



SESILAB

RELATÓRIO FINAL

Pesquisa Perfil Opinião OMCC&T

Equipe

A pesquisa Perfil Opinião – OMCC&T foi conduzida no SESI Lab pela empresa Escuta projetos educacionais, sob responsabilidade de Graziele Scalfi.

Aplicadores responsáveis: Janiane, Jéssica e Jorge.



Apontamentos iniciais

- Questionários estruturados contendo perguntas fechadas e abertas, seguindo o modelo OMCC&T. Método anônimo.
- Disponibilizados de forma impressa e digital por meio da plataforma online (Survey Monkey) em português.
- Questionário estruturado em cinco blocos:
 - Conhecendo você;
 - Antecedentes e circunstâncias da visita;
 - Acessibilidade;
 - Conhecendo sua opinião sobre o museu;
 - Conhecendo seus hábitos de visitas a museus e centros culturais.

Metodologia

POPULAÇÃO	A população pesquisada foi o público espontâneo que visitou o SESI Lab durante o período analisado, maiores de 18 anos .
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 após visitarem o espaço. No caso de recusa ou impossibilidade de participação, foi selecionado o próximo visitante disponível.
TAMANHO DA AMOSTRA	Com base em uma população estimada em 160 mil visitantes espontâneos e considerando um grau de confiança de 95% e uma margem de erro de 5%, foram calculados o número de 383 respostas válidas .

Período de coleta

Convites e recusas

ação total Distribuição mensal

Setembro

8 dias de coleta

Foram realizados 253 convites e houveram 54 recusas.

Novembro

12 dias de coleta

Foram realizados 310 convites e houveram 112 recusas.

Dezembro

10 dias de coleta

Foram realizados 138 convites e houveram 44 recusas.

**Respostas
válidas**

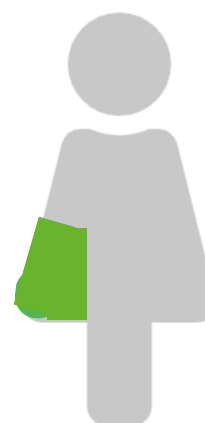
416

Conhecendo
você



1. Sexo:

Feminino
55,4%



Masculino
43,6%



**Prefiro não
responder**
0,9%

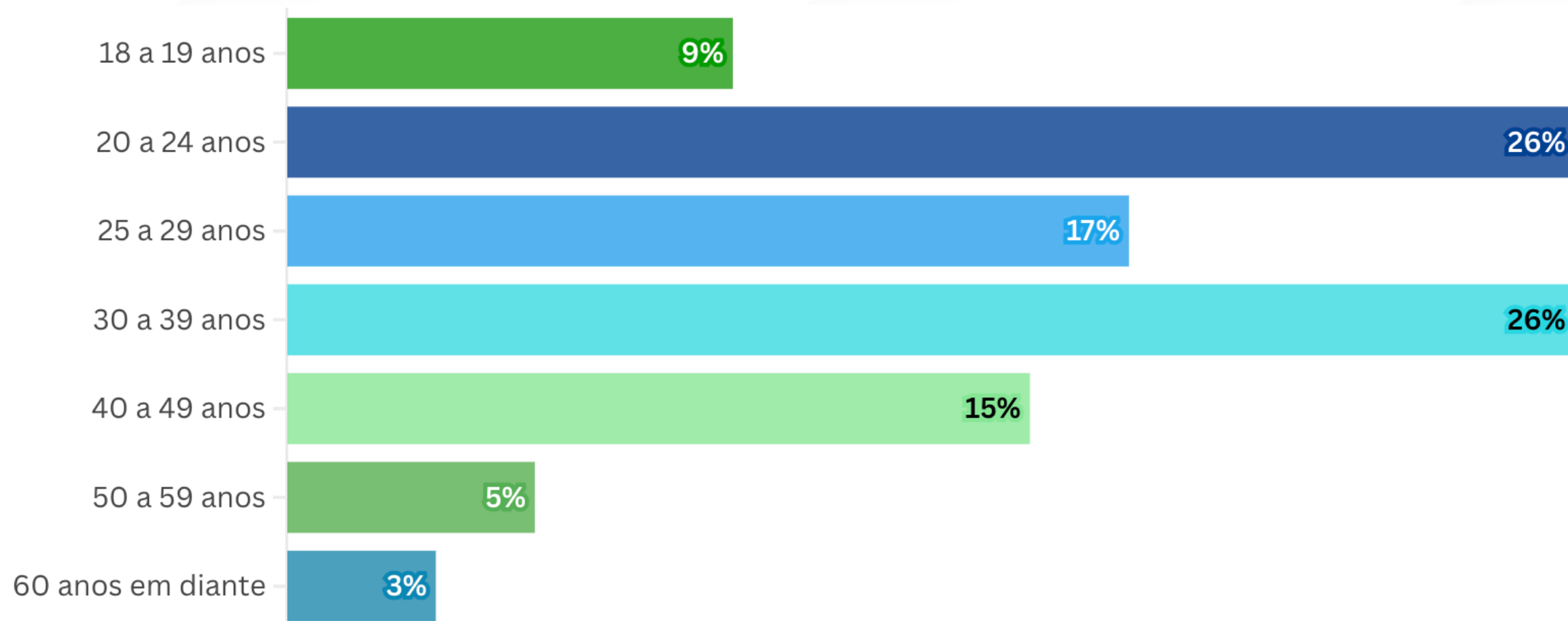


+ O público do sexo feminino é o mais representativo no Sesi Lab.

+ No estudo longitudinal realizado pelo OMCC&T (Mano et al., 2022) em cinco museus de ciências, a referência média de mulheres é de 55%.

+A pesquisa Hábitos Culturais no DF 2023 (ObservaDF, 2023) traz um dado interessante: enquanto as mulheres vão ao museu com maior interesse nas exposições (69,6%), homens preferem ver/conhecer o prédio (31,5%).

2. Faixa etária



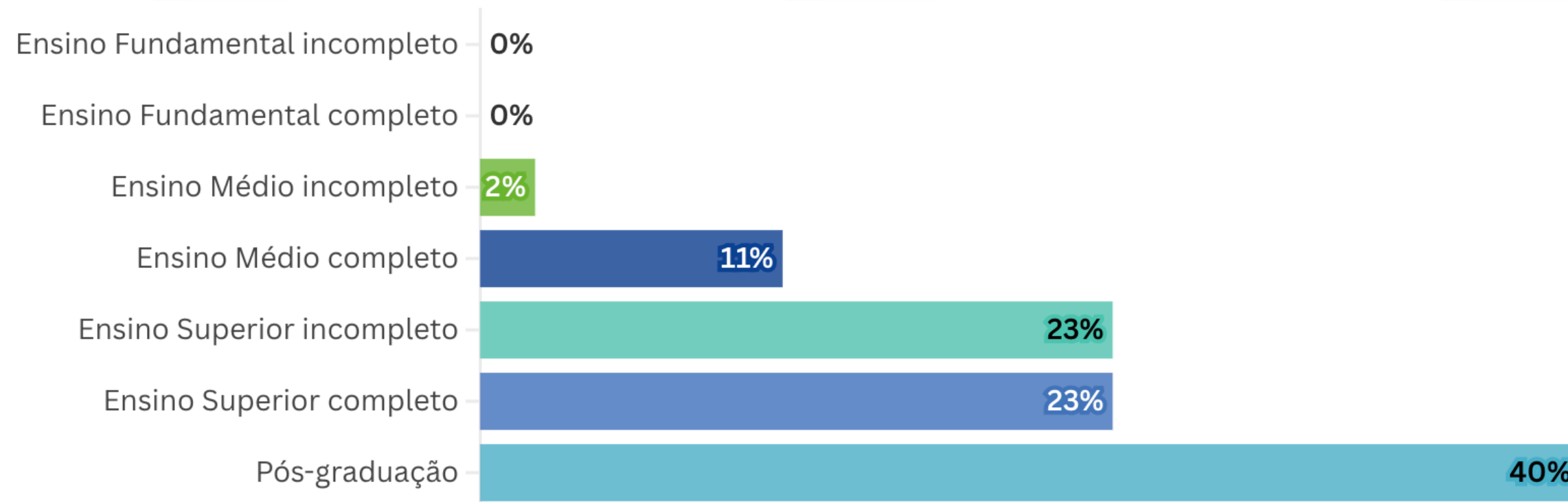
+ O Sesi Lab atrai visitantes de diversas faixas etárias, com destaque para o público jovem e adulto, representado por 69% dos visitantes na faixa etária de 20 a 39 anos.

+ Jovens e jovens adultos entre 18 e 29 anos correspondem a 52% do público, mantendo a tendência da última pesquisa de público da Instituição.

+ Esse padrão se alinha com o estudo da OMCC&T (MANO et al., 2022), o qual indica que pessoas de 15 a 29 anos são as mais frequentes em museus de ciência, com média de 37%. Também é condizente com a pesquisa de Hábitos Culturais no DF 2023 (ObservaDF, 2023), onde os jovens de 16 a 24 anos são os que mais frequentaram museus, pelo menos uma vez 28 (18,7%) nos últimos 3 meses.

+ O público idoso (60 +) segue com a menor presença no Sesi Lab.

3. Escolaridade:

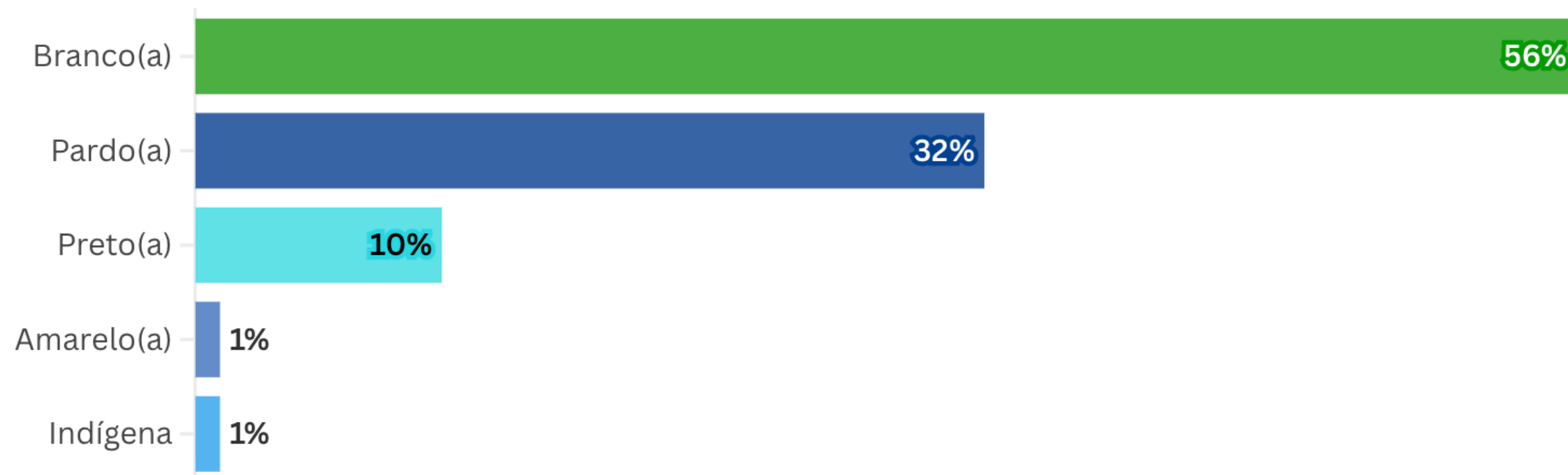


+ O grau de escolaridade registrado é alto, com 63% dos visitantes declarado ter pelo menos Ensino Superior completo.

+ Esse dado está em consonância com a pesquisa realizada pela Instituição em 2023, que apontou que 65,9% do público possuía esse nível de escolaridade

+ O número de visitantes com pós-graduação é notável, especialmente quando comparado à pesquisa OMCC&T (Mano et al., 2022), que identificou apenas 19% de participantes com esse nível de escolaridade.

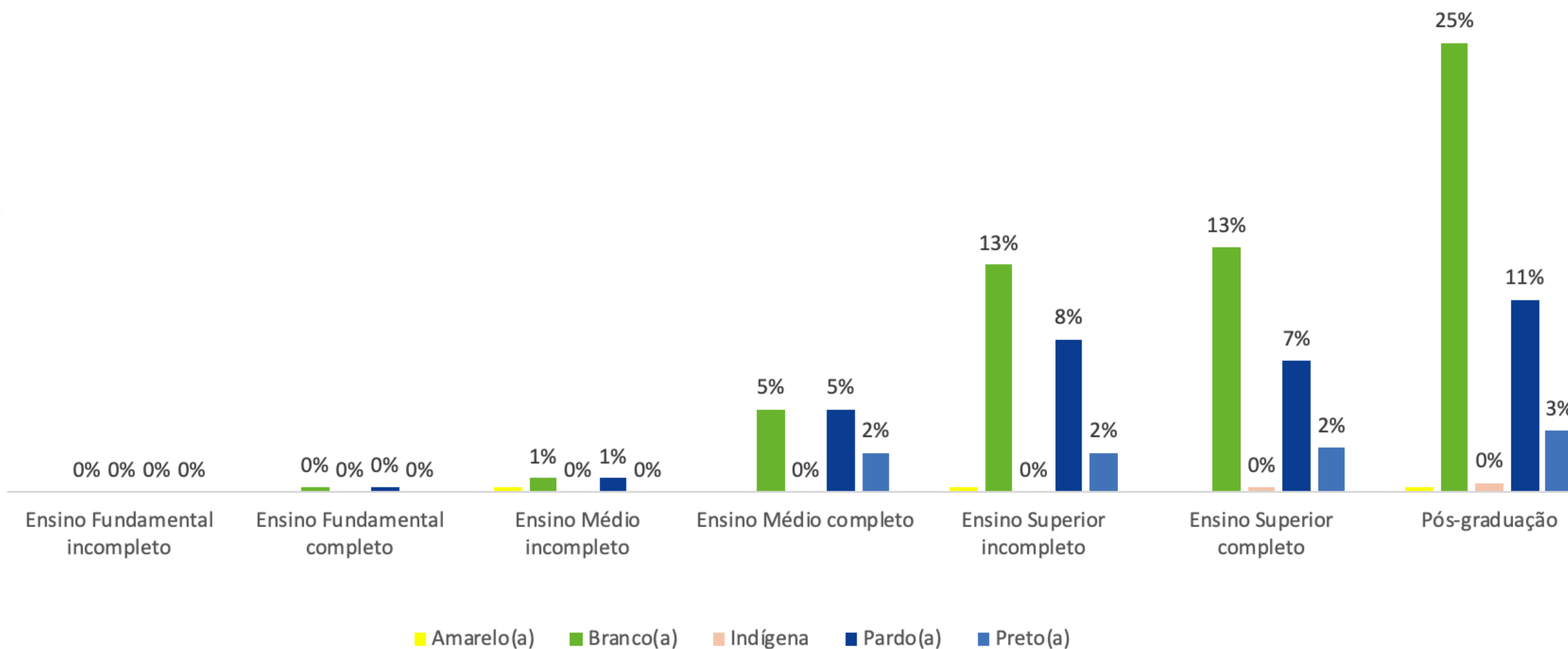
4. Com relação à sua cor/raça, de acordo com o IBGE, como você se considera:



+ O público do Sesi Lab é predominantemente branco.

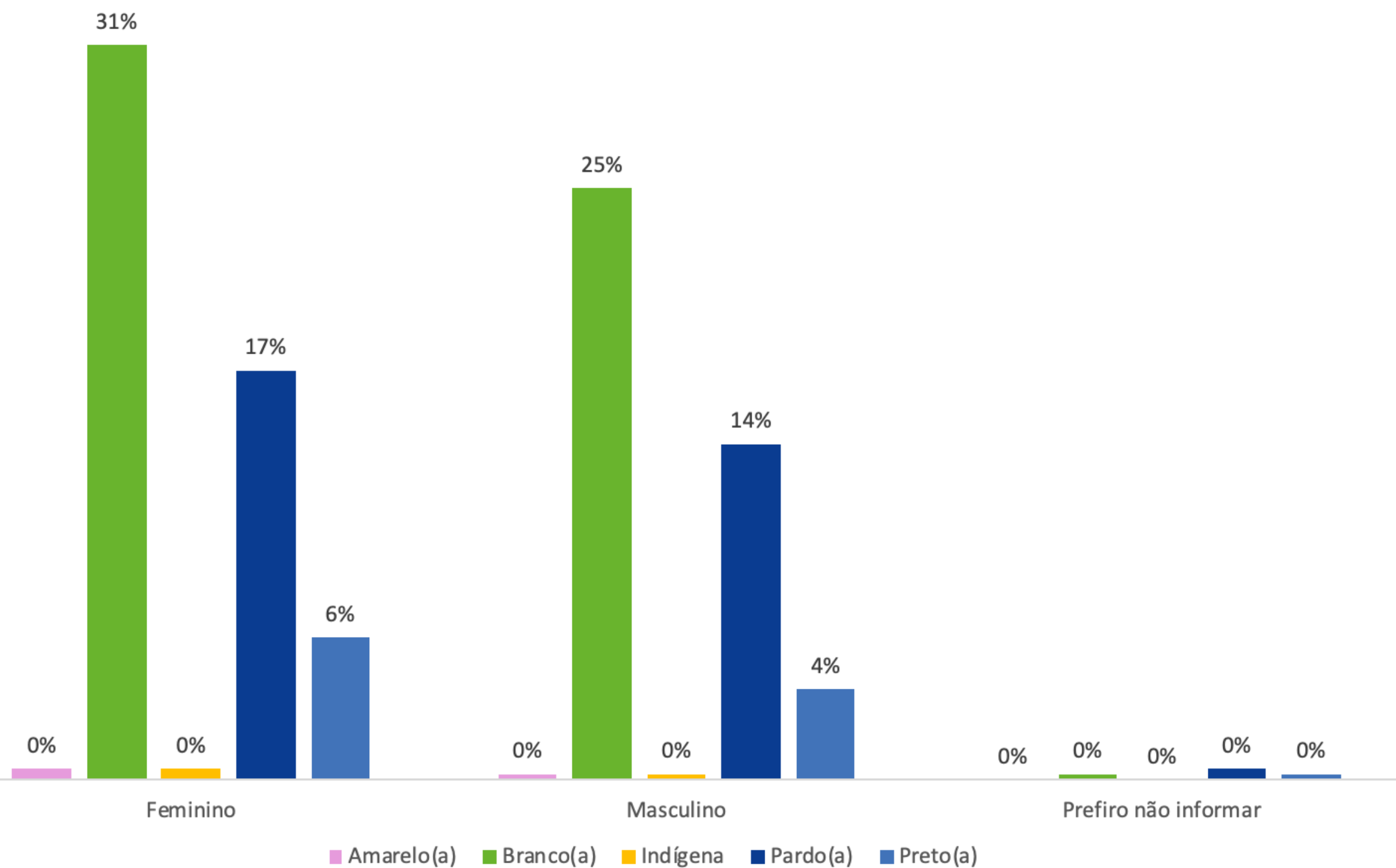
+ Segundo a Pesquisa Metropolitana por Amostra de Domicílios (PMAD) de 2019/2020, a população do Distrito Federal é composta por 47,6% de pardos, 40,9% de brancos, 10% de pretos, 1,2% de amarelos e 0,3% de indígenas. Esses dados revelam uma discrepância entre o perfil do público do Sesi Lab e a composição demográfica tanto da região quanto do Brasil como um todo.

