

MUSEUS DE CIÊNCIA E SEUS VISITANTES

PERFIL - OPINIÃO - OMCC&T

2013



OBSERVATÓRIO
DE MUSEUS E CENTROS DE CIÊNCIA
& TECNOLOGIA

Fundação Planetário
Museu Aeroespacial
Museu da Vida
Museu de Astronomia e Ciências Afins
Museu Nacional

Rio de Janeiro - 2015

OMCC&T - Pesquisa Perfil Opinião 2013

Andréa Fernandes Costa
José Sergio Damico
Monica de Macedo Gonçalves
Sibele Cazelli
Sonia Mano
Wailã de Souza Cruz

3

MUSEUS DE CIÊNCIA E SEUS VISITANTES
PESQUISA PERFIL-OPINIÃO – OMCC&T/2013

Rio de Janeiro
Fundação Oswaldo Cruz – Casa de Oswaldo Cruz
Museu da Vida
2015



Observatório de Museus e Centros de Ciências e Tecnologia

MUSEUS E SEUS VISITANTES: PESQUISA PERFIL-OPINIÃO 2013

Presidência da República: Dilma Roussef

Museu Aeroespacial

Ministro da Defesa: Aldo Rebelo

Comandante da Aeronáutica: Nivaldo Luiz Rossato

Diretor do Museu Aeroespacial: Márcio Bhering Cardoso

Chefe da Divisão de Museologia: Vilma Souza dos Santos

Chefe da Seção de Recursos Educativos: Mônica de Macedo Gonçalves

Autores: Mônica de Macedo Fernandes

Participantes da pesquisa: Monica de Macedo e equipe da seção do Recursos Educativos do Museu Aeroespacial.

Museu da Vida

Ministro da Saúde: Marcelo Castro

Presidente da Fundação Oswaldo Cruz: Paulo Ernani Gadelha Vieira

Diretor da Casa de Oswaldo Cruz: Paulo Roberto Elian dos Santos

Chefe do departamento Museu da Vida: Diego Vaz Bevilaqua

Autores: José Sergio Damico e Sonia Maria Figueira Mano

Participantes da pesquisa: Edson Wanderley, Fabio Castro Gouveia, Fernanda Pires Santos, Ozias de Jesus Soares e Vanessa Fernandes Guimarães, sob coordenação de José Sergio Damico e Sonia Mano

Museu de Astronomia e Ciências Afins

Ministro da Ciência, Tecnologia e Inovação: Celso Pansera

Diretora do Museu de Astronomia e Ciências Afins: Heloisa Maria Bertol Domingues

Chefe da Coordenação de Educação em Ciências: Eugênio Reis Neto

Autora: Sibeles Cazelli

Participantes da pesquisa: Carlos Alberto Quadros Coimbra, Maíra Freire Naves Corrêa e Sibeles Cazelli

Museu Nacional

Ministro da Educação: Aloizio Mercadante

Reitor da Universidade Federal do Rio de Janeiro: Roberto Leher

Diretora do Museu Nacional: Claudia Rodrigues Ferreira de Carvalho

Seção de Assistência ao Ensino: Guilhermina Guabiraba Ribeiro

Autora: Andréa Costa

Participantes da pesquisa: estudantes da Rede FAETEC: Bruna Magalhães, Samantha Freitas, Tiely Rodrigues, Victoria Meyer; estudantes da UFRJ: Afonso Fernandes, Henrique Sobral, Jade de Almeida e Yan Gomes sob a supervisão de Andréa Costa, Guilhermina Guabiraba e Sheila Villas Boas; estudantes do Colégio Pedro II: Gabriella Consentino, Luciana Moreira, Rachel Monteiro e Yasmim Reis sob coordenação de Andréa Costa e Renato Ramos.

Planetário (Fundação Planetário do Rio de Janeiro)

Prefeito da Cidade do Rio de Janeiro: Eduardo Paes

Secretário de Cultura: Marcelo Calero

Presidente da Fundação Planetário: Tanize Richa

Diretor da Astronomia: Fernando Vieira

Gerente de Eventos Científicos-Culturais: Luana Bravin

Autor: Wailã de Souza Cruz

Participantes da pesquisa: Mediadores: Andressa Freire, Andressa Souza, Fabio Araújo, Igor Lucas, Jaciara Firmino, Letícia Dias, Marcos Vinícius, Maria Gerlane, Paulo Ricardo e Raquel Marques

Catlogação na fonte: Biblioteca de Educação e Divulgação Científica Iloni Seibel

5

M986 Museus de ciência e seus visitantes: pesquisa perfil-opinião 2013. / Andréa
2015 Fernandes Costa, José Sérgio Damico, Mônica de Macedo Gonçalves, Sibe
 Cazelli, Sonia Mano Wailã de Souza Cruz. Rio de Janeiro: Fundação
 Oswaldo Cruz / Casa de Oswaldo Cruz / Museu da Vida, 2015.
 55p.

1. Museus de ciência. 2. Avaliação. 3. Indicadores quantitativos. 4.
Estatística. 5. Observatórios. I. Costa, Andréa Fernandes. II. Damico, José
Sérgio. III. Gonçalves, Mônica de Macedo. IV. Cazelli, Cibele. V. Mano, Sonia.
VI. Cruz, Wailã de Souza. VII. Observatórios de Museus e Centros de Ciência &
Tecnologia. VIII. Título. IX. Série.

CDD – 069.0981

Projeto Gráfico: Damarquinho Camilo

Diagramação: José Sergio Damico

Agradecimento especial: Luciana Sepúlveda Köptke

Imagens: As fotografias utilizadas nesta publicação são de autoria e fazem parte do acervo das instituições participantes da pesquisa.



