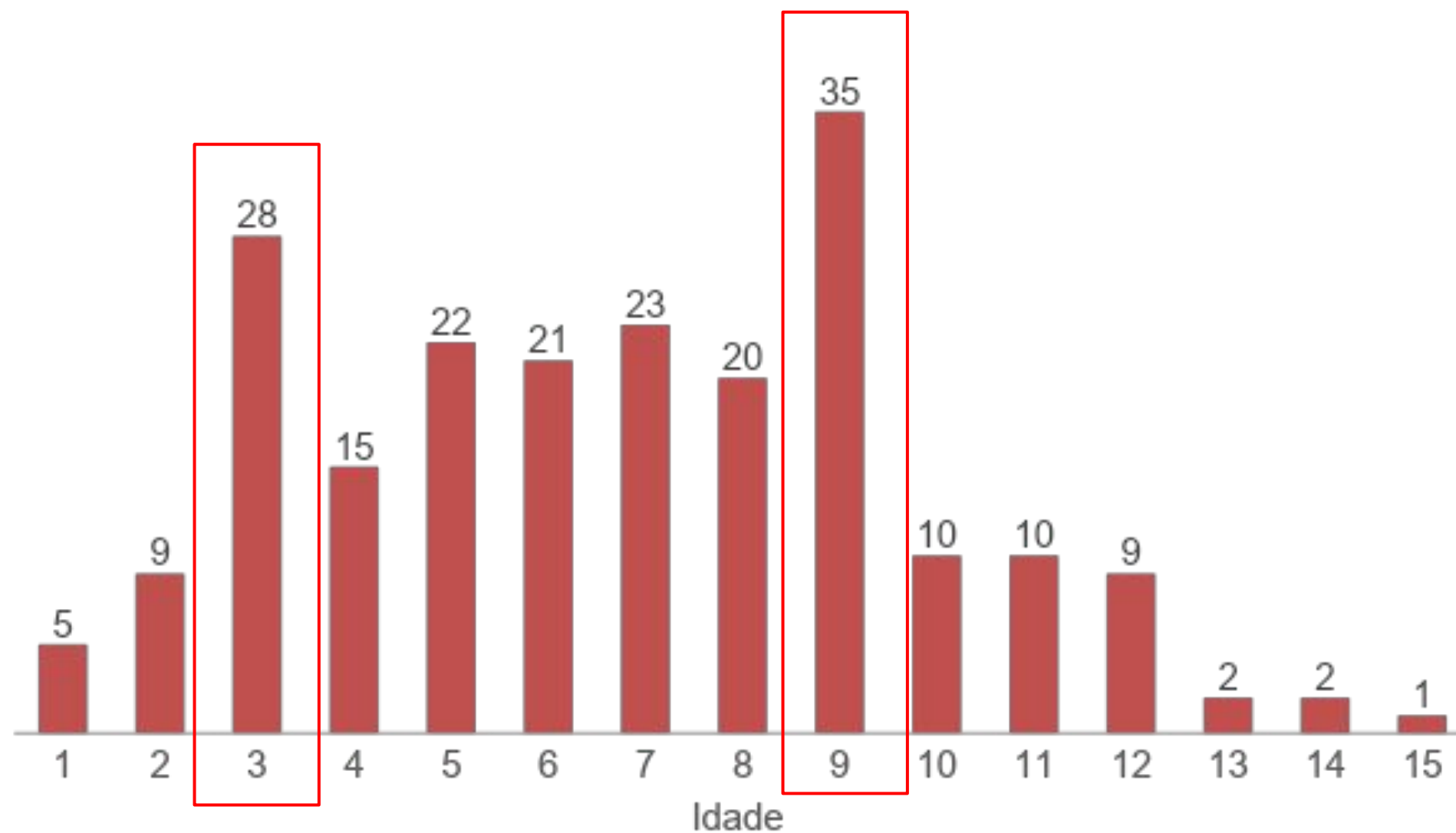
Esposa e filho (n=1)

Empregadora (n=1)

Cônjuge e filha (n=1)

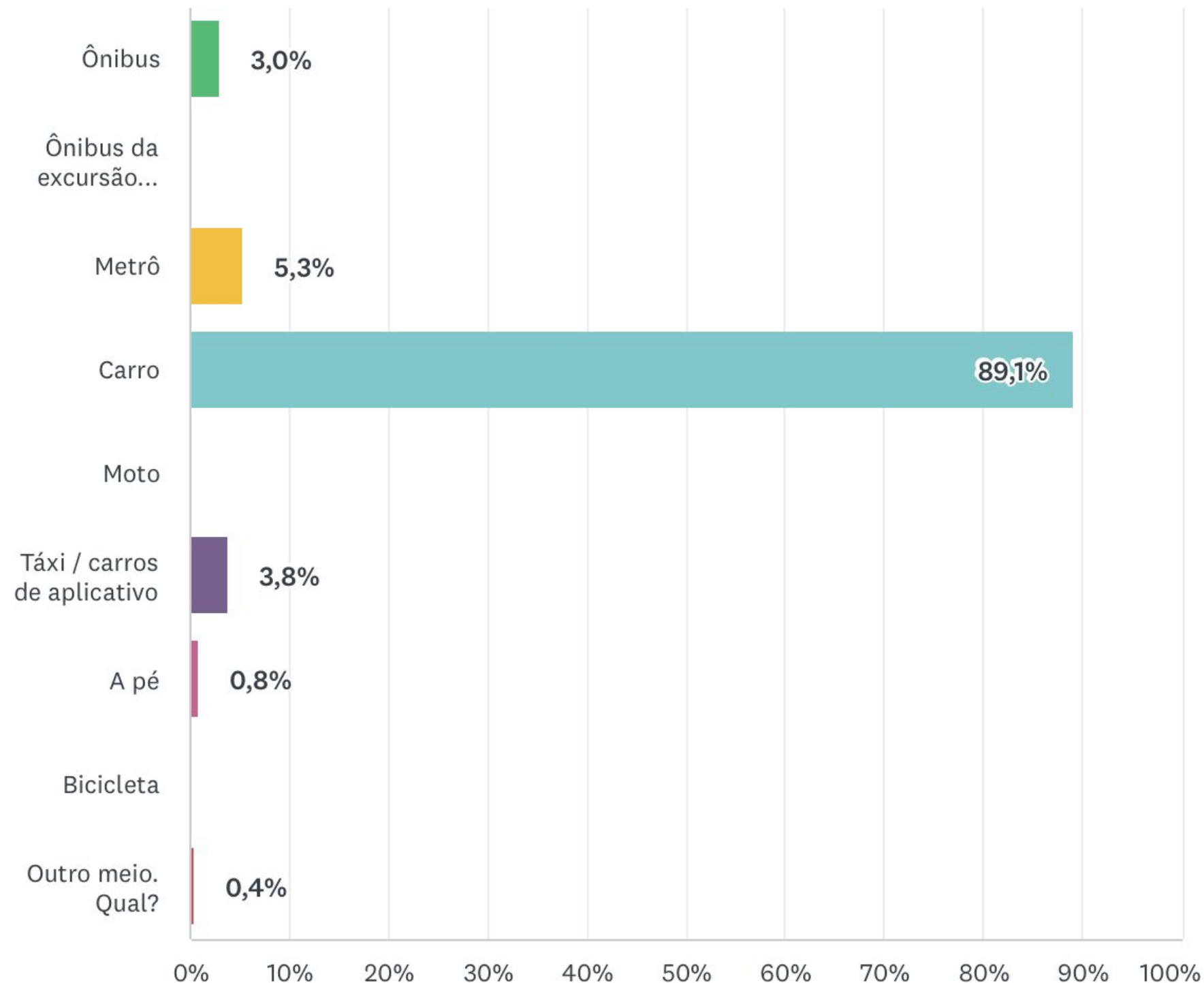
Visitantes com crianças. Qual a idade da(s) criança(s)?

Qual a idade da(s) criança(as)?



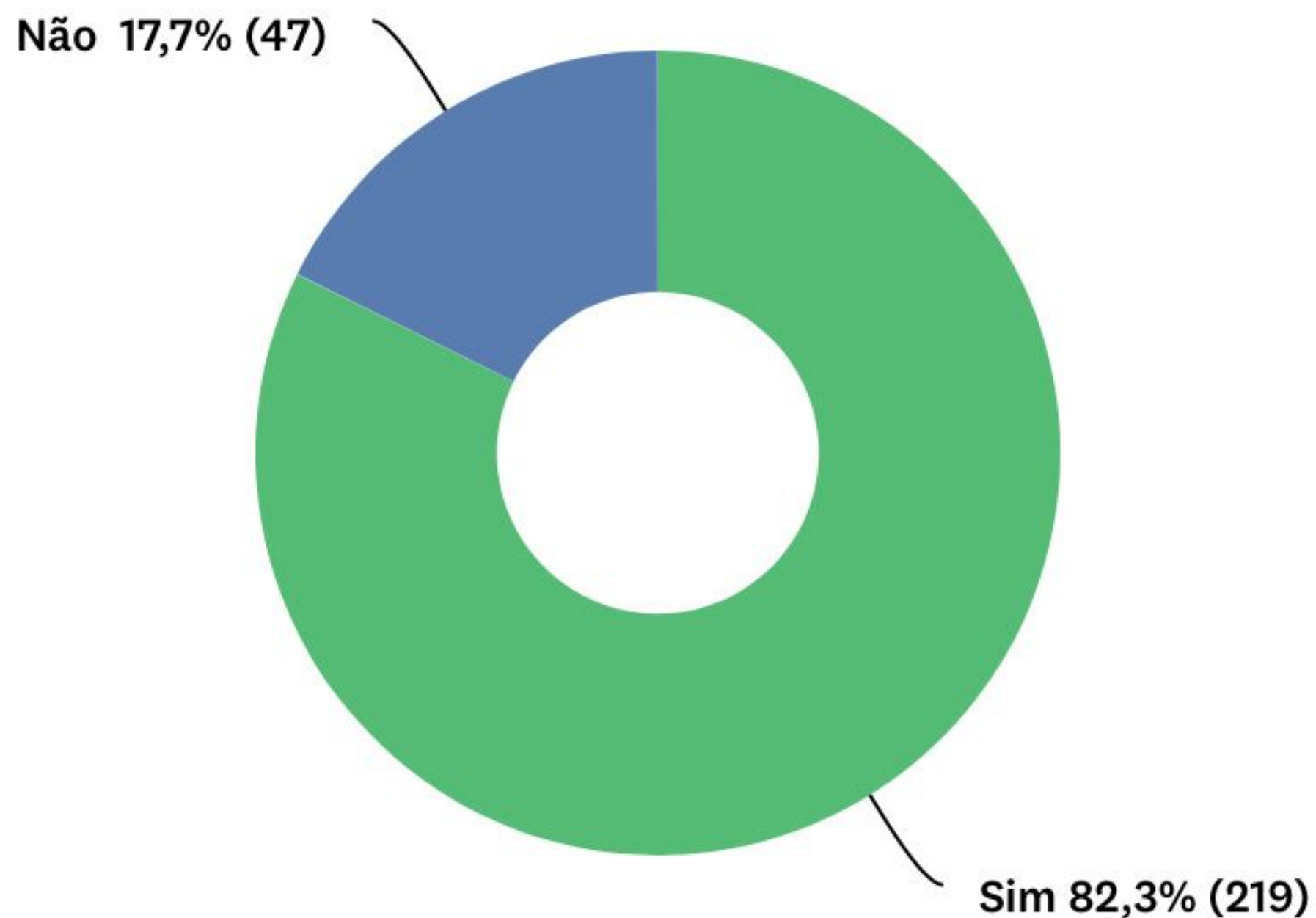
- + As atividades culturais I contribuem mais para o atendimento de crianças pequenas.

Qual(ais) o(s) meio(s) de transporte que você utilizou para vir até ao SESI Lab?

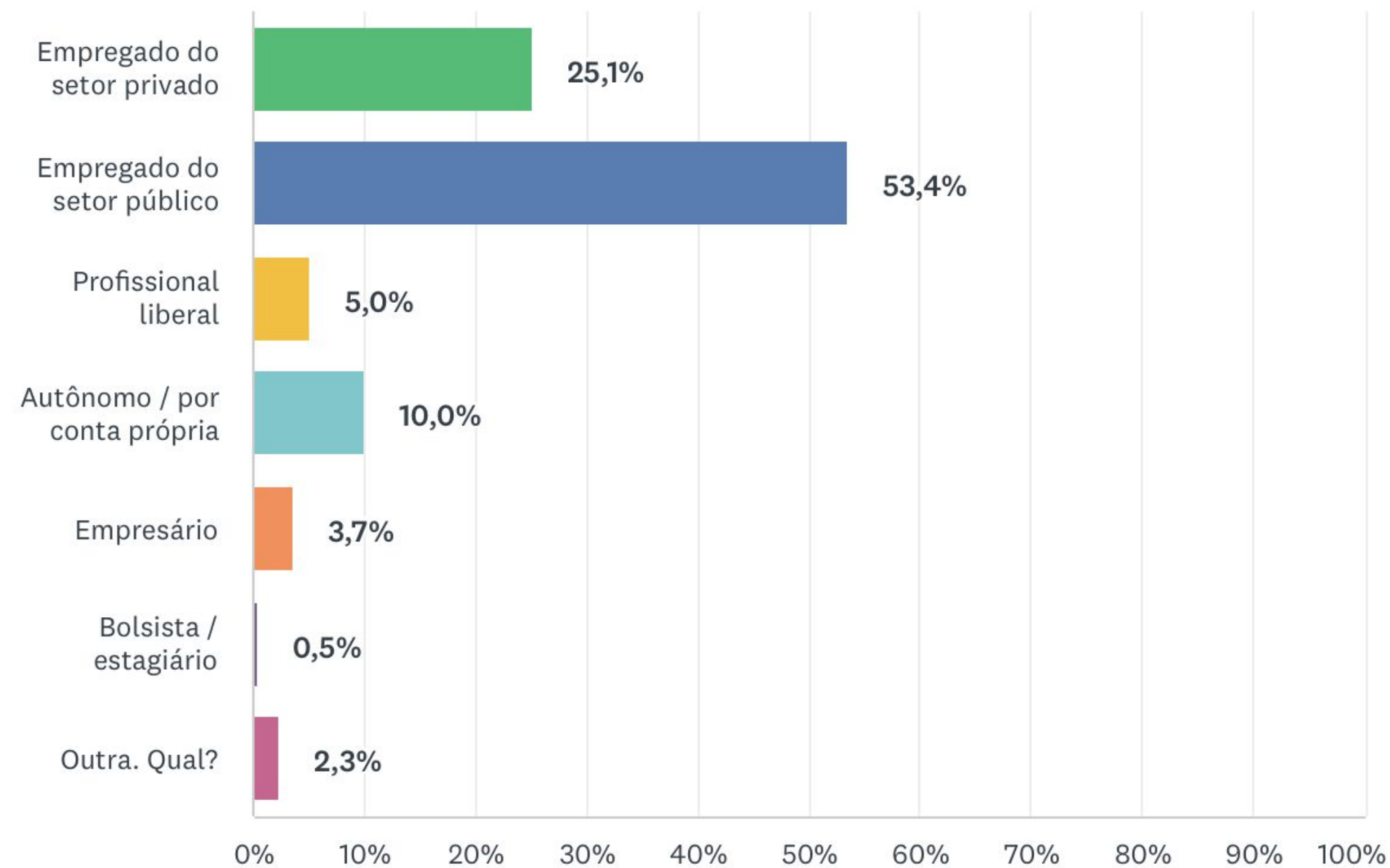


Outro meio. Qual?
Carro próprio (n=1)

Você exerce alguma atividade remunerada?

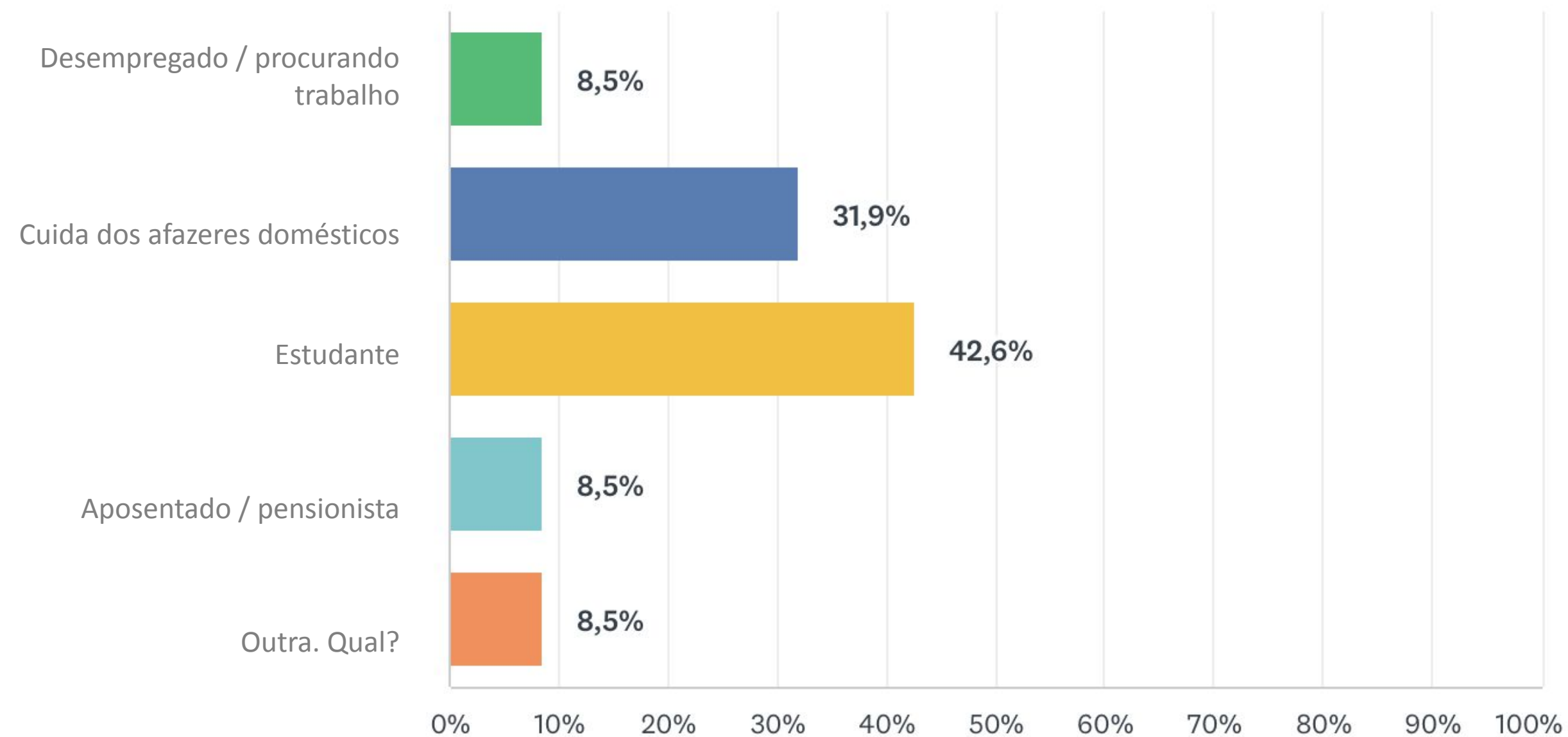


Se você exerce atividade remunerada, indique sua situação: (Marque apenas uma resposta)



Outra. Qual?
Professora(n=2)
Terceiro setor (n=1)
Militar(n=1)
Empregado Sistemas (n=1)

Se você NÃO exerce atividade remunerada, indique sua situação: (Marque apenas uma resposta)



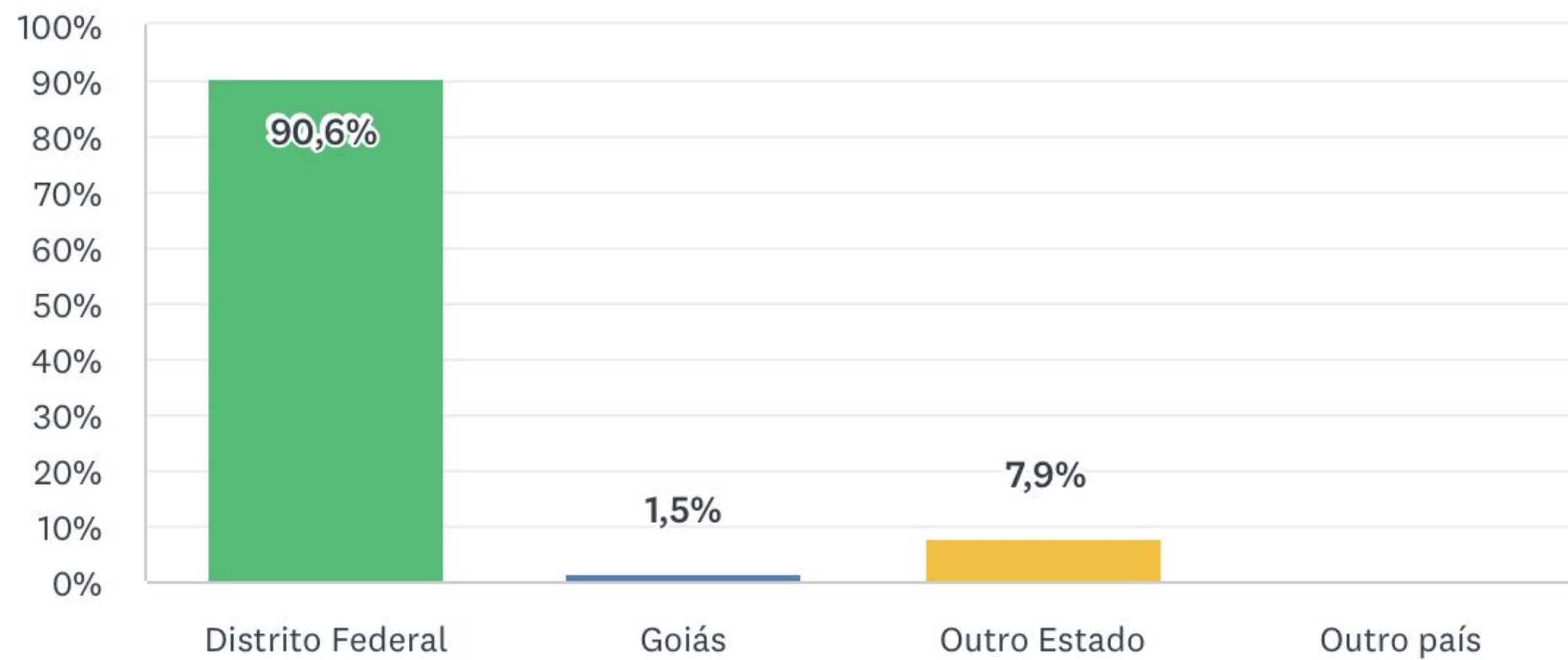
Outra. Qual?

