

SESI Lab

RELATÓRIO FINAL
DE PESQUISA DE
PÚBLICO

Responsável: Grazielle Scalfi

Aplicadores: Janiane Costa, Jessica Pedroza e Jorge Wilker

2024



APONTAMENTOS INICIAIS

A consultoria realizada para o SESI Lab em 2024 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.

- **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.



Exposição



Oficina
maker



Programação cultural

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

TAMANHO DA AMOSTRA

- **Visita espontânea às exposições:** 275 mil visitantes/ ano, com uma margem de erro de 5% e um nível de confiança de 95%, = 385 questionários.

Quanto às demais atividades foram calculadas as seguintes amostras:

- **Oficina maker: considerando** 23 oficinas para o período de 2 meses, com 40 vagas por oficina e média de 8 respondentes estima-se – 184 questionários.
- **Programação cultural:** estimado pelo número estimado tendo como referência as atividades que serão desenvolvidas no período - 130 questionários
- **TOTAL: 699 questionários**

TOTAL DE RESPOSTAS VÁLIDAS

1822



Exposição
1.241



Oficina maker
308



Programação cultural
273

Exposições

TOTAL DE RESPOSTAS

1257

TAXA DE CONCLUSÃO

100%

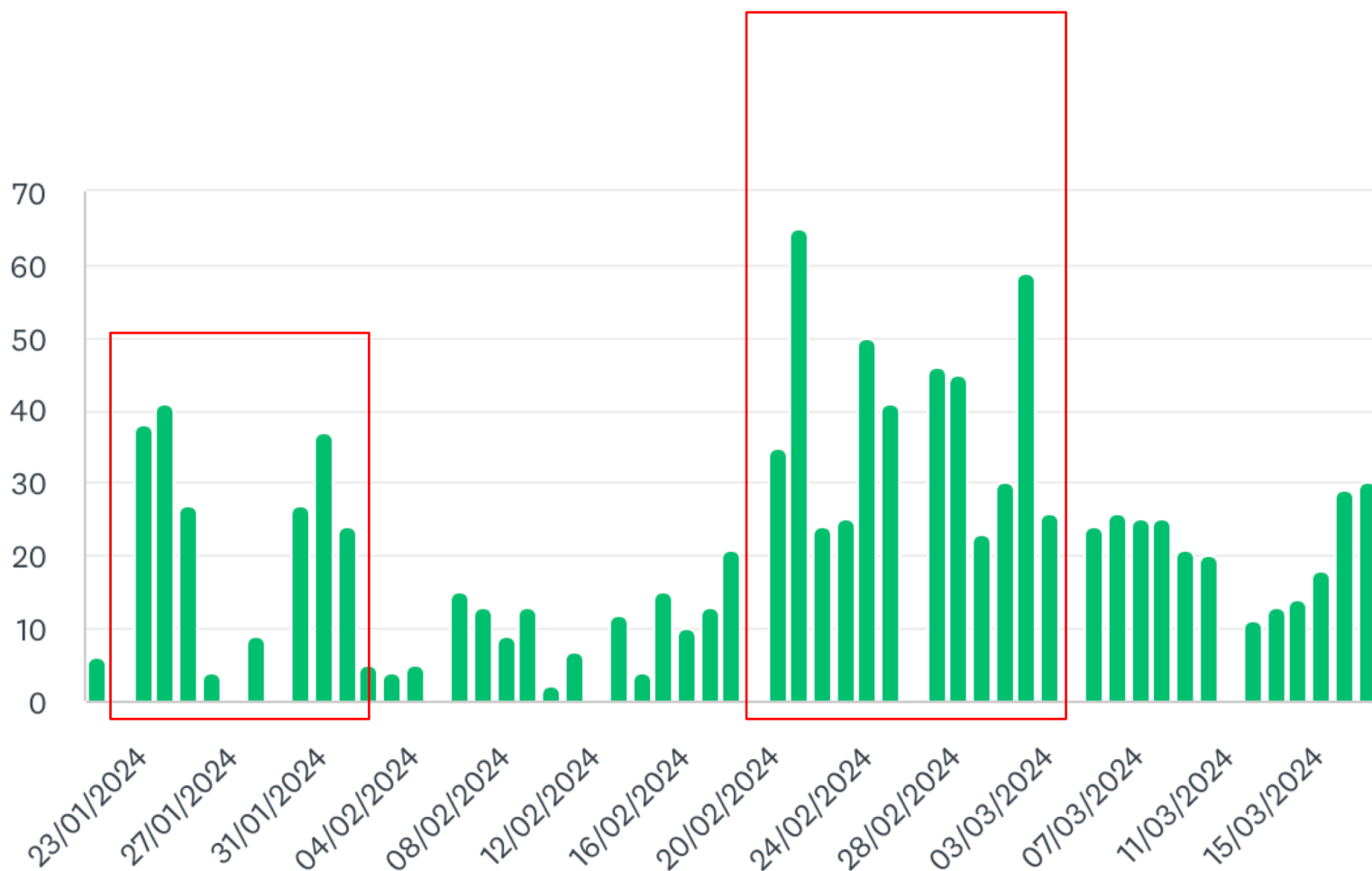
Total de respostas
válidas

1241

Período de aplicação dos questionários

16 de janeiro a 17 de março

Distribuição temporal



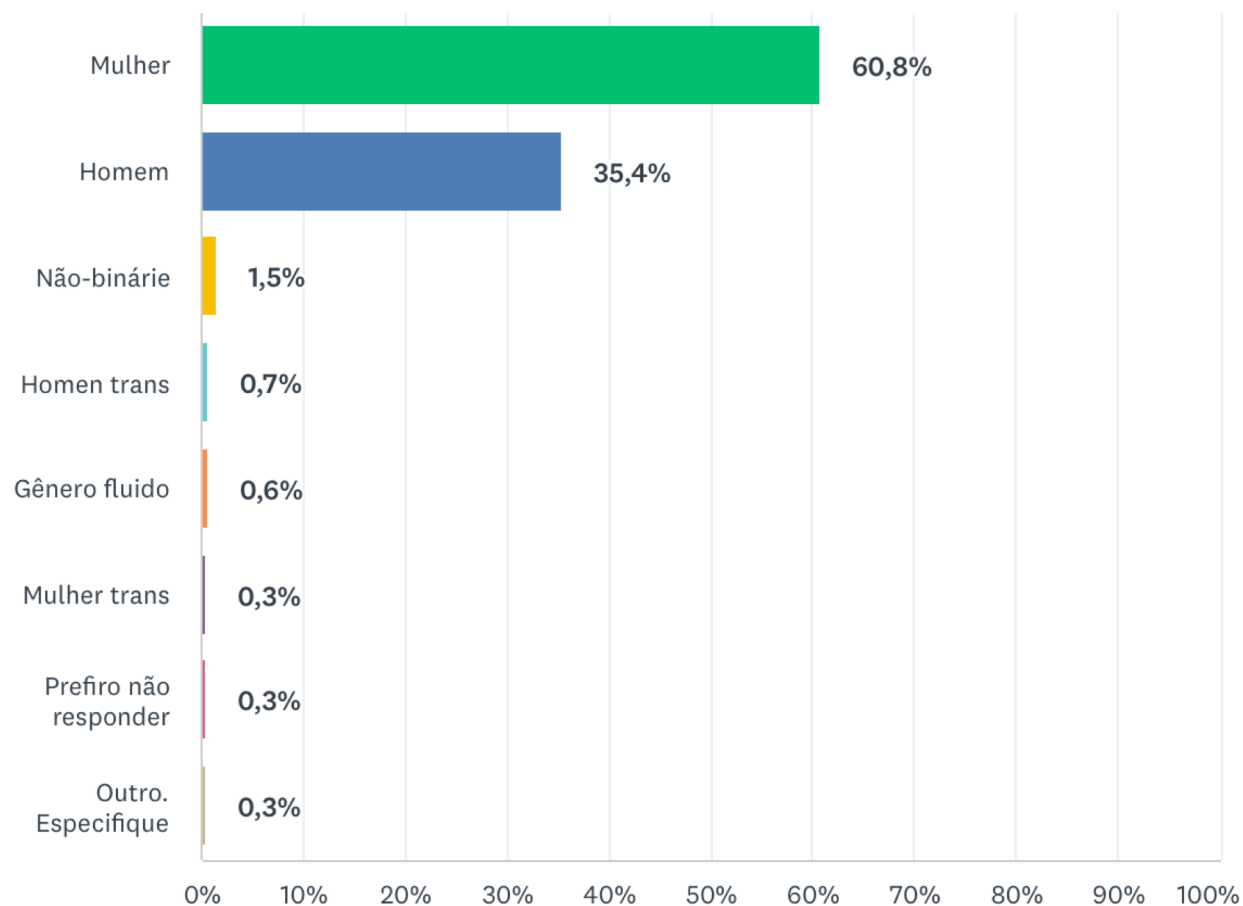
- + O maior volume de questionários coletados é observado no período em que o SESI Lab estava com a gratuidade vigente e participava do Festival SESI de Educação.

Períodos de gratuidade:

- + Programação de férias: 02/01 a 02/02.
- + Novo período de gratuidade: 28/02 a 10/03

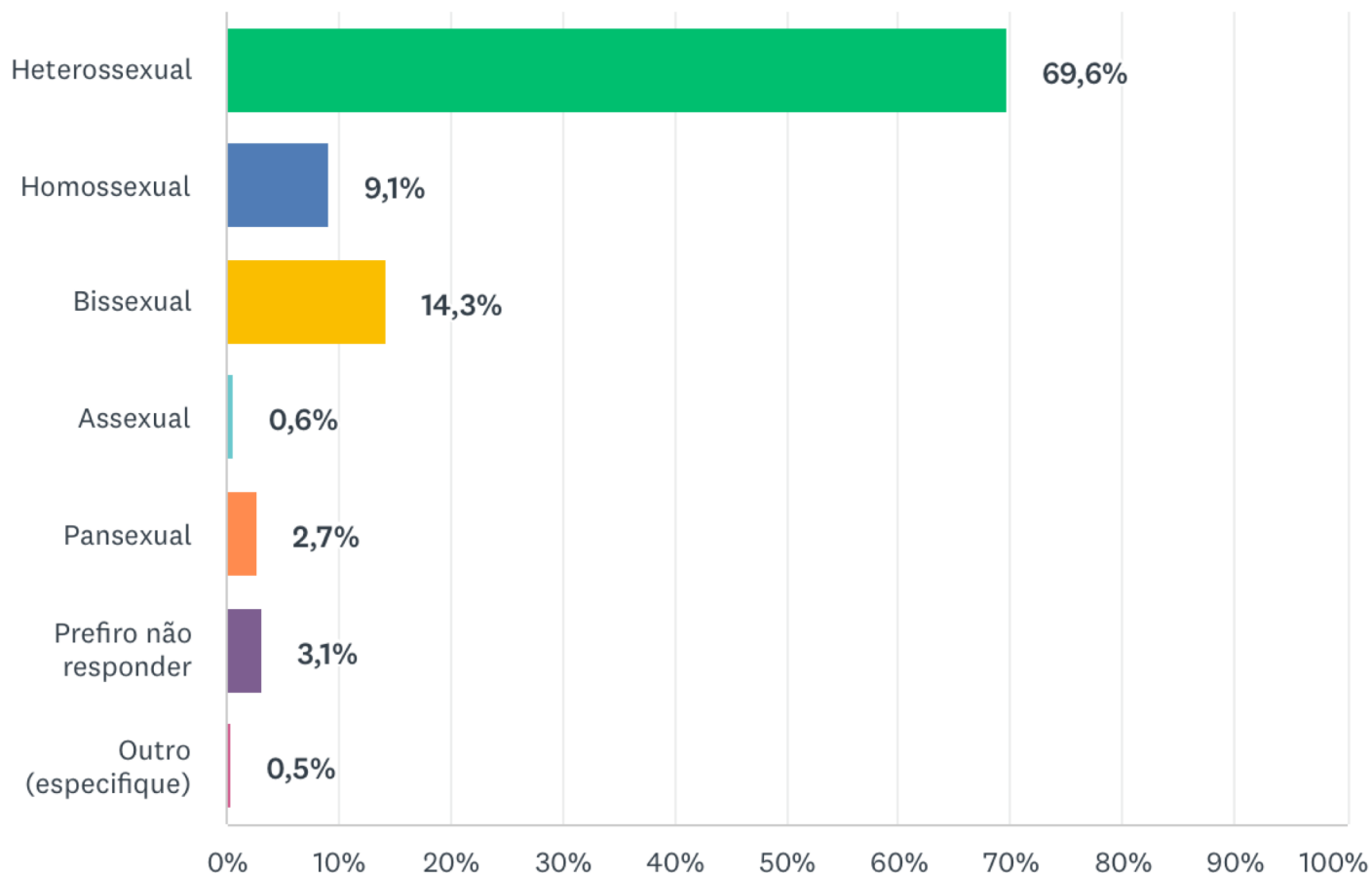
Perfil

Qual é sua identidade de gênero?



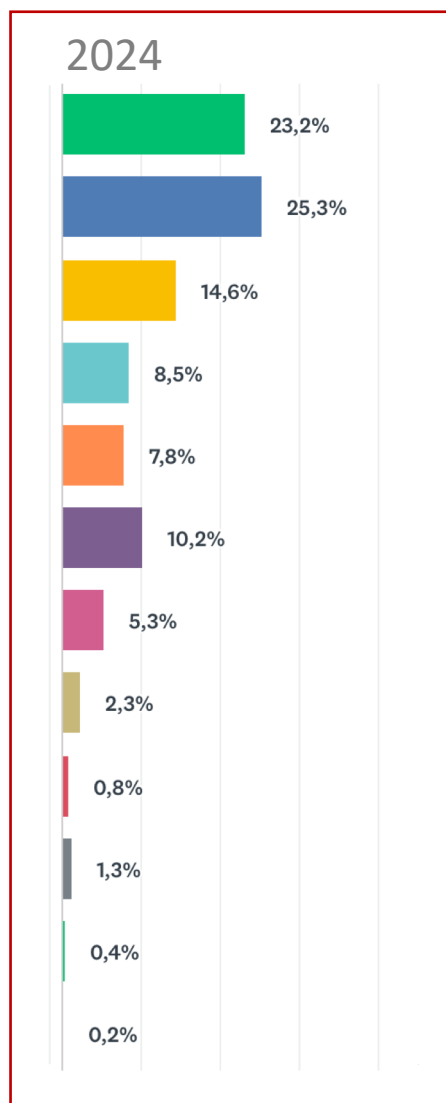
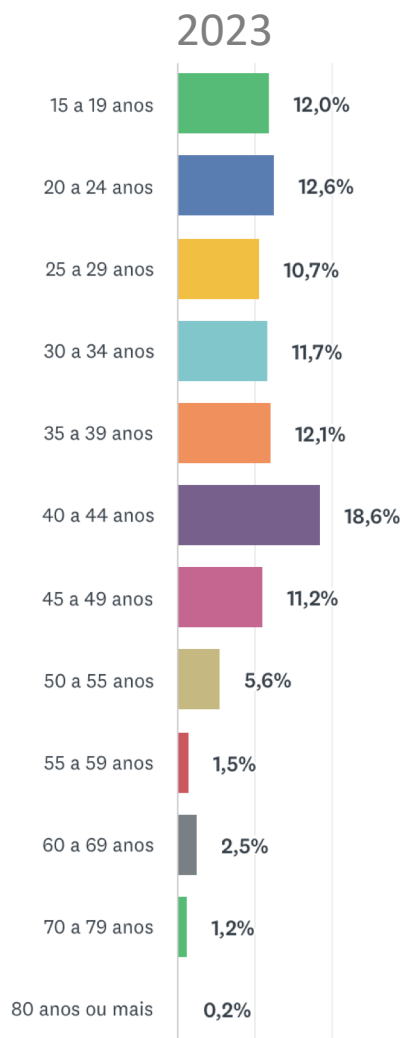
- + Mulheres continuam sendo o público majoritário do SESI Lab, como na pesquisa de 2023.
- + Com maior detalhamento da identidade dos visitantes na pesquisa deste ano, destacamos o público que **não** se identifica como cisgênero.
- + No estudo longitudinal realizado pelo OMCC&T (Mano et al., 2022) em cinco museus de ciências, as mulheres representam 57% 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.
- + No estudo PDAD (2021) realizado com respondentes maiores de 18 anos e moradores do DF, 1% dos respondentes era transgênero.

Com relação à orientação sexual, como você se identifica?



- A questão de orientação sexual, introduzida neste estudo, aponta que a maioria dos visitantes se autodeclararam heterossexuais.
- No estudo do Pesquisa Distrital por Amostra de Domicílios - PDAD (2021), no que diz respeito à orientação sexual, 3% dos respondentes eram lésbicas, gays, bissexuais ou outros. Quando consideradas as pessoas LGBTQIA+, ou seja, pessoas transgêneros e/ou lésbicas, gays, bissexuais ou outros, verificou-se uma resposta afirmativa para 3,8% dos respondentes.
- Um estudo pioneiro conduzido em 2018 pelo Instituto de Pesquisa Data Folha (Spirrizzi et al., 2022) com 6000 adultos mostra que 12,04% são ALGBT: 5,76% assexuados, 0,93% lésbicas, 1,37% gays, 2,12% bissexuais, 0,68 trans e 1,18% não-binária.
- Verifica-se que no SESI Lab o público LGBTQIA+ corresponde a 27,3%, significativamente maior que os estudos exemplificados acima.

Qual sua idade

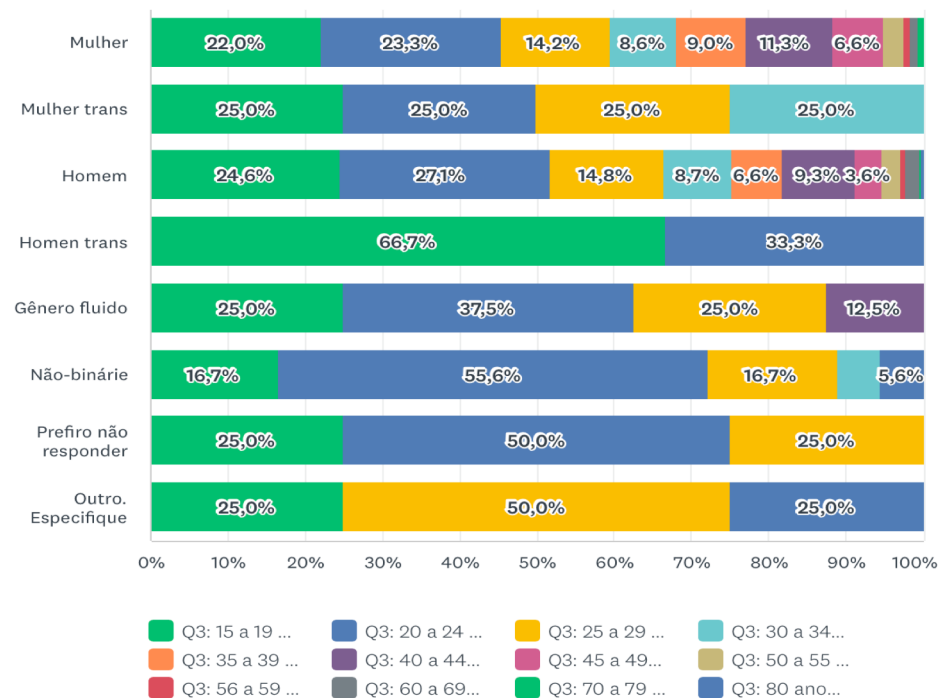


- + A faixa etária do Sesi Lab continua atraindo visitantes de diferentes faixas etárias. No entanto, em relação à 2023 observa-se um aumento expressivo da população jovem adulta e adultos (até 29 anos) que passou de 35,3% para 63,1% (79% de aumento).
- + Esse padrão ultrapassa a tendência observada no Estudo da OMCC&T (MANO et al., 2022) cuja faixa etária dos 15 aos 29 anos perfaz em média 36%. Também reforça que o Sesi Lab continua atraindo um público que é mais escasso em outras tipologias de museus.
- + A faixa etária de 30 a 44 anos, que era a predominante em 2023 (42,4%) reduziu significativamente em 2024, para 26,5% (37,5% de redução)
- + O público idoso (60 +) segue com a menor presença no Sesi Lab. Resultado também verificado em outros estudos OMCC&T (COSTA et al., 2015). A pesquisa da OMCC&T (COSTA et al., 2015) mostra resultado semelhante ao encontrado no SesiLab, em que o público acima de 50 anos perfaz cerca de 12%. Já a Pesquisa Cultura nas Capitais (LEIVA e MEIRELLES, 2018) mostra que a faixa etária de 55 a 64 anos é responsável por apenas 12% do consumo cultural e entre aqueles de 65 a 75 anos o número é ainda menor, correspondendo a 7% do total, indo de encontro com os achados na presente pesquisa.
- + Assim como destacamos na pesquisa anterior, os resultados são bastante diferentes da pesquisa COVES (2019), realizada nos Estados Unidos, onde o público 65+ chega a 9%.

Idade X identidade de gênero e orientação sexual

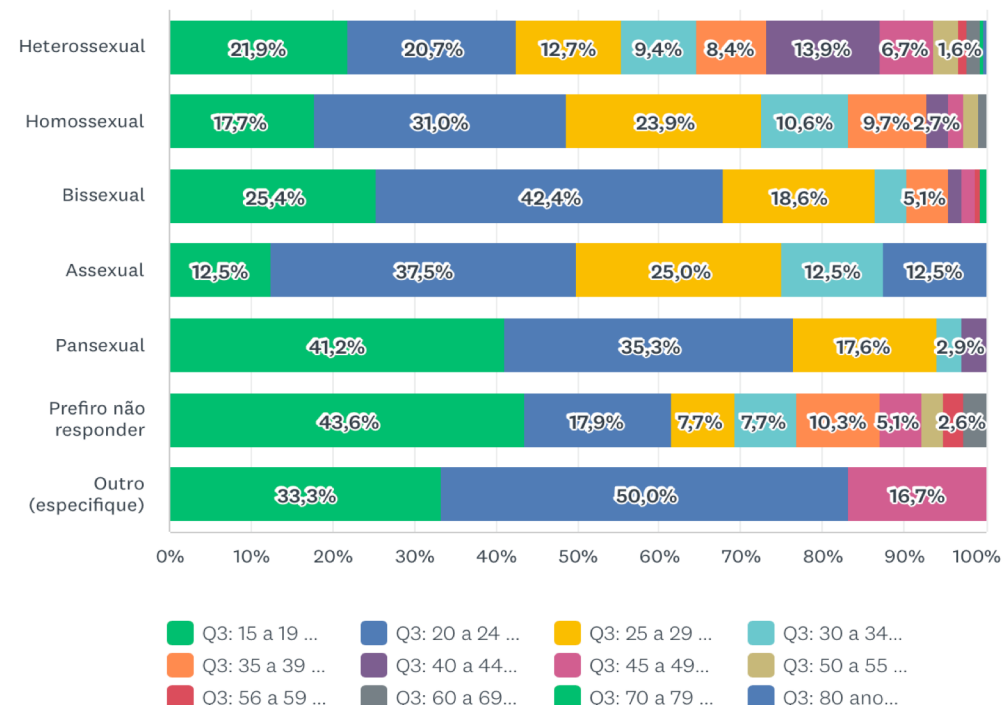
Idade X identidade de gênero

Responderam: 1.233



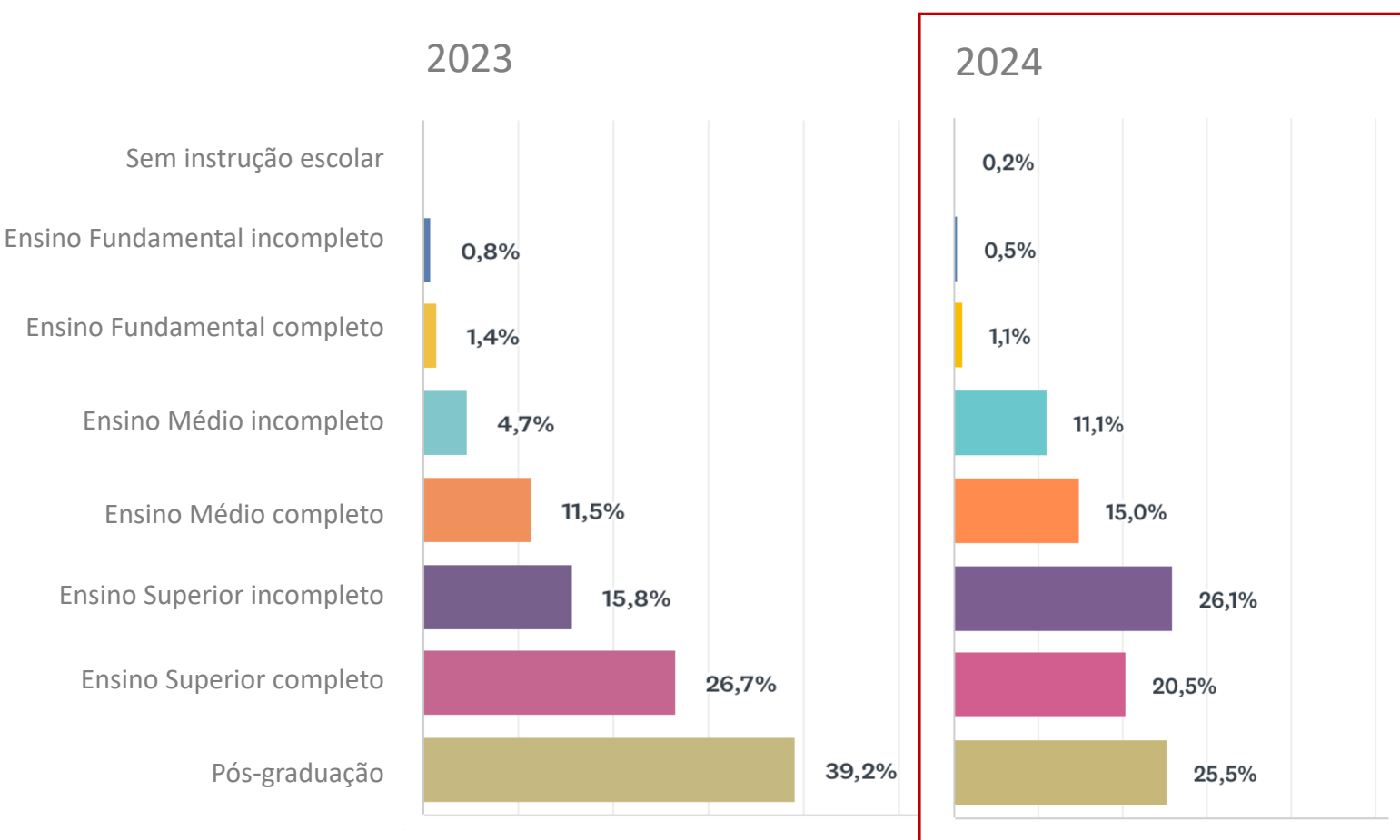
Idade X orientação sexual

Responderam: 1.196



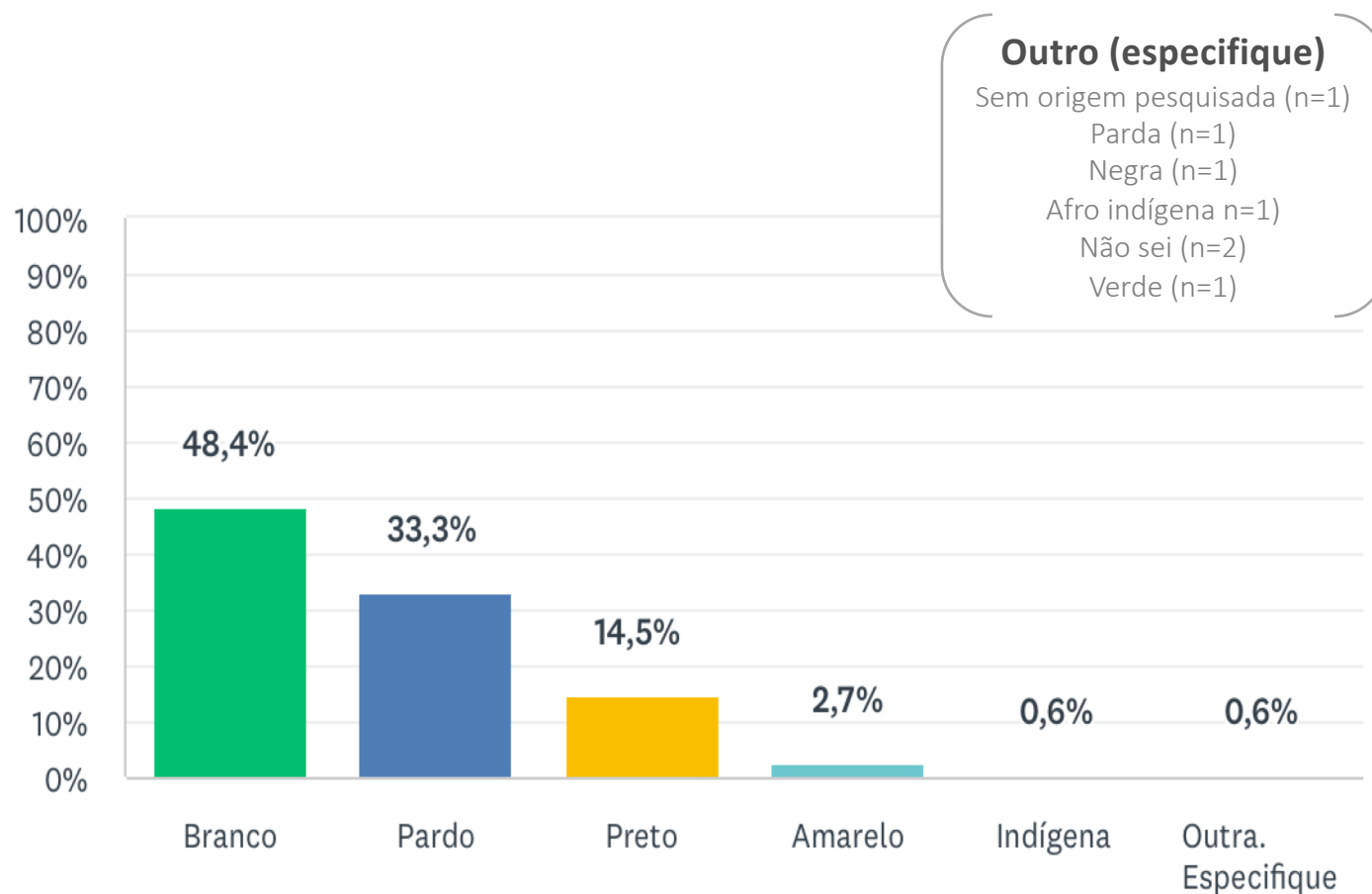
- + As pessoas que se identificam como não-binaries, gênero fluido e trans são em geral, mais jovens. Apesar de incluir mais faixas etárias, a maioria das pessoas que se identificam como homossexuais, bissexuais, assexuais e pansexuais têm até 29 anos. Considerando esses resultados e que 63% do público entrevistado no SESI Lab está nessa faixa, é possível explicar a diferença entre os resultados da presente pesquisa e aqueles encontrados na população em geral quanto à orientação sexual (ver slide 11).

Escolaridade



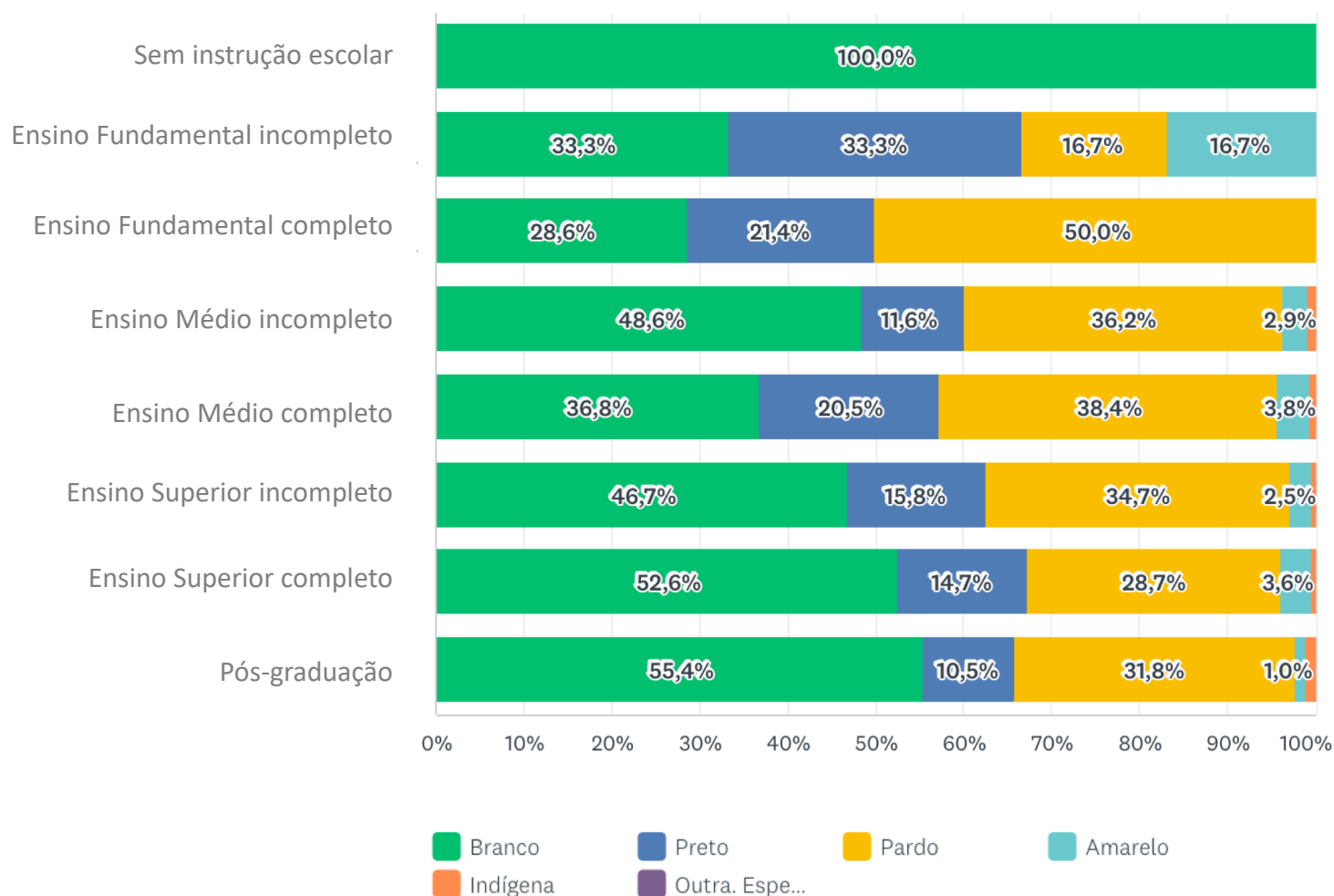
- + O SESI Lab continua atraindo um público com alto nível de escolaridade, em linha com os padrões observados entre os visitantes de museus no Brasil e no exterior.
- + Destaca-se, no entanto, que em 2023 65,9% do público possuía pelo menos Ensino Superior completo. Em 2024, esse mesmo público representou 46%. Ou seja, há um aumento de público nas faixas com menor escolaridade, o que é condizente com a ampliação do público mais jovem.
- + Pesquisa de síntese realizada pelo OMCC&T (MANO et al., 2017) mostra que o público com Ensino Superior incompleto ou + equivalem a 67% do público dos museus de ciências analisados. No SESI Lab o resultado em linha com este estudo, representando 72,1%.
- + Além disso, a pesquisa Cultura nas Capitais (LEIVA, MEIRELLES, 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:



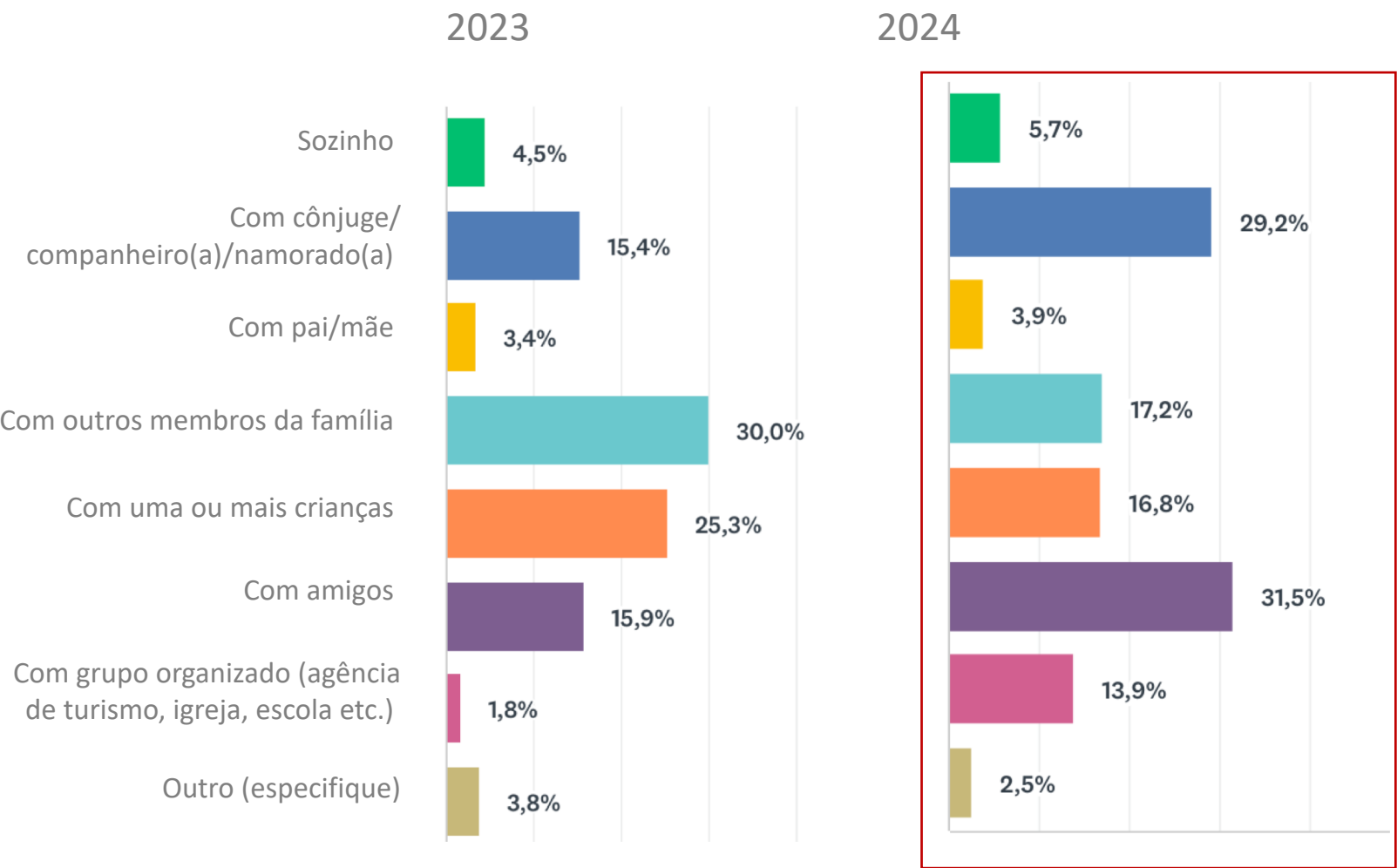
- + O público do Sesi Lab segue refletindo as tendências de pesquisas que indicam que aqueles que se autodeclaram brancos são os mais presentes em instituições culturais como museus e exposições OMCC&T (MANO et al., 2017), Cultura nas Capitais (LEIVA, MEIRELES, 2018).
- + Esse dado contrasta com o perfil da população brasileira e do Distrito Federal, em que Pardos representam, respectivamente, 45,3% (IBGE, 2022) e 46,2% (PDAD, 2021) da população.
- + 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.

Escolaridade X cor/raça



+ Exceto pelos dados daqueles que se declararam sem instrução escolar (n=3) e ensino médio incompleto, o cruzamento entre escolaridade e cor/raça mostra um aumento da porcentagem de brancos entre aqueles com maior escolaridade. Os dados seguem a tendência encontrada na população (Pnad educação/IBGE, 2023).

Com quem você veio ao SESI Lab? (Marque todas as opções aplicáveis)



- + A visita ao SESI Lab é uma prática social realizada, de forma expressiva, na companhia de outras pessoas.
- + Houve um aumento expressivo de visitantes que vão com amigos(as) e com cônjuge/companheiro(a)/namorado(a) em comparação a 2023. Para o primeiro o aumento foi de 98% e para o segundo de 90%.
- + Também aumentou o número de grupos organizados, que em 2023 era de 1,8% e passou para 13,9%.
- + O resultado de respondentes que acusam ter visitado desacompanhados é consonante com o estudo longitudinal do OMCC&T (MANO et al., 2022), que mostra que estes visitantes correspondem a 5% do público.

Outros

Passeio-escolar/Grupo-escolar(2)

Ficante/Date(2)

Isbet(1) Sesi-MT(2)

Com-amigos(2)

sozinha(1) Namorado(1) Luiz-Augusto(1)

Filho/a(6)

Paciente(1)

Faculdade-IFB(1)

Senai-Sig(1)

Robótica(2)

Sesi-Senai-FCR(2)

Futura-namorada(1)

Minha-Pitanguinha(1)

Namorada-e-irmãs(1)

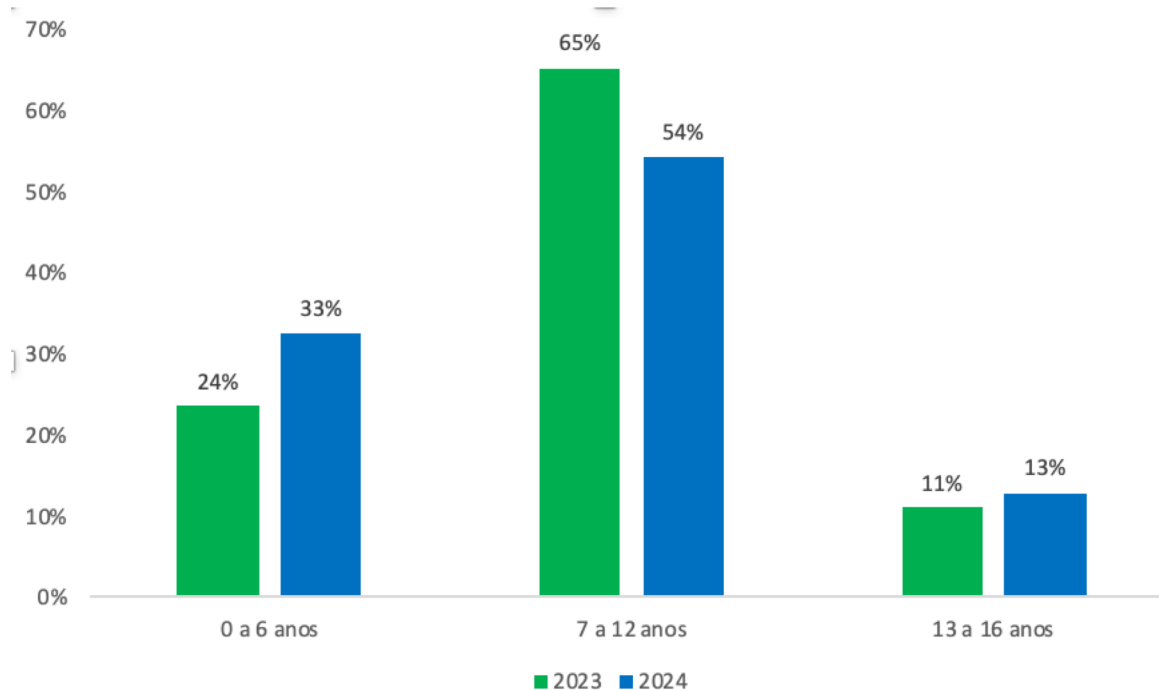
- + Em outros, os visitantes repetiram as opções anteriores, às vezes descrevendo seu acompanhante.

Qual a idade da(s) criança(s)?

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

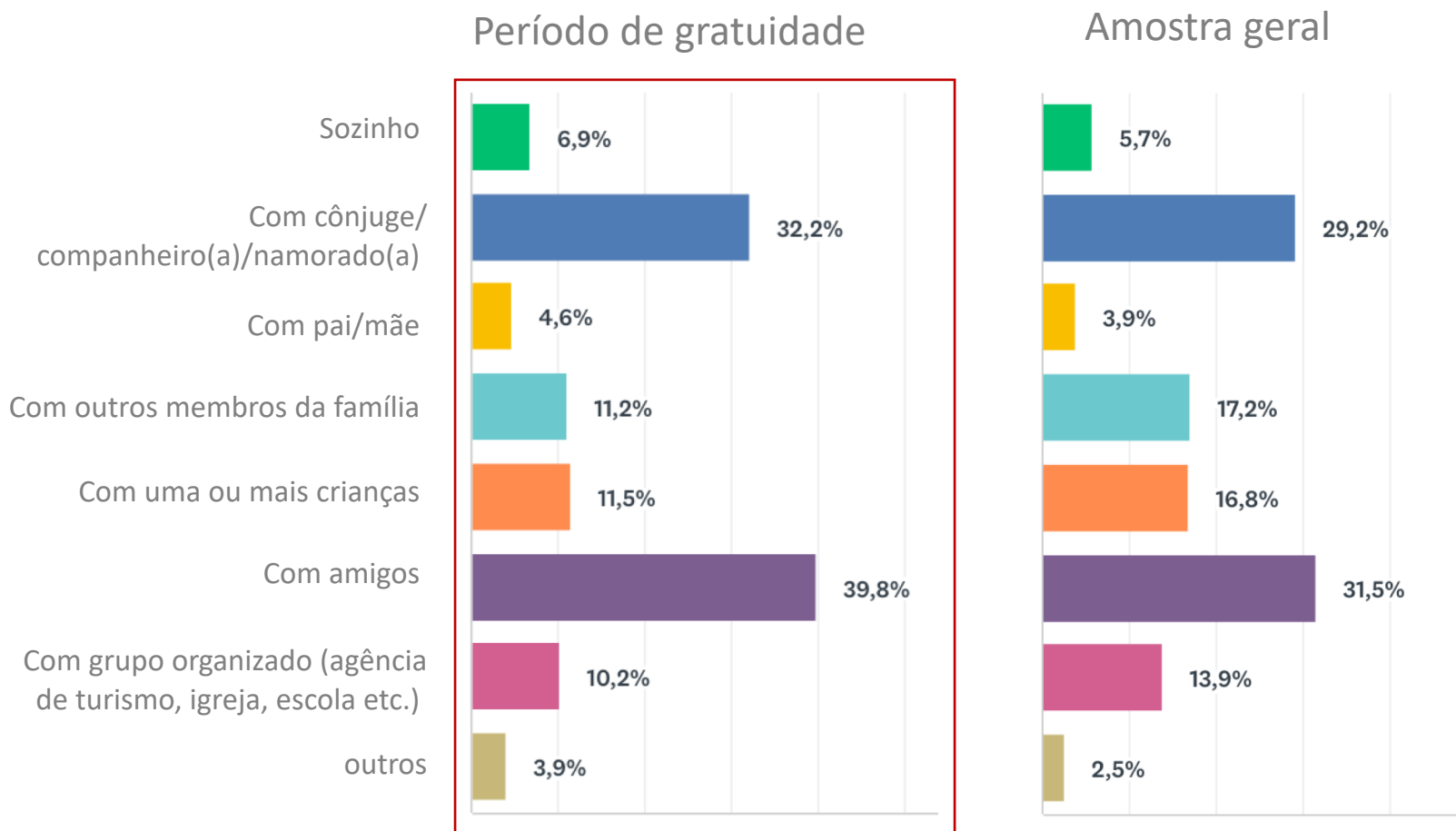
Outro (especifique)

Idade	N
17	9
18	4
19	1
23-28	5
55	1



- + O público de 7 a 12 anos ainda é o mais significativo da exposição, sendo as crianças com idade de 10 anos público mais expressivo do Museu.
- + Em comparação a 2023, a faixa etária de 0 a 6 anos teve um aumento de 38% na proporção, enquanto as crianças da faixa etária de 7 a 12 anos, tiveram uma queda de 17% na proporção.
- + Crianças com até 7 anos, neste estudo perfazem 41% do público. No estudo realizado pelo COVES (2019), em museus de ciências esse número é de 52%.

Com quem realizou a visita – período de gratuidade

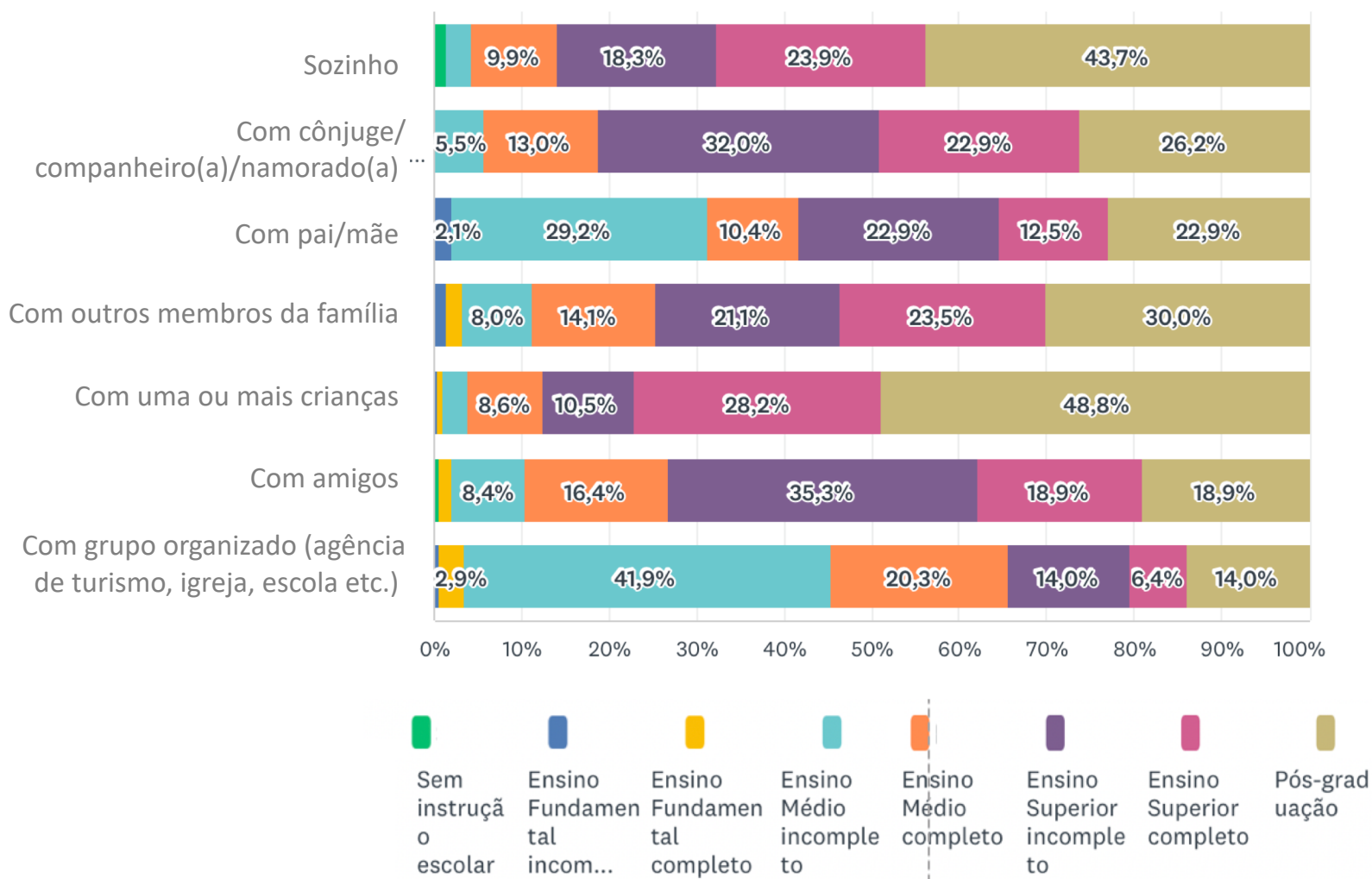


- + No período em que as visitas ao museu estavam gratuitas houve um número mais expressivo de visitantes na companhia de amigos e com cônjuge/companheiro(a)/namorado(a). Já a porcentagem de grupos com crianças, famílias e grupos organizados é menor que na amostra geral.

Períodos de gratuidade:

- + Programação de férias: 02/01 a 02/02.
- + Novo período de gratuidade: 28/02 a 10/03

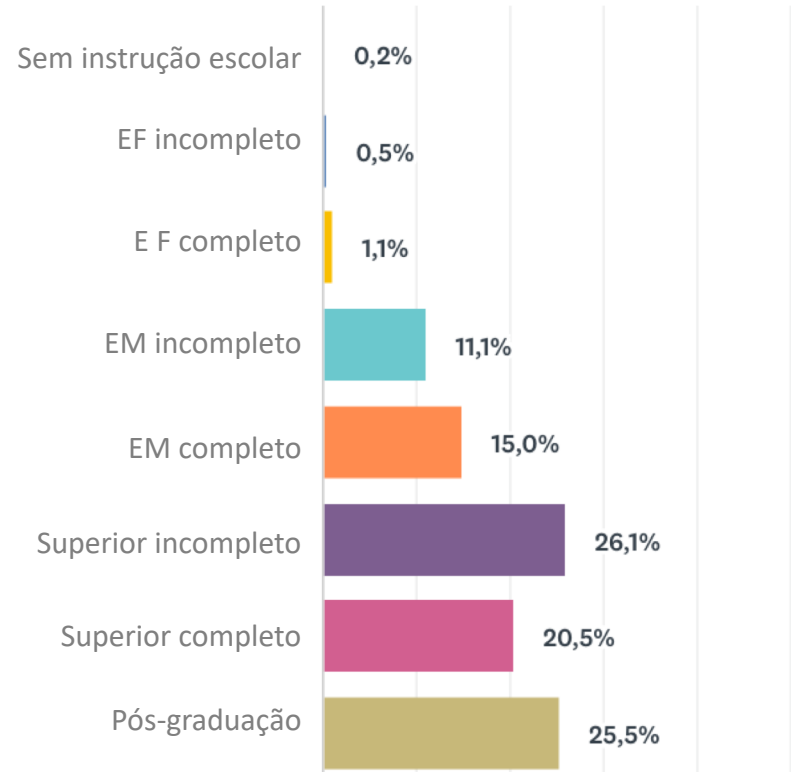
Com quem realizou a visita X escolaridade



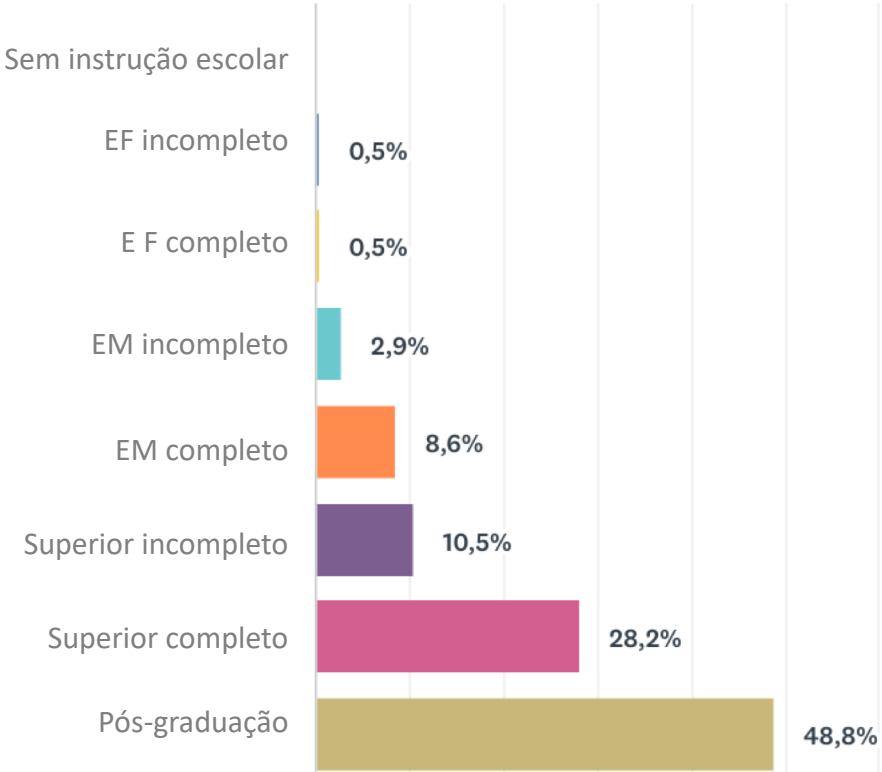
- + Famílias com criança(s) e os visitantes sozinhos são aqueles que apresentam maior escolaridade. Entre as famílias, os visitantes com ensino superior ou pós-graduação representam 48,8% e 28,2%, respectivamente. Isso pode estar relacionado ao fato das famílias ou grupos com maior escolaridade optarem por realizar esse tipo de atividade com as crianças.

Grupos com crianças X escolaridade

Amostra geral /escolaridade



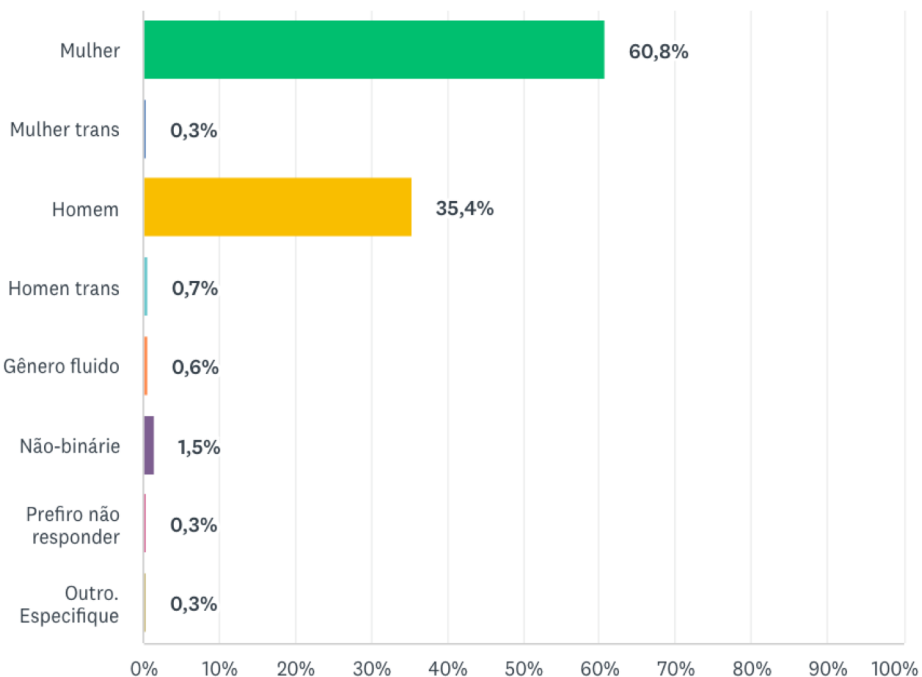
Famílias com crianças /escolaridade



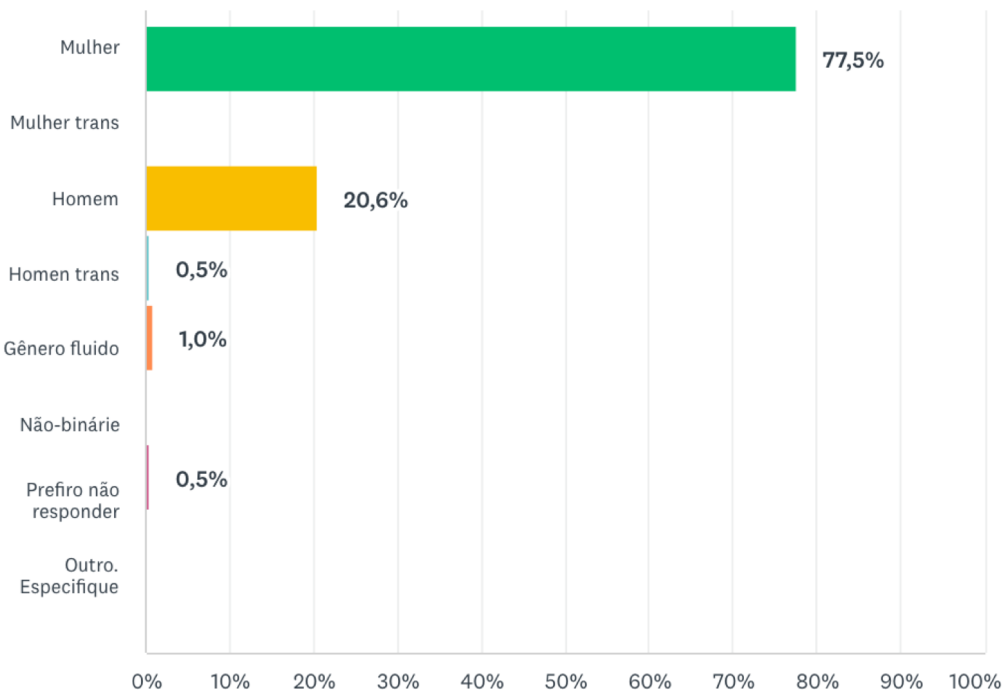
+ A escolaridade nos grupos que visitam o SESI Lab com crianças segue sendo bastante maior do que a amostra em geral. Em 2023 a porcentagem de pós-graduados nos grupos com crianças era 65% maior do que na amostra geral. Já em 2024 esse índice é de 52%. Esse dado pode estar relacionado entre outras coisas, pela idade das pessoas que acompanham crianças em espaços culturais (ver próximo cruzamento).

Grupos com crianças X gênero

Amostra geral /Gênero



Famílias com crianças /Gênero

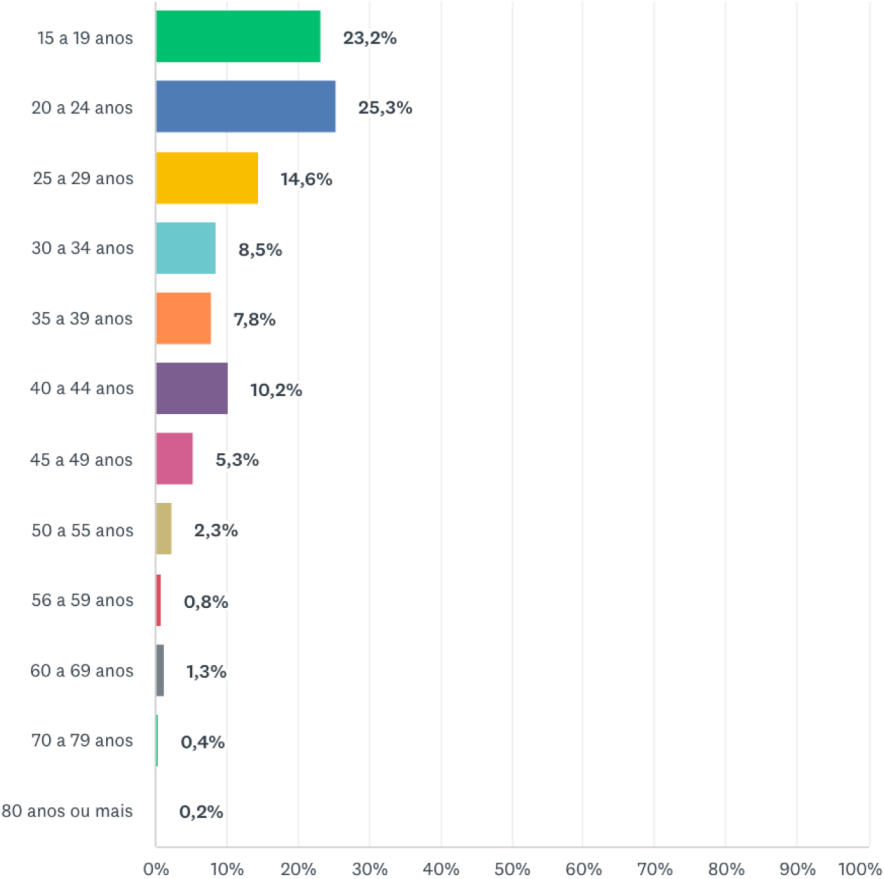


+ Assim como em 2023, dentre as pessoas que visitaram o museu com crianças o público feminino é maior que na amostra geral, subindo de 60,8% para 77,5%. Isso mostra que as mulheres ainda são as maiores responsáveis por levar as crianças a museus e exposições (ASTC Dimensions, 2009).