Sumário

| | |
|--|-----------|
| Apresentação | 7 |
| Introdução | 11 |
| Objetivo | 13 |
| Aspectos metodológicos | 13 |
| A FUNDAÇÃO PLANETÁRIO DO RIO DE JANEIRO | 16 |
| Descrição dos dados | 17 |
| Perfil sócio demográfico | 17 |
| Antecedentes, notoriedade e contexto social da visita | 18 |
| Hábitos, preferências e dificuldades para visitar museus | 19 |
| Opinião | 19 |
| O MUSEU AEROESPACIAL – MUSAL | 20 |
| Descrição dos dados | 21 |
| Perfil sócio demográfico | 21 |
| Antecedentes, notoriedade e contexto social da visita | 22 |
| Hábitos e dificuldades para visitar museus | 22 |
| Opinião | 23 |
| O MUSEU DA VIDA | 24 |
| Descrição dos dados | 25 |
| Perfil sócio demográfico | 25 |
| Antecedentes, notoriedade e contexto social da visita | 26 |
| Hábitos, preferências e dificuldades para visitar museus | 27 |
| Opinião | 27 |
| O MUSEU DE ASTRONOMIA E CIÊNCIAS AFINS | 28 |
| Descrição dos dados | 29 |
| Perfil sócio demográfico | 29 |
| Antecedentes, notoriedade e contexto social da visita | 30 |
| Hábitos, preferências e dificuldades para visitar museus | 31 |
| Opinião | 31 |
| O MUSEU NACIONAL | 32 |
| Descrição dos dados | 33 |
| Perfil sociodemográfico | 33 |
| Antecedentes, notoriedade e contexto social da visita | 34 |
| Hábitos, preferências e dificuldades para visitar museus | 35 |
| Opinião | 35 |
| Comentários finais | 37 |
| Tabelas de dados da pesquisa 2013 para consulta | 41 |
| QUESTIONÁRIO | 51 |

Apresentação

Ao aceitar o carinhoso convite de Sonia Mano para que eu introduzisse esta primeira publicação do Observatório de Museus e Centros de Ciência e Tecnologia (OMCC&T), uma multitude de possibilidades sobre o teor desta mensagem atravessou meu espírito. Falaria sobre a importância dos estudos de público no Brasil? Ofereceria um breve panorama do estado da arte destes estudos? Comentaria os resultados que estes trazem sobre a relação entre os museus e as questões sociais contemporâneas? Ou, de forma mais específica, analisaria parte dos resultados comparados das pesquisas Perfil- Opinião de 2005 e 2009 (KÖPTCKE, L.S.; CAZELLI, S. e LIMA, J.M, 2009.; KÖPTCKE, L.S. (Coord.), 2012)?

Acredito que quando muitas coisas parecem equivaler em importância é preciso desconfiar. Não eram essas as ideias prioritárias para mim. Finalmente, entendi que nesta oportunidade de fala gostaria de compartilhar o que significa a existência do OMCC&T e, assim, ratificar o que penso e tenho escrito sobre a relação das instituições com seus públicos e as formas (sociais) de olhar, compreender e apropriar-se esta relação.

Este texto poderia ser definido como um manifesto de alegria! Alegria de constatar a continuidade de um trabalho árduo e apaixonado que durante 12 anos moldou um projeto e um pouco da minha própria identidade profissional como “coordenadora” do Observatório de Museus e Centros Culturais (OMCC). Todavia, não existiria uma coordenação sem ações a serem coordenadas e, no caso do OMCC, estas foram fruto de desejos, capacidades e recursos investidos por muitas pessoas e instituições.

Considero como o marco inicial da história do OMCC, a Oficina realizada em Petrópolis/RJ em 2003, embora muito trabalho já fosse empenhado anteriormente na construção de um protocolo piloto, testado junto a quatro instituições cariocas com apoio de recursos do PROTEC, um programa de indução para desenvolvimento tecnológico da Casa de Oswaldo Cruz (COC). O OMCC resultava da convergência de oportunidades de investimento institucional em inovação de tecnologia leve e na consolidação do Museu da Vida como espaço de educação, mas também como produtor de conhecimento e articulador no cenário dos museus e centros de ciência. A predisposição à abertura institucional da COC e do MV, em particular, manifesta pelos programas de acolhimento de bolsistas em todos os níveis, pela organização de encontros nacionais e internacionais e pela busca de organizar ações em parceria com outras instituições garantiu, sem dúvida, oportunidades de aprendizagem e colaboração organizacional que ajudam a explicar o contexto interno de criação de um projeto como o OMCC.



No que toca o contexto externo, a administração pública no Brasil, no limiar do século XXI, intensificava investimentos na racionalização da gestão e na transparência e justificativa social dos investimentos públicos, traduzidos no aumento de ações avaliativas, aprimoramento de sistemas de informação e proliferação de instrumentos de monitoramento de políticas. Tal investimento propagou-se praticamente em todos os setores, dentre os quais o cultural, o educacional e o da popularização das Ciências, e passou a ser percebido como necessário e estratégico para muitas instituições.

Museus e centros culturais são instituições, espaços sociais onde ocorre algum tipo de atividade. Pode-se afirmar que enquanto espaço e prática social estas instituições não existiriam sem indivíduos e grupos para quem estes espaços fizessem sentido. Dito de outra forma, não existe museu sem público ou sem que representações sobre estes se manifestem. Visitantes escolhidos por colecionadores zelosos, crianças em visita escolar ou multidões atraídas por grandes feitos midiáticos nos finais de semana, o público desejado, ignorado, idealizado está presente, definindo de forma relacional a própria identidade e vocação institucional.