Escolaridade X cor/raça



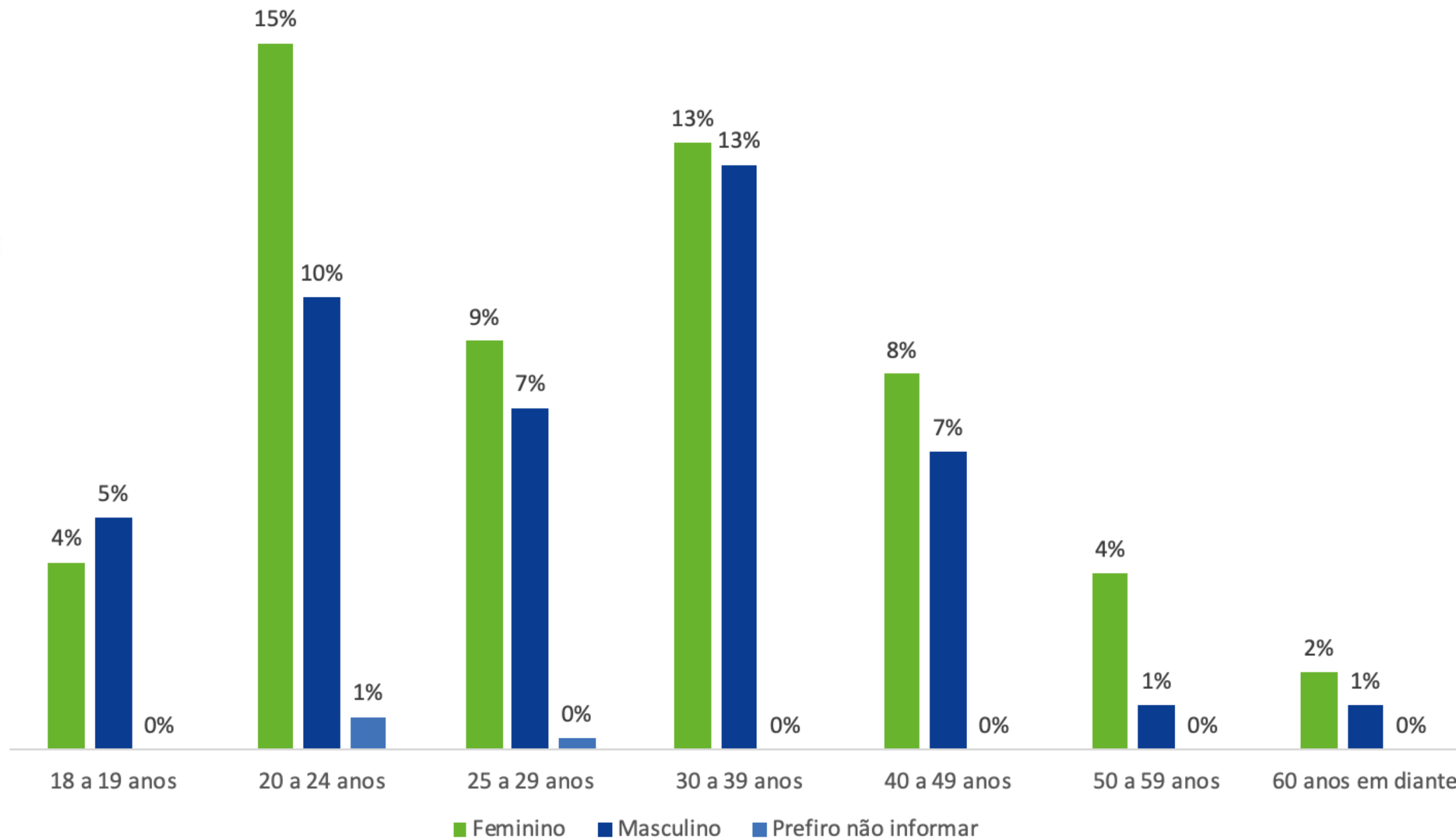
+ Respondentes que se autodeclaram brancos apresentam maior taxa de escolaridade com pós-graduação.

Gênero X cor/raça



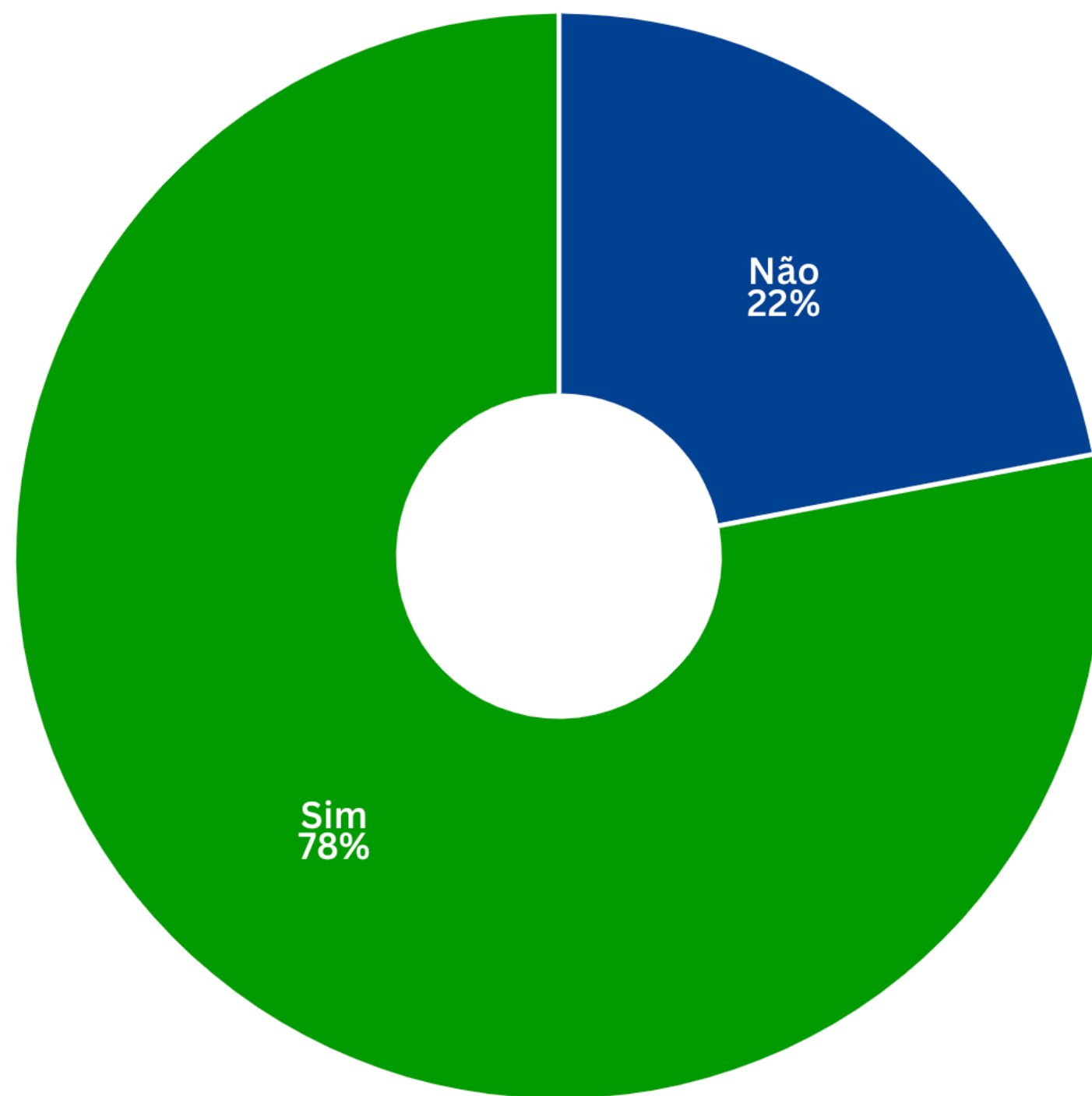
+ Os respondentes são predominantemente mulheres e que se autodeclaram brancas.

Gênero X Faixa etária



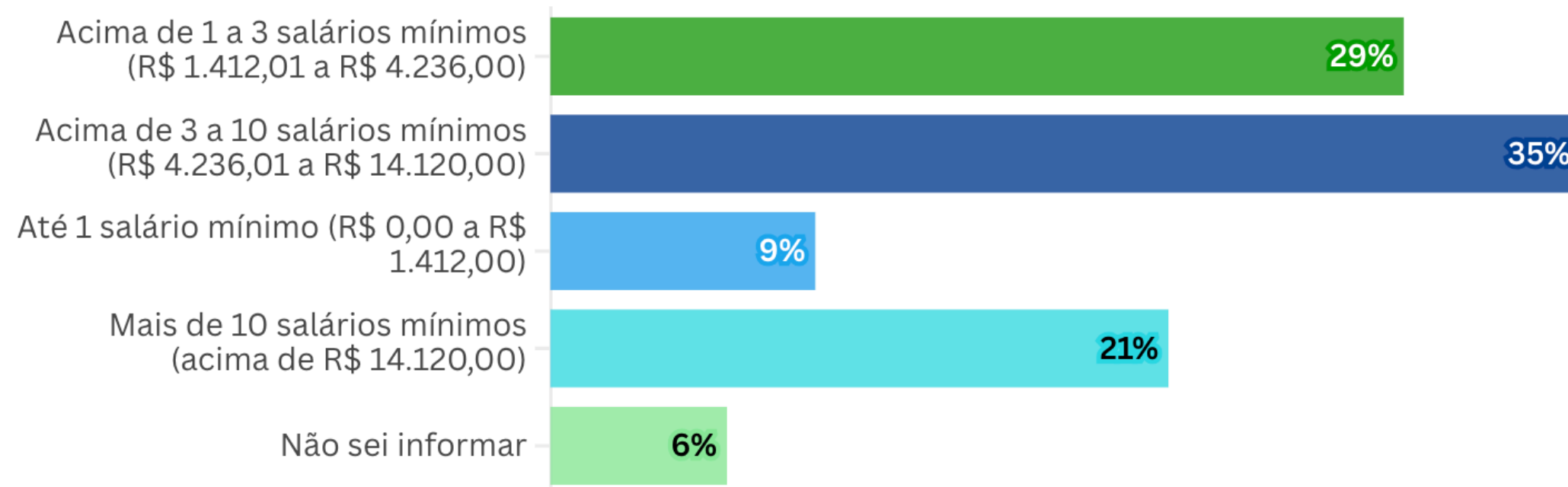
+ Para as faixas etárias mais representativas dos públicos que do Sesi Lab (20 a 24 e 30 a 39), há mais respondentes mulheres na faixa etária de 20 a 24 anos. Já na faixa etária de 30 a 39 anos, essa foi a que apresentou menor diferença entre homens e mulheres.

5. Você exerce alguma atividade remunerada?



+ A grande maioria dos visitantes exerce alguma atividade remunerada.

6. Qual a sua renda domiciliar mensal? (Inclua salário, pensão e outros ganhos de todos que moram em sua casa)



+ Com 35% das respostas, de 3 a 10 salários mínimos foi a renda mensal domiciliar mais declarada, demonstrando frequentadores de renda média e alta, conforme a Pesquisa Distrital por Amostra de Domicílio (PDAD, 2021).

+ Além disso, 56% tem renda acima de 3 salários mínimos.

+ De acordo com a enquete nacional sobre a percepção dos brasileiros em relação à Ciência e Tecnologia (CGEE, 2019), a frequência de visitas a museus aumenta proporcionalmente à renda e ao nível de escolaridade. Entre os indivíduos com renda média, esse percentual atinge 34%.

+ A pesquisa Hábitos Culturais no DF 2023 (ObservaDF, 2023) confirma essa tendência: mais de 90% dos respondentes com renda média baixa e baixa declararam não ter visitado um museu nos últimos três meses.

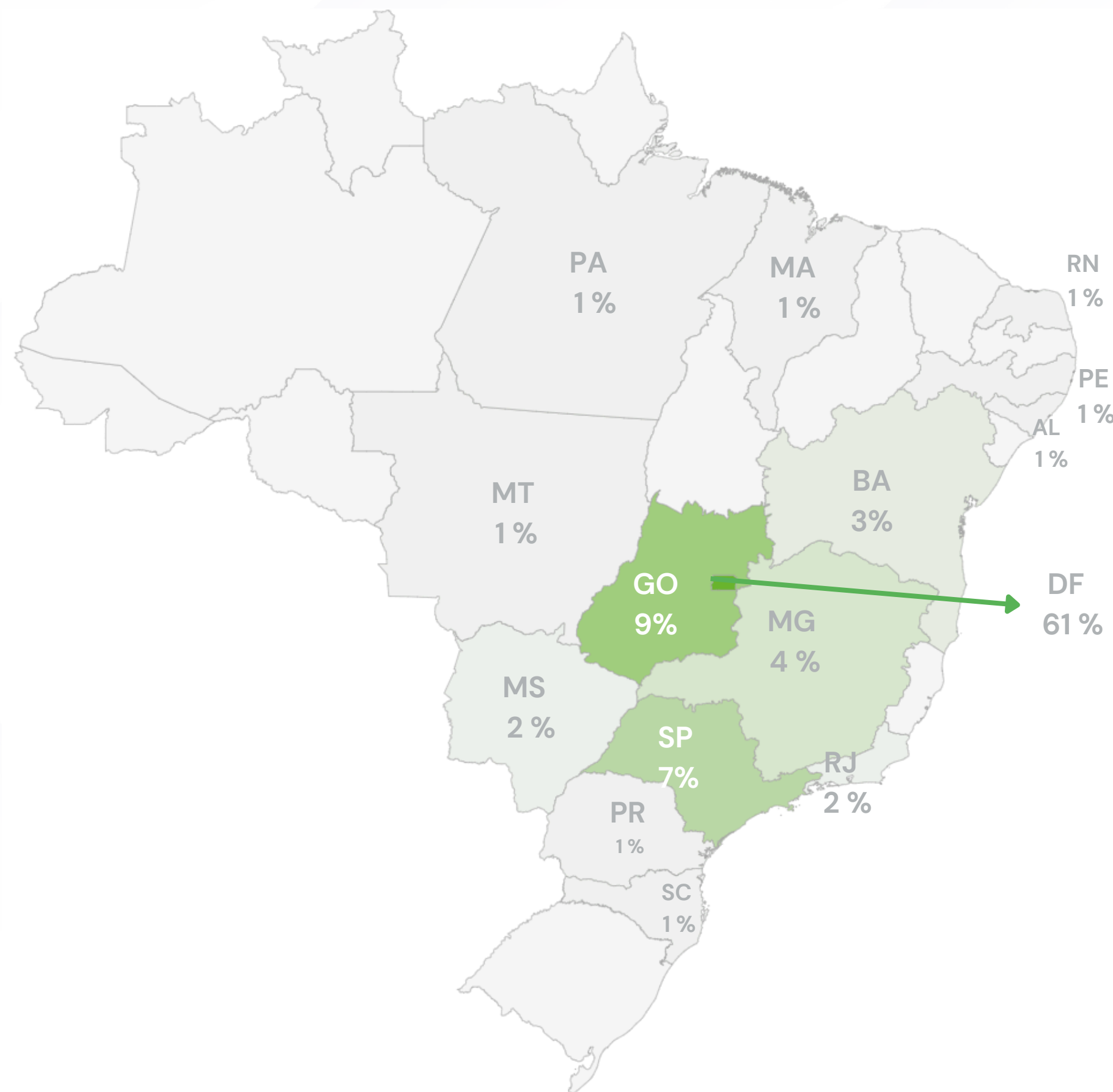
7. Onde você mora? (residência principal)



Se mora no
Brasil, por
favor
informe:

Estado (UF)

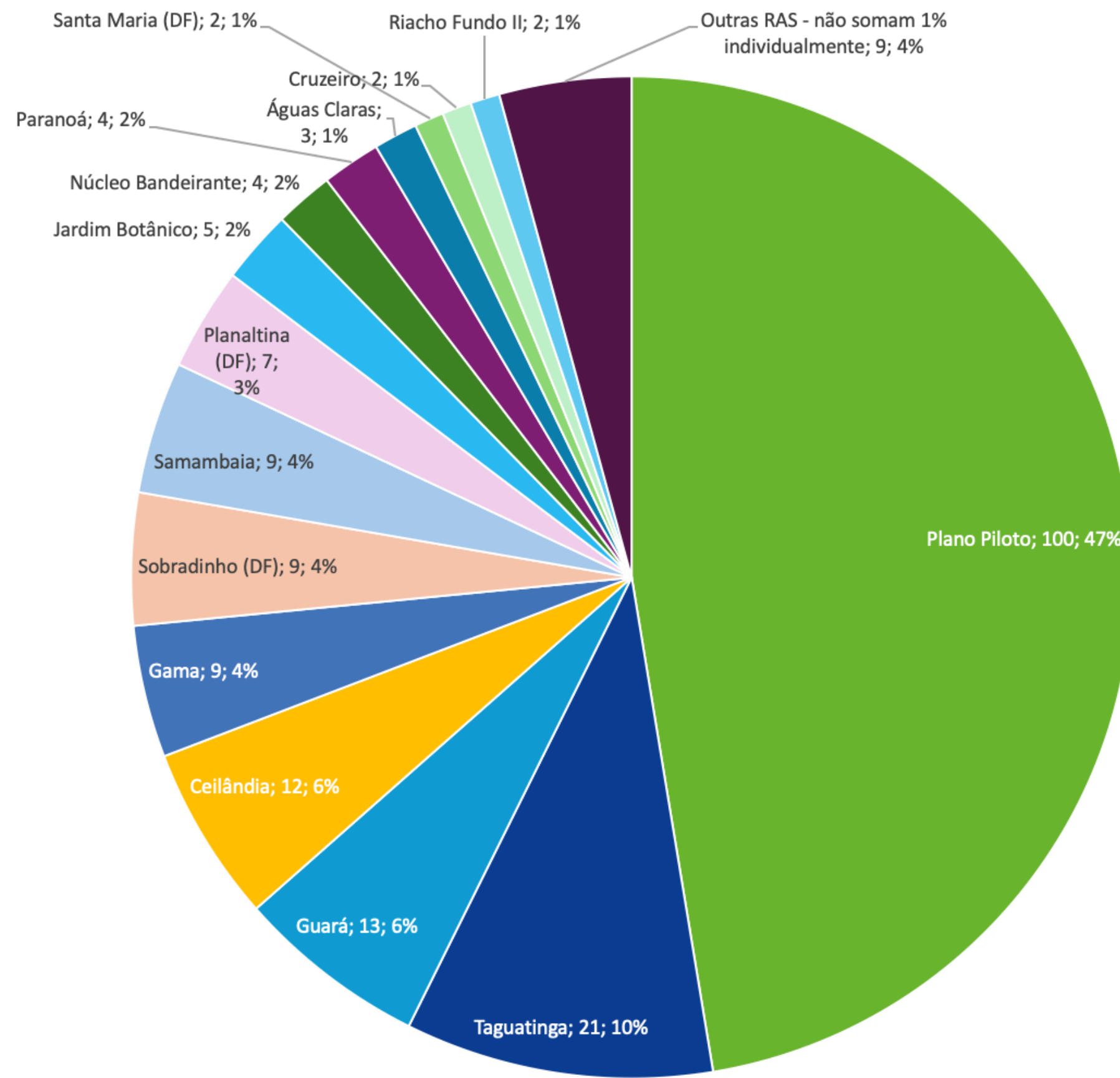
Município/cidad
e/RA (aplicável
ao DF):



+ A maioria dos respondentes são da região Centro-Oeste, com 72% (maioria do DF), seguida por Estados da região Sudeste, com 13%.