Cozinheiro(n=1)

Autônomo (n=2)

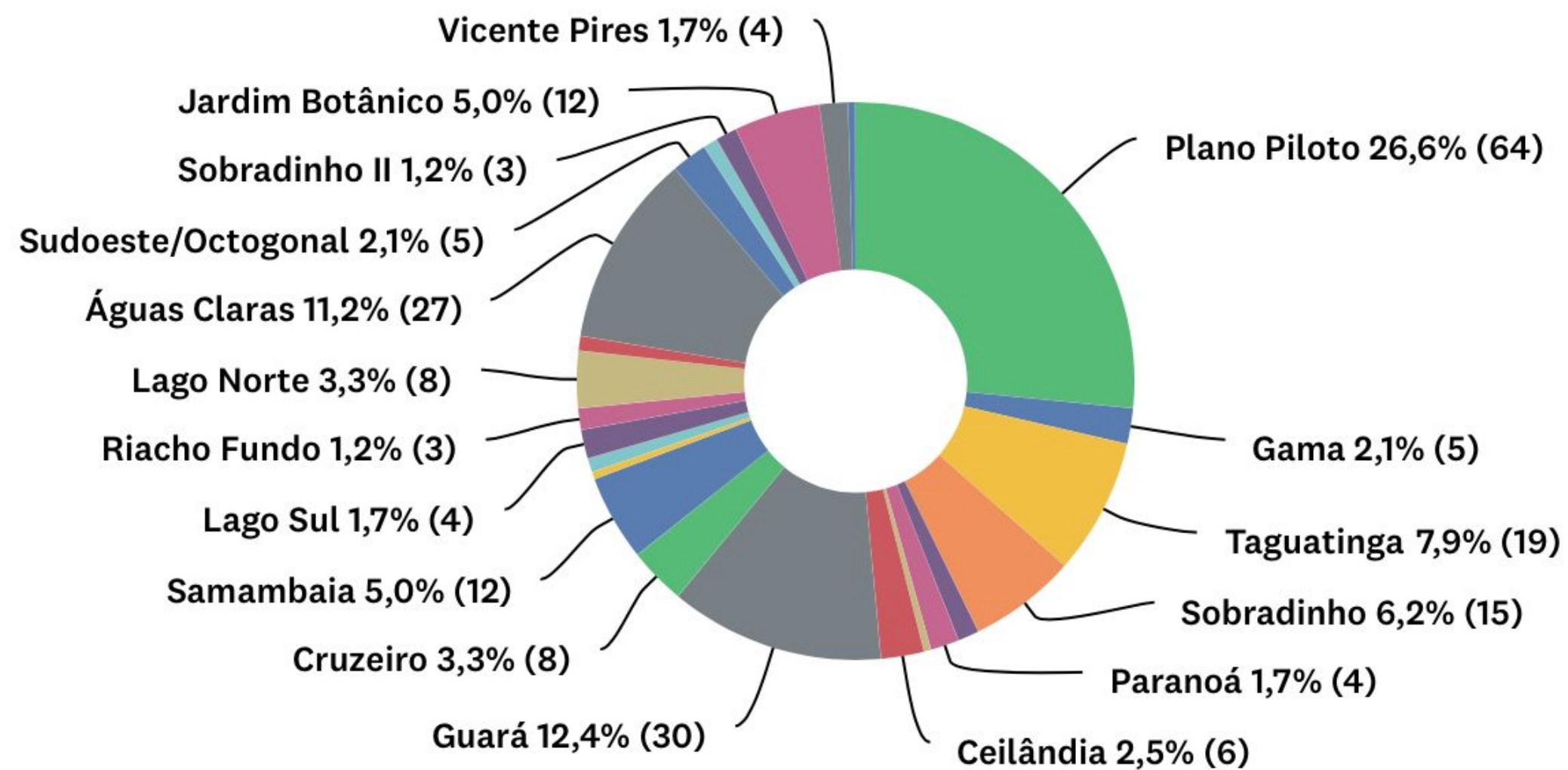
Gravidez (n=1)

Onde você mora?

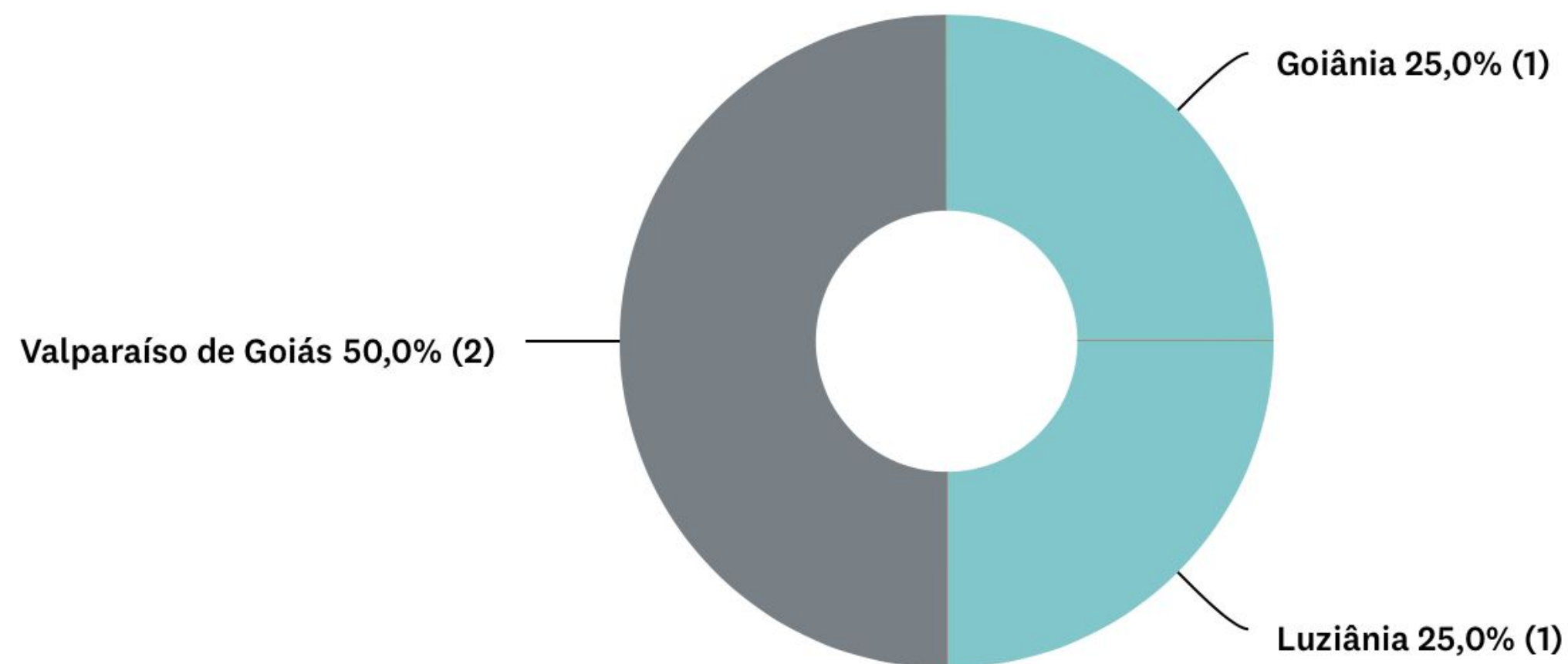


- + As atividades culturais I também foram as ações com maior porcentagem de visitantes que residem no DF e menor de Goiás.

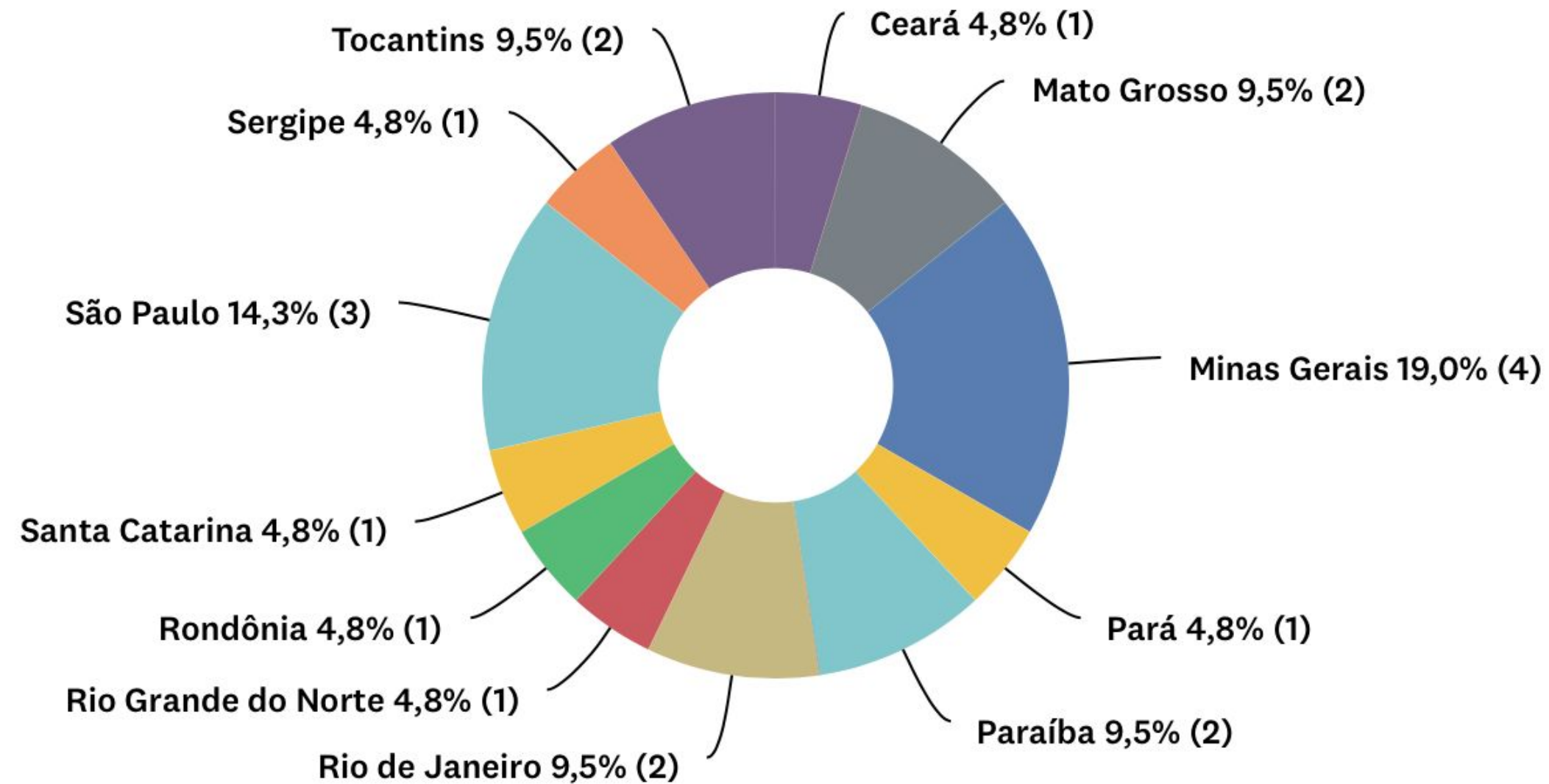
Qual região do DF?



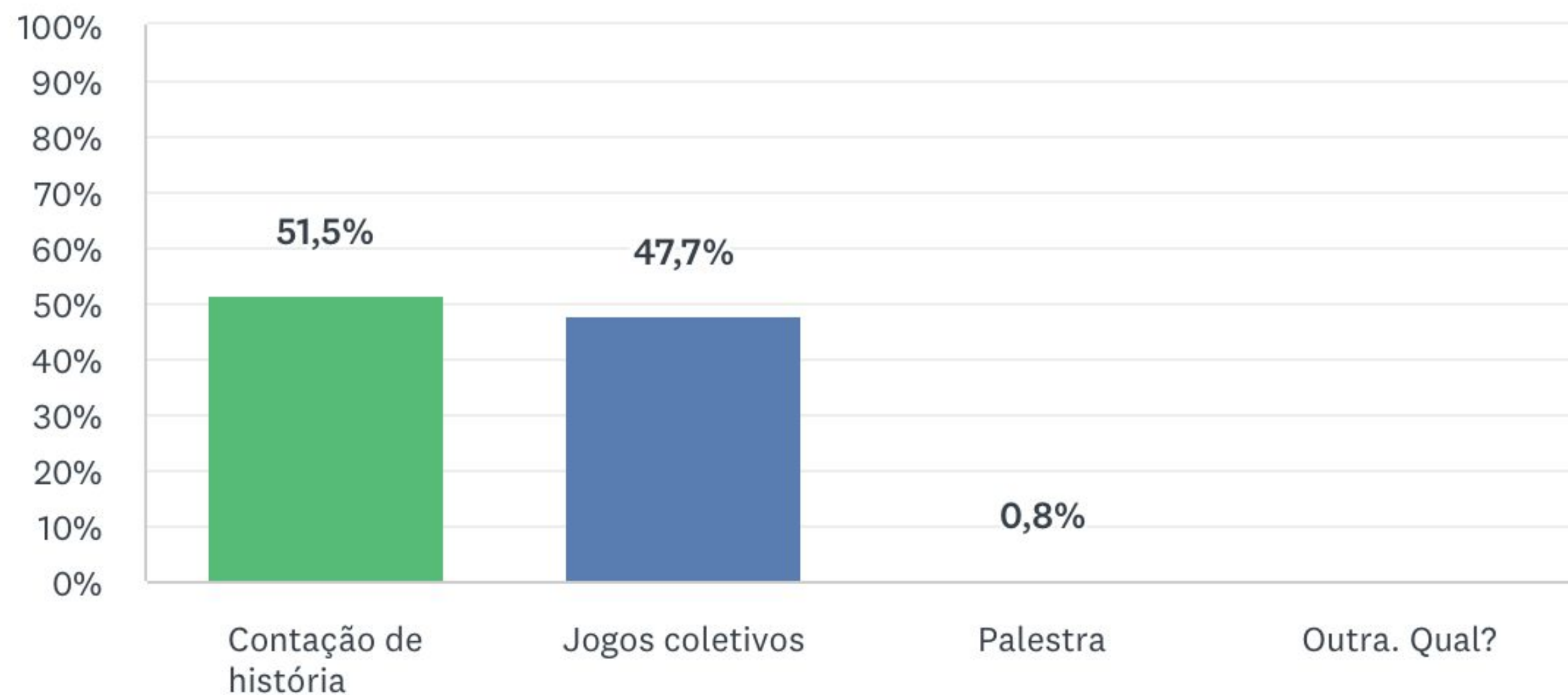
Qual cidade de Goiás?



Outro Estado, selecione uma opção:

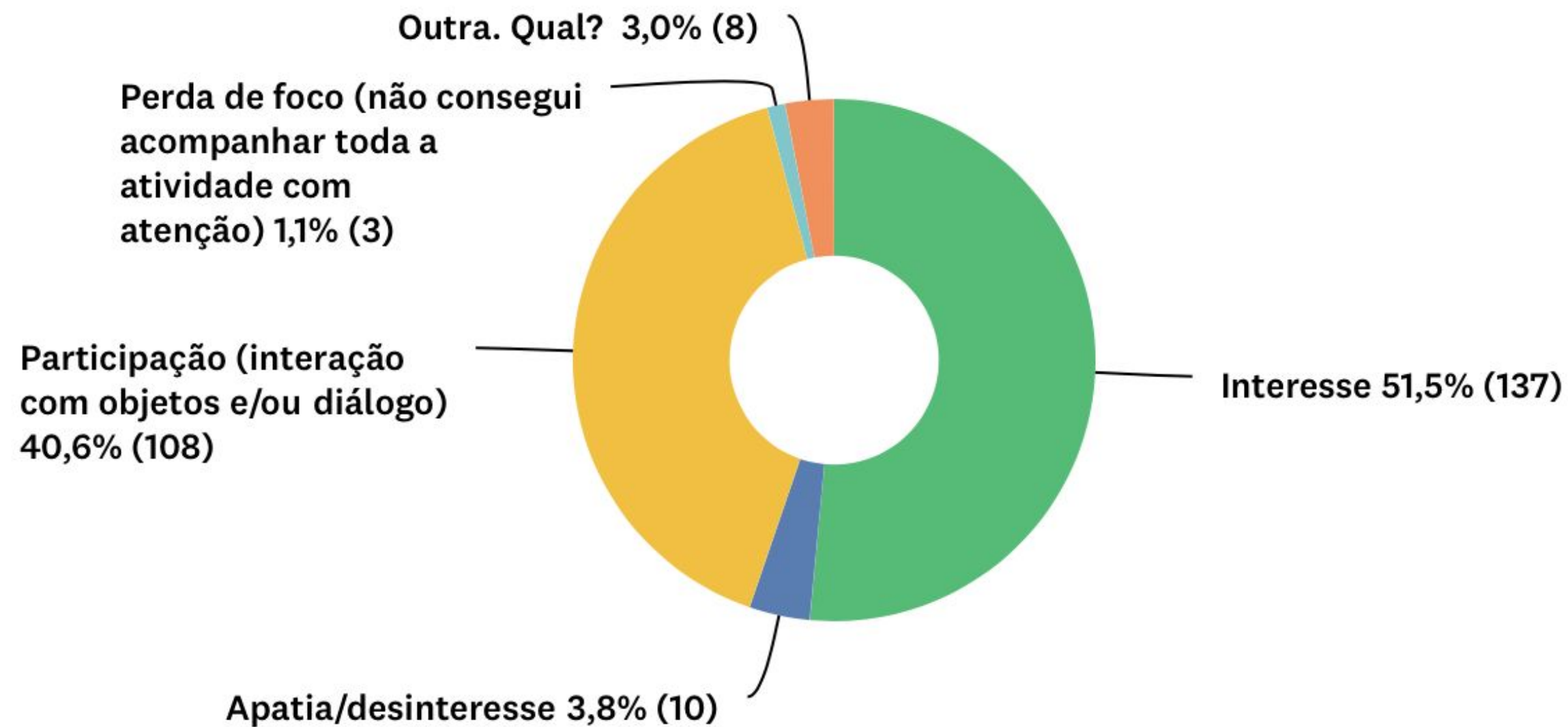


Qual das atividades você acaba de participar ?



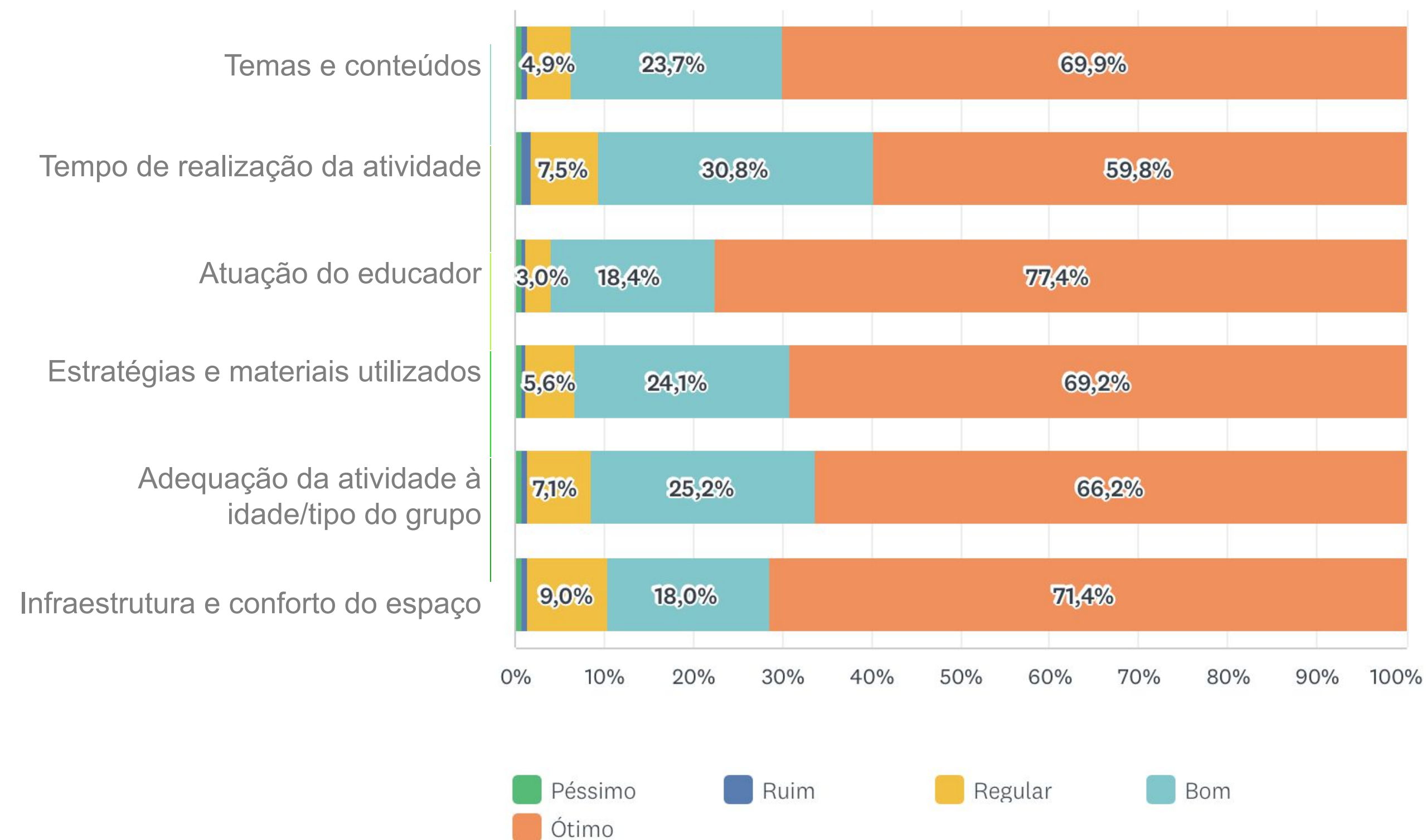
+ A atividade palestra foi substituída por uma visita mediada no dia em que estava agendada por falta de quórum.