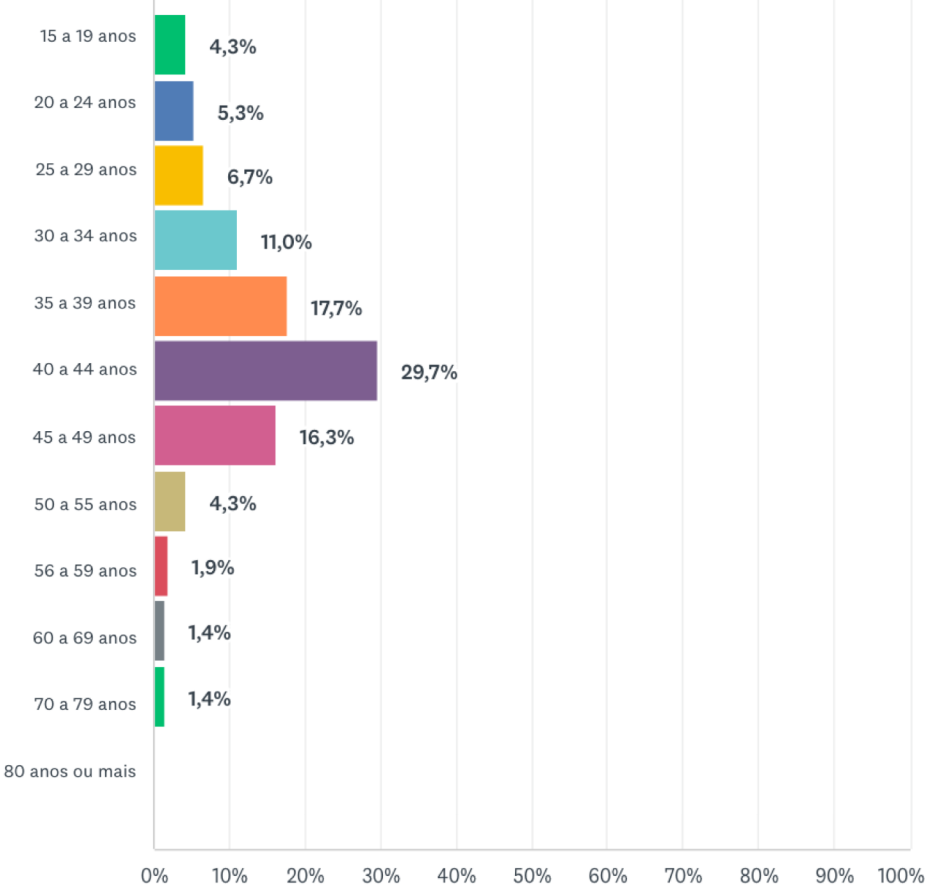
+ Entre as famílias com crianças não aparecem pessoas que se identificam como não-binária, dado que pode estar relacionado à idade dos respondentes deste gênero.

Grupos com crianças X idade

Amostra geral /Idade

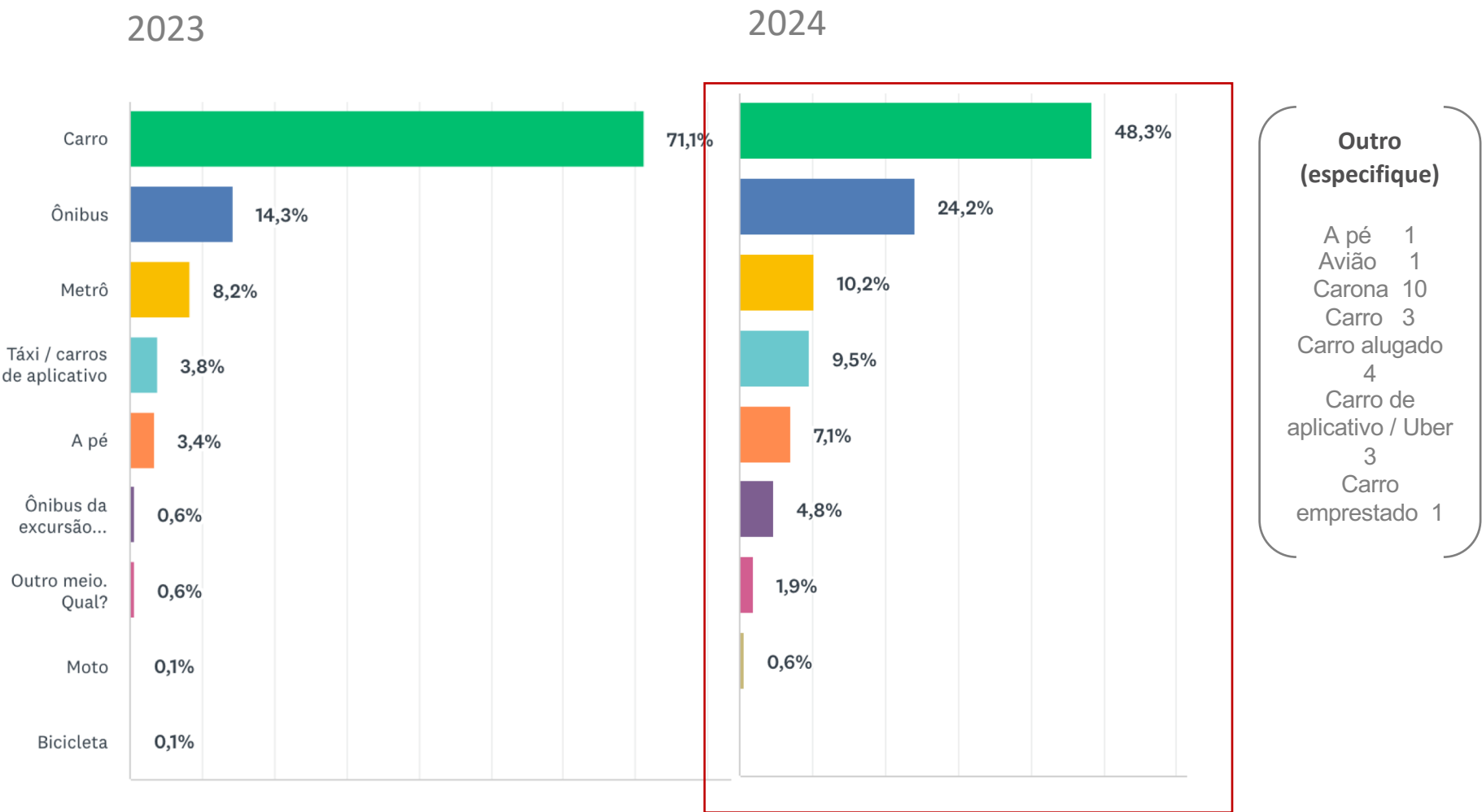


Famílias com crianças /Idade



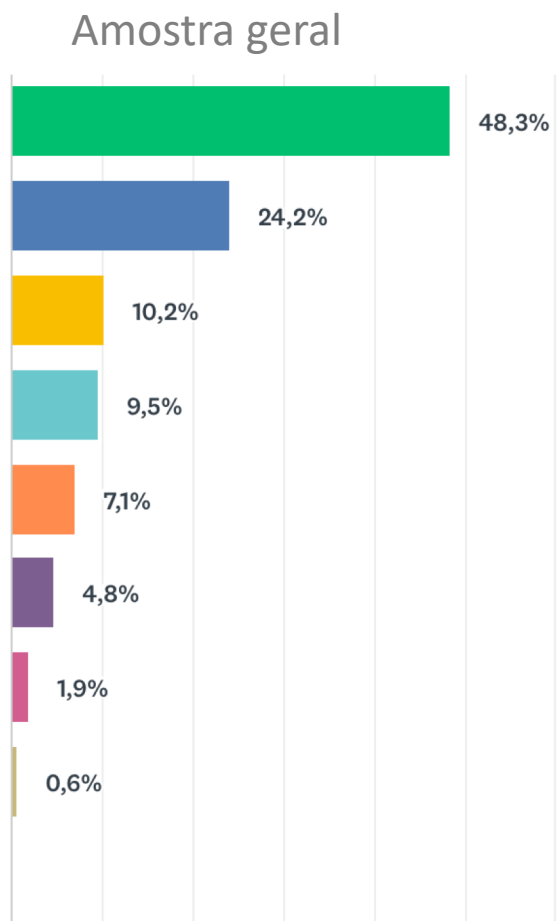
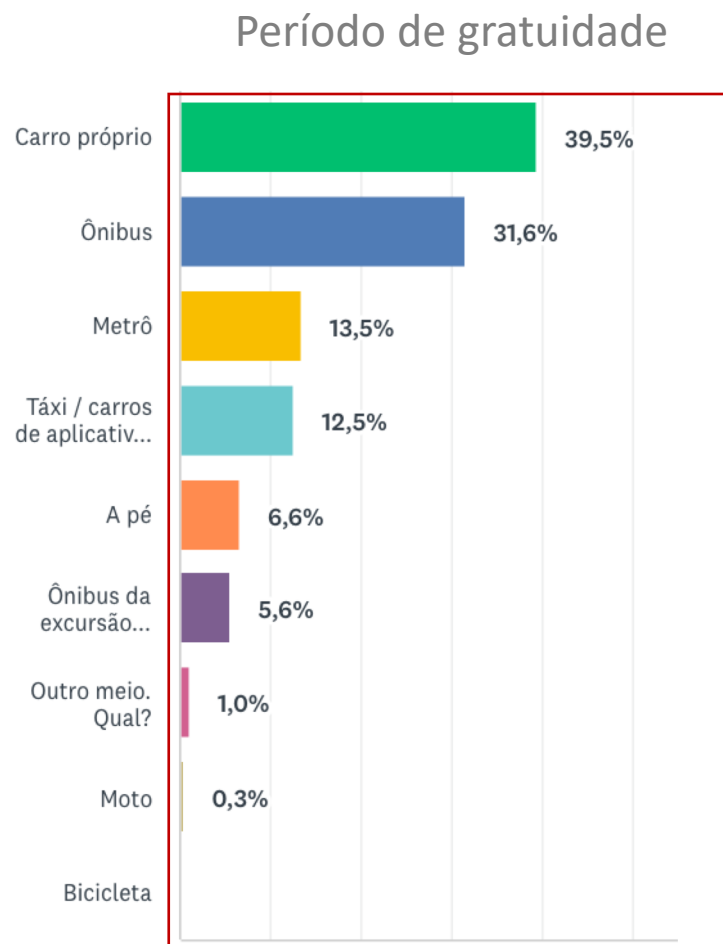
+ As pessoas acompanhadas de criança(s) estão majoritariamente nas faixas de idade que vão dos 35 aos 49 anos, acima portanto, das faixas de idade mais frequentes na amostra em geral.

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



- + O carro é o meio de transporte mais utilizado para acessar o Sesi Lab.
- + Houve um aumento de 68% em relação a 2023 de públicos que vieram ao SESI Lab de ônibus.
- + Ainda assim, recomenda-se ampliar as estratégias de comunicação para atingir públicos potenciais.
- + Chama atenção o baixo número de visitantes que fazem uso de meios de transporte mais sustentáveis como a bicicleta. Em 2024 esse meio de transporte sequer aparece na pesquisa.

Meio(s) de transporte – período de gratuidade



- + No período em que as visitas ao museu estavam gratuitas houve uma redução da porcentagem de visitantes que usaram o carro próprio para ir ao museu e um número mais expressivo do transporte público (ônibus e metrô) do que na amostra geral.

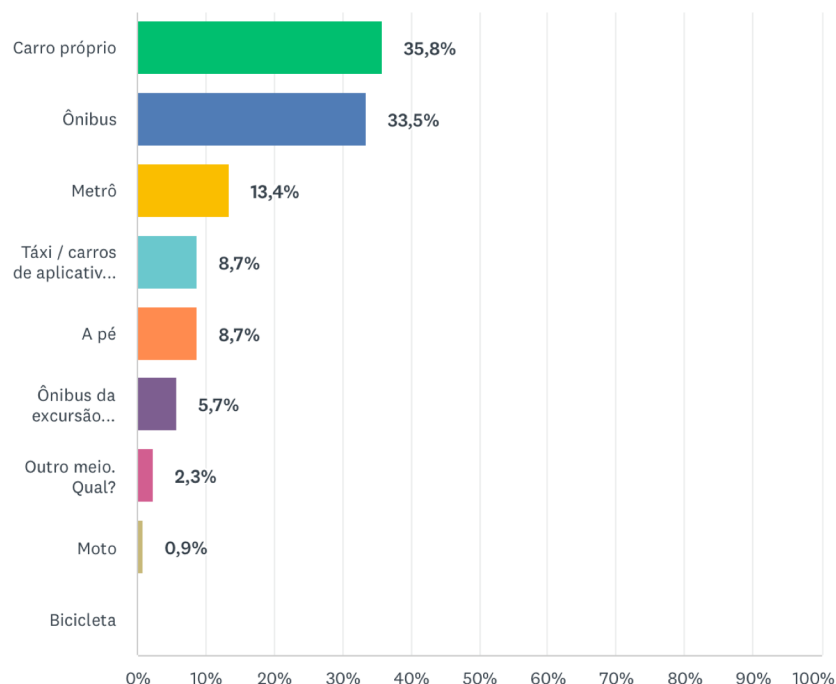
Períodos de gratuidade:

- + Programação de férias (gratuito) 02/01 a 02/02.
- + Novo período de gratuidade: 28/02 a 10/03

Meio(s) de transporte – idade

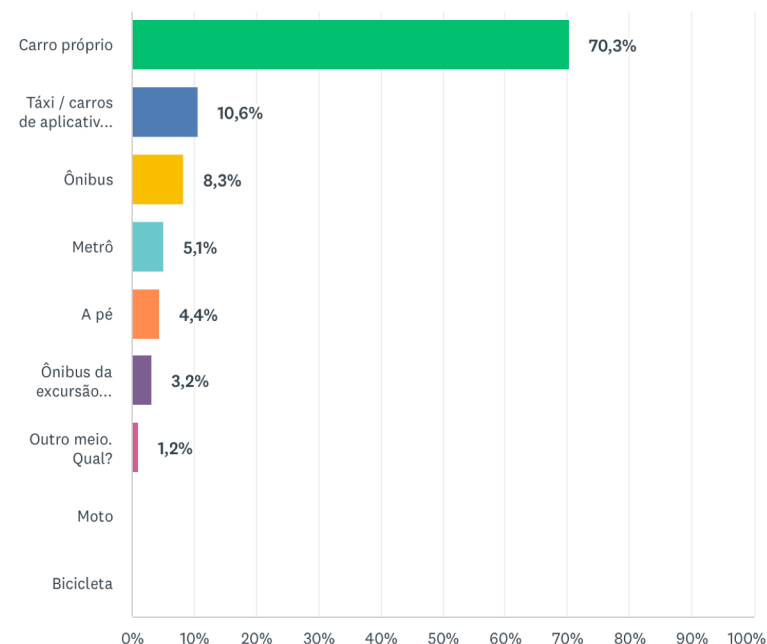
+ 15 a 29 anos

Responderam: 783 Ignoraram: 0



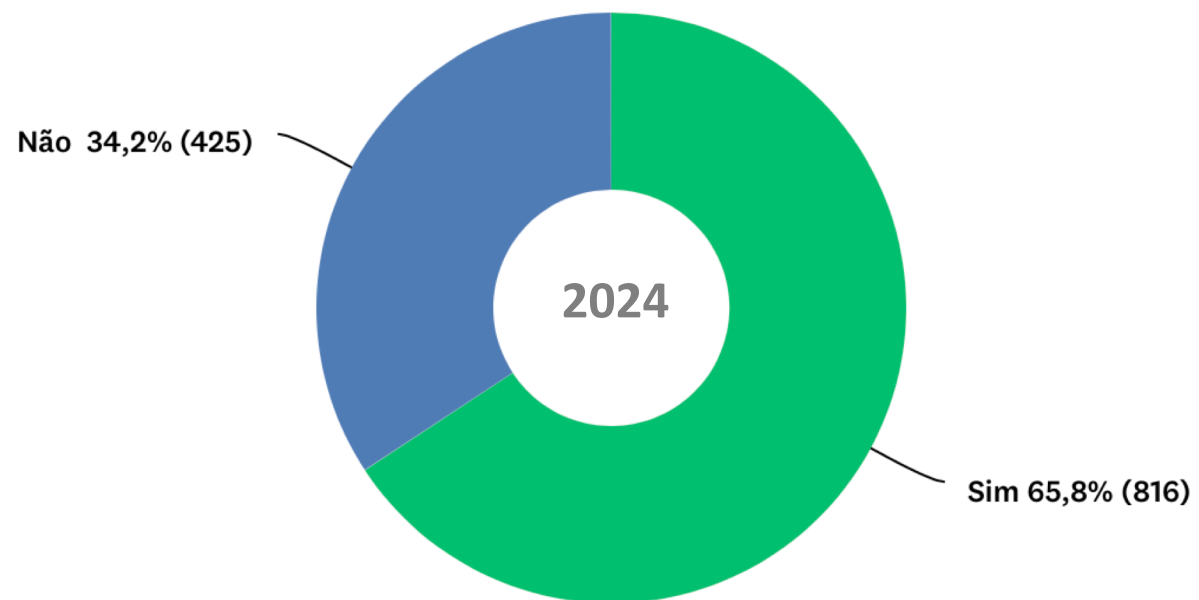
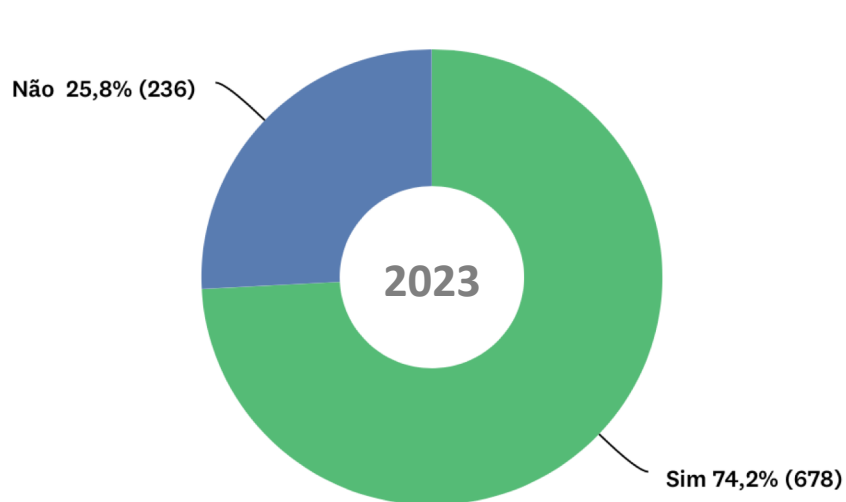
+ 30 a 59 anos

Responderam: 434 Ignoraram: 0



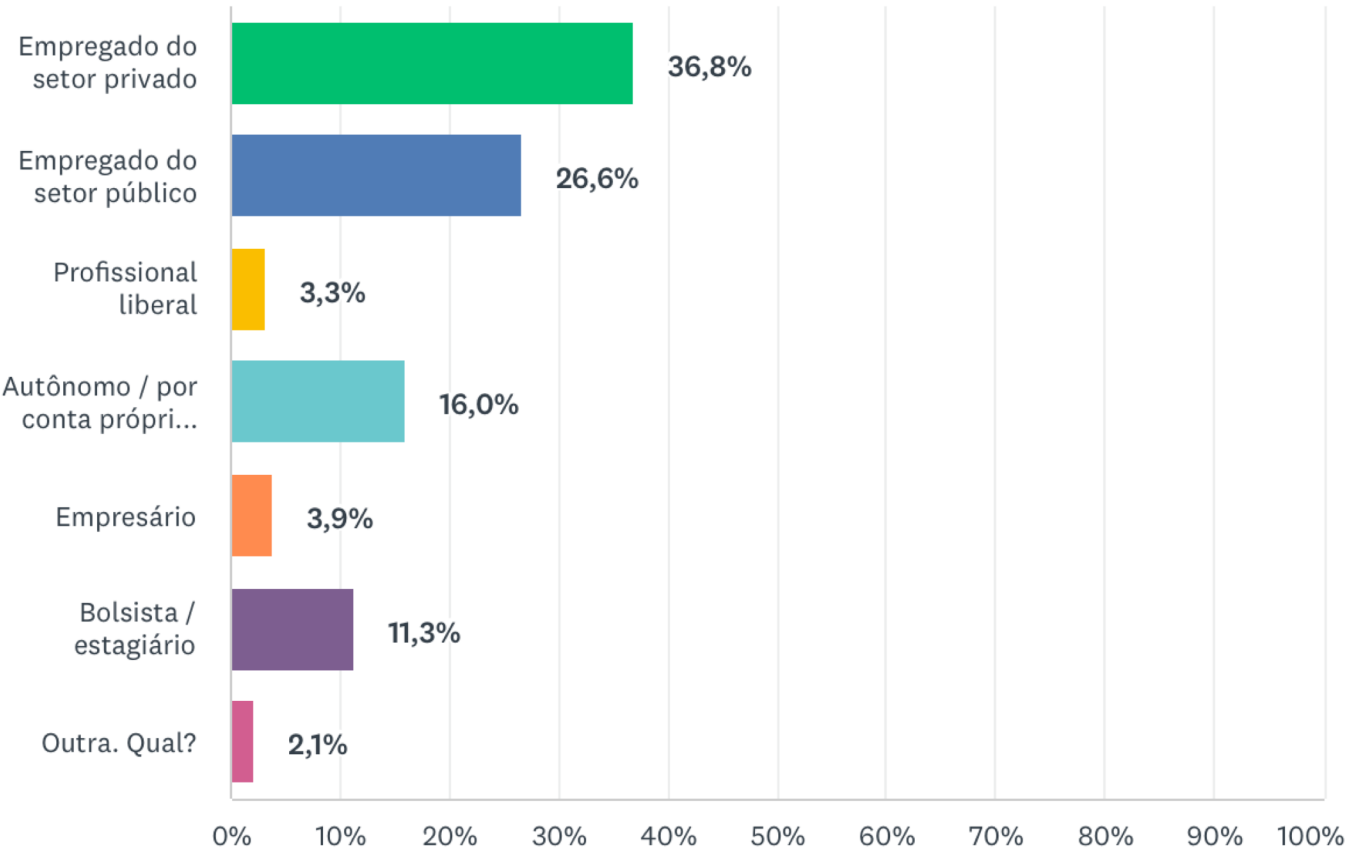
- + A porcentagem entre aqueles que vem ao SESI Lab de carro próprio e ônibus é muito próxima entre os jovens e jovens adultos, mas o percentual de quem vai de ônibus é 3 vezes maior entre jovens e jovens adultos em comparação aos visitantes adultos.
- + Entre aqueles entre 30 a 59 anos o uso do carro é significativamente maior (o dobro em relação ao outro grupo etário).
- + Chama atenção entre os jovens e jovens adultos a maior expressividade de do metrô e que chegam a pé.

Você exerce alguma atividade remunerada?



- † Nota-se que houve um aumento do público que não exerce atividade remunerada, esse dado pode ser explicado pela ampliação do público mais jovem.

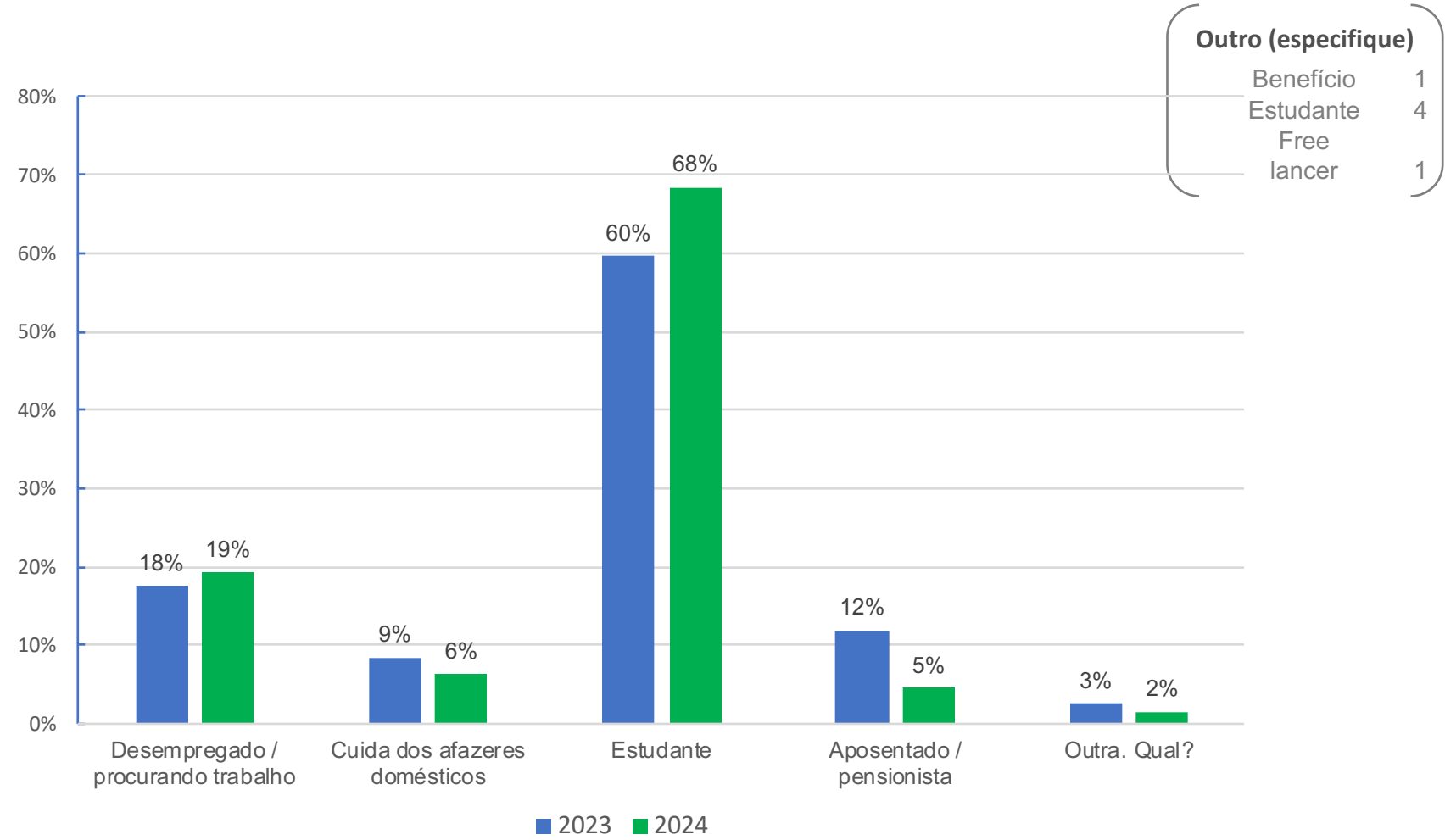
Se você exerce atividade remunerada, indique sua situação: (Marque apenas uma resposta)



Outro (especifique)	
Do Lar	1
Estagiário	1
Free-lancer	1
Funcionário de organismo internacional	1
Governo de outro país	1
Jovem aprendiz	4
Militar	1
ONG	1
Pesquisadora acadêmica / Mestrado	2
Profess Público e privado	1
Sedf	1
Terceiro setor	1

+ Em 2024 houve uma inversão na liderança, entre setor privado e público. Em 2023, o setor público era maioria (37,5%) e agora o setor privado se mostrou mais representativo (36,8%), sendo que no ano anterior esse número foi de 29%.

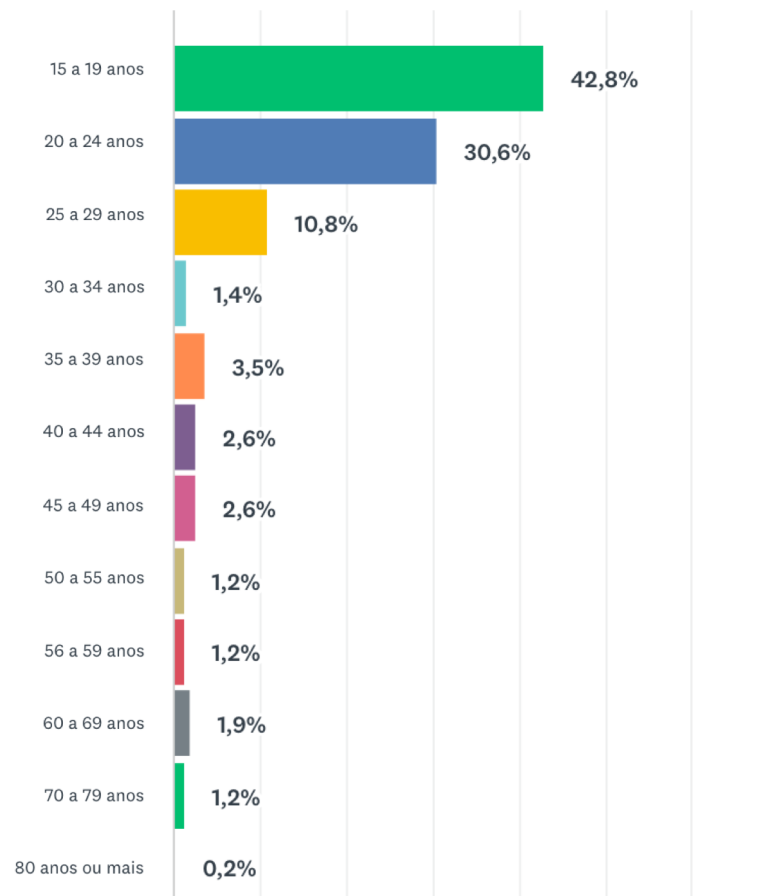
Se você NÃO exerce atividade remunerada, indique sua situação: (Marque apenas uma resposta)



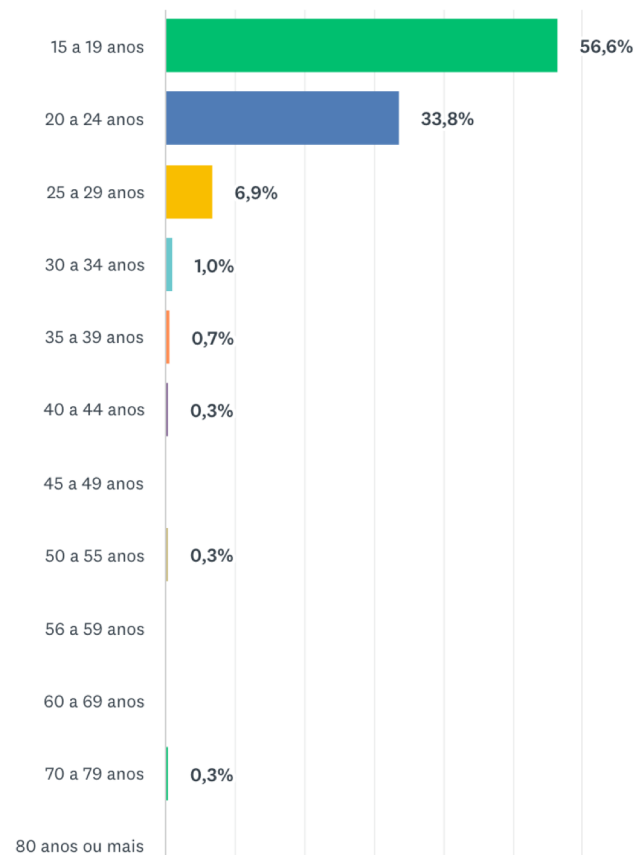
- + Entre aqueles que não exercem atividades remuneradas, os estudantes seguem como maioria. Com um aumento em 2024 comparado a 2023.
- + Já o número de pessoas que exercem atividades domésticas e aposentados/pensionistas diminuiu.
- + Os resultados estão relacionados ao aumento do público jovem (ver cruzamentos a seguir).

Ocupação X idade

Não exercem atividade remunerada X idade

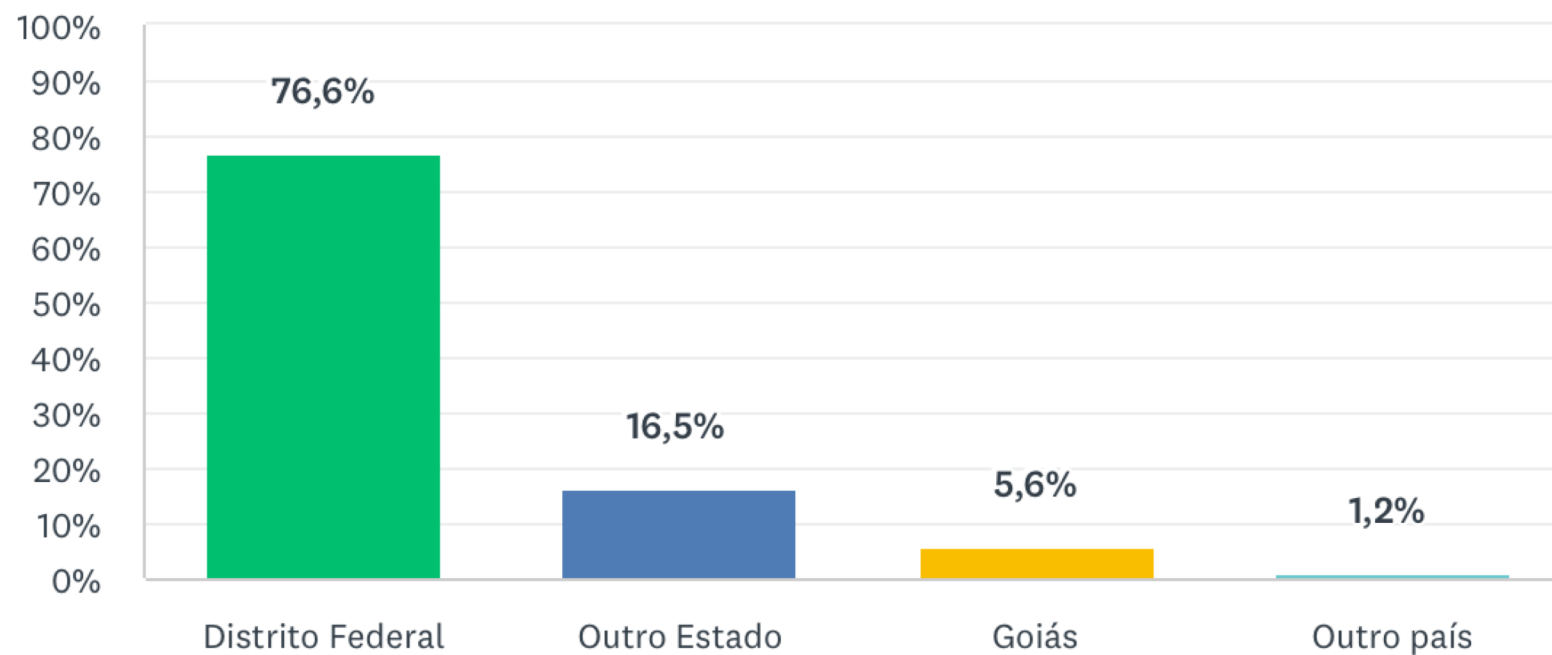


Estudantes X idade



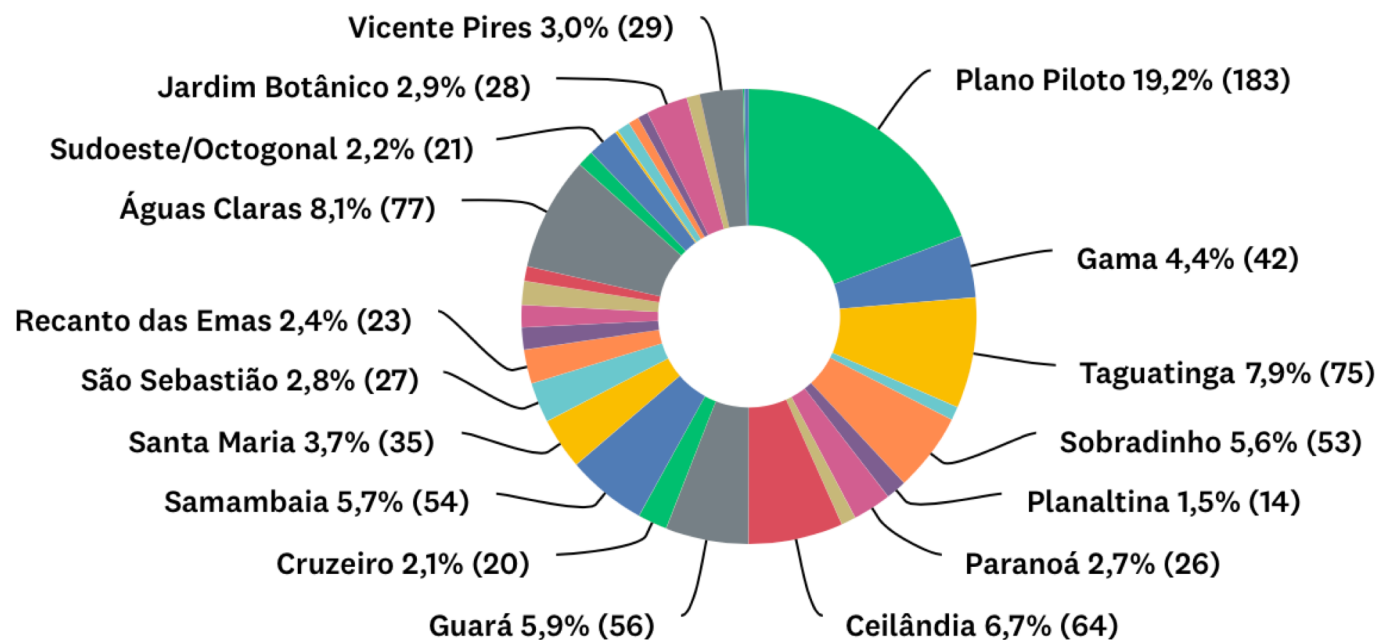
- + Cerca de 73,4% dos visitantes que declararam não exercer atividade remunerada são jovens e jovens adultos (15 a 24 anos).
- + Entre os que declararam “estudantes” como ocupação, as faixas predominantes de idade são as mesmas (15 a 24 anos). Estas faixas tiveram grande ampliação no total de visitantes quando comparado a 2023, elevando o percentual de visitantes que não exercem atividades remuneradas, sendo a maioria deles estudantes.

Onde você mora?



+ Os visitantes provenientes do Distrito Federal continuam sendo a maioria das pessoas que frequentam o SESI Lab.

Qual região do DF?



- + O Plano Piloto segue como a RA mais mencionada pelos visitantes, seguida de Águas Claras e Taguatinga.
- + Observa-se uma redução no número de visitantes de regiões com Renda alta, como Águas Claras, Jardim Botânico, Lago Norte, Lago Sul, Plano Piloto e Sudoeste/Octogonal (50% para 35%).
- + RAs com Renda Média-baixa como Ceilândia, Gama, Samambaia, Santa Maria e Sobradinho tiveram um aumento de 16% (2023) para 24% (2024).
- + No entanto, ainda reforçamos 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.

Ras X grupo de renda (2023 X 2024)

2023

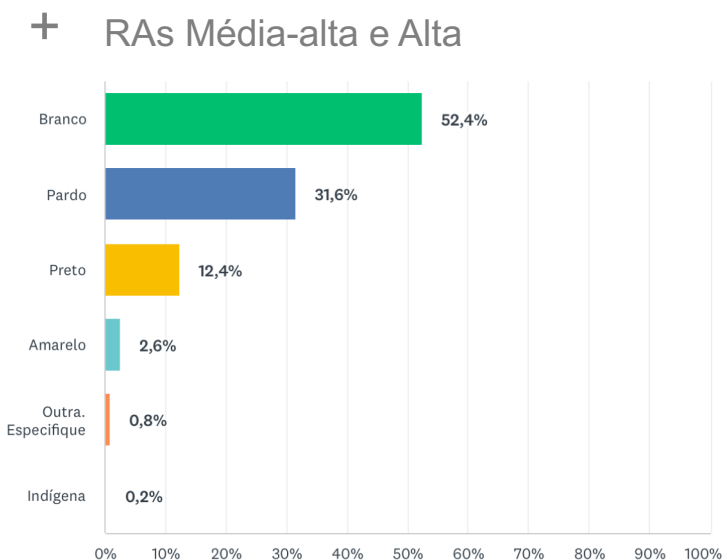
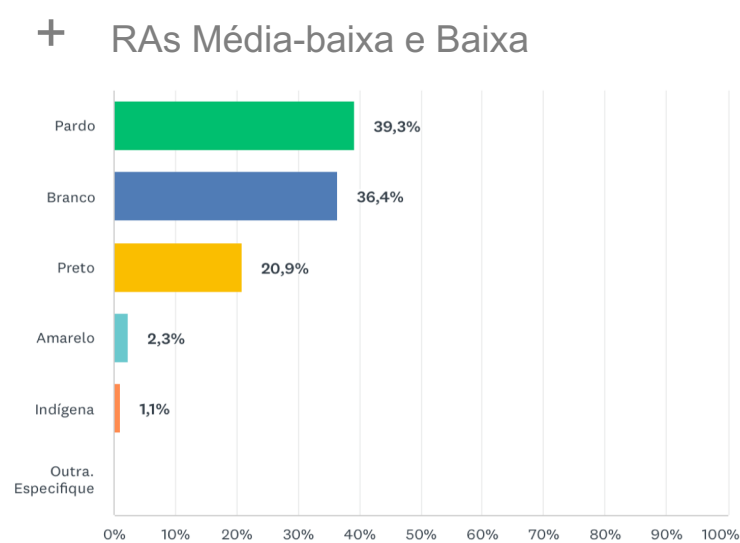
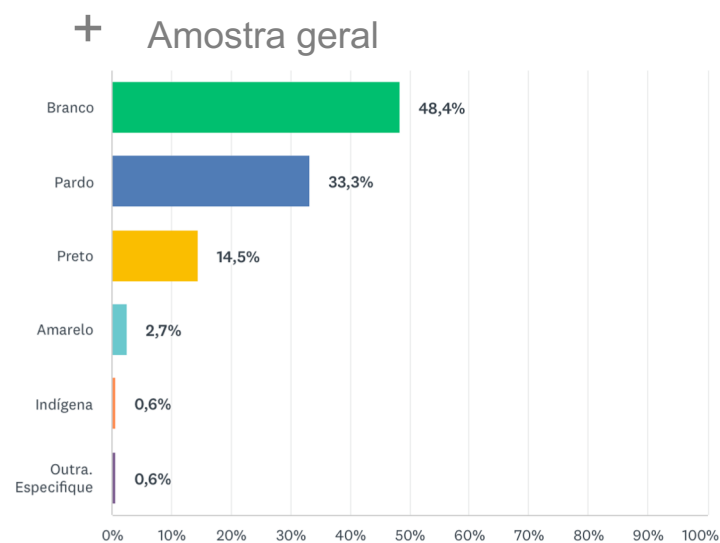
Distribuição das RAs por seu grupo de renda (N em %)

2024



- + Em 2023, grupos de Renda Alta e Média-alta perfizeram 74% dos visitantes. Em 2024, esse número foi de 62%.
- + Em 2023, grupos de Renda Baixa e Média-baixa perfizeram 26% dos visitantes. Já em 2024 esse número corresponde a 38%.
- + Assim, houve uma redução na participação dos grupos de Renda Alta e Média-alta e um aumento na participação dos grupos de Renda Baixa e Média-baixa entre os visitantes de 2023 para 2024.

RAs X cor/raça



- **Renda Média-baixa:** Ceilândia, Gama, Riacho Fundo, Samambaia, Santa Maria e Sobradinho II;
- **Renda Baixa:** Brazlândia, Fercal, Itapoã, Paranoá, Planaltina, Recanto das Emas, Riacho Fundo II, S. Nascente/P. do Sol, São Sebastião, SCIA-Estrutural e Varjão.
- **Renda Alta:** Águas Claras, Jardim Botânico, Lago Norte, Lago Sul, Park Way, Plano Piloto e Sudoeste/Octogonal;
- **Renda Média-alta:** Arniqueira, Candangolândia, Cruzeiro, Guará, Núcleo Bandeirante, SIA, Sobradinho, Taguatinga e Vicente Pires;

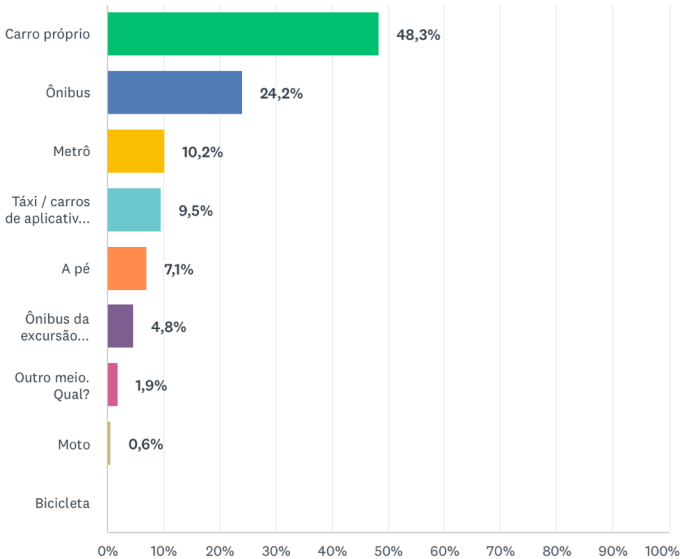
+ Pardos e Brancos apresentam porcentagem próxima entre aqueles de RAs de classe Média-baixa e Baixa. No entanto, são maioria entre os respondentes aqueles que se autodeclaram Pardos e Pretos.

+ RAs de classe Média-alta e Alta apresentam mais representantes que se autodeclaram brancos.

RAs X meio de transporte

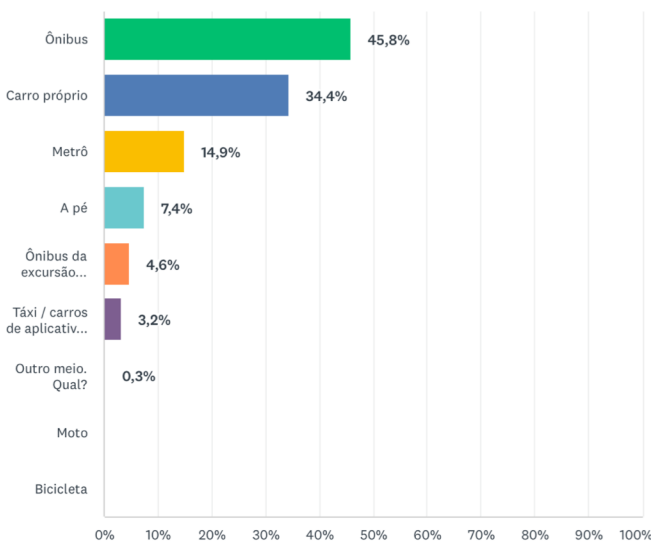
+ Amostra geral

Responderam: 1.241 Ignoraram: 0



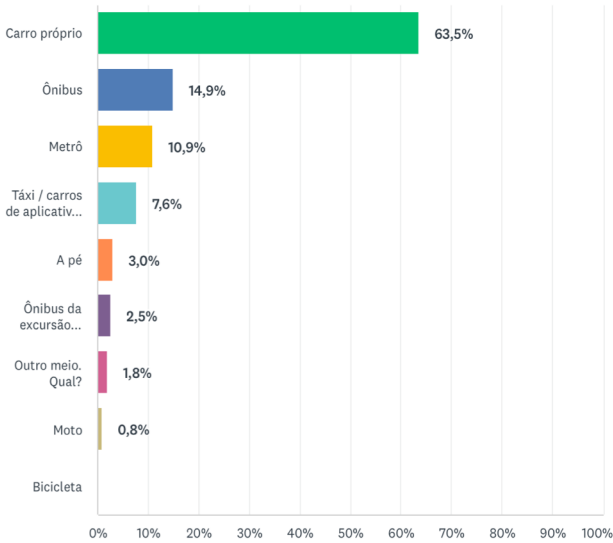
+ Média-baixa e Baixa

Responderam: 349 Ignoraram: 0



+ Média-alta e Alta

Responderam: 605 Ignoraram: 0

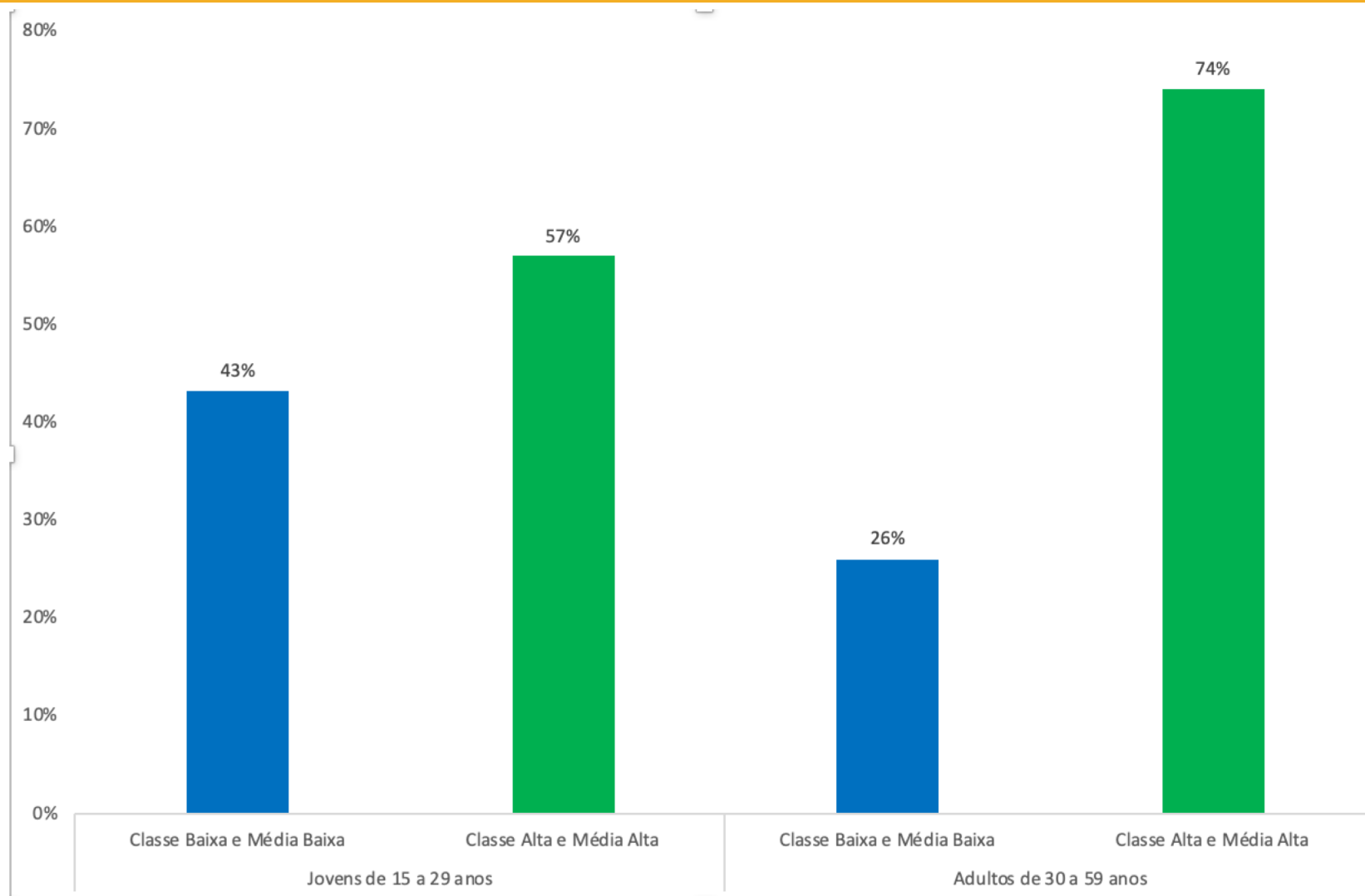


- **Renda Média-baixa:** Ceilândia, Gama, Riacho Fundo, Samambaia, Santa Maria e Sobradinho II;
- **Renda Baixa:** Brazlândia, Fercal, Itapoã, Paranoá, Planaltina, Recanto das Emas, Riacho Fundo II, S. Nascente/P. do Sol, São Sebastião, SCIA-Estrutural e Varjão.
- **Renda Alta:** Águas Claras, Jardim Botânico, Lago Norte, Lago Sul, Park Way, Plano Piloto e Sudoeste/Octogonal;
- **Renda Média-alta:** Arniqueira, Candangolândia, Cruzeiro, Guará, Núcleo Bandeirante, SIA, Sobradinho, Taguatinga e Vicente Pires;

+ O ônibus é o meio de transporte da maioria dos visitantes de RAs de classe Média-baixa e Baixa (45,8%). Também é maior os visitantes desse grupo de renda que utilizam o metrô.

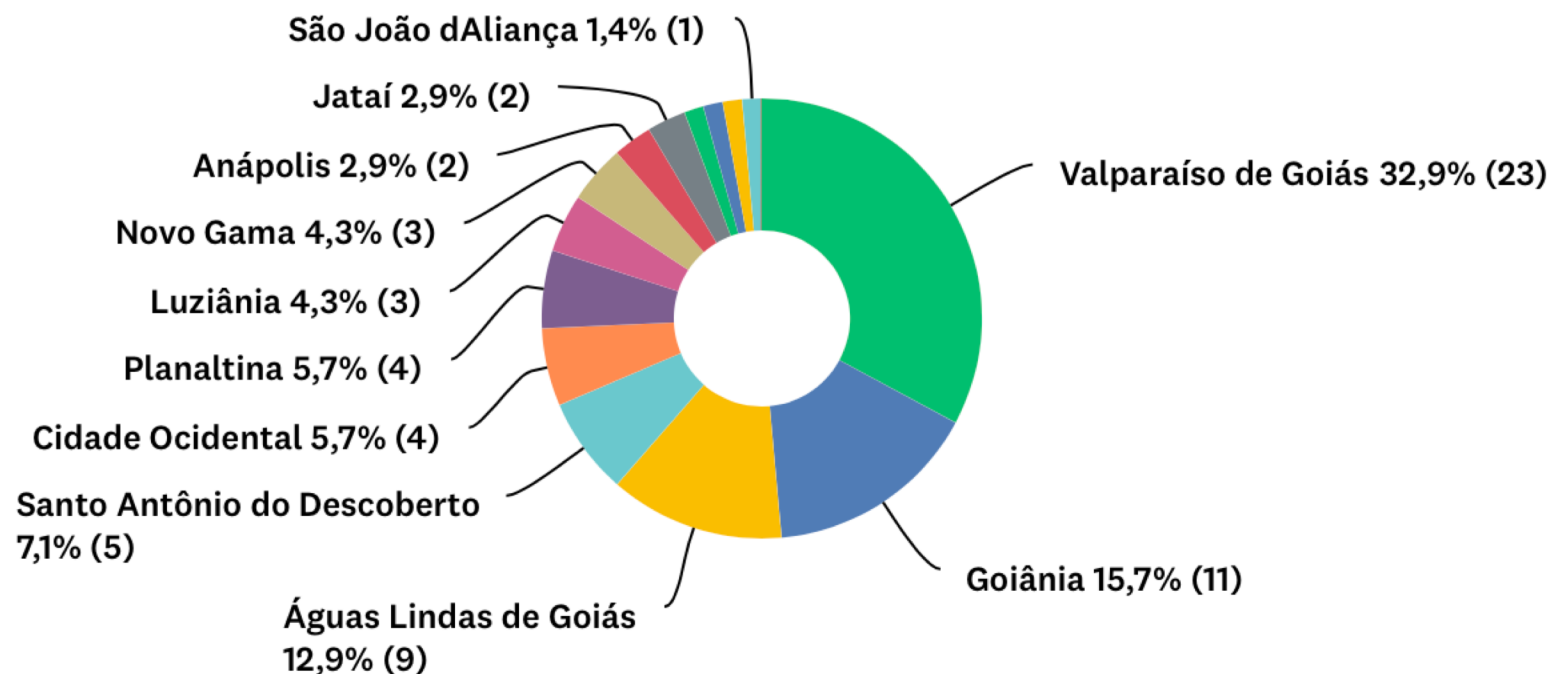
+ Visitantes com carro próprio são maioria entre aqueles de RAs de classe Média-alta e Alta

Idade X grupos de renda



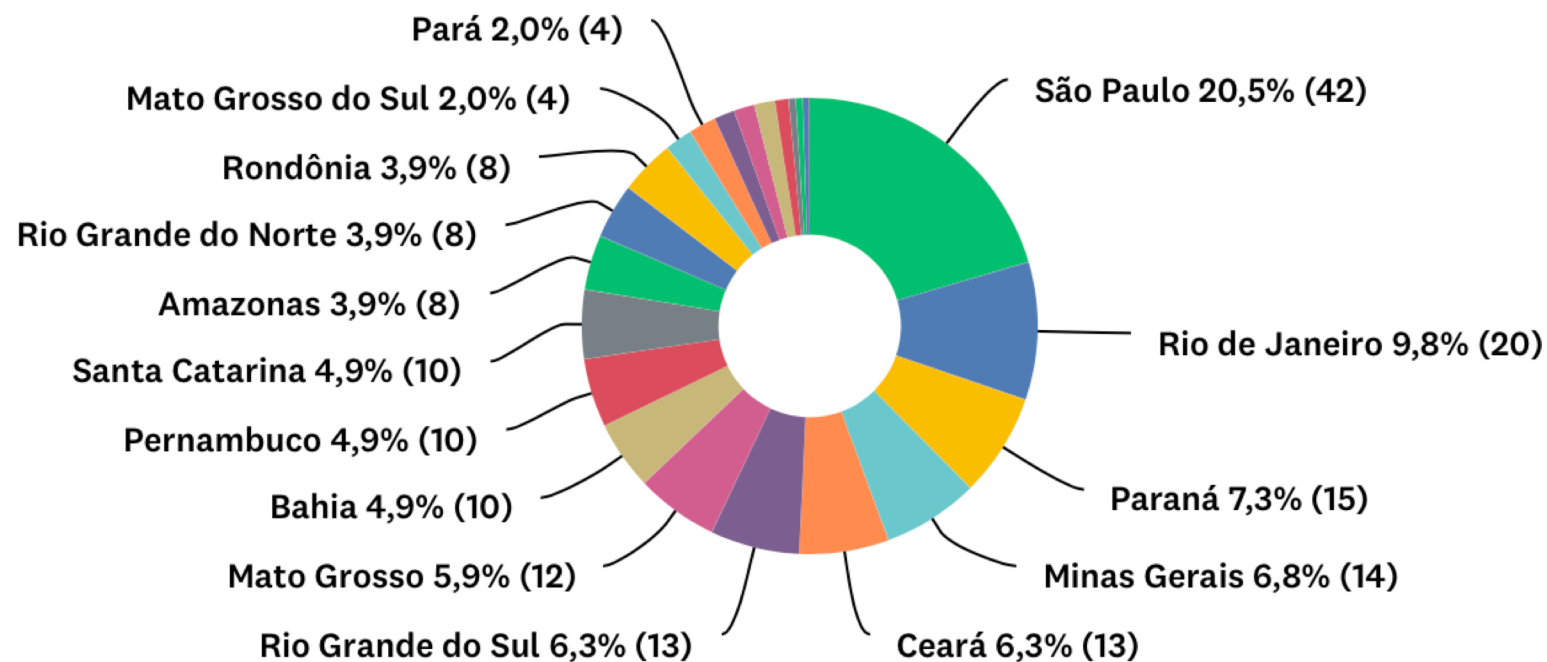
+ Com o recorte de idade para jovens e jovens adultos (15 a 29 anos) e adultos (30 a 59 anos) e cruzamento com a RAs de origem, classificadas segundo o PDAD (2021), verifica-se que é significativo o percentual de jovens que visitam o Sesi Lab de RAs de classe Baixa e Média-baixa.

Qual cidade de Goiás?



- + Os dados mostram que cidades próximas ao DF continuam mais representativas (Ex: Valparaíso de Goiás e Águas Lindas). Destacamos os visitantes de Goiânia tiveram um aumento de 43%.
- + Isso indica que ações de divulgação e parceria com secretarias de outros municípios podem ser boas estratégias para ampliação de público.

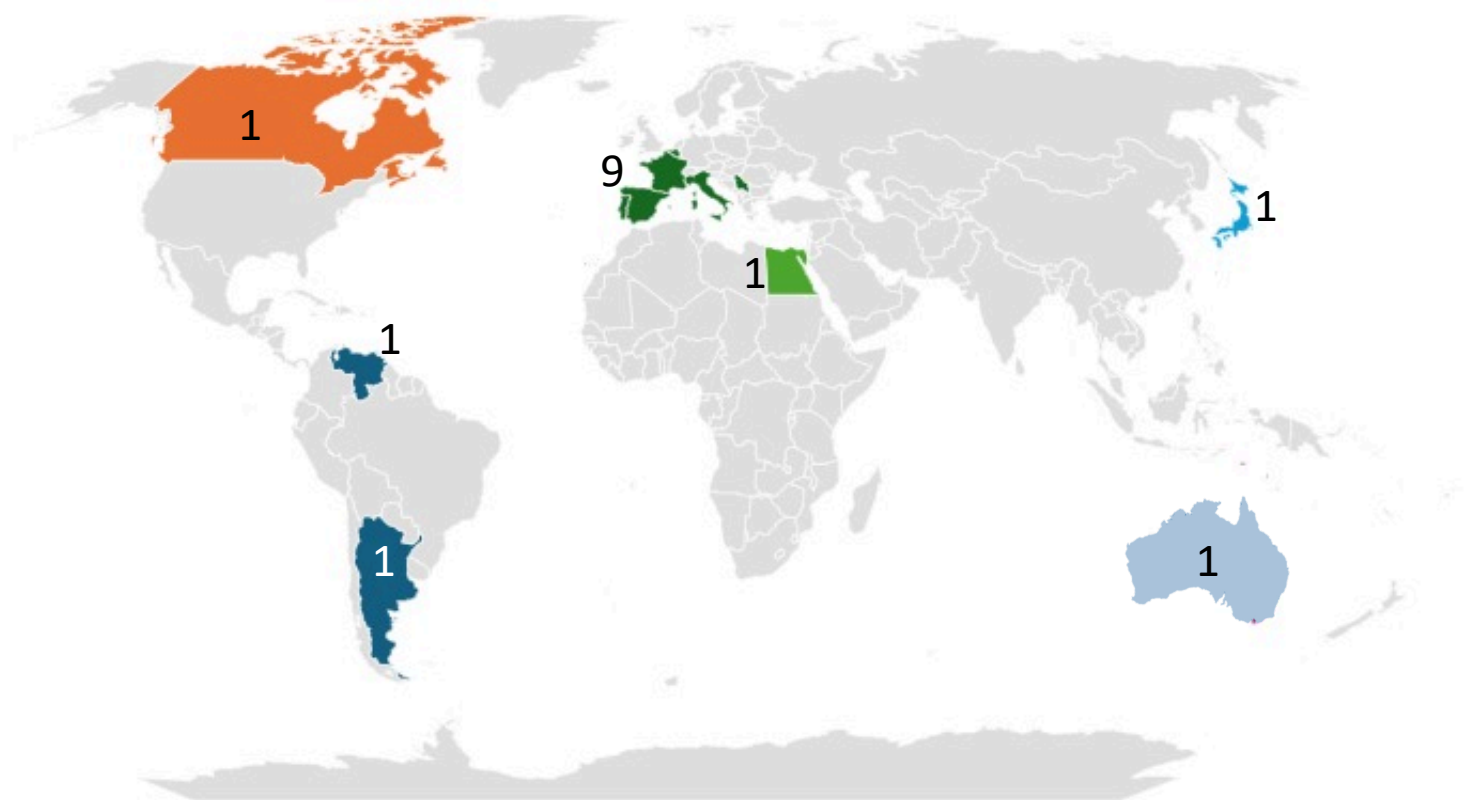
Outro Estado, selecione uma opção:



- + Os Estados que apresentam o maior público refletem de forma razoável a distribuição populacional, com um número significativo de visitantes vindos de São Paulo, Rio de Janeiro, Paraná e Minas Gerais.