+ Regiões geograficamente mais distantes, como Sul, Norte e Nordeste apresentam menos visitantes, o que também pode ser justificado pela coleta ter sido realizada em período fora de férias.

RAS

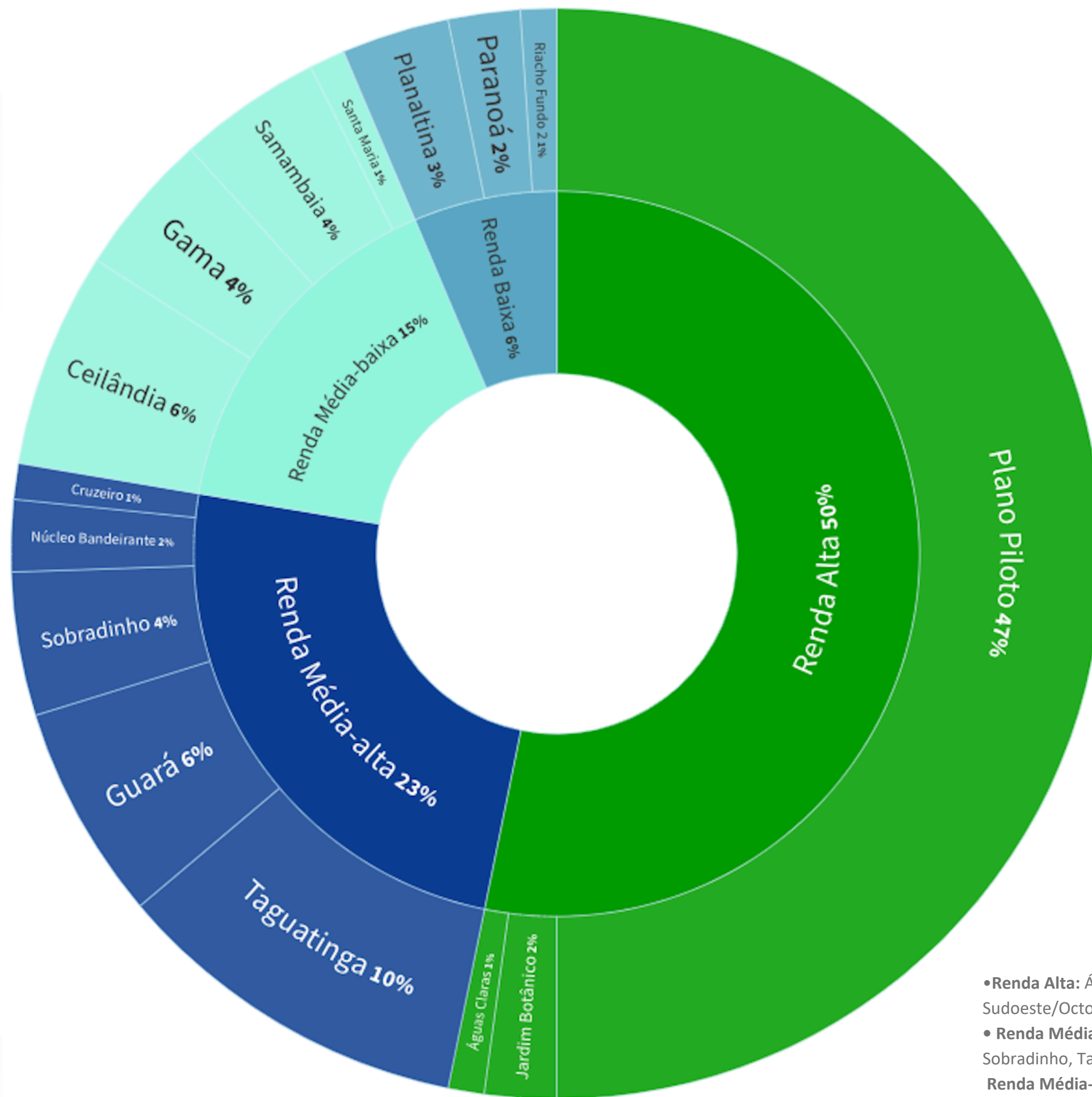


+ O Plano Piloto é a RA mais citada pelos visitantes, seguido por Taguatinga, com 10%, e por Guará e Ceilândia, ambas com 6% cada.

+ A proximidade do Sesi Lab com os moradores do Plano Piloto é um dos fatores que facilitam o acesso e incentivam uma maior participação do público local.

+ Além disso, essas são RAS com maior volume populacional, conforme aponta a Companhia de Planejamento do Distrito Federal (Codeplan, 2018).

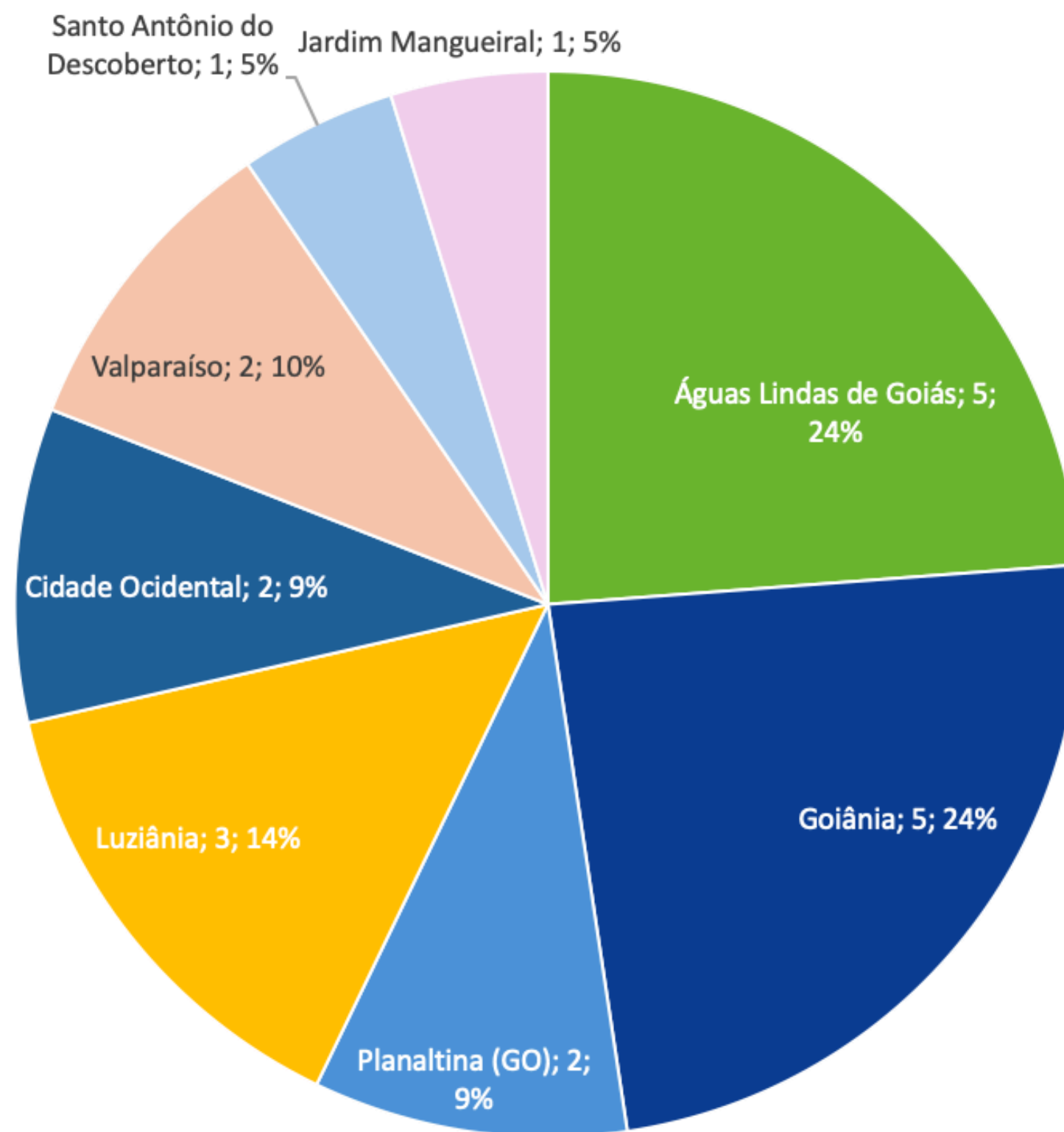
RAS X Renda



+ Grupos de Renda Alta e Média-alta perfizeram 73% dos visitantes, dado muito próximo da pesquisa interna da Instituição em 2023 (n= 74%). Em 2024, esse número foi de 62%.

- **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;
- **Renda Média-baixa:** Ceilândia, Gama, Riacho Fundo, Samambaia, Santa Maria e Sobradinho II; esse número foi de 62%.
- **Renda Baixa:** Brazlândia, Fercal, Itapoã, Paranoá, Planaltina, Recanto das Emas, Riacho Fundo II, S. Nascente/P. do Sol, São Sebastião, SCIA-Estrutural e Varjão.

Municípios de Goiás e Entorno do DF

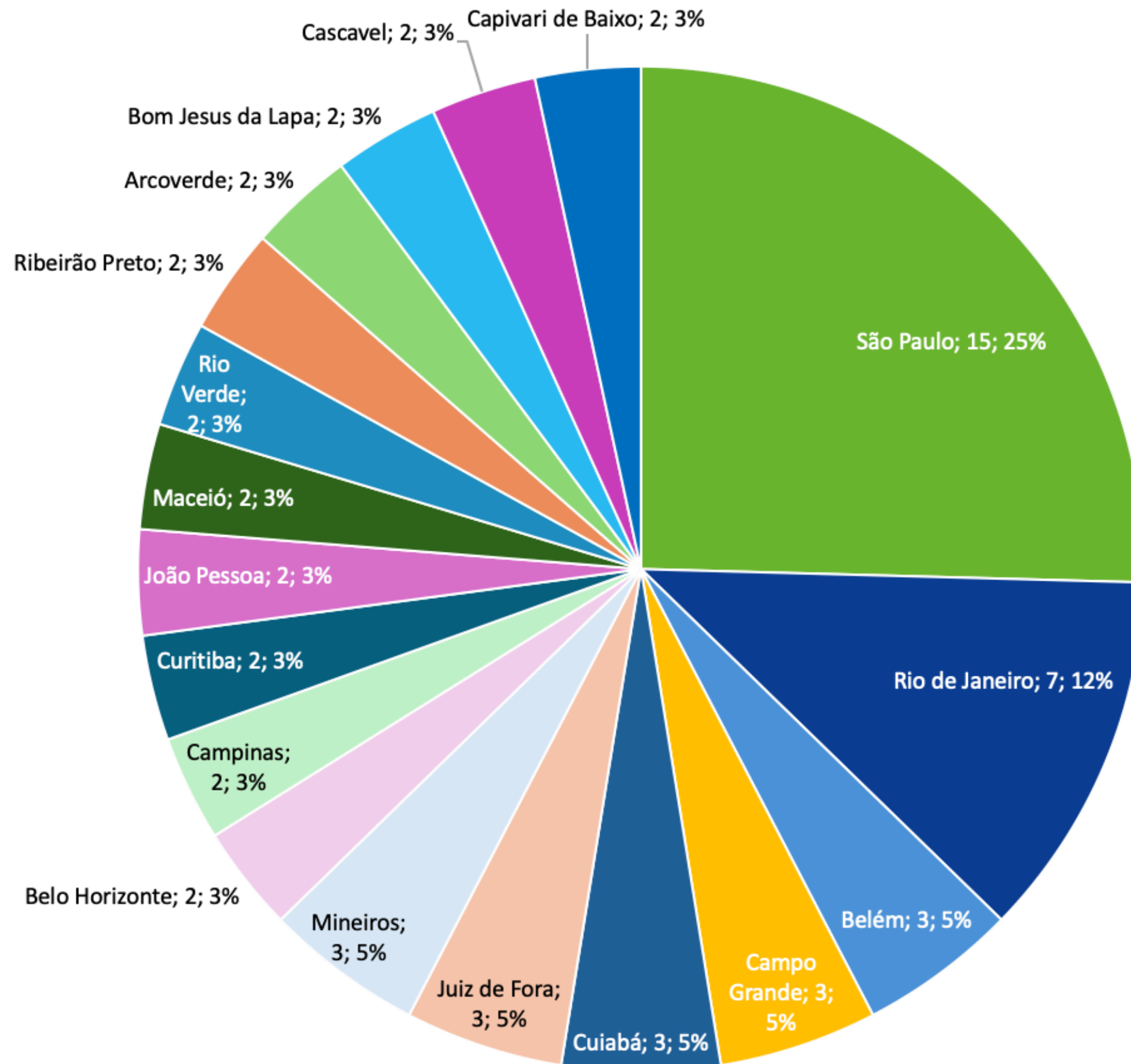


+ Com exceção de Goiânia, os dados evidenciam que a maioria dos visitantes (71%) são de cidades que fazem fronteira com o DF, como Águas Lindas de Goiás, Planaltina, Luziânia, Cidade Ocidental, conhecidas como regiões da Periferia Metropolitana de Brasília.

+ O número de visitantes de Goiânia também apresentou destaque nas pesquisas anteriores da Instituição (Em 2023, 11% e 2024, 15,7%).

De acordo com o PMAD (2019), os 12 municípios goianos que fazem fronteira ou estão muito próximos ao Distrito Federal e que possuem alto nível de integração com o Distrito Federal são: Águas Lindas de Goiás, Alexânia, Cidade Ocidental, Cocalzinho de Goiás, Cristalina, Formosa, Luziânia, Novo Gama, Padre Bernardo, Planaltina, Santo Antônio do Descoberto e Valparaíso de Goiás. Essas regiões são conhecidas como a Periferia Metropolitana de Brasília (PMB).

Demais municípios no Brasil

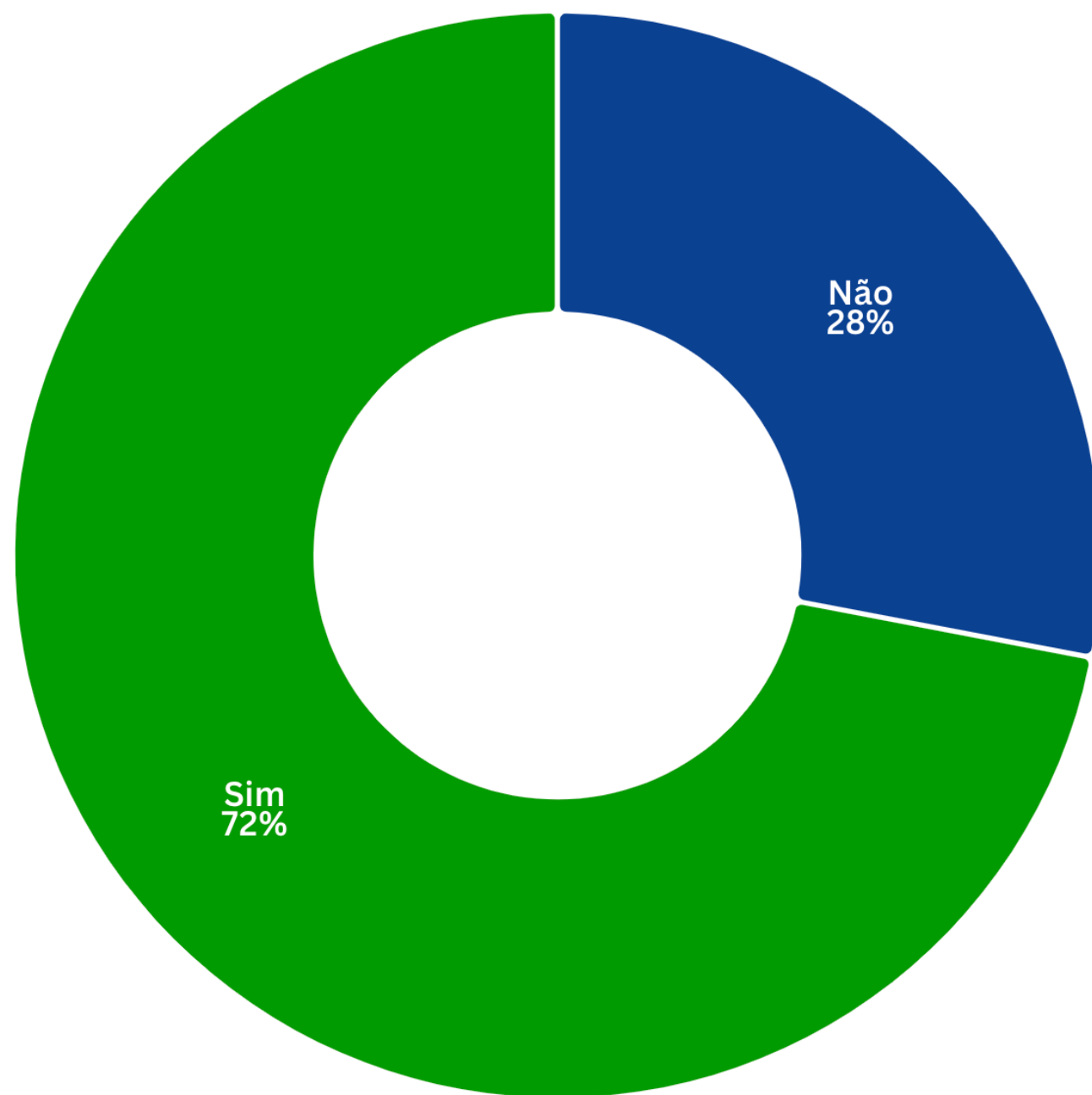


+ Os municípios citados estão alinhados com dados dos Estados, com mais representantes das regiões Sudeste e Centro-Oeste.