Em meio a crises de legitimidade social e à escassez de recursos econômicos, os museus adentraram, a partir dos anos 50, o campo da economia da cultura e, como consequência, enfatizaram o papel das exposições como dispositivo comunicacional, valorizando a presença e a opinião do público como indicadores de eficácia institucional. Ao mesmo tempo, o aumento da frequência e a diversidade social e cultural de seus visitantes e usuários (pois diversificam os serviços oferecidos, como oficinas, cursos, palestras, concertos, dentre tantos outros) tornaram-se argumentos de legitimidade, tanto pela lógica econômica quanto pela retórica política sobre a democratização do acesso à cultura e pelo debate sobre sua função social, alargando as possibilidades e expectativas de atuação dos museus em seus territórios.

Pessoalmente, acredito que os estudos de público, enquanto práticas sociais, acabam por inserir o visitante, o público real e potencial dos museus, no processo de organização dos serviços e experiências culturais oferecidos. Forma-se um espaço público de opinião sobre estas instituições para além das falas dos artistas e dos pesquisadores onde a expressão do não especialista ganha legitimidade.

Foi neste contexto que o Museu da Vida, em parceria com o Museu de Astronomia e Ciências Afins e com apoio da Escola Nacional de Ciências Estatísticas (ENCE), conseguiu mobilizar nove outros museus em torno de um projeto de longa duração: o grupo de trabalho que, durante o ano de 2004, reuniu-se mensalmente para elaborar o protocolo de pesquisa Perfil-Opinião (PO). Participaram naquele momento, além do MV e do MAST, o Museu Nacional, o Planetário Museu do Universo, o Museu Aeroespacial, o Museu de Arte Contemporânea de Niterói, o Museu do Índio, o Museu Casa de Rui Barbosa, o Museu do Primeiro Reinado e o Museu Antônio Parreiras. Todos estes museus comprometeram o tempo de seus profissionais, cederam espaço para as reuniões, colaboraram com o papel para a impressão dos

questionários, imbuídos em responder à mais urgente das perguntas compartilhadas: quem visitava e quem não visitava os museus? O que motivava a realização de visitas? Como visitam? O que esperavam? Como avaliavam a visita?

Após a aplicação da pesquisa 2005, criou-se um verdadeiro circuito de discussão, produção de dados, reflexão sobre as práticas diante de novas informações e análises comparativas que traziam como possibilidade desnaturalizar as expectativas sobre quem visitava e sobre os modos de apropriação daqueles museus. Surgia uma dinâmica de produção e circulação de discurso sobre os visitantes, envolvendo diretamente pesquisadores, mas, principalmente, o corpo profissional de cada instituição.

Talvez seja esta a característica mais original do OMCC: ser mais do que um protocolo de pesquisa. Trata da formação de uma rede colaborativa, envolvendo, por adesão, profissionais e gestores, especialistas ou não dos estudos de público, que juntos buscam construir e ampliar a interlocução com os diferentes públicos e não públicos dos museus, de modo a acompanhar e refletir sobre como as instituições museais, e os campos simbólicos nos quais operam, se relacionam com os diferentes segmentos sociais e são por eles apropriados.

O âmago deste esforço é transpor a produção da esfera discursiva para a transformação de práticas, com desdobramentos na organização, planejamento e gestão das instituições.

Neste sentido, quando concluída a pesquisa 2009, diante de novas possibilidades institucionais e políticas para o desenvolvimento do OMCC cheguei a desenhar três cenários possíveis (Köptcke, 2010): o primeiro previa uma continuidade com base setorial, a partir da assimilação do OMCC como programa de pesquisa da Fiocruz, em parceria com o MAST, ENCE e outros museus, com ênfase na reflexão sobre a relação destes museus com a sociedade, obedecendo às suas agendas e necessidades particulares; o segundo, previa a setorialização pela assimilação do OMCC ao corpo da administração pública dos museus, com ênfase nas pautas e agendas da gestão pública das instituições; finalmente, uma terceira via, imaginou o fortalecimento de um programa interinstitucional articulando antigos e novos parceiros da academia, da gestão pública e profissionais e instituições a partir de uma colaboração intersetorial.

Enquanto o primeiro cenário se caracterizava por uma articulação horizontal por adesão, os demais poderiam sugerir um formato verticalizado, atuando sistemicamente do nível federal até o local e vice-versa.

Passados cinco anos, observamos com a criação do Observatório de Museus e Centros de Ciência e Tecnologia a continuidade da proposta pela assimilação setorial (museus de ciência e tecnologia), relacionada à agenda de pesquisa e gestão das instituições partícipes, de forma horizontalizada,



retomando a mobilização institucional voltada para a construção discursiva em torno dos públicos e suas formas de apropriação dos museus, da ciência e da tecnologia.

Lembro, ainda, que o protocolo perfil-opinião foi pensado como o primeiro de uma série de pesquisas quantitativas, qualitativas e pesquisa-ação a serem desenvolvidas, não se confundindo com a proposta do Observatório em si. Iniciamos com uma pesquisa sobre visitantes espontâneos por serem aqueles sobre os quais os museus reuniam menos informações, naquela época, mas os públicos escolares, associativos, os profissionais dos museus, os seus mediadores, os públicos familiares, os jovens, os idosos, os não públicos, os usuários dos museus virtuais, constituem exemplos da inesgotável agenda futura do OMCC&T.