Especifique seu país

País	Região	Nº visitantes
Argentina	América do Sul	1
Venezuela	América do Sul	1
Canadá	América do Norte	1
França	Europa	3
Espanha	Europa	2
Portugal	Europa	1
Itália	Europa	1
Sérvia	Europa	1
Bélgica	Europa	1
Egito	África	1
Japão	Ásia	1
Austrália	Oceania	1

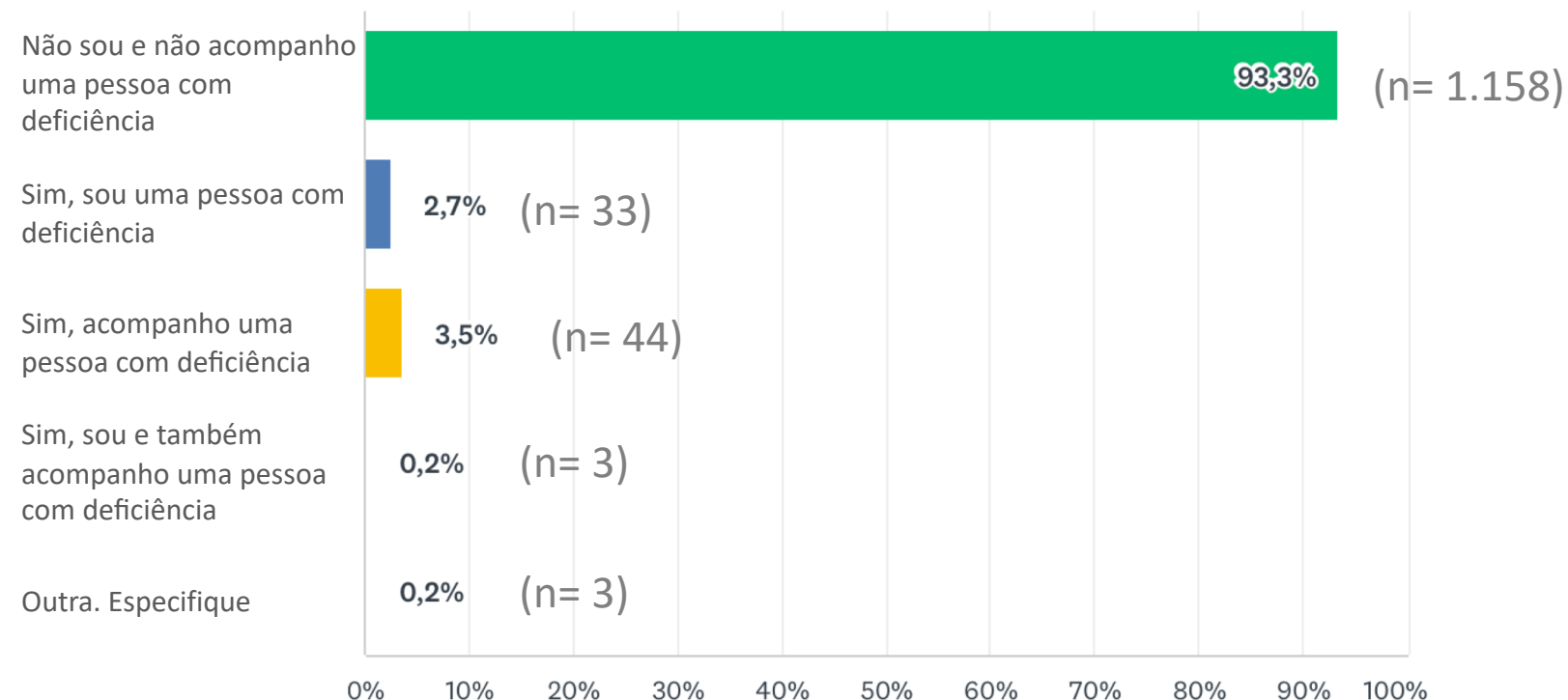


Acessibilidade

Você ou alguém que você acompanha é uma pessoa com deficiência (PcD)?

Outro (especifique)

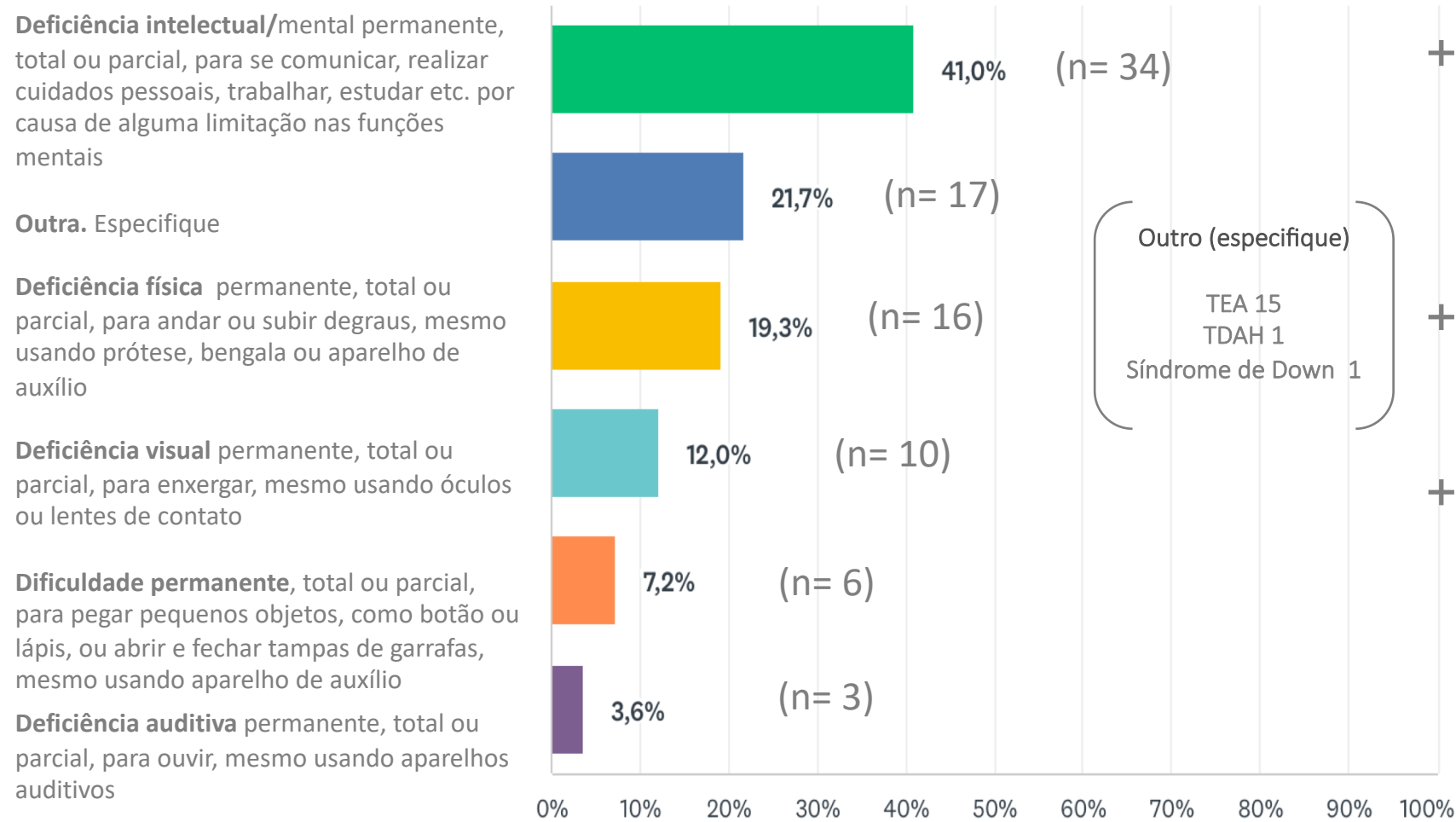
Autismo (2)



- + De acordo com IBGE (2010) 23,9% da população brasileira apresenta algum tipo de deficiência.
- + Na pesquisa realizada pelo OMCC&T 2017 (COSTA et al., 2021) pessoas com deficiência representaram 1,3% e pessoas com acompanhantes PcD totalizaram 2,4%. Neste estudo, os dados foram, respectivamente, 2,7% e 3,5%, ou seja, ligeiramente superiores.

Qual o tipo de deficiência?

(Pode assinalar mais de um tipo)



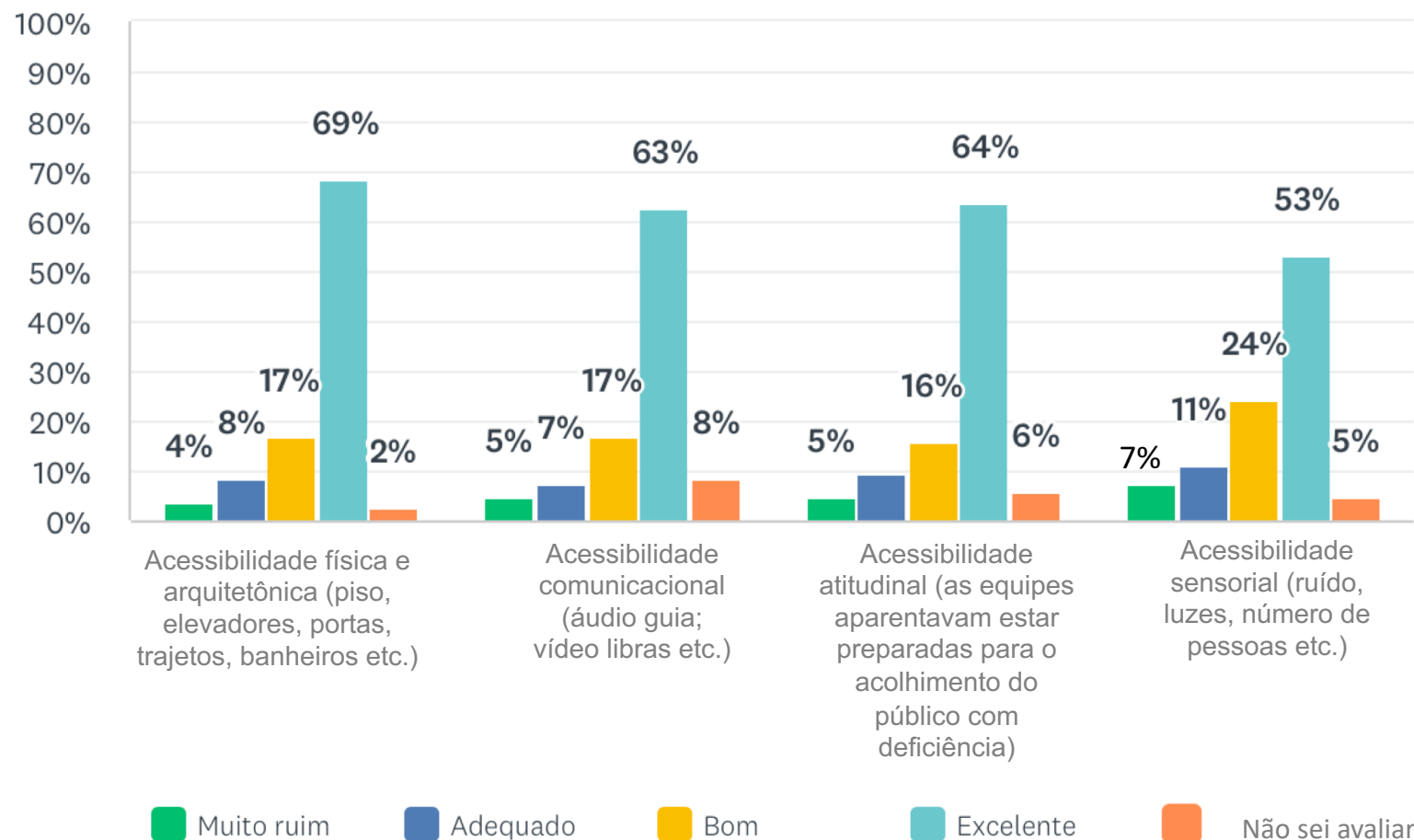
+ Na pesquisa OMCC&T 2017 (COSTA et al., 2021) os respondentes com deficiência física foram a maioria, com 32%, seguido de baixa visão com 25%. Os deficientes intelectuais mentais representaram apenas 16%.

+ Neste estudo, a deficiência intelectual/mental permanente total ou parcial foi a mais citada foi entre os respondentes com 41%.

+ Pela Legislação 12.764/2012 TEA não se enquadra entre os deficientes intelectuais. Para a OMS (CID 11) este pode ser incluído como uma deficiência intelectual, a depender das características do indivíduo. Para próximos estudos sugerimos uma questão que englobe os neurodivergentes e inclua exemplos para facilitar a auto identificação dos respondentes.

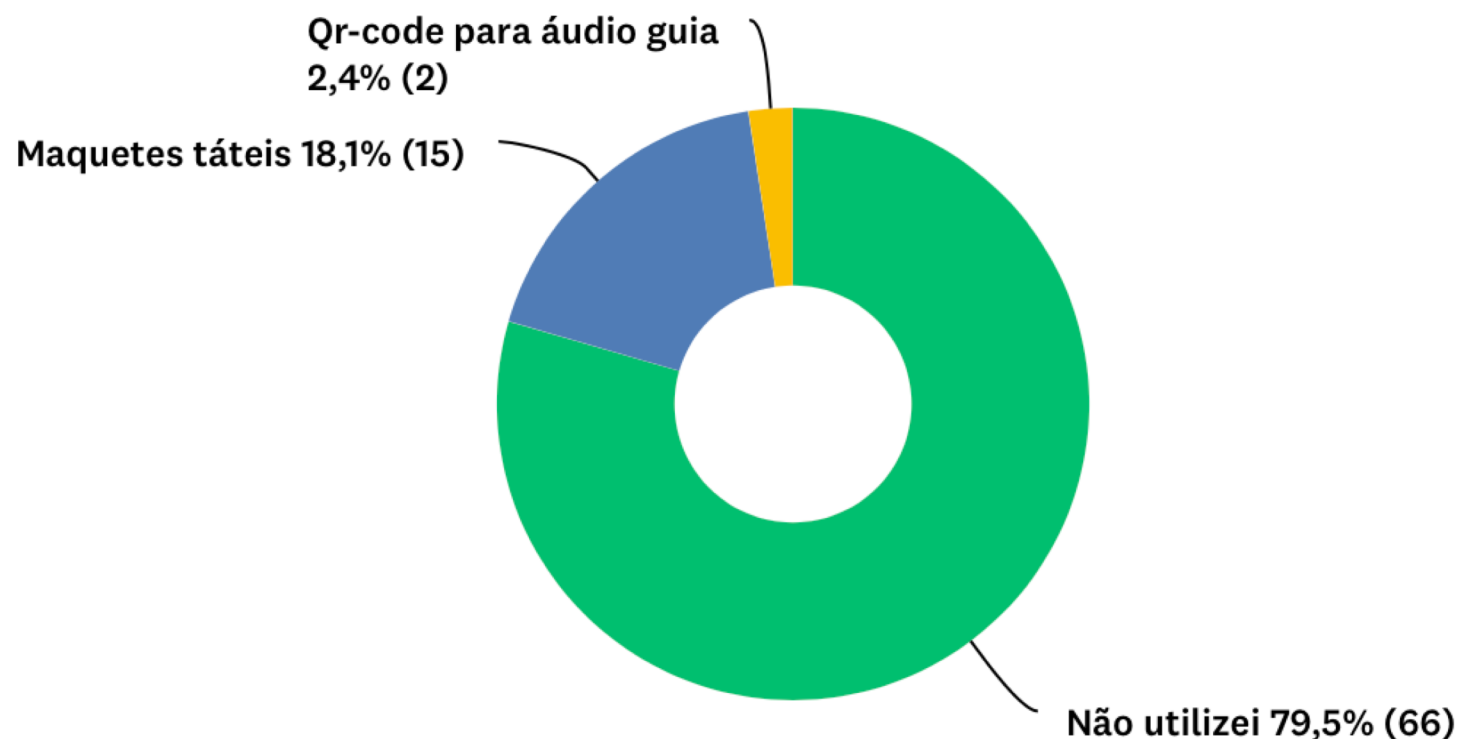
O total de tipos de deficiência é superior ao de sujeitos pesquisados, pois um único indivíduo pode possuir mais de uma deficiência. Entre parênteses são os números absolutos.

Como você avalia os itens a seguir em relação à acessibilidade no SESI Lab?



- + Acessibilidade sensorial foi o item avaliado com menor porcentagem na classificação excelente.
- + Isso reforça a importância dos kits de assistência sensorial oferecido pelo SESI Lab e de dias de visitas reservados para a comunidade neurodivergente.

Você utilizou algum dos recursos a seguir?



- + Em uma pesquisa com público espontâneo (110 respondentes) conduzida em museus no Reino Unido sobre acessibilidade (Museum and Heritage Access, 2020), os recursos como Qr-code, áudio guia etc. são classificados como essenciais para 73% dos respondentes.
- + Observando os dados, o percentual de uso de maquetes táteis, geralmente projetadas para pessoas com deficiência visual, é superior ao percentual da amostra (12%), o que mostra que esses recursos podem ser interessantes para os mais diversos públicos e seu uso incentivado como forma de ampliação das experiências de visita.

Você encontrou algum desafio quanto à acessibilidade no SESI Lab? Especifique.

- Nenhum dos monitores se aproximou para perguntar se precisávamos de algo, embora tenham sido solícitos quando solicitados.
- No acesso ao Ses Lab, o acesso pelas calçadas se torna difícil. Precisa subir as calçadas e não tem piso tátil.
- Muito barulho
- Faltou um local de apoio para bolsa no banheiro
- Alguns pontos não são tão acessíveis para pessoas de baixa estatura

Outro (especifique)

Não = 33
Tudo ótimo – 1

+ Há diversas pesquisas que mostram o papel essencial dos educadores na promoção da acessibilidade em Museus, incluindo a necessidade da formação inicial e continuada com foco nesse tema. Além da importância dos programas e ações que muitas vezes são capitaneados pelo educativo (Rocha, 2021; Domínguez-Arranz et.al. 2021; SESC/GEPAM, 2015).

Tem algum comentário específico sobre como o SESI Lab poderia garantir uma experiência mais inclusiva e agradável?

- Acho que poderia haver mais palestras tanto para o público infantil quanto adulto.
- Colocar identificação diferente nos funcionários, como: "Oi, eu falo libras" e afins
- Mais recursos acessíveis de multimídia
- Esse acolhimento inicial
- Na minha opinião está bem inclusivo
- O sons me incomodam. Muitos ruídos acontecendo ao mesmo tempo me deixa perturbada. Talvez deixar as experiências sonoras longes umas das outras ajude.
- Poderia ter mais pontos para sentar.
- Trazer novas experiências e novos equipamentos
- Um roteiro mais adequado em relação ao melhor percurso para pessoas com deficiência, achei o percurso livre muito solto

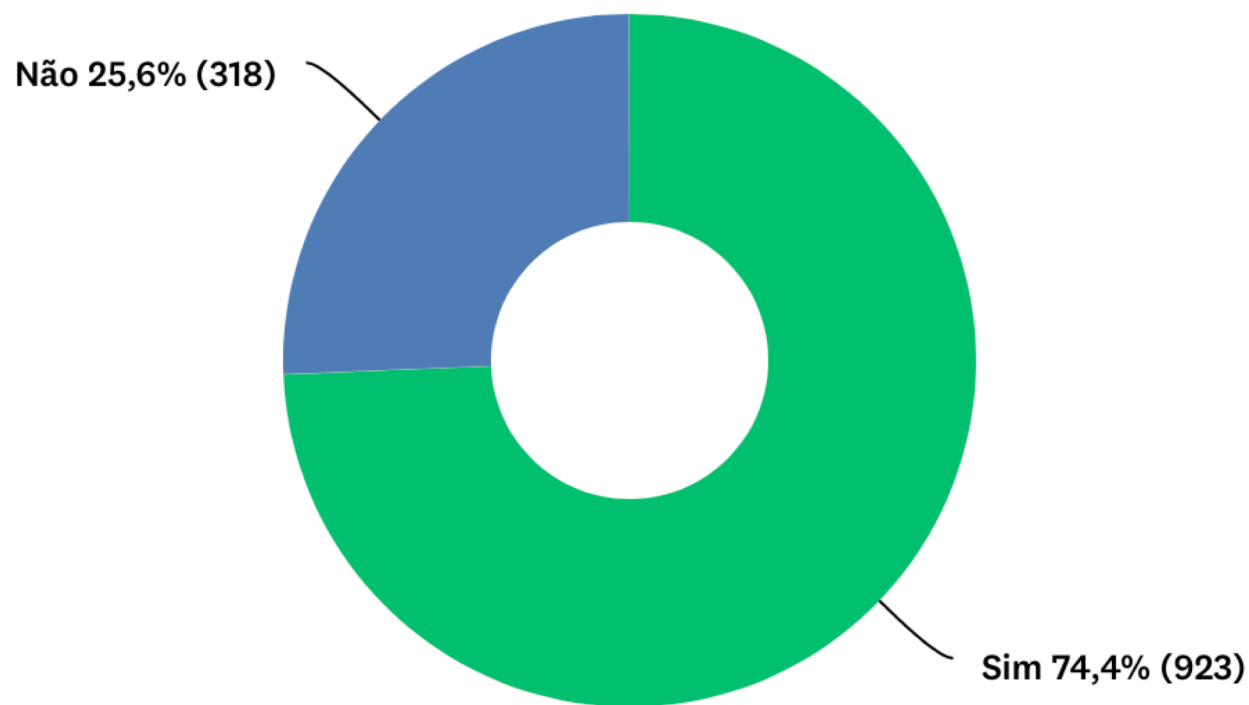
Outro (especifique)

Não (n = 18)
Avaliações positivas – n = 4
Ex: É perfeito, parabéns! /
não, foi tudo muito
interessante e bem
aproveitado

- + Na pesquisa do Reino Unido sobre acessibilidade (Museum and Heritage Access, 2020), um dos itens também mencionados pelos visitantes como fundamentais para satisfação de sua visita é o conhecimento, acolhimento e iniciativa para auxiliar por parte dos mediadores (43%).

Experiência

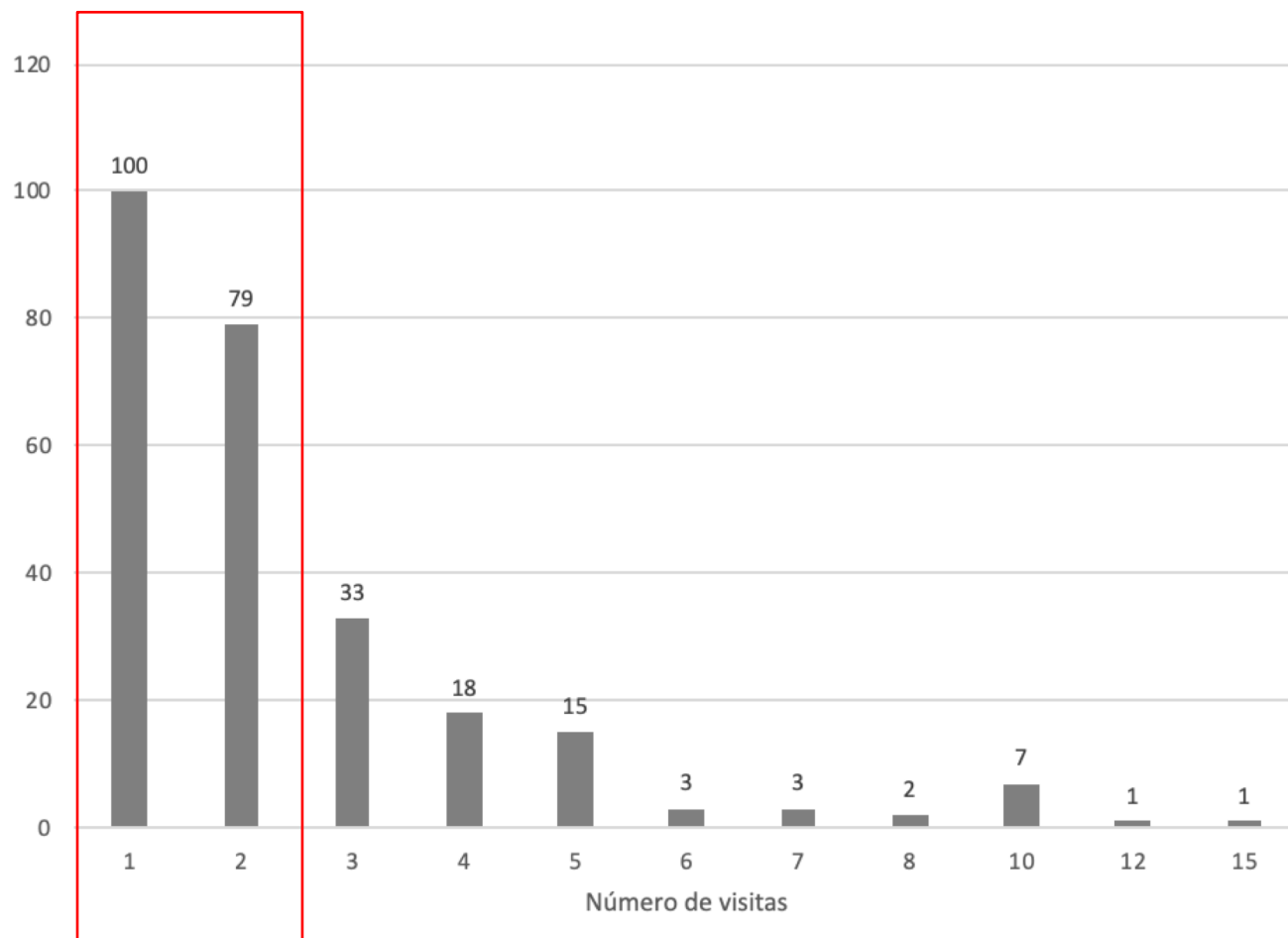
É a primeira vez que visita o SESI Lab?



- + Diferentes estudos de público indicam que os primos visitantes são mais comuns em museus e exposições.
- + Chama atenção o percentual de pessoas que retornaram para visitar o museu. Esse dado reforça a importância de manter ou criar estratégias de fidelização do público como a produção de exposições temporárias, ações educativas (oficinas, contações de história, teatro) e culturais, incentivando os visitantes a voltar ao museu para conhecer ou realizar atividades diferentes.

Informe o número de visitas já realizadas

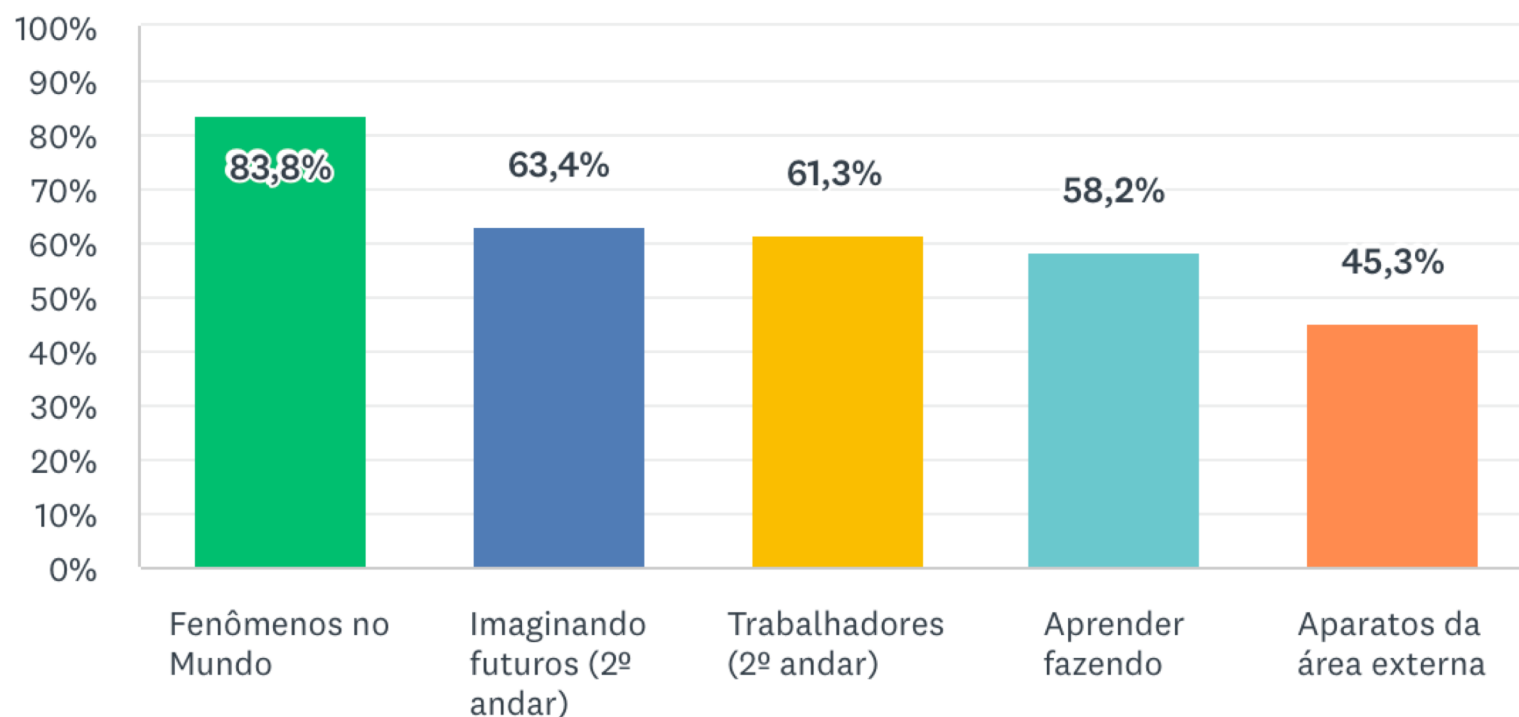
(Sem contar com a visita de hoje)



+

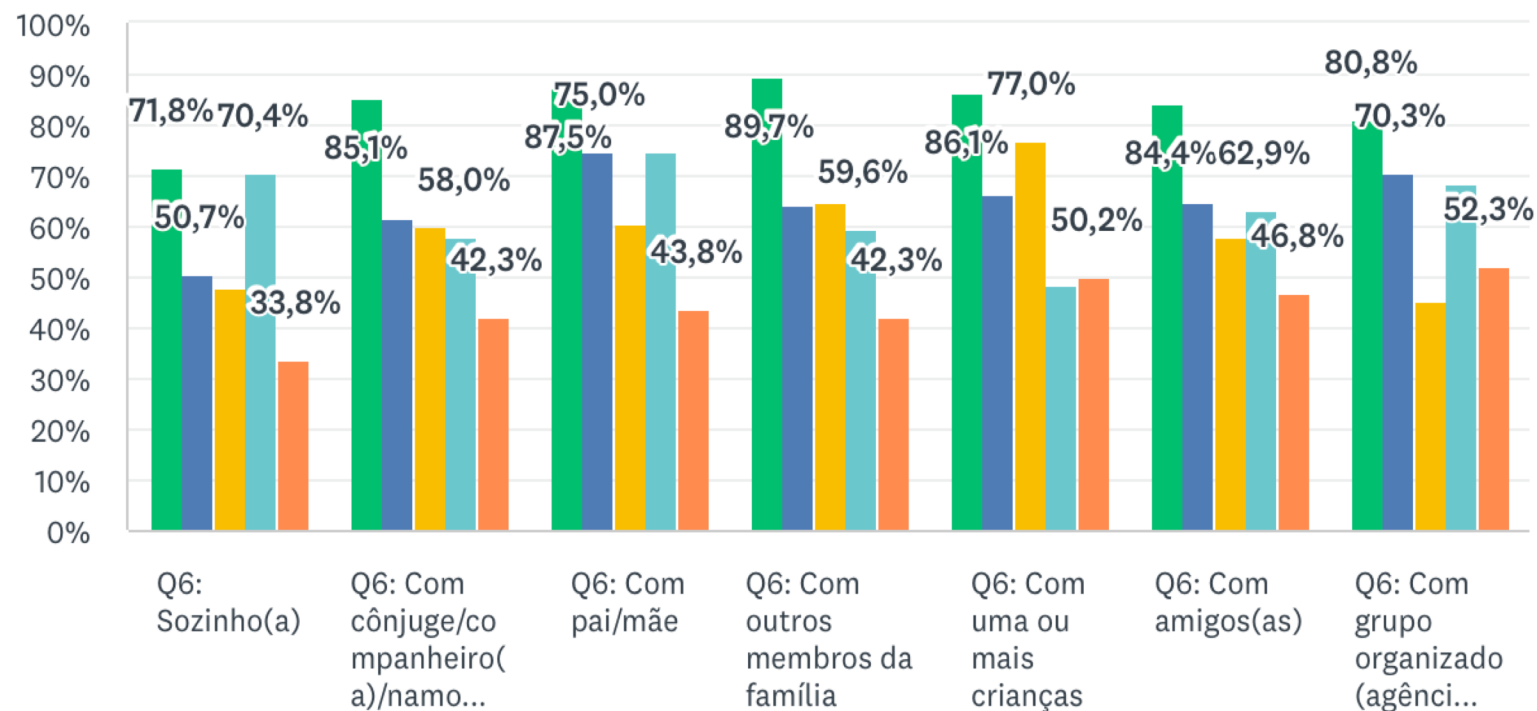
O número de visitantes que já vieram ao SESI Lab anteriormente, especialmente aqueles que já estão na segunda ou terceira visita é significativo.

Quais galerias você visitou hoje?



- + Assim como na pesquisa de 2023, a galeria Aprender Fazendo foi a menos indicada dentre as exposições do espaço interno. Indicamos novamente que o limite entre ela e a exposição Fenômenos do Mundo pode não ser tão claramente identificável. Assim, mesmo com a ajuda de imagem disponível no questionário, o público pode ter visitado a Aprender Fazendo.
- + Os aparatos da área externa podem ter sido visitados após a aplicação do questionário.
- + Para determinar melhor esses dados seria interessante realizar pesquisa de tracking.

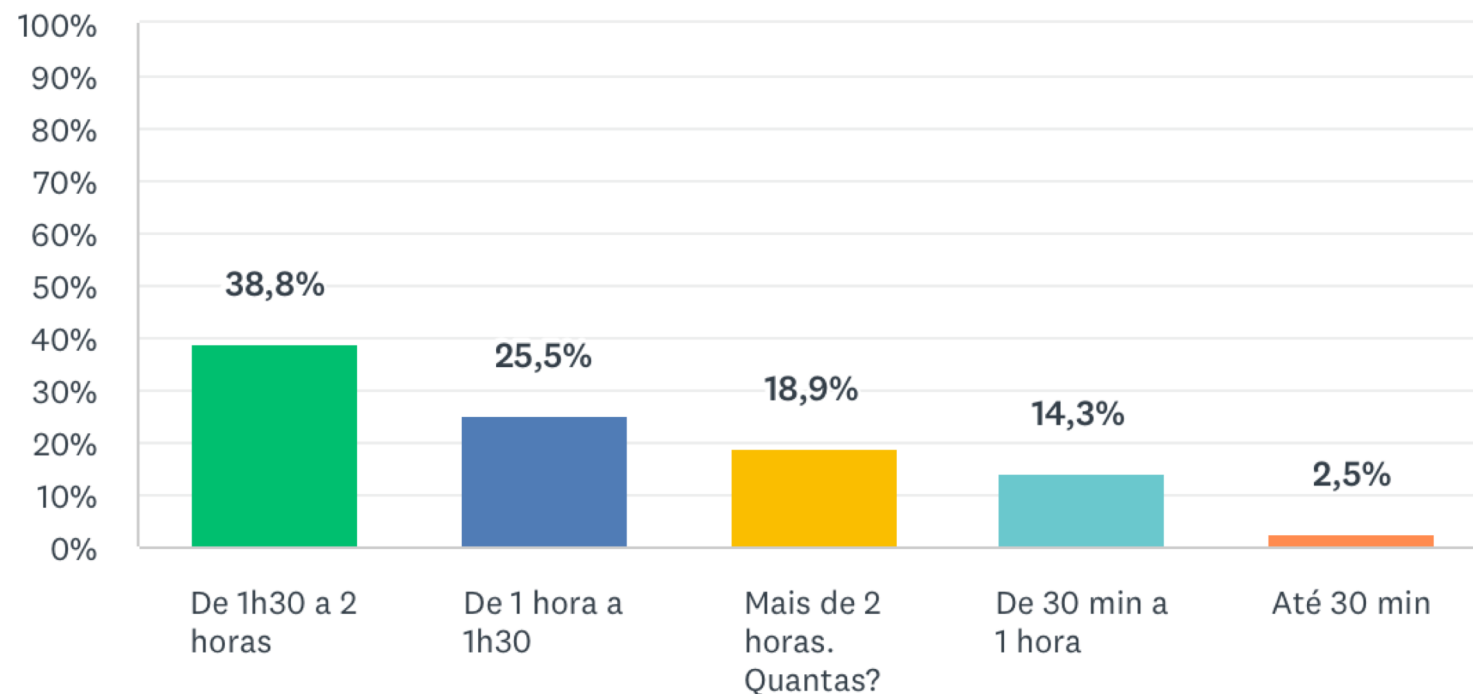
Galerias visitadas X com quem realizou a visita



Fenômenos do Mundo
Imaginando o Futuro
Aprender fazendo
Trabalhando com a mão
Aparatos de medição

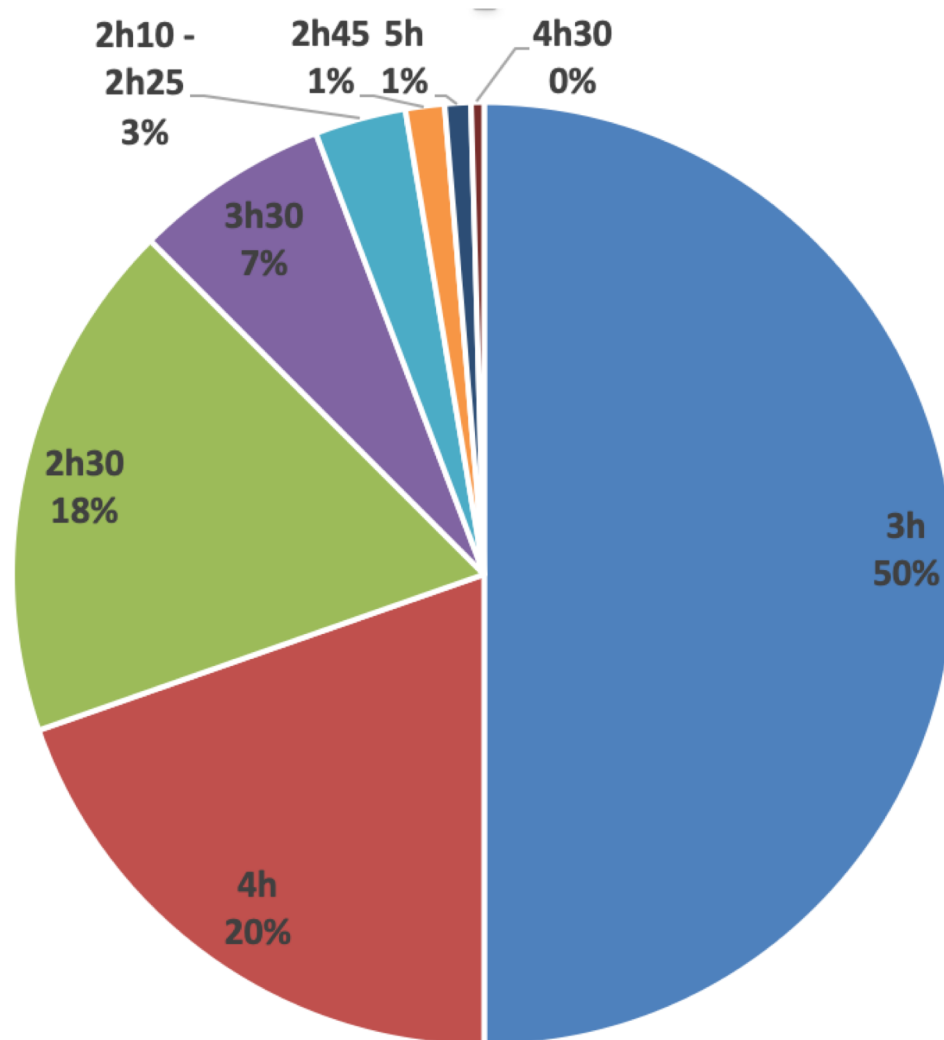
- + Apenas entre os públicos sozinhos a exposição temporária foi quase tão visitada quanto à exposição Fenômenos do Mundo.
- + A exposição aprender fazendo foi bastante citada pelos públicos com crianças, mostrando uma identificação maior desta exposição por esses grupos.

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



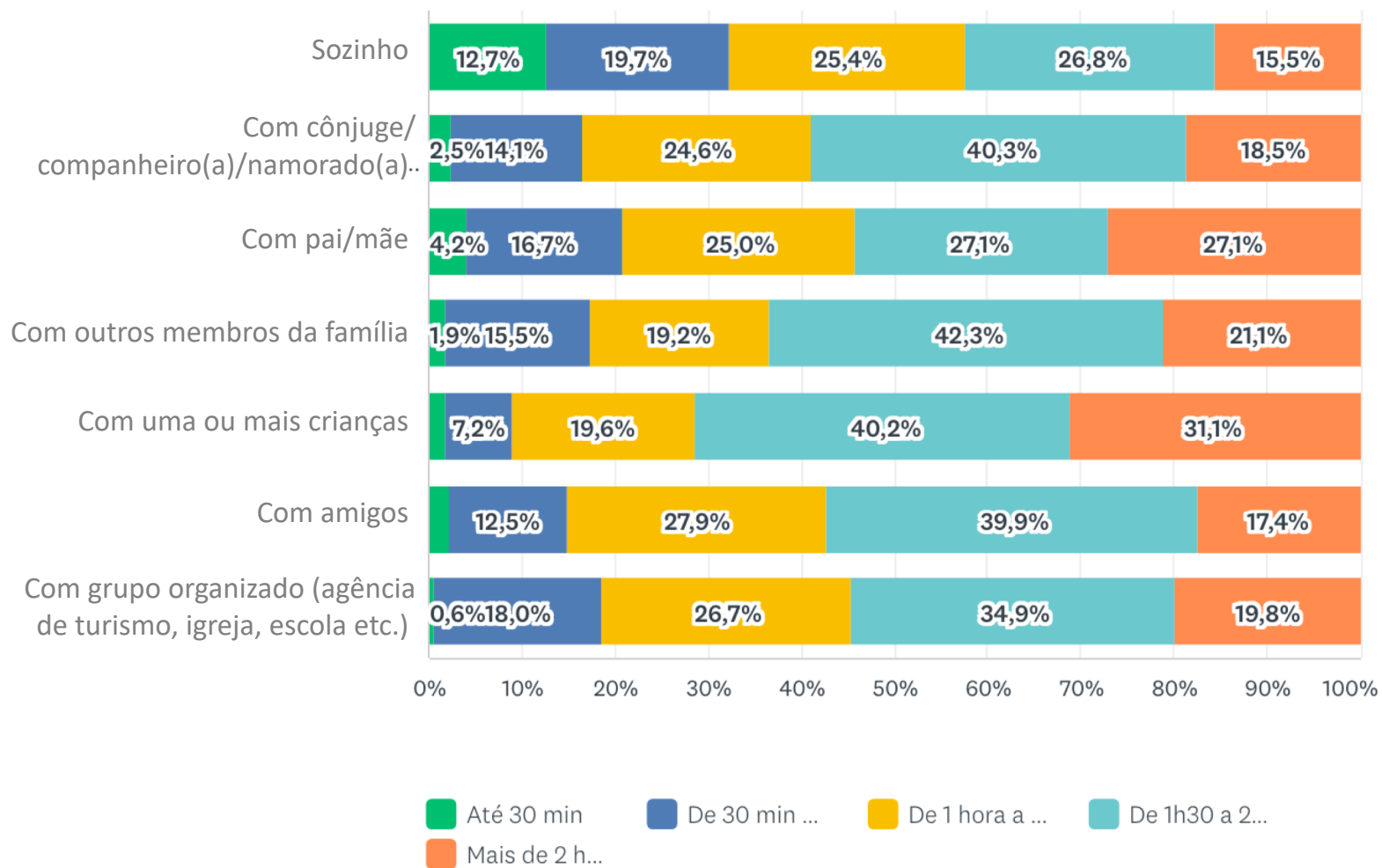
- + A maioria dos visitantes permanecem entre 1h e 2h (64,3%).
- + No caso do estudo COVES (2019) as visitas entre 1 e 2 horas somam 25% e a maior parte do público, 71%, passa mais de 2 horas nos museus analisados, indicando que a visita é uma atividade de longa duração e evento para um período inteiro do dia.

Mais de 2 horas. Quantas?



+ Entre os visitantes que permanecem mais tempo no museus, o tempo de 3h segue sendo o mais mencionado.

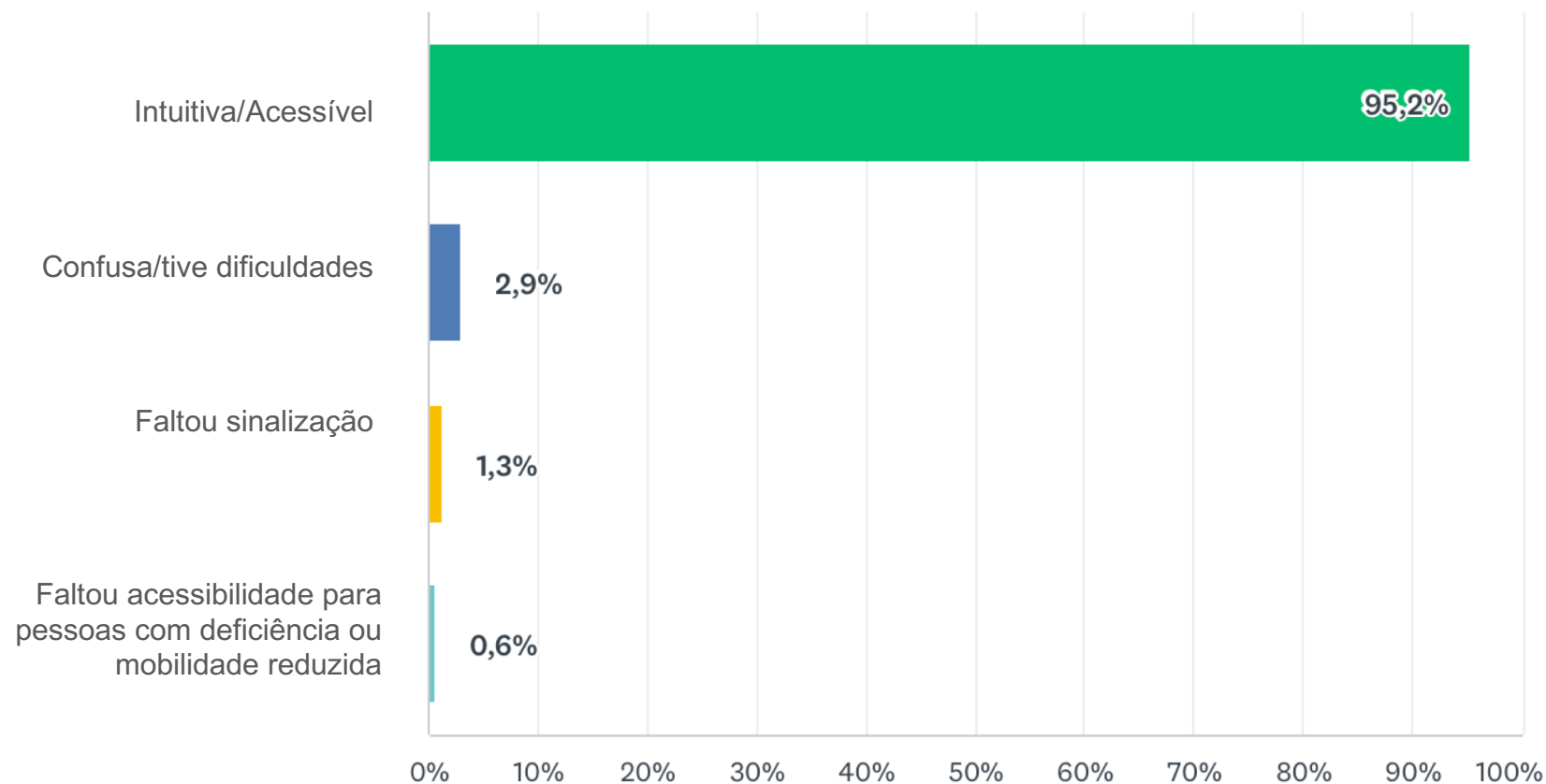
Com quem realizou a visita X tempo de visita



+ Famílias com criança(s) são o grupo que apresenta maior porcentagem de visitas com duração superior a 1h30. São cerca de 71% dos visitantes com esse perfil, somando os grupos que ficaram entre 1h30 e 2h e aqueles que passaram mais de 2h no museu.

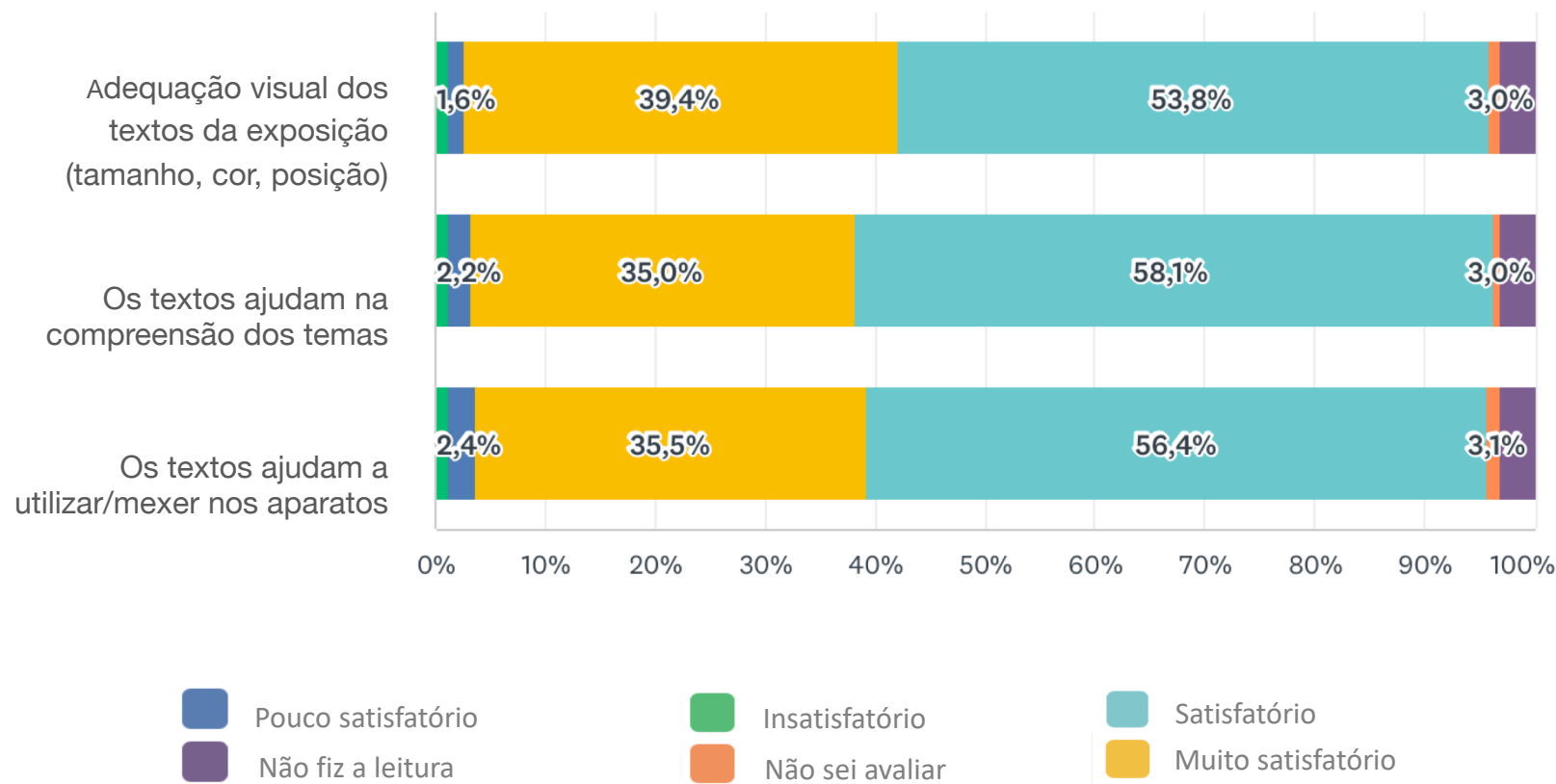
+ Já os visitantes sozinhos são aqueles que apresentam maior porcentagem de visitas “curtas”, com até 1h de duração.

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



+ A maioria dos visitantes indicou que o Sesi Lab é Intuitivo/Acessível quanto à sinalização.

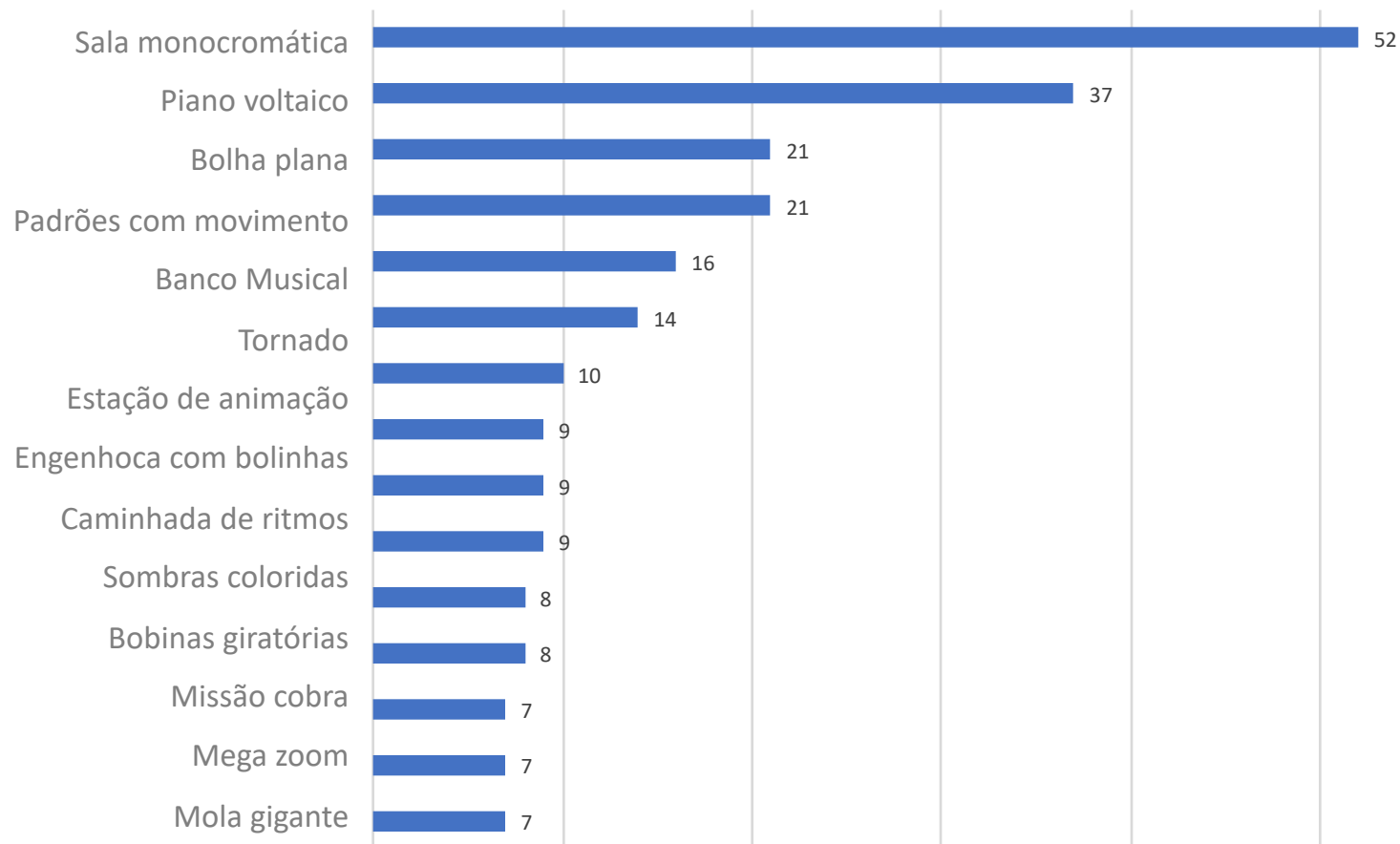
Sobre os textos das exposições avalie:



+ A pesquisa aponta que os textos continuam como 'satisfatório' ou 'muito satisfatório' (acima de 90%)

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

Os 15 aparatos mais citados



+

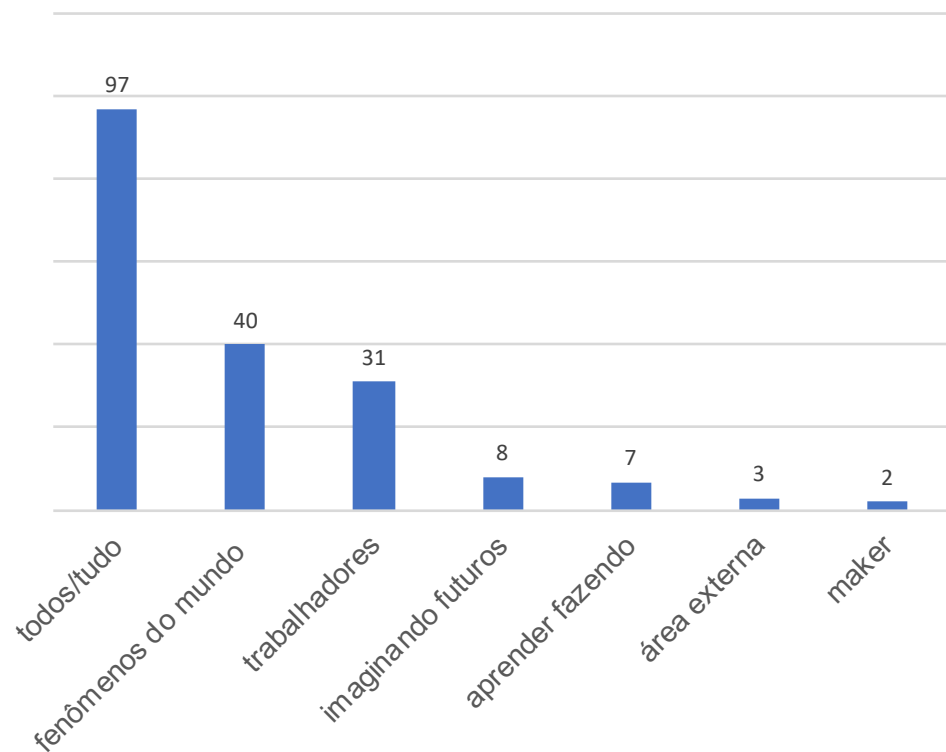
Assim como na pesquisa de 2023, os visitantes responderam espontaneamente sobre os aparatos que mais gostaram, sem auxílio de imagens ou qualquer material para estimular a memória. Vale reforçar que há um número muito grande de aparatos o que pode dificultar a memória do nome, assim em várias respostas o público buscou descrever a experiência. Com isso, em algumas situações, encontramos ambiguidade entre dois aparatos de tema semelhante ou foi impossível identificar pela descrição.

+

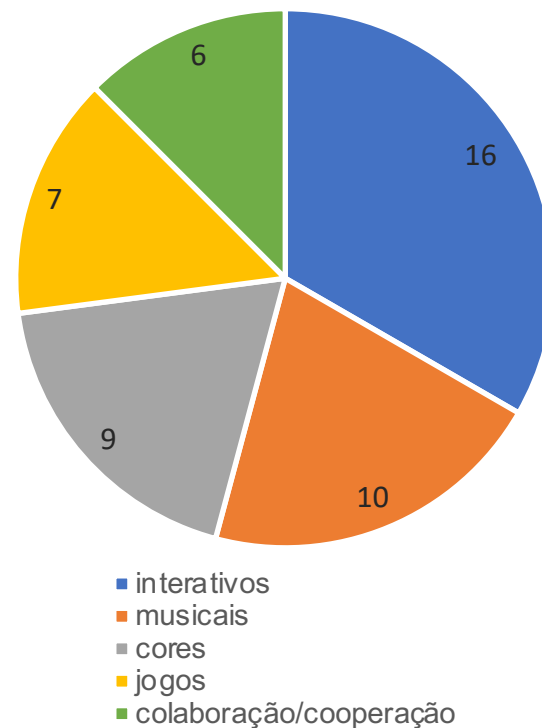
A “Bolha de sabão” e o “Banco musical” continuam entre os mais citados pelos os visitantes. Já a “sala monocromática” que não havia aparecido entre os mais citados em 2023, despontou como o aparato mais lembrado pelos visitantes na atual pesquisa.

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

Todos ou por galeria



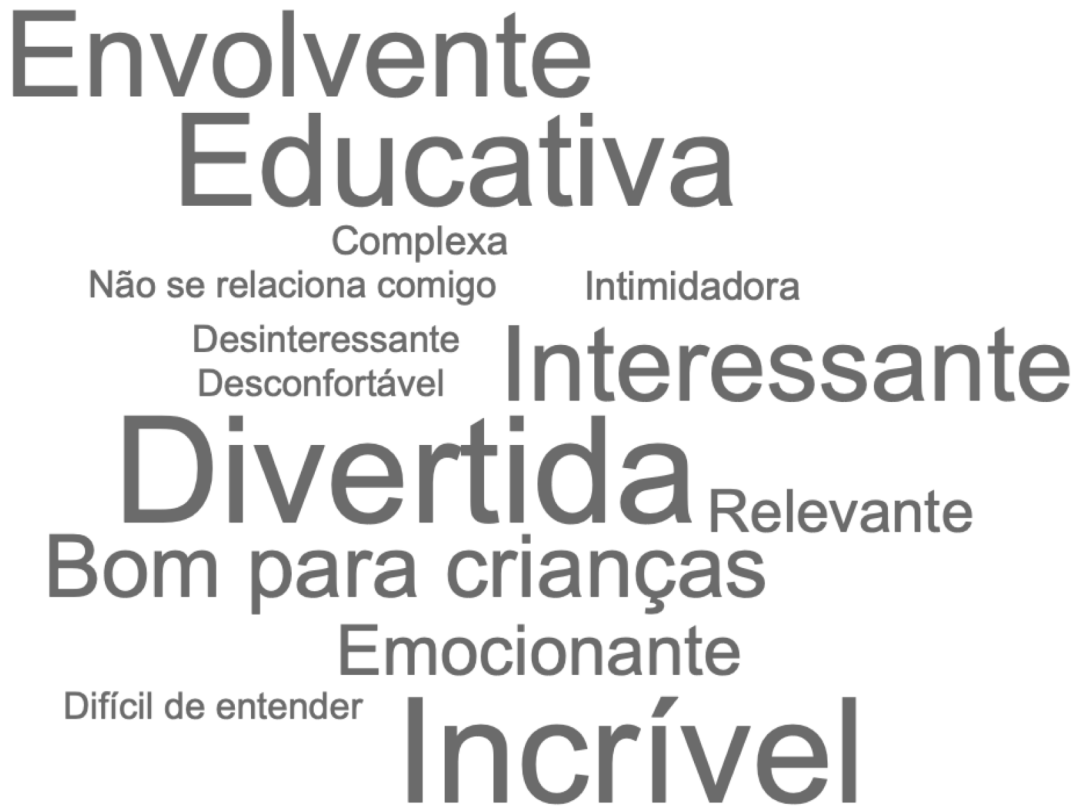
Tema ou tipo



- + Os visitantes tendem a responder que gostaram de tudo. Destaca-se o alto número de menções à exposição temporária.
- + Com as respostas dos visitantes que não especificaram nenhum aparato, mas deram indícios de suas preferências, foi feito o gráfico de pizza.
- + A interatividade é um fator importante para os visitantes, chama atenção a distinção dos aparatos por temas macro como cores e sons ou por tipo como os jogos, ou ainda pelo tipo de interação que promovem como a cooperação e colaboração.