Antecedentes e
circunstâncias
da visita

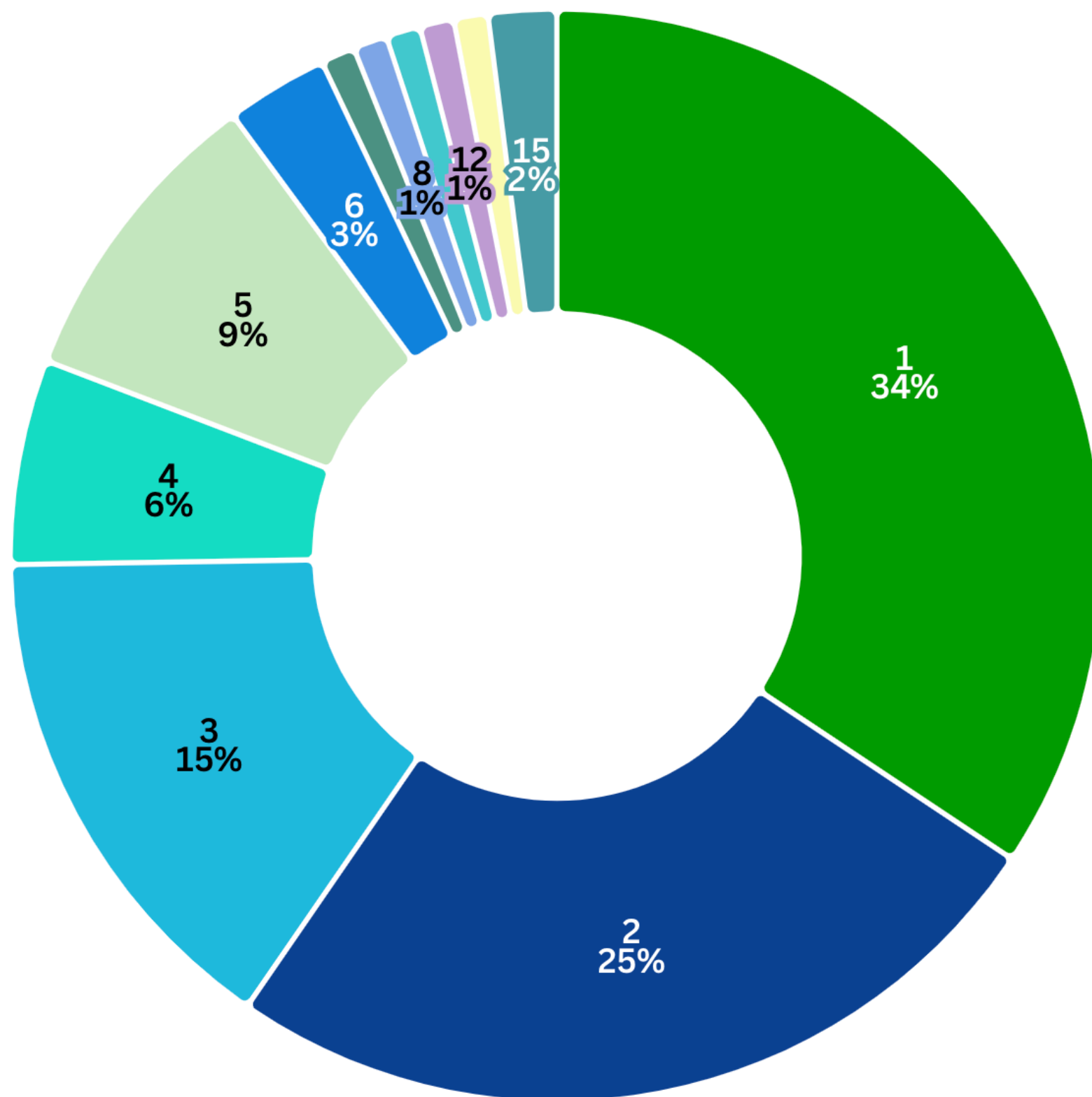


8. É a primeira vez que você visita este Museu?



- + Pesquisas sobre o perfil dos visitantes apontam que os visitantes de primeira vez são predominantes em museus e exposições (Mortara, 2001; Mano et al., 2022).
- + O percentual de visitantes que retornaram ao espaço foi superior ao registrado na pesquisa interna da instituição em 2024 (25,4%). Esse dado vai na contramão do estudo longitudinal do OMCC&T (Mano et al., 2022), que indica que há uma decrescente no número de visitantes que retornam, apontando uma baixa na fidelização dos museus analisados.
- + Isso evidencia que o SESI Lab tem implementado estratégias eficazes de fidelização, como ações educativas e culturais, além de exposições temporárias, que estimulam os visitantes a retornarem.

Sem contar a visita de hoje, informe o número de visitas que já fez aqui:



+ Entre os 28% do público que já visitaram o Sesi Lab, destaca-se que 59% estão realizando sua segunda ou terceira visita, evidenciando um alto índice de retorno.

9. Quando foi sua última visita a este Museu?



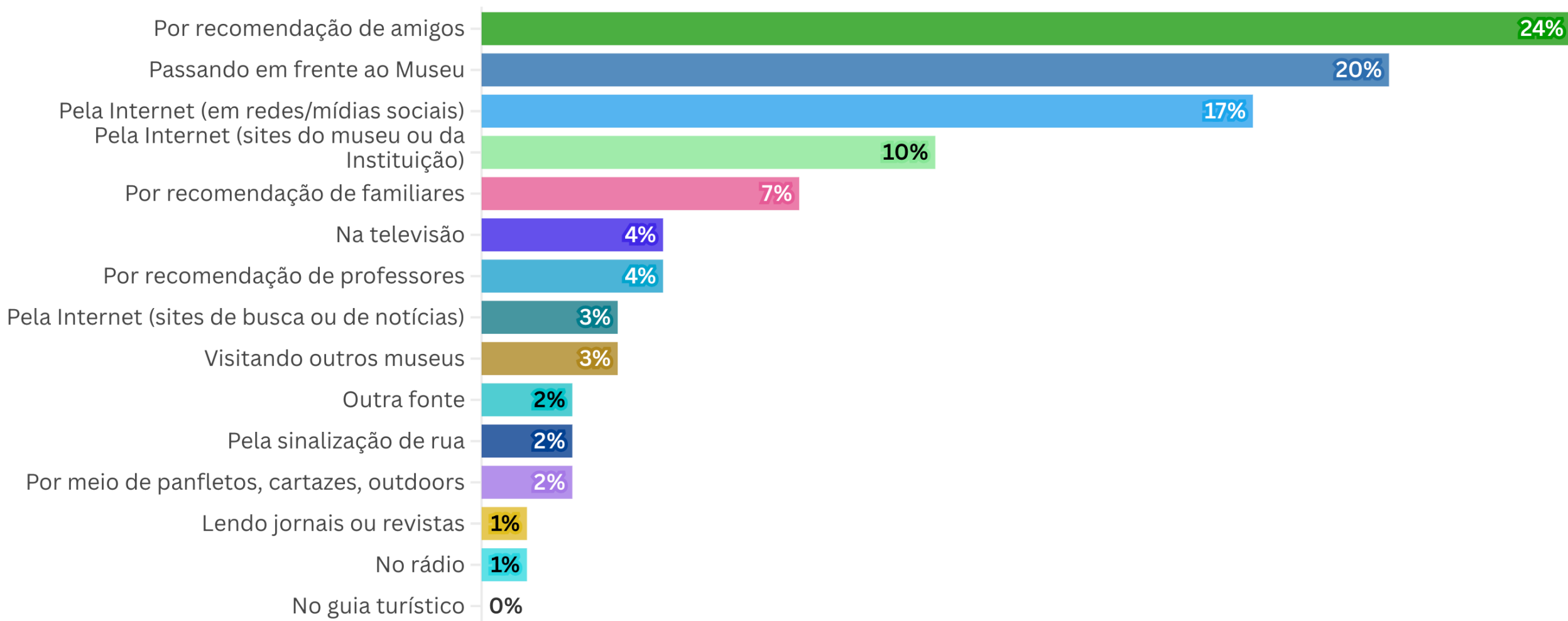
+ A maioria dos respondentes visitou o Sesi Lab há menos de um ano.

10. Desde quando você sabe da existência deste Museu?



+ O Sesi Lab é um museu recente, inaugurado em novembro de 2022, o que pode justificar o alto número de respondentes que conhecem há menos de um ano.

11. Como ficou sabendo a respeito deste Museu? (pode marcar mais de uma resposta)



+ A indicação do Sesi Lab por pessoas conhecidas: amigos, família e professores perfizeram 35%. Essa forte porcentagem demonstra a importância do boca a boca como uma ferramenta eficaz de divulgação e validação social.

+ Em seguida, destaca-se o ambiente digital, incluindo mídias sociais e o site, responsável por 27% das interações. O uso estratégico dessas plataformas pelo Sesi Lab demonstra sua relevância para diversos públicos e reflete sua capacidade de se adaptar às demandas contemporâneas de comunicação.

+ O número de visitantes que indicam que conheceram o museu passando em frente é de 20%, número muito próximo à da pesquisa interna da Instituição em 2024 (n=21%). Na pesquisa do OMCC&T (MANO et al., 2017) o número de respondentes corresponde a 17%.

11. Outra fonte. Se você respondeu "Outra fonte" na pergunta anterior, por favor informe qual(is):

Agrupando as respostas, temos:

Convite ou influência de pessoas próximas: N=8 (Ex: amigos, esposa)

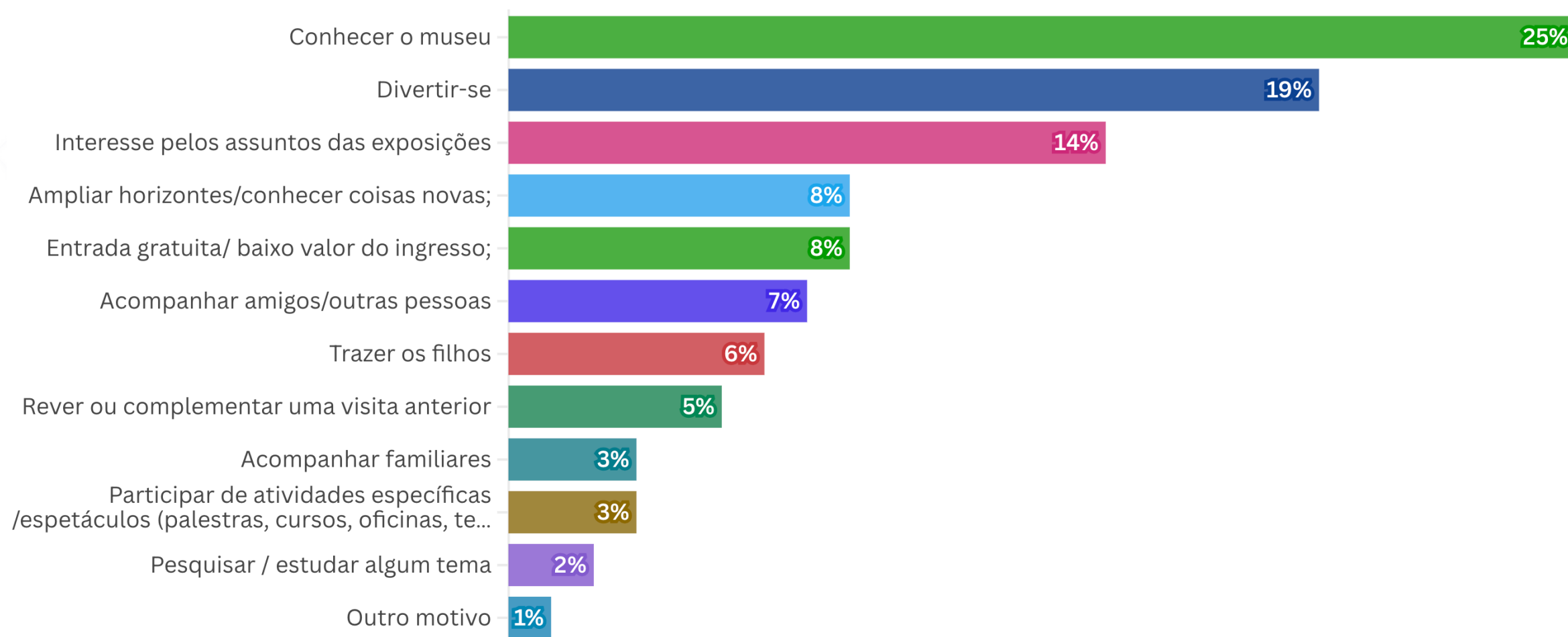
Redes sociais e plataformas digitais - N=2 (Ex. Tik Tok, Youtube)

Recomendação ou indicação de outras pessoas N=2 (Ex. motorista de Uber)

Instituições ou atividades relacionadas - N=6 (Ex: SNCT, CNI, escola)

Notamos que as respostas são mais especificações de como as pessoas ficaram sabendo e não necessariamente outra fonte.

12. Quais os principais motivos desta visita?



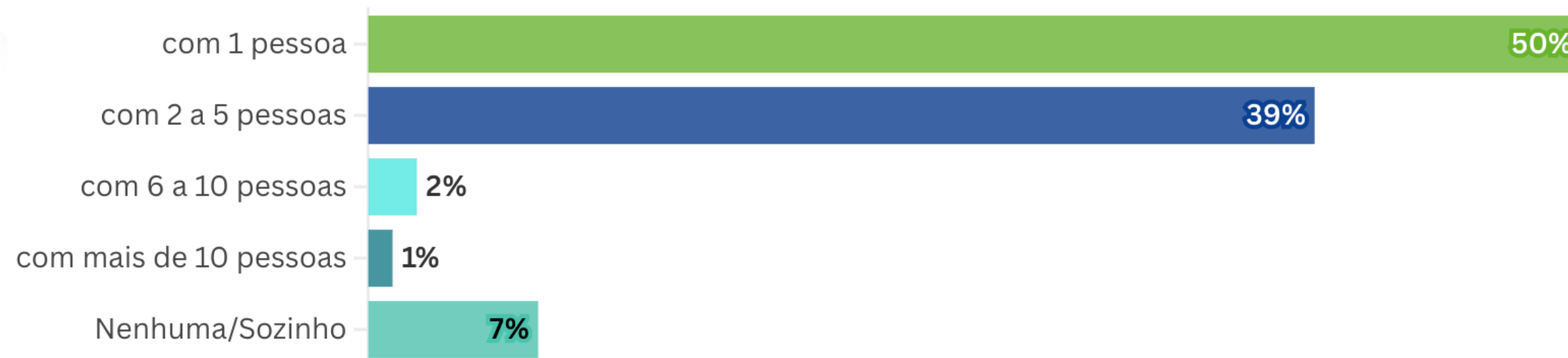
+ Conhecer o museu (25%) e divertir-se (19%) como principais motivações mostram que o SESI Lab é visto, em primeiro lugar, como um espaço de descoberta e lazer.

+ O acompanhamento social (16% somados entre amigos, familiares e filhos) é um aspecto que também motiva os visitantes.

+ Com 14%, Interesse pelos temas das exposições reflete a relevância do conteúdo das exposições de longa e curta duração como atrativo para os respondentes.

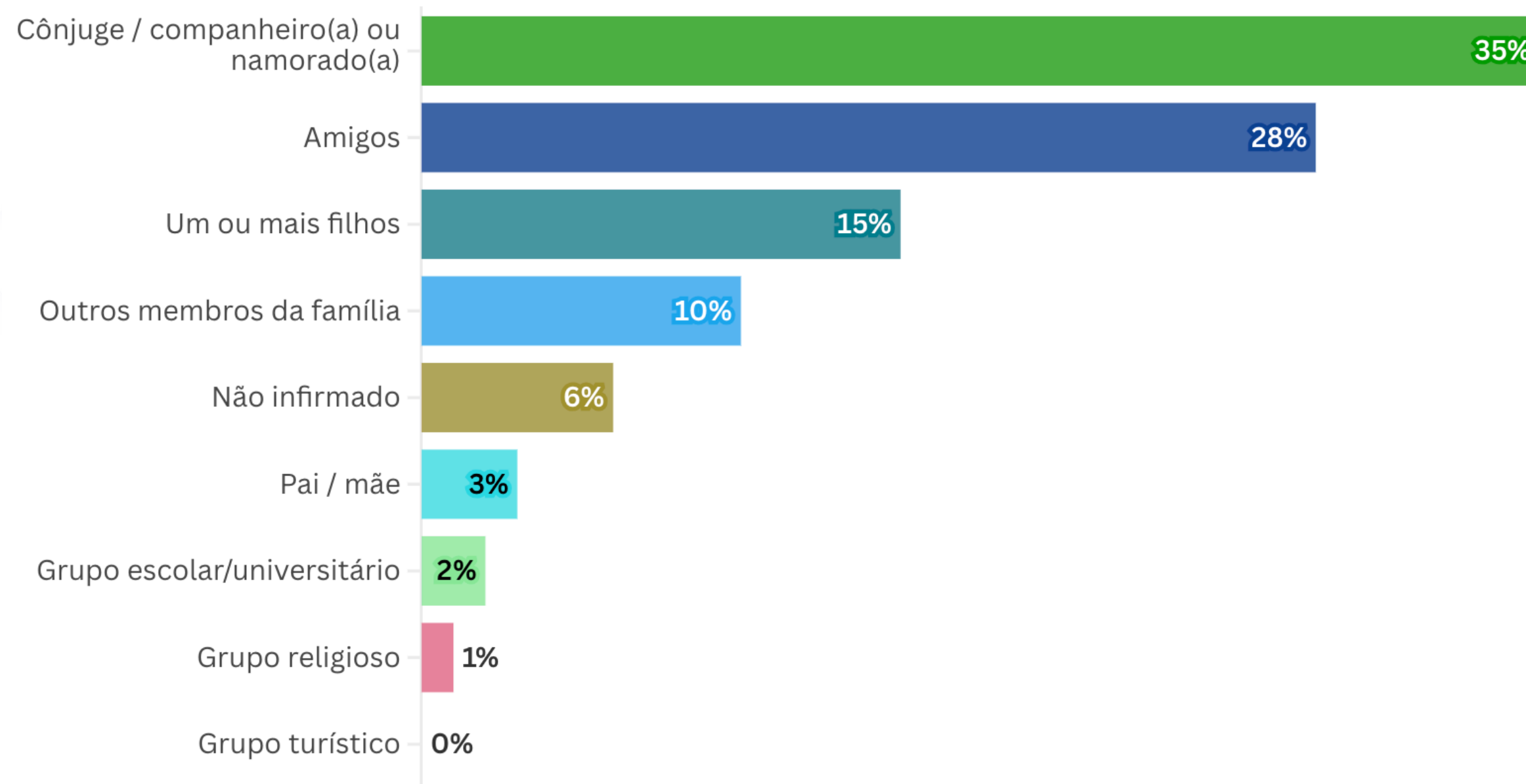
+ Destacamos ainda a importância da entrada gratuita ou de baixo custo (8%) para acessibilidade econômica. Sugerimos que essa estratégia deva ser mantida, ampliada e divulgada como diferencial.