10

Finalmente, gostaria de concluir este texto retomando a alegria com o OMCC&T, reflexo de transformações organizacionais duradouras, mas sobretudo, do empenho de uma rede de profissionais competentes e entusiastas, dentre os quais, gostaria de citar nominalmente as incansáveis Sonia Mano, representando o Núcleo de Estudos de Público do Museu da Vida e Sibeles Cazelli, do MAST, parceira de primeira hora do OMCC. Estes profissionais seguem, assim, propagando uma cultura compartilhada de escuta qualificada e inclusão dos públicos, não públicos e diferentes atores na reflexão sobre a pertinência social da missão e vocação de cada instituição museal. Colaboram, igualmente, com a imprescindível análise sobre os sentidos- e implicações- da ciência e da tecnologia para distintos segmentos da sociedade brasileira.

Vida longa para o OMCC&T!

Brasília, dezembro de 2015.

Luciana Sepúlveda Köptcke

Referências

KÖPTCKE, L.S.; CAZELLI, S. e LIMA, J.M. *Museus e seus visitantes: relatório de pesquisa perfil-opinião 2005*. Brasília: Gráfica e Editora Brasil, 2009.

KÖPTCKE, L.S. (Coord.). *Pesquisa Perfil-Opinião 2009: museus do Rio de Janeiro 2009*. Brasília: Fundação Oswaldo Cruz; MAST/ENCE, 2012.

KÖPTCKE, L.S.; “Sobre museus, públicos e dinâmicas sociais: o caso do Observatório de Museus e Centros Culturais”, in Magalhães, A., M., Bezerra, R., Z., Benchetrit, S., F., (org.) *Museus e Comunicação Exposições como objeto de estudo*, Rio de Janeiro: Museu Histórico Nacional, 2010, pp. 69- 86.

Introdução

“Atualmente, está cada vez mais aceita e estabelecida a dimensão cultural da ciência, assim como a importante contribuição e a influência do desenvolvimento científico e tecnológico sobre a cultura, especialmente nas sociedades ocidentais. Portanto, não se pode falar sobre inclusão social se o indivíduo não tiver domínio sobre a cultura na qual se encontra inserido e que influencia os mais variados aspectos de sua vida cotidiana. Neste sentido, os museus e centros de ciência têm um importante papel a desempenhar como agentes educativos que possibilitem uma ampliação da cultura científica do cidadão. O desafio maior [...] é atrair, cativar e manter o público, transformando o interesse eventual numa relação duradoura com os museus e centros de ciência”.

Paulo Gadelha, 2009¹

Este desafio, registrado pelo principal idealizador do Museu da Vida, expressa o esforço de aperfeiçoamento constante na exibição e mediação das atividades desenvolvidas em museus e centros de ciência. Expressa também a valorização de estudos que objetivam conhecer os públicos que frequentam estas instituições na procura de melhores meios e modos de comunicar a ciência para a sociedade. Afinal, quem são nossos visitantes? Quais suas expectativas? O que esperam encontrar? O que os agrada ou desagrade? Que mecanismos podem facilitar (ou dificultar) a procura por este tipo de lazer cultural?

A produção de informações sobre as formas de apropriação dos museus pela sociedade é um requisito essencial para a avaliação e subsequente reflexão sobre o processo de atuação e planejamento de ações em instituições comprometidas com a divulgação da ciência e tecnologia e com a criação de interesse e de uma cultura de apropriação deste conhecimento pelo público.

Os dados apresentados neste trabalho mostram os resultados da terceira pesquisa sobre o perfil e a opinião do visitante de museus de ciência da cidade do Rio de Janeiro. Esta pesquisa, originária do Observatório de Museus e Centros Culturais (OMCC), dissolvido em 2012, reuniu em uma nova frente de ação cinco das instituições participantes do projeto original: a Fundação Planetário do Rio de Janeiro (Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro), o Museu Aeroespacial (Ministério da Defesa/ Força Aérea Brasileira), o Museu da Vida (Ministério da Saúde/Fundação Oswaldo Cruz), o Museu de Astronomia e Ciências Afins (Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação /MCTI) e o Museu Nacional (Ministério da Educação /UFRJ). Este grupo, que tem a ciência como tema de ligação, decidiu propor a criação do Observatório de Museus e Centros de Ciência e Tecnologia (OMCC&T), organizando uma rede de produção, reunião, compartilhamento de pesquisas e de conhecimentos sobre a divulgação da ciência na sociedade. Com esta estratégia, os museus participantes estão dando prosseguimento ao estudo

¹ GADELHA, P.E. Museu: lugar de público. Org. Marandino, Almeida e Valente. Rio de Janeiro: Editora Fiocruz, 2009

longitudinal sobre o perfil demográfico, social, cultural e econômico e sobre os hábitos, antecedentes e opiniões de seus visitantes.

A pesquisa OMCC&T caracteriza-se como uma pesquisa quantitativa, realizada a partir de enquete com os visitantes, realizada por meio de um questionário com questões fechadas, preenchido pelo próprio visitante.

Estudos de público e avaliação em museus justificam-se pela procura de um aprimoramento constante dos serviços oferecidos à população, o que pressupõe o conhecimento de interesses e demandas sociais como fonte de informação para o planejamento e atuação e, também, como meio de auxiliar no desenvolvimento de políticas públicas para o desenvolvimento de uma cultura científica no Brasil.

Objetivo

O objetivo desta pesquisa é levantar a opinião dos visitantes maiores de 15 anos, frequentadores dos museus participantes da rede OMCC&T, visando obter informações que permitam o

acompanhamento longitudinal do perfil e da opinião do público de museus e centros de ciência da cidade do Rio de Janeiro.