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

Divertida	589
Incrível	572
Educativa	488
Envolvente	438
Interessante	349
Bom para crianças	262
Emocionante	169
Relevante	115
Complexa	17
Intimidadora	16
Desinteressante	5
Desconfortável	4
Difícil de entender	3
Não se relaciona comigo	2

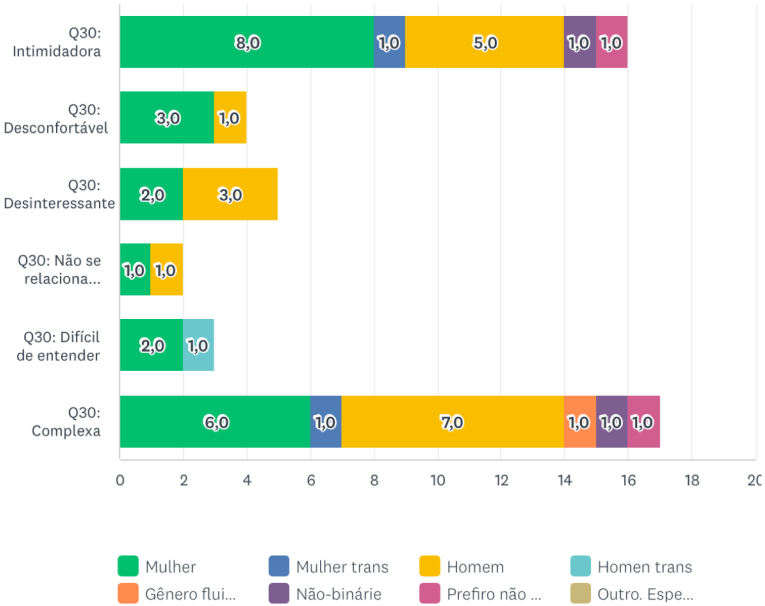


- + Museus são descritos por seus públicos como locais de diversão e aprendizagem (Falk, 2013).
- + No Sesi Lab, a diversão vem se destacando como palavra positiva para descrever essa experiência. Com a inclusão, neste estudo, da palavra educativa, verificamos que a experiência do Sesi Lab parece aliar diversão e educação.

Cruzamentos com palavras: Complexa, Intimidadora, Desinteressante, Desconfortável, Difícil de entender e Não se relaciona comigo

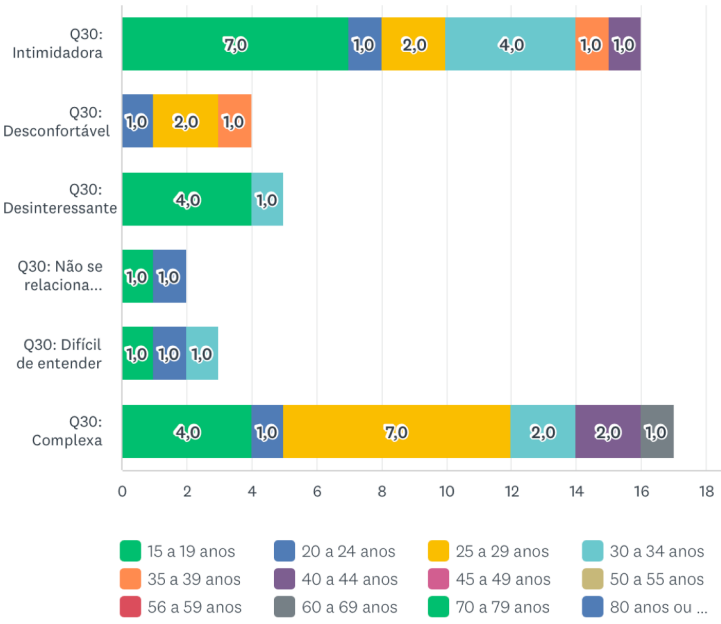
+ Gênero

Responderam: 43 Ignoraram: 0



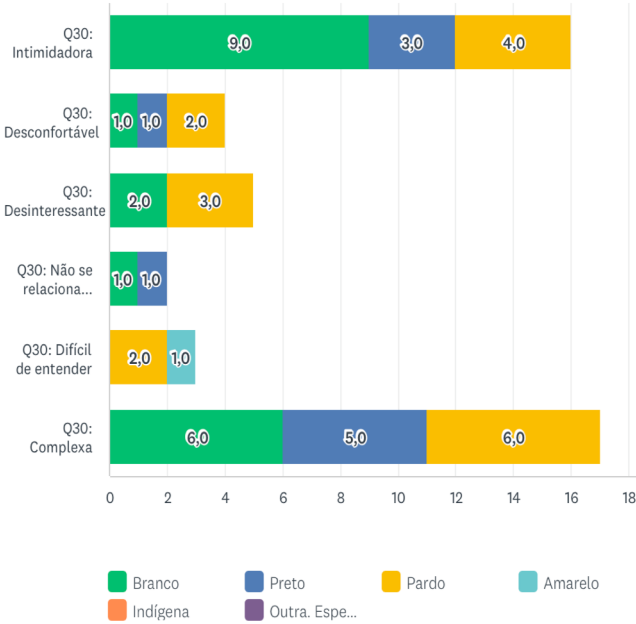
+ Idade

Responderam: 43 Ignoraram: 0



+ Cor/raça

Responderam: 43 Ignoraram: 0



+ Com um olhar para as palavras que descrevem experiências de cunho mais negativo, os dados seguem a tendência de público. Assim, temos mais representantes mulheres. A idade desses participantes está nos grupos de jovens e jovens adultos (15a 19 e 25 a 29), e em relação a cor/raça brancos são os mais contabilizados. Para a palavra complexa há uma maior proximidade entre homens e mulheres.

+ Os dados estão em valores absolutos.

Cruzamentos com palavras: Complexa, Intimidadora, Desinteressante, Desconfortável, Difícil de entender e Não se relaciona comigo

+ Classe média-baixa e baixa		+ Classe média-alta e alta	
	TOTAL		TOTAL
▼ Q30: Intimidadora	33,3% 3	▼ Q30: Intimidadora	39,3% 11
▼ Q30: Desconfortável	0,0% 0	▼ Q30: Desconfortável	14,3% 4
▼ Q30: Desinteressante	22,2% 2	▼ Q30: Desinteressante	10,7% 3
▼ Q30: Não se relaciona comigo	0,0% 0	▼ Q30: Não se relaciona comigo	3,6% 1
▼ Q30: Difícil de entender	22,2% 2	▼ Q30: Difícil de entender	3,6% 1
▼ Q30: Complexa	44,4% 4	▼ Q30: Complexa	35,7% 10
▼ Total de respondentes	9	▼ Total de respondentes	28

- + Em relação aos grupos de renda, verifica-se que aqueles de Classe Média-alta e Alta há maior números de respondentes que escolheram as palavras listadas para descrever sua experiência ao SESI Lab.
- + Destacamos que apenas um comentário de resposta aberta foi feito pelos respondentes, sendo:

um roteiro mais adequado em relação ao melhor percurso para pessoas com deficiência, achei o percurso livre muito solto

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



+ Astronomia segue sendo o tema mais citado pelos visitantes do Sesi Lab. Nesta pesquisa a biologia ((incluindo corpo-humano) é outra área que aparece em destaque.

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

4,7★
Avaliação média



+ O SESI Lab mantém a mesma excelente avaliação média de 4,7.

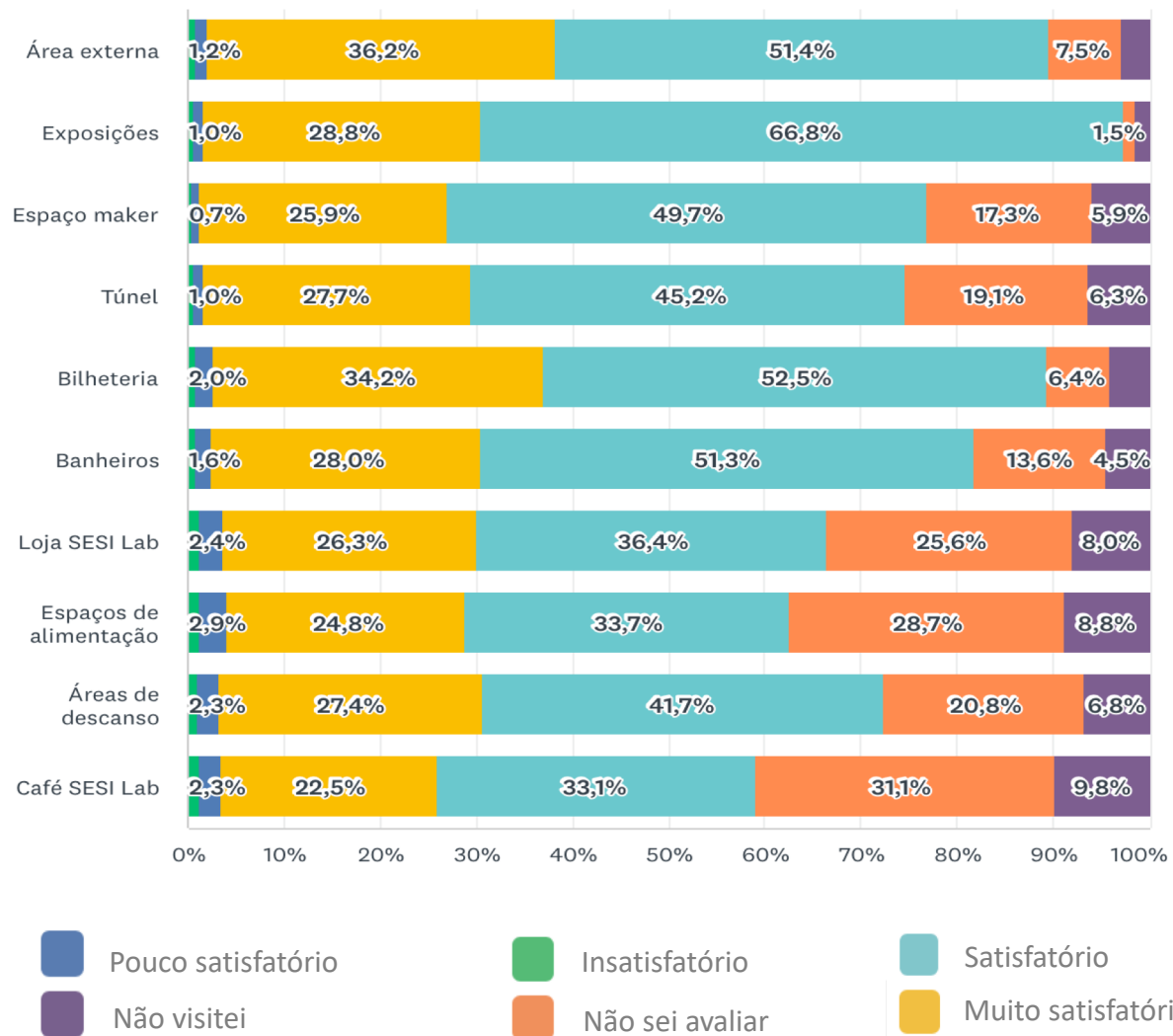
2024

MUITO INSATISFEITO	INSATISFEITO	NEUTRO	SATISFEITO	MUITO SATISFEITO	TOTAL	MÉDIA PONDERADA
1,1% 14	0,1% 1	1,5% 18	20,8% 258	76,6% 950	1.241	4,72

2023

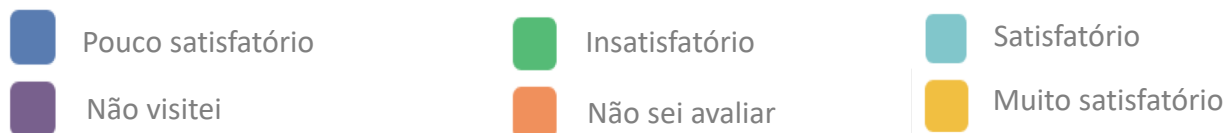
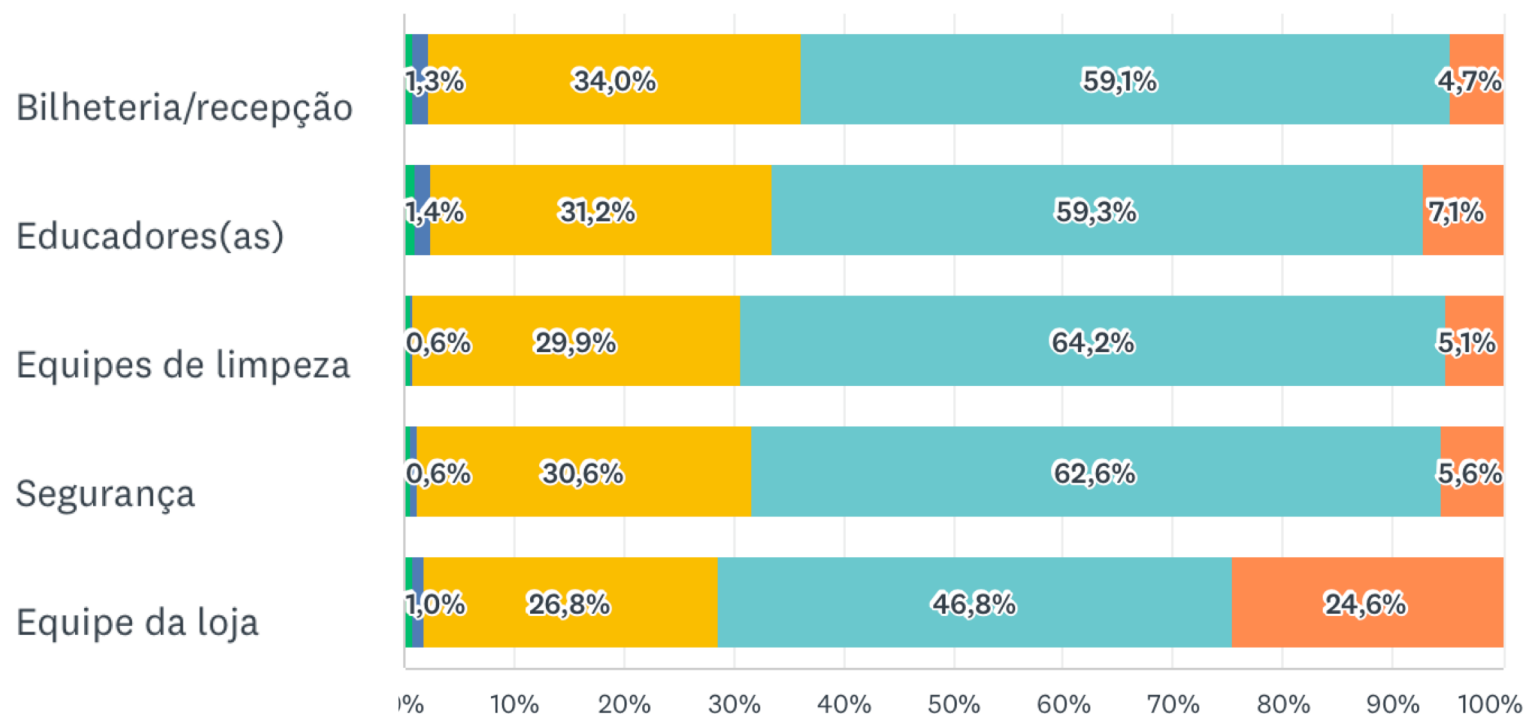
MUITO INSATISFEITO	INSATISFEITO	NEUTRO	SATISFEITO	MUITO SATISFEITO	TOTAL	MÉDIA PONDERADA
1,0% 9	0,1% 1	0,9% 8	23,7% 211	74,3% 662	891	4,70

Avalie a infraestrutura e acessibilidade dos espaços:



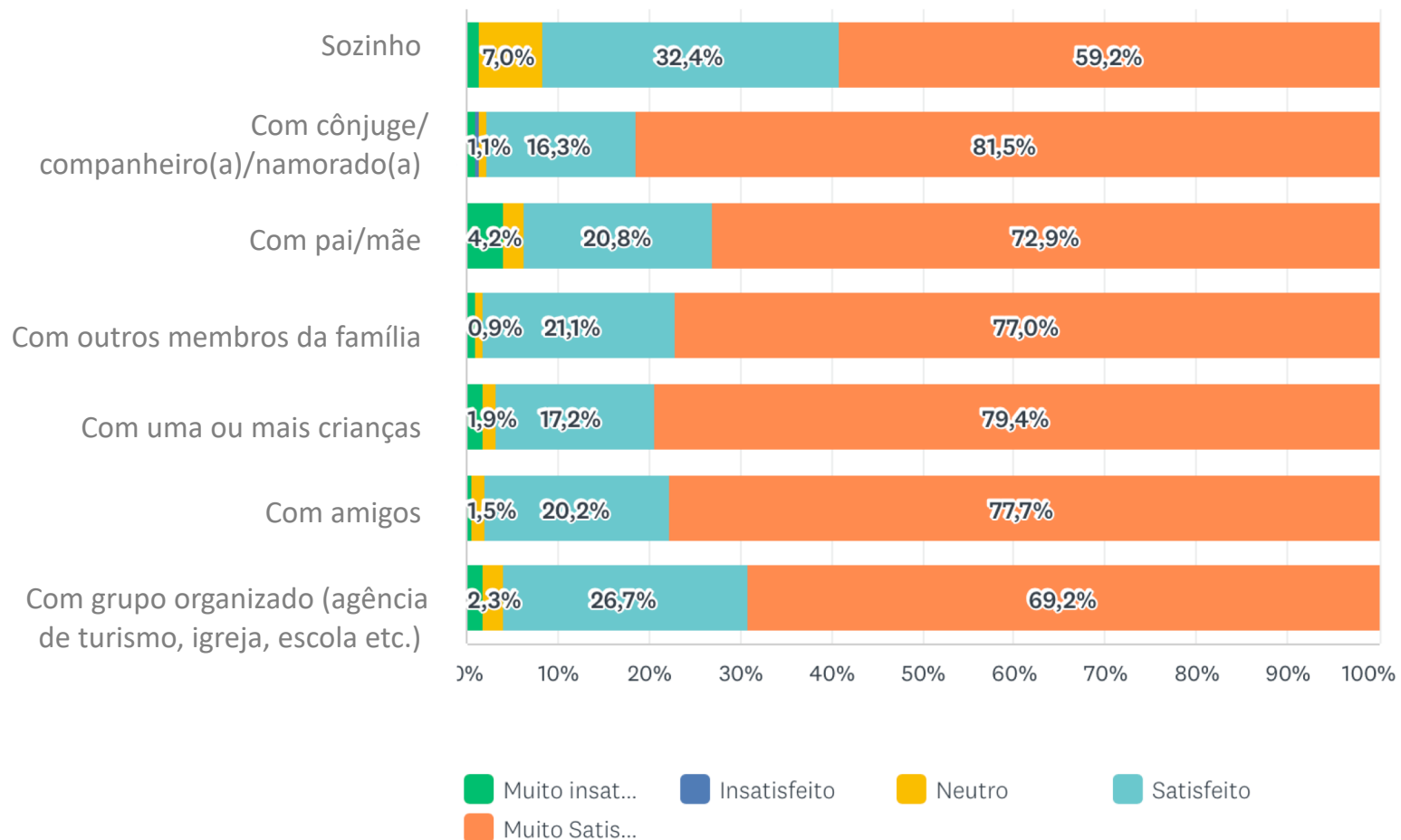
- + Os dados mostram correspondência ao nível global de satisfação, sendo bastante positivos para infraestrutura e acessibilidade dos espaços.
- + Chama a atenção o número de avaliações “não visitei” para o Café, espaço de alimentação e Loja. Esses números podem indicar que os visitantes não haviam acessado tais espaços ainda, a depender do momento que foram abordados pelos aplicadores ou que tiveram alguma dificuldade de acesso pela localização e/ou comunicação para encontra-los.

Como você avalia o atendimento:



- + Os dados no geral, correspondem ao nível global de satisfação.
- + Chama atenção a porcentagem de pessoas que não souberam avaliar o atendimento da loja. Valem os comentários feitos anteriormente para a variável de infraestrutura.
- + A avaliação do item educadores é aplicada para os orientadores de público, funcionários que fazem a interface com o público visitante.

Grau de satisfação X com quem realizou a visita



- + Dentre os grupos de visitantes, aqueles que realizaram a visita com o pai/mãe são os mais críticos em relação à satisfação, apresentando o maior percentual de muito insatisfeito.
- + Já aqueles que visitaram com cônjuge/companheiro(a)/namorado(a) e os grupos com crianças são os que apresentam maior porcentagem de avaliações “muito satisfeito” (81,5% e 79,4%, respectivamente).

Como ficou sabendo do SESI Lab? (Marque até 2 opções)



+ A indicação Sesi Lab por pessoas conhecidas: amigos (32%) família (10%), professores (12,1%) o famoso marketing espontâneo (boca a boca) segue como o principal meio de informação a respeito do espaço. Em seguida destacam-se os ambientes digitais pela internet somando 39,5% (redes sociais 25,3% e sites de busca/notícias 14,2%).

+ Chama a atenção o número de respondentes que indicam que conheceram o museu Passando em frente (21%). Na pesquisa do OMCC&T (MANO et al., 2017) o número de respondentes corresponde a 17%.

Oficinas Maker

TOTAL DE RESPOSTAS

323

TAXA DE CONCLUSÃO

100%

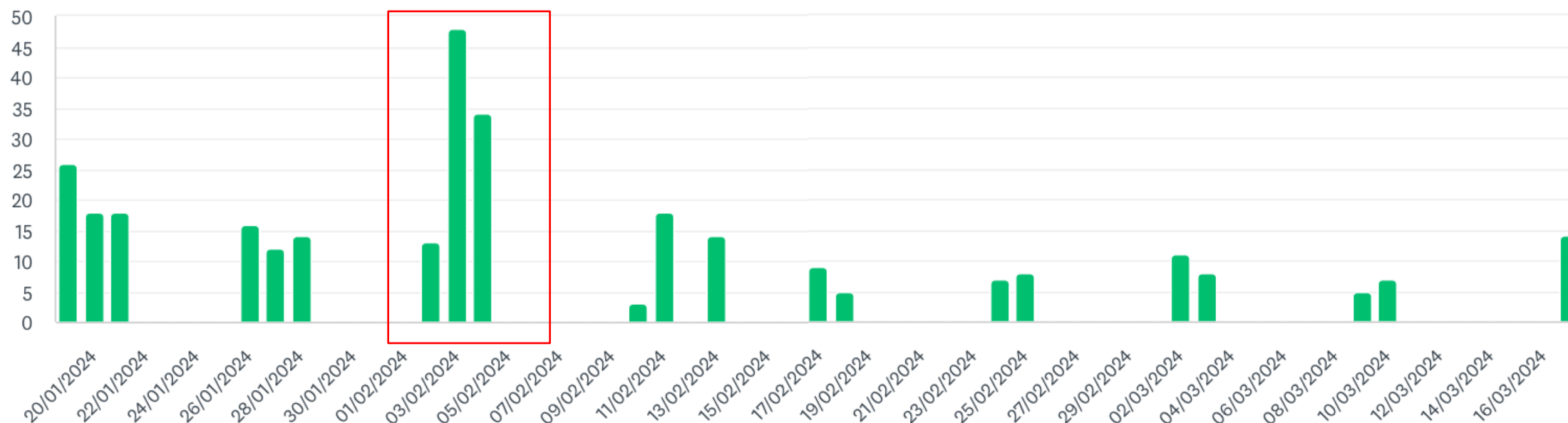
Total de respostas
válidas

308

Período de aplicação dos questionários

18 de janeiro a 17 de março

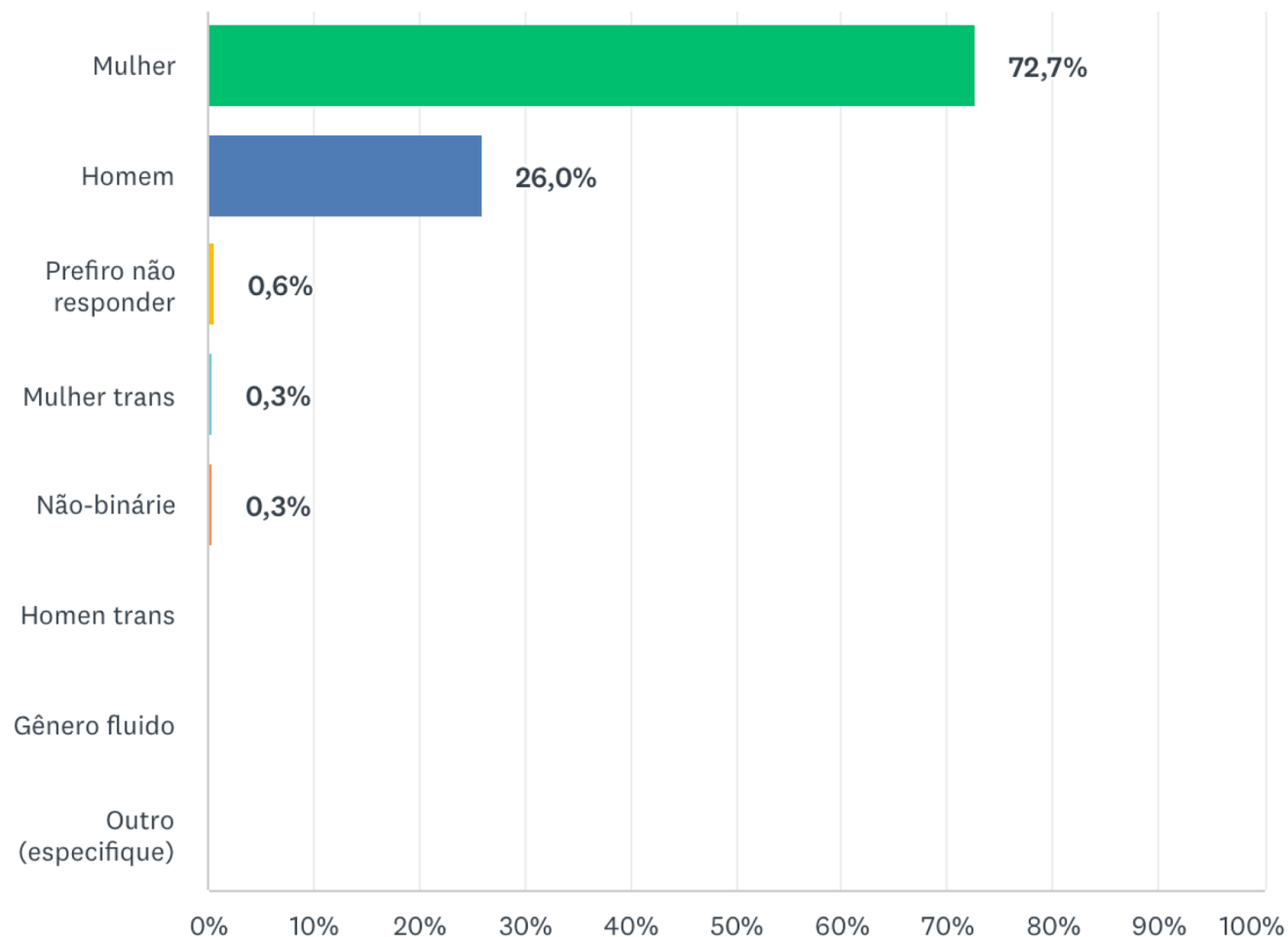
Distribuição temporal



- + As oficinas maker ocorreram de sexta à domingo no mês de janeiro e primeira semana de fevereiro, e aos sábados, domingos e feriado nas semanas subsequentes de fevereiro e no mês de março.
- + O maior número de respostas foi obtido no mês de fevereiro (n=159), mês em foram realizadas coletas em todos os dias em que as oficinas foram oferecidas.
- + Os dias com maior número de respostas coletadas foram 03 (sáb.) e 04 (dom.) de fevereiro com 48 e 34 respostas, respectivamente.
- + Atividades oferecidas nos dias 03 e 04
Oficina Maker: Borboletário Virtual

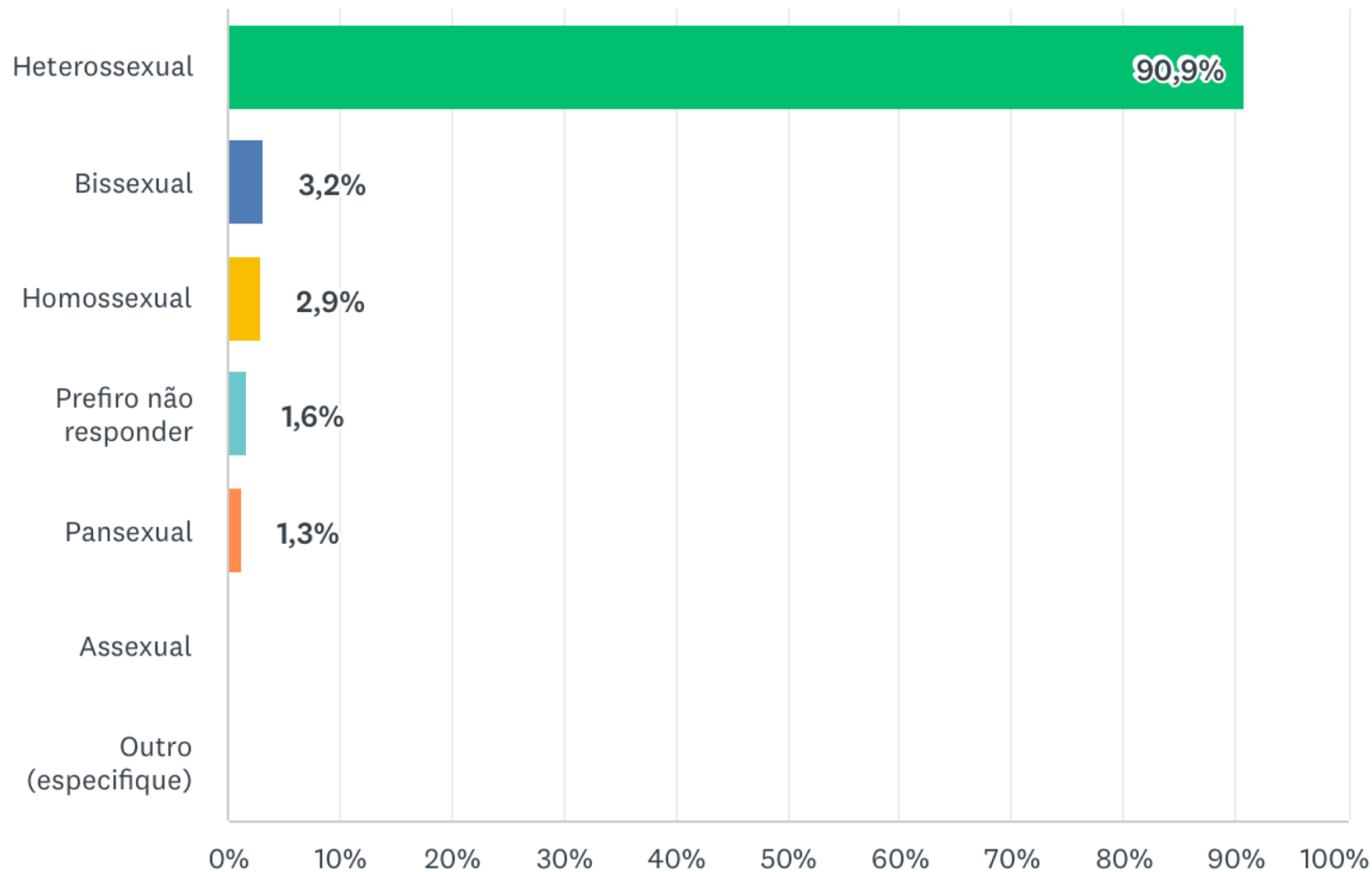
Perfil

Qual é a sua identidade de gênero?

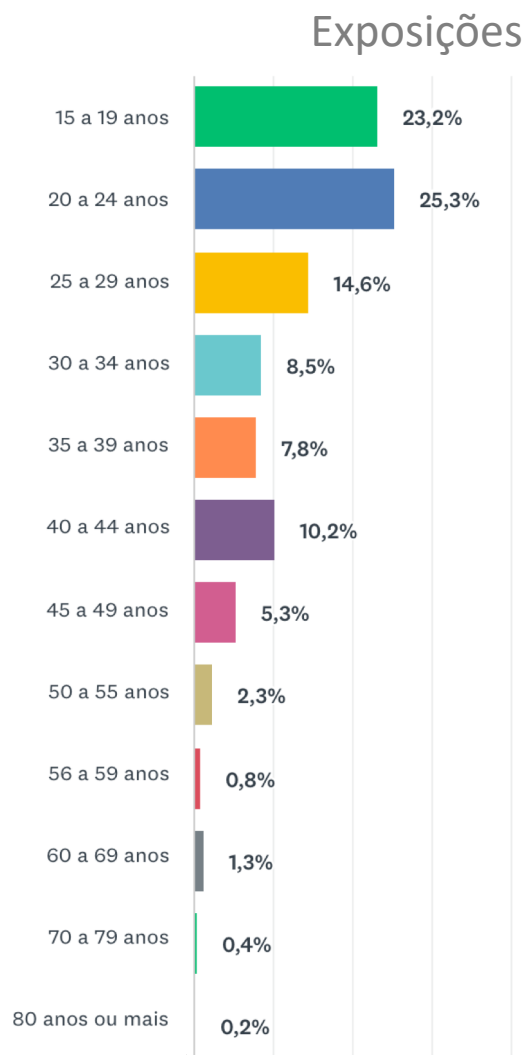
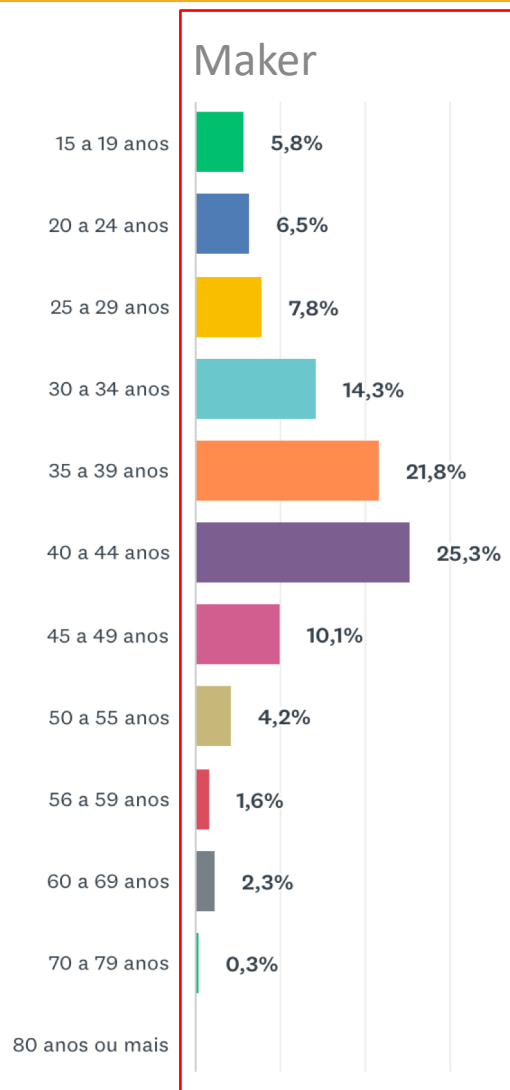


- + As mulheres são ainda mais presentes na oficina Maker do que no geral, com um aumento de 20%.
- + Esses dados repetem a frequência do ano anterior (2023) onde o público feminino é significativamente maior que o masculino. Em 2023 identificaram-se como mulheres e homens 68,8% e 31,1% dos respondentes, respectivamente. Mostrando que o público masculino esteve ainda menos presente em 2024.
- + Não aparecem homens trans e gênero fluido, além da menor porcentagem de não-binária em relação às exposições.

Com relação à orientação sexual, como você se identifica?



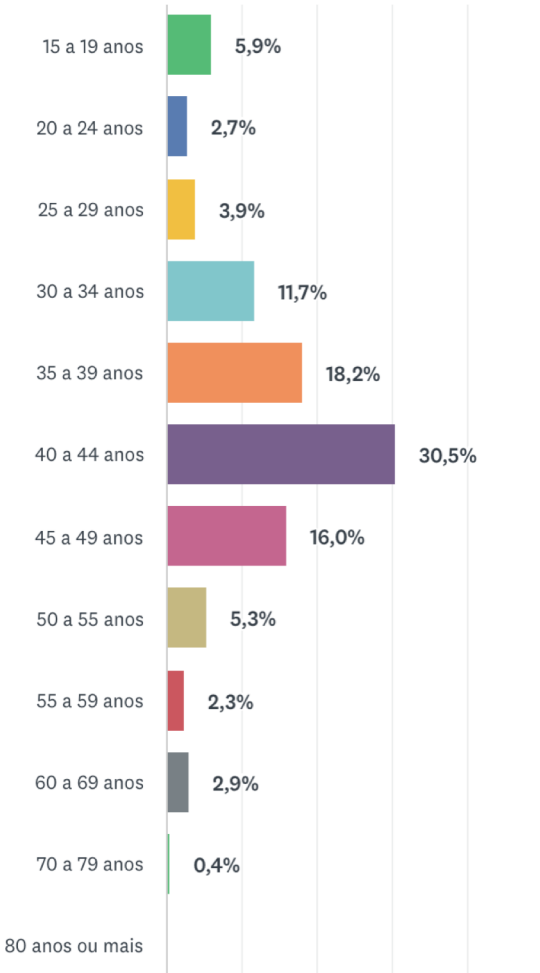
Qual sua idade



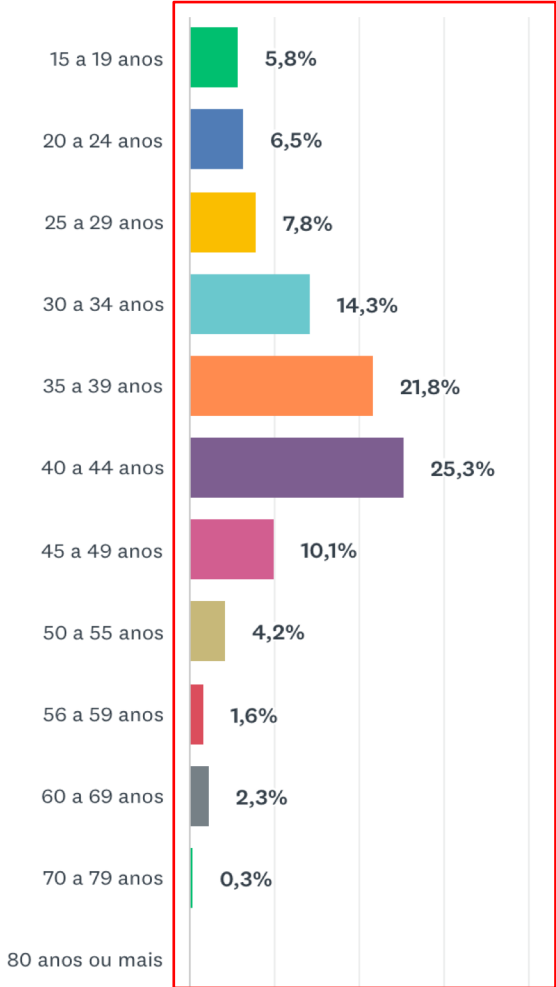
- + Nota-se uma diferença entre o público das exposições e das oficinas maker. Enquanto o público da exposição apresenta um perfil jovem adulto (15 a 29 anos), o da oficina Maker tem uma expressividade maior entre adultos dos grupos de 30 a 44 anos.
- + A exposição apresentou um público respondente de 62,1% entre as faixas etárias de 15 a 29 anos, enquanto oficina maker fez um total de 20,1%. Para as faixas etárias de 30 a 44 anos esse número é de 26,5% na exposição e 61,4% para oficina maker.
- + O número de idosos é baixo em ambas as pesquisas, reforçando mais uma vez a importância das ações voltadas para esses públicos.

Qual sua idade

Maker 2023

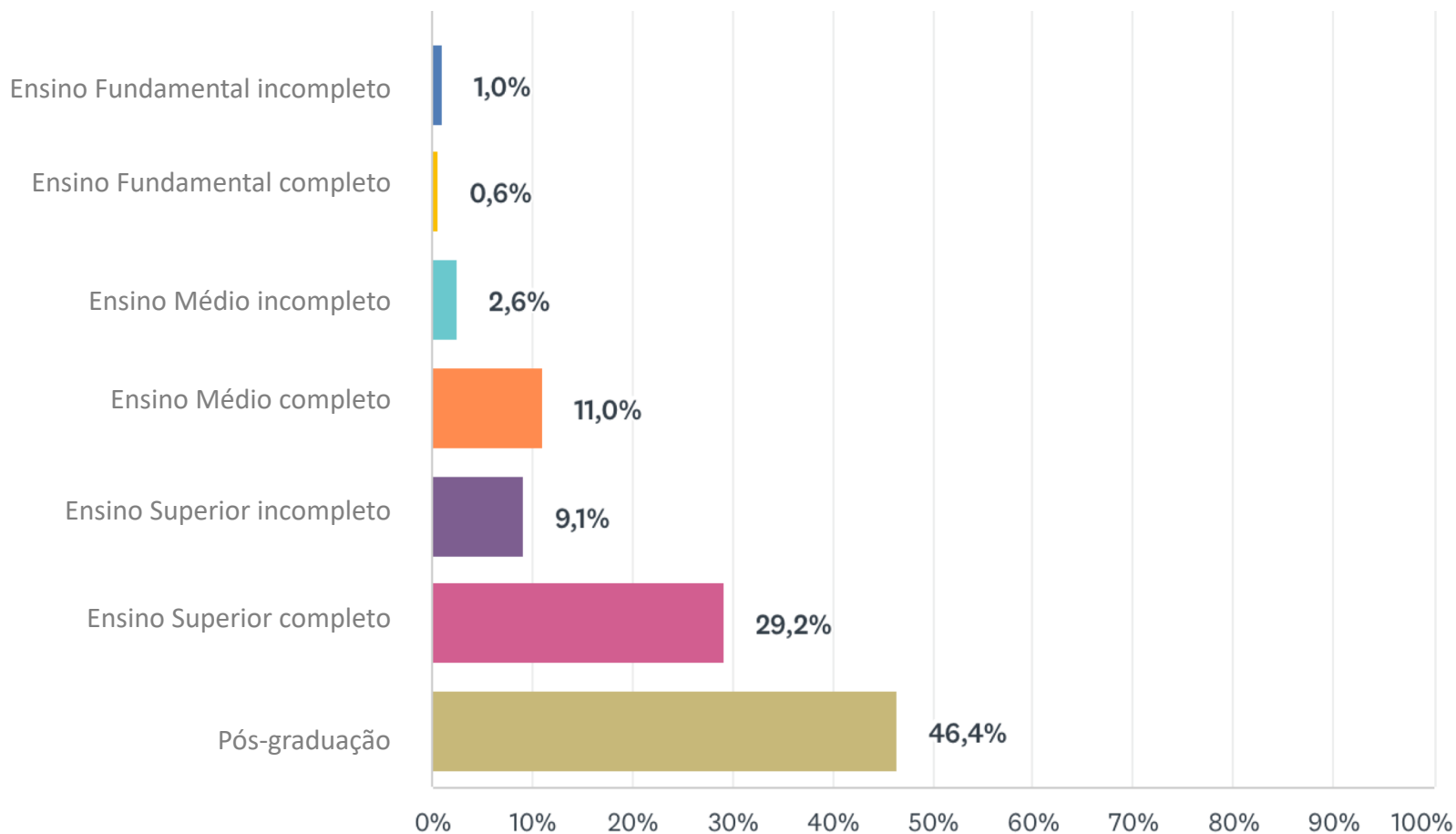


Maker 2024



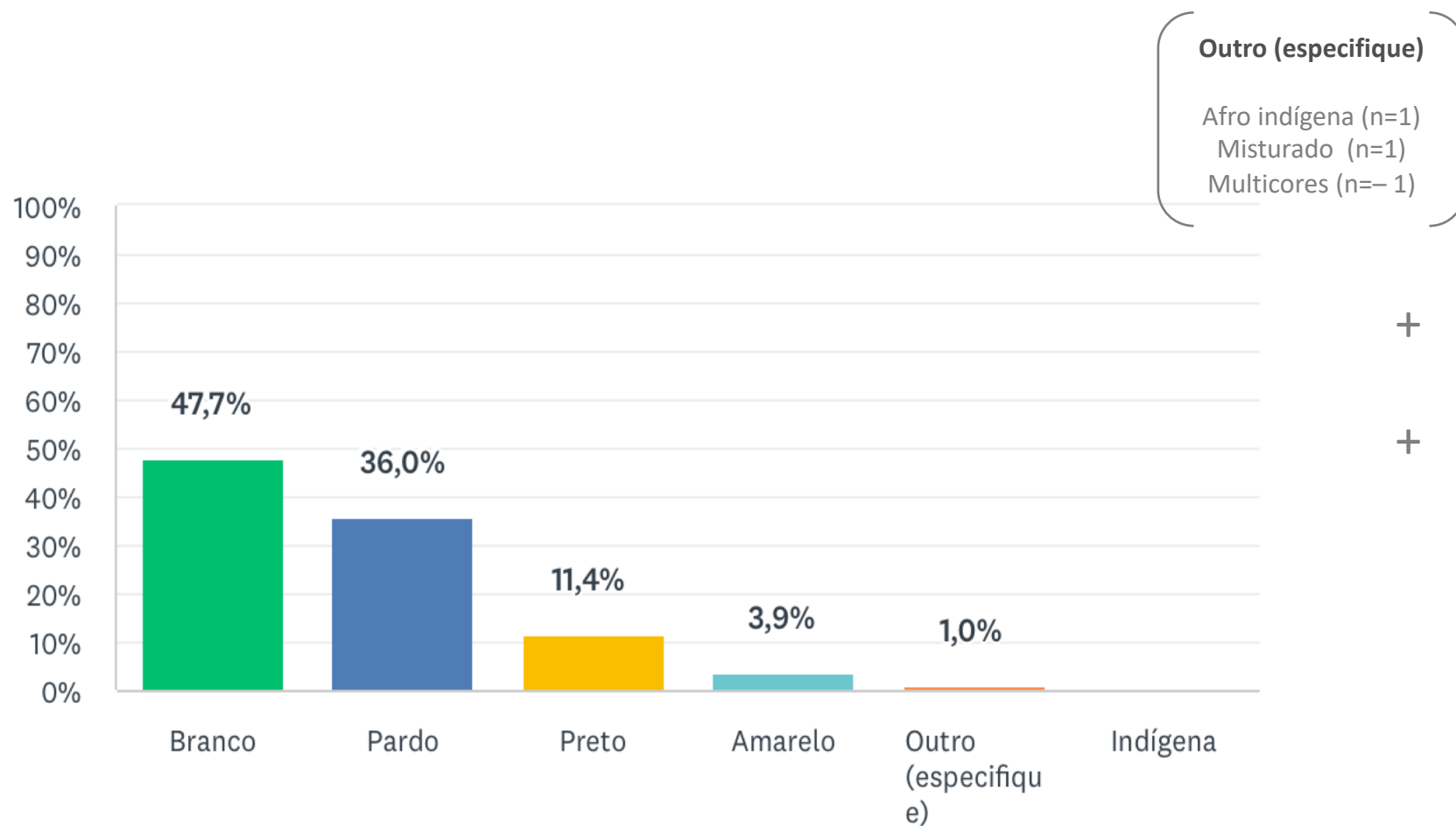
+ Os resultados de 2024 mostram uma ampliação do público jovens adultos, especialmente entre 20 a 29 anos. Houve também aumento na faixa entre 30 a 39 anos e redução naquelas que vão de 40 a 59 anos. Isso significa que ainda que os respondentes mais frequentes estejam na faixa dos 35 a 44 anos, houve uma aumento do público mais jovem nas oficinas. Tendência que pode ter relação com o aumento de jovens visitando o Museu, como visto nos resultados da pesquisa das exposições.

Escolaridade



- + Entre o público respondente aqueles com pós-graduação seguem como mais representativo das oficinas. Não houve na amostra pessoas que se declararam “sem instrução”.
- + Em comparação com as exposições e programação cultural, as oficinas apresentam maior número de visitantes com pós-graduação.
- + Esse dado pode estar relacionado ao maior número de adultos, possivelmente acompanhando crianças.
- + Entre aqueles com Ensino Médio completo houve um aumento de 4,7% para 11% de 2023 para 2024.

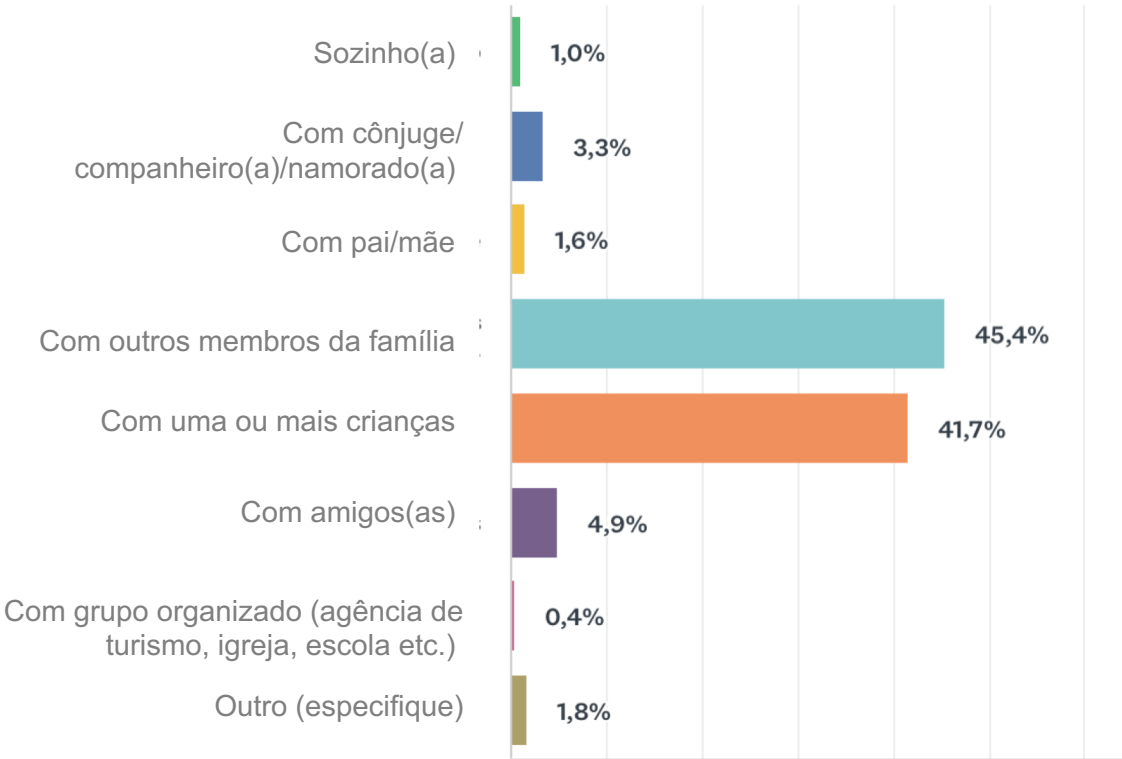
Com relação à sua cor/raça, como você se reconhece:



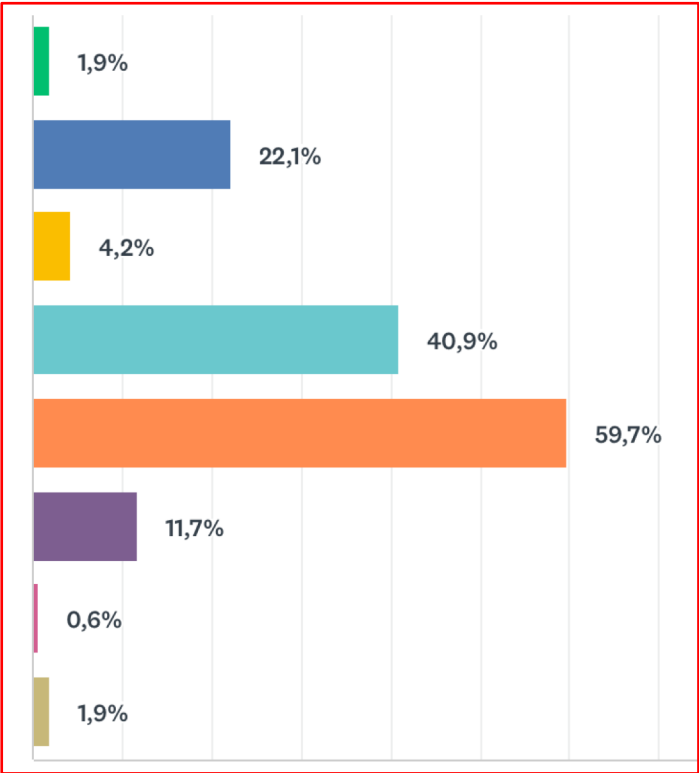
- + Os dados são semelhantes àqueles encontrados ao ano anterior (2023).
- + Neste ano, em comparação ao público que visitou a exposição, há uma diminuição entre aqueles que se autodeclararam “Preto” (14,5% para 11,4%).

Com quem você veio ao SESI Lab? (Marque todas as opções aplicáveis)

Maker 2023



Maker 2024



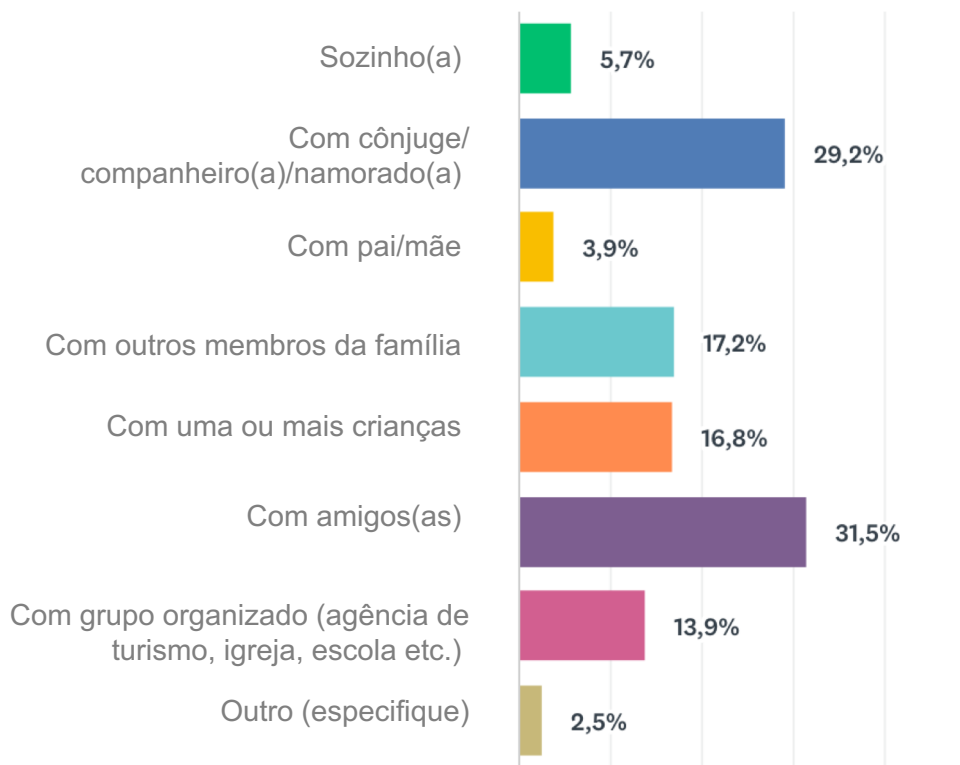
Outro (especifique)

- Família
- Família, mãe e filhos e filha
- Minha afilhada
- Família
- Alunos
- Trilheiras de Brasília

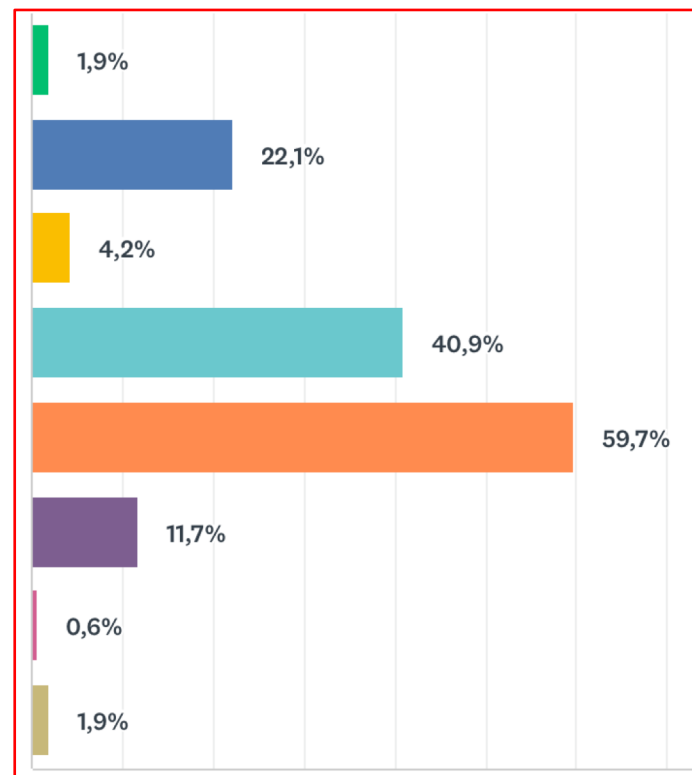
+ Como no ano anterior (2023), o público que participa das oficinas maker fazem a visita acompanhados, em grupos familiares. Nota-se um aumento das respostas “com uma ou mais crianças” e redução das respostas com outros membros da família e amigos.

Com quem você veio ao SESI Lab? (Marque todas as opções aplicáveis)

Exposições

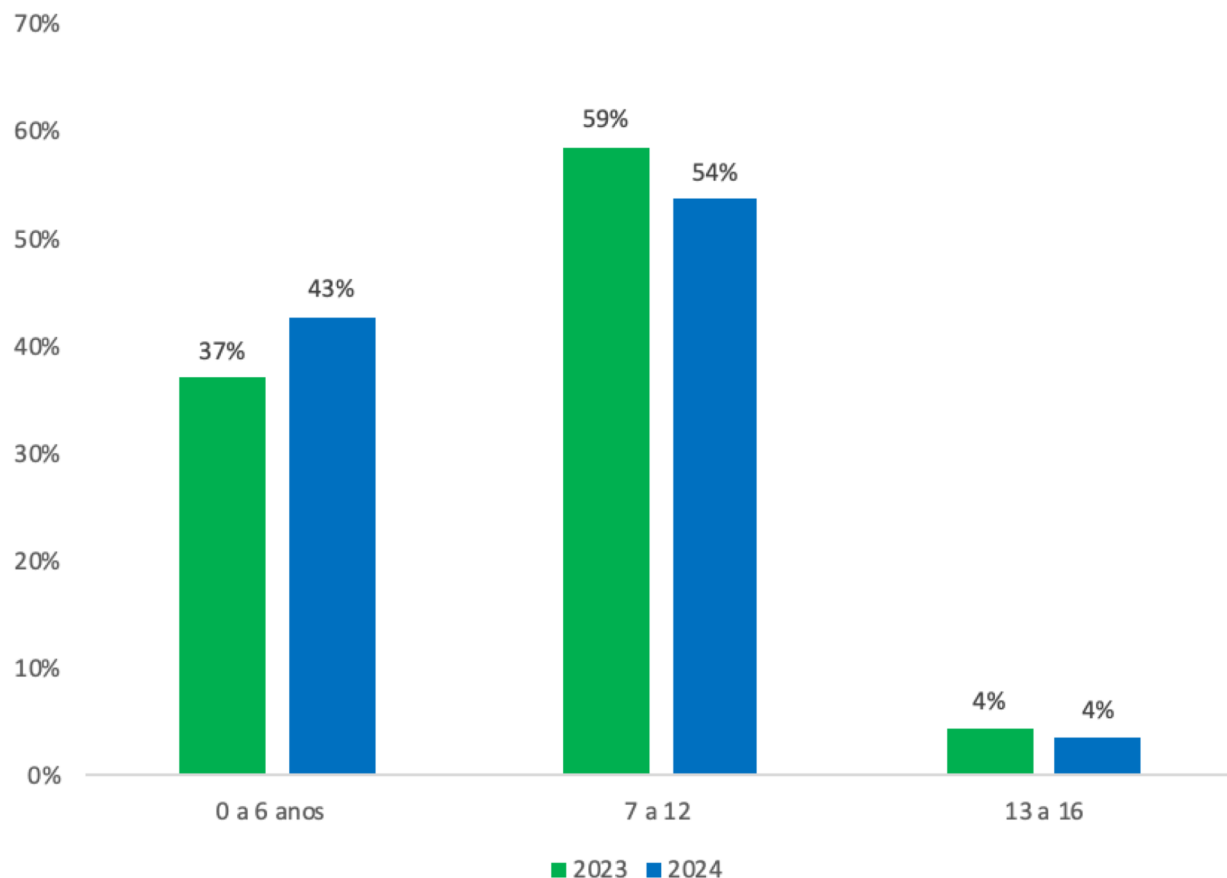


Maker 2024



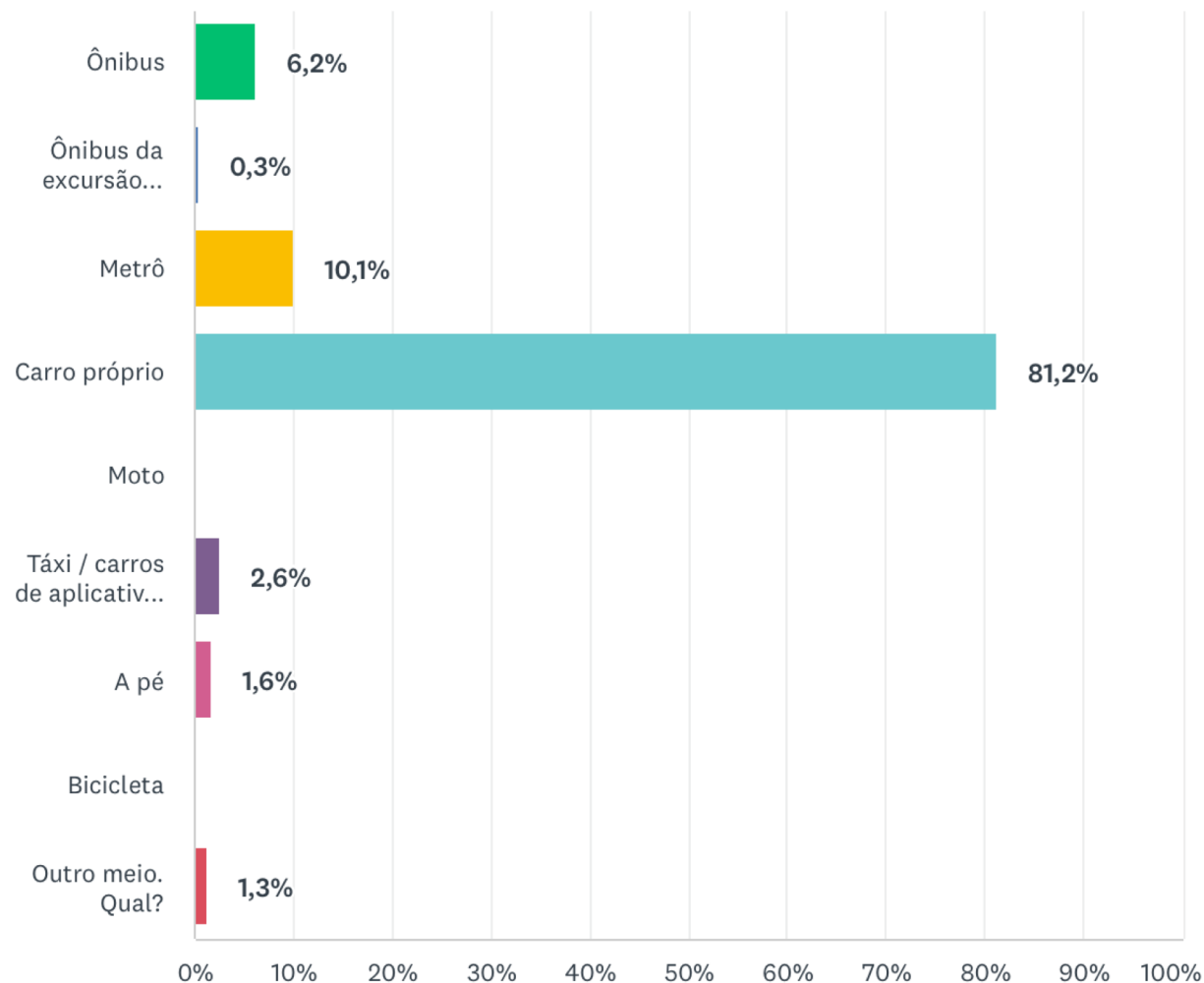
+ Em comparação às exposições, o público das oficinas maker apresenta algumas diferenças representativas. O público com crianças e com outros membros da família é muito mais frequente nas oficinas. Enquanto os grupos com amigos, grupos organizados e visitantes sozinhos são bem menos expressivos do que nas exposições.