Que tipo de reação essa atividade suscitou em você?



- + As avaliações mais expressivas indicadas pelo público participante foram positivas, incluindo o "Interesse" e a "Participação (interação com a exposição e/ou diálogo)".

Avalie alguns pontos da atividade:



- + As atividades culturais I tiveram uma alta avaliação em "ótimo", sendo o tempo de realização de atividade" o item com maior número de avaliações como "bom". Dentre os itens, Infraestrutura e conforto do espaço tem uma avaliação regular maior (9%) em comparação a atividades culturais II (6,2%)

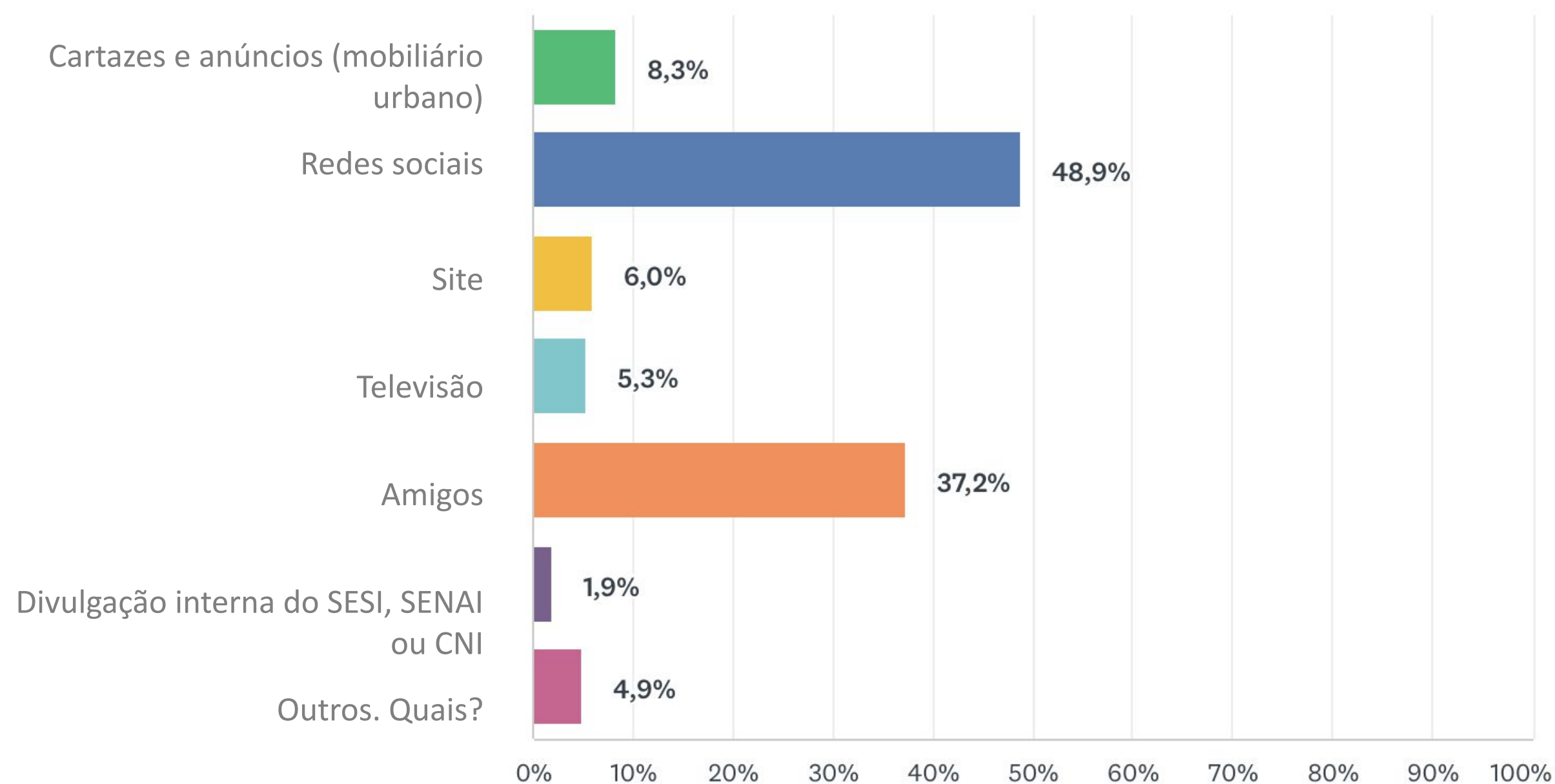
Em uma escala de 1 a 5, quão satisfeito você ficou com a atividade?



MUITO INSATISFEITO	INSATISFEITO	NEUTRO	SATISFEITO	MUITO SATISFEITO	TOTAL	MÉDIA PONDERADA
1,1% 3	1,1% 3	2,6% 7	26,7% 71	68,4% 182	266	4,60

Como ficou sabendo do SESI Lab?

(Marque até 2 opções)



Outros. Quais?

Irmã (n=3)
Rádio (n=1)
BSB (n=1)
Indicação (n=1)
Cunhada (n=1)
Outdoor (n=1)
Conheço Gustavo penna, o arquiteto da reforma
Pela família (n=1)
Jornal (n=2)
Construção do prédio (n=1)

Há algum aspecto negativo da sua experiência, sugestão ou comentário que você gostaria de relatar? Conte para nós no espaço abaixo.

Positivas

- ☐ Adoramos
- ☐ Parabéns, apenas!
- ☐ Excelente
- ☐ O lugar é ótima, gostei muito,.
- ☐ Foi tudo tão emocionante, ficamos encantados. No momento nada a declarar de negativo.
- ☐ Sugiro a realização mais eventos do Sesi parecidos.
- ☐ História por faixa Etária mas para nos foi fantástico, adoramos,!
- ☐ Simplesmente perfeito, Brasília necessita de mais atrativos culturais como esse
- ☐ Maravilhoso
- ☐ Excelente
- ☐ Somente positivo, amei o museu e principalmente do atendimento dos educadores. Uma experiência incrível
- ☐ Gostaria que fosse ampliada alcançando mais crianças que ficaram encantadas com a atividade

Neutro

- ☐ Não. Envolver atividades para menores de 5 anos.
- ☐ Não. Não tem estacionamento coberto.
- ☐ Sugiro a realização mais eventos do Sesi parecidos.
- ☐ A avaliação foi dada do ponto de vista de um adulto. Meu filho de 9 anos se mostrou interessado. Meu outro filho de 11 já se mostrou mais apático.

Negativas

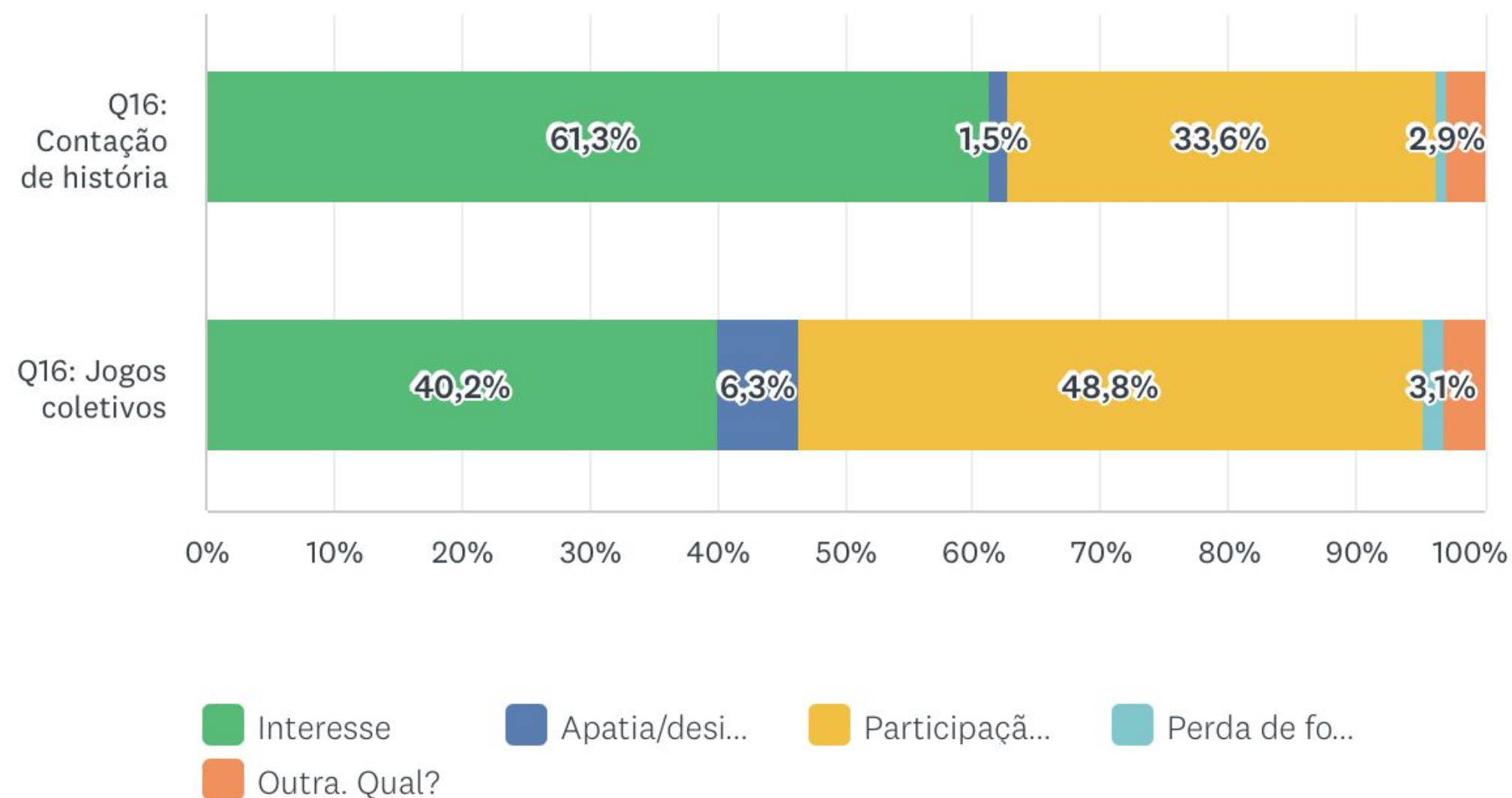
- ☐ Mais opções de refeição
- ☐ Começo, indicar as atividades
- ☐ Lotado desestimula participar das atividades
- ☐ Criança não gostou
- ☐ Sugiro que os atores falem mais alto
- ☐ Faltou aís adereços e ilustrar uma história mais real, mais concreta e atual.
- ☐ Incorporar alguns valores intelectuais, estabelecer a faixa etária, desvincular da família na hora da atividade
- ☐ Achei a história difícil de entender para crianças pequenas
- ☐ No jogo bandeja de pano, a quantidade de confetes deve ser a mesma para os grupos, então sugiro duas jarras, uma para cada grupo com a mesma quantidade para ser justo.
- ☐ Deveriam ter mais espaços na atividade da roda de areia
- ☐ Falta de informação sobre pegar as fichas
- ☐ Ar condicionado frio
- ☐ Espaço para lanche não tem
- ☐ Restaurante ou lanchonete e monitor fixo nas obras para melhorar o fluxo de pessoas.
- ☐ Precisa de um restaurante. Lojinha muito cara.
- ☐ Cadeiras mais confortáveis
- ☐ Ter mais atividades nos jogos coletivos
- ☐ Essa oficina foi fraca.
- ☐ Idealmente as senhas deveriam estar disponíveis na Internet junto com o ingresso
- ☐ Senti falta de um café para sentar um tiquinho, recarregar as energias enquanto as crianças ainda brincam.
- ☐ Separar por faixa etária mais condizente, de 5 a 12 anos fica muito distante
- ☐ Espera para as oficinas

Apontamentos e cruzamentos

Atividades Culturais I

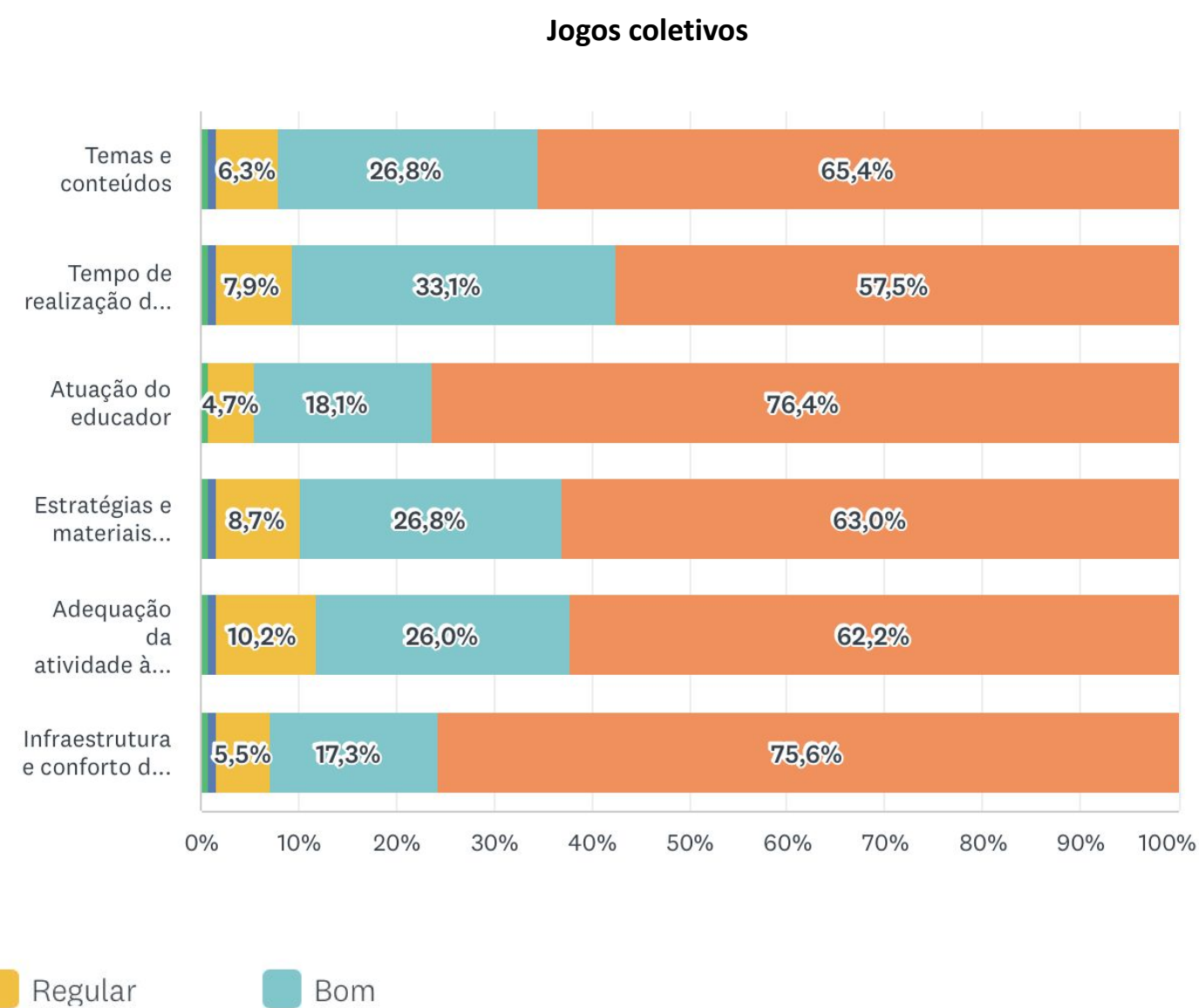
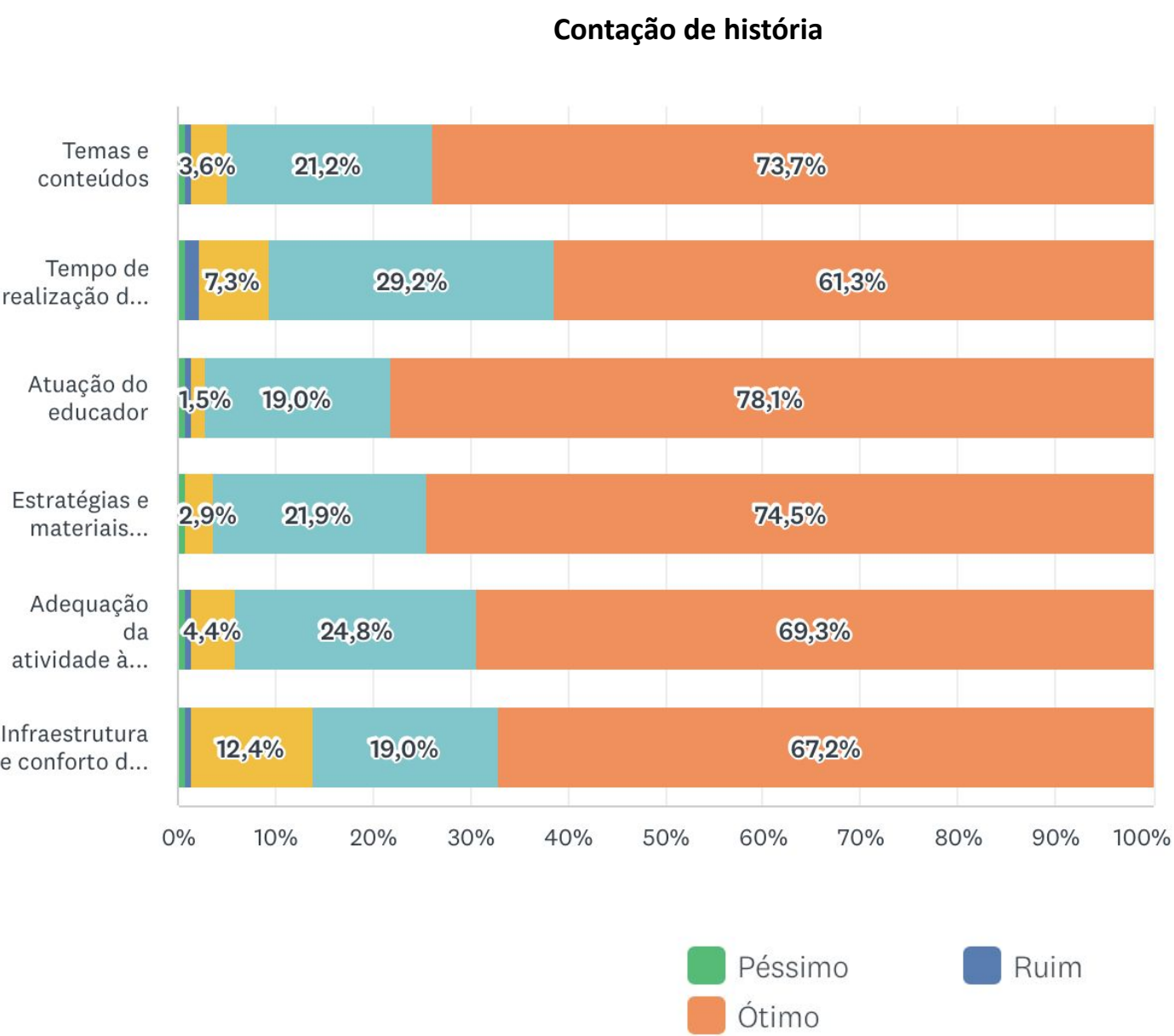


Contação de história, Jogos coletivos X reação da atividade



- + Na comparação entre as atividades culturais "Contação de história" e "jogos coletivos", verifica-se que a contação de história despertou maior interesse, enquanto os jogos coletivos estimularam uma maior participação.
- + Foi realizado um cruzamento para verificar se havia especificidade em relação às idades, mas o padrão continuou o mesmo para ambas as atividades, com maior presença das crianças com 3 e 9 anos.

Contação de história, Jogos coletivos X avaliação dos pontos da atividade



- + Nesta comparação, verifica-se que "Contação de histórias" obteve frequência de avaliação "ótimo" mais alta para os cinco primeiros pontos (temas e conteúdos, tempo da atividade, atuação do educador, estratégias e materiais e adequação da atividade à idade) e menor para infraestrutura e conforto da sala.
- + Para infraestrutura e conforto da sala, "Contação de histórias" tem uma avaliação "regular" 125% maior que "jogos coletivos".