Aspectos metodológicos

Em 2013, realizamos a terceira pesquisa da série, mantendo a periodicidade de quatro anos, seguindo o protocolo estabelecido pelo Observatório de Museus e Centros Culturais (OMCC). Deste modo, prosseguimos com a pesquisa, embora agora direcionada a espaços de ciência, garantindo a comparabilidade dos resultados das instituições de ciência participantes com as etapas anteriores, realizadas em 2005 e 2009. Dando continuidade ao estudo, possibilitamos o compartilhamento de informações, facilitando o processo de produção de conhecimentos sobre este público específico – o visitante de museus de ciência da cidade do Rio de Janeiro.

A pesquisa caracteriza-se como um *survey*, realizado com visitantes não agendados, maiores de 15 anos, que responderam espontaneamente um questionário autoaplicado, com 31 questões objetivas. As perguntas versaram sobre os

antecedentes e circunstâncias da visita, a opinião, os hábitos culturais e o perfil do respondente. A pesquisa seguiu o protocolo adaptado por Luciana Sepúlveda, baseado no do *Observatoire Permanent des Publics*, desenvolvido por Lucien Mironer², e utilizado nas pesquisas anteriores, do OMCC. O questionário sofreu poucas adaptações em relação ao original, o que permitiu estabelecer padrões passíveis de generalização sincrônica e diacrônica³, garantindo a futura comparabilidade dos resultados nos três levantamentos realizados.

A seleção dos informantes foi realizada pelo método de amostragem probabilística, com seleção sistemática, intervalo de amostragem de cinco em cinco visitantes e ponto aleatório de partida, assim definida de modo a permitir estimação de médias e variâncias populacionais com pequena margem de erro, mesmo nas tabulações cruzadas. A coordenação da pesquisa dimensionou a amostra de acordo com o

²MIRONER, L. Cent Musées à la reconte du public. Paris: Observatoire Permanent des Publics, 2003.

³Tipo de análise que busca a definição dos grandes conjuntos socioculturais, bem como uma visão global das relações

possíveis entre o público e os ambientes em que estes se inserem. A análise sincrônica considera vários elementos de estudos em um mesmo momento; a análise diacrônica observa um determinado elemento de estudo em mais de um período de tempo.

número médio mensal de visitantes de cada museu. Em alguns casos, a avaliação posterior dos procedimentos mostrou uma diminuição da visitação esperada, implicando na revisão do procedimento,

que – nestes casos – passou a ser distribuído a todos os visitantes. A amostra da pesquisa nos cinco museus foi de 1.809 visitantes, distribuída conforme a instituição, como apresentado na Tabela 1, a seguir.

| Museus participantes e respectivas amostras | |
|---|--------------|
| Museus | Total |
| Fundação Planetário | 214 |
| Museu Aeroespacial | 176 |
| Museu da Vida | 391 |
| Museu de Astronomia | 623 |
| Museu Nacional | 405 |
| Total | 1.809 |

O primeiro bloco de perguntas aborda questões relativas à frequência do visitante a este tipo de instituição, o intervalo de visitas anteriores, as fontes de informação a respeito do museu, os motivos declarados, o contexto social e o tempo de duração da visita.

O bloco seguinte pondera a opinião dos visitantes sobre os serviços oferecidos no museu visitado (sinalização, conforto, acolhimento, conservação, limpeza, segurança, iluminação, acesso, informação e horários), detalhando a satisfação do público em relação à sua infraestrutura, bem como a intenção de retorno nos próximos 12 meses e seus objetivos, em caso de retorno.

O terceiro bloco do questionário levanta os hábitos de visitas a museus e centros culturais, destacando a frequência de visitas a este tipo de instituições nos últimos 12 meses, os dias de sua preferência e os fatores que dificultam a visita.

O último bloco traça o perfil socioeconômico e cultural dos visitantes que participaram da pesquisa

(sexo, idade, estado civil, escolaridade, cor/raça, exercício de atividade remunerada, situação de ocupação, renda domiciliar mensal e local de residência).

O critério definido para diferenciar os questionários válidos daqueles considerados inválidos foi o preenchimento completo de cinco questões do Bloco 4 - *Conhecendo Você*: “Sexo”; “Idade”; “Escolaridade”; “Você exerce alguma atividade remunerada?” e “Onde você mora?”.

Os valores definidos para compor as faixas de renda foram baseados na quantidade de salários mínimos recebidos em 2013, que era equivalente a R\$678,00. A faixa considerada “Baixa Renda” correspondeu ao grupo que declarou receber entre um e três salários mínimos; o grupo de “Média Renda” entre quatro e dez salários mínimos e o de “Alta Renda”, acima de 10 salários mínimos.

A aplicação dos questionários foi realizada em 2013, variando o período conforme as condições e possibilidades de cada museu. Os períodos

específicos e o quantitativo esperado de questionários validados estão apresentados na descrição dos procedimentos, nas páginas de resultados individuais.

As respostas das questões do questionário (modelo no anexo 1) foram tabulados pelo software Excel nos próprios museus, e processados por meio do software *IBM SPSS Statistics* e analisados em conjunto. As estatísticas apresentam os números absolutos das respostas e seus percentuais.

Os resultados obtidos foram organizados de acordo com cada bloco do questionário e suas análises apresentadas individualmente, por instituição. Os perfis traçados e os pontos centrais de interesse são comparados no final deste trabalho.

A tabulação de todos os dados obtidos na pesquisa OMCC&T 2013 estão apresentados nas tabelas inseridas no final da publicação.





A FUNDAÇÃO PLANETÁRIO DO RIO DE JANEIRO

A Fundação Planetário da Cidade do Rio de Janeiro é um órgão vinculado à Secretaria Municipal de Cultura da Prefeitura do Rio de Janeiro e desde a sua inauguração, em 19 de novembro de 1970, desenvolve projetos e pesquisas de educação e divulgação científica e tecnológica na área de astronomia e ciências.