Se está acompanhado(a) de criança(s),
especifique a(s) idade(s), por favor.



- + A proporção de crianças de 7 a 12 anos é a mais expressiva em 2023 e 2024. As crianças com idade de 9 anos foram as mais mencionadas pelos adultos.
- + Em comparação a 2023, a faixa etária de 0 a 6 anos teve um aumento de 16%, enquanto as crianças da faixa etária de 7 a 12 anos, tiveram uma queda de 8%.

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



Outro (especifique)

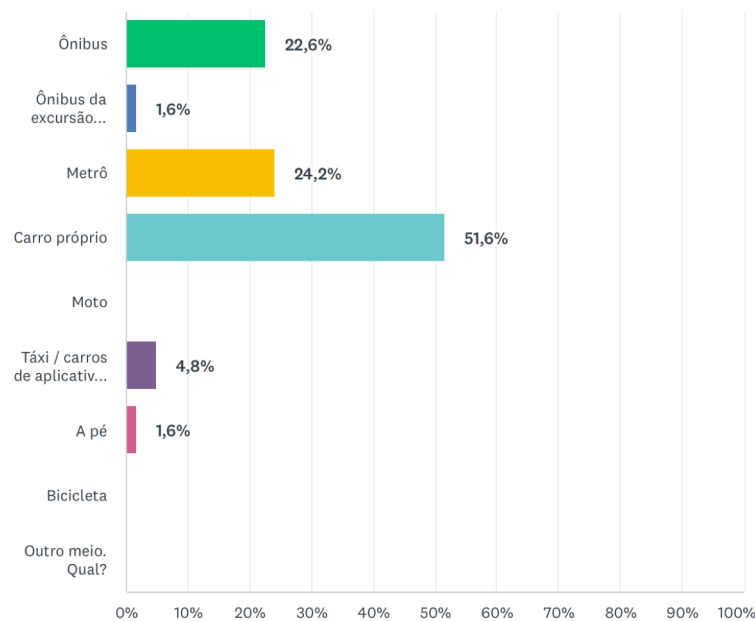
Carona (n= 3)

- + Assim como na pesquisa em 2023, o carro é meio de transporte preferencial dos participantes das oficinas.
- + Observa-se um aumento entre aqueles que chegam ao SESI Lab por metrô (2023 = 3,1,%).

Meio(s) de transporte – idade

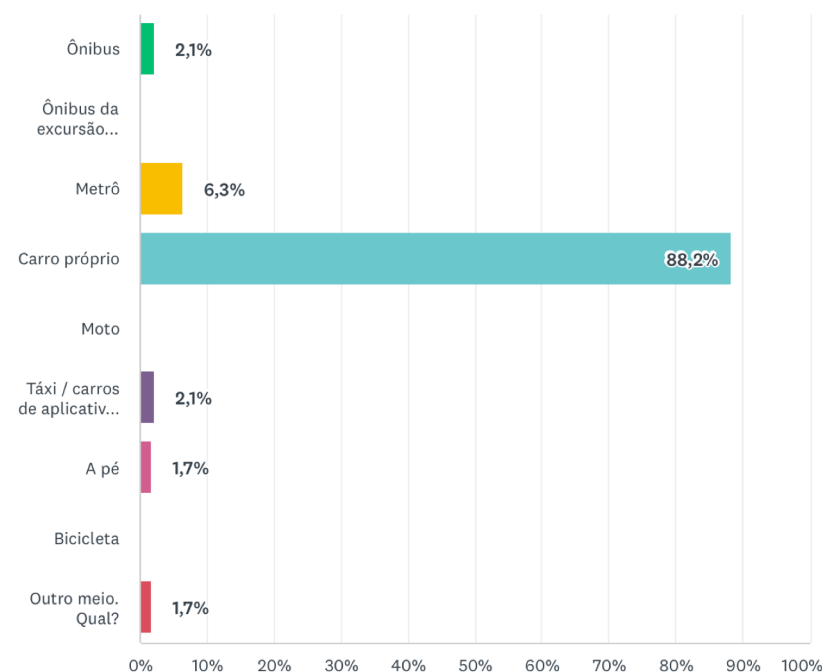
+ 15 a 29 anos

Responderam: 62 Ignoraram: 0



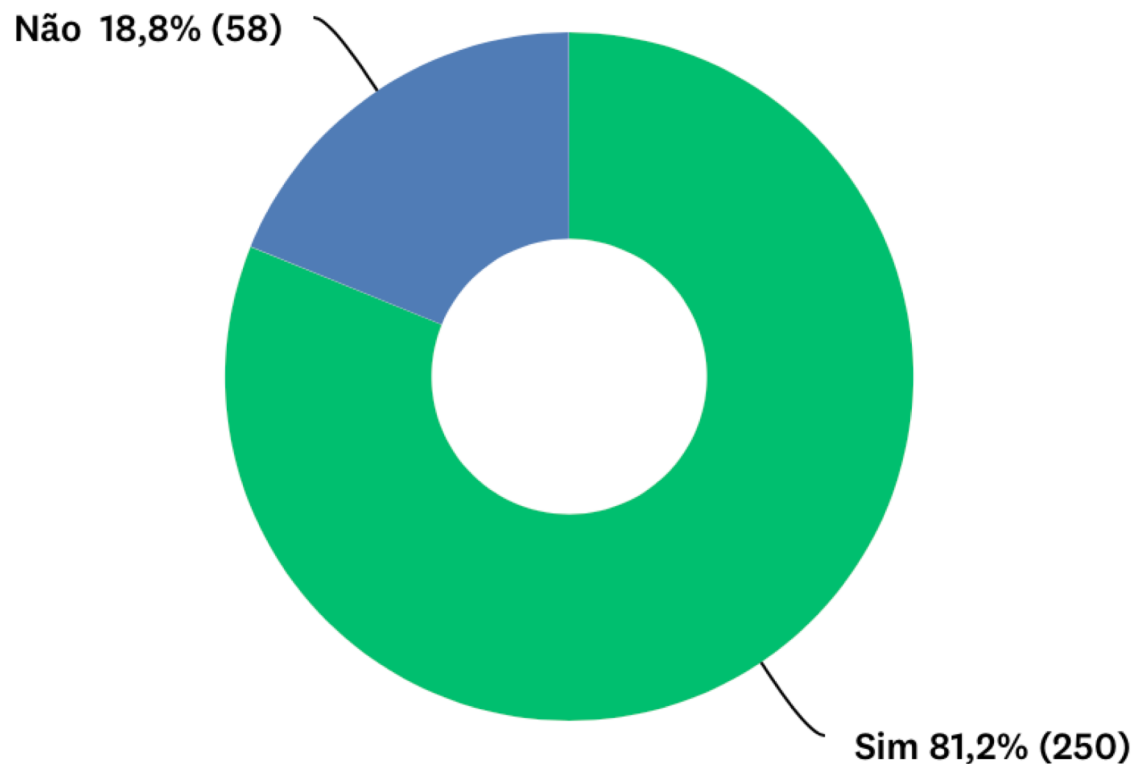
+ 30 a 59 anos

Responderam: 238 Ignoraram: 0



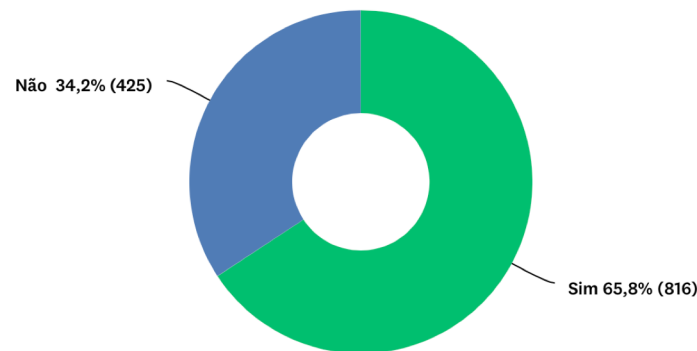
- + O número de visitantes que vem ao Sesi Lab de carro próprio é maior entre os jovens e jovens adultos (15 a 29) e adultos (30 a 59) que frequentam o Sesi Lab. No entanto, para os visitantes adultos esse número representa cerca de 88,2%, ou 71% mais do que entre os jovens e jovens adultos.
- + São mais expressivos entre o público jovem e jovem adulto o metrô e ônibus.

Você exerce alguma atividade remunerada?

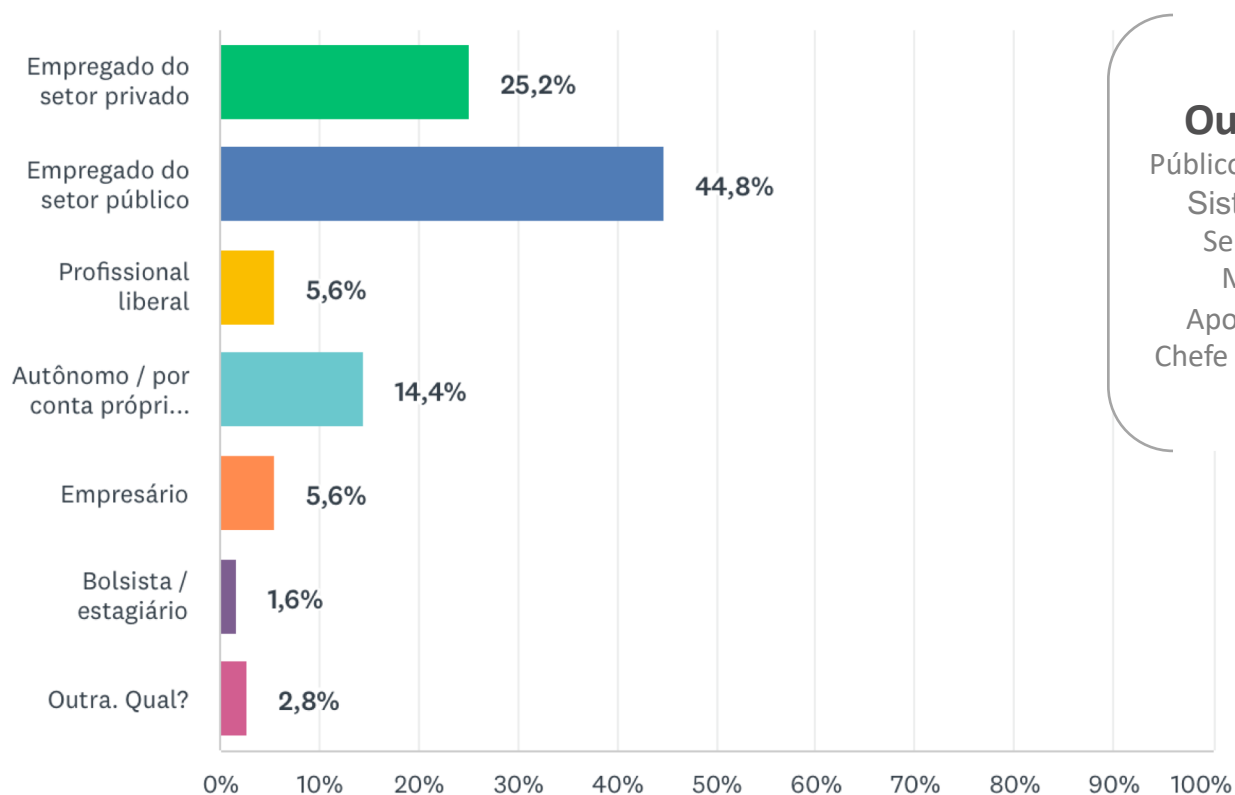


- + Reforçando os dados da pesquisa anterior (2023), entre os participantes das oficinas, a porcentagem de pessoas que exercem atividade remunerada é superior aquelas que visitam a exposição. Sugerimos que esse resultado está atrelado ao maior número de adultos e menos estudantes nesta amostra.

Público espontâneo - exposições



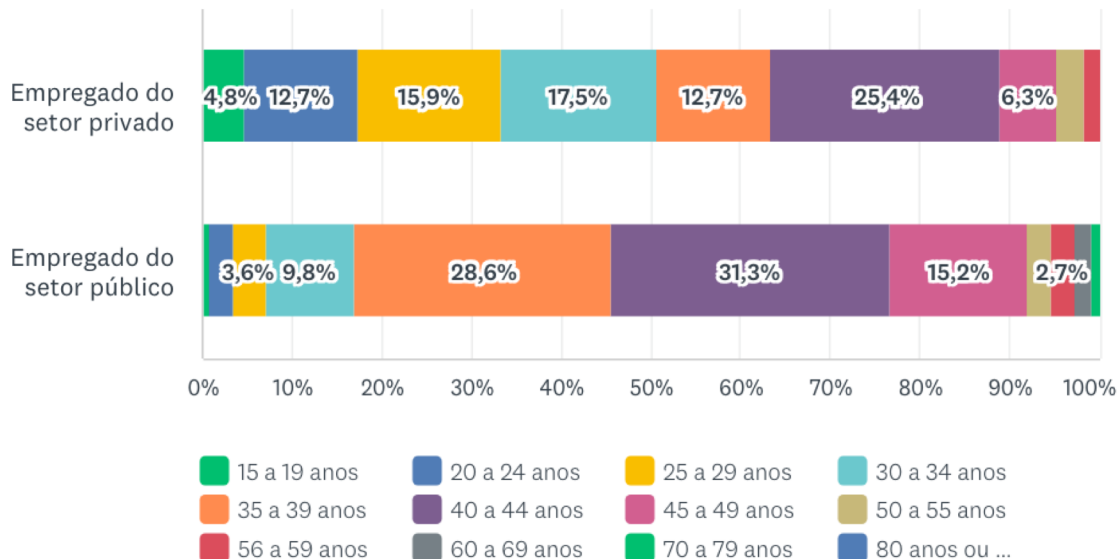
Se você exerce atividade remunerada, indique sua situação: (Marque apenas uma resposta)



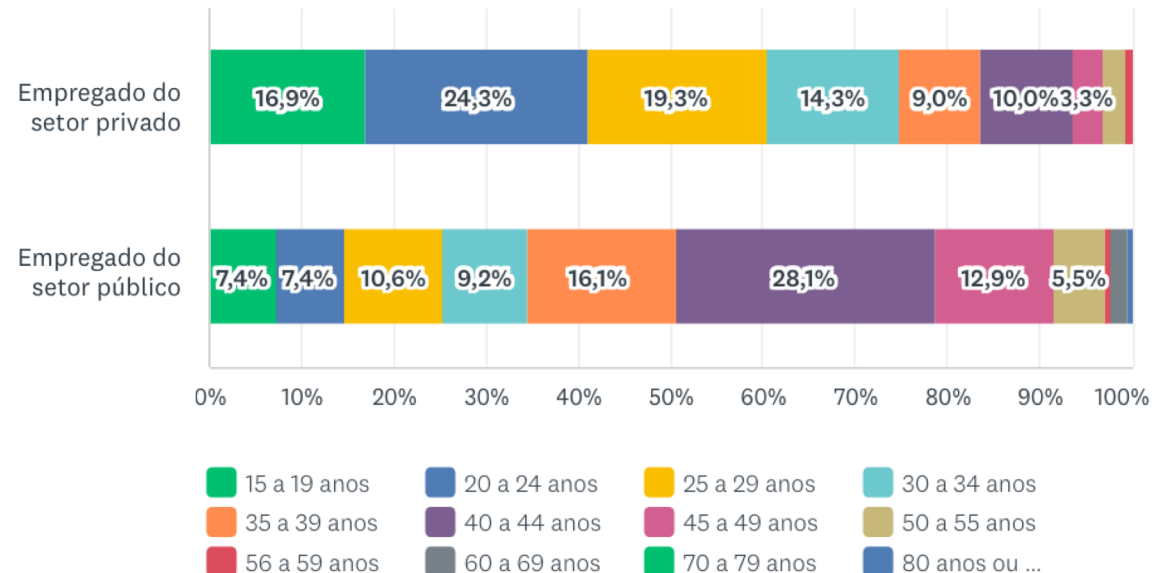
- + Em comparação a pesquisa de 2023, os respondentes da oficina maker, continuam sendo maioria empregados do setor público.
- + No entanto, em comparação ao público da exposição deste ano, há uma diferença significativa entre setor público e privado. A saber, a proporção de empregados do setor privado é 32% menor e do setor público 68% maior na oficina maker. (ver cruzamentos a seguir)

Atividade remunerada X idade

Maker 2024



Exposições

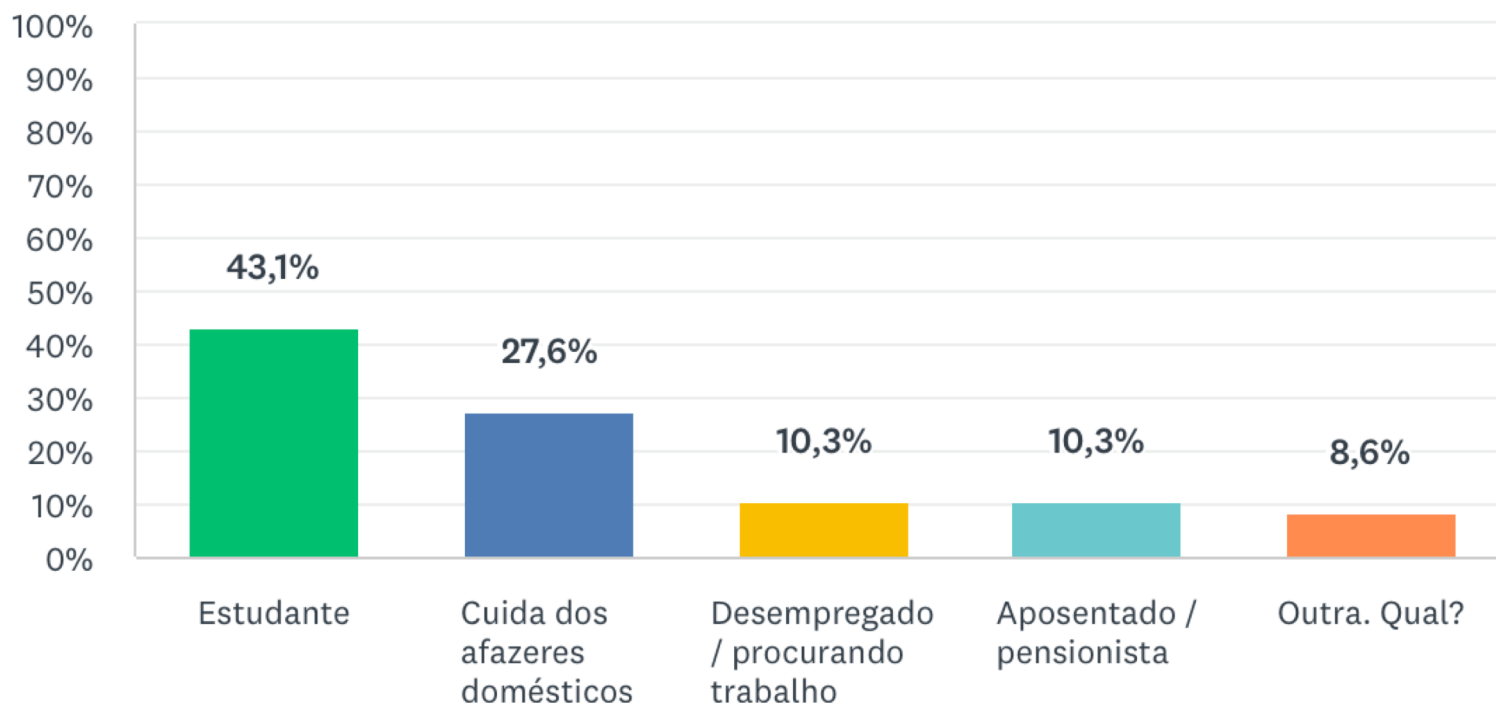


+ ambos os cruzamentos mostram que o público que exerce atividade na iniciativa privada é mais jovem que os empregados do setor público. Como o público das exposições é em geral, mais jovem, a diferença entre o setor público e privado é menor, inclusive com maior porcentagem de empregados do setor privado. Esse cenário se inverte no caso das oficinas, onde há menor porcentagem de jovens. Essa é uma das possíveis explicações para o aumento expressivo de pessoas que atuam no setor público nas oficinas maker.

Se você NÃO exerce atividade remunerada, indique sua situação:

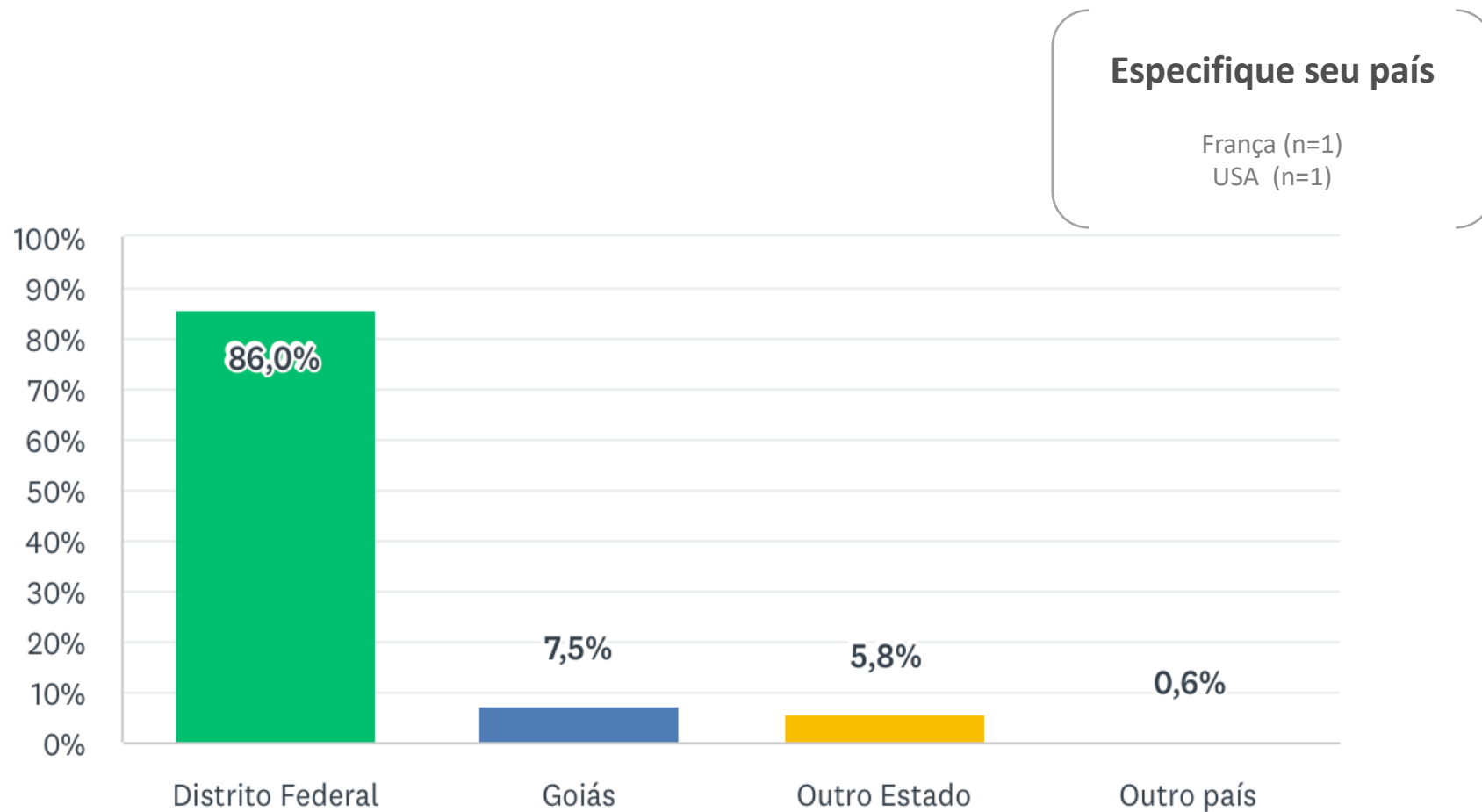
Outra. Qual?

Autônoma (n=3)
MEI (n=1)
Empresário sem renda
(n=1)



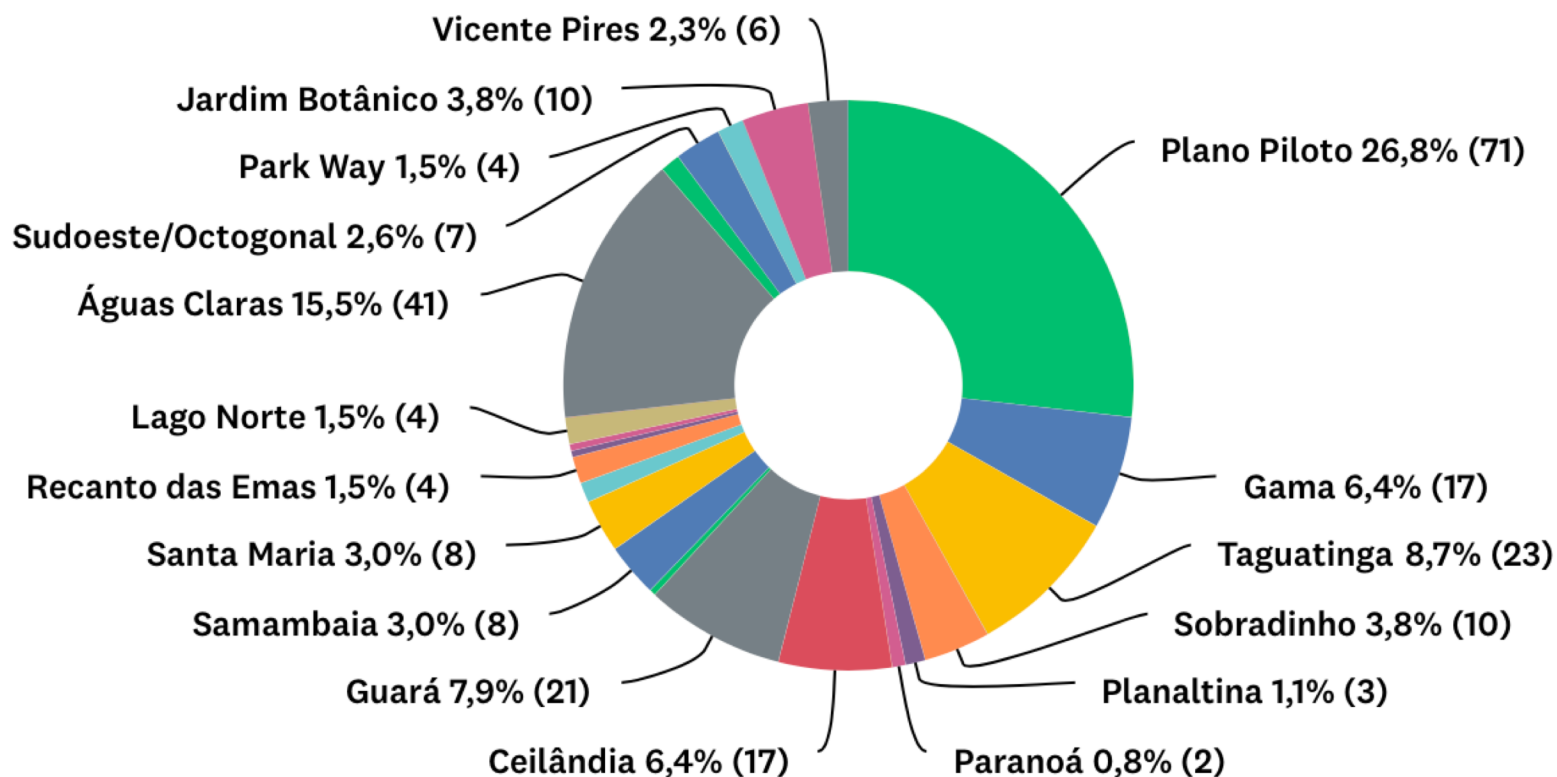
- + Entre aqueles que não exercem atividades remuneradas, os estudantes seguem como maioria.
- + Vale destacar que a porcentagem de estudantes é maior na amostra das exposições que nas oficinas maker. Mais uma vez o fato pode estar relacionado com as especificidades etárias dos visitantes das exposições e oficinas maker.

Onde você mora?



- + Como na pesquisa de 2023, o público do DF é mais presente entre os participantes das atividades maker.
- + Quando comparado ao público das exposições, o número de respondentes do DF é 12% maior. Esse aumento pode estar relacionado à maior possibilidade desses visitantes retornarem ao SESI Lab para a realização de atividades específicas, mostrando o potencial delas na fidelização do público.

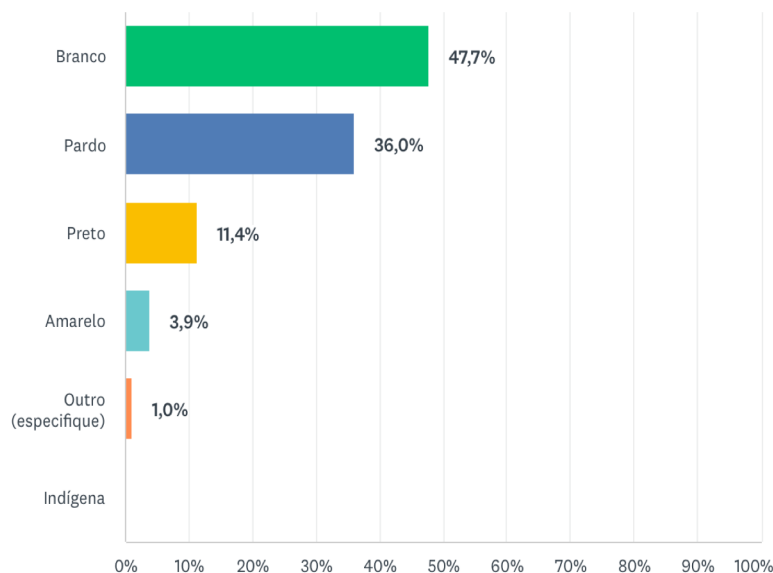
Qual região do DF?



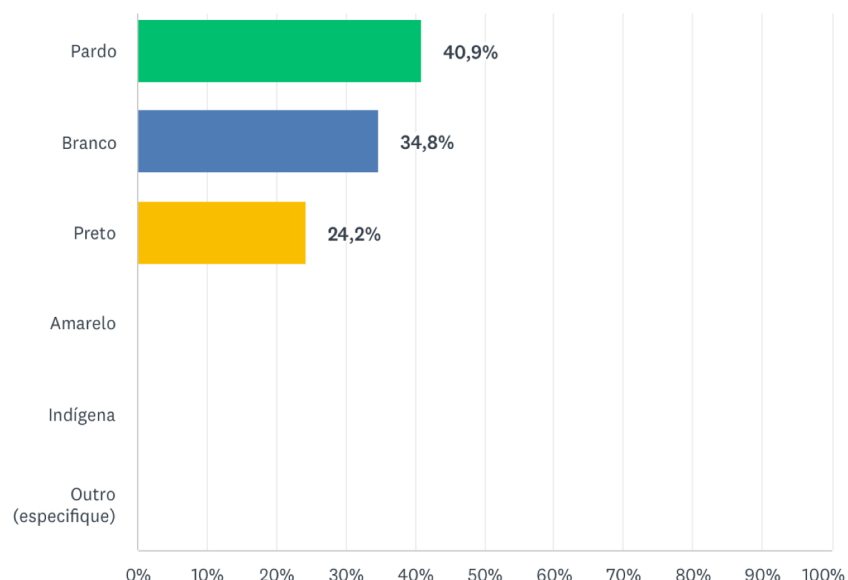
- + A porcentagem de visitantes de regiões administrativas (RAs) com maior número de pessoas de renda alta do DF corresponde a 53,3% dos participantes/visitantes. São elas: Águas Claras, Jardim Botânico, Lago Norte, Lago Sul, Park Way, Plano Piloto e Sudoeste/Octogonal.
- + RAs com maior número de pessoas de renda Média-alta correspondem a 22,4% dos visitantes. Sendo: Guará, Sobradinho, Taguatinga, e Vicente Pires.
- + Entre as áreas de renda Média-baixa e Baixa soma-se 24,1% dos participantes, número mais expressivo que 2023 em que essas RAs perfaziam apenas 8,3%. Tais RAs incluem: Ceilândia, Gama, Riacho Fundo, Samambaia, Santa Maria, Sobradinho, Brazilândia e Planaltina.

RAs X cor/raça

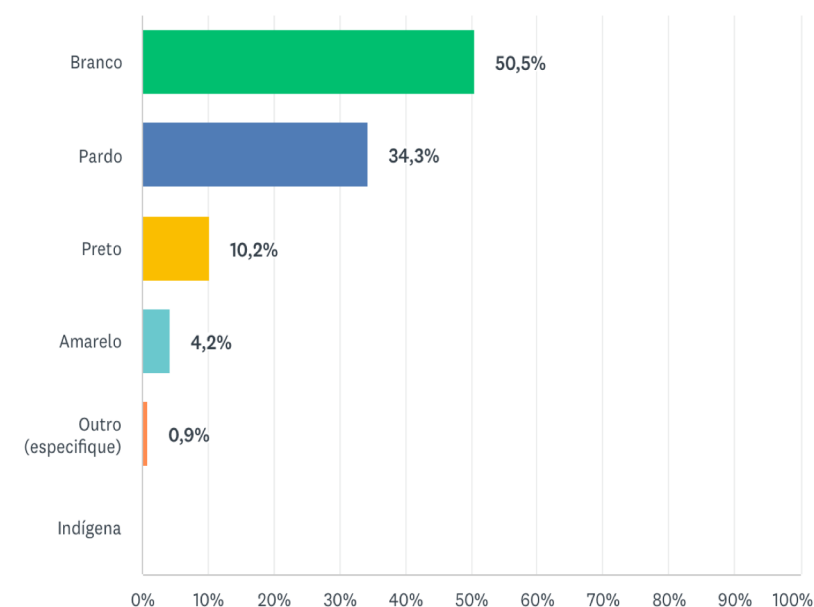
+ Amostra geral



+ RAs média-Baixa e Baixa



+ RAs Média-alta e Alta



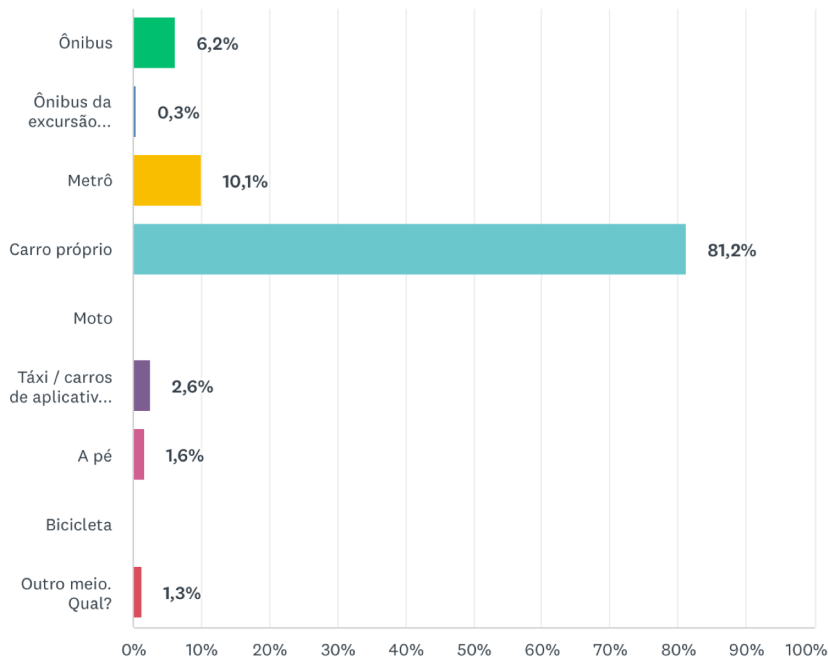
- **Renda Média-baixa:** Ceilândia, Gama, Riacho Fundo, Samambuca, Sudoeste/Octogonal e Sobradinho II;
- **Renda Baixa:** Brazlândia, Fercal, Itapoã, Paranoá, Planaltina, Recanto das Emas, Riacho Fundo II, S. Nascente/P. do Sol, São Sebastião, SCIA-Estrutural e Varjão.
- **Renda Alta:** Águas Claras, Jardim Botânico, Lago Norte, Lago Sul, Park Way, Plano Piloto e Sudoeste/Octogonal;
- **Renda Média-alta:** Arniqueira, Candangolândia, Cruzeiro, Guará, Núcleo Bandeirante, SIA, Sobradinho, Taguatinga e Vicente Pires;

+ Pessoas que se autodeclaram Pardos e Pretos são maioria entre aqueles de RAs de classe Média-baixa e Baixa.

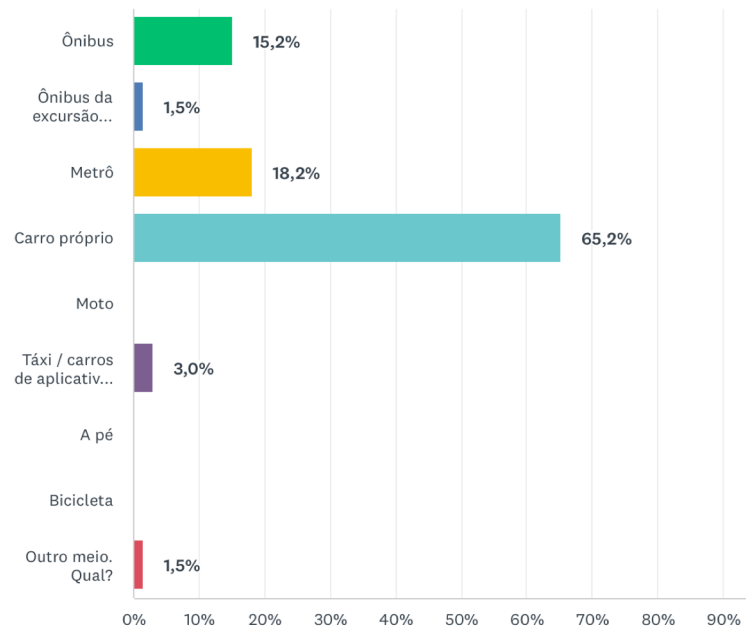
+ RAs de classe Média-alta e Alta apresentam mais representantes que se autodeclaram brancos.

RAs X meio de transporte

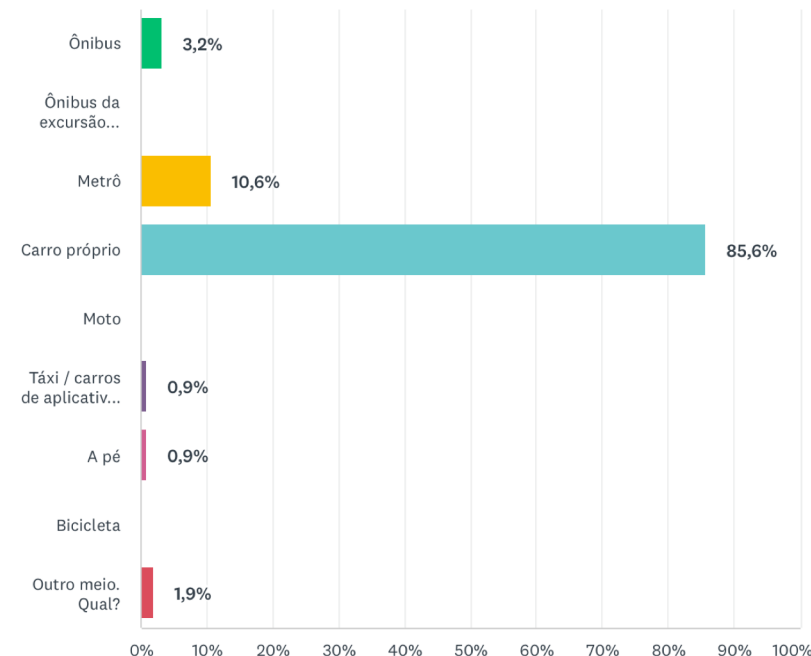
+ Amostra geral



+ Média-baixa e baixa



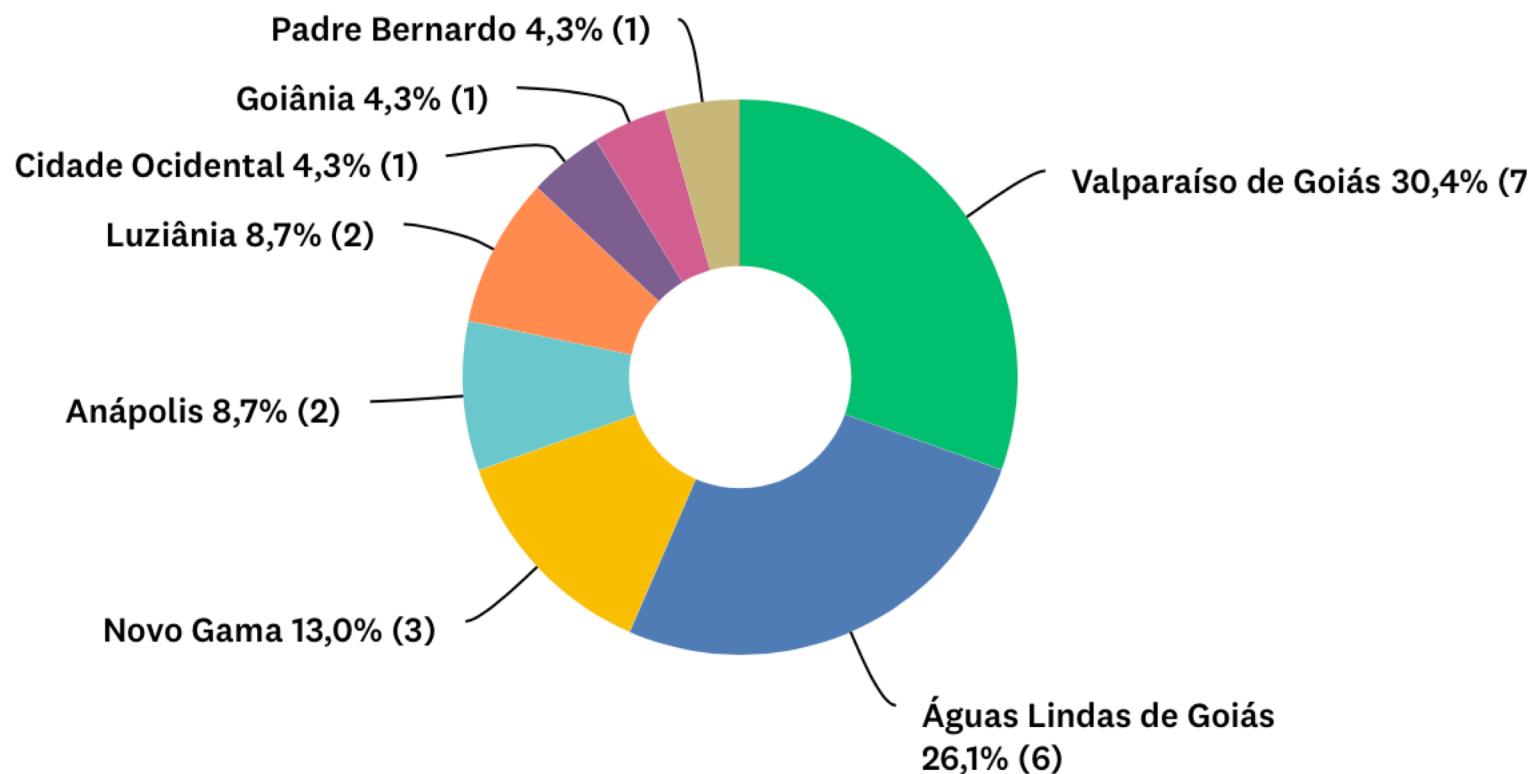
+ Média-alta e Alta



- **Renda Média-baixa:** Ceilândia, Gama, Riacho Fundo, Samambaia, Santa Maria e Sobradinho II;
- **Renda Baixa:** Brazlândia, Fercal, Itapoã, Paranoá, Planaltina, Recanto das Emas, Riacho Fundo II, S. Nascente/P. do Sol, São Sebastião, SCIA-Estrutural e Varjão.
- **Renda Alta:** Águas Claras, Jardim Botânico, Lago Norte, Lago Sul, Park Way, Plano Piloto e Sudoeste/Octogonal;
- **Renda Média-alta:** Arniqueira, Candangolândia, Cruzeiro, Guará, Núcleo Bandeirante, SIA, Sobradinho, Taguatinga e Vicente Pires;

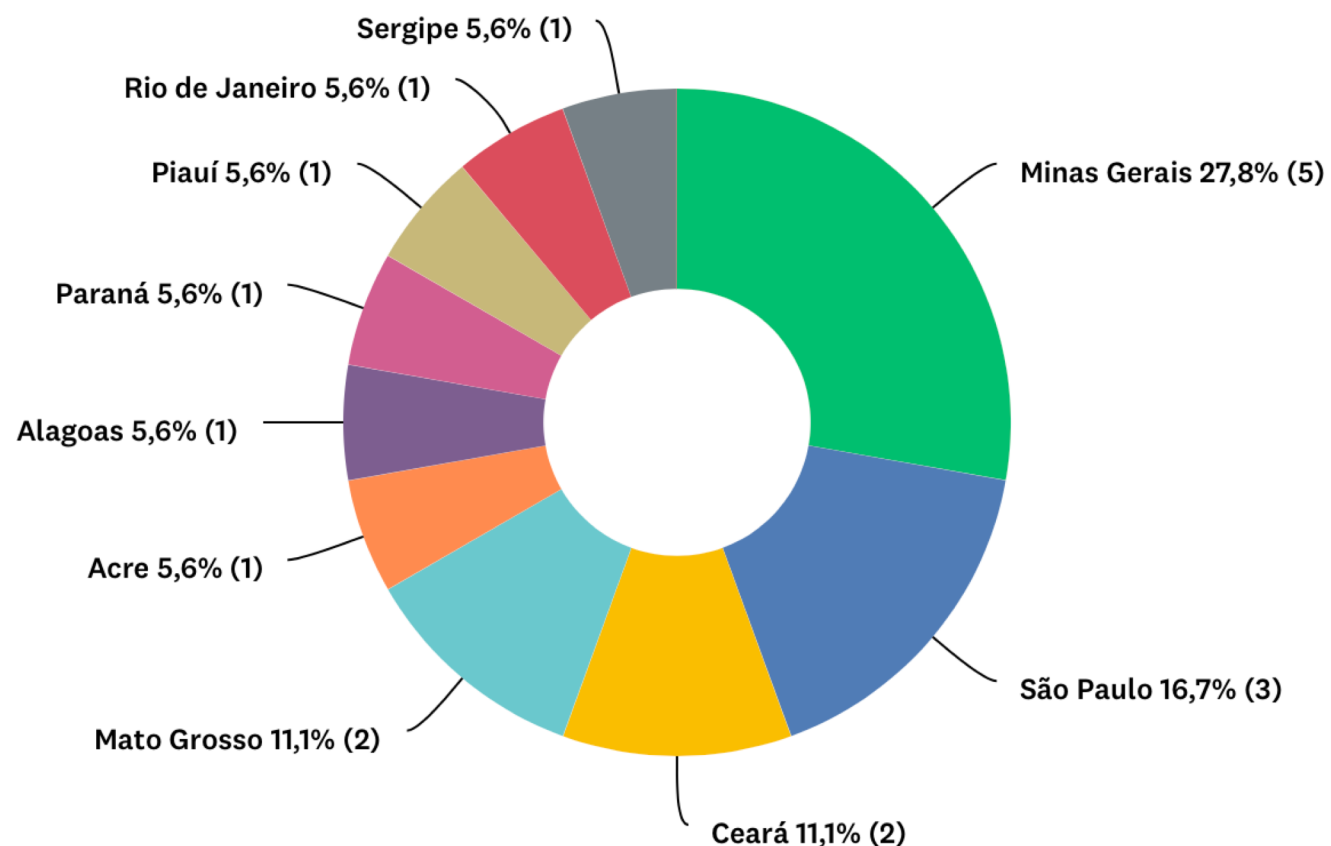
- + O carro segue como meio de transporte predominante para aqueles que vão as oficinas entre os diferentes grupos de renda.
- + No entanto, o ônibus e o metrô são os meios de transporte mais expressivos entre os visitantes de RAs de classe Média-baixa e Baixa (15,2% e 18,2% respectivamente).

Qual cidade de Goiás?



- + Valparaíso de Goiás e Águas Lindas de Goiás perfazem juntos mais de 56,5% dos visitantes do Sesi Lab. Esse resultado reflete a densidade populacional da Periferia Metropolitana de Brasília, onde tais cidades contabilizam 40% da população urbana (PMAD do DF (2019)).

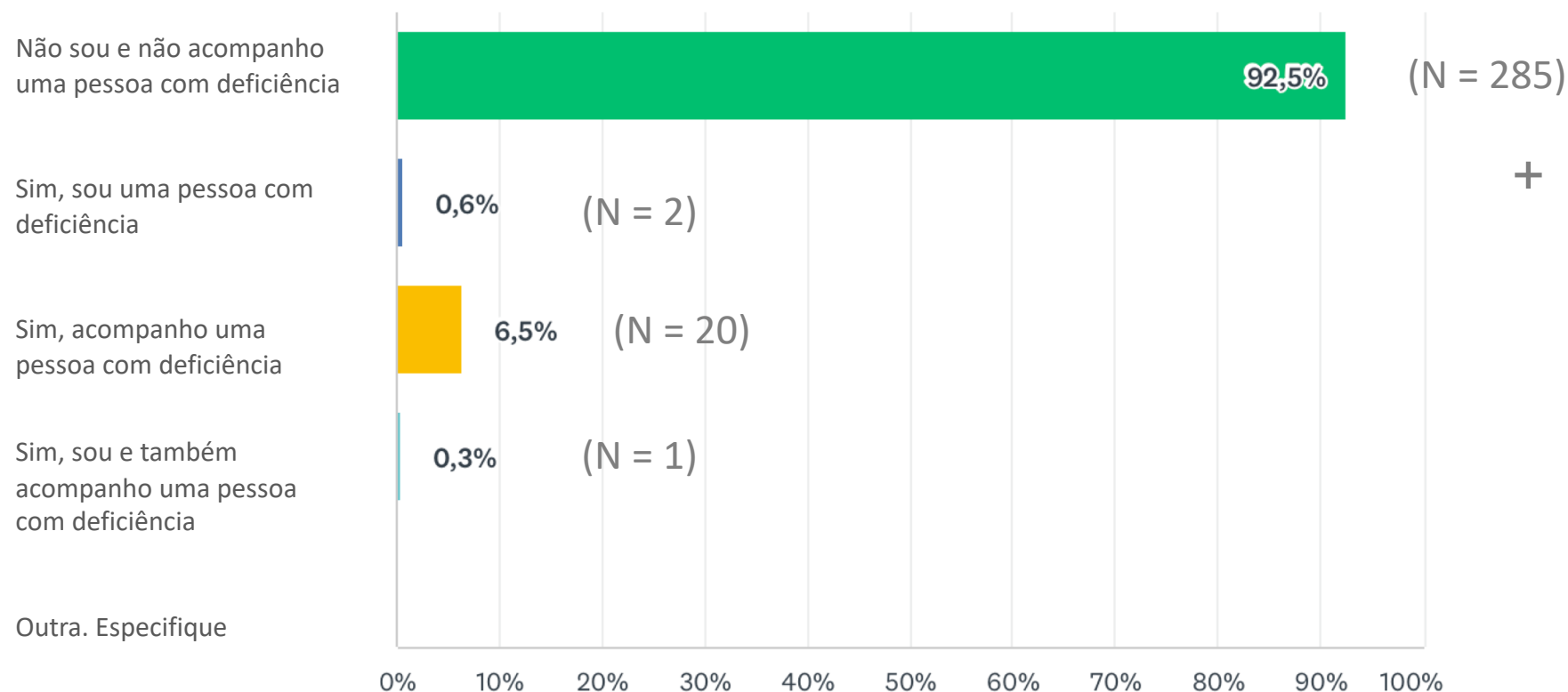
Selecione seu Estado:



- + Os dados indicam uma redução de participantes de outro Estado nas oficinas makers de 2023 para 2024. Esse resultado pode refletir o período de coleta que contemplou um período menor das férias escolares.

Acessibilidade

Você ou alguém que você acompanha é uma pessoa com deficiência (PcD)?



+ O número de participantes com deficiência que realizam a oficina é menor que o da exposição de 2,9% para 0,9% (redução de 69%). No entanto, a porcentagem de visitantes que acompanham uma pessoa com deficiência é 85% maior do que na exposição (6,5% e 3,5%, respectivamente).

Qual o tipo de deficiência?

(Pode assinalar mais de um tipo)

Deficiência intelectual/mental

permanente, total ou parcial, para se comunicar, realizar cuidados pessoais, trabalhar, estudar etc. por causa de alguma limitação nas funções mentais

47,8%

N= 11

Outra. Especifique

43,5%

N= 9

Deficiência física permanente, total ou parcial, para andar ou subir degraus, mesmo usando prótese, bengala ou aparelho de auxílio

17,4%

N= 4

Deficiência auditiva permanente, total ou parcial, para ouvir, mesmo usando aparelhos auditivos

8,7%

N= 2

Deficiência visual permanente, total ou parcial, para enxergar, mesmo usando óculos ou lentes de contato

Dificuldade permanente, total ou parcial, para pegar pequenos objetos, como botão ou lápis, ou abrir e fechar tampas de garrafas, mesmo usando aparelho de auxílio

Outra. Especifique

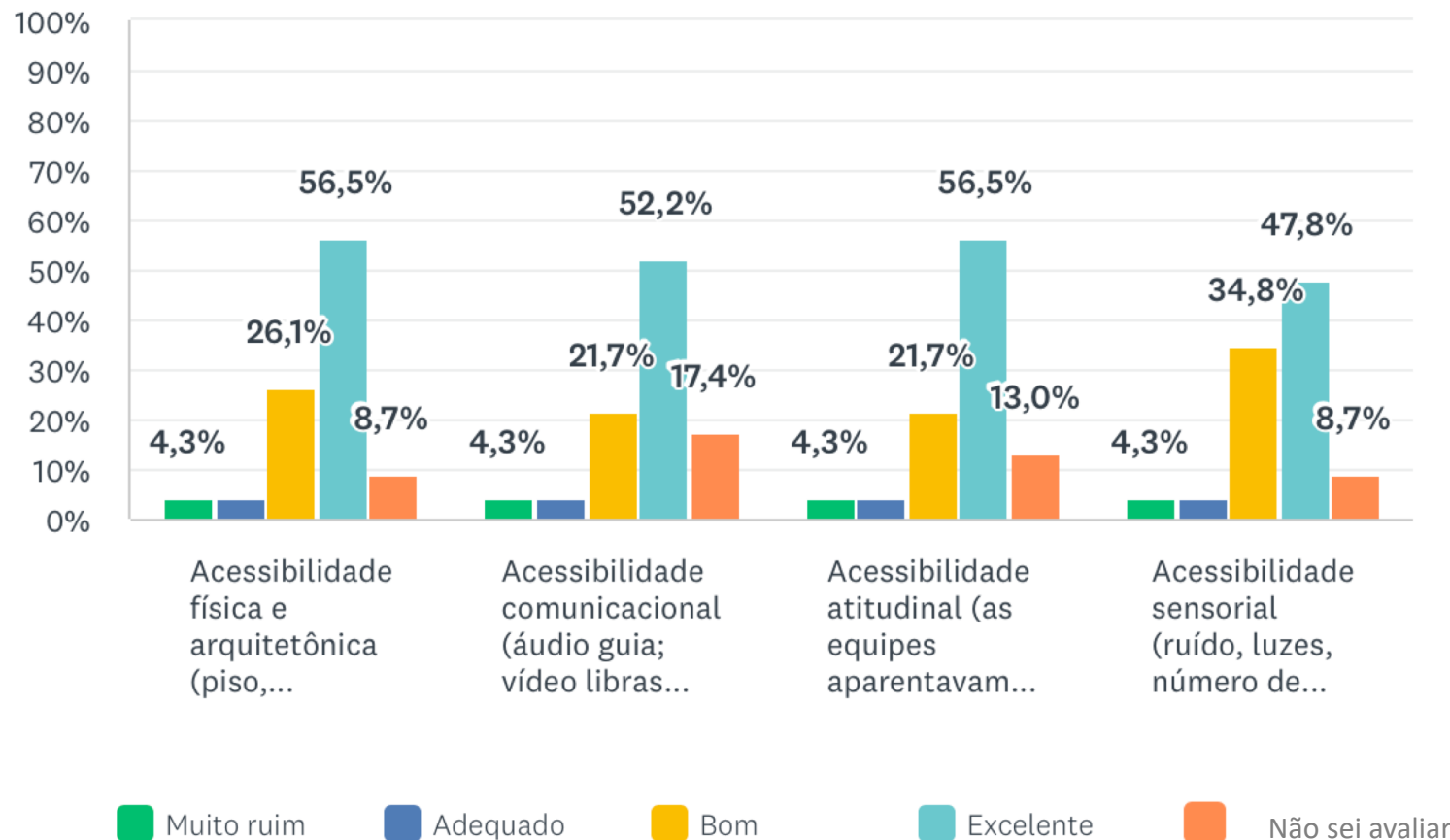
Autismo (n=8)
TDH (n=1)

0% 10% 20% 30% 40% 50% 60% 70% 80% 90% 100%

+ Como para exposição, deficiência intelectual/mental permanente total ou parcial foi a mais citada entre os respondentes.

+ Chama a atenção o número de pessoas que autodeclaram o autismo ou TDAH em outro tipo de deficiência. Sendo este um ponto em debate na sociedade, é importante que seja trabalhado em estudos posteriores, incluindo uma opção para Transtornos de desenvolvimento, neurodivergências (como apoiado pela Legislação 12.764/2012) ou outra terminologia que permita melhor identificar a deficiência (TDAH, TEA, Dislexia etc.).

Como você avalia os itens a seguir em relação à acessibilidade no SESI Lab?



+ Mais uma vez, acessibilidade sensorial foi o item avaliado com menor porcentagem na classificação excelente.

Você encontrou algum desafio quanto à acessibilidade no SESI Lab? Especifique.

- Pensar ações relacionadas aos idosos.

Outras respostas

Não (n=3)

Avaliações positivas (n=6)

Ex: Tudo muito bem planejado.