Satisfação por atividade

Contação de história

MUITO INSATISFEITO	INSATISFEITO	NEUTRO	SATISFEITO	MUITO SATISFEITO	TOTAL
0,0% 0	0,7% 1	2,2% 3	27,7% 38	69,3% 95	137

Jogos coletivos

MUITO INSATISFEITO	INSATISFEITO	NEUTRO	SATISFEITO	MUITO SATISFEITO	TOTAL
1,6% 2	1,6% 2	3,1% 4	26,0% 33	67,7% 86	127

+ Não houve diferença significativa entre as atividades.

Atividades Culturais II

(Pocket show, cinema, teatro)

TOTAL DE RESPOSTAS

293

TAXA DE CONCLUSÃO

99%

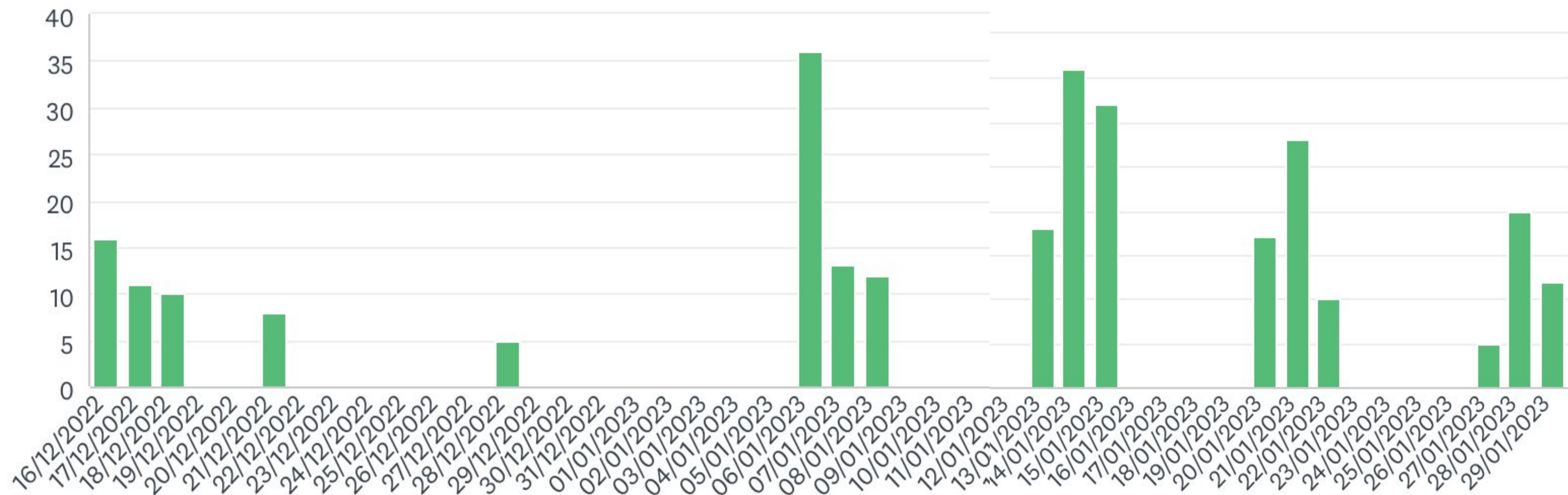
Total de respostas
válidas

266

Período de aplicação dos questionários

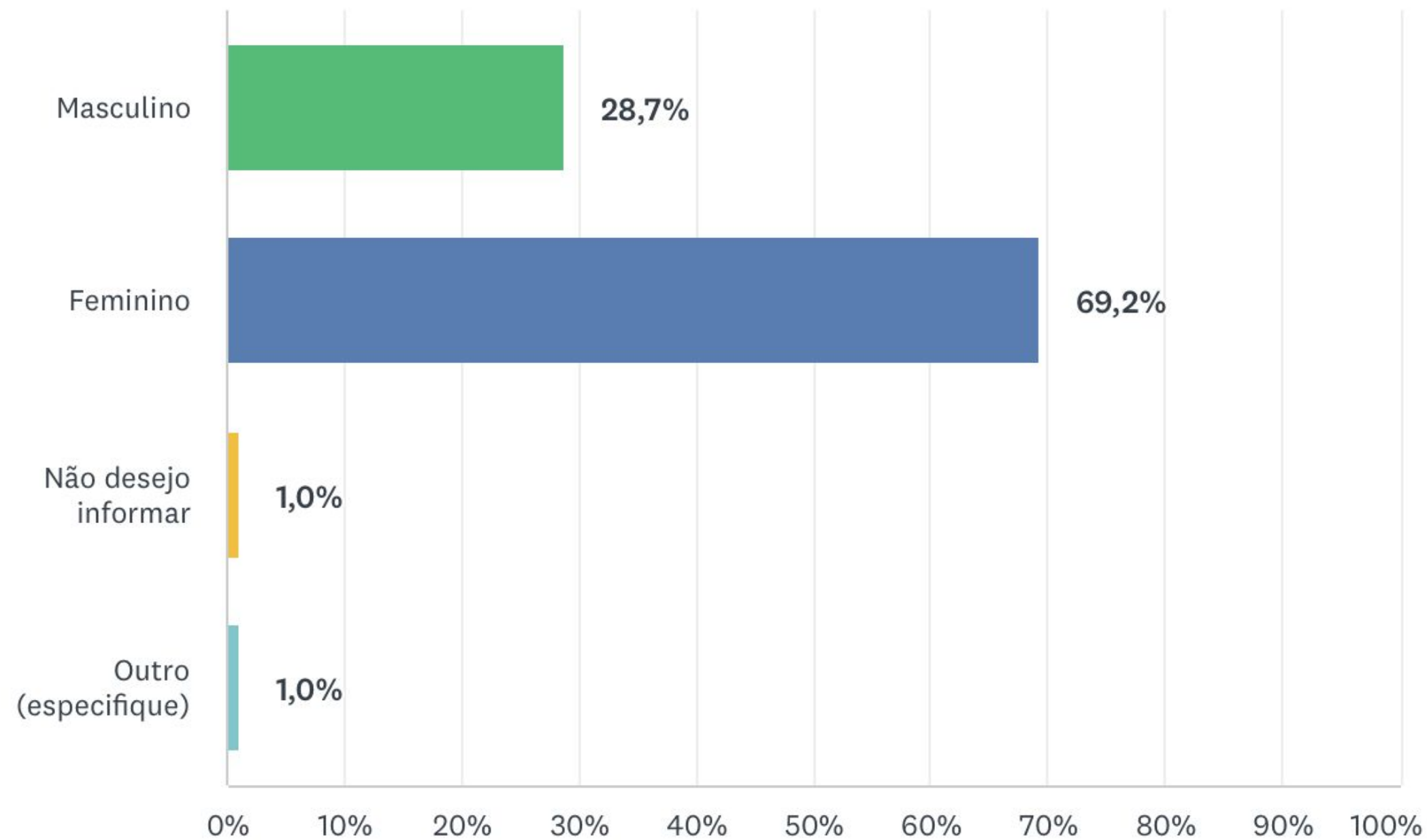
13 de dezembro a 13 de fevereiro

Distribuição temporal



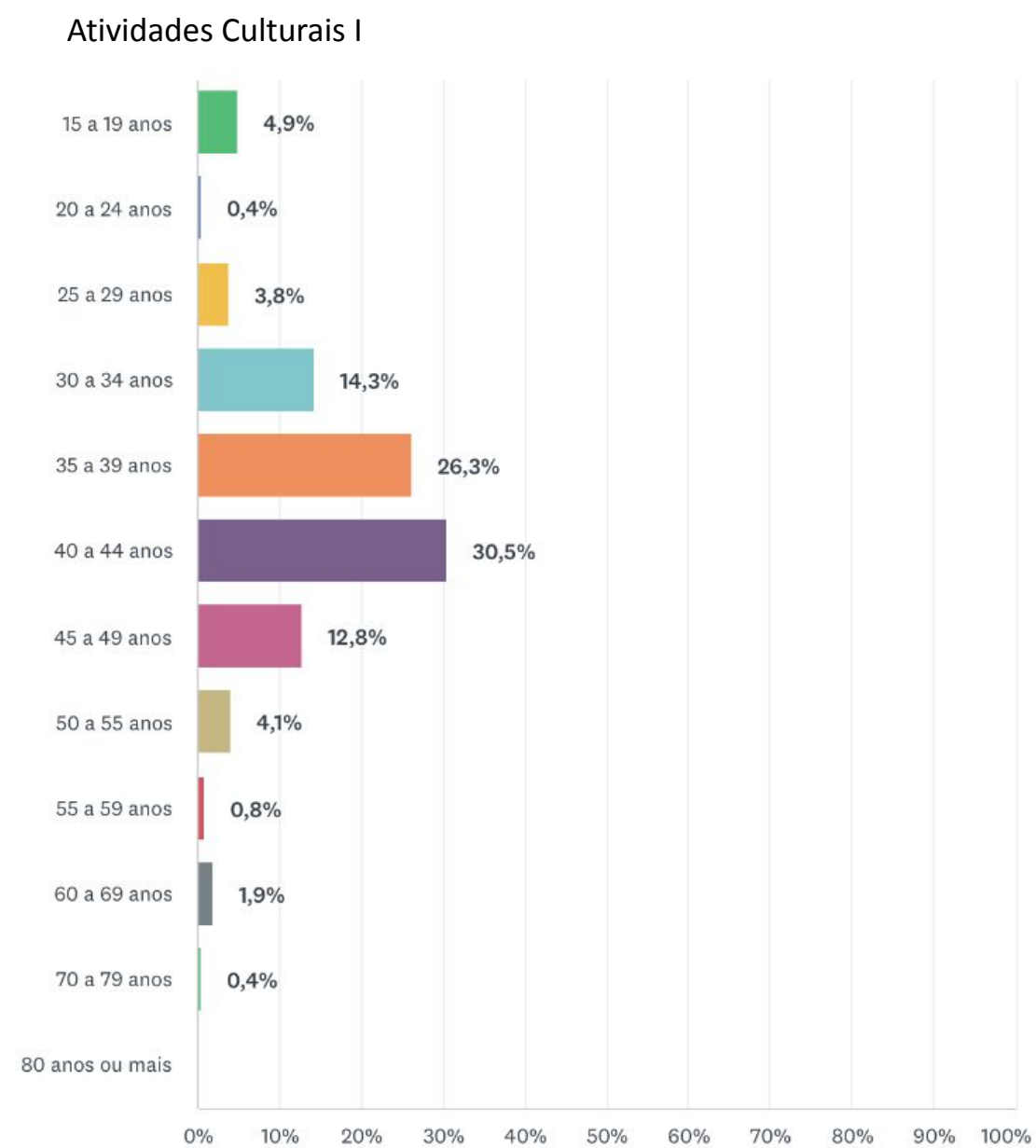
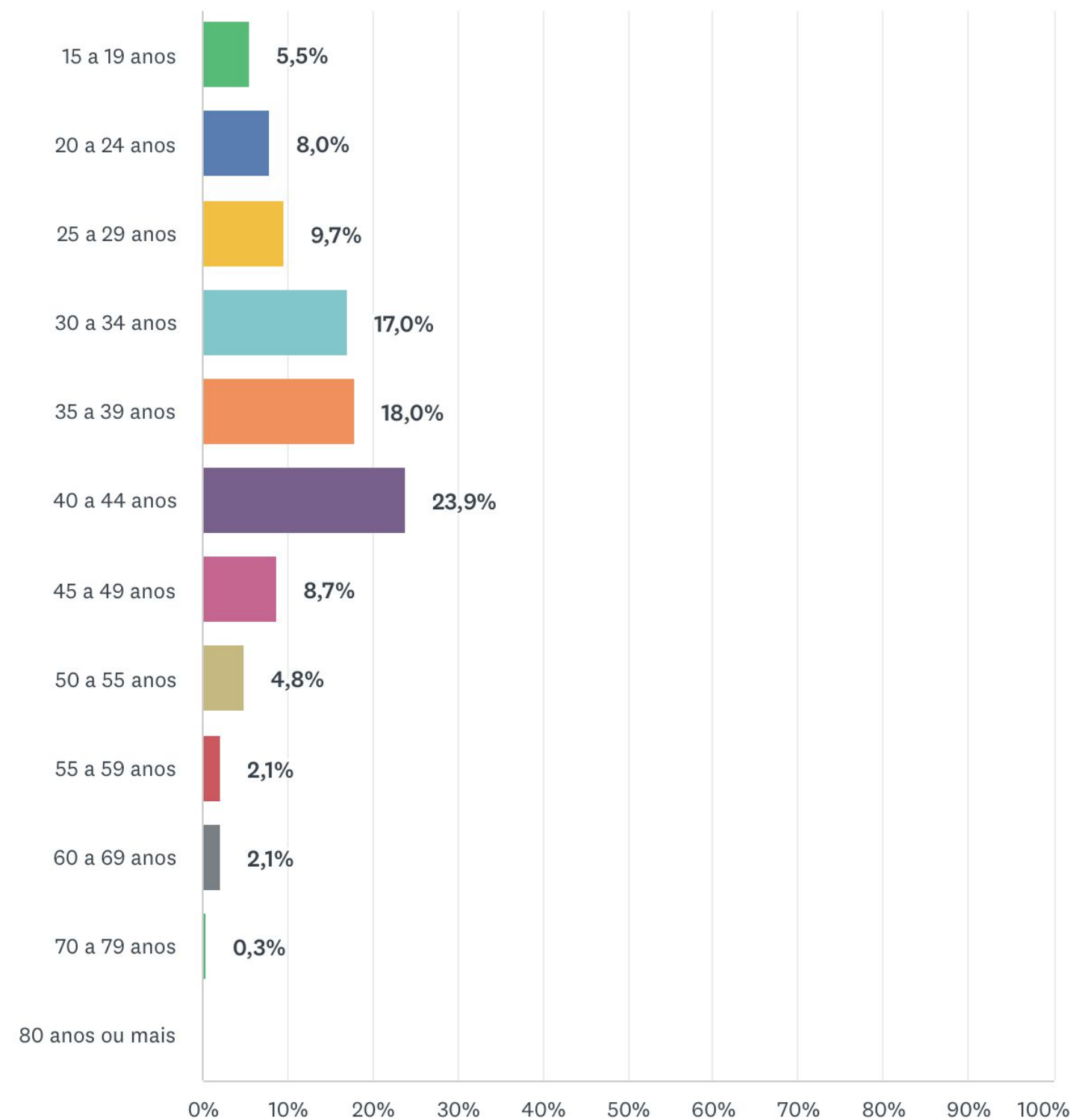
+ Pocket show, cinema e teatro ocorreram apenas aos finais de semana.

Qual gênero com o qual se identifica?



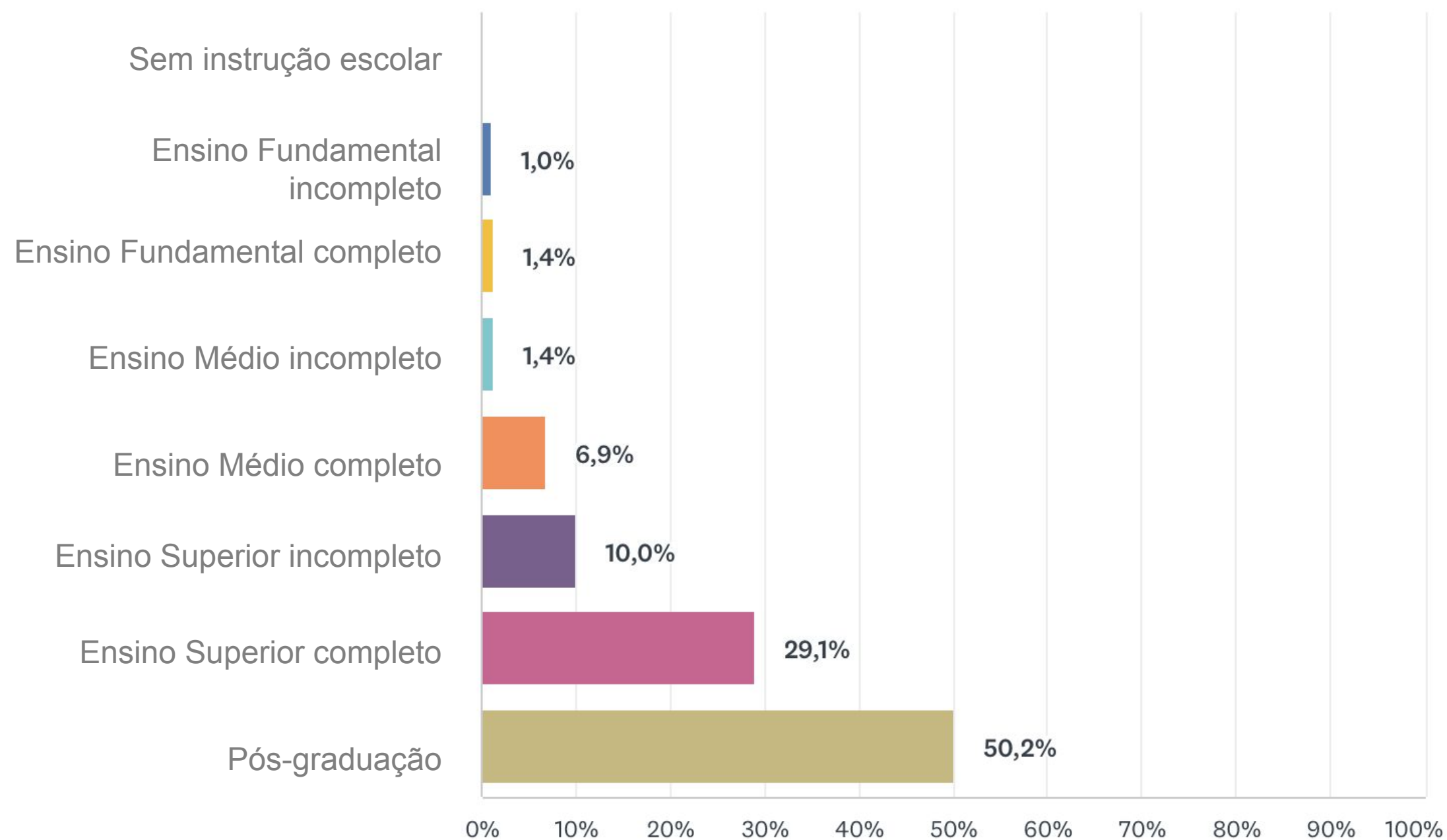
Outro. Especifique
Não binário (n=2)

Qual sua idade

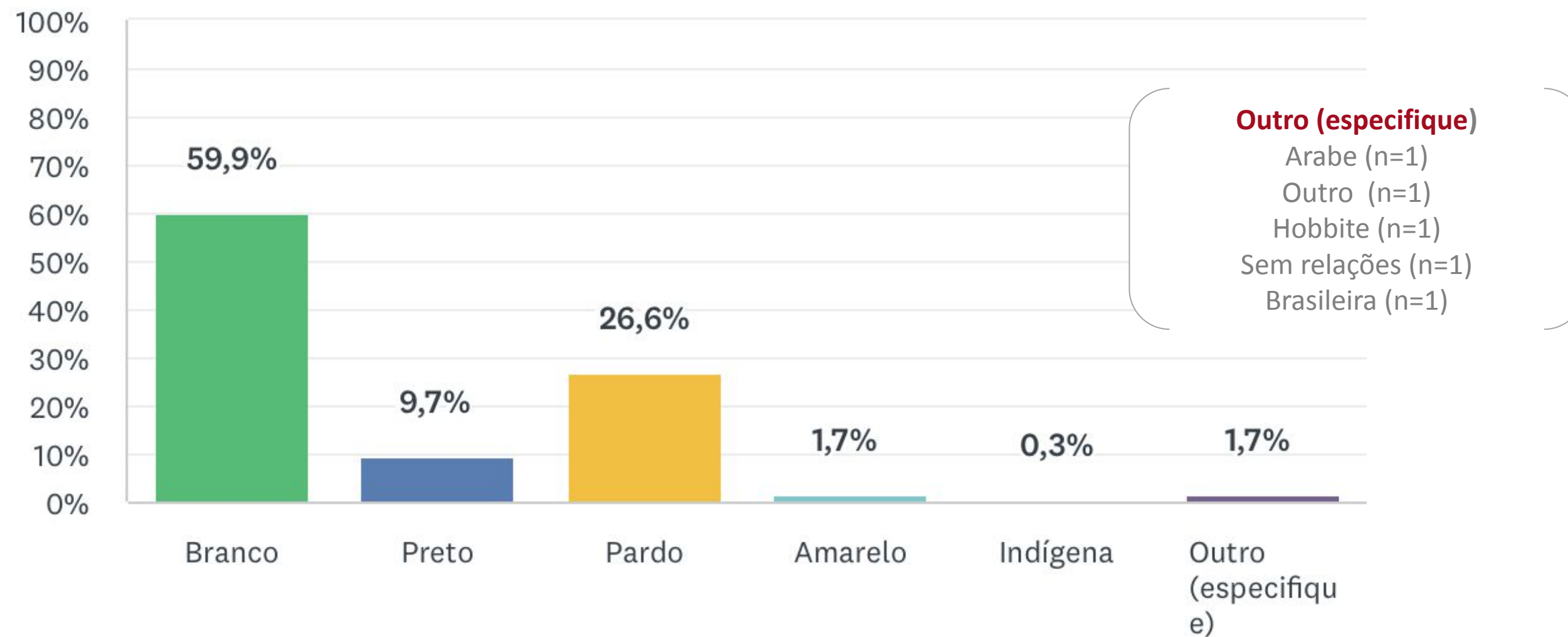


- + O público com até 29 anos é mais expressivo nas atividades culturais II. Em comparação à atividades culturais I o aumento é de 155%.
- + Chama a atenção a faixa etária entre 20 a 24 anos, 20 vezes maior do que em Atividades culturais I.