13. Com quantas pessoas você está visitando?



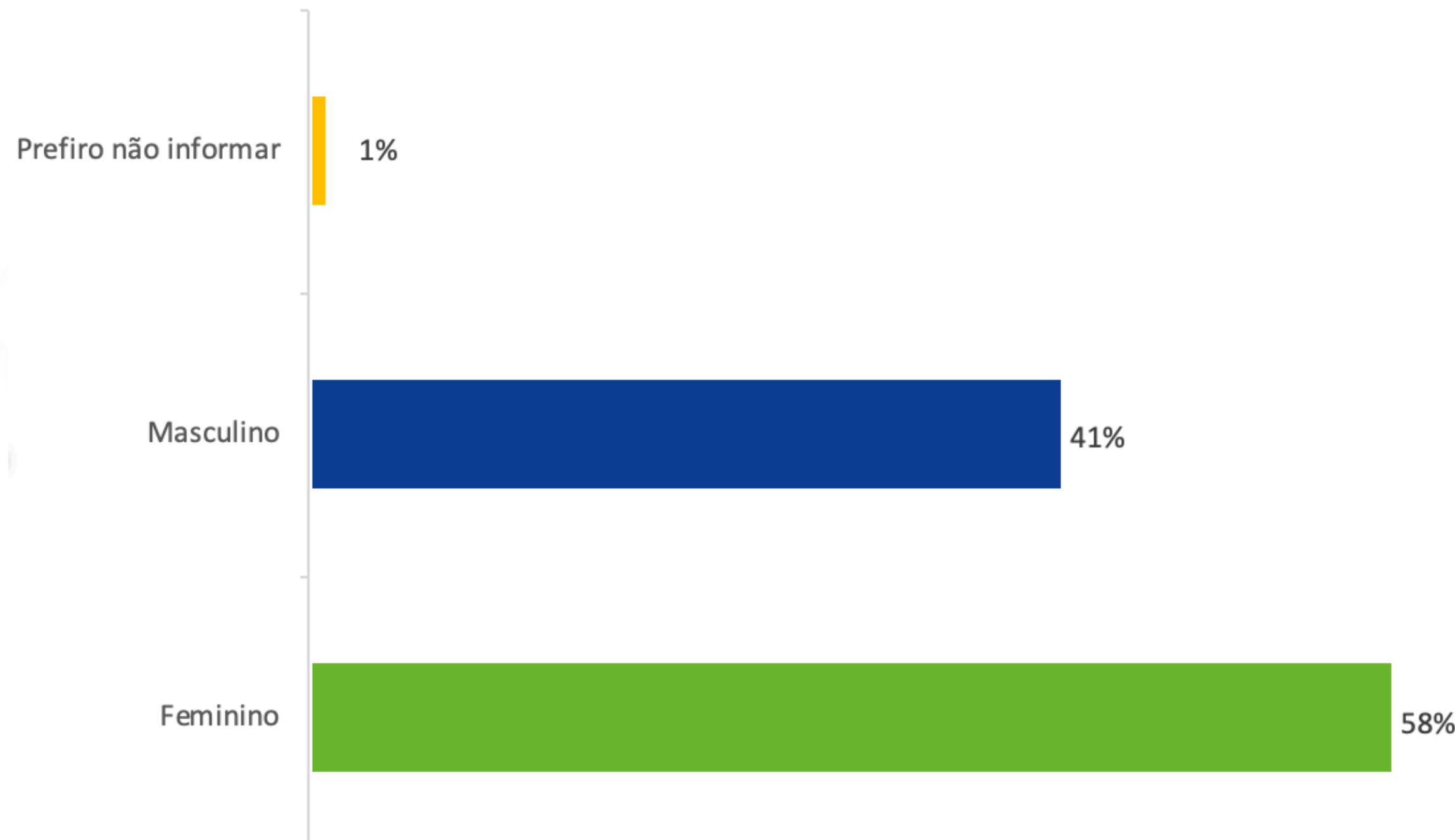
+ Cerca de 90% dos visitantes frequentam o museu na companhia de uma a cinco pessoas, evidenciando que as visitas são, em grande parte, experiências sociais.

14. Com quem você está visitando o Museu?



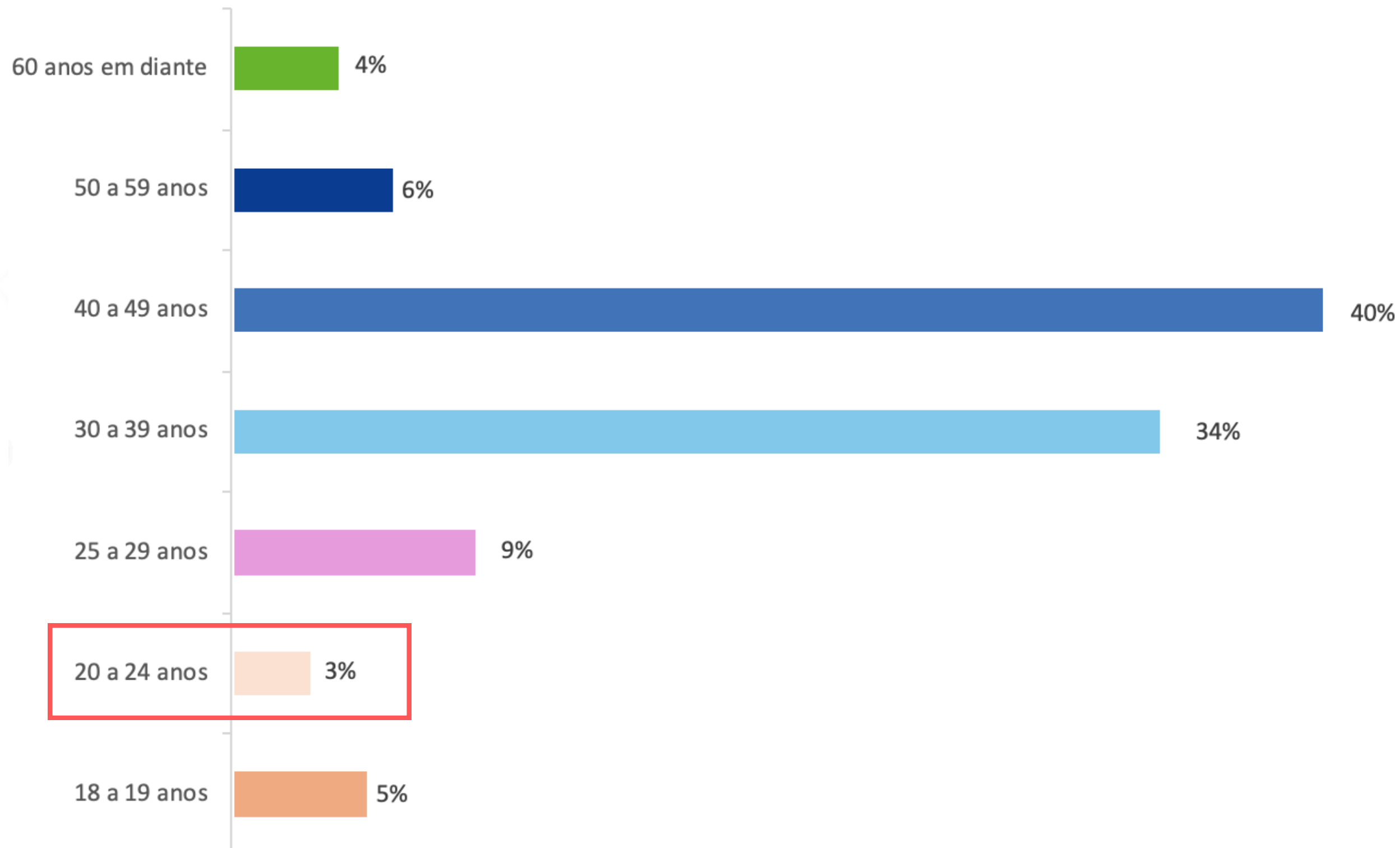
+ A maioria das visitas ao Sesi Lab ocorre na companhia de cônjuges, companheiros(as) ou namorados(as), representando 35% do total, seguidos por amigos, com 28%. Esses dois grupos também se destacaram como predominantes na pesquisa interna realizada pela Instituição em 2024.

Gênero X Responsável que visitou com crianças (até 14 anos)



+ Há maior representatividade de mulheres responsáveis por crianças até 14 anos na visita ao Sesi Lab.

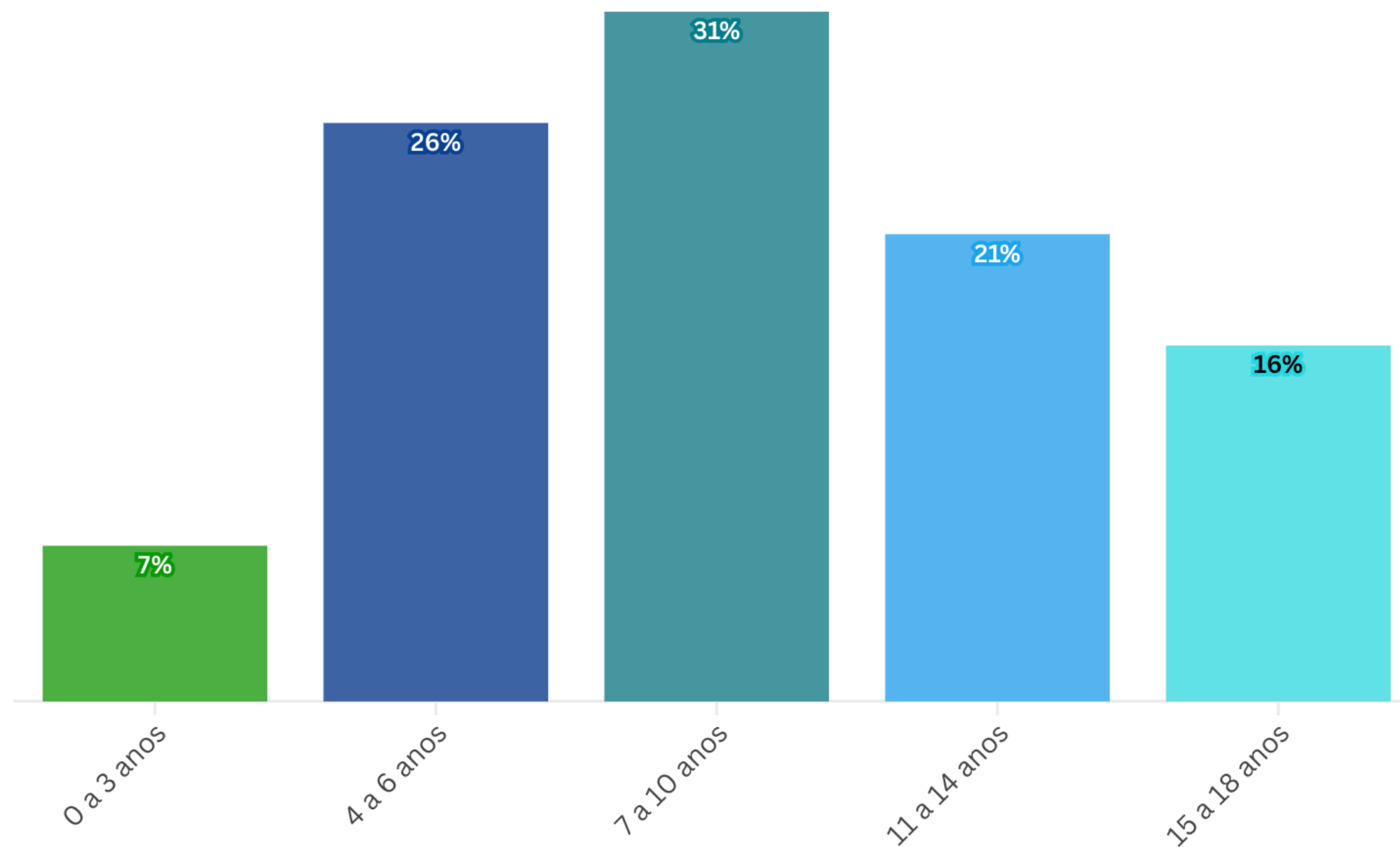
Faixa etária do Responsável que visitou com crianças (até 14 anos)



+ Os respondentes que visitam com crianças estão concentrados na faixa etária entre 30 e 49 anos.

+ Mulheres de 20 a 24 anos, faixa etária representativa de mulheres que visitam o Sesi Lab não apresenta números significativos de crianças em sua companhia.

15. Se você está visitando o museu na companhia de pessoas com idade inferior a 18 anos, informe a(s) faixa(s) etária(s) (pode marcar mais de uma resposta)

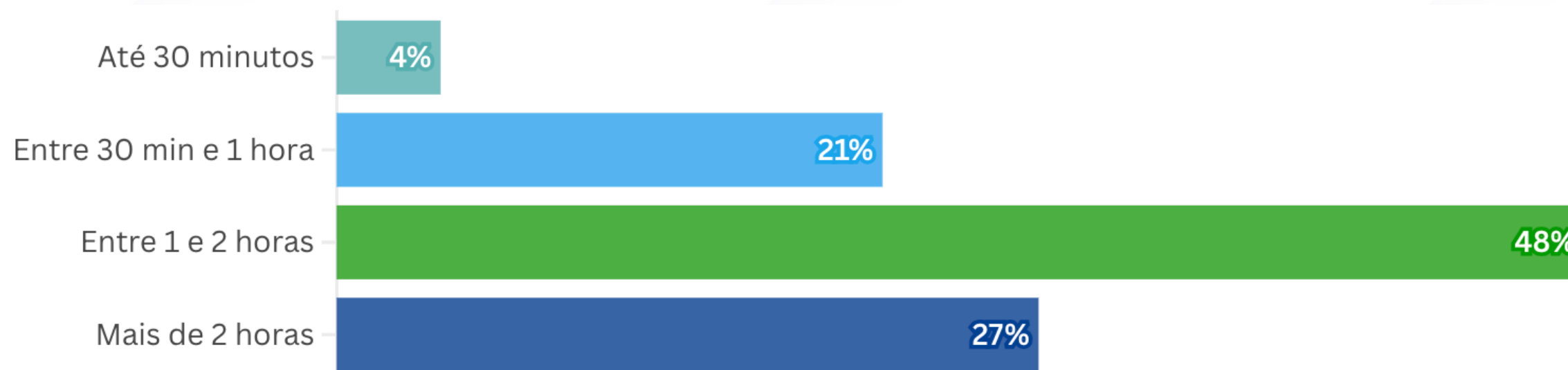


+ Nesta pesquisa, a faixa etária das crianças de 7 a 10 anos é a mais expressiva.

+ Nas pesquisas internas do Sesi Lab de 2023 e 2024, o público de 7 a 12 anos também foi o mais significativo da exposição, sendo as crianças com idade de 10 anos o público mais expressivo do Museu.

+ Crianças com até 6 anos, neste estudo perfazem 33% do público. No estudo realizado pelo COVES (2024), em museus de ciências esse número é de 64%.

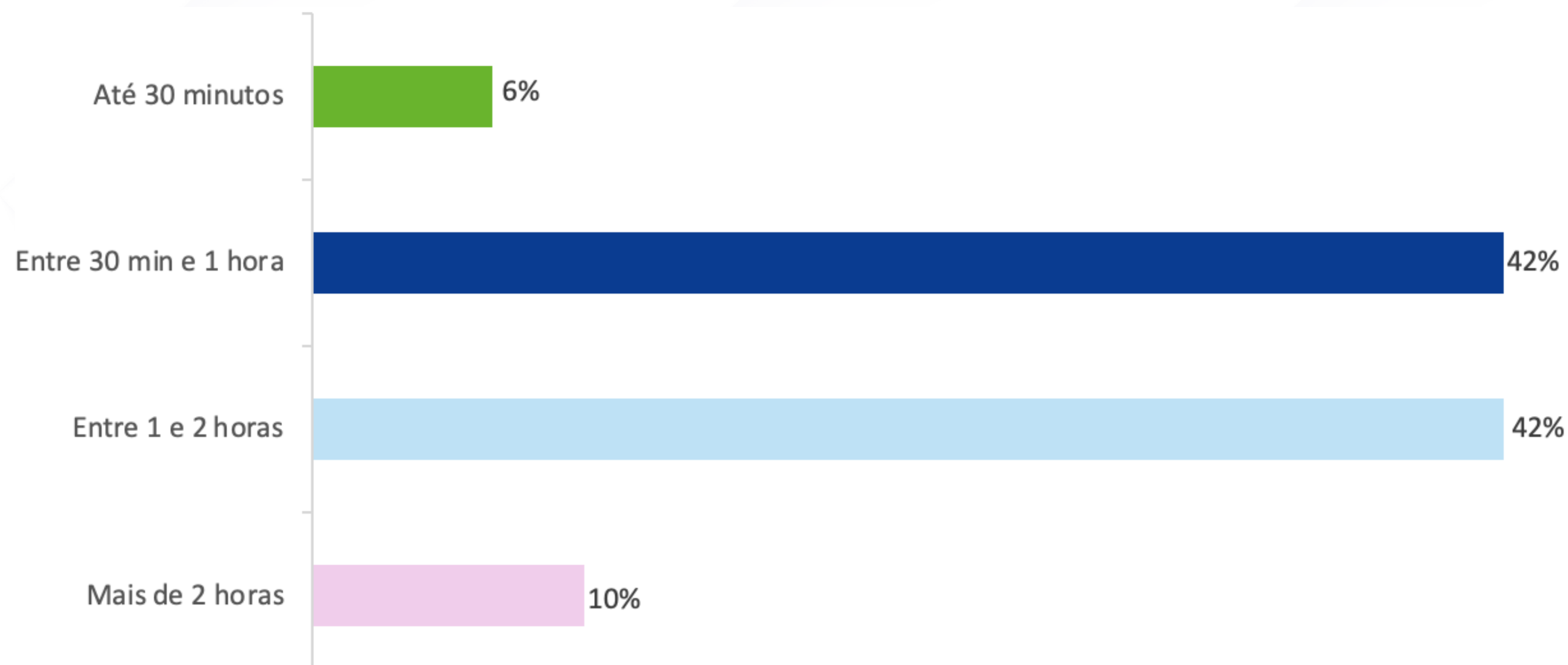
16. Quanto tempo, aproximadamente, durou a sua visita?



+ A maioria dos visitantes permanecem entre 1h e 2h (48%) no museu. Esse resultado também é encontrado na pesquisa do OMCC%T (Mano et al., 2022), como o mais declarado pelos respondentes.

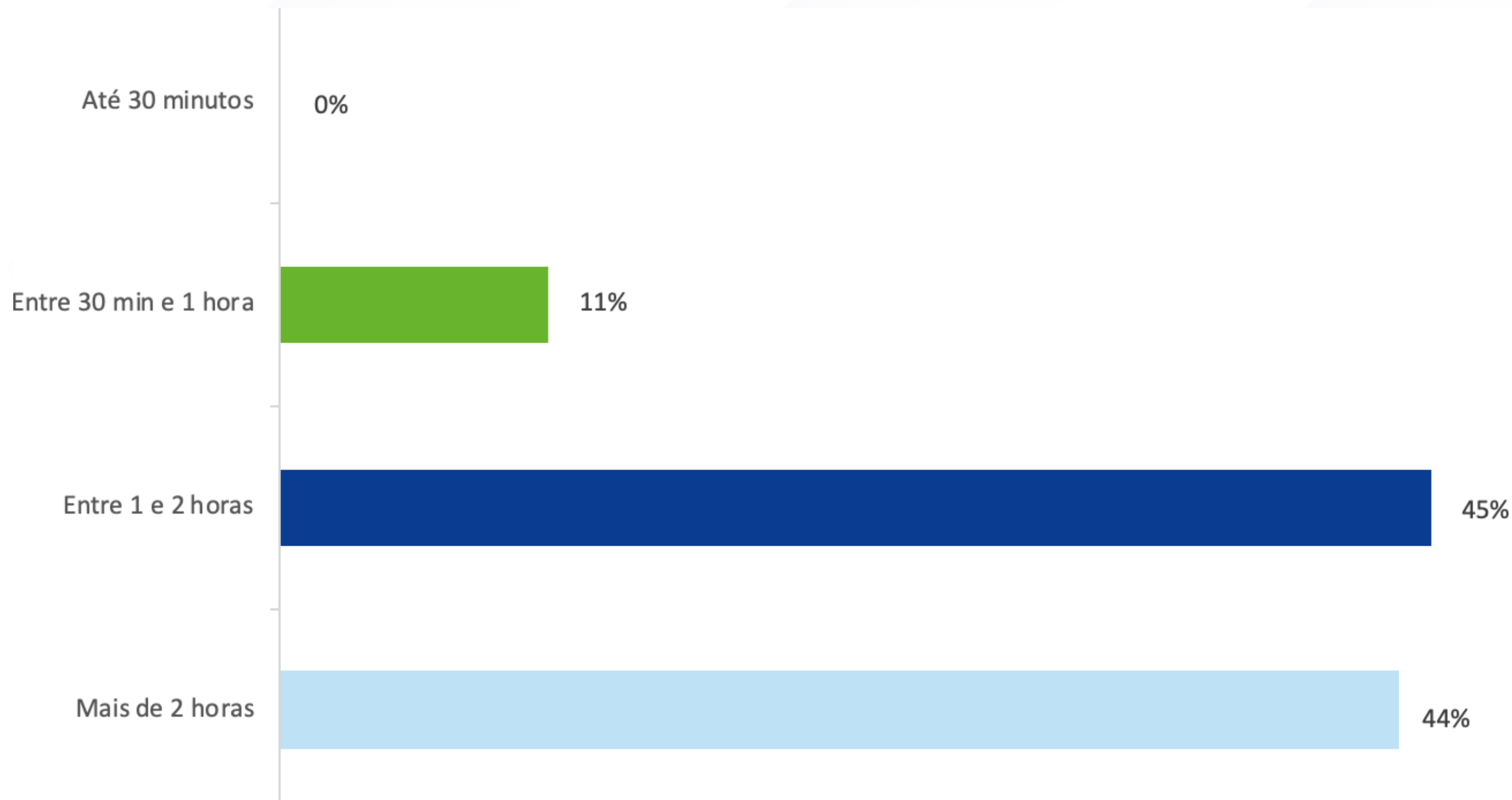
+ No estudo realizado pelo COVES (2024), em museus de ciências a média de visita é de 2h15.