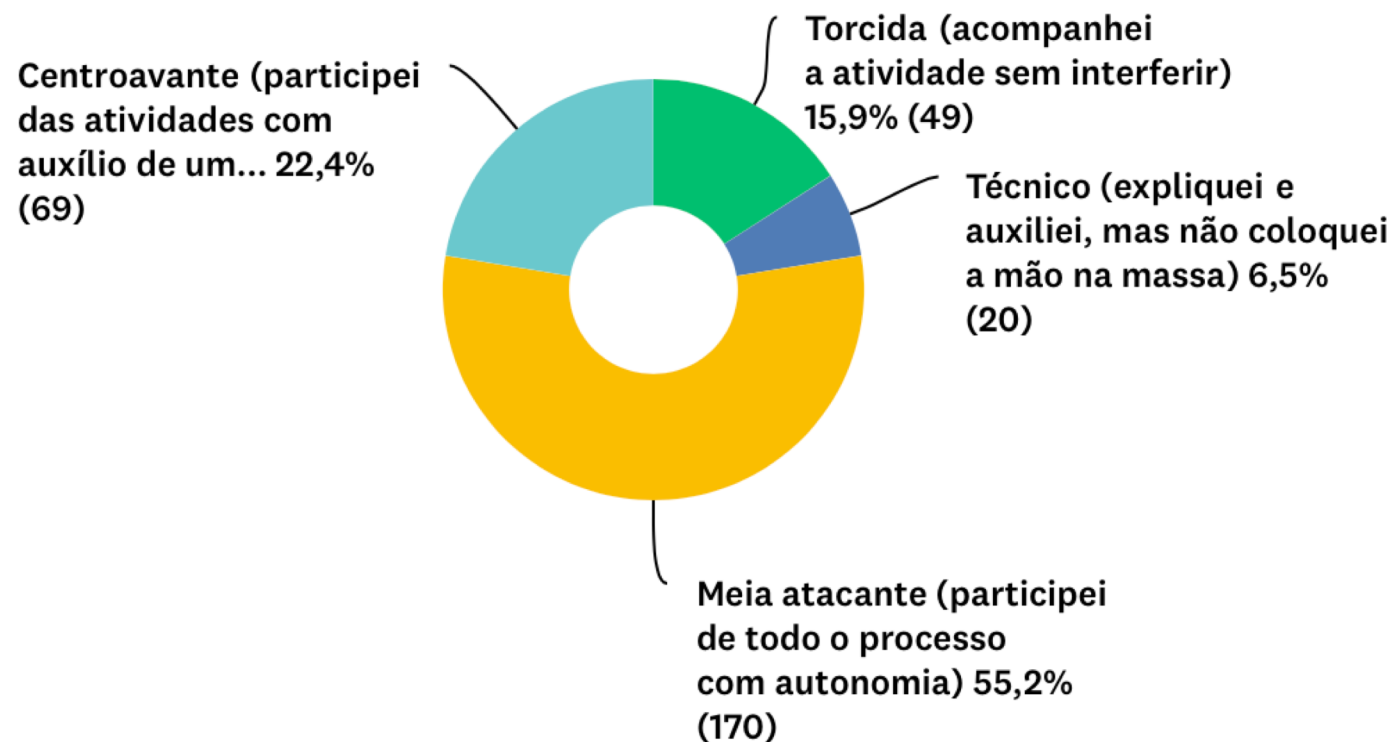
Foi ótimo

Uma experiência incrível

Estão de parabéns

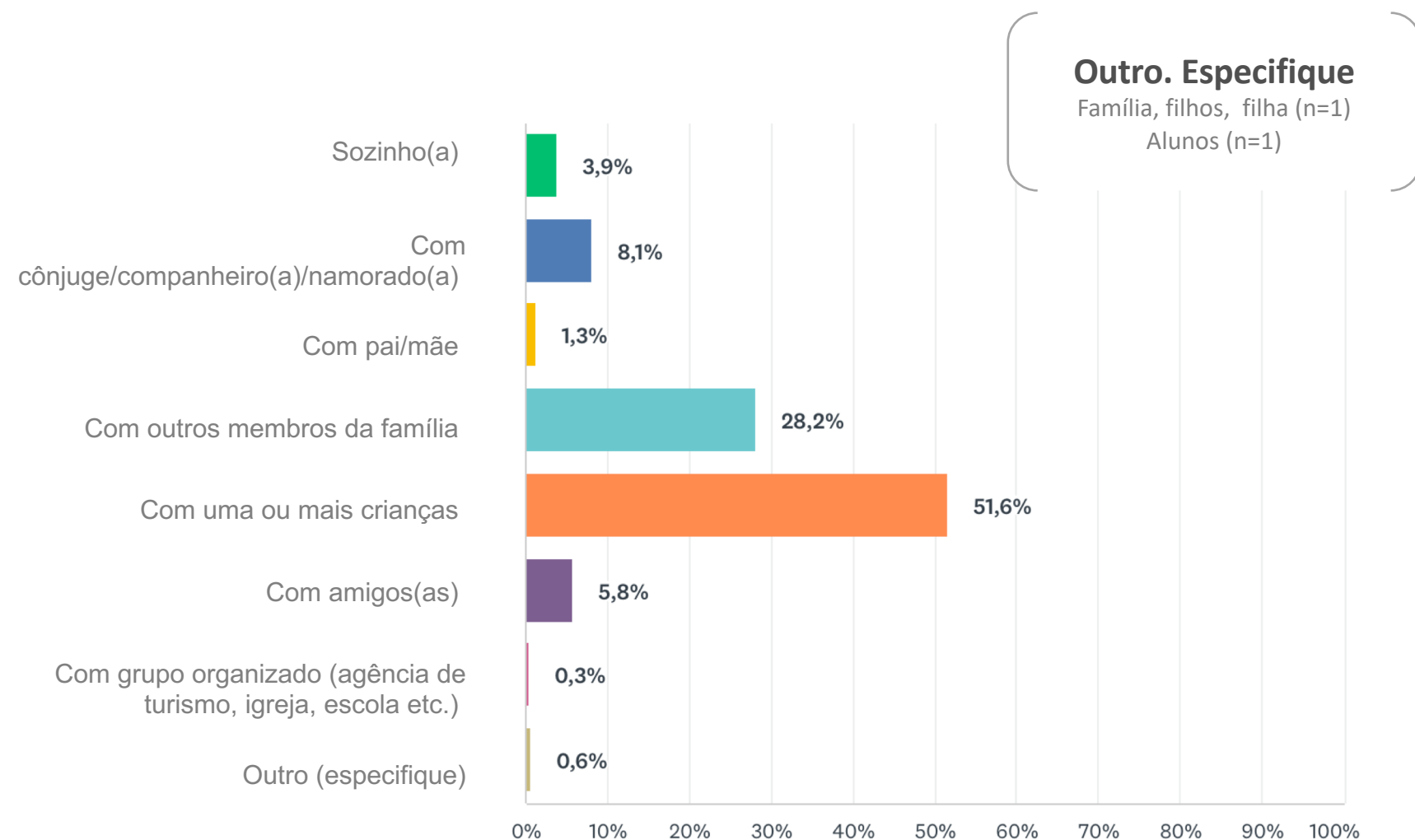
Experiência

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



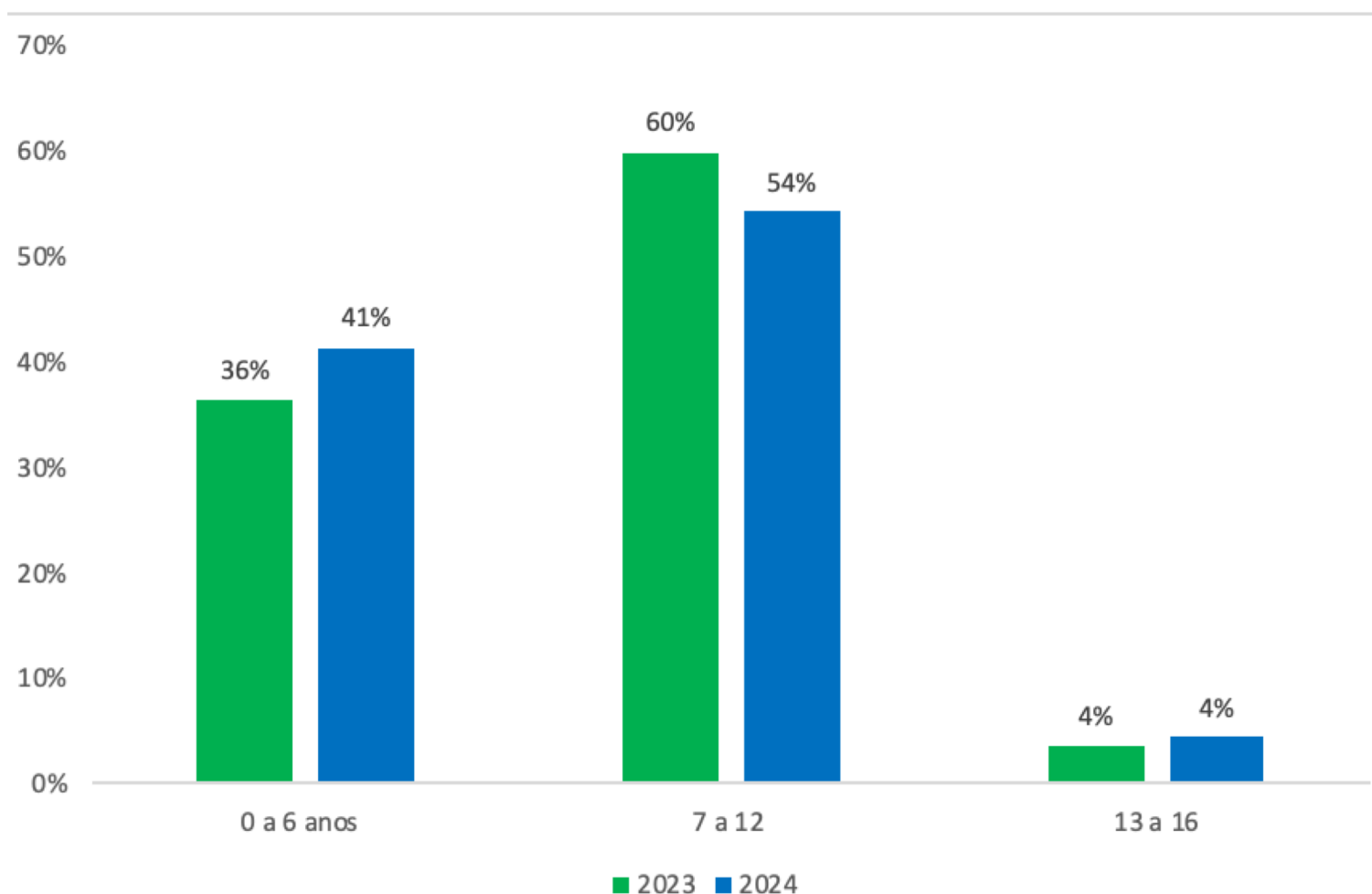
- + O número de visitantes que diz participar das oficinas com autonomia aumentou 29% em comparação a 2023. Consequentemente, diminuiu o número de respondentes que mencionaram precisar do auxílio do educador em 40%.
- + Ainda que os adultos acompanhados da família, especialmente com crianças (como mostra os dados a seguir), estejam bastante presentes nas atividades, eles aparentemente participam ativamente delas.

Com quem você participou da oficina?



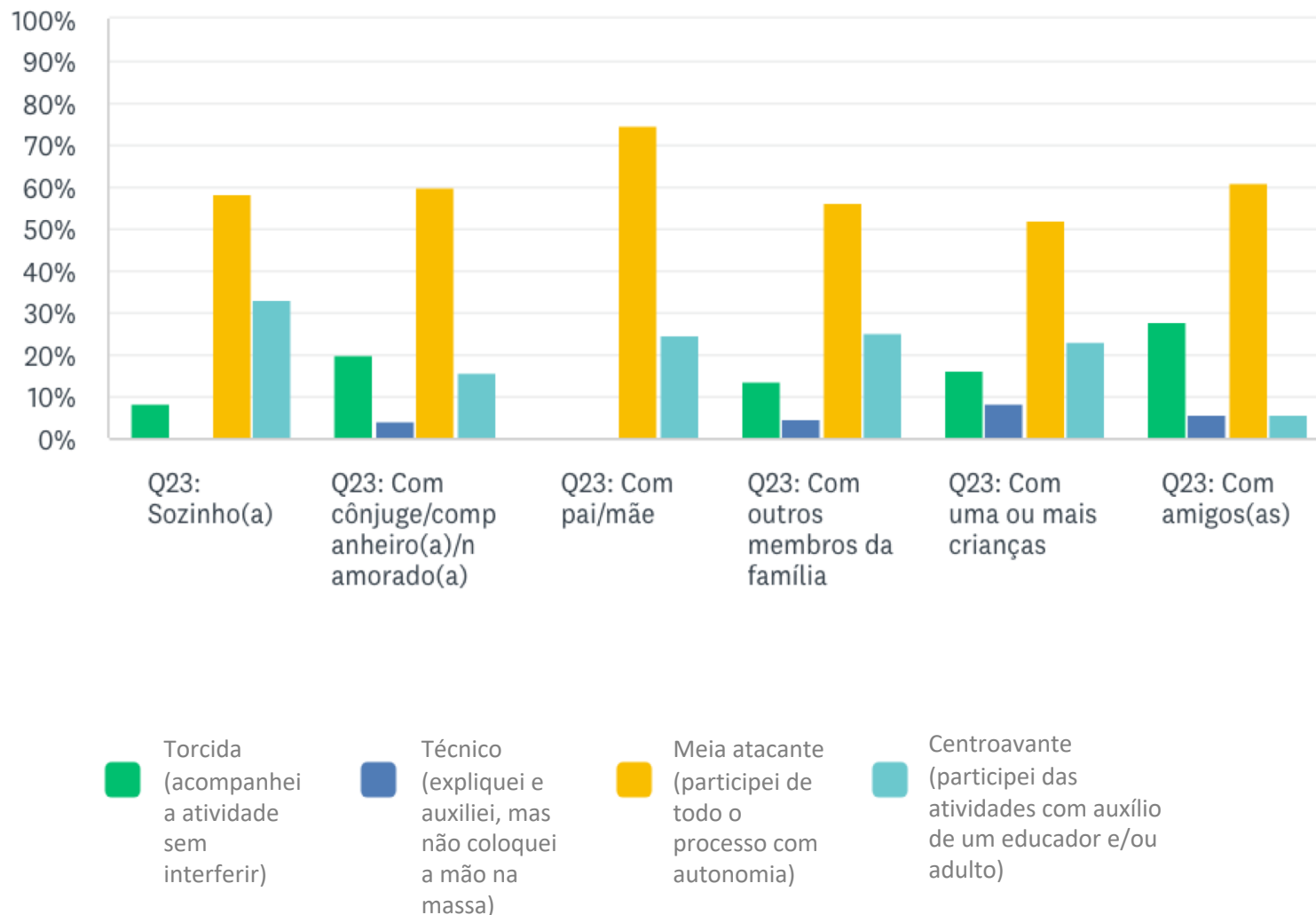
+ Conforme mencionamos anteriormente, entre os participantes da oficina há mais famílias e menos pessoas sozinhas. Nesse caso, o número de participantes que fizeram a atividade com crianças é mais significativo, mostrando que mesmo que estejam acompanhados de outros membros da família na visita ao SESI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

Qual a idade das crianças?



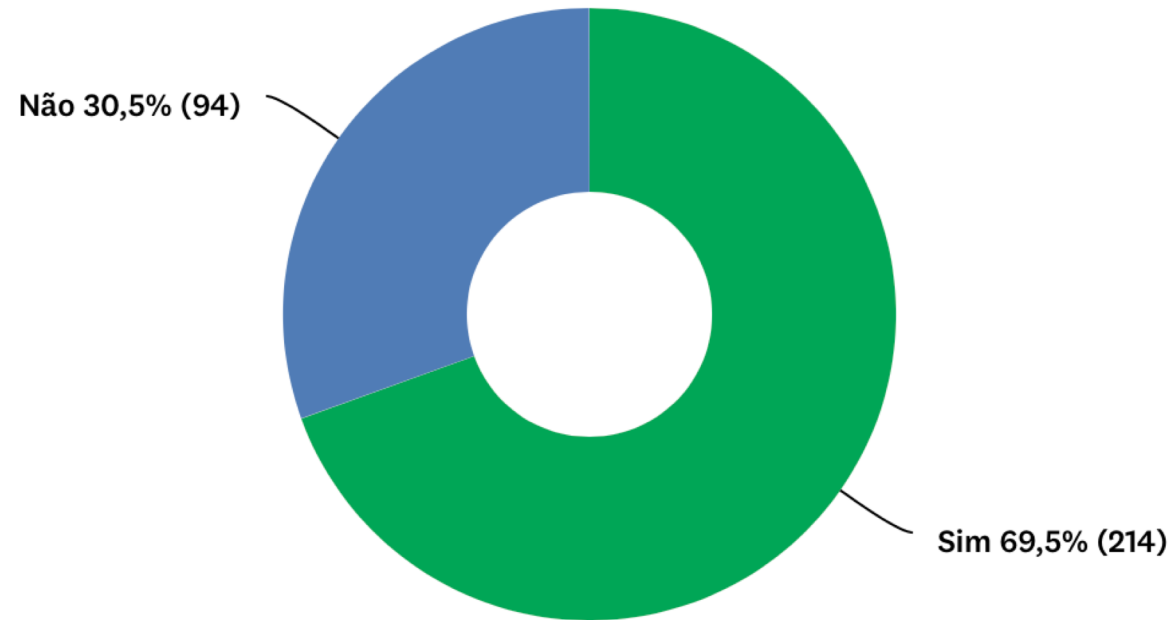
- + Os dados reforçam a tendência que o público de 7 a 12 anos é o mais presente no SESI Lab. Destaca-se que embora a idade mais citada das crianças que acompanham os adultos na atividade tenha sido a de 9 anos, a idade daquelas que realizaram a oficina foi de 6 anos.
- + Na pesquisa realizada pela *Maker Ed** (2017) o público mais atendido pelos espaços que responderam a pesquisa tem entre 11-15 anos, cerca de 35% dos participantes. Se compararmos essa faixa etária a este estudo, nota-se que nas oficinas maker do SESI Lab os dados perfazem apenas 14%.

Tipo de participação X com quem participou da oficina



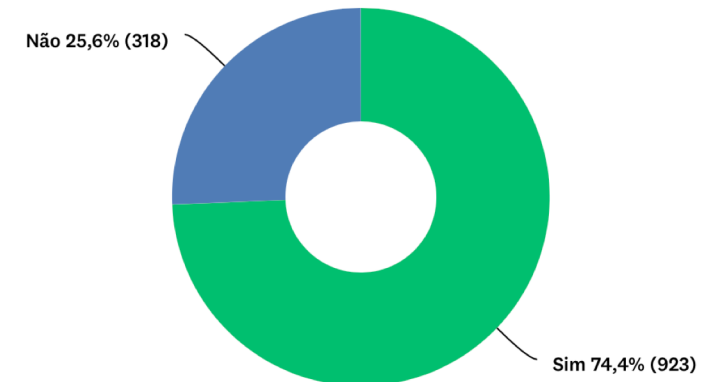
- + Os visitantes que declararam ter realizado a oficina com pai/mãe são aqueles com maior porcentagem de participação autônoma e cuja participação envolveu sempre a mão na massa.
- + A participação como torcida, ou seja, sem interferência é maior entre os visitantes que participaram da oficina com amigos. Já o papel de técnico é mais expressivo nos grupos com crianças.

É a primeira vez que visita o SESI Lab?

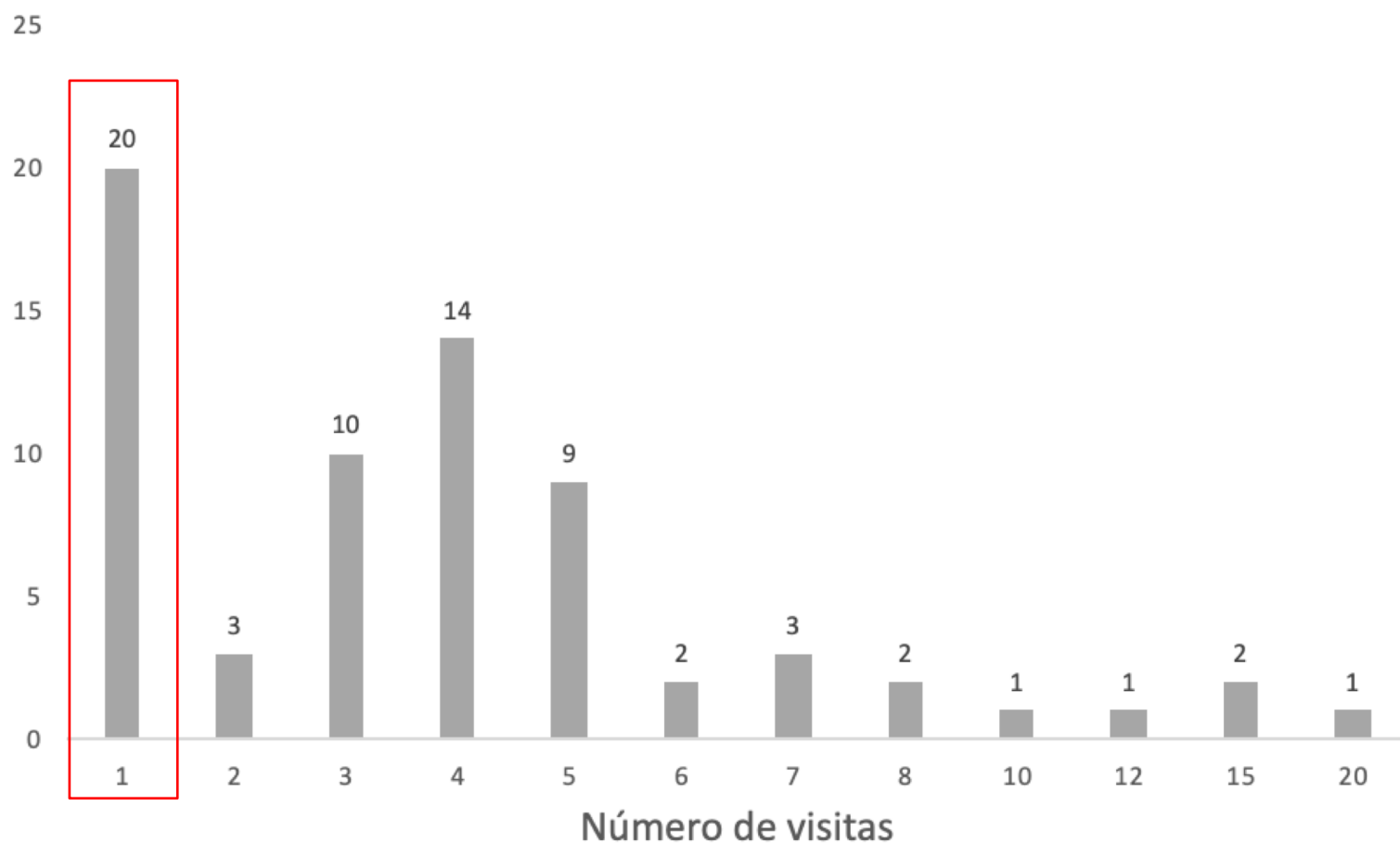


+ O resultado de primos visitantes é semelhante ao das exposições.

Exposição

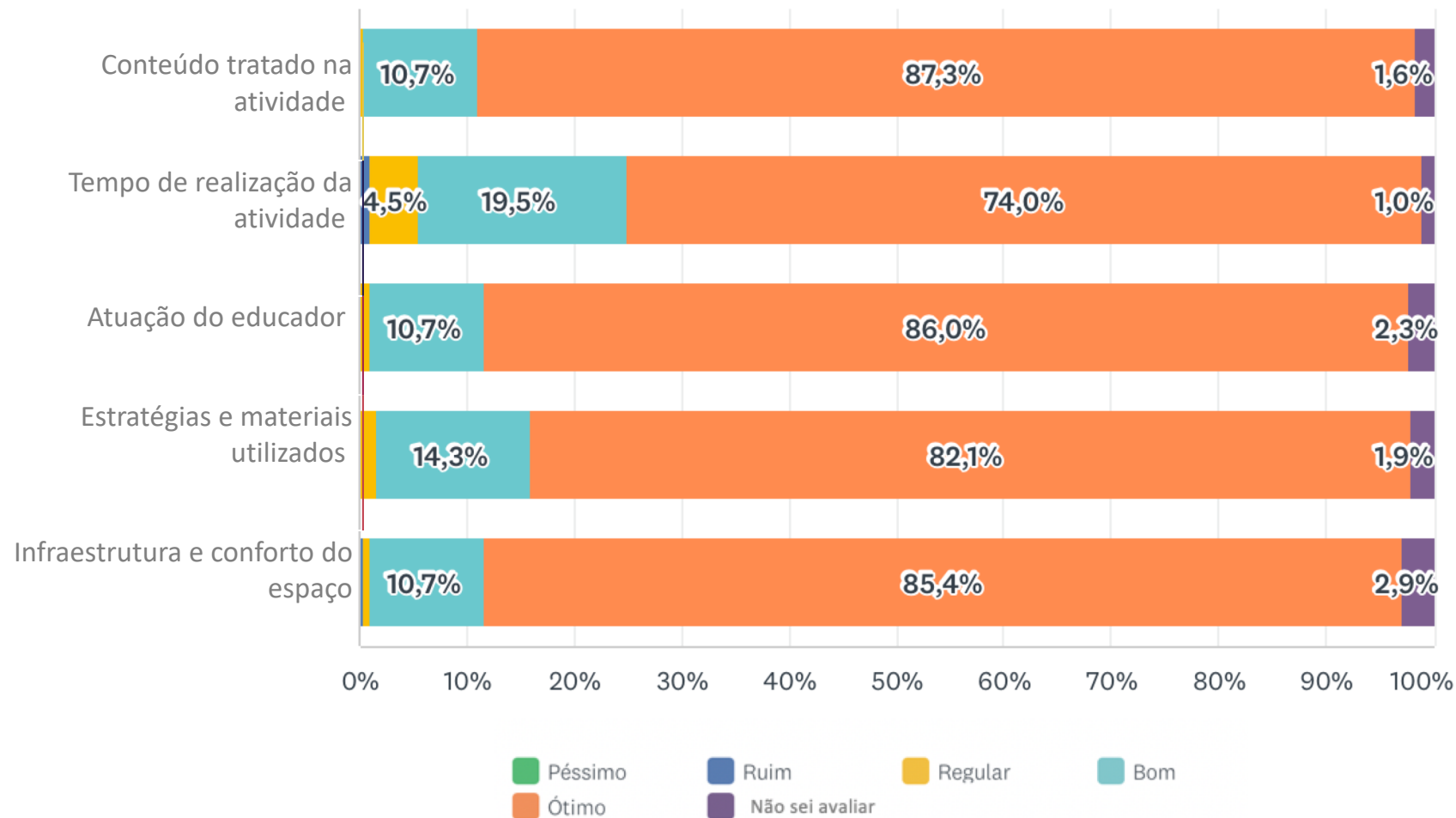


Informe o número de visitas já realizadas (Sem contar com a visita de hoje)



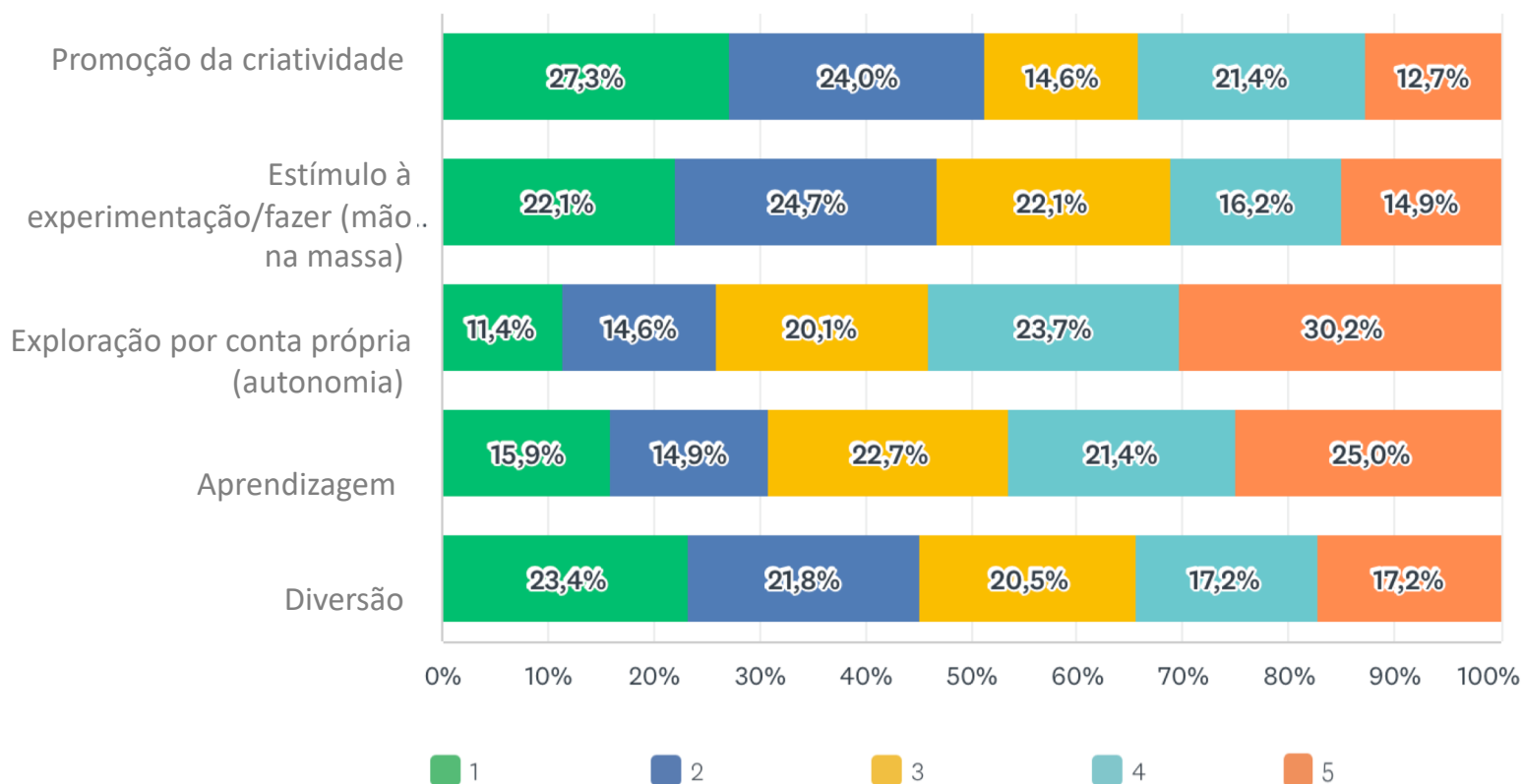
+ É expressivo o número de visitantes que e já estão na segunda visita ao SESI Lab.

Avalie alguns pontos da oficina que você participou:



- + As oficinas seguem com uma avaliação "ótimo" alta (acima de 82%) em 4 dos 5 itens.
- + Maior uma vez, o "tempo de realização da atividade" foi o item classificado com um índice "bom" (19,5%) e "regular" (4,5%) 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?



2023
1. Estímulo a experimentação

2. Criatividade
3. Aprendizagem

4. Diversão
5. Autonomia

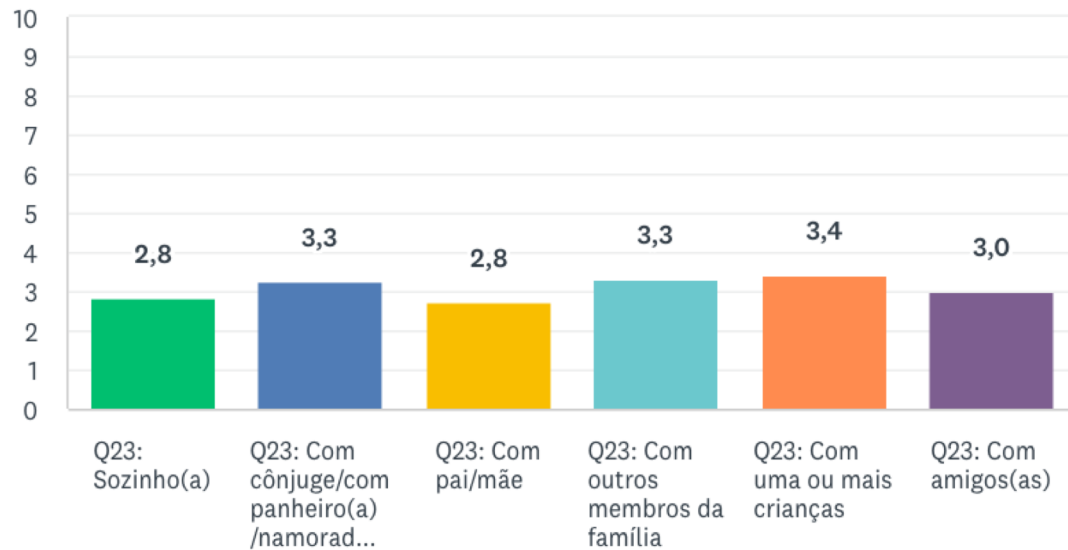
2024
1. Criatividade
2. Diversão
3. Estímulo a experimentação
4. Aprendizagem
5. Autonomia

+ A criatividade passou para primeira opção nas avaliações dos visitantes em 2024, seguido de diversão. Esse é um ponto para ser avaliado de forma mais qualitativa pela equipe, em específico, quanto aos objetivos das oficinas.

+ Embora os visitantes respondam fazer as atividades com autonomia, esse não é um ponto valorizado como mais importante entre os respondentes.

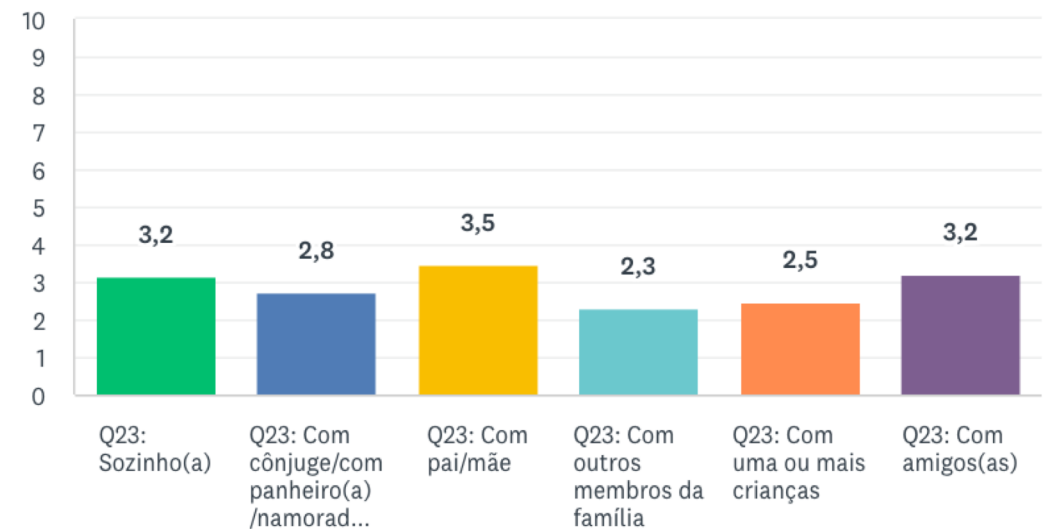
O que a atividade proporcionou X com quem fez a oficina

Promoção da criatividade



- + A criatividade tem maior *score* entre aqueles que fazem a atividade com crianças ou em família. Já o menor *score* ocorre entre os visitantes sozinhos e com pai e mãe.

Exploração por conta própria (autonomia)



- + A situação é invertida no caso da autonomia, em que os maiores *scores* foram encontrados entre os visitantes que realizaram a oficina com pai e mãe, sozinhos ou com amigos.

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

4,8★
Avaliação média



+ O SESI Lab mantém a mesma excelente avaliação média de 4,8.

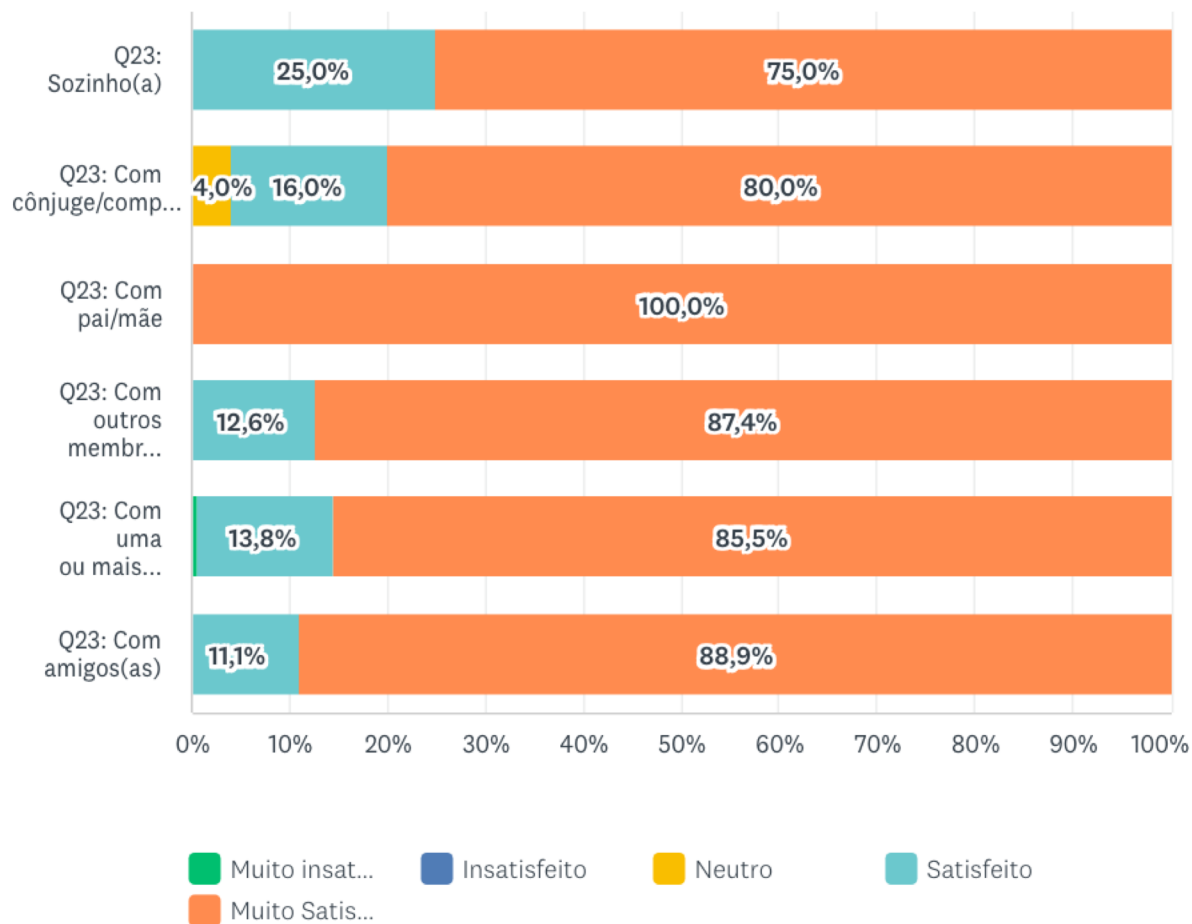
2024

MUITO INSATISFEITO	INSATISFEITO	NEUTRO	SATISFEITO	MUITO SATISFEITO	TOTAL	MÉDIA PONDERADA
0,3% 1	0,0% 0	0,3% 1	13,6% 42	85,7% 264	308	4,84

2023

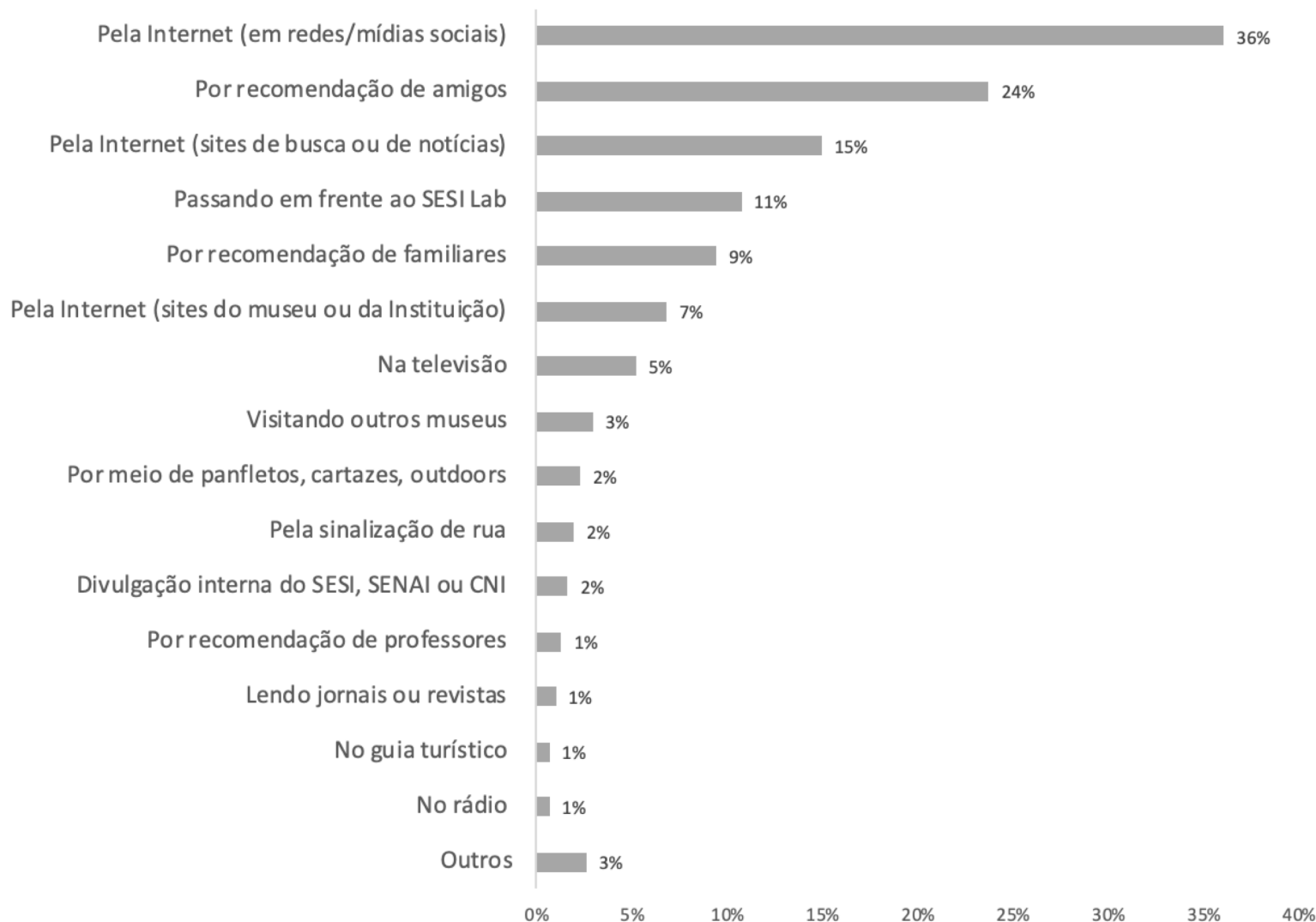
MUITO INSATISFEITO	INSATISFEITO	NEUTRO	SATISFEITO	MUITO SATISFEITO	TOTAL	MÉDIA PONDERADA
0,3% 1	0,0% 0	0,3% 1	13,6% 42	85,7% 264	308	4,84

Grau de satisfação X com quem fez a oficina



- + O maior grau de satisfação foi encontrado entre os visitantes que realizaram a atividade com pai/mãe, 100% deles se disseram muito satisfeitos (n=4).
- + Apenas entre os visitantes que realizaram a atividade com cônjuge/ companheiro(a)/ namorado(a) apareceu a resposta “neutro”.

Como ficou sabendo do SESI Lab? (Marque até 2 opções)



- + Como no ano anterior (2023) destaca-se a prevalência da indicação por meio digital (internet) e por pessoas conhecidas: familiares, amigos, professores, o famoso marketing espontâneo (boca a boca) como meio de divulgação para o conhecimento do museu.
- + Verifica-se que as oficinas são mais conhecidas pelo público por meio internet – redes/mídias sociais, enquanto para a exposição a indicação por amigos é mais expressiva.

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

- O tempo da atividade tem pouco tempo
- Poder levar materiais para terminar de fazer a oficina em casa
- Mais oficinas com ferramentas e circuitos. Parte mecânica e elétrica
- Muitas canetinhas sem tinta
- Gostaria que fosse possível agendar as oficinas pela Internet. No site só consegui agendar a visita
- O painel da programação dizia que a oficina era de 16 às 18, mas às 17:40 o educador Joao Vitor não queria nos deixar entrar; precisei falar com o supervisor Igor, que foi gentil e nos permitiu participar. De toda forma, todos, inclusive o Joao Vitor, foram muito atenciosos. Experiência excelente.

Outras respostas

Não (n=16)

Avaliações positivas (n=2)

Ex: O espaço é ótimo pra qualidade tipo de passeio!

Sempre trazendo experiências incríveis e aprendizado pra todas as idades.

Foi tudo maravilhoso.

Programação Cultural

TOTAL DE RESPOSTAS

289

TAXA DE CONCLUSÃO

100%

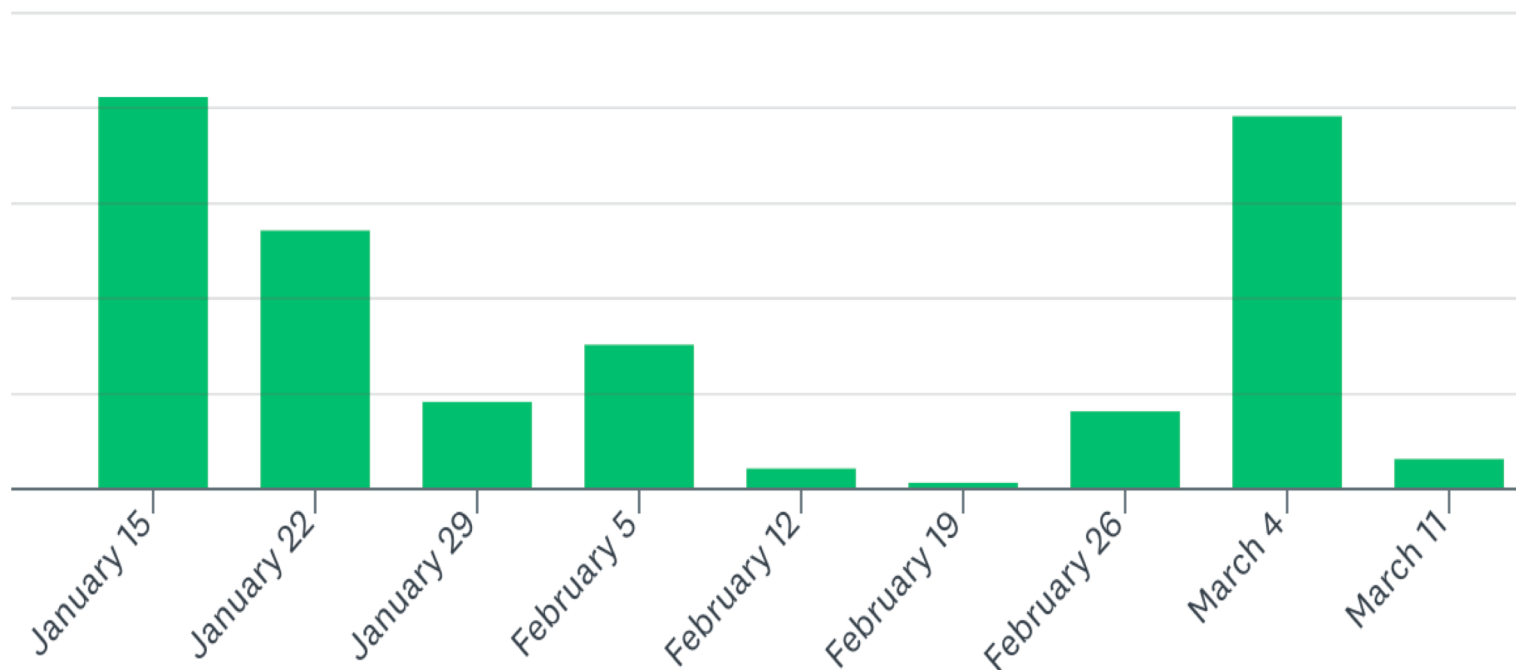
Total de respostas
válidas

273

Período de aplicação dos questionários

16 de janeiro a 17 de março

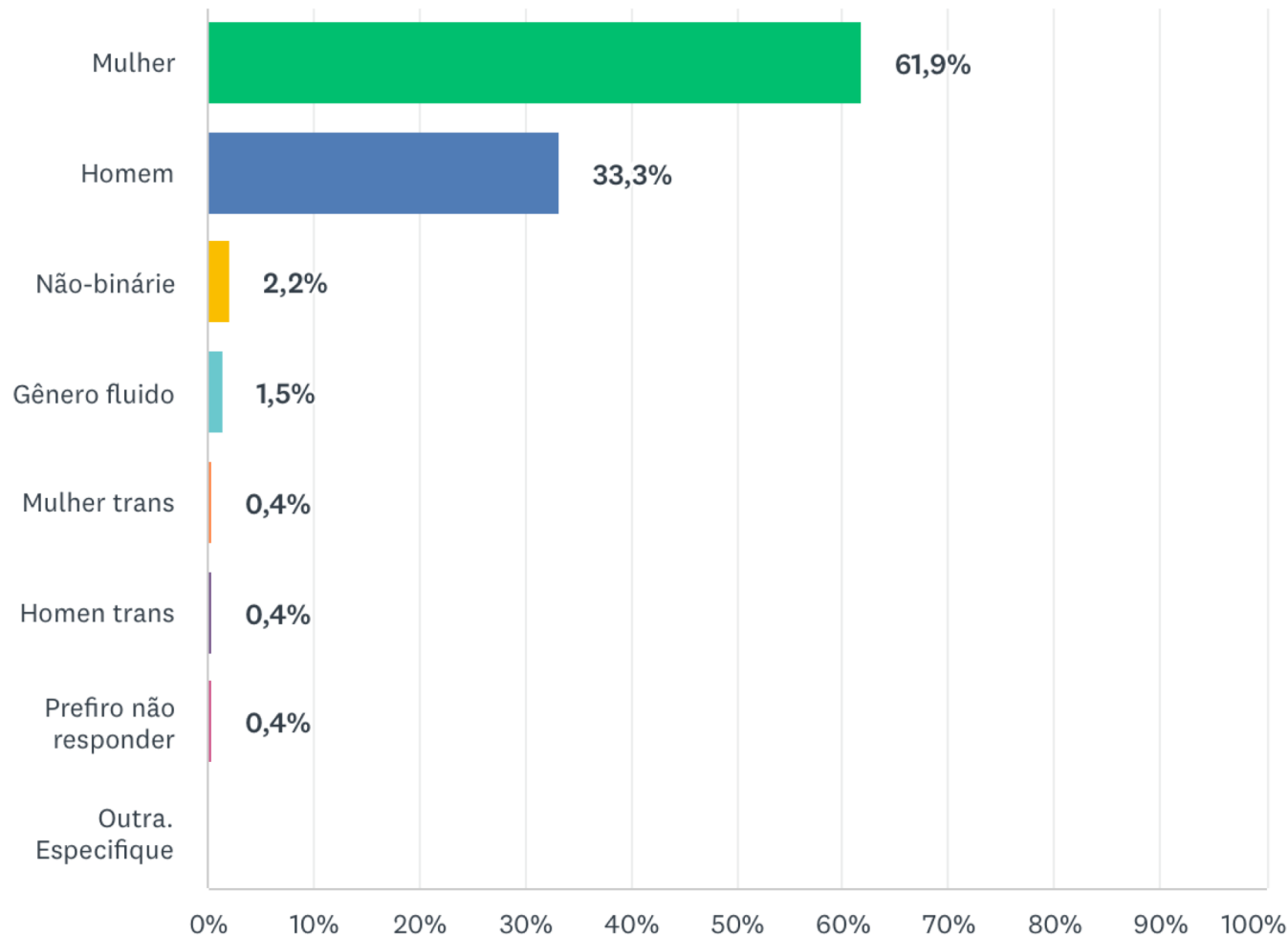
Distribuição temporal



- + A programação cultural incluiu teatro, cinema, jogos, Night Lab, baile de carnaval, clube de leitura, café com profissionais da educação, apresentação musical etc.
- + O mês de janeiro foi aquele em que houve um maior número de respondentes, correspondendo ao mês de férias.

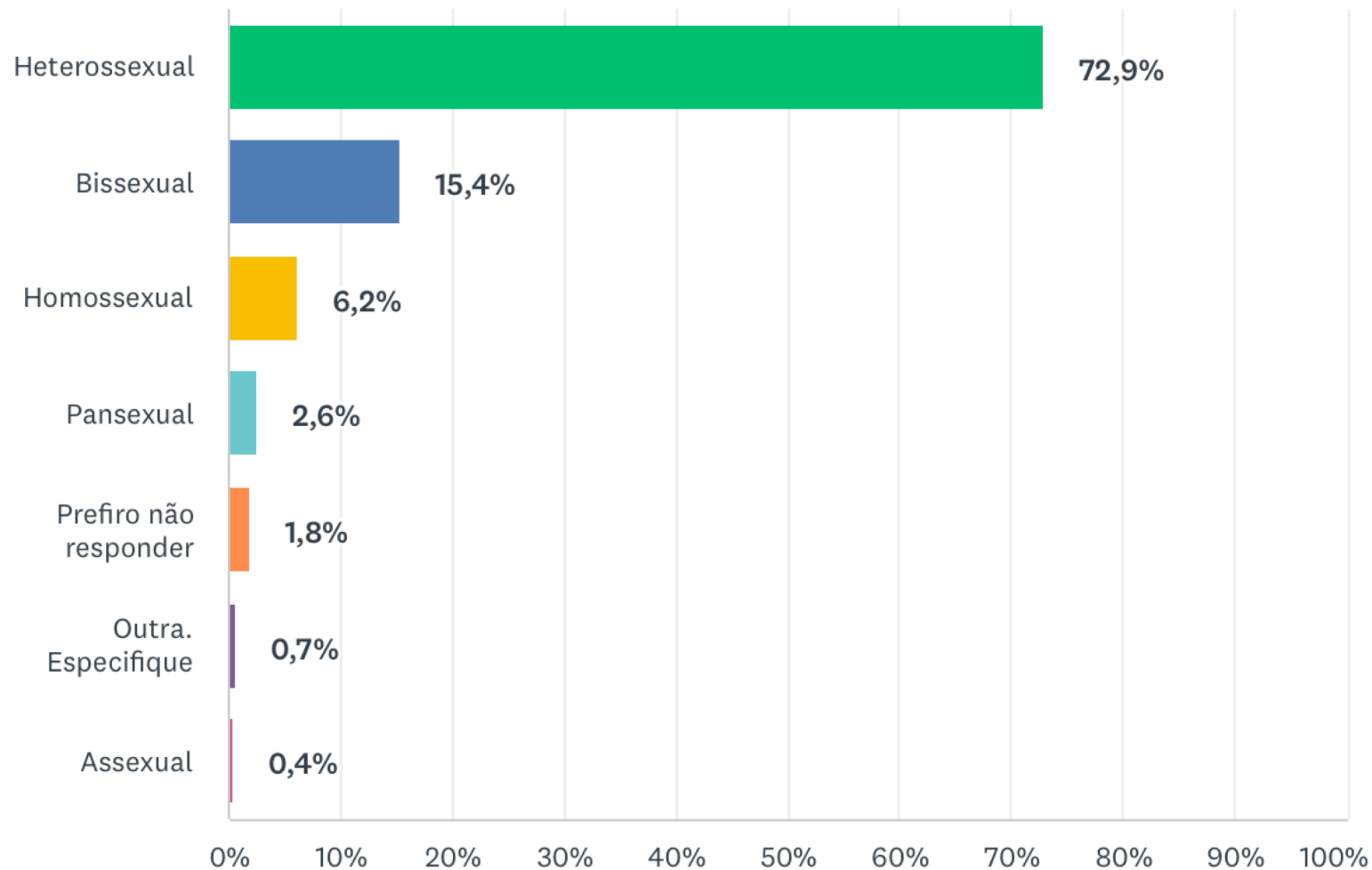
Perfil

Qual é a sua identidade de gênero?



- + A distribuição de identidade de gênero entre os respondentes da programação cultural é semelhante ao do público das exposições, com aumento do público que se declara como não binário e gênero fluido.
- + Quando comparado ao público que participou das oficinas maker há diversas diferenças. Além da redução da diferença da porcentagem de mulheres e homens, aparecem aqui as pessoas não-binárias e gênero fluido, ausentes nas oficinas.

Com relação à orientação sexual, como você se identifica?



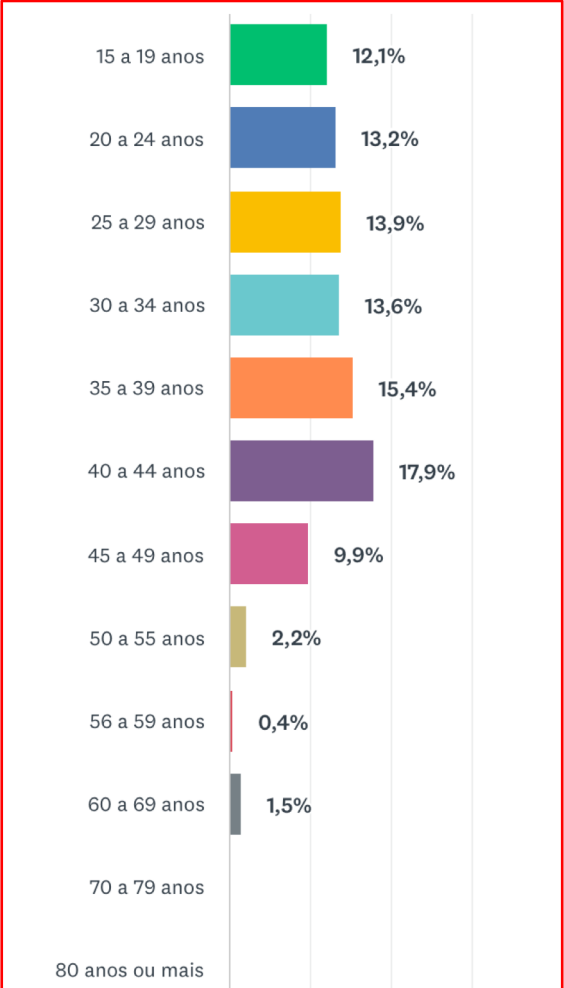
Outras respostas

Não sei essas orientações (n=1)

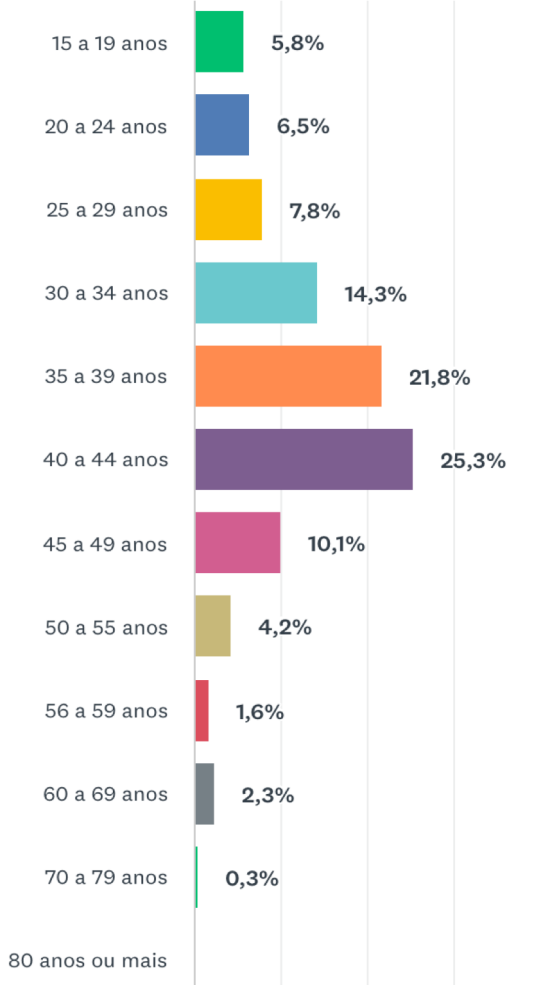
- + O público que se identifica como bissexual na Programação cultural é maior que na exposição (9,1%) e que na oficina maker (3,2%).

Qual sua idade

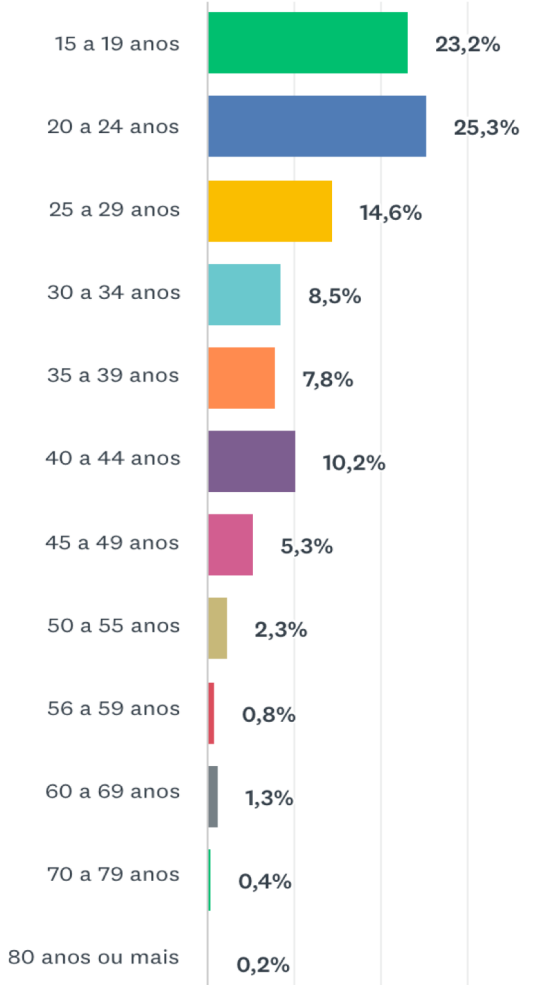
Programação cultural



Maker

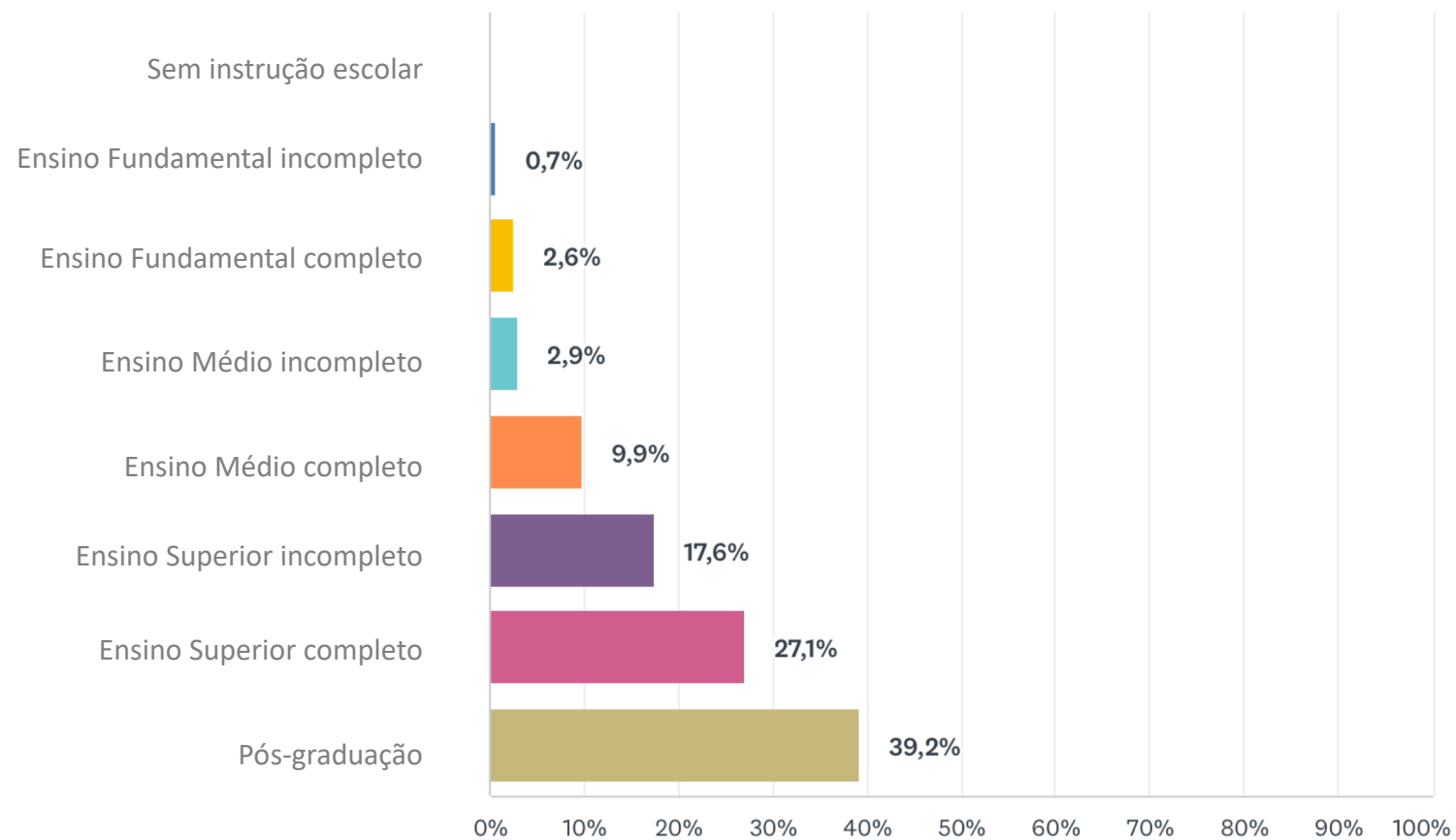


Exposições



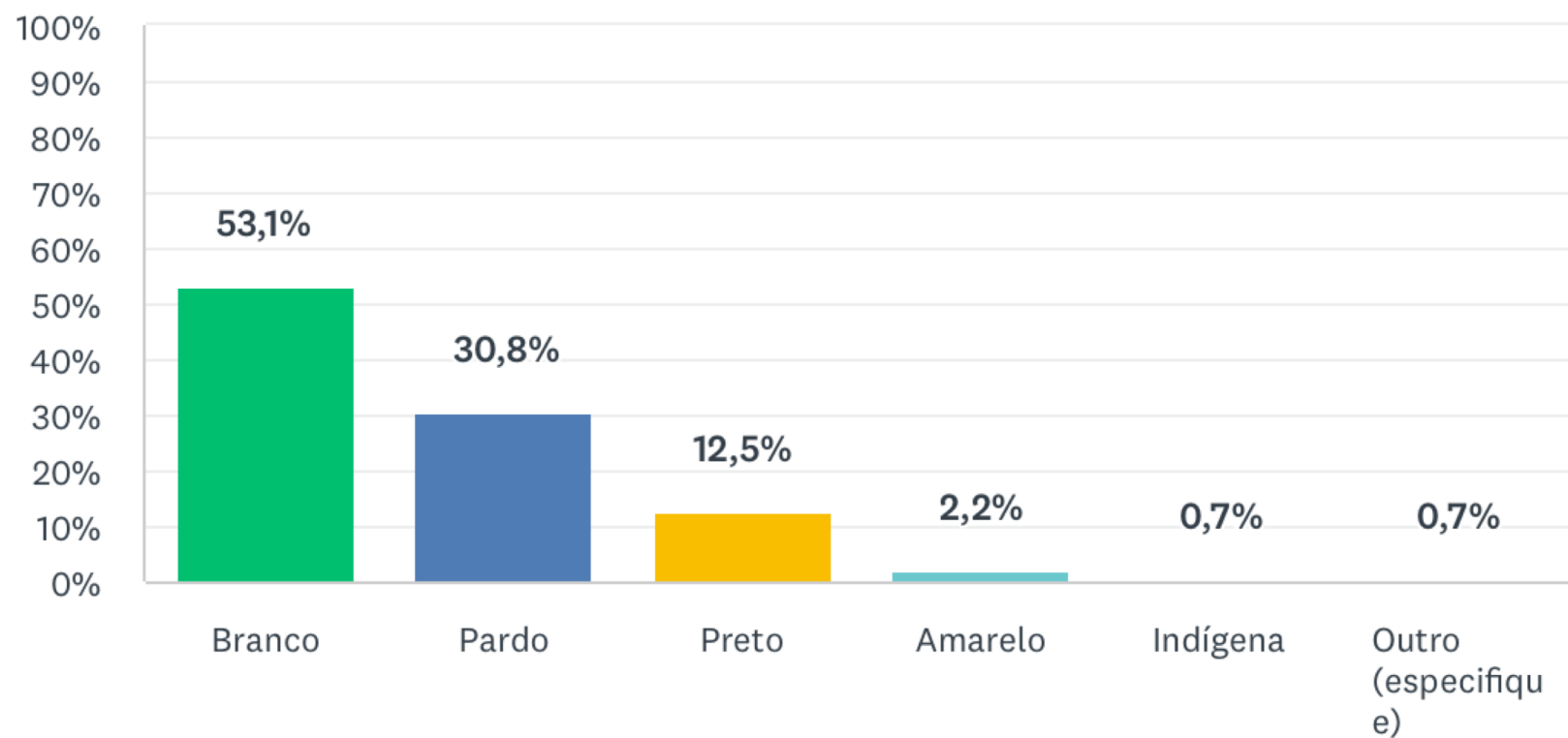
+ Comparado às exposições e oficinas maker, o perfil etário do público da Programação Cultural é mais diversificado, contemplando tanto o público jovem quanto adulto.