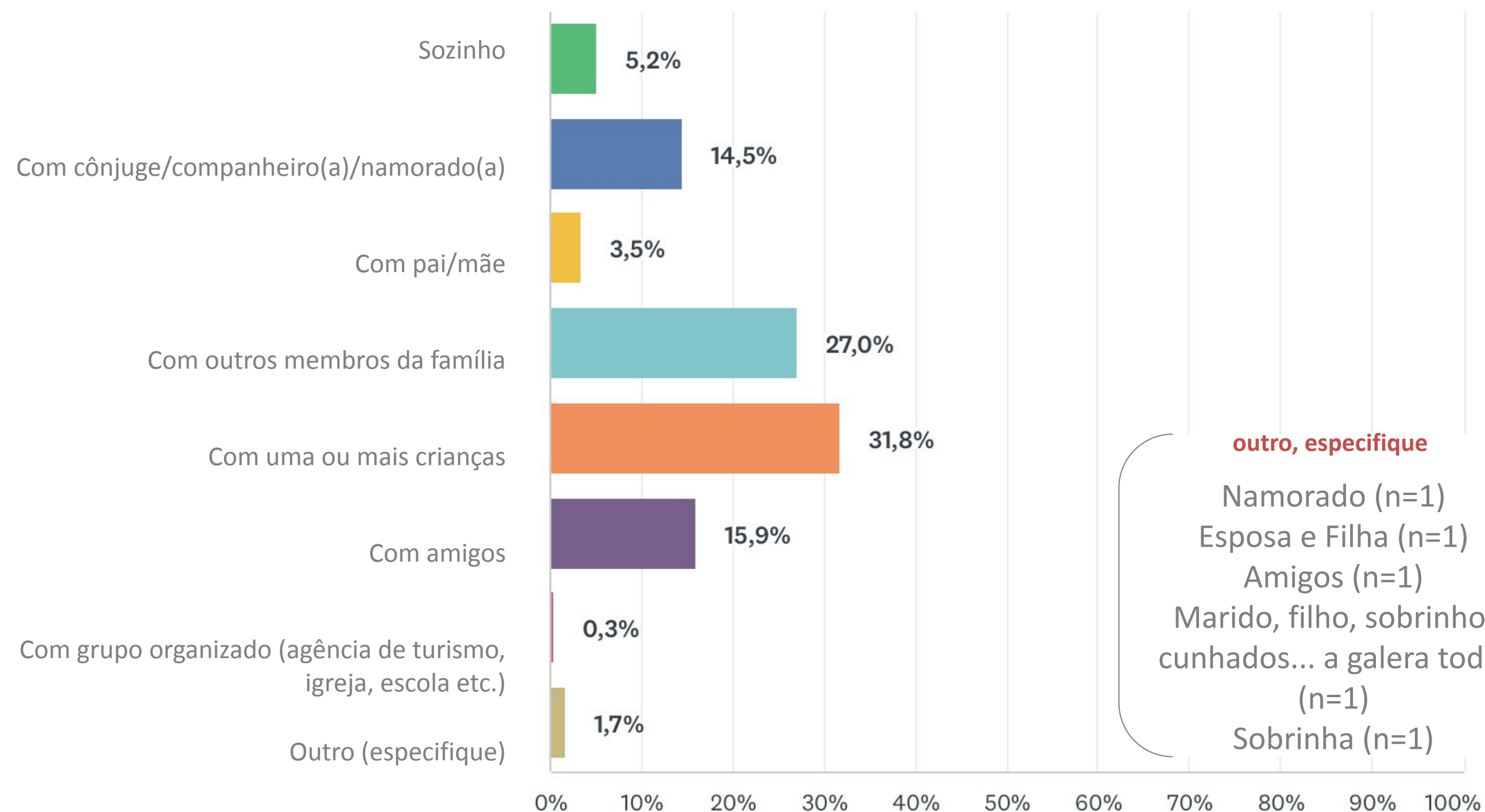
Escolaridade



Com relação à sua cor/raça, como você se reconhece:



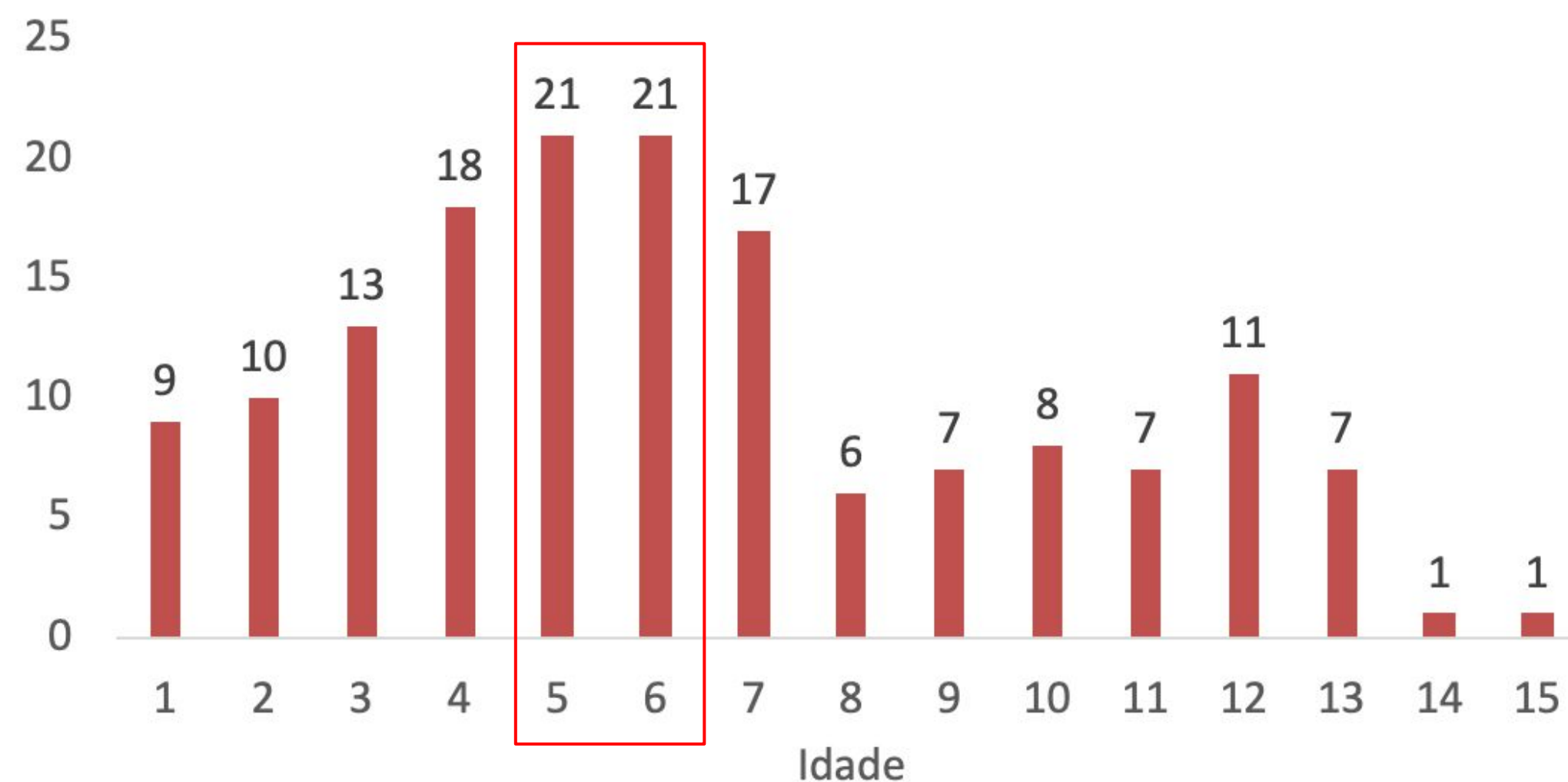
Com quem você veio ao museu?



- + É 5 vezes maior (430%) o número de pessoas que participam das atividades culturais II com amigos em comparação a atividades culturais I.
- + Também observa-se que em Atividades culturais I, ninguém fez a atividade sozinho, enquanto aqui representou 5,2%.

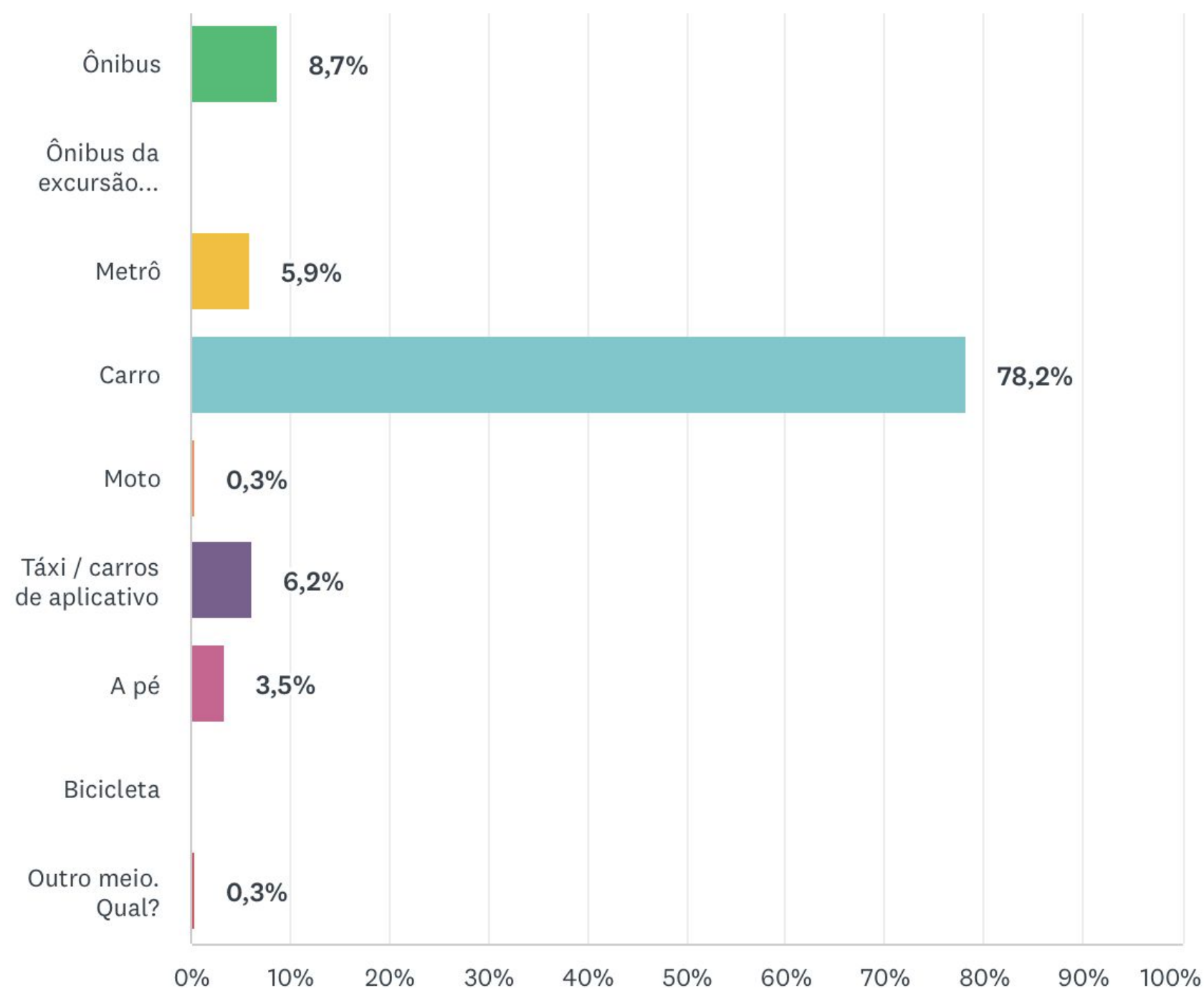
Visitantes com crianças. Qual a idade da(s) criança(s)?

Qual a idade da(s) criança(as)?



- + As atividades culturais II também contribuem para o atendimento de crianças pequenas, com idade pouco superior ao dado encontrado para as Atividades Culturais I.

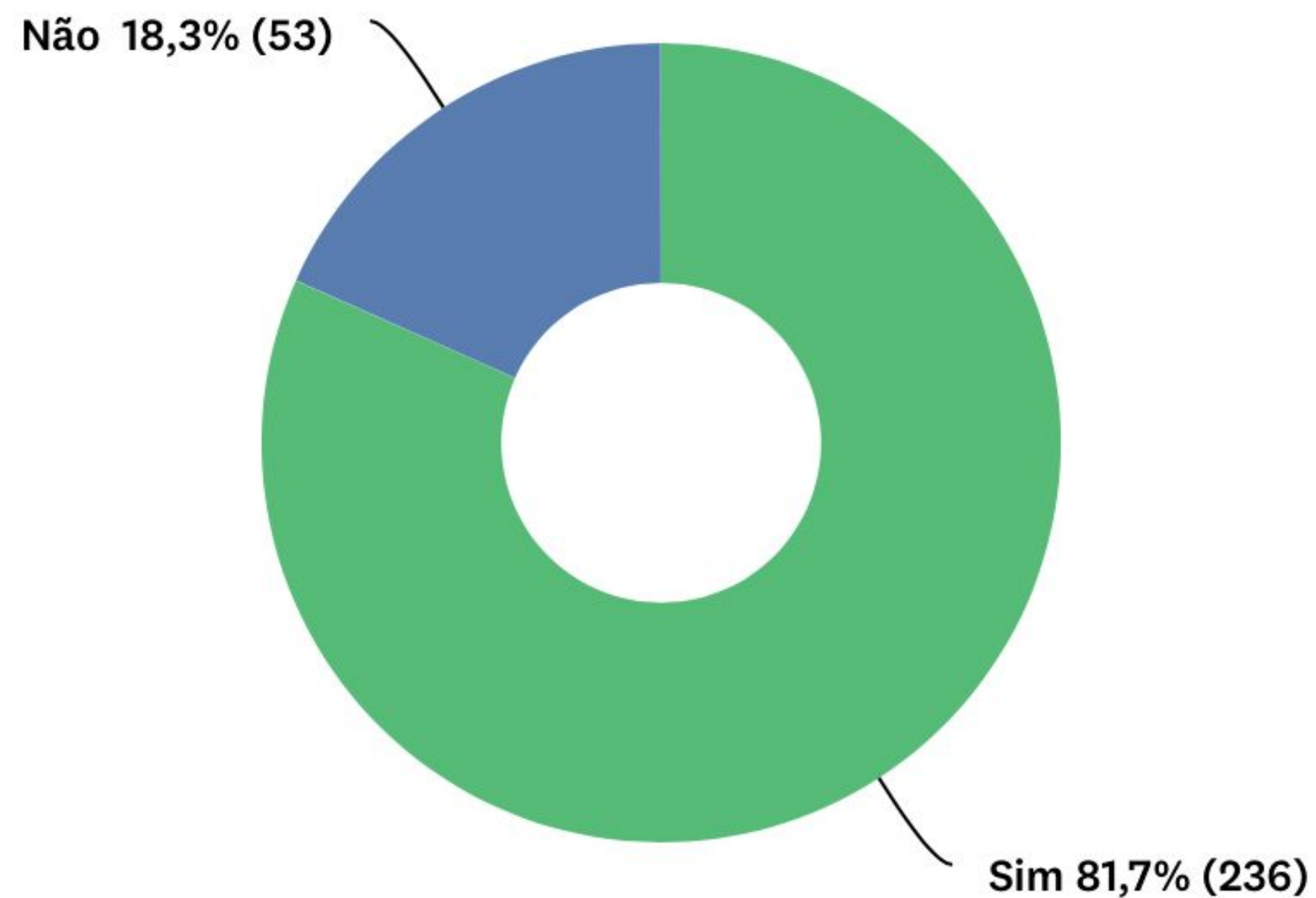
Qual(ais) o(s) meio(s) de transporte que você utilizou para vir até ao SESI Lab?



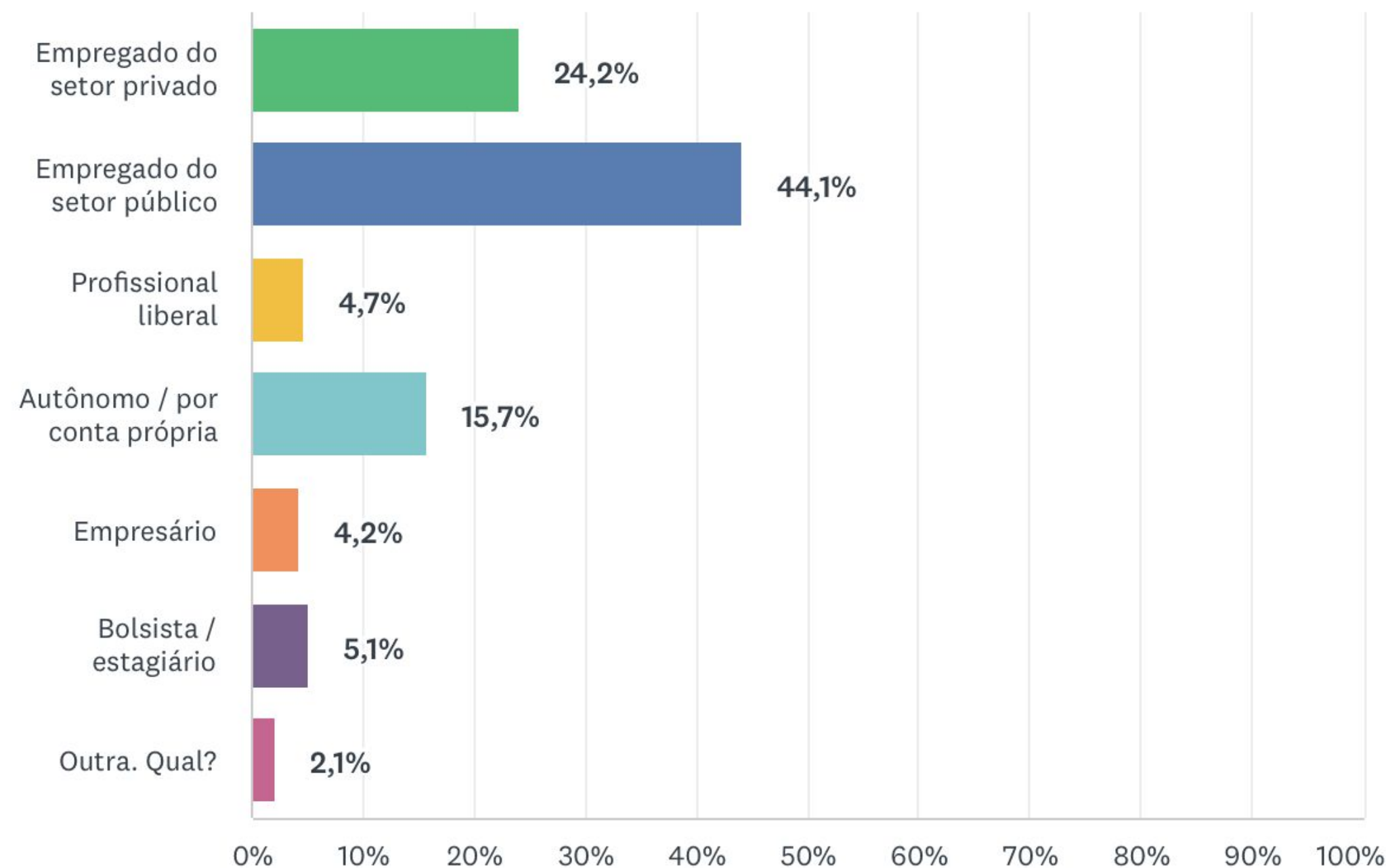
+ O público que chegou ao Sesi Lab "a pé" é 4 vezes maior que em relação às atividades culturais I.

Outro meio. Qual?
Uber (n=1)

Você exerce alguma atividade remunerada?