A instituição possui variadas e extensas atividades dirigidas a todas as faixas etárias. Tem o público escolar como sua principal audiência e nos finais de semana, feriados e férias as atividades são oferecidas ao público de visitação espontânea. A programação hoje está dividida em suas duas unidades, nos bairros da Gávea e Santa Cruz, com suas três cúpulas de planetário, o Museu do Universo e várias exposições.



Descrição dos dados

A aplicação do questionário da pesquisa OMCC&T na Fundação Planetário do Rio de Janeiro foi realizada em 2013, do dia 17 de julho a 08 de setembro. Foi estabelecido que a amostra da pesquisa seria dimensionada em, no mínimo, 200 questionários válidos, de forma a melhor se ajustar com o tempo de finalização do trabalho de conclusão do curso (TCC) em Especialização em Divulgação da Ciência, da Tecnologia e da Saúde pela Fiocruz. Foram distribuídos aleatoriamente 262 questionários, na qual, 214 foram considerados válidos, 20 eram do pré-teste e 28 inválidos.

Perfil sócio demográfico

Neste terceiro levantamento de dados, a Fundação Planetário permanece com um público predominantemente feminino (60%), que vem aumentando em relação aos estudos anteriores, em 2005 eram 52% e em 2009 eram 56%.

A faixa etária mais frequente entre os que responderam o questionário foi entre 30 e 39 anos, correspondendo a 30%, seguido dos visitantes entre 40 e 59 anos (29%). Em 2009 este levantamento foi de 34% e 30% respectivamente. Os dados indicam que o museu atrai um público maior de adultos e adultos maduros.

Declararam-se casado ou em união estável 62% dos entrevistados e solteiros 27%. Comparando com os números de 2005, onde 53% responderam este item, e 2009, 54%, houve um aumento no percentual dos casados ou em união estável.

Ampliando o limite da faixa etária para 15 a 29 anos, constata-se que eles são 24% dos entrevistados. Comparando com os dados das pesquisas de 2005 e 2009, onde 29% e 33% pertenciam a esta faixa, respectivamente, observa-se uma redução do número de jovens que visitam o Planetário.



Quando à escolaridade, não houve grandes alterações em relação às pesquisas de 2005 e 2009. Continua observando-se o expressivo percentual de visitantes que possuem o ensino superior incompleto, completo e pós-graduação, são 85% dos respondentes. Esses valores caracterizam o público do Planetário com um alto índice de escolaridade.

Analisando os resultados para o quesito cor/raça, 73% dos entrevistados se declararam brancos, 20% pardos e 6% pretos. Houve um aumento nos percentuais de pessoas que se declararam brancas em relação a 2009 (62%).

Antecedentes, notoriedade e contexto social da visita

Um pouco mais da metade dos visitantes, 58%, respondeu que era a primeira vez no Planetário; nos anos anteriores estes números foram de 50% (2005) e 62% (2009). Observa-se que não é tão grande a porcentagem de visitantes novos à instituição.

Dos 42% que responderam estar voltando ao Planetário, 27% já havia visitado uma vez, 58% de duas a cinco vezes e 15% mais de cinco vezes. A última visita ao museu foi há seis meses ou menos para 14% dos entrevistados, 9% entre seis meses a um ano, 20% entre um e dois anos, 15% entre dois e cinco anos e 42% há mais de cinco anos.

A maioria dos visitantes, 76%, já conhecia o Planetário há mais de cinco anos, confirmando que é antiga a notoriedade do museu. Foram 10% entre um e cinco anos, 9% há menos de um ano e 4% conheceram o museu naquele dia.

A recomendação de professores (42%), amigos (40%) ou familiares (24%) ainda é a principal fonte de

Dos entrevistados, 75% exerce alguma atividade remunerada. Deste grupo, 47% são empregados do setor público, 20% do setor privado. Dos 25% sem nenhuma atividade remunerada, 55% são estudantes, 21% são aposentados ou pensionistas, 18% cuidam dos afazeres domésticos e 5% estão desempregados ou procurando trabalho na época da pesquisa. As faixas de rendas são elevadas; constatou-se que 49% dos visitantes possuem renda domiciliar alta (aproximadamente acima de 10 salários mínimos), 41% têm uma renda média (aproximadamente de 4 a 10 salários mínimos) e 10% são considerados de baixa renda (aproximadamente de 1 a 3 salários mínimos).

informação a respeito do Planetário. A opção pela internet obteve 26%. Outros 24% tomaram conhecimento passando em frente a ele. Os meios menos eficazes foram por rádio (3%), visitando outros Planetários (3%) e panfletos (2%).

Entre os motivos declarados para a visita, 64% foram para conhecer o Planetário, 63% para se divertir, 56% trazer os filhos, 56% conhecer coisas novas. Outras motivações apontadas foram 50% assistir a algum espetáculo, 46% pelo interesse pelos assuntos das exposições, 35% acompanhar amigos, 34% acompanhar familiares, 23% rever ou complementar visita anterior, 16% participar de atividades específicas, 12% pesquisar ou estudar algum tema e 8% entrada gratuita.

Quase a totalidade (98%) visitava o Planetário com mais alguma pessoa. Deste grupo, 27% estavam em um grupo com mais de cinco pessoas, 24% com duas

peçoas, 17% com uma, 16% com três peçoas e 15% com quatro.