Escolaridade

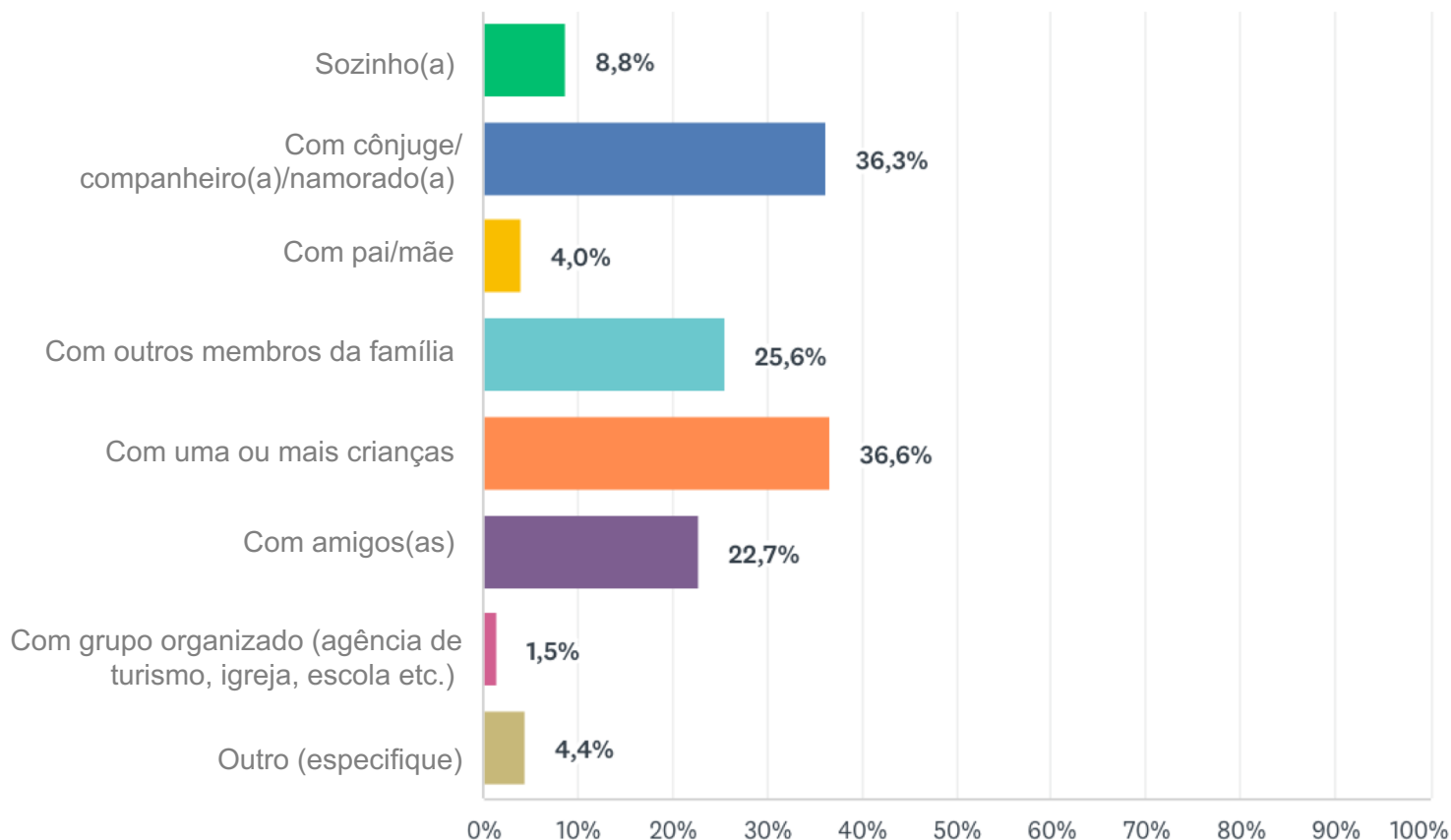


+ A programação cultural, assim como as oficinas maker atraem um público com alta escolaridade.

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

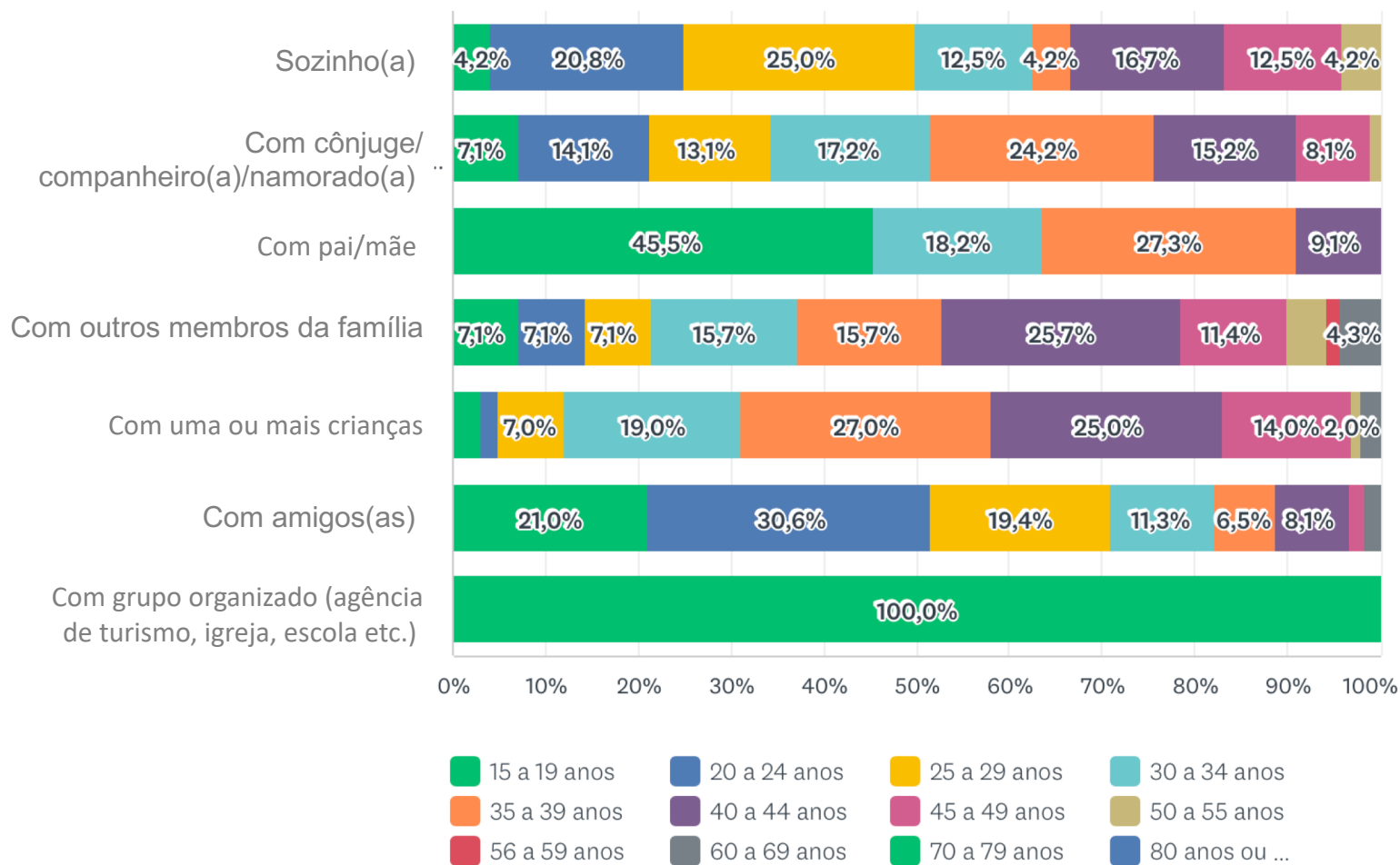


Com quem você veio ao SESI Lab? (Marque todas as opções aplicáveis)



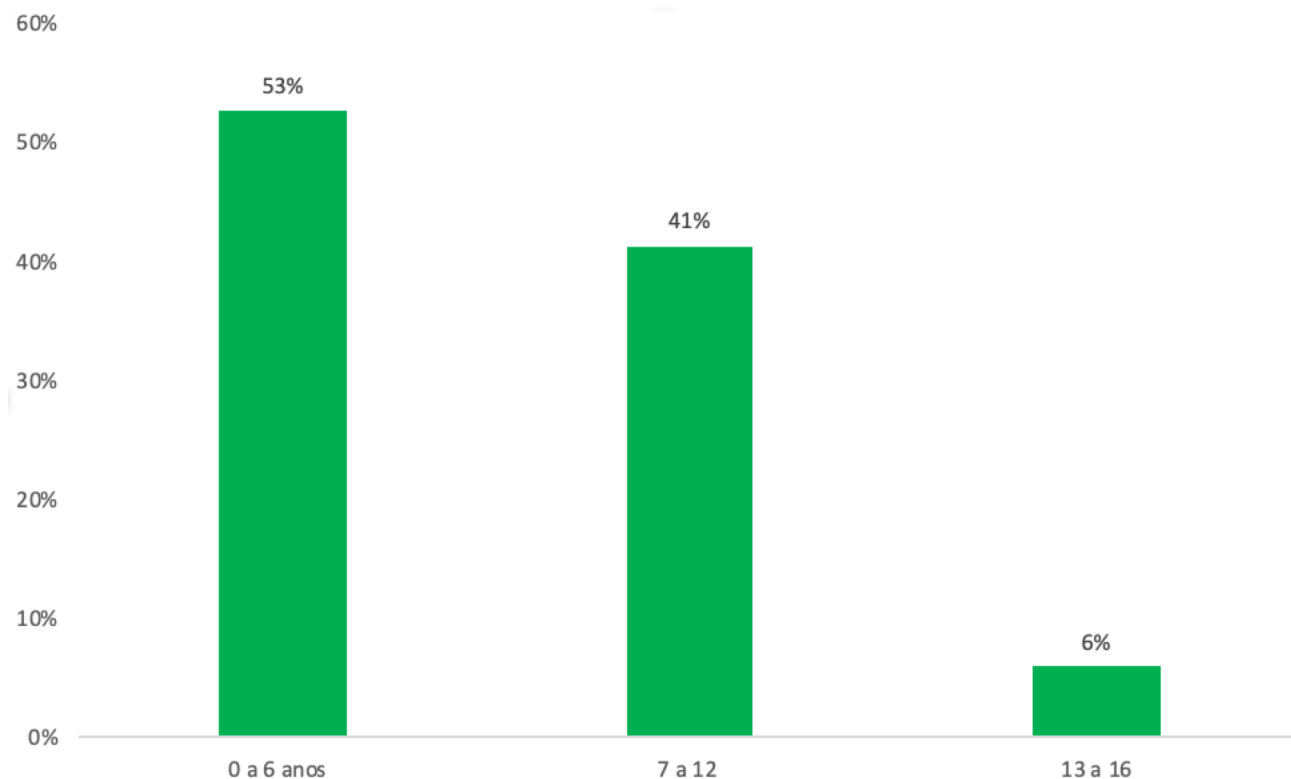
- + A programação cultural é a atividade que teve maior expressividade de pessoas que foram ao SESI Lab “sozinho(a)”.
- + Comparando com os dados das exposições e oficinas maker, aqueles que fizeram a visita “sozinhos” corresponderam a 5,7% e 1,9%, respectivamente.

Com quem você veio ao SESI Lab X idade



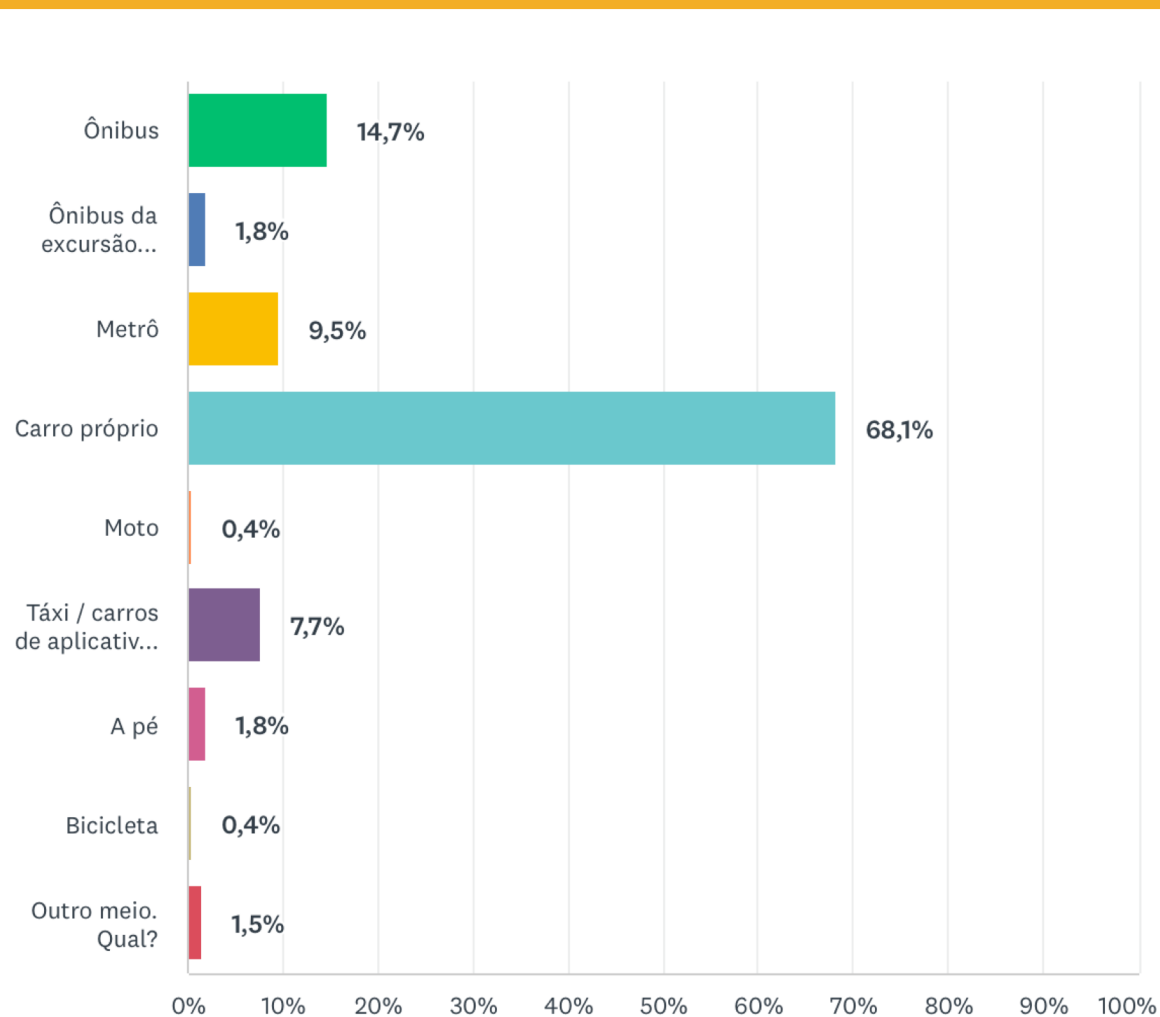
+ O público que participou da programação cultural com pai/mãe tem maior proporção de jovens (45,5%), já o público que visitou a exposição com outros membros da família é o que apresentou maior percentual de idosos.

Se acompanhado(a) de criança(s), especifique a(s) idade(s), por favor



- + A programação cultural, como no ano anterior (2023), contribui fortemente para o atendimento de crianças pequenas.
- + Em comparação às exposições e oficinas maker, as atividades da Programação Cultural são as que mais atraem essa faixa etária.

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



**Outro
(especifique)**

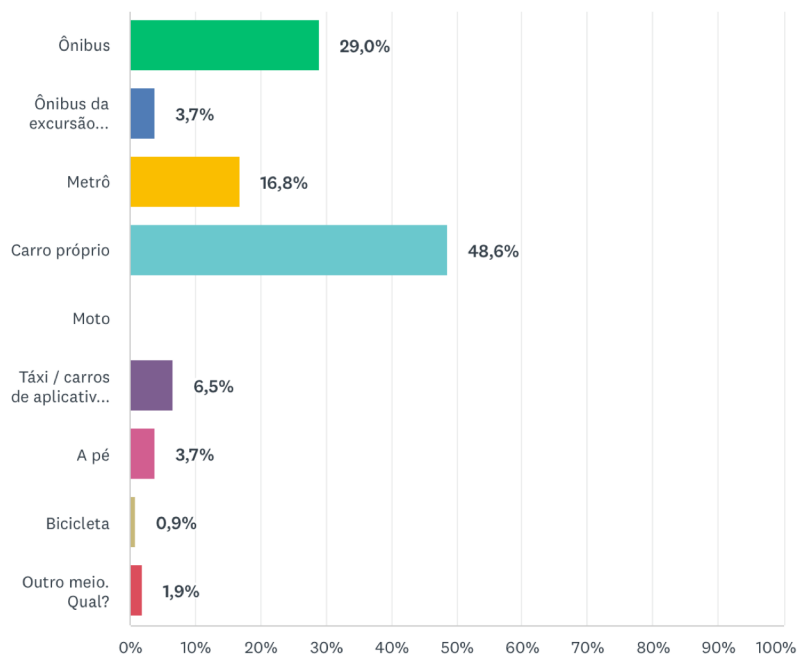
Van (n=1)
Carona (n=3)

- + Apesar do carro próprio ainda ser o meio de transporte mais usado pelo público que frequentou a programação cultural, houve um aumento no uso do transporte público, Em 2023 o número de pessoas que disse chegar ao SESI Lab de ônibus foi de 3%. Esse ano esse número representou 14,7%

Meio(s) de transporte – idade

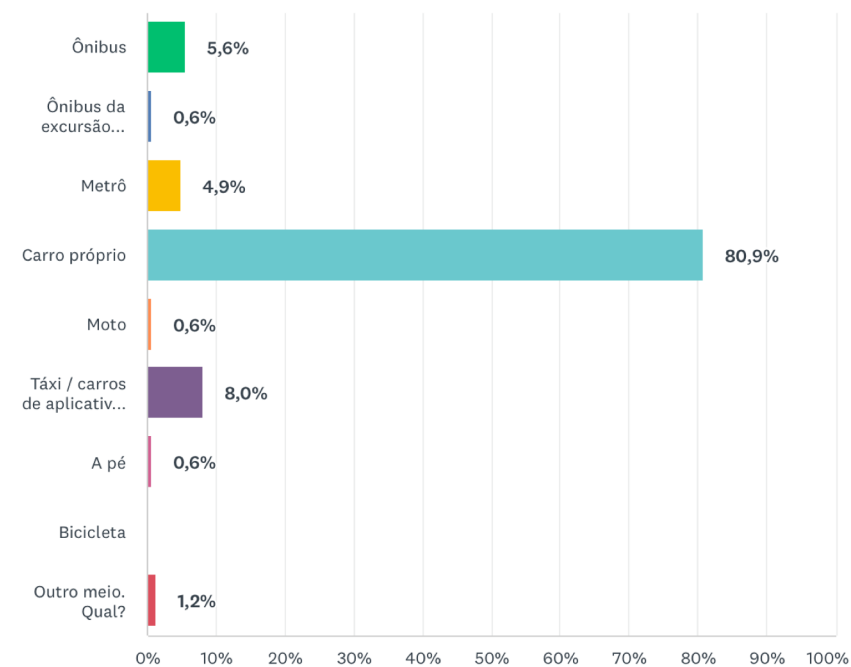
+ 15 a 29 anos

Responderam: 107 Ignoraram: 0



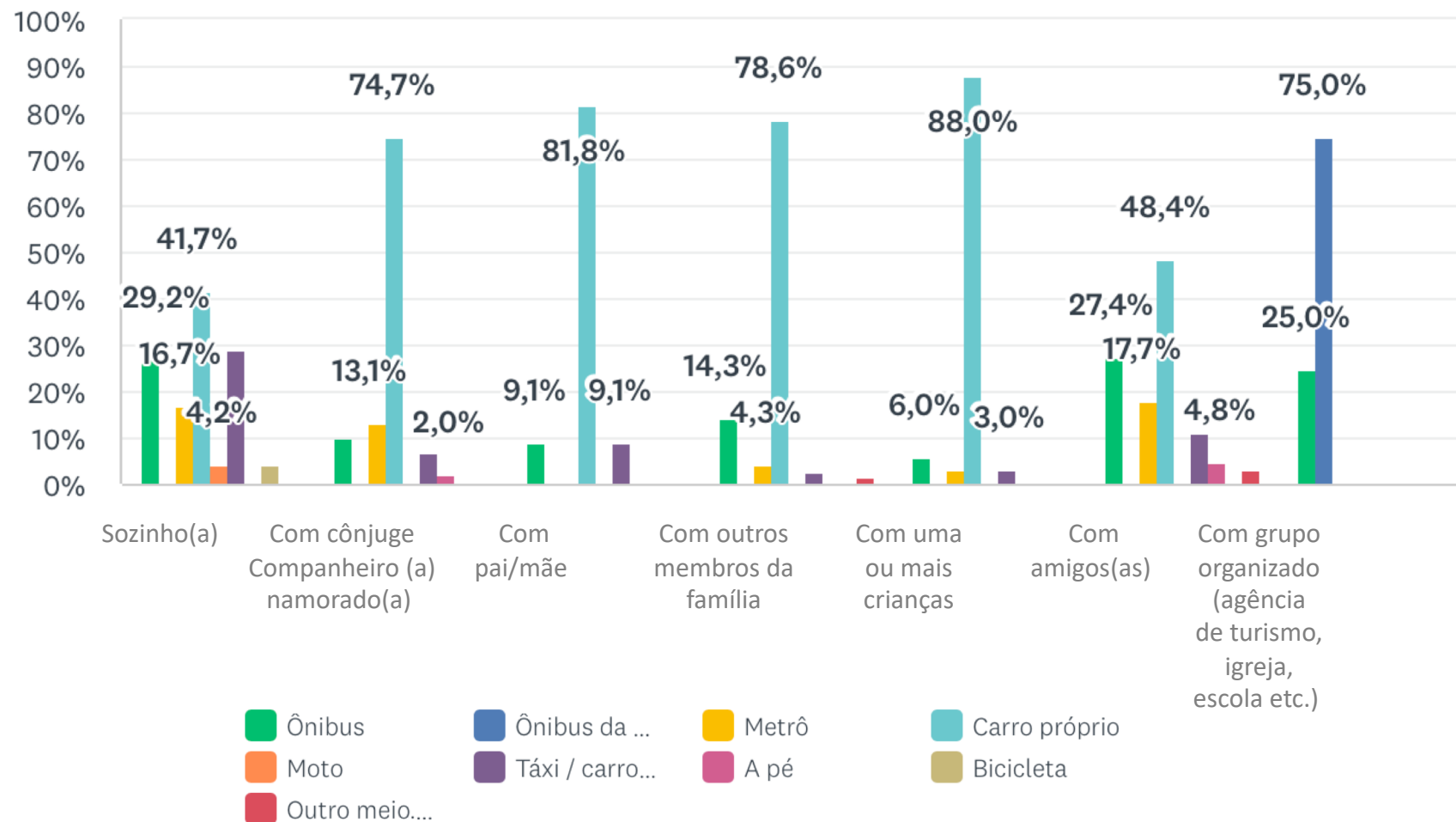
+ 30 a 59 anos

Responderam: 162 Ignoraram: 0



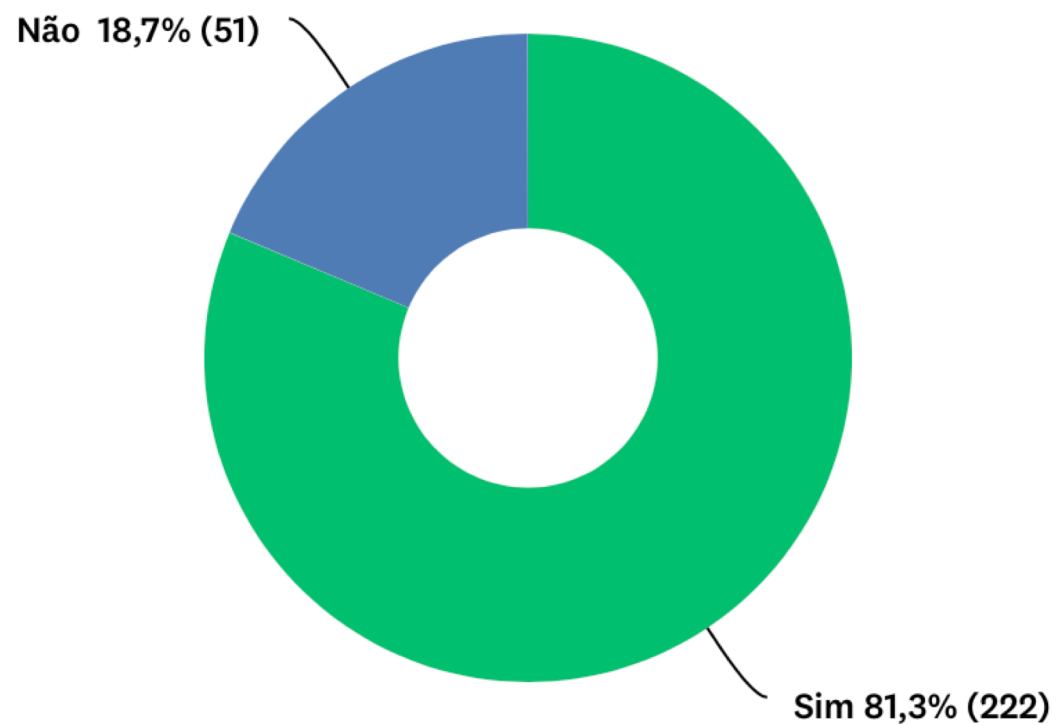
- + Carro próprio segue como principal meio de transporte para os dois grupos de idade.
- + O padrão para aqueles que vem de ônibus e metrô é o mesmo da exposição e oficina maker, com jovens e jovens adultos fazendo mais uso dos transportes públicos.

Qual(ais) o(s) meio(s) de transporte que você utilizou X com quem veio ao SESI Lab?

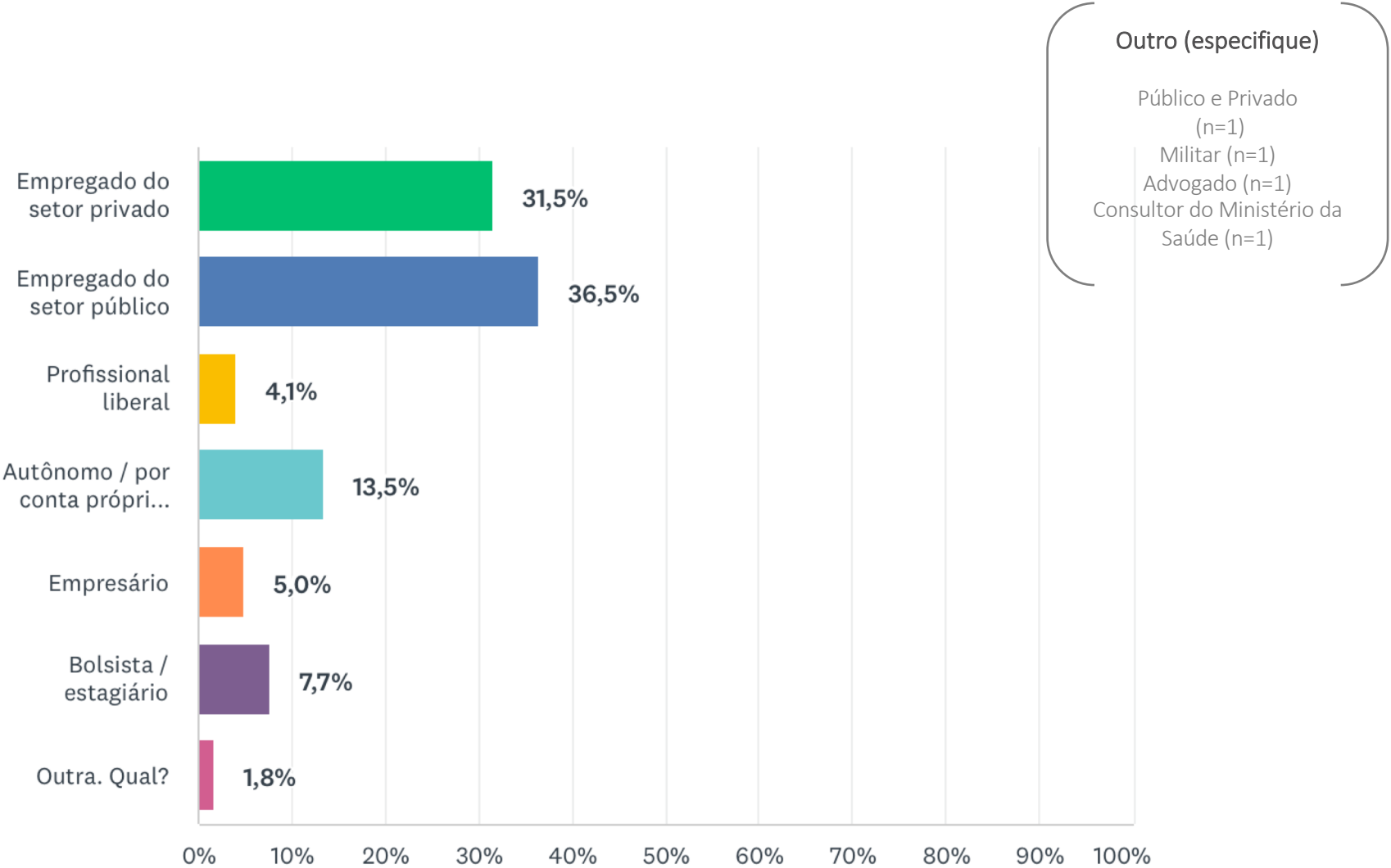


- + Os visitantes “sozinhos” e grupos de amigos são aqueles que mais fez uso do transporte público (ônibus e metrô).
- + Grupos com crianças fazem mais uso de carro próprio.

Você exerce alguma atividade remunerada?

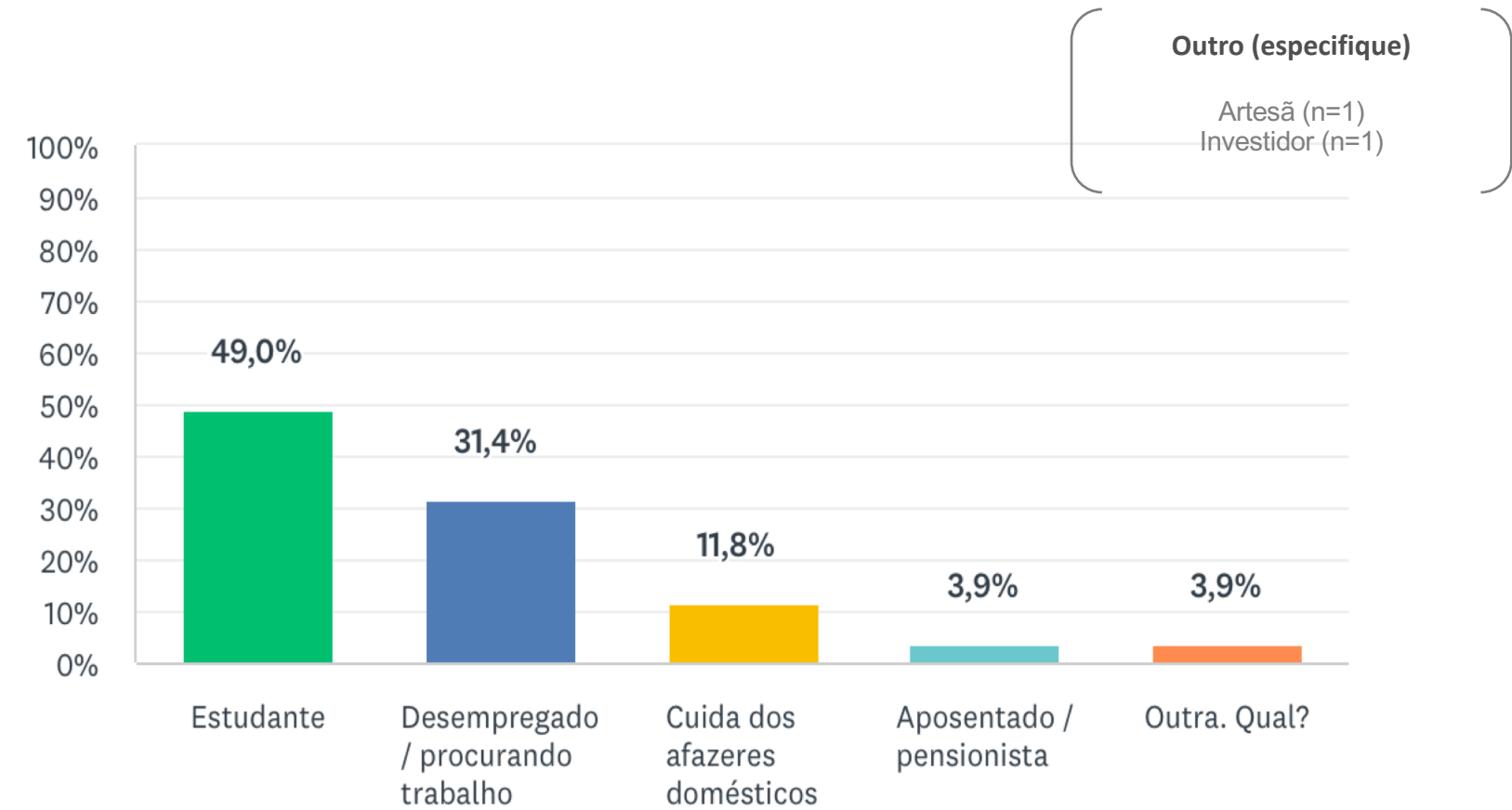


Se você exerce atividade remunerada, indique sua situação: (Marque apenas uma resposta)



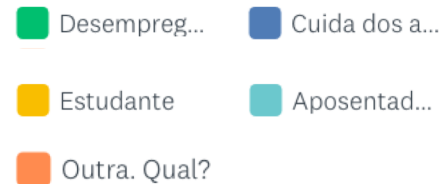
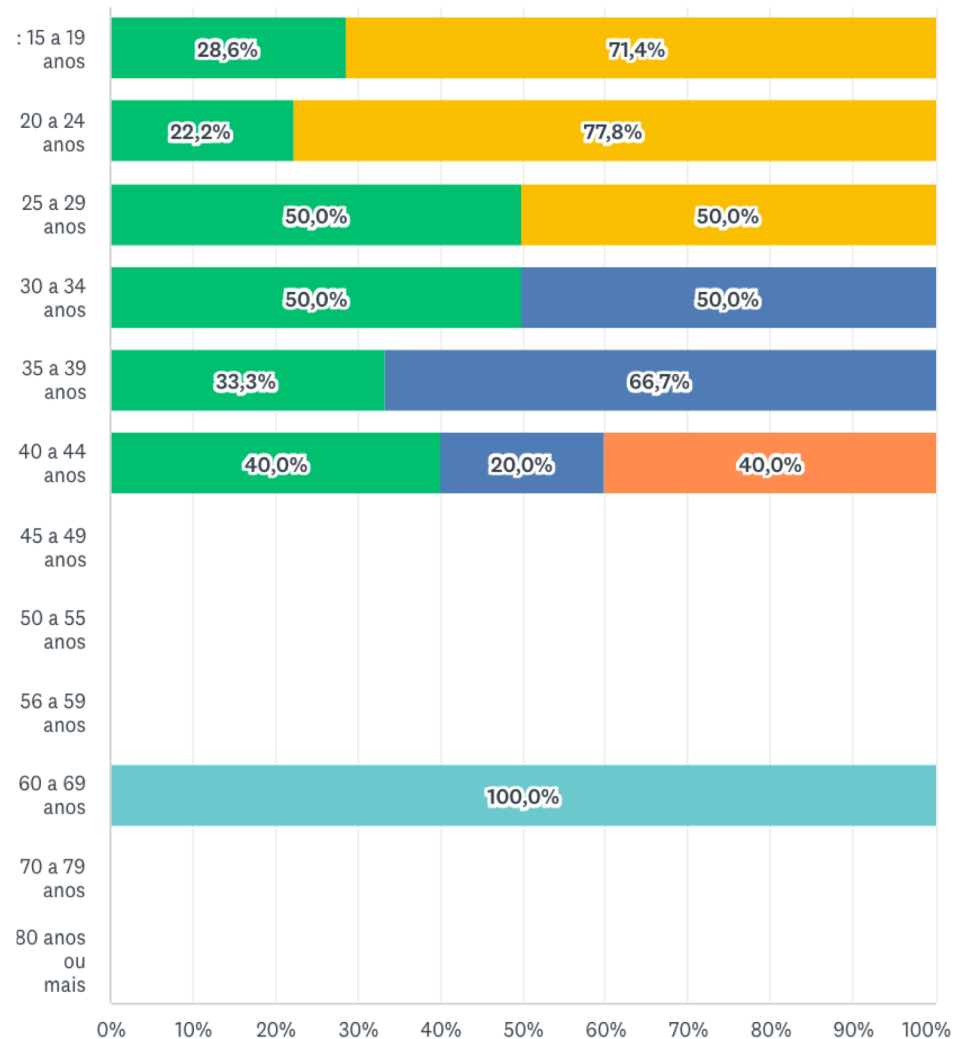
+ Entre o público que participou da programação cultural verifica-se a menor distância entre setor público e privado.

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



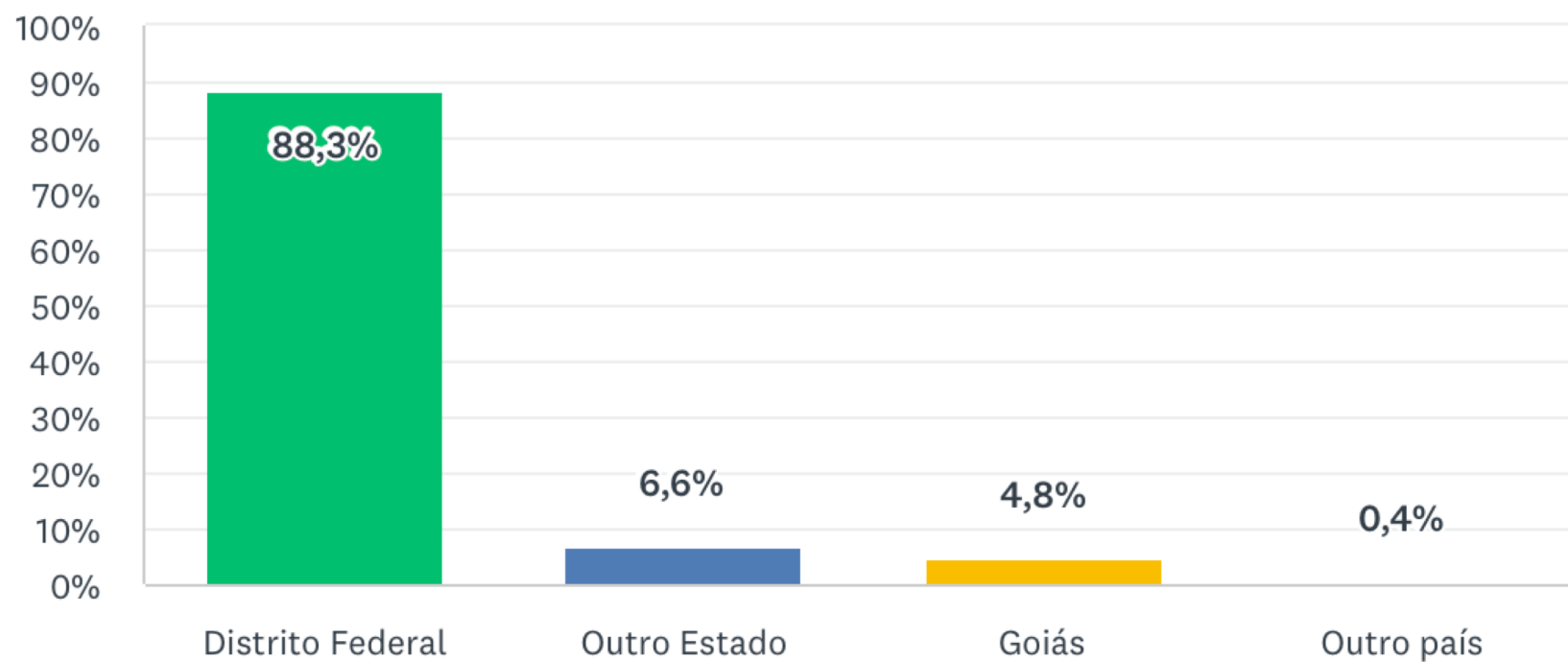
- + Em comparação ao ano anterior, os estudantes seguem como maioria entre aqueles que não exercem atividade remunerada.
- + Chama a atenção o aumento de respondentes que estão desempregados/procurando trabalho. Em 2023, esse público era de 8,5%.

Idade X NÃO exerce atividade remunerada



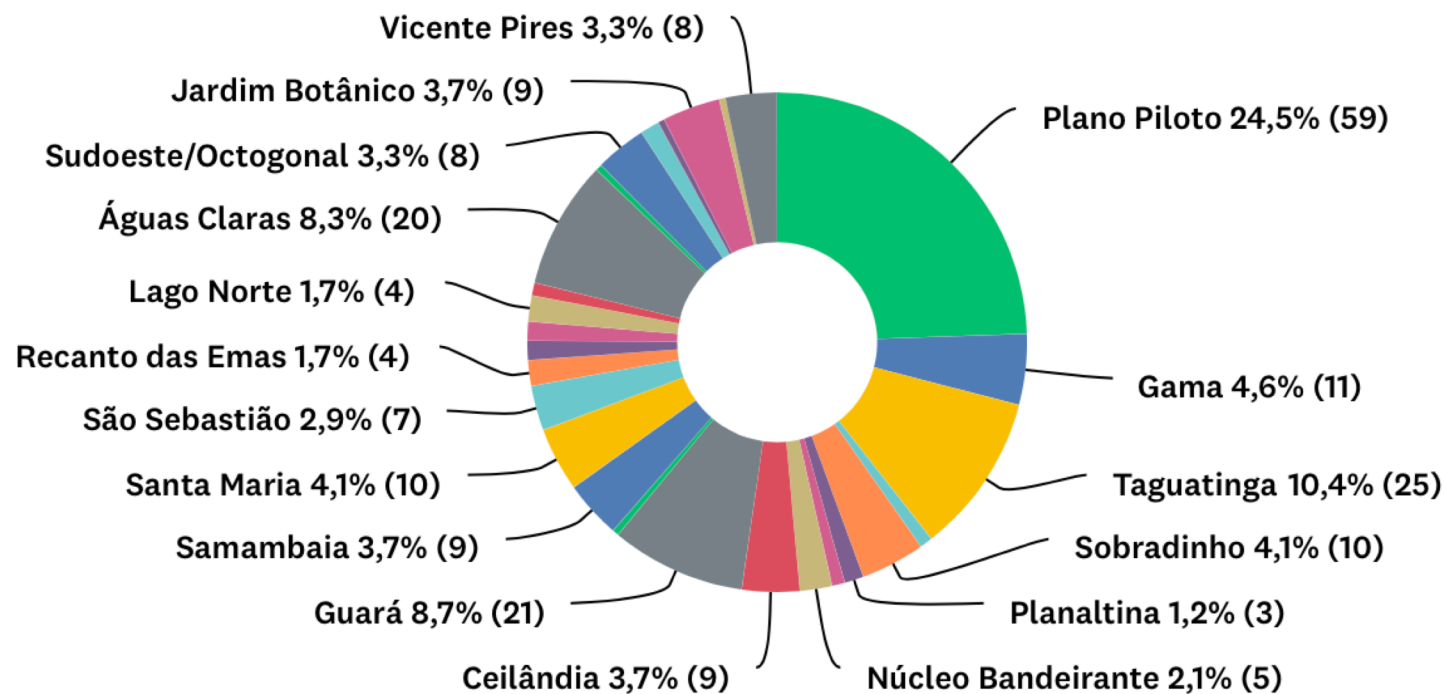
- + Dentre as pessoas que estão procurando emprego, o maior percentual está nas faixas que vão de 25 a 34 anos (n=4).
- + Dentre aqueles que declararam cuidar dos afazeres domésticos, a maior porcentagem está na faixa dos 35 a 39 anos (n=4).
- + Do ponto de vista dos dados absolutos, a maior parte dos respondentes que se declararam desempregados estão na faixa dos 15 aos 19 anos (n=6)

Onde você mora?



+ A programação cultural, assim como oficinas e exposição atraem um público maior do DF.

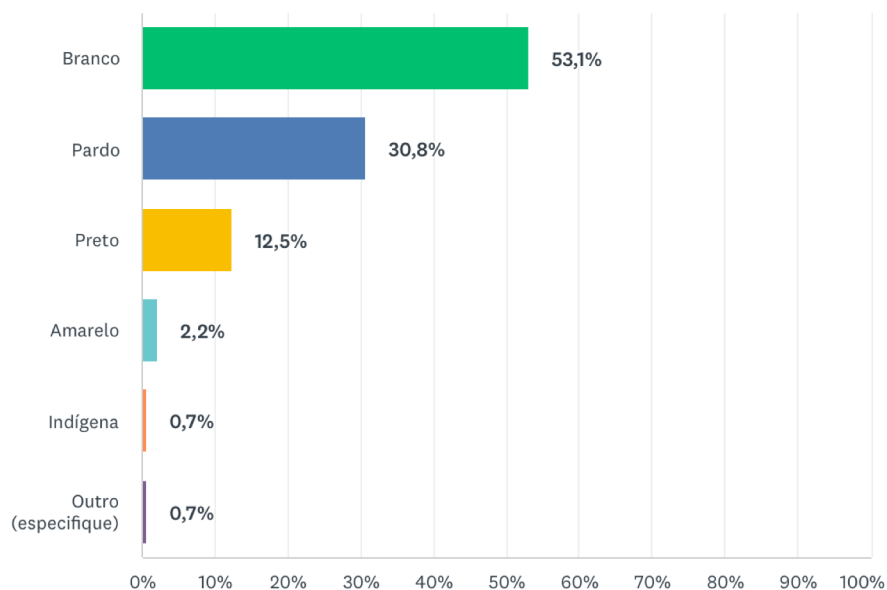
Qual região do DF?



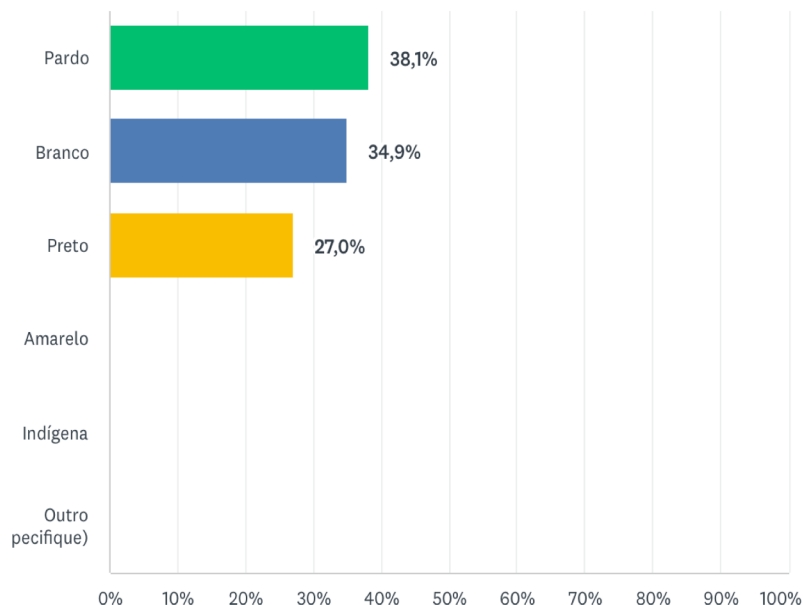
- + A Programação cultural atraiu uma maior porcentagem de visitantes de áreas de renda média-baixa e baixa (35,9%), em comparação a visitantes da exposição (26,1%) e oficina maker (24,1%).
- + Neste estudo, visitantes de RAs com maior número de pessoas de renda alta perfizeram 43,9% e renda média-alta, 28,6% dos respondentes.

RAs X cor/raça

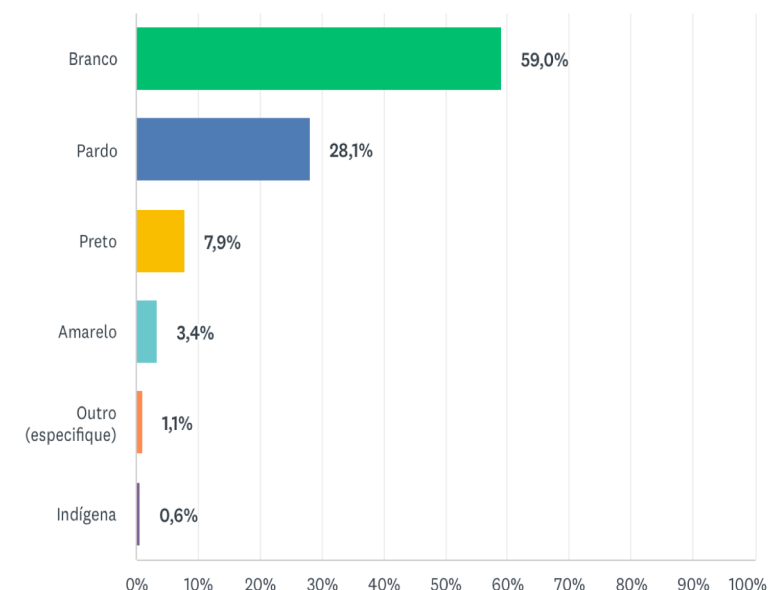
+ Amostra geral



+ RAs média-baixa e baixa



+ RAs média-alta e alta

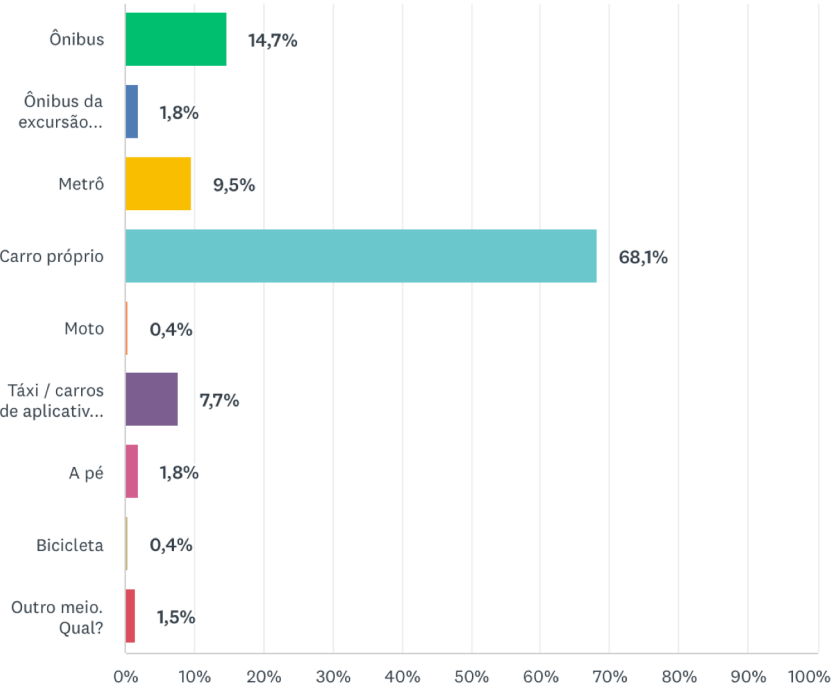


- **Renda Média-Baixa:** Celiândia, Gama, Riacho Fundo, Samambaia, Sítio do Sobradinho II;
- **Renda Baixa:** Brazlândia, Fercal, Itapoã, Paranoá, Planaltina, Recanto das Emas, Riacho Fundo II, S. Nascente/P. do Sol, São Sebastião, SCIA-Estrutural e Varjão.
- **Renda Alta:** Águas Claras, Jardim Botânico, Lago Norte, Lago Sul, Park Way, Plano Piloto e Sudoeste/Octogonal;
- **Renda Média-alta:** Arniqueira, Candangolândia, Cruzeiro, Guará, Núcleo Bandeirante, SIA, Sobradinho, Taguatinga e Vicente Pires;

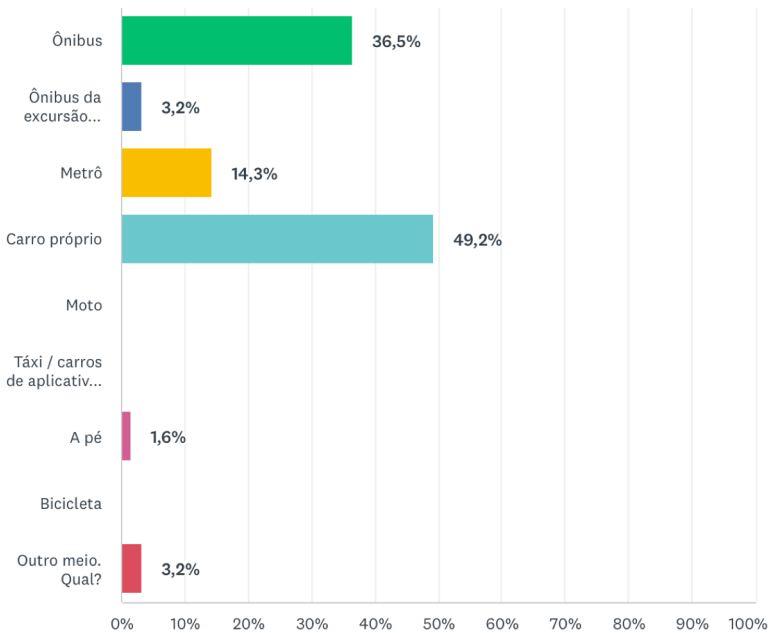
+ Pessoas de RAs de classe Média-baixa e Baixa têm uma proximidade daqueles que se autodeclaram Pardos e Pretos, assim como para exposição.

RAs X meio de transporte

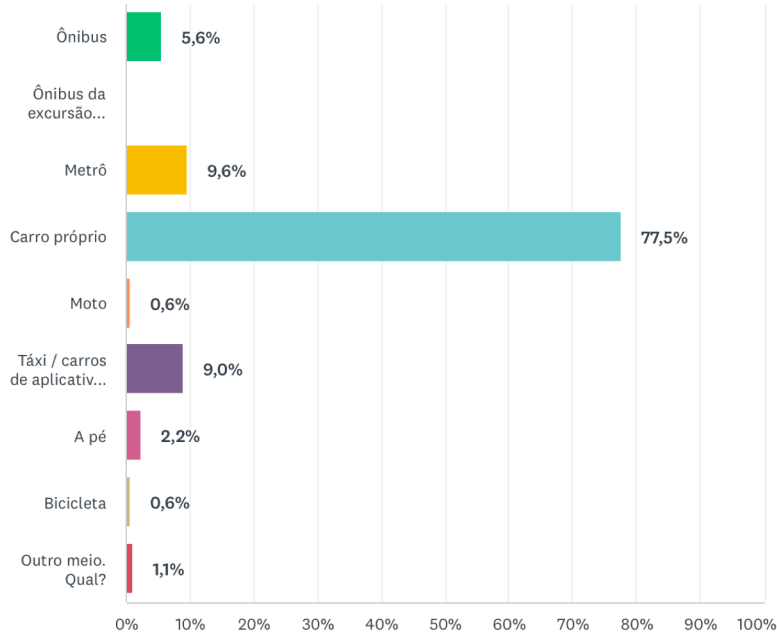
+ Amostra geral



+ Média-baixa e baixa



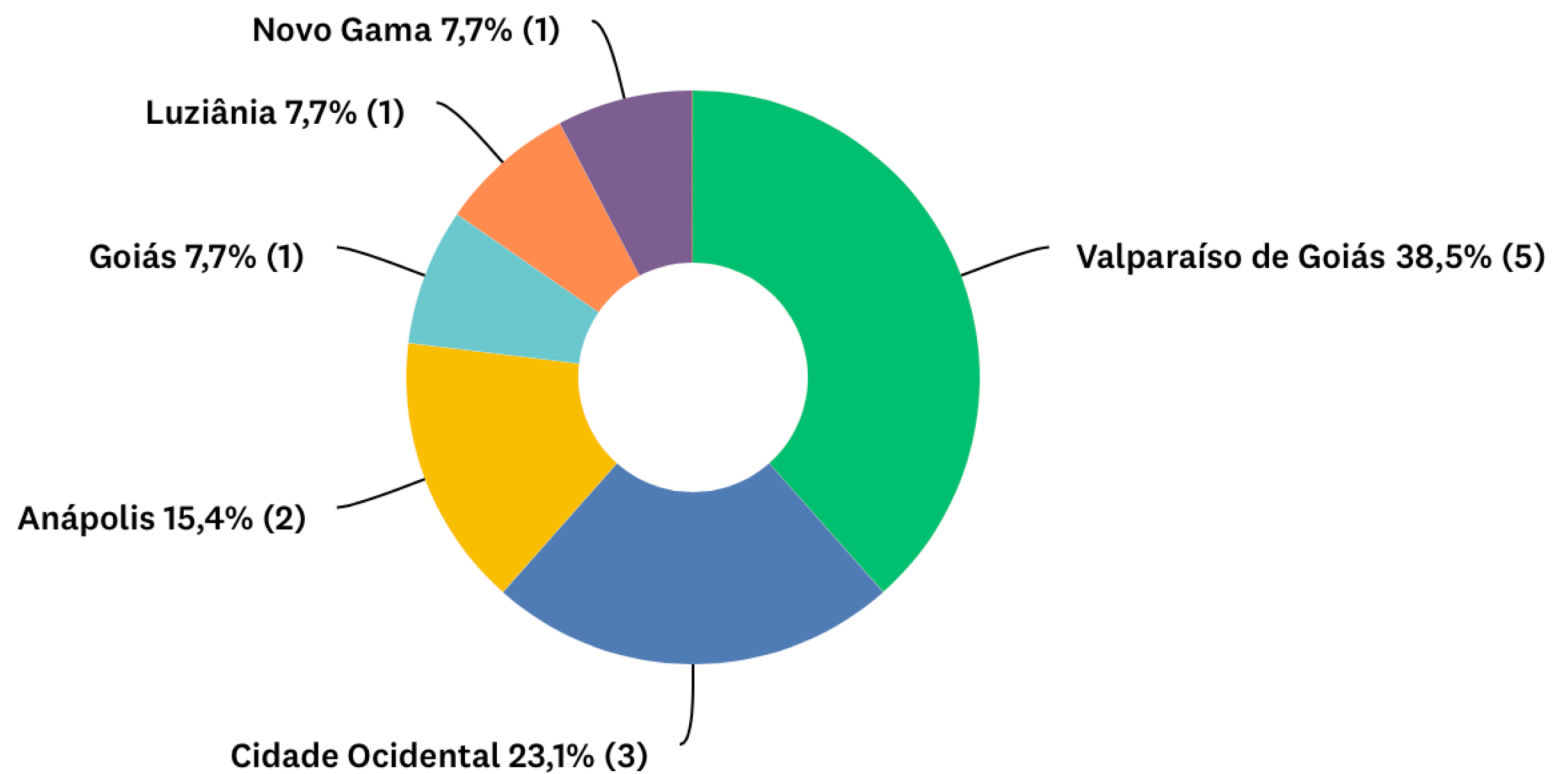
+ Média-alta e alta



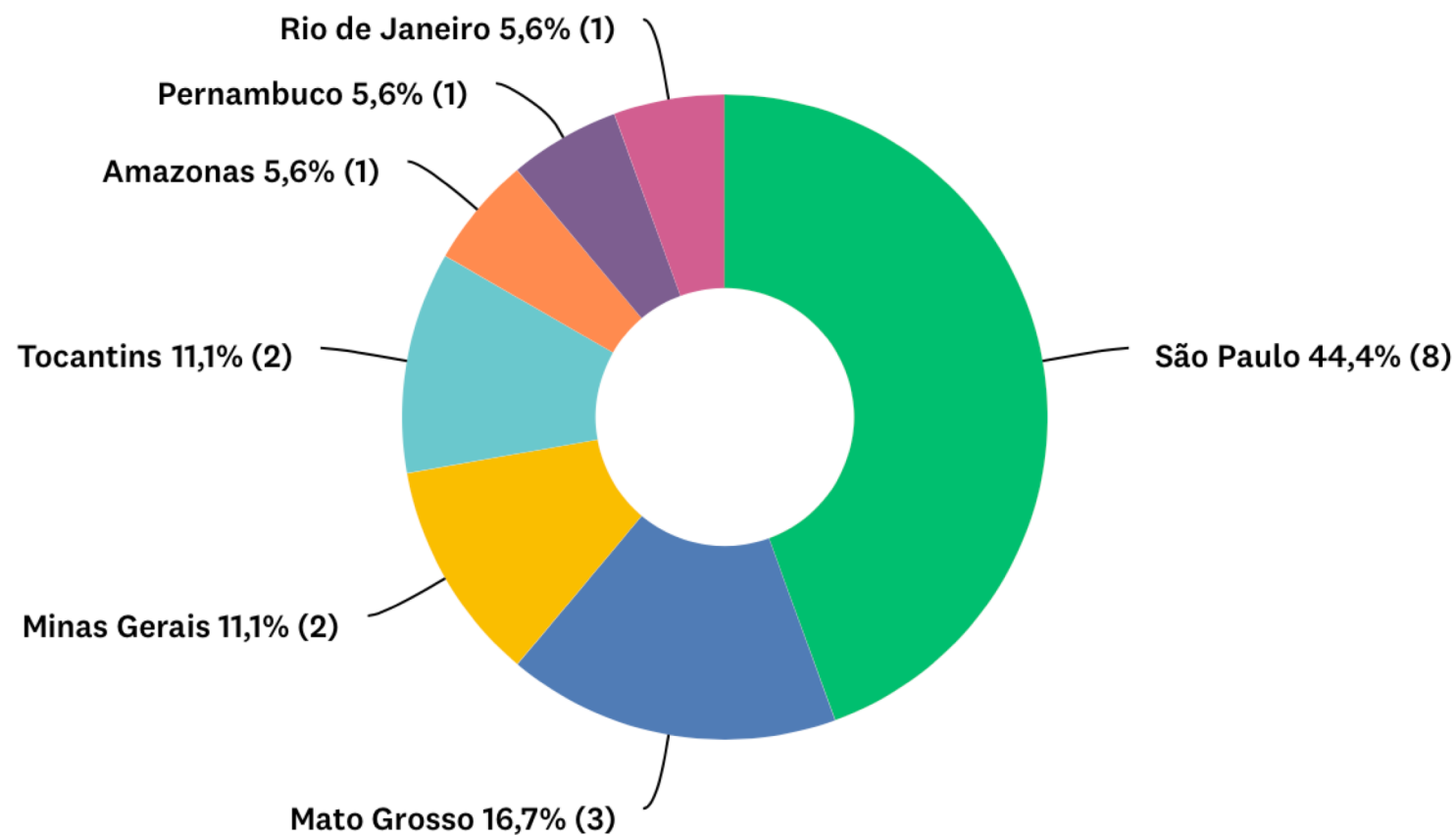
- **Renda Média-baixa:** Ceilândia, Gama, Riacho Fundo, Samambaia, Santa Maria e Sobradinho II;
- **Renda Baixa:** Brazlândia, Fercal, Itapoã, Paranoá, Planaltina, Recanto das Emas, Riacho Fundo II, S. Nascente/P. do Sol, São Sebastião, SCIA-Estrutural e Varjão.
- **Renda Alta:** Águas Claras, Jardim Botânico, Lago Norte, Lago Sul, Park Way, Plano Piloto e Sudoeste/Octogonal;
- **Renda Média-alta:** Arniqueira, Candangolândia, Cruzeiro, Guará, Núcleo Bandeirante, SIA, Sobradinho, Taguatinga e Vicente Pires;

+ Na Programação Cultural, o uso do carro próprio foi predominante em ambos os grupos de renda. No entanto, é mais significativo o número de visitantes das Regiões Administrativas (RAs) de renda Média-baixa e Baixa que chegam utilizando transporte público (ônibus = 36,5% e metrô = 14,3%), em comparação com os de classe Média-alta e Alta, que representam apenas 5,6% e 9,6%, respectivamente.