Quanto tempo, aproximadamente, durou a sua visita (para quem visitou sozinho)?



+ As visitas daqueles que vão ao museu sozinho tem duração de até duas horas.

Quanto tempo, aproximadamente, durou a sua visita (para quem visitou com um ou mais filhos)?

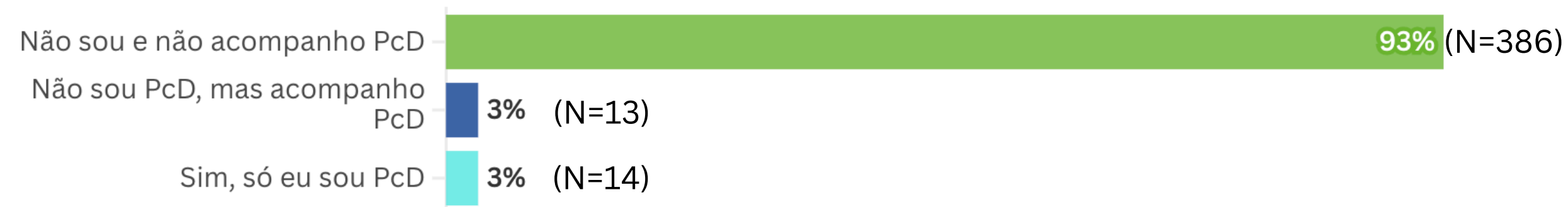


+ Para aqueles que visitam com filhos, as visitas tem uma duração maior, com uma porcentagem bem alta para mais de duas horas.

Acessibilidade



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

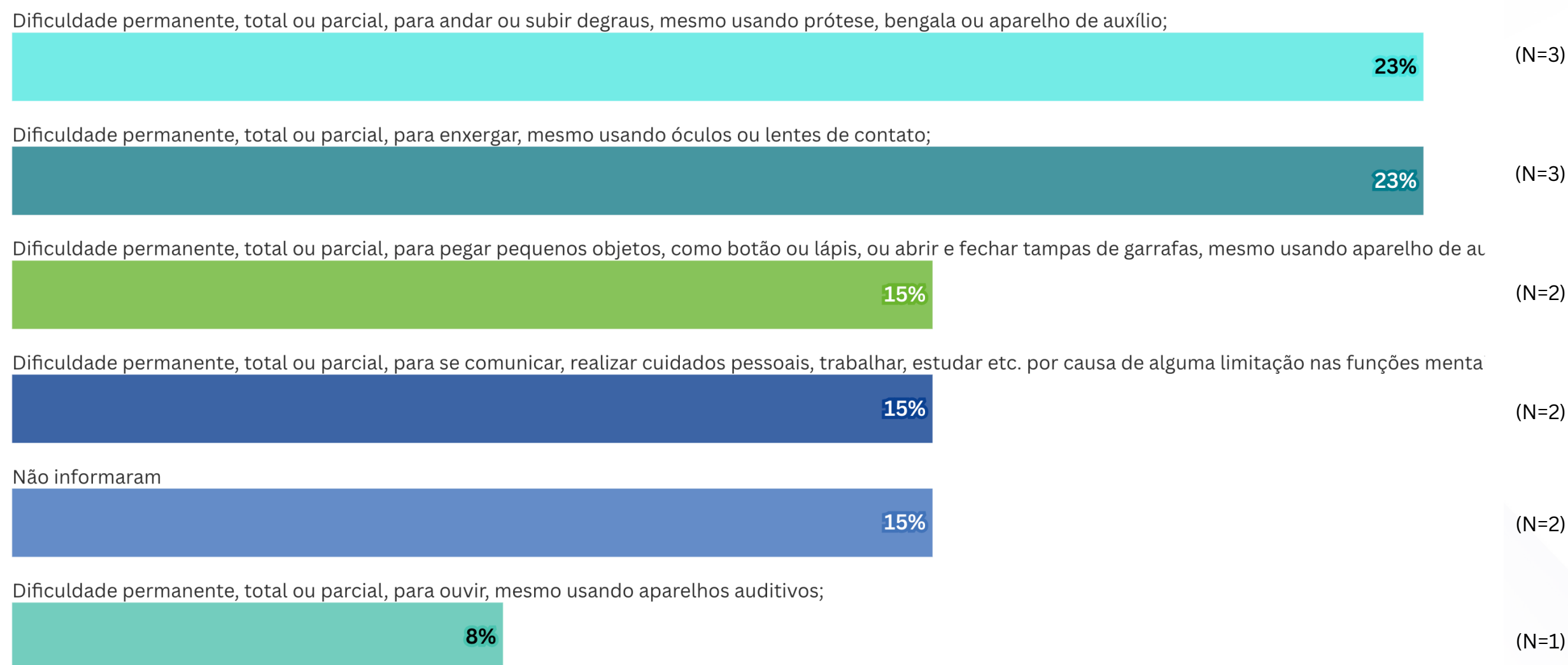


+ De acordo com a pesquisa Pessoas com Deficiência Pdad contínua 2022 (IBGE, 2023), 8,6% da população da região Centro-Oeste apresenta alguma deficiência.

+ Neste estudo, PcD perfizeram 6% (N=27) dos respondentes.

+ Na pesquisa realizada pelo OMCC&T em 2017 (COSTA et al., 2021) que contou com 4.705 participantes, pessoas com deficiência representaram 1,3% (N=63) e pessoas com acompanhantes PcD totalizaram 2,4% (N=115).

18. Qual tipo de deficiência você possui [opções extraídas do Censo 2022 IBGE]?



+ Os resultados do SESI Lab para dificuldades funcionais refletem a mesma tendência observada na pesquisa "Pessoas com Deficiência 2022" da PNAD Contínua (IBGE, 2023). Assim como na pesquisa nacional, as dificuldades mais identificadas foram relacionadas a andar ou subir degraus (3,4%) e a enxergar (3,1%). No público do Sesi Lab, ambas registraram uma representatividade de 23%.

+ Correlacionando com a pesquisa do OMCC&T (COSTA et al., 2021), os resultados também se alinham. Dificuldade física e baixa visão foram as mais declaradas por PcD.

19. Quantas pessoas com deficiência (PcD) você acompanha? (responder somente se acompanha PcD)

Houve 10 respondentes, todos acompanhando apenas um PcD.

20. Qual o tipo de deficiência da(s) pessoa(s) que você acompanha [opções extraídas do Censo 2022 IBGE]?



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



(N=4)

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



(N=3)

Dificuldade permanente, total ou parcial, para enxergar, mesmo usando óculos ou lentes de contato;



(N=3)

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



(N=3)

Não informaram



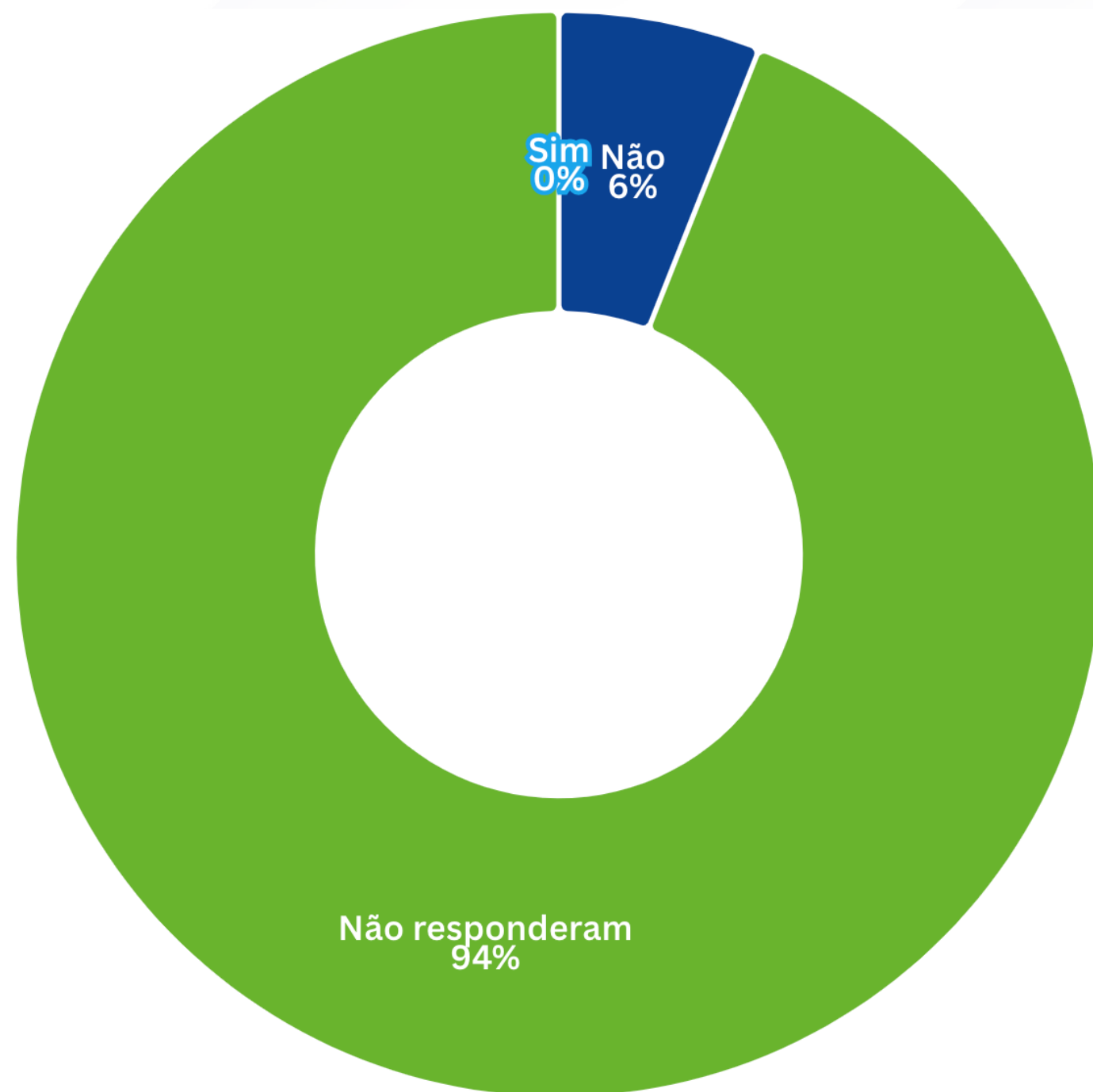
(N=3)

Dificuldade permanente, total ou parcial, para ouvir, mesmo usando aparelhos auditivos;

0%

+ Nesta questão destaca-se a dificuldade de se comunicar (25%; N=4) entre as PcD que estavam acompanhadas.

21. Você ou quem você acompanha encontrou alguma dificuldade para realizar a visita a este Museu em função da(s) deficiência(s) relatada(s)?



+ Nesta questão, apenas 1 pessoa respondeu sim e colocou: "Obstáculos que impedem o acesso aos locais expositivos"

23. Por favor, deixe suas sugestões ou comentários que nos ajudem a melhorar a experiência da visita para a pessoa com deficiência.

Nesta questão, os comentários incluíram:

Feedback positivo geral

Excelente.

Sem sugestões, tudo perfeito.

Foi ótimo.

Tudo incrível.

Muito bom, interativo e informativo. Ideal para todos.

Para deficiência de meu filho, o museu funciona perfeitamente.

Sugestões para melhorias

Sempre inovar os brinquedos.

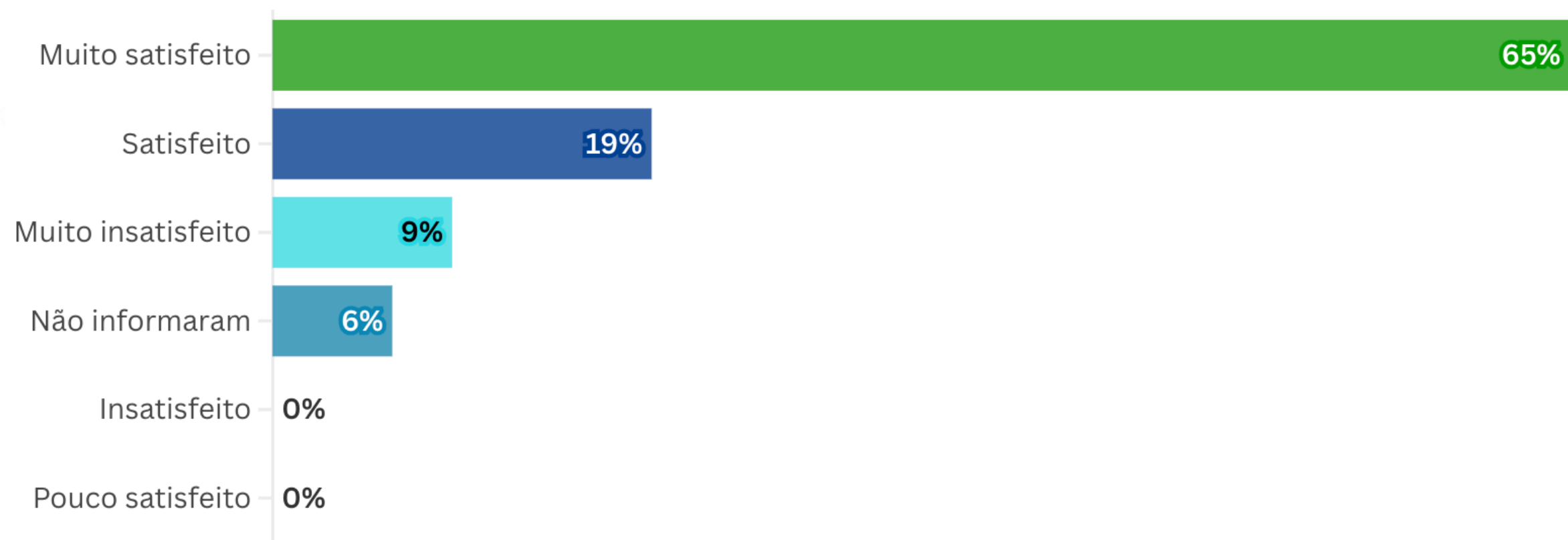
Comentário específico sobre acessibilidade

Gostei muito do tamanho da letra das placas, dava pra ver belas atrações também.

Conhecendo
sua opinião
sobre o Museu

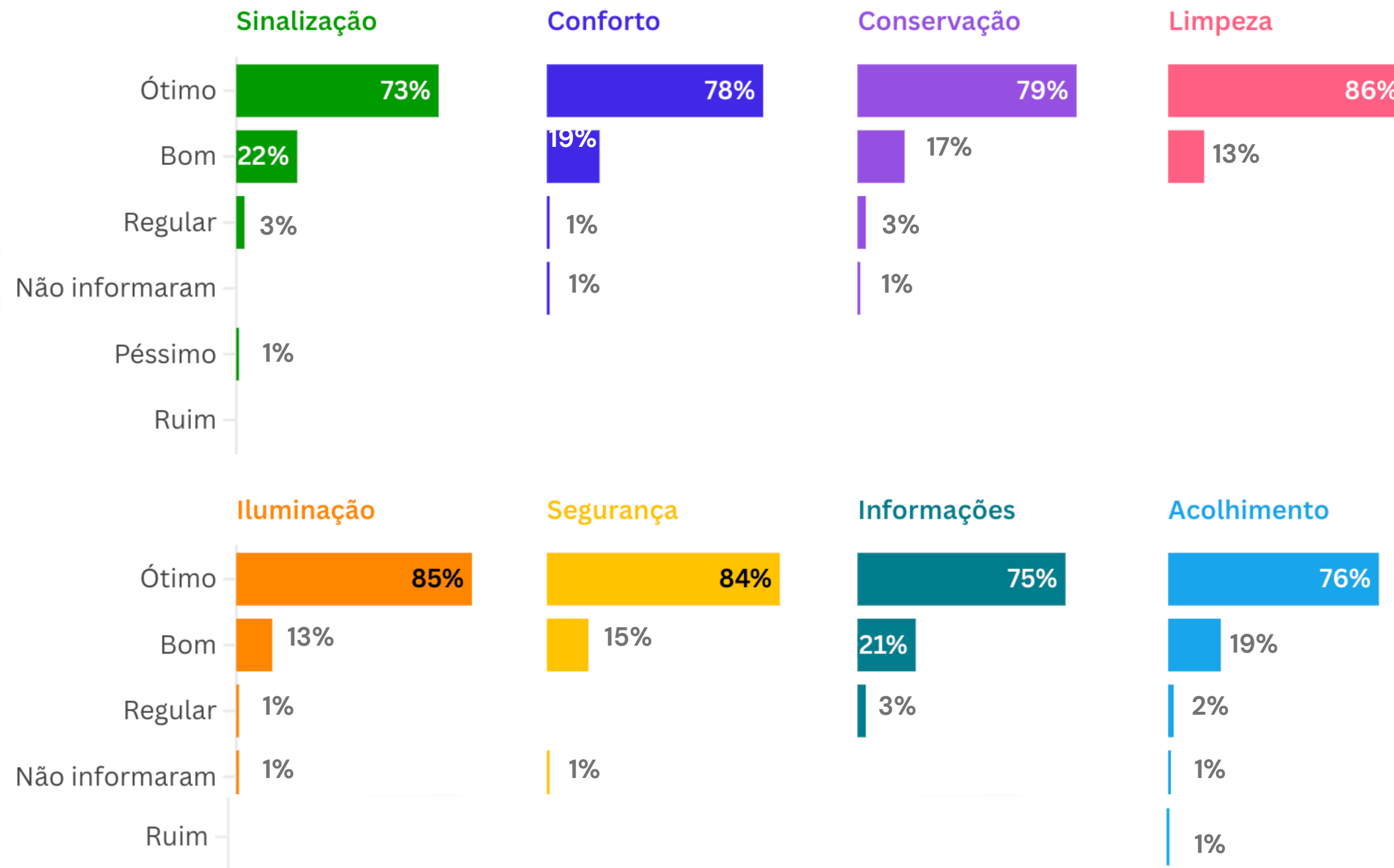


24. Como você se sente em relação à visita que acabou de realizar? Assinale a opção que melhor representa seu grau de satisfação:



+ O nível de satisfação é alto entre os visitantes, totalizando 84%.