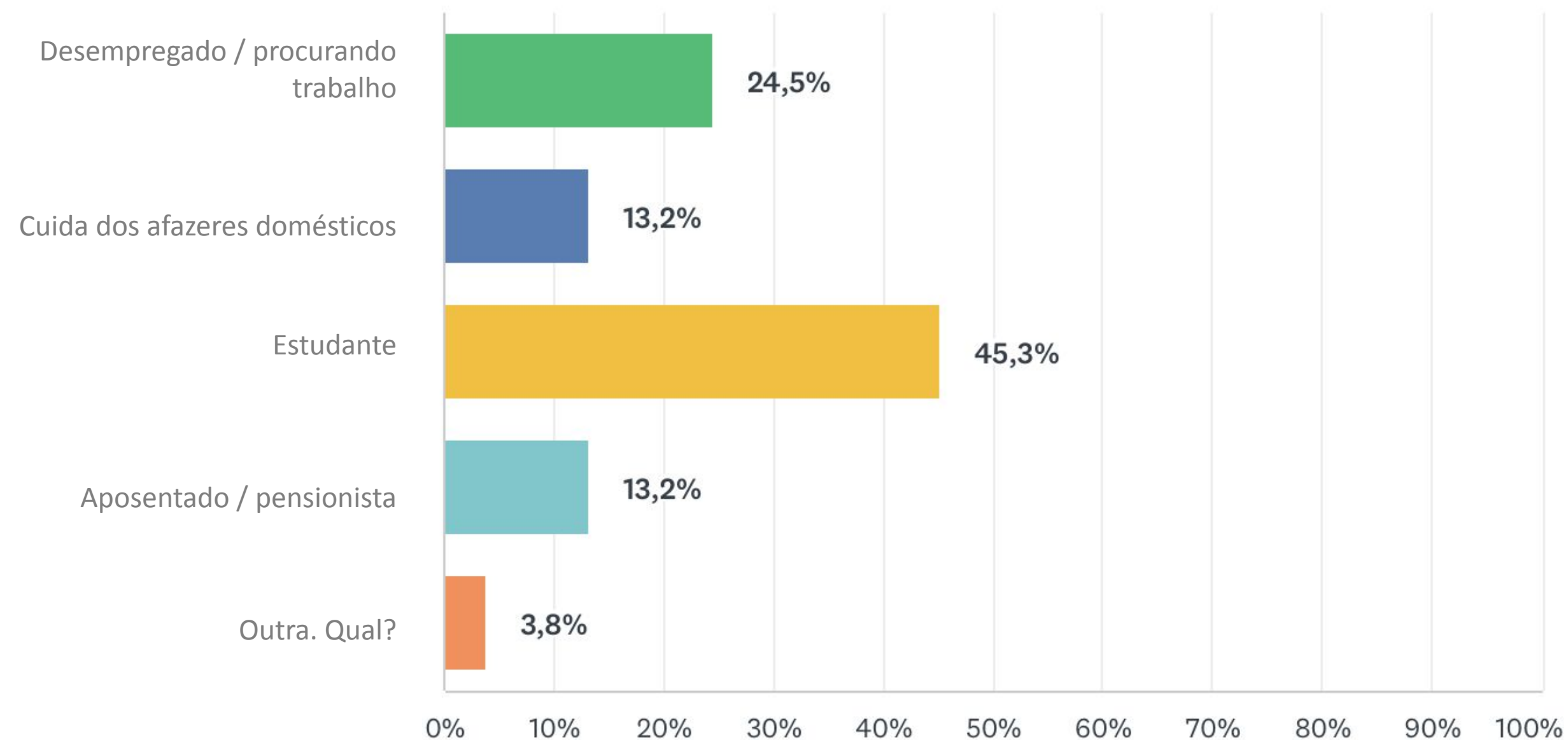
Se você exerce atividade remunerada, indique sua situação: (Marque apenas uma resposta)



Outra. Qual?

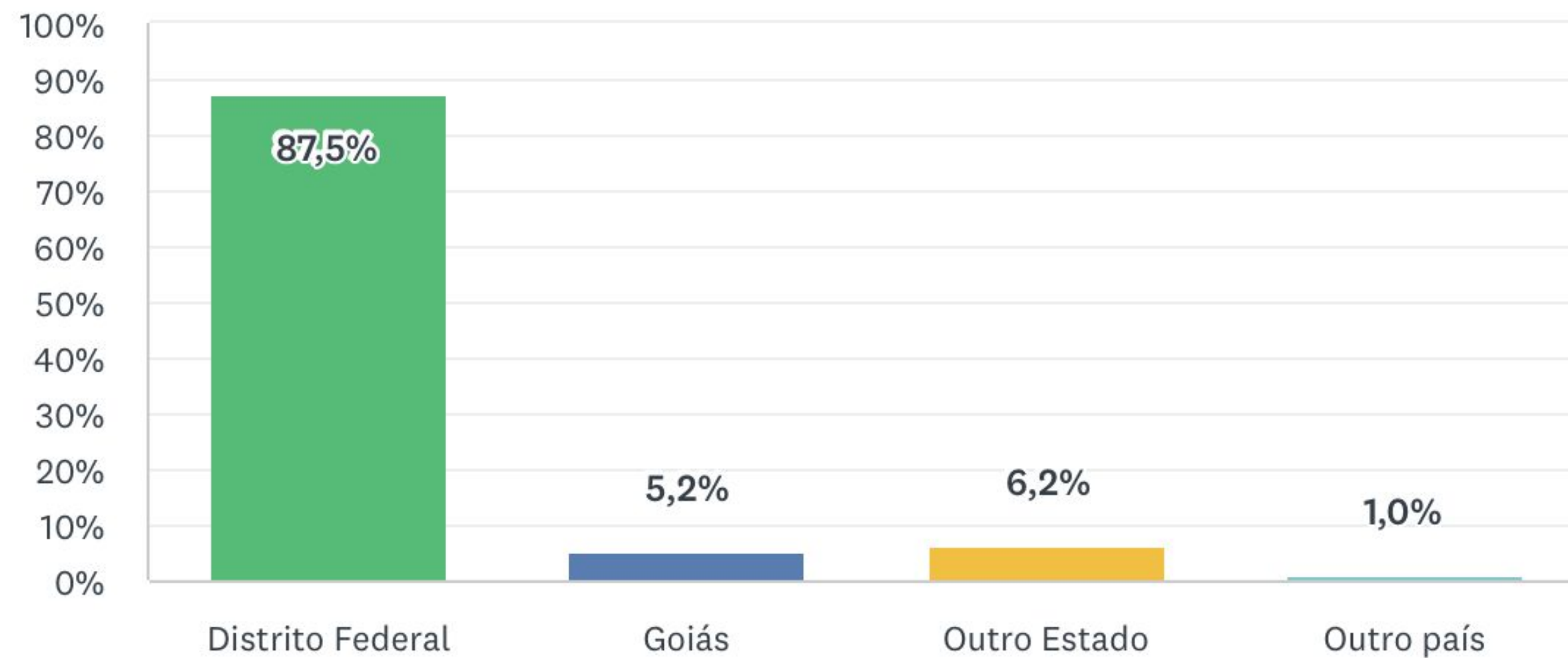
Banco do Brasil (n=1)
Temporário serviço público (n=1)
Professora de Yoga (n=1)
Estilista (n=1)
Aprendiz (n=1)

Se você **NÃO** exerce atividade remunerada, indique sua situação: (Marque apenas uma resposta)



Outra. Qual?
Artista (n=1)
Empreendedora (n=2)

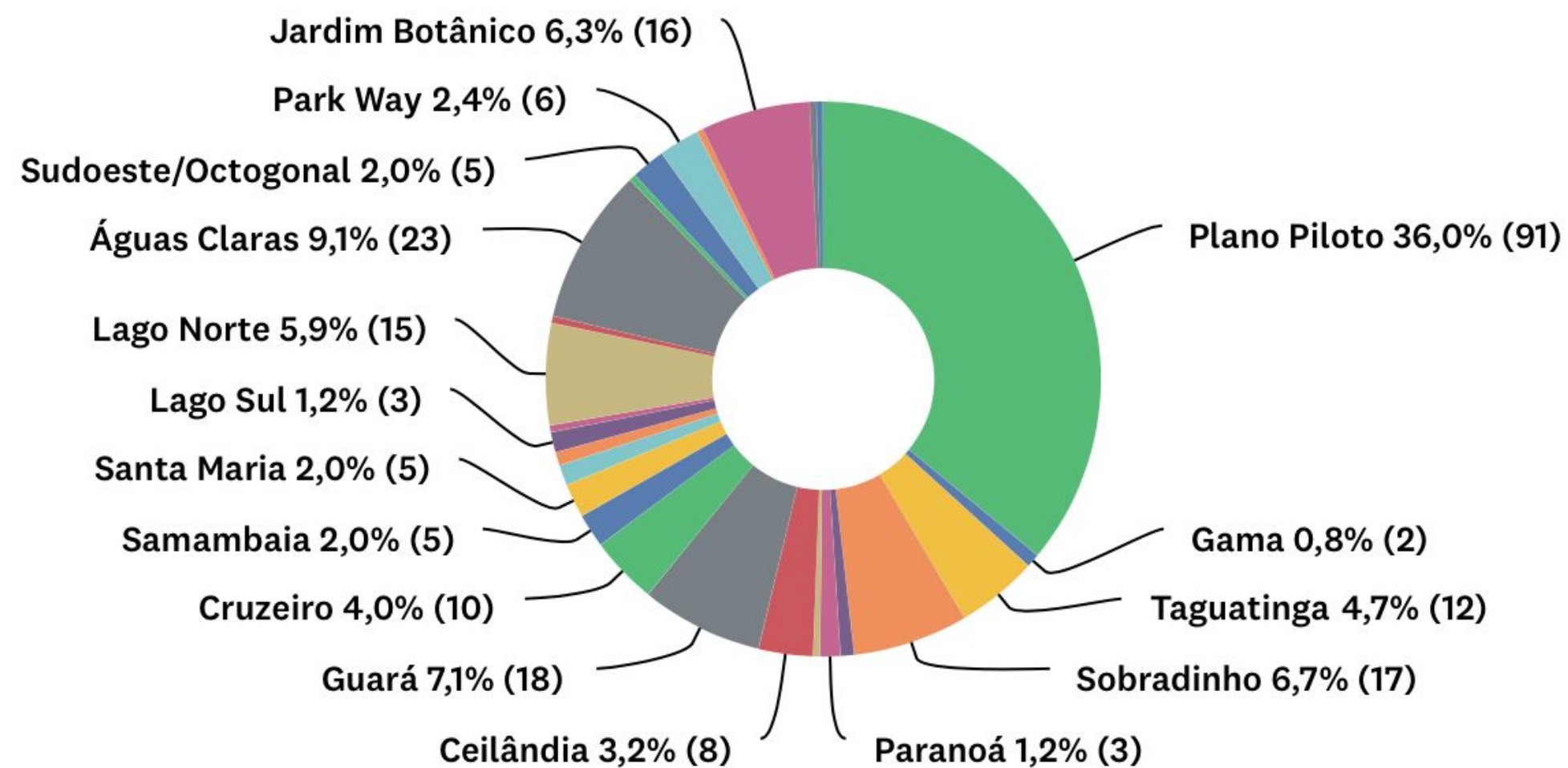
Onde você mora?



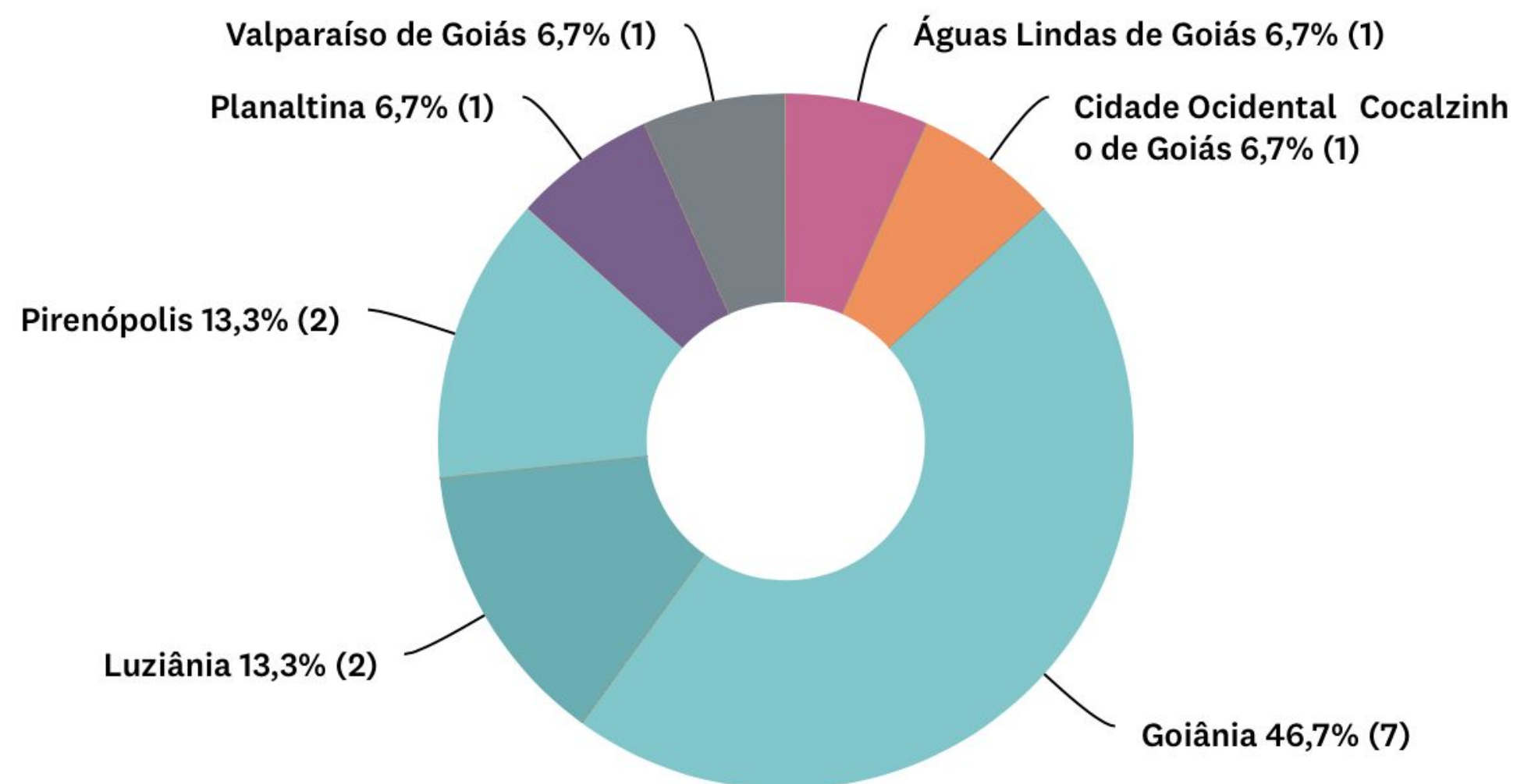
Outro país. Especifique.

Alemanha (n=1)
Espanha (n=1)
Suiça (n=1)

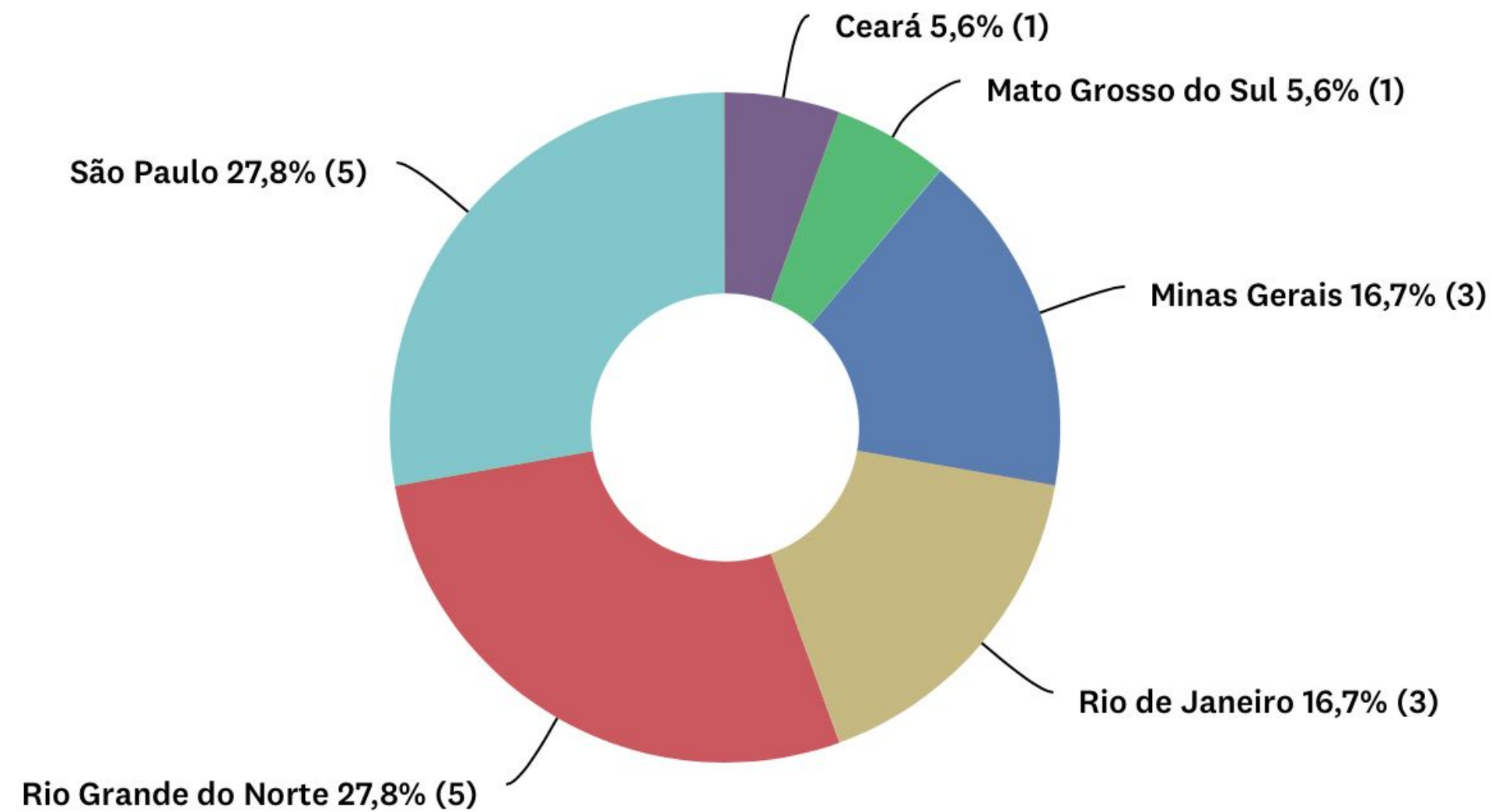
Qual região do DF?



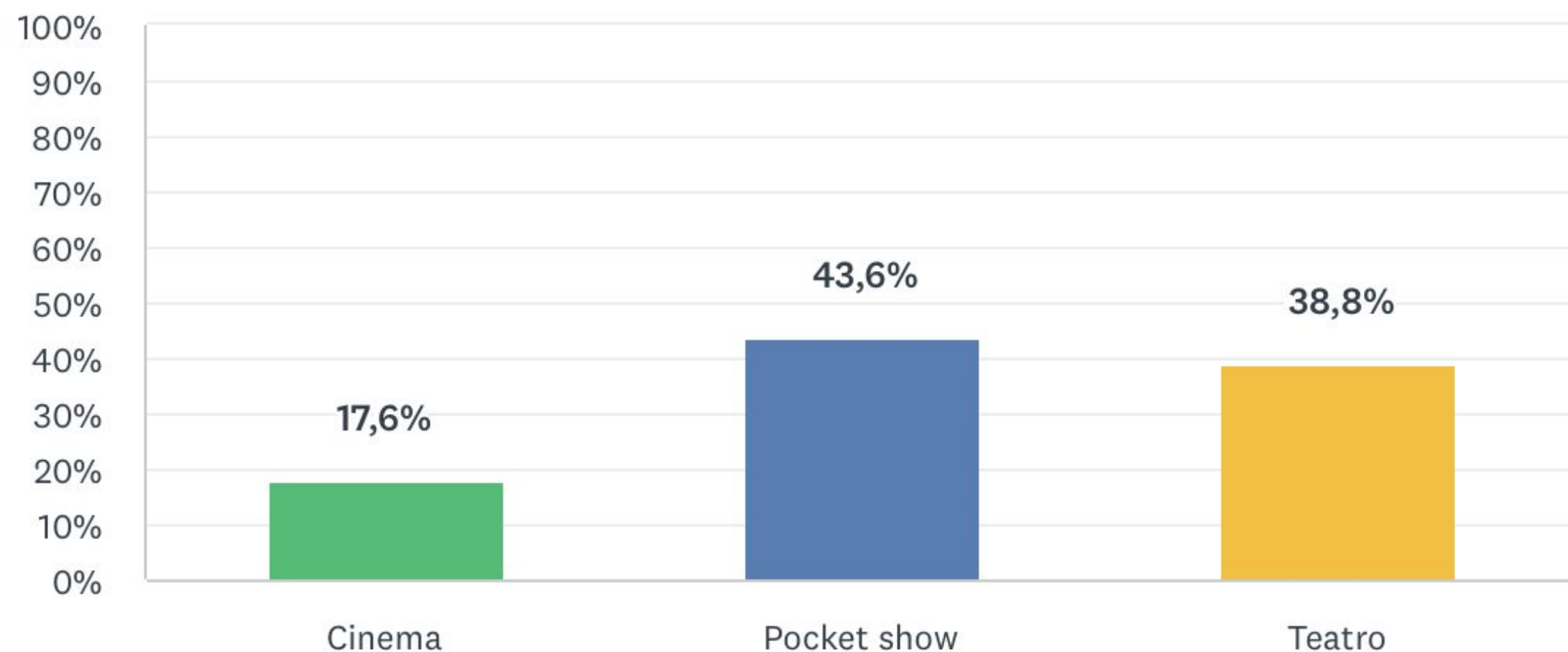
Qual cidade de Goiás?