Qual cidade de Goiás?

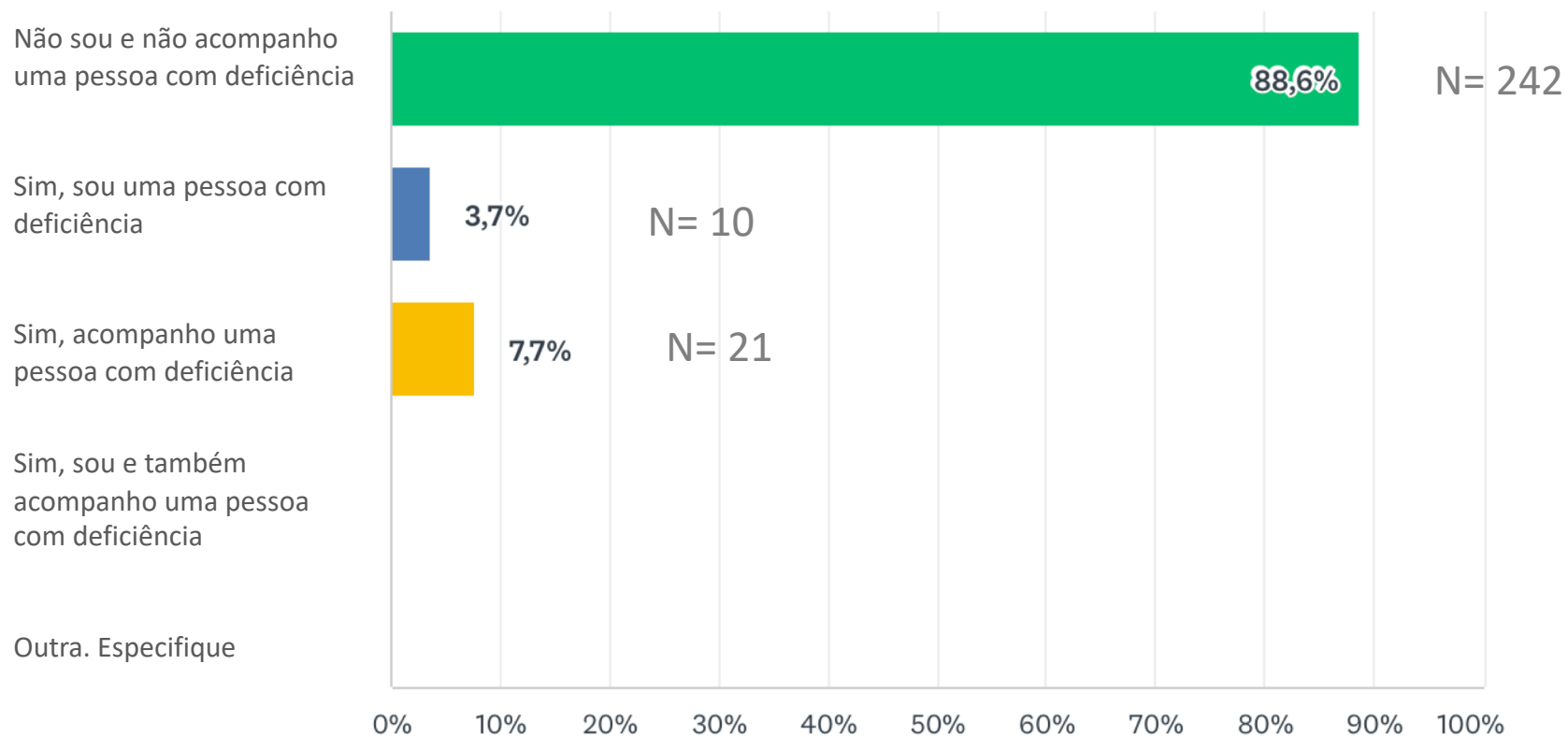


Selecione seu Estado:



Acessibilidade

Você ou alguém que você acompanha é uma pessoa com deficiência (PcD)?



- + Na Programação cultural o número de participantes com deficiência e de pessoas que acompanham pessoas com deficiência é o mais representativo em comparação as exposições e oficina maker.
- + Pessoas com deficiência perfizeram 2,7% na exposição e 0,6% nas oficinas. Já pessoas que acompanham pessoas com deficiência perfizeram 3,5% nas exposições e 6,5% na oficina maker.

Qual o tipo de deficiência? (Pode assinalar mais de um tipo)

Deficiência intelectual/mental permanente, total ou parcial, para se comunicar, realizar cuidados pessoais, trabalhar, estudar etc. por causa de alguma limitação nas funções mentais

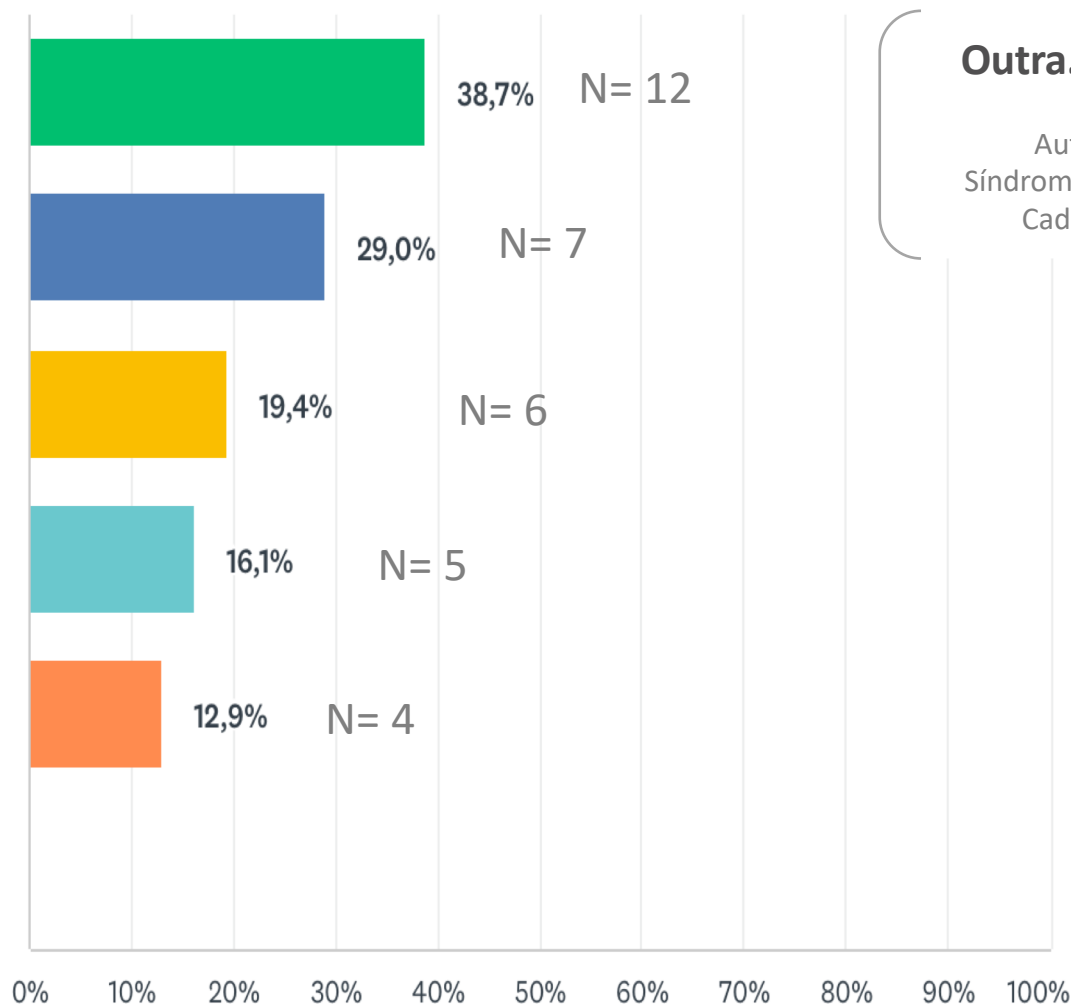
Outra. Especifique

Deficiência visual permanente, total ou parcial, para enxergar, mesmo usando óculos ou lentes de contato

Deficiência auditiva permanente, total ou parcial, para ouvir, mesmo usando aparelhos auditivos

Deficiência física permanente, total ou parcial, para andar ou subir degraus, mesmo usando prótese, bengala ou aparelho de auxílio

Dificuldade permanente, total ou parcial, para pegar pequenos objetos, como botão ou lápis, ou abrir e fechar tampas de garrafas, mesmo usando aparelho de auxílio

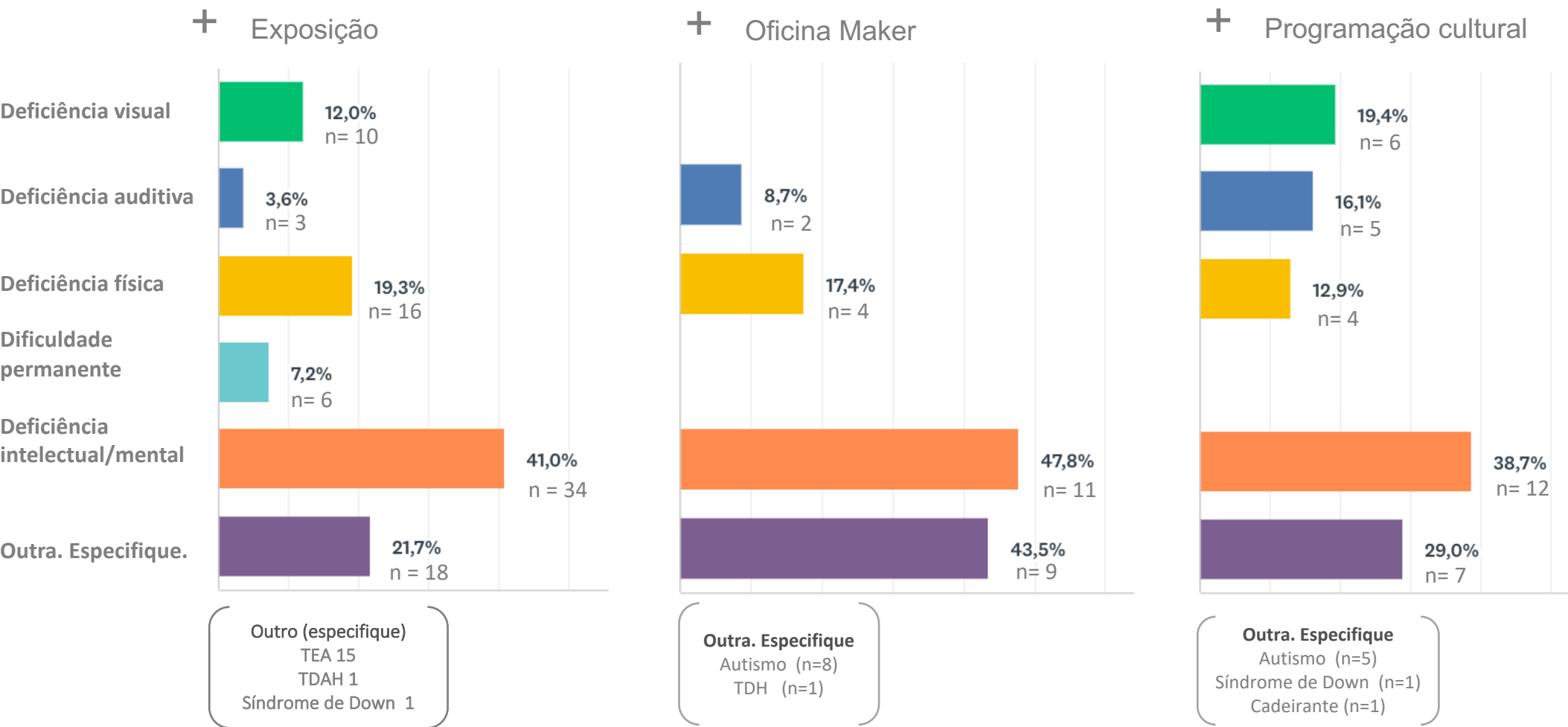


Outra. Especifique

Autismo (n=5)
Síndrome de Down (n=1)
Cadeirante (n=1)

+ Como para as exposições e oficinas maker, deficiência intelectual/mental permanente total ou parcial foi a mais citada entre os respondentes.

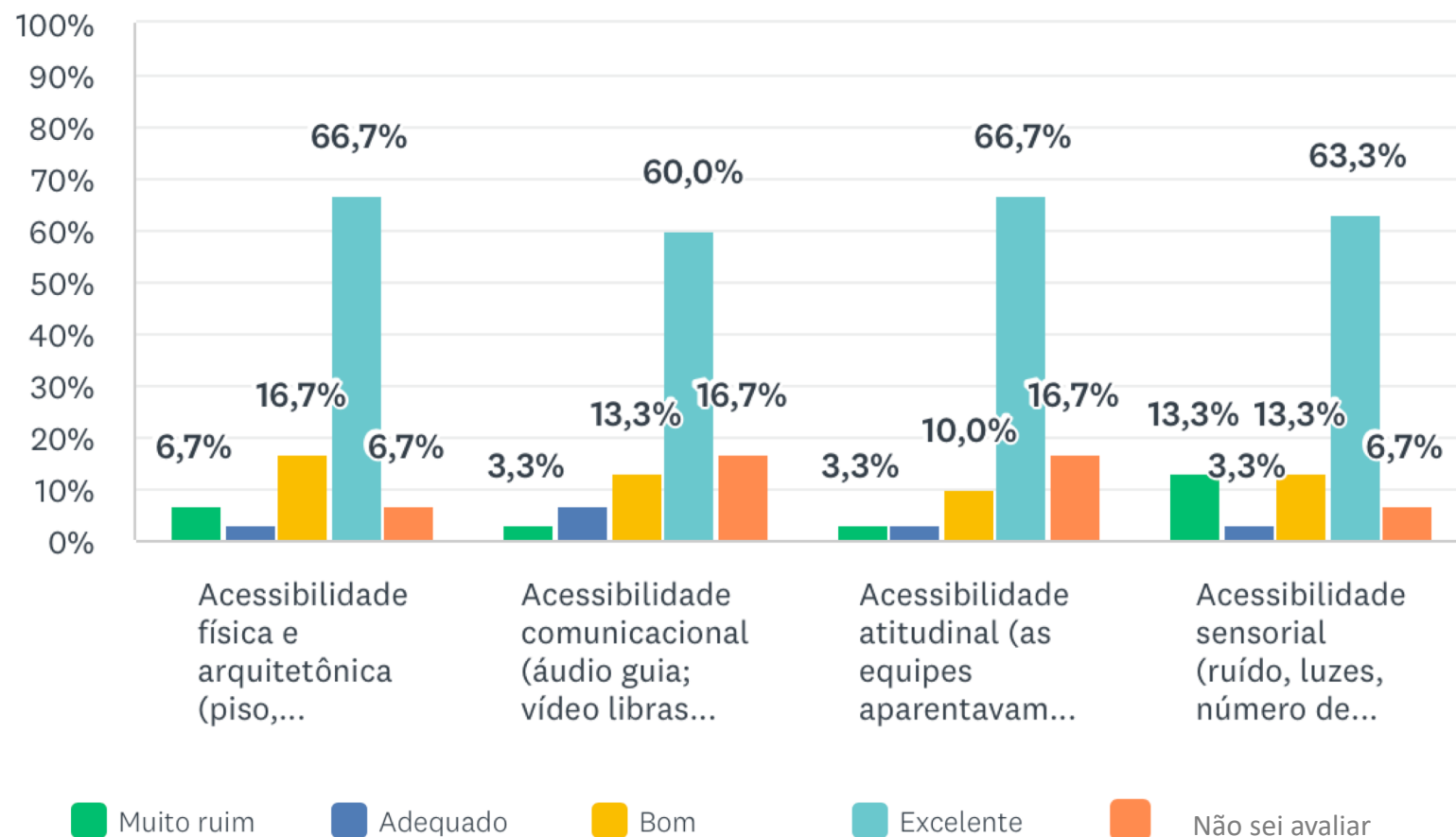
Qual o tipo de deficiência? (Pode assinalar mais de um tipo)



O total de tipos de deficiência é superior ao de sujeitos pesquisados, pois um único indivíduo pode possuir mais de uma deficiência. Entre parênteses são os números absolutos.

- + Neste estudo, a deficiência intelectual/mental permanente total ou parcial foi a mais citada entre os respondentes de todas as ações.
- + Pela Legislação 12.764/2012 TEA não se enquadra entre os deficientes intelectuais. Para a OMS (CID 11) este pode ser incluído como uma deficiência intelectual, a depender das características do indivíduo. Para próximos estudos sugerimos uma questão que englobe os neurodivergentes e inclua exemplos para facilitar a auto identificação dos respondentes.

Como você avalia os itens a seguir em relação à acessibilidade no SESI Lab?



- + Diferente das exposições e oficinas maker, para os respondentes da programação cultural a acessibilidade comunicacional foi o item avaliado com menor porcentagem na classificação excelente.
- + Em depoimentos informais ao aplicadores, uma das reclamações mais frequentes foi em relação às informações sobre a programação das atividades, como local e horário.

Você encontrou algum desafio quanto à acessibilidade no SESI Lab?

- Luzes do Experimento Lab me incomodam bastante
O piano era MUITO barulhento, agora é um pouco melhor Alguns aparatos fazem bastante barulho
- Estacionamento
- Ter que atravessar a rua

Outras respostas

Não (n=22)

Tem algum comentário específico sobre como o SESI Lab poderia garantir uma experiência mais inclusiva e agradável?

- Reduzir a quantidade de barulhos
- Abafadores de orelhas para autistas
- Intérprete de libras ou oralizado

Outras respostas

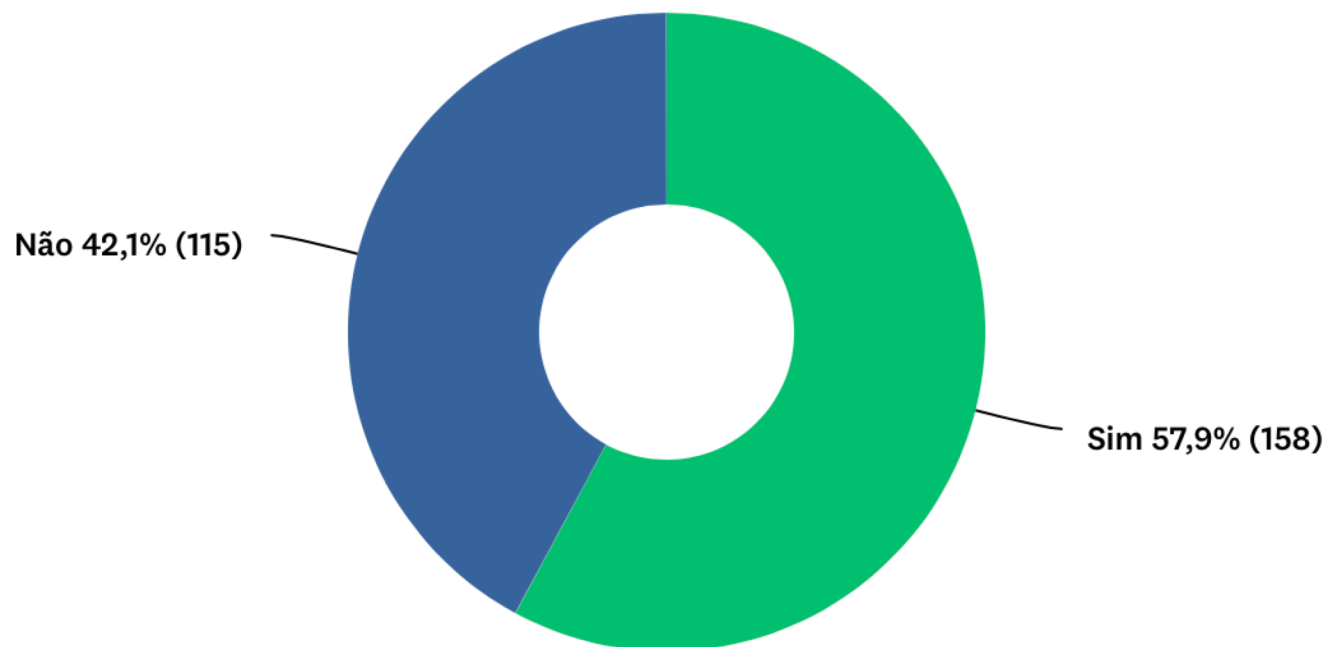
Não (n=5)

Avaliações positivas (n=4)

Ex: Super legal / Maravilhoso /
Muito confortável e inclui todo
mundo / Bem organizado... ótimo
local

Experiência

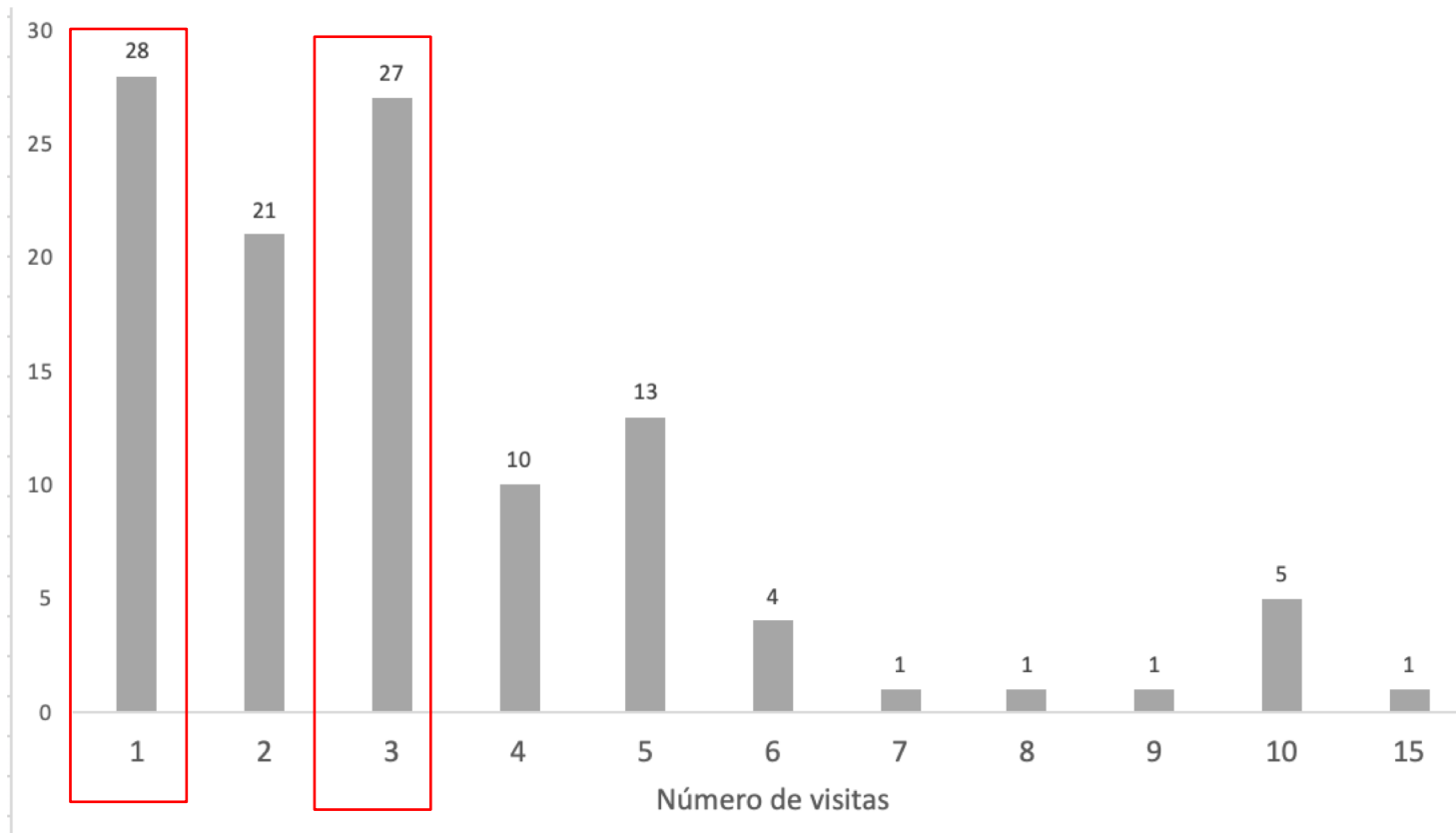
É a primeira vez que visita o SESI Lab?



- + Os visitantes da Programação cultural tiveram maior porcentagem de visitantes que já visitaram anteriormente o SESI Lab, em comparação a exposição e oficina maker.
- + A diversificação de ações ao longo do tempo, com novas e diferentes propostas, somado a divulgação eficiente, pode promover a fidelização do público que volta ao museu para participar dessas atividades.

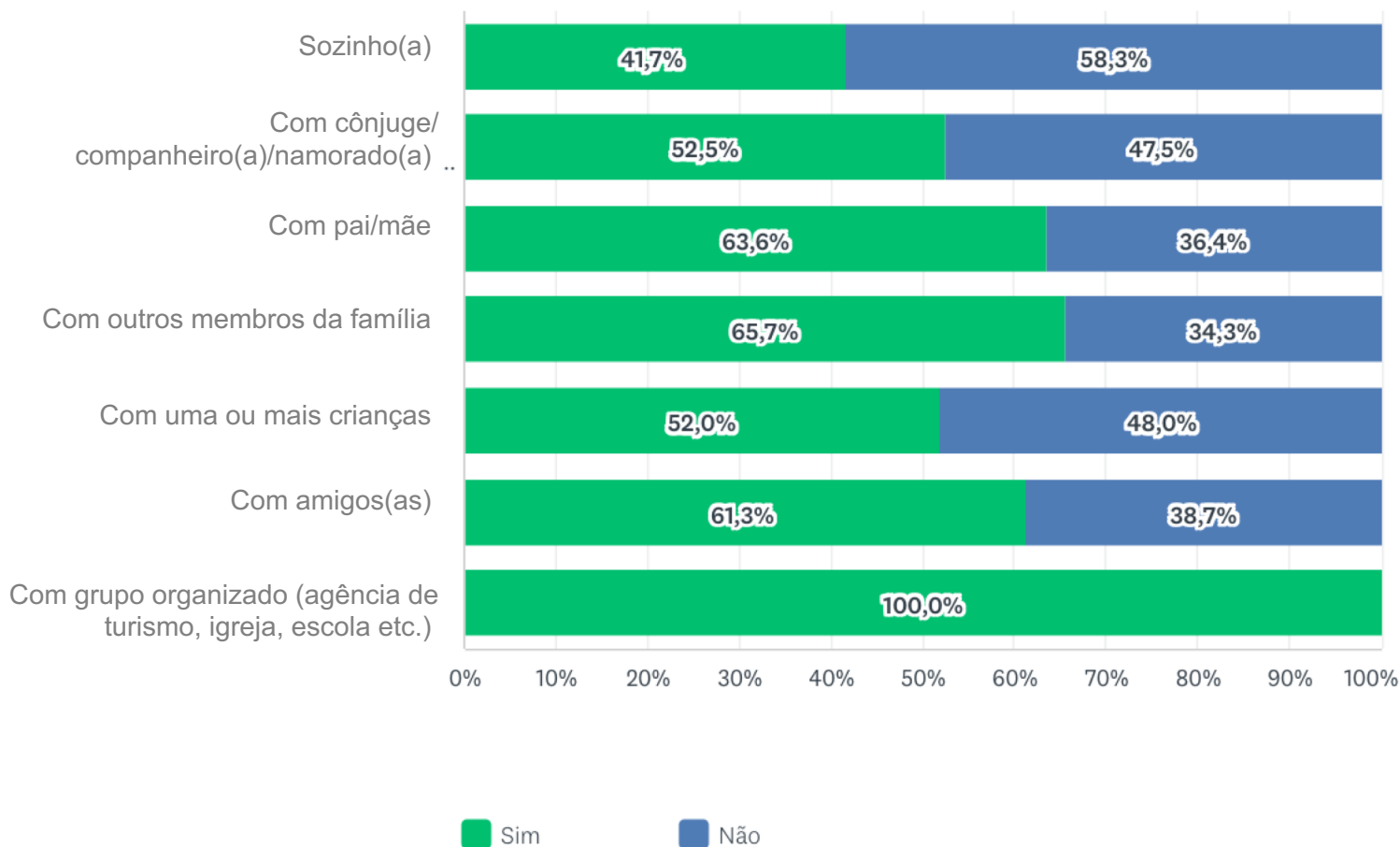
Informe o número de visitas já realizadas (Sem

contar com a visita de hoje)



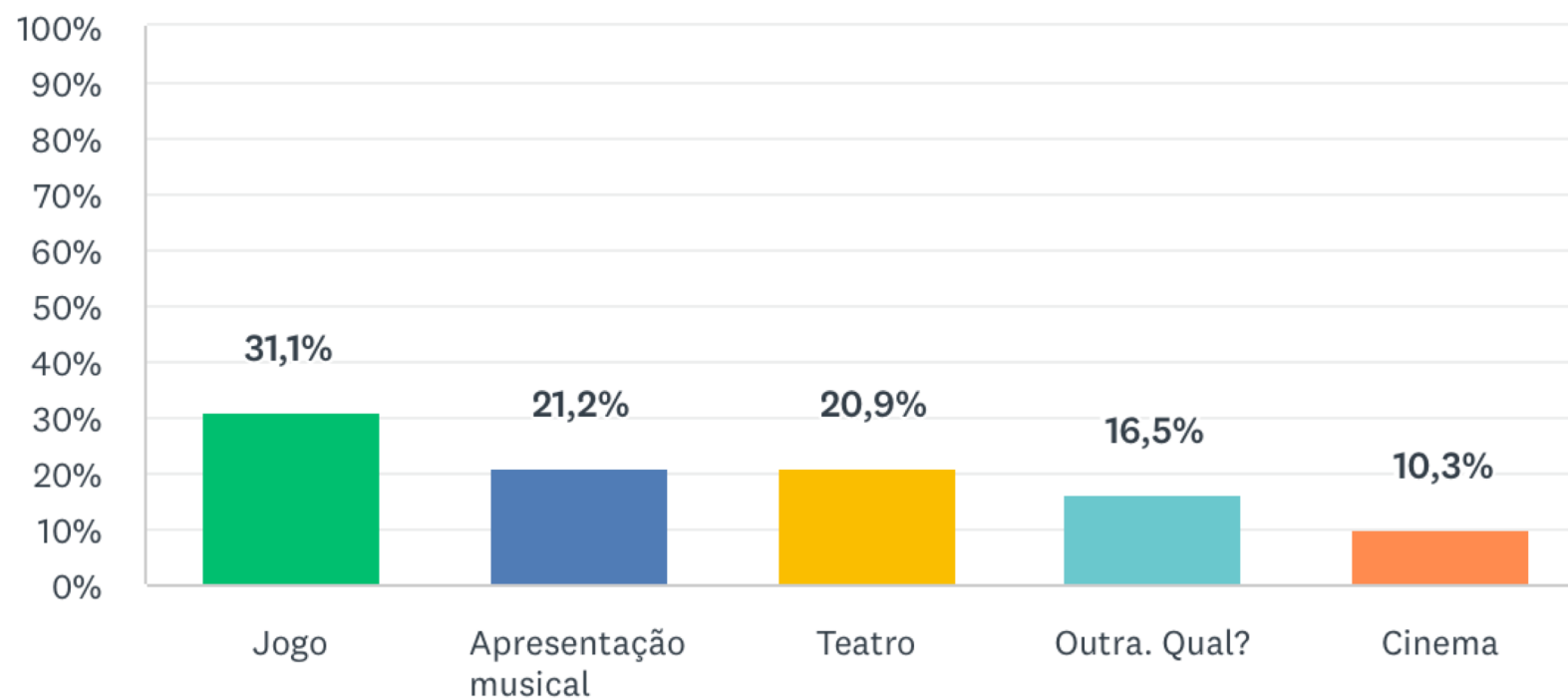
- + O maior número de visitas mencionados, contando com a atual, foram duas e quatro vezes.
- + Chama atenção o número de visitantes que já esteve no museu 10 vezes.

Com quem você veio X é a primeira vez que visita o SESI Lab



+ O público que declarou que veio ao SESI Lab sozinho apresenta menor porcentagem de primo visitantes, seguido de grupos com crianças.

Qual das atividades você acaba de participar?



Outra. Qual?

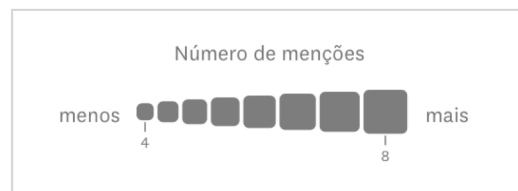
Oficina

Palestra

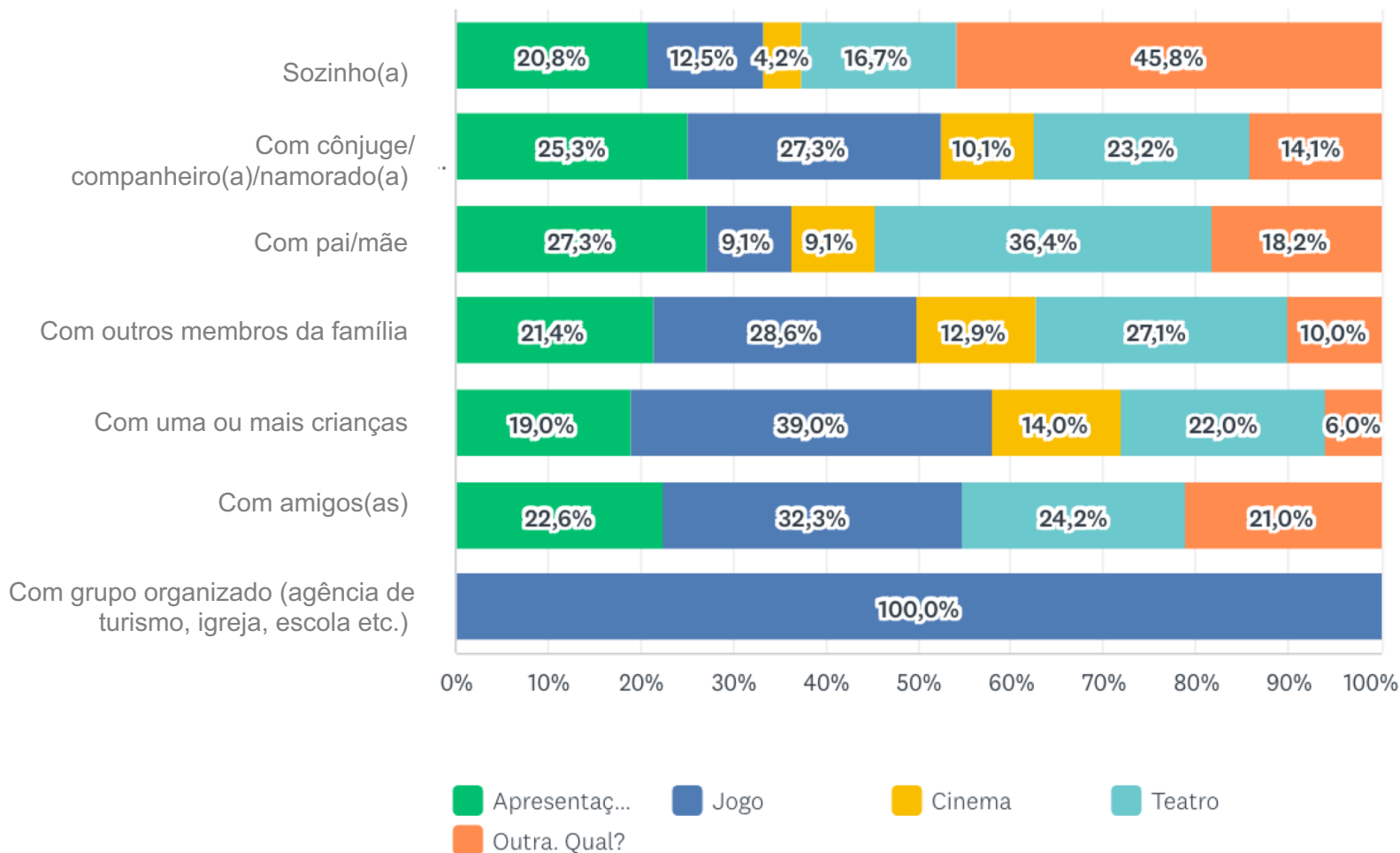
Mostra

Clube livro Night lab

- + O sucesso do projeto night lab entre o público, mostra o potencial desse tipo de atividade e pode ser um balizador para outras propostas.



Com quem você veio ao SESI Lab X qual das atividades acaba de participar



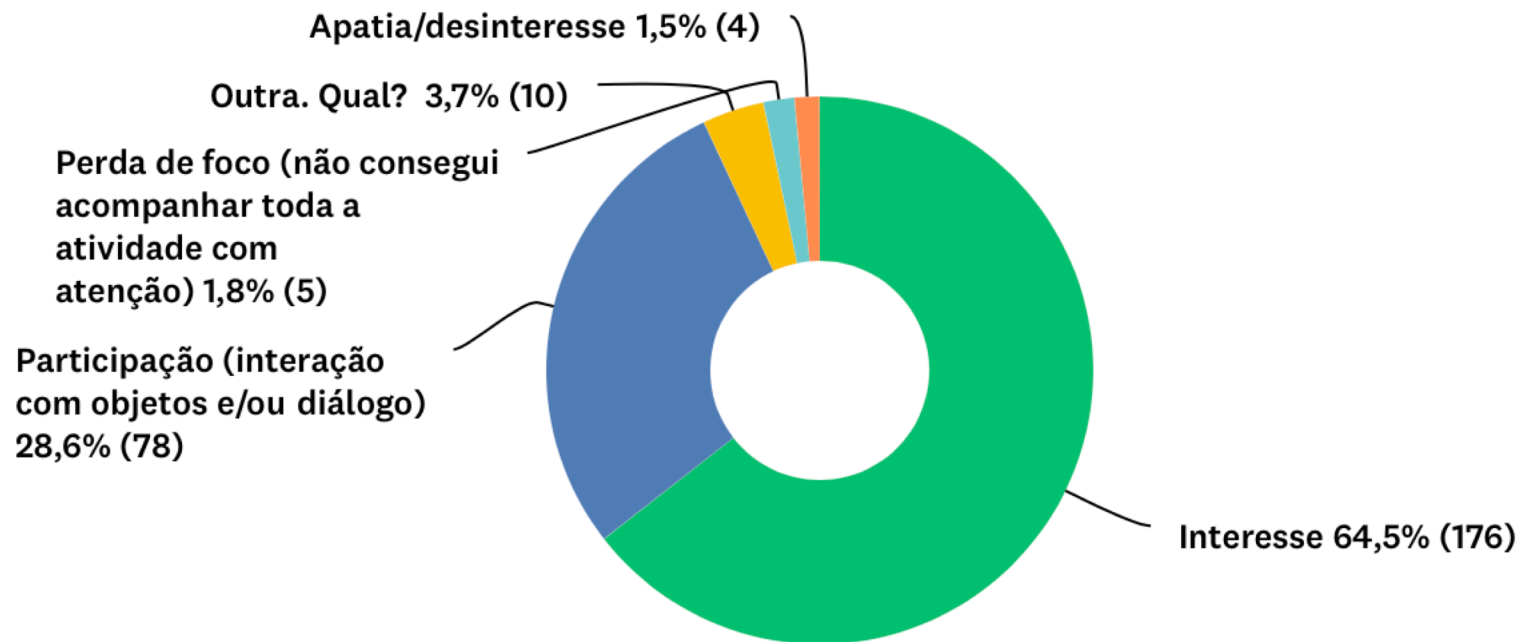
- + Os grupos com crianças frequentaram mais as atividades de jogos. Os visitantes com pai e mãe frequentaram mais o teatro e apresentação musical.
- + O público que declarou ter vindo sozinho ao museu participou de outras atividades, especialmente citados foram o clube do livro, mostras e o night lab.

Qual o nome da atração?

Atividade	Nº de menção
Udigrudi-em-ConSerto	29
Quem-sou-eu?	25
O-peso-que-eu-carrego	19
Baile-de-Carnaval	18
Sessão-de-curtas-metragens-Pixar	17
Cadê-o-bicho-que-tava-aqui	14
Mulheres-na-ciência	14
Night-lab	14
Varal-Onírico	14
Mapati	10
Memória-sensorial	10
Cara-a-cara	7
Chorinho-com-mulheres	7
Eco-futuro	7
Jogo-da-memória	7
Clube-do-livro	6
A-hora-da-história	4
A-queda-dos-sonhos	4
Anima-criança:lendas-Brasileiras	4
Lendas-brasileiras	4
Caça-ao-conhecimento	3
Jogos	3

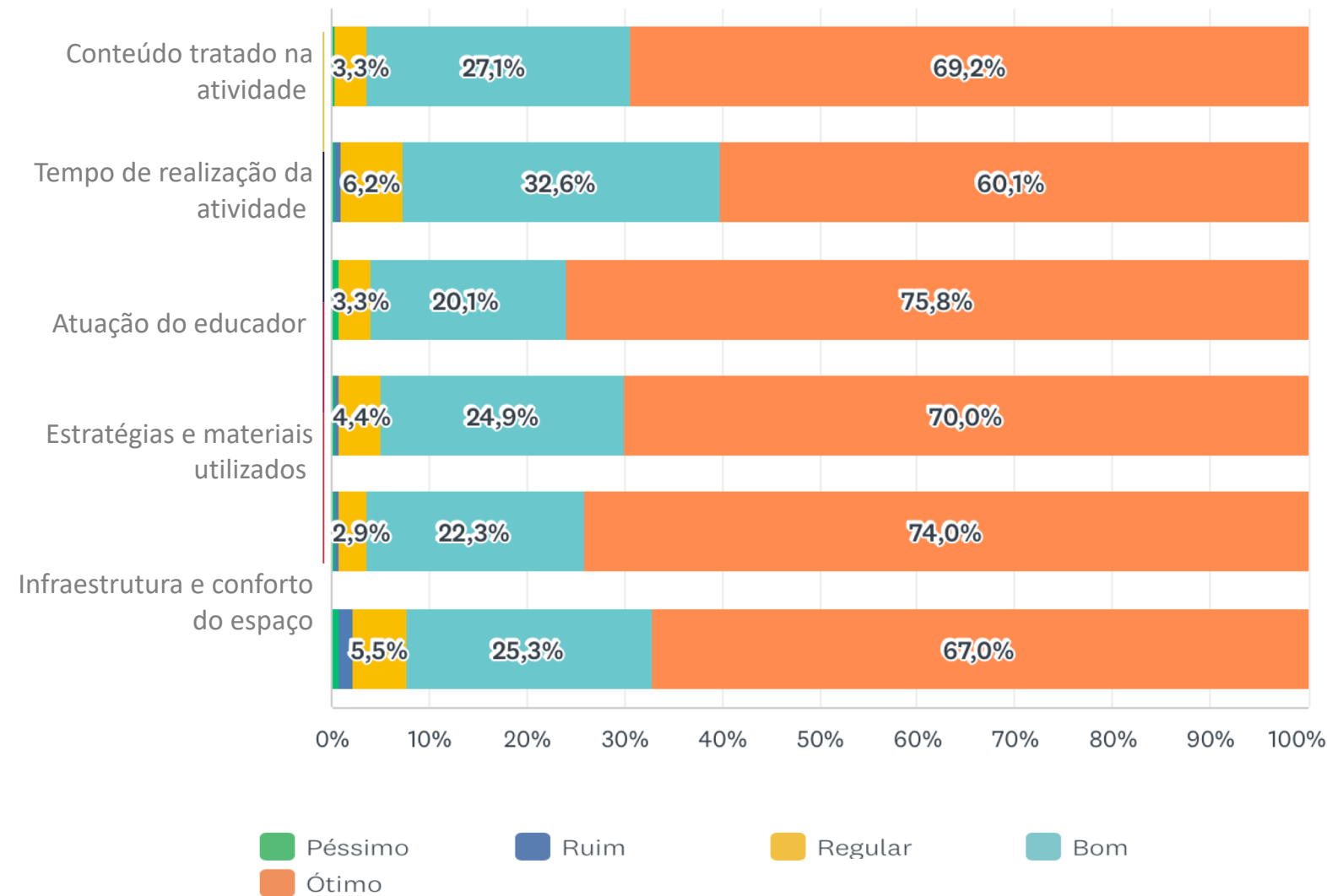
Memória-sensorial Mapati
Night-lab A-hora-da-história
Peso-que-carrego
Cadê-o-bicho Caça-ao-conhecimento
Curtas-metragens
Udigrudi Cara-a-cara
Clube-do-livro A -queda-dos-sonhos
Quem-sou-eu?
Anima-criança Lendas-brasileiras Carnaval
Eco-futuro Jogos Jogo-da-memória
Varal-Onírico
Mulheres-na-ciência
Chorinho-com-mulheres

Que tipo de reação essa atividade suscitou em você?



+ Como no ano anterior (2023) 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:



- + Como no ano anterior (2023) a Programação cultural apresentou uma alta avaliação em "ótimo".
- + O tempo de realização de atividade" foi mais uma vez, o item com maior número de avaliações como "bom" e "regular".
- + A Infraestrutura e conforto do espaço foi o segundo item com mais avaliações regular (5,5%).

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

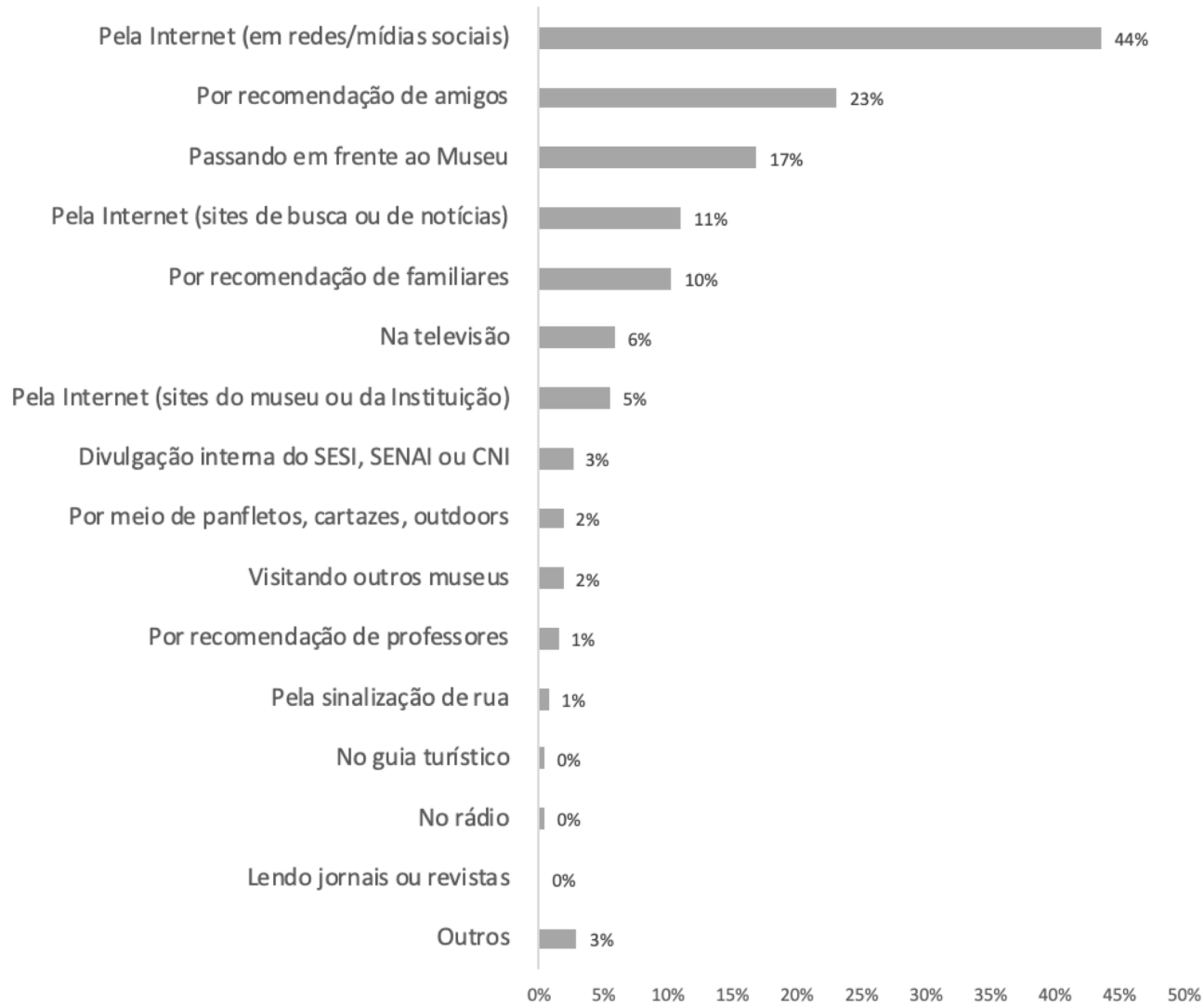
4,7★
Avaliação média

+ O SESI Lab mantém a mesma excelente avaliação média de 4,7.



2024	MUITO INSATISFEITO	INSATISFEITO	NEUTRO	SATISFEITO	MUITO SATISFEITO	TOTAL	MÉDIA PONDERADA
	1,1% 3	0,7% 2	2,2% 6	24,2% 66	71,8% 196	273	4,65
2023	MUITO INSATISFEITO	INSATISFEITO	NEUTRO	SATISFEITO	MUITO SATISFEITO	TOTAL	MÉDIA PONDERADA
	1,1% 3	0,7% 2	2,2% 6	24,2% 66	71,8% 196	273	4,65

Como ficou sabendo do SESI Lab? (Marque até 2 opções)



+ Como nas oficinas maker destaca-se a prevalência da indicação por meio digital (internet) e por pessoas conhecidas, especialmente familiares e amigos. No caso das exposições a indicação por amigos é mais expressiva.

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

Infraestrutura e espaço

- Orientação nos totens
- O local de realização da peça foi péssimo, muito difícil de escutar as atrizes por conta do barulho do ambiente. Ficou difícil de compreender a proposta
- A música ambiente estava um pouco alta e dificultou a escuta e atenção na performance
- Achei o espaço um pouco apertado, e por isso senti que o espaço estava cheio demais e era complicado falar com as expositores.
- Acústica reverbera muito, gostaria de um som mais abafado.
- Mais pessoas participando ou ter mais de um jogo da memória, pois o tempo da fila foi grande
- É um ambiente muito legal, porém, é um pouco difícil para pessoas com autismo
- Por ser uma apresentação musical, poderiam ter pensado em colocar algumas cadeiras para a plateia.
- Som ambiente muito alto atrapalhou o entendimento da peça
- O poste de iluminação do teatro estava muito bambo, achei perigoso, principalmente com as crianças perto
- Som muito alto
- Sonorização pra músicos poderia ser mais refinada
- Piso tátil em todo museu

Tempo

- A atividade do jogo da memória poderia ser mais rápida e com mais pessoas participando, para otimizar o tempo na fila
- Gostaria que as amostras dos projetos tivessem um espaço maior. A palestra das 14h30 foi muito boa e gostaria que tivesse mais tempo destinado a bate-papo com os ouvintes.
- Atividade proposta ter um pouco mais de tempo

Divulgação

- As atividades culturais ocorrem no mesmo tempo e confundi os visitantes de onde ocorre e como que participa. O lance das fixas é confuso e os anúncios no microfone também.
- A demora e a divulgação

Outras respostas

Não (n=56)

Avaliações positivas (n=4)

Ex: Ótimo, Tudo ok, Tudo perfeito.

Conclusões

+ Está é a segunda rodada de Pesquisa sobre o público de visitação espontânea promovida pelo SESI Lab. Para que os resultados possam revelar tendências e afirmações é necessário o acompanhamento contínuo para comparabilidade dos estudos ao longo do tempo.

+ Verificamos que muitas das sugestões advindas da última pesquisa em 2023 foram adotadas pelo SESI Lab, o que reforça a importância dos estudos de público para tomadas de decisões cotidianas e de gestão institucional. Além disso, a pesquisa auxilia no aprofundamento dos comportamentos dos visitantes, sua visão e expectativa em relação ao SESI Lab.

+ A seguir, apresentamos alguns apontamentos realizados pelos aplicadores que são pautados em comentários e vivências neste período de coleta, na relação direta com os visitantes e continuamos com sugestões pautadas nos resultados.

Relato dos aplicadores

- + Foi relatado aos aplicadores a possibilidade da inserção do setor Noroeste entre as RAs.
- + Os aplicadores relataram que quando casais acompanhados por crianças aceitam responder o questionário, em geral, a responsabilidade pelo preenchimento é atribuída a mulher. Os homens não querem responder aos questionários.
- + Os aplicadores comentam que algumas pessoas tiveram dificuldade em compreender o que é atividade remunerada.
- + Uma queixa recorrente aos aplicadores foi em relação à comunicação da instituição. Questões relacionadas à programação (totens não localizados em locais não estratégicos e também o fato de não ter a programação completa), horário das oficinas (chegar com 30 min de antecedência) e do acolhimento na entrada.
- + No *Night Lab*, por exemplo, os respondentes se queixavam de não achar as oficinas.
- + Foi questionado aos aplicadores se havia roteiros para crianças pequenas – bebês.

Relato dos aplicadores

- + Uma sugestão que eles observam que pode fazer a diferença nas respostas é inverter Perfil (final) com Experiência / Satisfação (início). Respondentes demoram mais na parte do perfil.
- + Os aplicadores sugerem que uma identidade visual aos orientadores de público mais explícita, por exemplo, “posso ajudar?” em um crachá ou colete. Sugerimos que essa opção seja ampliado para aqueles orientadores que saibam se comunicar em libras.
- + Os aplicadores também sugerem que as crianças tenham alguma motivação enquanto os pais preenchem os questionários. Isso remete a necessidade de pensarmos em um instrumento de pesquisa direcionado a elas ou ter uma atividade lúdica para aguardarem.
- + Também foi bastante questionado ao aplicadores sobre o dia do acolhimento aos neurodivergentes. Melhorar comunicação.
- + Os aplicadores tiveram dificuldade em coletar respostas com os participantes da atividade cultural de cinema.
- + Os jogos foram percebidos pelos aplicadores como mais atrativos e com menor desistência pelos participantes do que no ano anterior. Foram mais cooperativos.

Perfil

- + O público jovem e jovem adulto teve maior expressividade na pesquisa deste ano. Além das atividades que têm fortalecido essa presença, como o *Night Lab*, uma hipótese para este aumento pode estar relacionado a parceria realizada com o TIK TOK.
- + Por outro lado, o público idoso segue como o menos presente nas exposições e ações do SESI Lab. Reforçamos a importância de realizar ações para maior inclusão deste público, usando também os aprendizados e as experiências de outras instituições.
- + O crescimento do público infantil é algo importante e que demanda das equipes, reforçar atividades para essa faixa-etária, especialmente para bebês cujas ações são ainda mais específicas e menos comuns nos Museus de forma geral.
- + De maneira geral, verificamos que o público familiar do SESI Lab segue a mesma tendência do ano anterior, com representantes que se autodeclaram brancos e com maior escolaridade.

Perfil

- + No público jovem e jovem adulto, observamos uma diversidade marcante de identidade e orientação sexual. No entanto, é importante reconhecer que, apesar da representatividade, ainda existem desafios em termos de inclusão e igualdade de oportunidades para esses grupos. Por exemplo, o número de jovens provenientes de grupos de renda média baixa e baixa se mostrou expressivo, mas ainda reforça as disparidades socioeconômicas existentes.
- + Estudos já demonstram que uma boa oferta cultural não é suficiente para atrair os visitantes, isso porque o na maioria das vezes, pessoas que não frequentam os museus não o fazem por questões relacionadas ao hábito cultural e pertencimento (Archer et al., 2015). A presença do público jovem e Jovem adulto no SESI Lab reforça o papel social da instituição em impactar positivamente esse público e colaborar para promoção de hábitos culturais mais sólidos a longo prazo.
- + Embora discreto, houve uma ampliação do público de bairros de menor renda que visitaram o SESI Lab. Esse dado mostra um dos resultados possíveis das políticas de gratuidade, ampliando o acesso de públicos das regiões com menor renda e, em alguns casos, de oferta de transporte. Estudos demonstram que o custo da visita (ingresso, passagens e lanche) pode limitar a presença de algumas parcelas da sociedade (Mano et al., 2017).

Experiência

- + Para uma análise mais profunda de satisfação quanto às experiências vivenciadas nas exposições, sugerimos que seja realizada pesquisa com abordagem metodológica de lembrança estimulada e tracking.
- + Em relação aos temas das exposições, os achados apontam para temáticas de interesse que podem ser tratadas nas exposições temporárias e ações extramuros a serem desenvolvidas pelo SESI Lab.
- + No que tange a Oficina maker, sugerimos que sejam investigados com mais profundidade a participação das demais identidades de gênero, especialmente de homens. Sugerimos também temas que possam atrair mais jovens e grupo de amigos, público que é ainda menos contemplado nesta atividade. Para isso, é preciso propor atividades e realizar divulgação voltada a esse público. Importante destacar que a promoção de oficinas variadas e ampliação do público alvo pode contribuir ainda mais para o retorno de visitantes ao SESI Lab.
- + O mesmo é indicado para as atividades da Programação cultural. Políticas de ingressos e atividades voltadas para os grupos de amigos, com familiares e com crianças que visitam o museu com idosos pode ampliar o percentual deste público no museu, hoje bastante baixo.

Experiência

- + Sugerimos ainda, estratégias para garantir algum tipo de reconhecimento do público fiel, que retorna várias vezes, como descontos especiais, prêmios ou vagas garantidas em determinadas ações.
- + Os dados das oficinas e atividades culturais mostram ainda a necessidade de aprofundar a questão do tempo no planejamento das atividades. É importante que a equipe tenha em mente os dados sobre o público-alvo e os feedbacks das pesquisas no processo de concepção das atividades. No caso da Programação Cultural, vale conferir se o espaço é adequado para a proposta, prevendo o conforto ambiental para a realização da atividade e a participação de diferentes públicos.

Acessibilidade

- + É importante ampliar a comunicação e levantar no acolhimento a presença de pessoas com neurodivergências e o tipo delas, prevendo se for o caso, a realização da atividade com menos ruído e estímulos que possam causar desconforto. Sugerimos que o acolhimento seja ampliado (dentro das possibilidades) para o cotidiano da instituição e não apenas no dia especificado para recebe-los.
- + É importante também promover ações que divulguem a presença de interpretes de libras ou oralizados, indicando sempre essa possibilidade dentro das ações e atividades do SESI Lab.
- + Na Programação cultural, por exemplo, é interessante que o público saiba com clareza o que vai acontecer, o passo a passo da atividade, facilitando a compreensão de pessoas com neurodivergências. Deve-se também evitar o contato físico, e caso a atividade requeira essa ação, deve-se esclarecer que essa ação será necessária.

Referências

ARCHER, L.; DAWSON, E.; DEWITT, J.; SEAKINS, A.; WONG, B. “Science Capital”: A Conceptual, Methodological, and Empirical Argument for Extending Bourdieusian Notions of Capital Beyond the Arts. **Journal of Research in Science Teaching**, Chapel Hill, v. 52, n. 7, p. 922-948, 2015.

BOURDIEU, P. **O poder simbólico**. Lisboa: Difel, 1989.

COSTA, A. et al. Pessoas com deficiência em museus de ciência: perfil e opinião dos visitantes espontâneos. **Interfaces Científicas: Humanas e Sociais**, Aracaju, v. 9, n. 1, p. 55-72, 2021. DOI: 10.17564/2316-3801.2021v9n1p55-72

DAWSON, E. “Not Designed for Us”: How Science Museums and Science Centers Socially Exclude Low-Income, Minority Ethnic Groups. **Science Education**, [s.l.], v. 98, n. 6, p. 981-1008, 2014.

FALK, J.H.; DIERKING, L. D. **The Museum Experience Revisited**. Walnut Creek, CA: Left Coast Press, 2013.
museudavida.fiocruz.br/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm?UserActiveTemplate=mvida&sid=220>

COSTA et al., **Museus de ciência e seus visitantes - Pesquisa perfil-opinião - OMCC&T**, Rio de Janeiro: Fundação Oswaldo Cruz / Casa de Oswaldo Cruz / Museu da Vida, 2015.

MANO et al.. Museus de ciência e seus visitantes no início do século XXI: estudo longitudinal da visitação espontânea de cinco instituições da cidade do Rio de Janeiro. **Anais do Museu Paulista: História e Cultura Material**, São Paulo, v. 30, p. 1–48, 2022. DOI: 10.1590/1982-02672021v30e3. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/anaismp/article/view/183990>.

MANO, S. et al. Museus de ciência e seus visitantes: estudo longitudinal 2005, 2009, 2013. Rio de Janeiro: Fundação Oswaldo Cruz, 2017. Disponível em: Disponível em: <https://bit.ly/2YNoDZr> Acesso em: 17 out. 2020.
» <https://bit.ly/2YNoDZr>

SPIZZIRRI, G. et al. Proportion of ALGBT adult Brazilians, sociodemographic characteristics, and self-reported violence. *Sci Rep* **12**, 11176 (2022). <https://doi.org/10.1038/s41598-022-15103-y>

Referências

PESQUISAS

ASTC Dimensions - <https://www.astc.org/astc-dimensions/moms-museums-and-motivations-cultivating-an-audience-of-museum-advocates/>

COVES → UNDERSTANDING our VISITORS Multi-Institutional Museum Study JULY 2018–JUNE 2019

CULTURA NAS CAPITAIS → LEIVA, J.; MEIRELLES, R. Cultura nas Capitais: como 33 milhões de brasileiros consomem diversão e arte. 1ª. Ed. Rio de Janeiro: 175 Street Produção Editorial, 2018.

https://www.codeplan.df.gov.br/wp-content/uploads/2022/05/Apresentacao_Distrito_Federal.pdf
<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>

IBGE (2022) → <https://censo2022.ibge.gov.br/panorama/>

PDAD → Pesquisa Distrital por Amostra de Domicílios - PDAD 2021 - Distrito Federal

PMAD → PESQUISA METROPOLITANA POR AMOSTRA DE DOMICÍLIOS - PMAD 2019/2020. Resultados para a Periferia Metropolitana de Brasília
<https://www.ipe.df.gov.br/wp-content/uploads/2018/03/PMAD-Resultados-para-a-Periferia-Metropolitana-de-Brasilia-PMB-2019-2020.pdf>

PNAD – Educação (2023) <https://loja.ibge.gov.br/pnad-continua-educac-o-2023.html>

SURVEY OF ASSESSMENT IN MAKERSPACES → https://makered.org/wp-content/uploads/2018/02/MakerEdOPP_RB17_Survey-of-Assessments-in-Makerspaces.pdf

escuta

Projetos educacionais

Graziele Scalfi

Email: graziscalfi@gmail.com

Telefone: 19 997109464

CNPJ: 46.412.176/0001-51

ALFREDO MARTIN FILHO, 204 JOÃO ARANHA,
PAULÍNIA, SÃO PAULO
CEP 13145-875