Os acompanhantes mais citados foram filhos (57%), cônjuge ou companheiro(a) (42%) e com outros membros da família (36%). Do grupo de visitantes/

acompanhantes menores de 15 anos, 42% possuem de 0 a 6 anos de idade, 42% de 7 a 10 anos e 22% de 11 a 14 anos. As visitas mais longas são predominantes, 48% declararam que a duração foi entre 1 a 2 horas e 29% por mais de 2 horas.

Hábitos, preferências e dificuldades para visitar museus

Quanto ao hábito de visitar museus, 54% dos respondentes afirmaram ter visitado outros museus nos últimos 12 meses. Destes, 48% o fez mais de três vezes, 39% entre duas e três e 14% dos respondentes haviam visitado museus ou centros culturais ao menos uma vez no período de um ano.

Entre os fatores que dificultam a visita, 67% das respostas apontam que a falta de divulgação pode ser um problema. Dificuldade de estacionamento marcou 37%, o preço do ingresso, 36% e 32% outros custos de uma visita.

Opinião

O grau de satisfação continua alto. Declaram-se satisfeitos com a visita 59%, e muito satisfeito 33%. Os que pretendiam fazer uma nova visita eram 25% e os que provavelmente voltariam, 41%. Os motivos apresentados pelos visitantes para retornar foram assistir um espetáculo (70%), mostrar o Planetário

para amigos e familiares (70%), visitar uma nova exposição (69%), complementar ou aprofundar uma visita (58%), rever o que mais interessou (57%), compartilhar a experiência com os filhos (53%) e 28% das respostas indicavam o desejo de estudar ou aprofundar um tema.





O MUSEU AEROESPACIAL – MUSAL

A ideia de um Museu Aeronáutico data de 1943, quando o então Ministro, Dr. Salgado Filho, determinou sua organização, sendo o trabalho inicial e posteriores tentativas, interrompidos por falta de local disponível.

O Núcleo do Museu Aeroespacial foi criado em 31 de julho de 1973, através do Decreto nº 72.553. Em janeiro de 1974, iniciam-se os trabalhos de restauração do prédio e hangares (antiga "Divisão de Instrução de Vôo" da Escola de Aeronáutica), simultaneamente à coleta de acervo, restauração de aviões, motores, armas e outras peças de valor histórico.

O Museu Aeroespacial foi inaugurado em 18 de outubro de 1976. A importância dessa criação deve-se à necessidade de preservação e divulgação do material aeronáutico e documentos históricos para as futuras gerações. Situado no Campo dos Afonsos, "Berço da Aviação Militar", atualmente o Museu Aeroespacial integra o Campus da Universidade da Força Aérea – UNIFA e está subordinado administrativamente ao Instituto Histórico-Cultural da Aeronáutica - INCAER, desde 1986.



Agência Força Aérea/©Sgt Johnson

Descrição dos dados

A aplicação dos questionários da pesquisa OMCC&T no Museu Aeroespacial – MUSAL foi iniciada em novembro de 2013 e tinha como meta uma amostra de 176 questionários válidos. O tamanho da amostra foi definido de modo a permitir estimar médias e variâncias populacionais com pequena margem de erro, mesmo nas tabulações cruzadas. Todos os visitantes espontâneos foram abordados durante os dias em que o MUSAL esteve aberto ao público (terça a domingo). A pesquisa se estendeu até o início de fevereiro. Foram respondidos 250 questionários e, destes, 176 foram considerados válidos de acordo com o protocolo.

Perfil sócio demográfico

A pesquisa registrou no Museu Aeroespacial uma frequência de visitantes do sexo masculino de 61% contra 39% do sexo feminino. Quanto à faixa etária, o grupo de maior representatividade é o de adultos entre 30 e 39 anos, com 35% dos respondentes; 24% possuíam entre 40 e 49 anos; 7% entre 25 e 29 anos; 7% entre 20 e 24 anos. Um pouco mais de 8% eram jovens de 15 a 19 anos e outros 7% de idosos com mais de 60 anos.

Aproximadamente um em cada três visitantes é solteiro e outros 63% são casados ou em união estável. Quanto ao nível educacional, cerca de 25% possuem ensino superior completo, e, dentro desse grupo, são 23% aqueles com pós-graduação. Outros 19% possuem ensino superior incompleto, somando

44% de visitantes em algum estágio do ensino superior.

Os visitantes que se declararam brancos representaram 59%, enquanto 34% se disseram pardos e 4% negros. Um em cada quatro (80%) realiza alguma atividade remunerada. Destes, 40% estão no setor privado e 28% no serviço público. Dos 20% que não realizam atividades remuneradas, 37% são estudantes, 20% cuidam de afazeres domésticos, 12% são desempregados e 24% são aposentados ou pensionistas. As faixas de renda dos visitantes variam de um a três salários mínimos (baixa renda), 26%, de quatro a 10 salários mínimos (renda média), 41%, e acima de 10 salários mínimos (alta renda) para 33% dos correspondentes.



Antecedentes, notoriedade e contexto social da visita

Houve equilíbrio entre os visitantes do museu no período da pesquisa: 58% estavam ali pela primeira vez. Dos que já haviam realizado uma visita previamente, 24% visitaram uma vez, 21% duas; 13% três e 37% quatro vezes ou mais.

22

Quase a metade dos visitantes retornam ao museu, e os dados sobre intervalo de tempo entre visitas mostram a maioria de visitantes frequentes, pois 15% visitaram o museu pela última vez há entre 1 e 2 anos, 15% entre 6 meses e um ano e 24% há menos de seis meses. Para 32% a última visita foi há mais de 5 anos e para 13%, entre 2 e 5 anos.