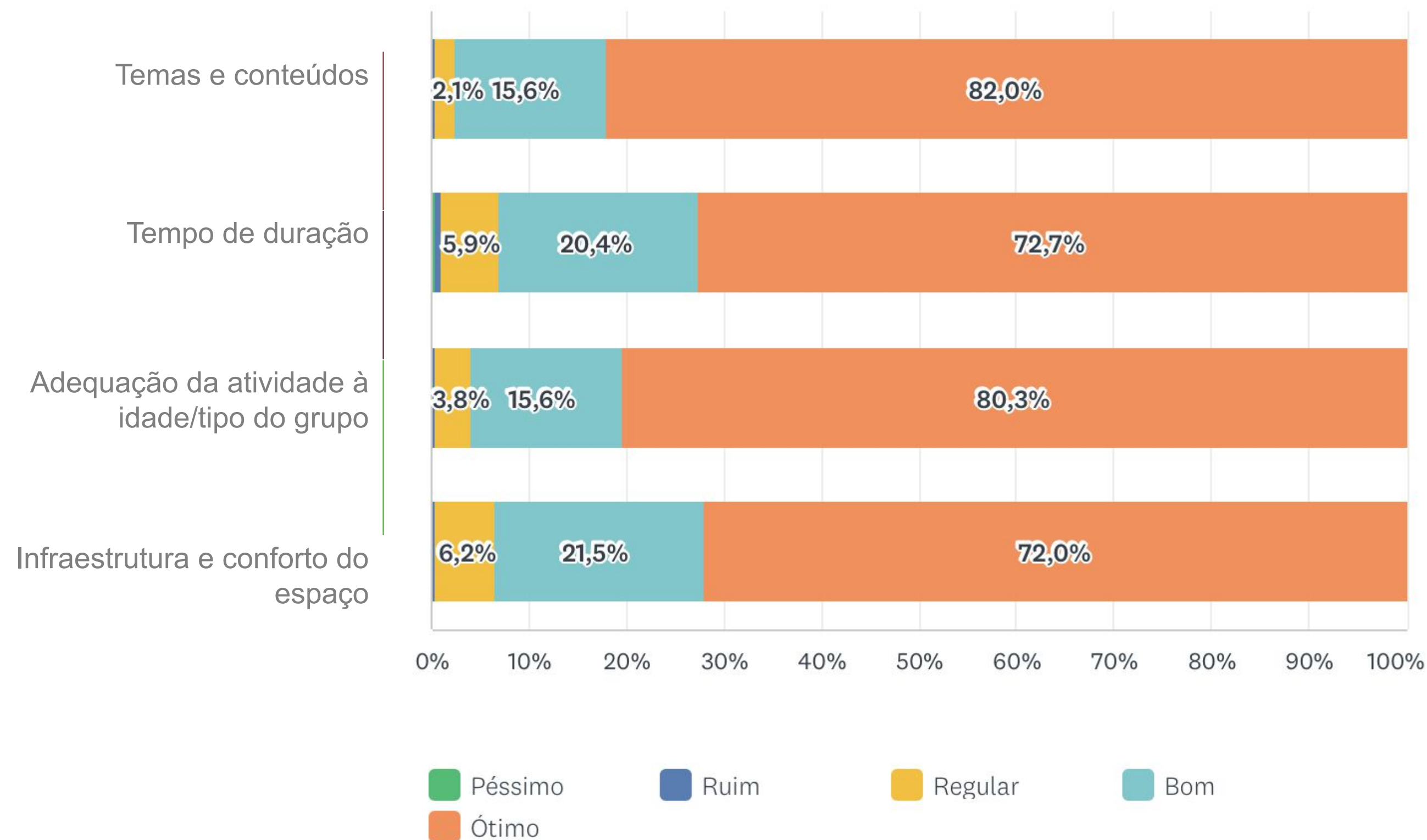
Outro Estado, selecione uma opção:



Qual das atividades você acaba de participar ?



Avalie alguns pontos da atividade:



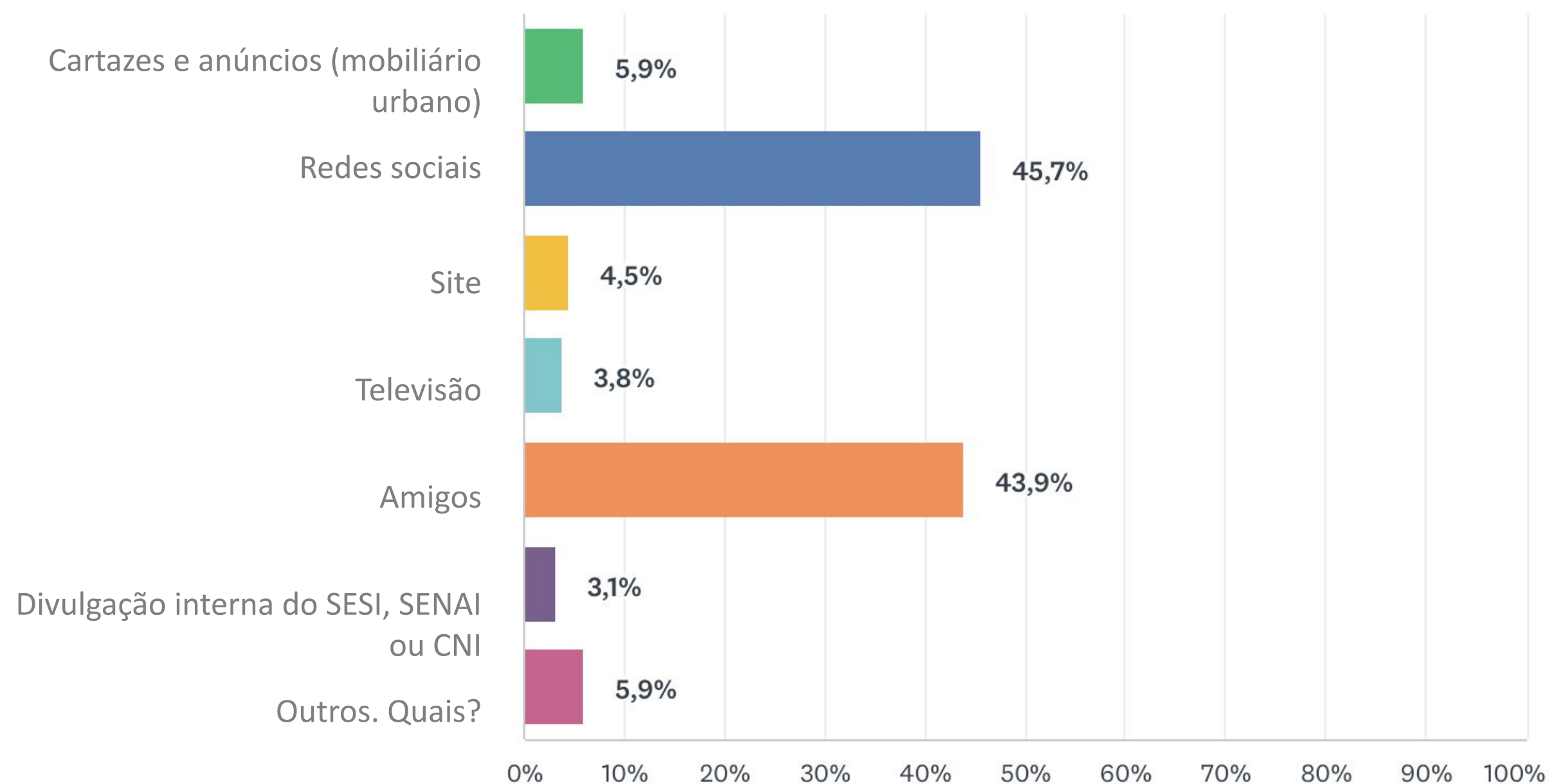
Em uma escala de 1 a 5, quão satisfeito você ficou com a atividade?



MUITO INSATISFEITO	INSATISFEITO	NEUTRO	SATISFEITO	MUITO SATISFEITO	TOTAL	MÉDIA PONDERADA
1,4% 4	0,3% 1	2,1% 6	17,6% 51	78,5% 227	289	4,72

Como ficou sabendo do SESI Lab?

(Marque até 2 opções)



Outros. Quais?

Familiares / Parente / marido / cunhada (n=7)
Passando por acaso no local na hora do evento / Ao acaso passeando / Rua (n=5)
Jornal (n=1))
Diretora convidou (n=1)
Edital (n=1)
Mídia digital (n=1)

Há algum aspecto negativo da sua experiência, sugestão ou comentário que você gostaria de relatar? Conte para nós no espaço abaixo.

Positivas

- ☐ Maravilhada com tudo. Os shows, teatros e demais atividades transitórias podiam ser melhor divulgados.
- ☐ Tudo ótimo.
- ☐ NÃO ENCONTREI ASPECTO NEGATIVO
- ☐ Amei! Interessante e confortavel
- ☐ O espetáculo é excelente e o espaço magnífico,
- ☐ Adorei o espaço,
- ☐ Não. Tudo está ótimo.
- ☐ Foi otimo
- ☐ Não. Tudo está ótimo.
- ☐ Estão de parabéns
- ☐ Ótimo conteúdo
- ☐ Foi perfeito
- ☐ Gostei bastante
- ☐ Ot8mo
- ☐ Ainda não tive experiência negativa. Estava ótimo
- ☐ Gostei bastante
- ☐ Não. Tudo está ótimo.
- ☐ Boquinha cumbia psicodélica massa!

Neutro

- ☐ Minha filha de 10 anos falou que a pessoa de perna de pau estava fazendo propaganda do Lula com a bandeira vermelha. Achei até engraçado, mas ter mais cuidado.
- ☐ Gostaria que os alunos e pesquisadores fossem mais valorizados

Não / não encontrei
aspecto negativo /
nada = 33

Há algum aspecto negativo da sua experiência, sugestão ou comentário que você gostaria de relatar? Conte para nós no espaço abaixo.

Negativos

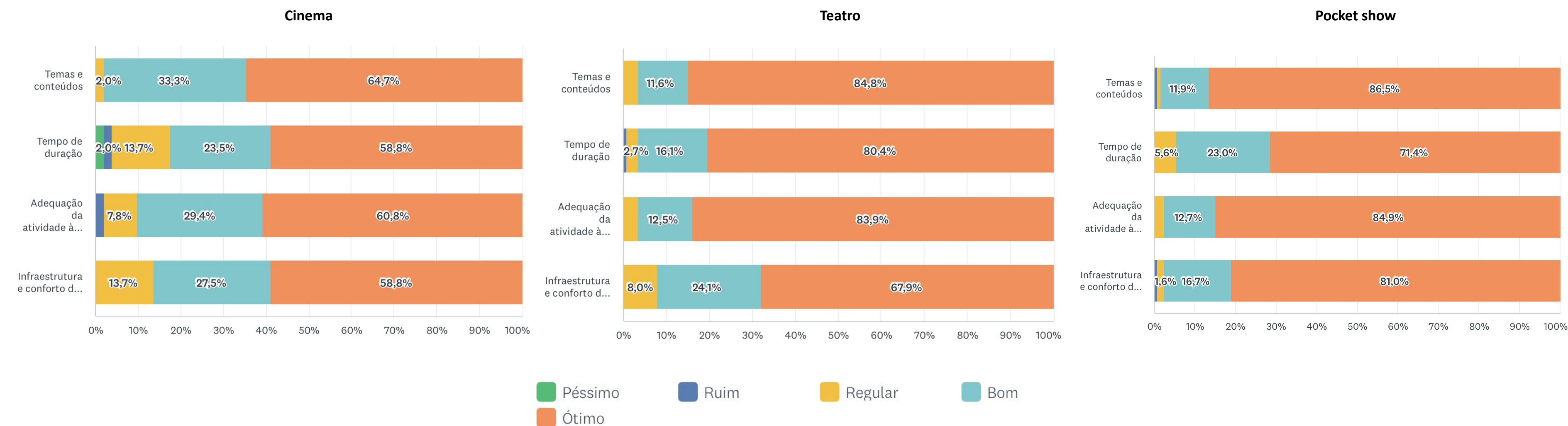
- ☐ Senti falta de um educativo mais ativo e engajado.
- ☐ Um melhor apoio técnico especializado para a parte de teatro e cinema
- ☐ Sugestão de maior tempo.
- ☐ Mais informação nas portarias de cima que não tinham ideia das atividades e quase não me deixaram entrar por cima! E nas portarias intermediários que não sabiam que tina que pegar ficha pro teatro... enfim coordenação e informação da equipe para facilitar o acesso e não dificultar!!...
- ☐ Colocar uns banc9s do lado de fora
- ☐ O espaço maker deveria ser aberto duas vezes na semana
- ☐ Mais cadeiras
- ☐ er um pequeno palco para as apresentações para melhor visualização
- ☐ Não estou satisfeito pois não consegui adentrar ao museu já que não foi informado que os ingressos estavam esgotados
- ☐ Poderia ser mais divulgado.
- ☐ Parceria com Sesc restaurante, algo parecido.
- ☐ Falta um pouco de organização no interior do laboratório, em especial quando estampido cheio (fila, tempo em cada atividade). Senti um pouco de falta de explicação em alguns experimentos. No mais foi excelente e o show foi uma ótima surpresa.
- ☐ Infraestrutura do espaço, um espaço mais circular
- ☐ O espaço poderia ser mais amplo ou limitar o número de pessoas.
- ☐ Poderiam ser gratuito.
- ☐ Cadeiras do cinema poderiam s3r mais confortável
- ☐ Mais vagas.
- ☐ Não. PLACA no elevador que não funciona.
- ☐ MAIS DIVULGACAO
- ☐ Poderiam colocar Banheiros do lado de fora
- ☐ Cafeteira, realizar manutenção.
- ☐ Melhorar a sinalização do cinema no próprio local e sua programação
- ☐ Peguei o filme na metade e achei longo
- ☐ Falta do uso de máscara e podiam ser grupos de horários
- ☐ Só achei muito cheio
- ☐ O filme poderia ser mais curto.
- ☐ Não há necessidade de um filme de 1h30min em uma atividade com o sesi lab
- ☐ O filme é muito longo, talvez apostar em curtas. Ausência de alguém para anunciar a atração no local, o extra é sai, seguranças falam alto, público desistente
- ☐ Espaço muito cheio. Talvez seja adequado um controle de fluxo de pessoas para ter um melhor aproveitamento das atividades.
- ☐ Mas Atividades pra crianças de 4 anos
- ☐ Som do cinema muito baixo! Qualquer ruindo externo ou interno atrapalha.
- ☐ Idade da criança estipular pp acaba atrapalhando o evento se não tem idade adequada para participar
- ☐ Mais cobertura pra abrigar das intempéries

Apontamentos e cruzamentos

Atividades Culturais II

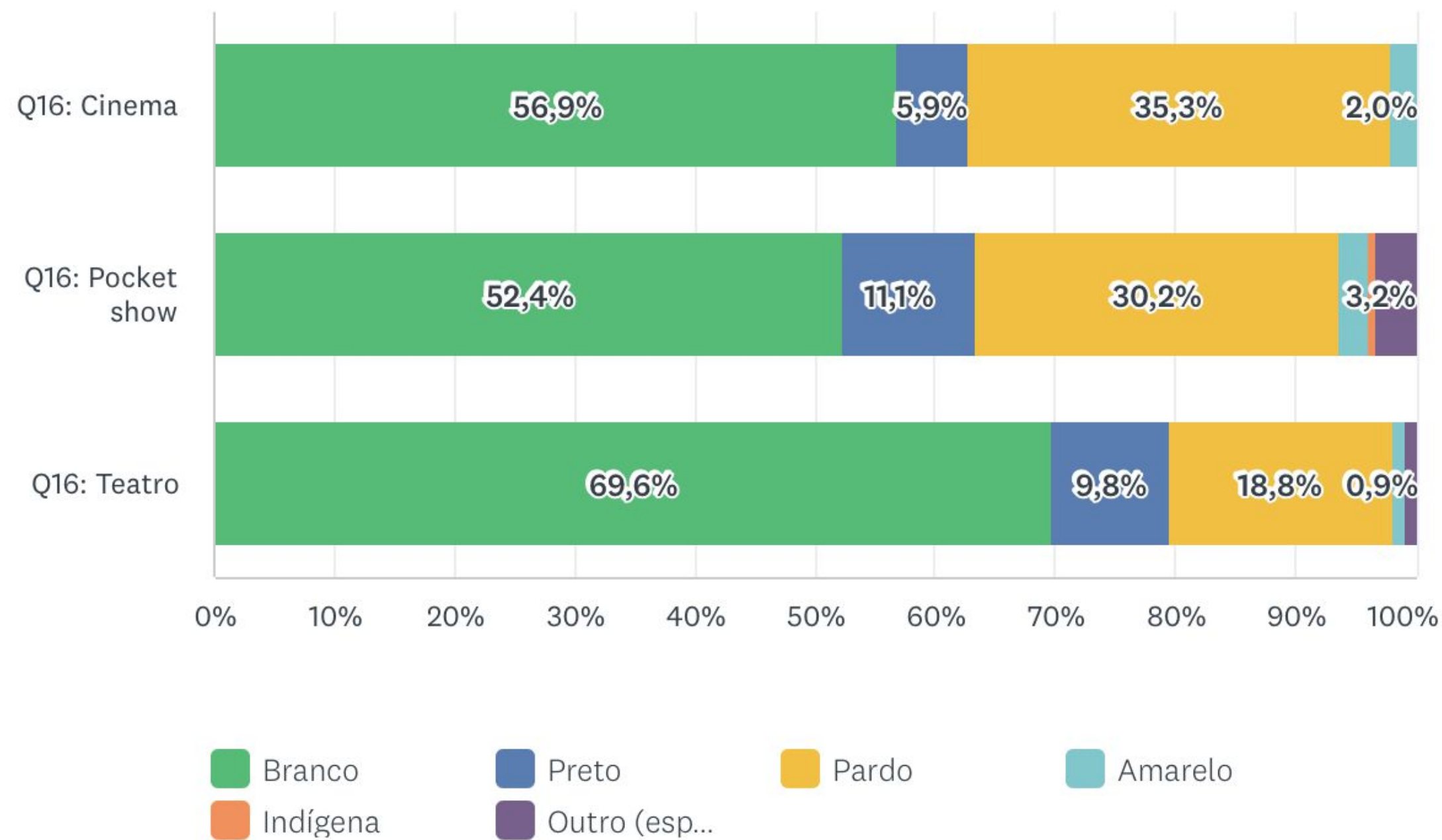


Teatro, Cinema e Pocket Show X avaliação dos pontos



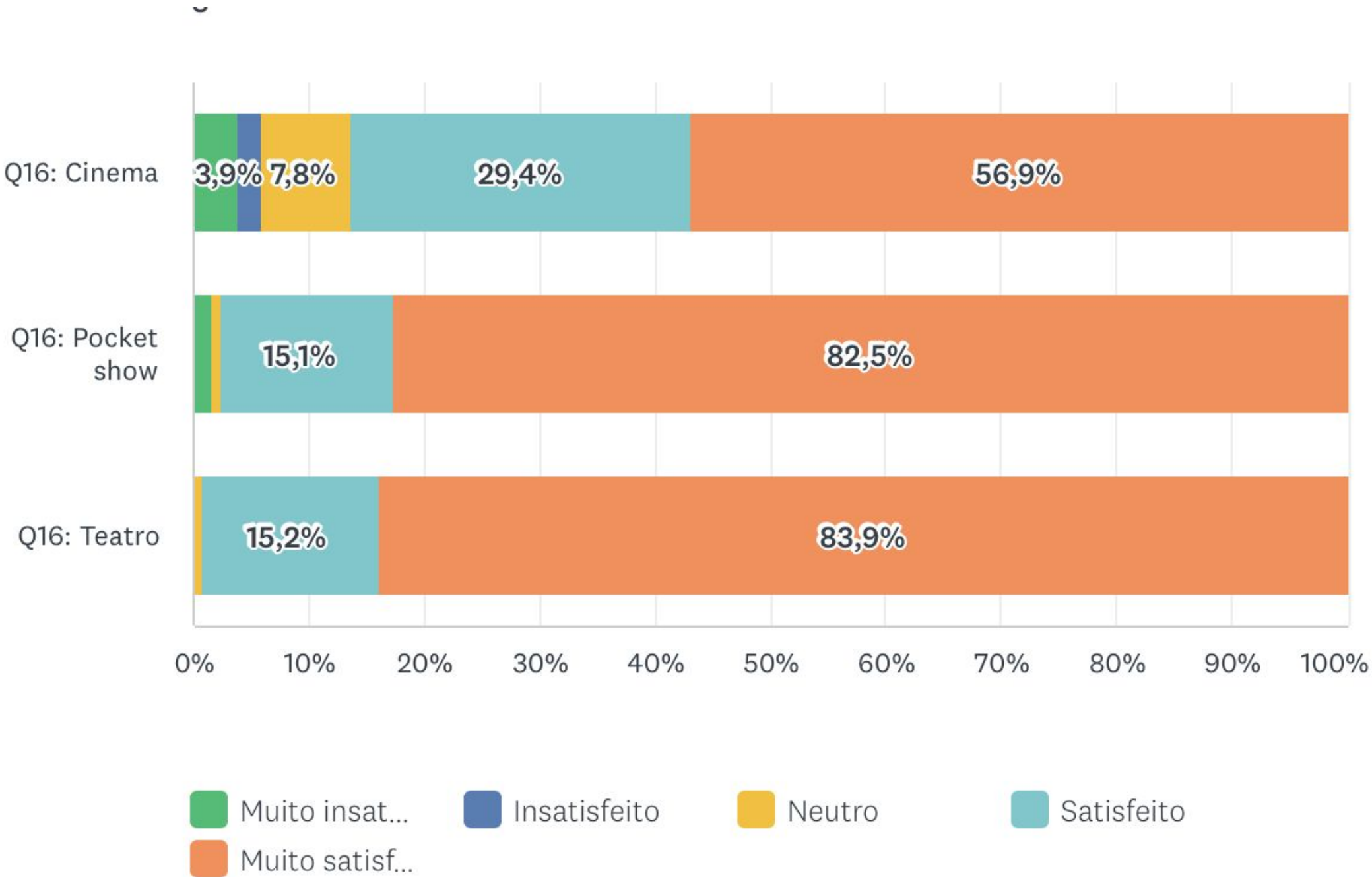
+ Nesta comparação, verifica-se que o Tempo de duração da atividade teve avaliações como Péssimo (2,0%) e Regular (13,7%) mais altas para a atividade Cinema. No quesito Infraestrutura e conforto da sala, a atividade Cinema teve as avaliações Bom e Ótimo (86,3%) 6% menores que para a atividade Teatro (92%) e 12% menores que para a atividade Pocket Show (97,7%).