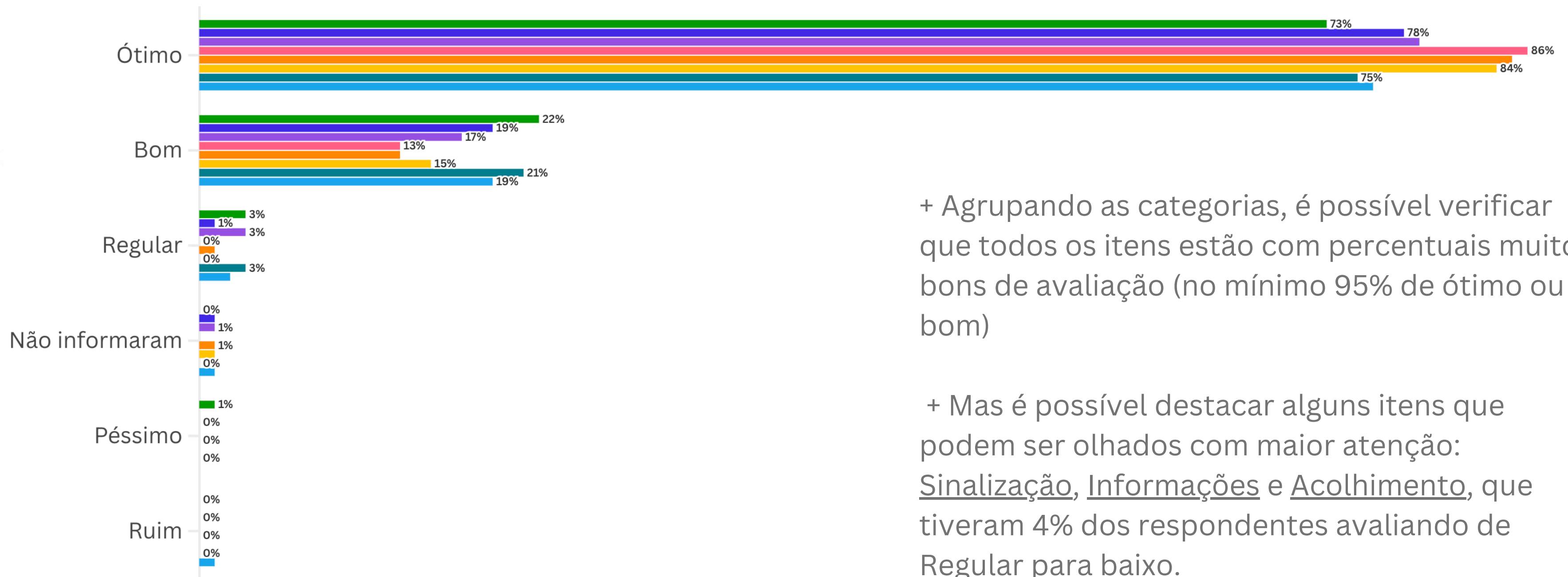
25. Como você avalia os nossos serviços? Assinale a opção que melhor representa seu grau de satisfação:



+ Todos os serviços apresentam avaliações "Ótimo" em maior destaque. No gráfico seguinte, detalhamos mais um ponto.

25. Como você avalia os nossos serviços? Assinale a opção que melhor representa seu grau de satisfação: **DADOS AGRUPADOS**

■ Sinalização ■ Conforto ■ Conservação ■ Limpeza ■ Iluminação ■ Segurança ■ Informações ■ Acolhimento

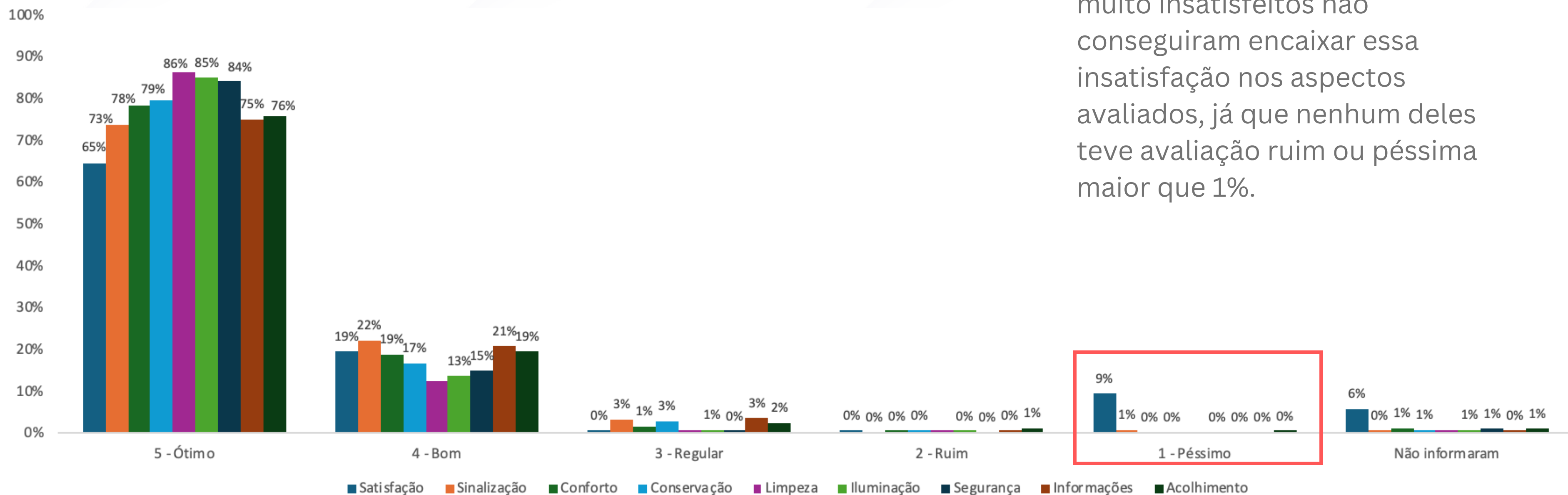


+ Agrupando as categorias, é possível verificar que todos os itens estão com percentuais muito bons de avaliação (no mínimo 95% de ótimo ou bom)

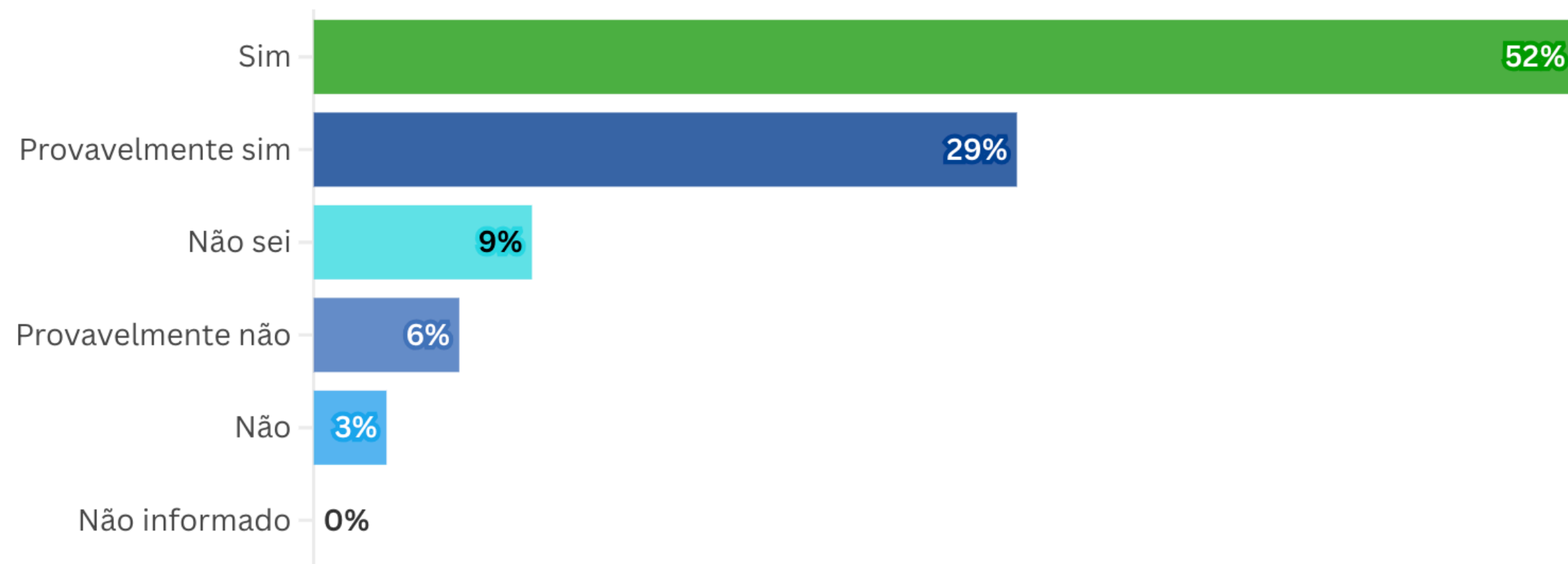
+ Mas é possível destacar alguns itens que podem ser olhados com maior atenção: Sinalização, Informações e Acolhimento, que tiveram 4% dos respondentes avaliando de Regular para baixo.

COMPARATIVO SATISFAÇÃO X SERVIÇOS

+ Cruzando a satisfação com os aspectos avaliados, observa-se que os 9% que se disseram muito insatisfeitos não conseguiram encaixar essa insatisfação nos aspectos avaliados, já que nenhum deles teve avaliação ruim ou péssima maior que 1%.

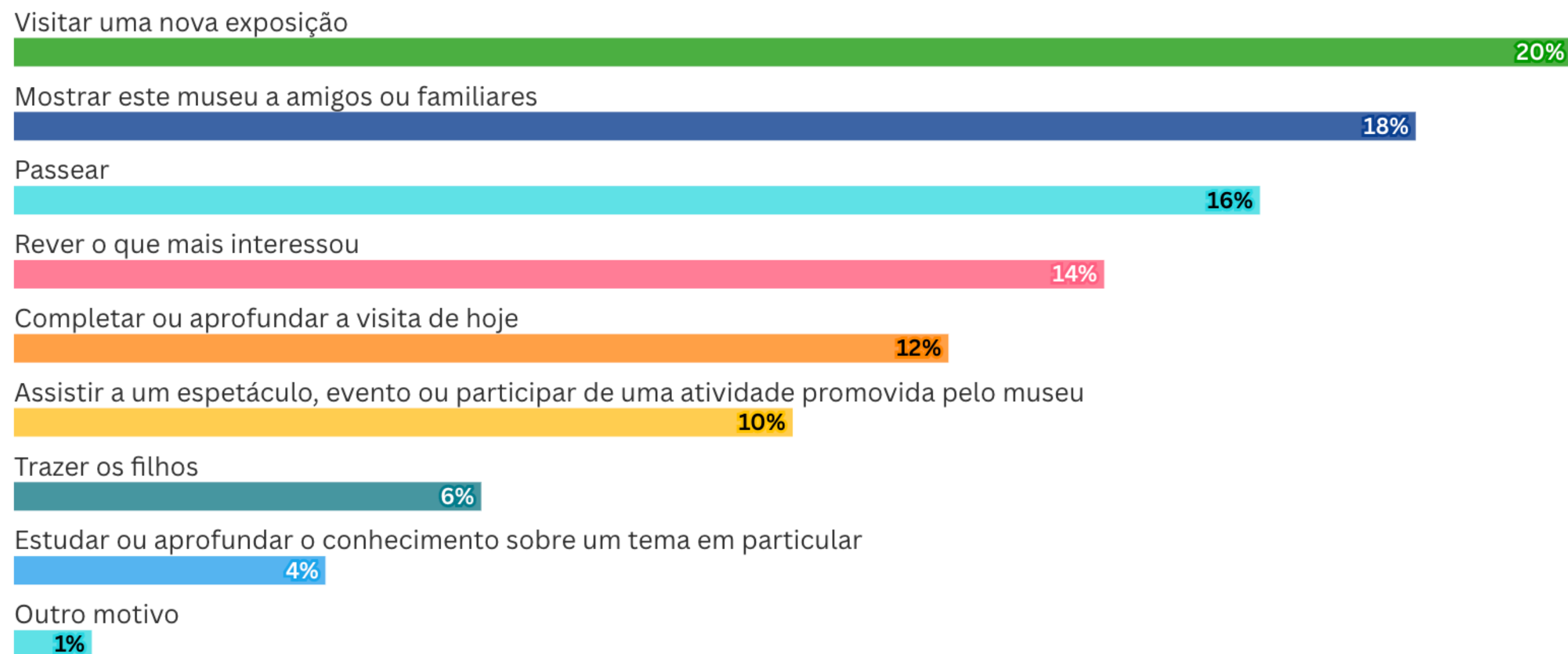


26. Você pretende retornar a este Museu nos próximos doze meses? Assinale a opção que melhor representa a sua intenção de retornar a este museu.



+ No geral, 81% informaram que retornariam com algum grau de certeza.

27. Caso você pense em retornar a este Museu nos próximos 12 meses, com que objetivos retornaria? (pode marcar mais de uma resposta)



+ Os motivos mais alegados para essa intenção de retorno incluíram: visitar uma nova exposição; mostrar a amigos e familiares e passear.

+ Visitar uma nova exposição, com 20% das respostas, reforça a necessidade de manter um calendário dinâmico de exposições para fidelizar os visitantes.

27. Se você respondeu "Outro motivo" na pergunta anterior, por favor informe qual(is):

Nas repostas, os motivos incluíram:

Motivos pessoais ou familiares

- Trazer afilhada.
- Trazer minha equipe de trabalho.

Motivos relacionados a pesquisa e aprendizado

- Visitar como pesquisando as obras.
- Feiras científicas, eventos de robótica.

Motivo geográfico

- Moro longe.

28. Que outros temas e assuntos você gostaria de encontrar neste Museu?



As respostas foram agrupadas em categorias mais amplas. A seguir, são detalhados algumas delas:

Ciências Naturais e Biológicas: corpo humano; Insetos; Pássaros; Animais; Dinossauros; Botânica; Biomas do Brasil; Biologia celular etc.

Sociedade e Cultura: Cultura asiática no Brasil; Decolonialidade; Culturas brasileiras, etc.

Artes: Música; Teatro; Fotografia; Dança etc.

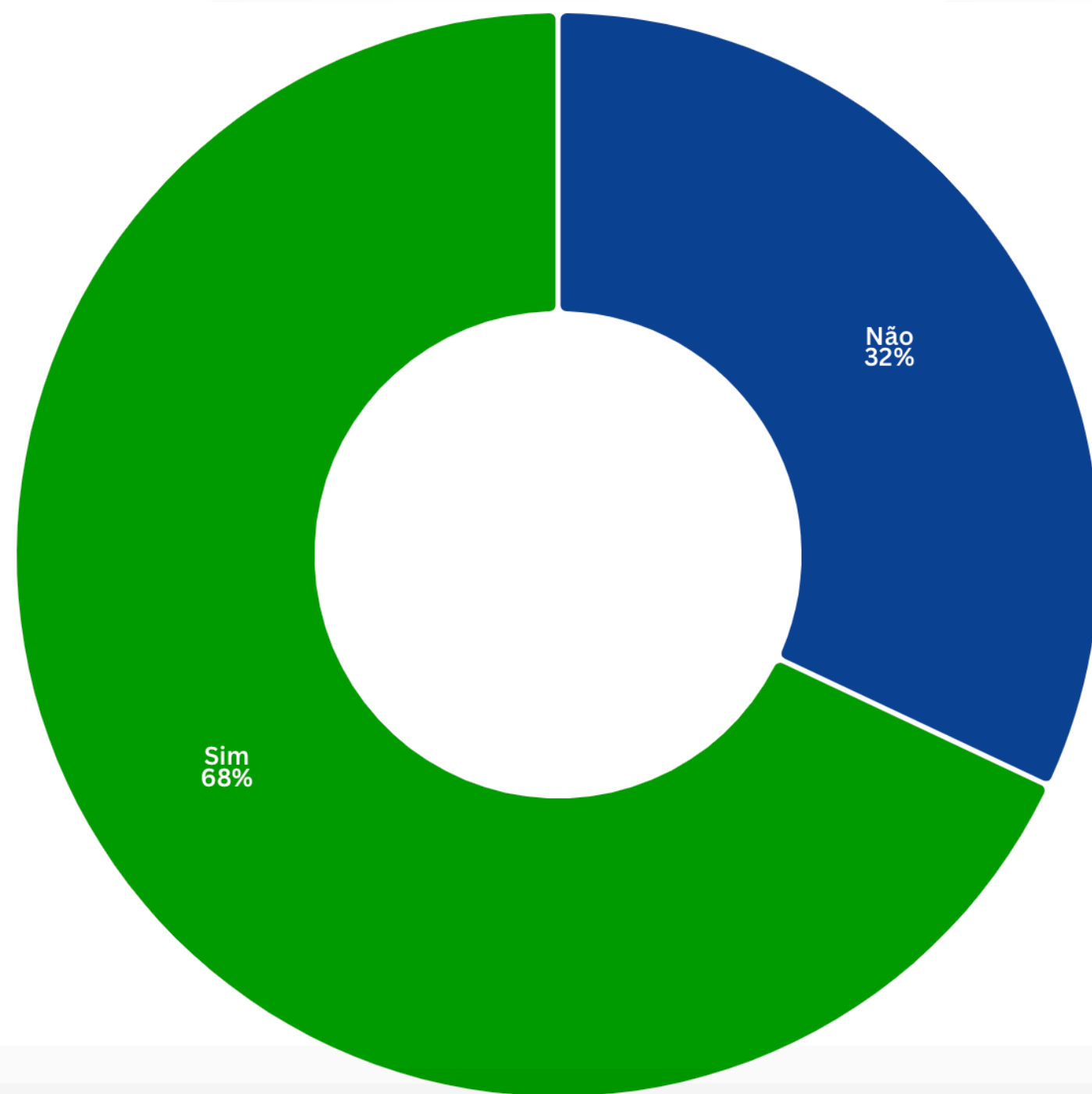
Tecnologia e Engenharia: Eletrônica; Robótica; Automação etc.

Astronomia e ciências do espaço: Astrofísica; Pêndulo de Foucault; Espaço e universo; Astronomia etc.

Conhecendo
seus hábitos de
visita a museus
ou centros
culturais nos
últimos 12 meses.