Cor/raça X atividade



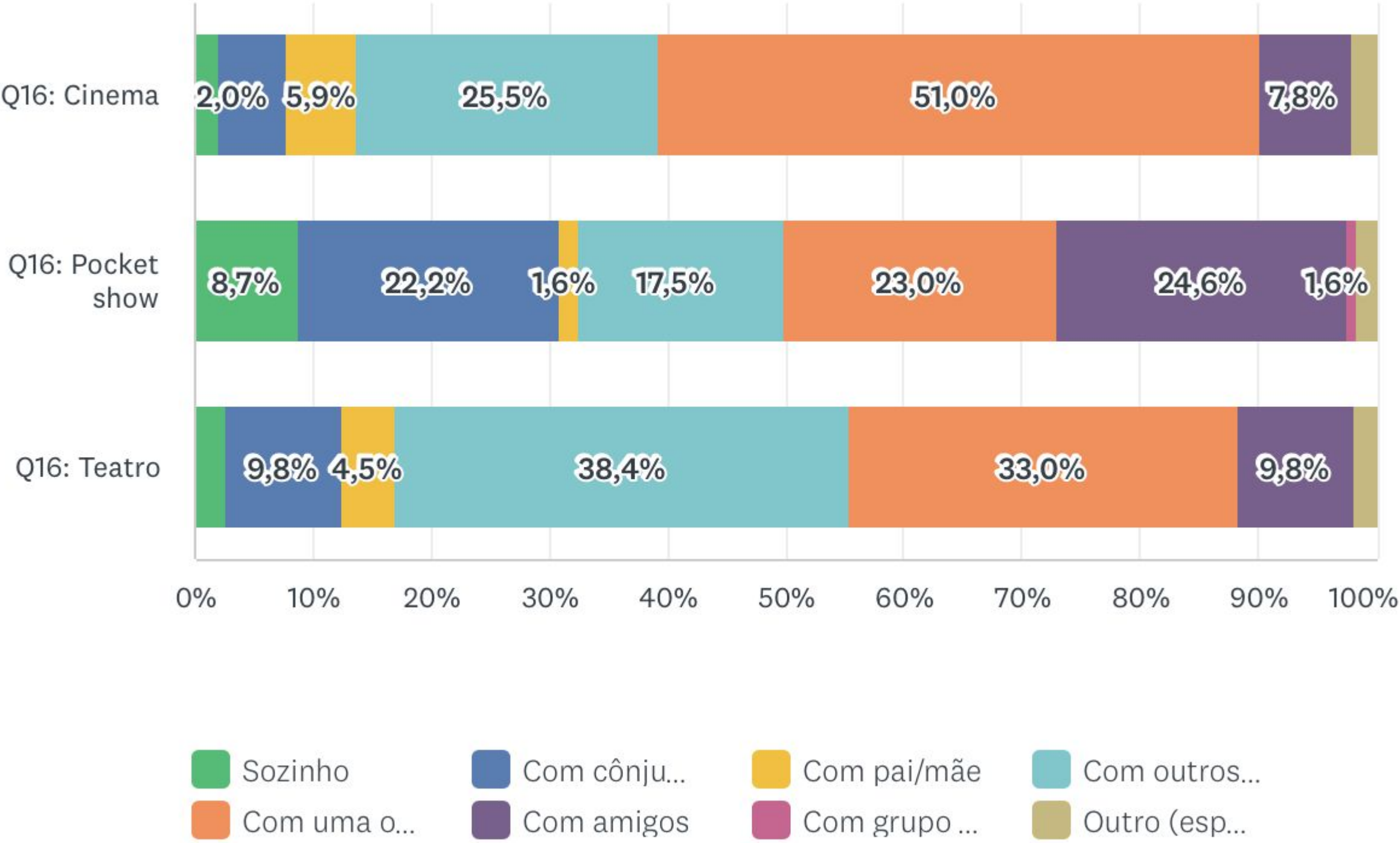
+ Entre as atividades culturais II, o número de pessoas que se autodeclararam brancas é maior no Teatro.

Satisfação por atividade



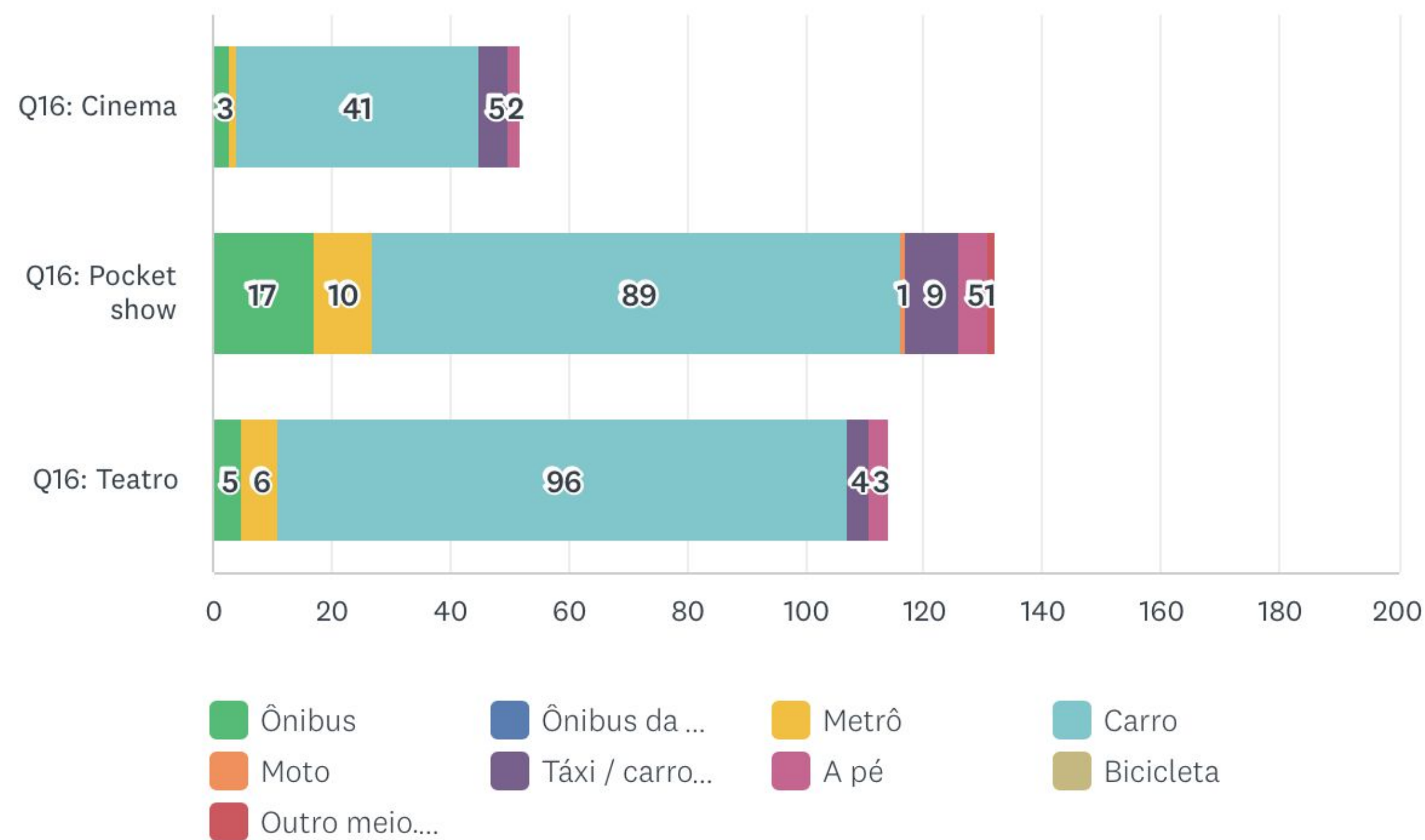
+ Cinema teve a menor avaliação como "muito satisfeito" (56,9%) e a maior avaliação como "Muito insatisfeito" (3,9%) entre as atividades analisadas.

Com quem veio ao museu X atividade



- + A atividade do Pocket show atraiu um maior número de participantes que foram ao Sesi Lab sozinhos.
- + A atividade Cinema atraiu um público familiar, dado o número de pessoas que responderam ir com uma ou mais crianças (51%).

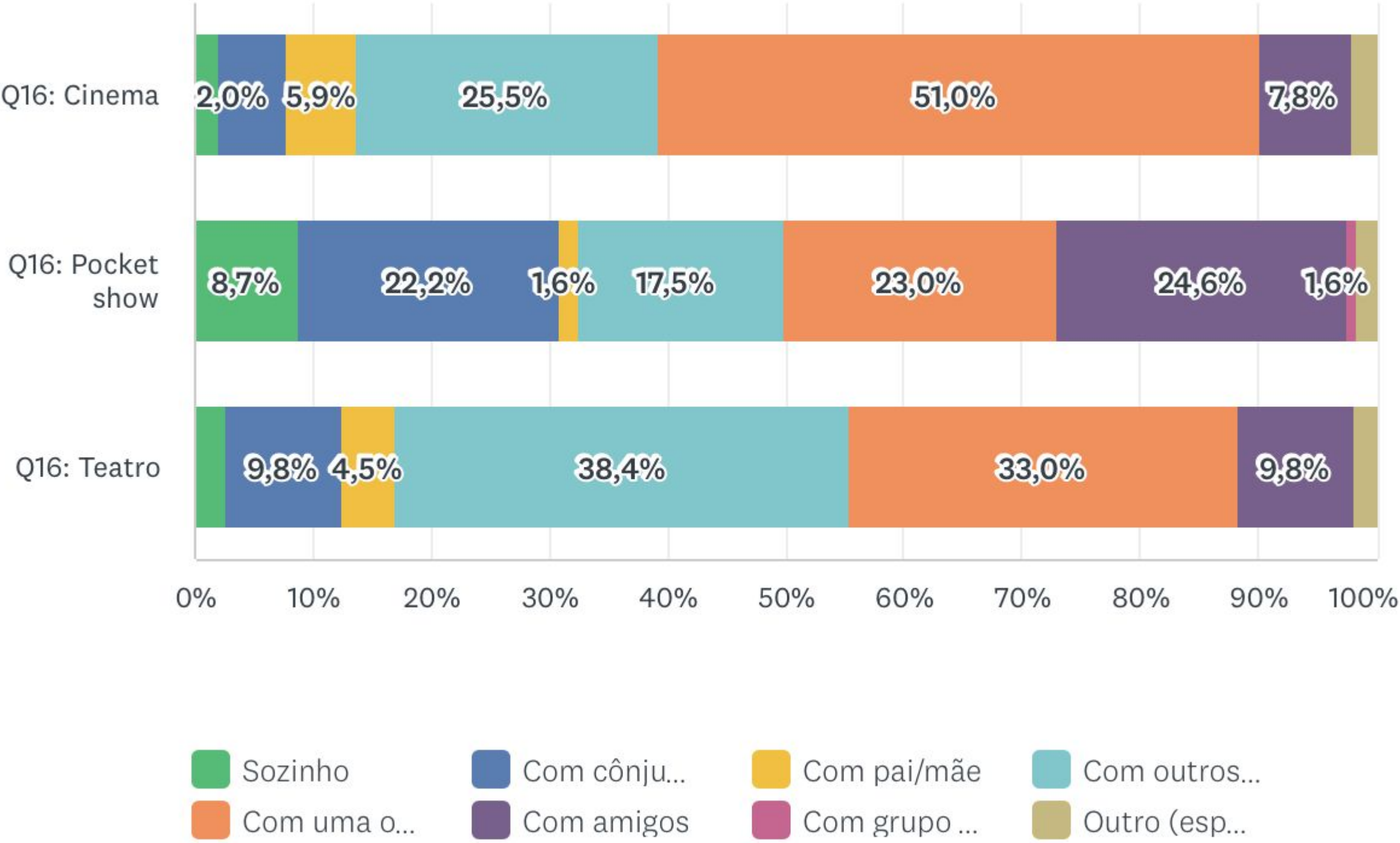
Meio de transporte X atividade



+ A atividade Pocket show atraiu mais visitantes que chegaram ao Sesi Lab "a pé" e de "ônibus". Cruzando esses dados com as respostas dadas com a pergunta "Como ficou sabendo do Sesi Lab?" observa-se que quatro das oito respostas sobre a atividade Pocket show esteve relacionada aos participantes que transitavam pelo local, com respostas como: "Passei na rua e vi", "Estava caminhando e ouvi o som" e Ao acaso passeando.

*Os dados apresentados são em número absoluto.

Com quem veio ao museu X atividade



+ Entre as Atividades Culturais I, Pocket show foi mencionada como a atividade que mais atraiu um público que chegou ao Sesi Lab sozinho (8,7%).

Apontamentos dos aplicadores

- Em dezembro, mês que contou com entrada gratuita, foi muito movimentado e os aplicadores relataram com um maior número de pessoas insatisfeitas com a experiência devido ao ambiente lotado. Porém, foi um período de menor recusa para responder ao questionário.
- A aplicação dos questionários nas oficinas makers não conseguia contemplar todos os participantes visto que muitos adultos participavam acompanhando mais que uma criança. Em média, os aplicadores conseguiam coletar de 7 a 8 questionários por oficina.
- Diferentes estratégias foram empregadas para coletar dados nas visitas espontâneas mediadas, mas o número de evasão no meio da visita sempre foi muito alto. Houve um relato de que, em uma das visitas, o próprio educador desistiu da atuação porque perdeu os poucos participantes. Houve solicitações para visitas mediadas em outros horários.

Apontamentos dos aplicadores

- Entre as atividades culturais, os jogos foram vistos com mais insatisfação pelas crianças. As crianças não queriam perder. Crianças queriam avaliar mal, pais melhor. Isso remete a importância de pensarmos em instrumentos de coleta com crianças.
- As pessoas não visualizaram a loja. No momento de avaliar que tinham ciência de sua existência.
- O fato de não ter uma lanchonete foi ponto de menção constante para os aplicadores.
- Um ponto positivo relatado aos aplicadores foi o food truck.
- As performances artísticas fora do SESI Lab atraíram um público que passava pelo espaço.

Conclusões

- + Esta foi a primeira pesquisa de público do Sesi Lab. A continuidade para acompanhamento e impulsionamento de atividades relacionadas à serviços, comunicação, educação e infraestrutura são fundamentais para que o Sesi lab esteja em sintonia com seus públicos. Além disso, gera dados comparativos para a instituição.
- + Para além dos dados quantitativos, as pesquisas de público, permitem a leitura dos interesses e satisfação do público em relação ao que o museu tem oferecido, buscando promover o aprimoramento dos serviços prestados. Em vários pontos do relatório apontamos a importância de que outras modalidades de pesquisa sejam realizadas. De forma geral, sugerimos que sejam promovidas pesquisas junto ao público escolar, pesquisas qualitativas de aprendizagem e compreensão, trackings, engajamento virtual, entre outras. Reforçamos a importância em pensar em pesquisas direcionadas para as crianças, em que as coloque em primeiro plano, ouvindo suas percepções e interesses, incluindo instrumentos de coletas com desenhos, grupos focais etc.
- + Alguns pontos que podem ser investigados pelo Sesi Lab com um olhar mais apurado incluem:
 - + a compreensão do público sobre os temas das exposições;
 - + interatividade com os diferentes aparatos (porcentagem de interação, tempo, tipo de uso);
 - + eficiência das estratégias de comunicação presentes nas exposições e demais ações;
 - + aprofundamento de temas de interesse;
 - + acessibilidades;
 - + fluxo nos espaços e eficiência da sinalização.

Perfil

- + As famílias estão entre os públicos mais representativos do Sesi Lab. As mulheres são maioria entre os visitantes, visitando o museu acompanhadas dos /filho/as. Esse dado é bastante interessante e comum à diversas pesquisas realizadas em instituições culturais. Abre-se, por um lado, a perspectiva de acolher melhor as expectativas desse público que muitas vezes é responsável por levar as crianças aos museus e exposições e que valoriza as experiências que unem diversão e aprendizagem. Por outro lado, o dado mostra a importância de acessar o público masculino e os que não se reconhecem como binários, cisgênero, entre outros.
- + Os jovens apresentam uma presença significativa nas exposições em comparação a outras pesquisas de públicos em museus e, por isso, sugerimos pensar em ações mais direcionadas a eles, em outras atividades oferecidas pelo Sesi Lab, visando fidelizá-los. Por exemplo, as oficinas makers podem ter suas faixas etárias ampliadas para engajá-los, bem como oferecer atividades no período de contraturno e ampliar a divulgação das áreas que podem ser acessadas gratuitamente para o desenvolvimento de projetos. Além disso, é possível oferecer visitas mediadas agendadas associadas a oficinas ou práticas maker para jovens de instituições de ensino, incentivando-os a voltarem em outros momentos com seus amigos ou familiares. Também há diversas estratégias que podem ser incluídas nas atividades presenciais e também no engajamento digital do Sesi Lab. Sugerimos que instituições públicas e jovens assistidos por ONGs sejam prioridades para ampliar também o escopo daqueles que têm menores possibilidades financeiras e de acesso ao Sesi Lab.

Perfil

- + Sugerimos também, ações para atrair visitantes 50+. Eles estão entre os públicos menos representados nas atividades do Sesi Lab. Atividades culturais e oficinas makers específicas pensadas em seus interesses, reforçando que o Sesi Lab é um espaço para todas as idades, são algumas das formas de envolvê-los. Além disso, é preciso atentar para as barreiras físicas e sensoriais que podem interferir no acesso do público mais idoso. Outro aspecto importante é pensar em maneiras mais efetivas de envolvê-los quando acompanham as crianças, o que pode trazer benefícios a experiência de visita de ambas faixas etárias.
- + A escolaridade, a renda, o perfil étnico/racial e a localidade indicam que o Sesi Lab atrai um público de classe média alta. Para ampliar essa realidade, compartilhada por diferentes museus brasileiros e do exterior, sugerimos desenvolver políticas institucionais voltadas para a democratização do acesso. Como ponto principal, sugerimos ampliar a gratuidade que é oferecida apenas em esquema mensal para semanal. Além disso, recomendamos divulgar com mais afinco essa e outras políticas de gratuidade nas redes sociais, local em que os visitantes demonstraram tomar conhecimento do Sesi Lab. Em depoimentos informais, alguns responsáveis relataram não terem lido a informação de que crianças de até 10 anos são isentas.

Experiência e satisfação

Em geral, as pessoas avaliam de forma muito positiva sua experiência de visita ao Sesi Lab. Alguns pontos que os resultados indicam e que podem ser trabalhados pela equipe para melhorar a experiência do visitante incluem:

- + Infraestrutura:

- 1) local para consumo/lanche. Os visitantes passam bastante tempo nas atividades e, esse ponto se mostra fundamental para que tenham uma experiência mais satisfatória.
- 2) Conforto térmico. O ar condicionado muito gelado em algumas salas foi mencionado como aspecto negativo da experiência.
- 3) Melhorar o acesso ou sinalização à loja.

- + Atividades em geral

Outros dois pontos que podem ser trabalhados são referentes ao tempo de atividade e a adequação da faixa etária das crianças às atividades. Ambos os pontos devem ser avaliados de forma mais qualitativa pela equipe, por exemplo, verificando se as atividades makers estão precisando de mais tempo para a realização dos projetos, e se é possível trabalhar mais com curtas metragens na atividade cultural cinema. No que se refere aos jogos coletivos verificar um melhor agrupamento por faixas etárias.

Experiência e satisfação

Em geral, as pessoas avaliam de forma muito positiva sua experiência de visita ao Sesi Lab. Alguns pontos que os resultados indicam e que podem ser trabalhados pela equipe para melhorar a experiência do visitante incluem:

- + Visita mediada

Dado o número de evasão, é preciso repensar a visita mediada para público espontâneo. Uma característica essencial para ser considerada é a alta interatividade dos aparatos do Sesi Lab. As visitas devem tirar proveito dessa característica, ampliando as discussões e reflexões que possivelmente não seriam feitas sem a presença do mediador. Visitas temáticas que incluam assuntos cotidianos e específicos a determinados públicos, também é uma forma interessante de ampliar a participação nessas atividades.

- + Atividades culturais

A diversidade de atividades culturais se mostrou eficiente para atingir públicos específicos. Por exemplo, a contação de história atrai um público de famílias com crianças pequenas mais significativo. Pocket shows realizados externamente atraíram mais público "sozinho" e aqueles que acessaram o espaço de ônibus e a pé. Também foi a atividade com maior representatividade de pessoas que se autodeclararam pretas e pardas.

Referências

- + UNDERSTANDING our VISITORS Multi-Institutional Museum Study JULY 2018–JUNE 2019
<https://www.google.com/search?client=safari&rls=en&q=UNDERSTANDING+our+VISITORS+Multi-Institutional+Museum+Study+JULY+2018%E2%80%93JUNE+2019&ie=UTF-8&oe=UTF-8>
- + SURVEY OF ASSESSMENT IN MAKERSPACES
https://makered.org/wp-content/uploads/2018/02/MakerEdOPP_RB17_Survey-of-Assessments-in-Makerspaces.pdf
- + PESQUISA METROPOLITANA POR AMOSTRA DE DOMICÍLIOS - PMAD 2019/2020. Resultados para a Periferia Metropolitana de Brasília - PMB
<https://www.ipe.df.gov.br/wp-content/uploads/2018/03/PMAD-Resultados-para-a-Periferia-Metropolitana-de-Brasilia-PMB-2019-2020.pdf>
- + Museus de Ciência e Seus Visitantes: Estudo Longitudinal 2005-2009-2013 (OMCC&T)
<http://www.omcct.fiocruz.br> (Publicações)
- + HÁBITOS CULTURAIS DOS PAULISTAS
http://www.pesquisasp.com.br/downloads/livro_cultura_em_sp.pdf