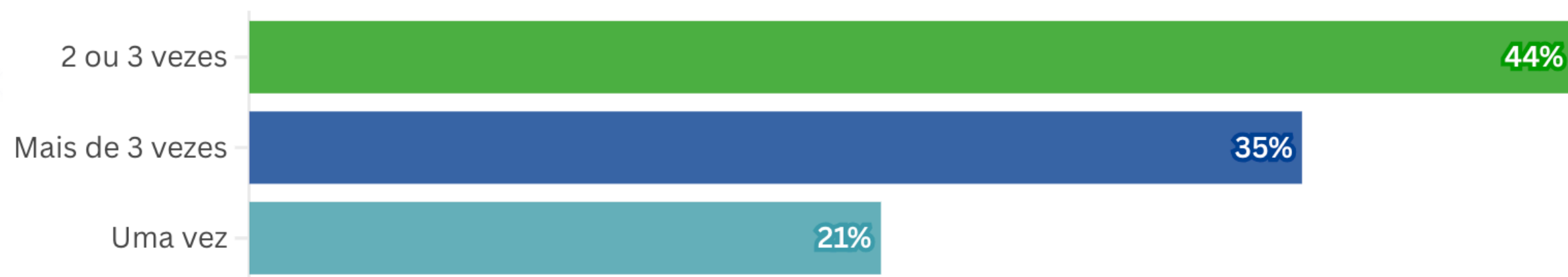
29. Você visitou outros museus ou centros culturais nos últimos 12 meses?



+A porcentagem de visitantes que declararam ter visitado museus ou centros culturais nos últimos 12 meses é significativa, alcançando quase 70%.

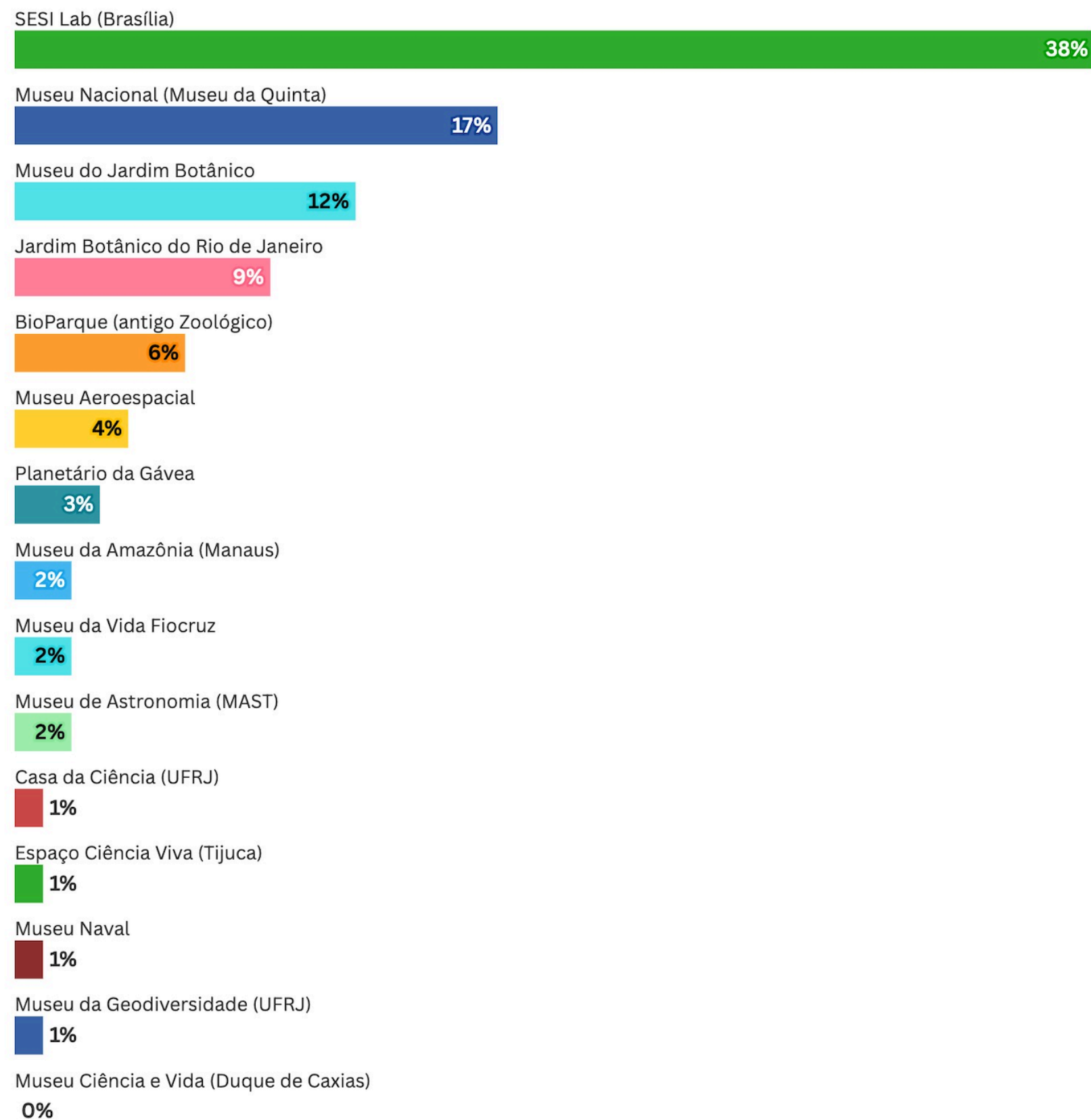
+Esse índice supera os resultados apresentados pelo estudo longitudinal do OMCC&T (Mano et al., 2022), cuja média foi de 54%, evidenciando um maior engajamento do público do SESI Lab com atividades culturais.

30. Nos últimos 12 meses, com que frequência você visitou museus ou centros culturais?



+Entre os que afirmaram ter visitado essas instituições nos últimos 12 meses, a frequência de 2 a 3 visitas foi a mais mencionada, representando 44% dos respondentes.

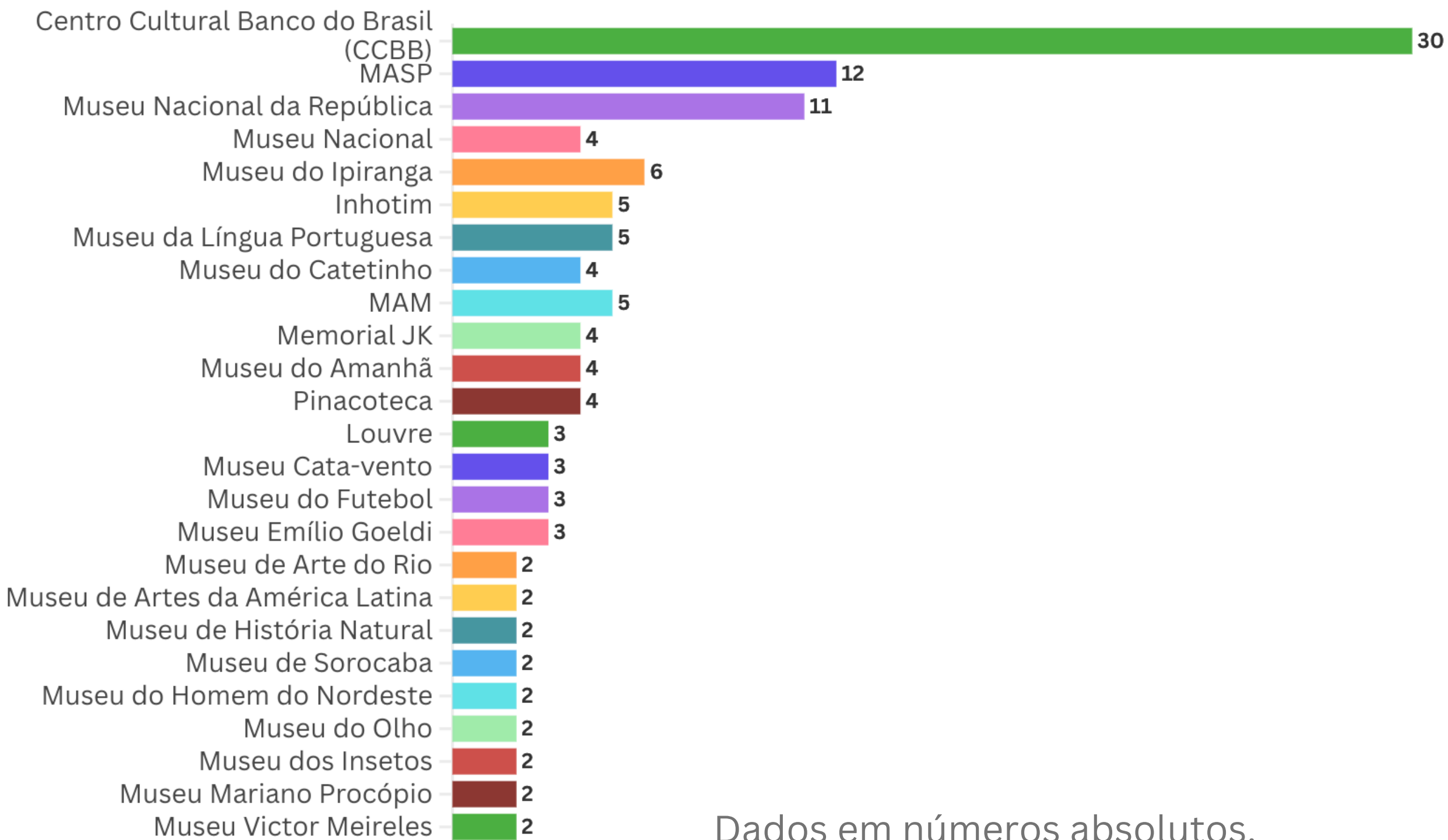
31. Nos últimos 12 meses, sem contar a visita de hoje, você visitou algum dos museus abaixo? (pode marcar mais de uma resposta)



+ Dentre os museus participantes do estudo do OMCC&T, o próprio SESI Lab é o mais citado, o que é justificado devido à localização dos participantes.

+ Na sequência, destacam-se o Museu Nacional, o Jardim Botânico e o Bioparque, todos localizados no Rio de Janeiro.

31. Que outro(s) museu(s) você visitou nos últimos 12 meses? (pergunta aberta)



Dados em números absolutos.

+ Como mais citado pelos visitantes está o Centro Cultural Banco do Brasil, com 30 menções.

+ Museu Nacional, sem especificar (se Brasília ou RJ), foi colocado em uma categoria separada.

Obs: Neste gráfico estão listados os museus citados com até 2 menções.

32. Na sua opinião, que fatores dificultam a visita a museus ou centros culturais? (pode marcar mais de uma resposta)

Falta de divulgação/informação sobre os museus, exposições, atividades, etc.

29%

Custo do ingresso

21%

Dificuldade de transporte / acesso

13%

Dias e horários de funcionamento

11%

Outros custos de uma visita (transporte, alimentação, etc.)

10%

Dificuldade de estacionamento

4%

Violência urbana

4%

+ Entre os principais fatores que dificultam a visita, destacam-se a falta de divulgação, com 29%, seguida pelo custo do ingresso, mencionado por 21% dos respondentes.

+Esses dados indicam que, apesar da relevância dos museus, há barreiras significativas relacionadas à visibilidade e acessibilidade, que podem impactar a frequência de visitas e limitar o alcance a um público mais amplo.

32. Se você respondeu "Outro fator" na pergunta anterior, por favor informe qual(is):

Acesso e localização: A distância / Distância da cidade que moro / Inexistência no estado em que moro / Moro em um local que não possui essa opção de lazer e quando viajo fica difícil de conciliar com a agenda / Muitos museus estão localizados em grandes centros ou em outros países

Tempo e Rotina: Disponibilidade de horário / Falta de tempo / Falta de tempo pela rotina de trabalho / Limitação de tempo / Encontrar tempo na minha rotina / Interesse e Hábitos / Falta de interesse da população / Falta de hábito / Resistência cultural

Acessibilidade Financeira: Falta de acesso financeiro, visto que os maiores estão nos grandes centros ou em outros países / Muitas exposições em SP são caras e muito ruins / Para classe pobre

Informações e Incentivos: Falta de acesso a informações / Ação corporativa junto a ações governamentais / No caso do SESI Lab, os "brinquedos" são os mesmos desde a inauguração

Outro:

Lanche

+ Fatores como a distância geográfica, a falta de opções acessíveis em determinadas regiões, o alto custo de ingressos contribuem para a limitação no engajamento do público.

+ A visitação exige um investimento de tempo e dinheiro que, muitas vezes, as pessoas não têm e/ou não conseguem dedicar. Contudo, não visitar também pode ser associado a prioridades pessoais ou profissionais, além de um possível desinteresse pela oferta cultural disponível.

33. Você gostaria de deixar alguma sugestão ou comentário?

Comentários Positivos

- Gostei muita da organização e prontidão da acolhida no local.
- 👍
- Parabenizar a curadoria e a equipe.
- Incrível é sempre ótimo vir aqui.
- Muito legal a visita ao sesi lab!
- Tudo ótimo.
- Tudo legal.
- Equipe atenta e qualificada no atendimento e orientações.

Comentários Negativos e/ou sugestões

- Acho importante divulgar mais a programação e baratear o custo do ingresso, além disso fazer mais eventos culturais.
- Mais divulgações em sites de comunicações, de preferência, redes sociais.
- Gratuidade.
- Copos de água para o público próximo aos bebedores.
- Mais sessões de cinema, diversificação das oficinas “mão na massa” e peças teatrais (talvez na rampa dos fundos, em que filmes são exibidos esporadicamente).
- Sugestão de tempo de roteiro adaptado conforme os assuntos como tempo de visita e se adequar ao tempo de uso.
- Alguns dias de entrada gratuita.
- Que as exposições ofereçam brindes para os visitantes.
- Mais opções de alimentação.
- Talvez alguma exposição permanente no térreo pode ser atrativa, ter um café na entrada e distribuir panfletos.
- Visita grátis.
- Uma exposição sobre história do Brasil.
- Pequenos detalhes na manutenção de equipamentos, mecanismos e cata-ventos.

Considerações finais

Pesquisas de satisfação e de perfil em uma base contínua, permitem o acompanhamento de tendências e o ajuste ágil das estratégias. Neste estudo, reforçamos alguns pontos encontrados:

- O público que frequenta o espaço, revela um perfil majoritariamente feminino, jovem, de alta escolaridade e com renda média ou alta. Este perfil indica um público restrito em termos de diversidade social e cultural, mas que vem sendo trabalhado pelo Sesi Lab em ações específicas para ampliar essa realidade.
- Visitantes provenientes de regiões periféricas ou distantes são pouco representados, refletindo a dificuldade de acesso geográfico e financeiro. Incorporar exposições e atividades que dialoguem com as histórias e vivências das comunidades menos representadas, pode ser uma estratégia de acolhimento e ampliação de públicos.
- A menor participação de crianças menores de 6 anos e de idosos sugere a necessidade de atividades específicas para esses grupos, ampliando o alcance etário do público.
- Um diferencial em relação a outros museus é a capacidade do Sesi Lab de fidelizar visitantes, evidenciada pela taxa de 28% de retornos.

Considerações finais

- Embora o Sesi Lab ofereça períodos de gratuidade, a pesquisa destacou que o custo do ingresso em museus em geral, ainda é uma barreira significativa, especialmente para públicos de menor renda.
- As redes sociais foram responsáveis por 27% das interações que levaram à visita. Esse dado reforça a importância de uma presença digital estratégica e alinhada às tendências de consumo cultural, especialmente entre jovens adultos.
- A predominância de mulheres como responsáveis por crianças nas visitas reflete tendências culturais e sociais que destacam o papel central das mulheres no acompanhamento de atividades educacionais e recreativas. Com esse panorama, é possível aprimorar estratégias específicas voltadas para atender as necessidades desse público, incluindo iniciativas direcionadas a mães solo, como ações de acolhimento, espaços de apoio para crianças e facilidades logísticas que tornem a experiência mais prática e acessível.
- Embora o número de pessoas com deficiência (PcD) entre os visitantes seja superior à média nacional, desafios de acessibilidade ainda são relatados, como obstáculos em locais expositivos e dificuldades de comunicação.

Referências

ALMEIDA, A. M. Museus e Coleções Universitários: Por que Museus de Arte na Universidade de São Paulo? 2001. Tese (Doutorado em Ciência da Informação e Documentação) - Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2001. DOI: 10.11606/T.27.2001.tde-10092003-160231.

ASTC. Dimensions. Disponível em: <https://www.astc.org/astc-dimensions/moms-museums-and-movements-culture-and-audience-of-museum-advocates/>. Acesso em: 18 jan. 2025.

BERTHOLINI, F.; CABELLO, A.; NOGALES, A. M.; RENNO, L.; VIANA, G. Hábitos culturais no DF: a presença da desigualdade. Brasília: Universidade de Brasília, Instituto de Ciências Sociais, 2023.

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

CENTRO DE GESTÃO E ESTUDOS ESTRATÉGICOS (CGEE). Percepção dos brasileiros em relação à ciência e tecnologia. Brasília, 2019.

CODEPLAN. Projeções Populacionais para as Regiões Administrativas do Distrito Federal 2010-2020, 2018. Disponível em: <http://www.codeplan.df>. Acesso em: 18 jan. 2025.

COSTA, A. et al. Museus de ciência e seus visitantes: 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.

COSTA, A. 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.

COVES. Understanding our visitors: Multi-Institutional Science Center Study July 2017–June 2018. Disponível em: https://understandingvisitors.org/images/downloads/Reports/coves_aggregate_report_fy18.pdf. Acesso em: 18 jan. 2025.

COVES. Understanding our visitors: Multi-Institutional Science Center Study July 2023–June 2024. https://understandingvisitors.org/articles/aggregate_FY24

IBGE. Pessoas com deficiência: PNAD Contínua 2022. Rio de Janeiro: IBGE, 2023. Disponível em: <https://chatgpt.com/c/67896e45-ebf4-8013-a103-e3fd4d807b46>. Acesso em: 18 jan. 2025.

Referências

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

MANO, S. et al. Museus de ciência e seus visitantes no início do século XXI: estudo longitudinal da visitação espontânea de cinco instituições da cidade do Rio de Janeiro. Anais do Museu Paulista: História e Cultura Material, São Paulo, v. 30, p. 1–48, 2022. DOI: 10.1590/1982-02672021v30e3. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/anaismp/article/view/183990>. Acesso em: 18 jan. 2025.

OBSERVA DF. RENNÓ, L.; BERTHOLINI, F.; CABELLO, A.; NOGALES, A. M.; VIANA, G. Desigualdades culturais: música, leitura, museus e games. Disponível em: https://observadf.unb.br/images/observatorio/APRESENTACAO_DESIGUALDADES_CULTURAIS.pdf. Acesso em: 18 jan. 2025.

PDAD. Pesquisa Distrital por Amostra de Domicílios - PDAD 2021 - Distrito Federal. Disponível em: https://www.codeplan.df.gov.br/wpcontent/uploads/2022/05/Apresentacao_Distrito_Federal.pdf. Acesso em: 18 jan. 2025.

PMAD. Pesquisa Metropolitana por Amostra de Domicílios - PMAD 2019/2020. Resultados para a Periferia Metropolitana de Brasília. Disponível em: <https://www.ipe.df.gov.br/wpcontent/uploads/2018/03/PMADResultadosparPeriferiaMetropolitana-de-Brasilia-PMB-2019-2020.pdf>. Acesso em: 18 jan. 2025.

PNAD. Educação 2023. Disponível em: <https://loja.ibge.gov.br/pnad-con7nua-educac-o-2023.html>. Acesso em: 18 jan. 2025.



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