A notoriedade do museu é antiga: 64% já sabiam de sua existência há mais de cinco anos. O meio mais eficiente para conhecer o museu é pelo boca a boca, com cerca de 38% dos visitantes que declararam conhecer o museu desta forma. Este grupo se divide em recomendações de amigos (20%), professores (3%) e familiares (15%). Já 12% souberam do museu passando em frente e 5% pela televisão. Outros meios informados foram, respectivamente: panfleto, 2%, jornais e revistas 7%. Os meios menos efetivos são o rádio (1%), os guias turísticos (0%) e cartazes (0%), que não tiveram uma participação efetiva.

Hábitos e dificuldades para visitar museus

A maioria dos respondentes (56%) declarou não ter o hábito de visitar museus, enquanto outros 44% haviam visitado museus ou centros culturais nos últimos 12 meses. Do grupo que visita museus habitualmente, 38% visitaram um museu; 32%

Os motivos para visita apontados são diversos. Os principais são para conhecer o museu (20%), pesquisar ou estudar algum tema (4%), interesse pelas exposições (10%), rever ou completar a visita anterior (8%), participar de atividades específicas (2%). Já (4%) vem ao museu para assistir algum espetáculo. Trazer os filhos ao museu (10%) e (11%) acompanhar amigos e outras pessoas na visita são outras opções apresentadas.

A visita é uma experiência compartilhada, segundo apontam os dados. Noventa e três por cento dos respondentes visitam o museu acompanhado. Deste total, 22% estavam com mais de uma pessoa, 19% com duas, 19% com três, e 24% com cinco ou mais. De acordo com a conformação do grupo com que realizou a visita 98% com familiares e/ ou amigos e 2% outros grupos organizados. Acompanhantes menores de quinze anos estão divididos nas seguintes faixas: 39% entre 0 a 6 anos; 33% entre 7 e 10 anos e 28% de 11 a 14 anos de idade. Para 27% a visita durou mais de duas horas; 46% entre uma e duas horas; 24% entre meia hora e uma hora e 3% menos de meia hora.

realizaram duas ou três visitas a museus e 30% mais de três visitas no período de um ano. Os principais fatores que dificultam as visitas, segundo os respondentes são a falta de divulgação (26%), a violência urbana (13%), a dificuldade de transporte

de acesso (16%), a dificuldade em estacionamento (11%) e os dias e horários de funcionamento (9%). O

Opinião

A maioria dos respondentes (58%) se declarou muito satisfeito com a visita. Outros 40% se declararam satisfeitos. Esta avaliação positiva se reflete nas impressões recebidas pela infraestrutura do museu, que recebeu nota “ótimo” da maioria dos visitantes em todos os quesitos. Com esses resultados, 49%

custo do ingresso também foi lembrado por 14% dos respondentes.

certamente voltariam ao museu e 41% disseram que provavelmente voltariam. As principais razões apontadas para retornar em uma nova visita foram “para mostrar amigos e familiares” (23%), “rever algo interessante” (16%) e “visitar uma nova exposição” (13%).





O MUSEU DA VIDA

Situado no campus da Fundação Oswaldo Cruz - Fiocruz, na zona norte da cidade do Rio de Janeiro, o Museu da Vida foi inaugurado em 1999 e, desde então, vem atendendo em especial a população da região em seu entorno próximo e médio e a da baixada fluminense, em visitas agendadas durante a semana e livres aos sábados, feriados e período de férias escolares.

Por ser vinculado à Fiocruz, assume características únicas, refletindo a cultura, a missão e o compromisso social da instituição. Seus temas centrais são a vida, enquanto objeto do conhecimento, a saúde como qualidade de vida e a intervenção do homem sobre a vida.



Descrição dos dados

A amostra mínima definida para a pesquisa OMCC&T no Museu da Vida foi de 343 questionários válidos. Foram distribuídos aleatoriamente 524 questionários aos visitantes presentes nos sábados, no período entre 28 de setembro e 14 de dezembro de 2013. Dos 419 questionários preenchidos, 391 foram considerados válidos, de acordo com o protocolo da pesquisa.

Perfil sócio demográfico

Neste terceiro levantamento de dados, o Museu da Vida permanece com um público característico, diferenciado em relação aos demais museus de ciência participantes da pesquisa OMCC&T. É frequentado, majoritariamente, por mulheres (71%).

Diferente das respostas obtidas em 2009, onde havia uma equivalência entre o percentual de visitantes casados e de solteiros, em 2013 houve um maior número de participantes nesta última categoria (54%) e apenas 32% se declararam casados ou em união estável.

Segundo os participantes, os principais fatores que dificultam a visita a museus são a falta de divulgação (24%), a dificuldade de transporte e ou de acesso

(15%) e os custos em geral (15%). A violência urbana foi mencionada por 13% dos participantes.

Houve também alteração em relação à escolaridade declarada, diminuindo a participação de um público mais escolarizado, como o pós-graduado (23% em 2009 e 11% em 2013). Os percentuais mais frequentes na pesquisa de 2013 mostram participantes nos segmentos: Ensino Médio incompleto (18%) e completo (10%), Superior incompleto (29%) e Superior completo (15%). Observamos, assim, um maior equilíbrio entre as faixas de escolaridade, lembrando que a pesquisa é realizada apenas com maiores de 15 anos.

Os visitantes declararam exercer atividades remuneradas em 58% das respostas e, entre os 165

que informaram não exercer, 68% estudavam, 16% declararam-se desempregados, 8% aposentados e 7% cuidavam do lar.

Quanto à renda declarada, 52% dos visitantes do Museu da Vida apresenta rendimentos entre um e três salários mínimos (baixa renda), 37% entre quatro

Antecedentes, notoriedade e contexto social da visita

26

Quatorze anos de atendimento ao público e o Museu da Vida permanece majoritariamente sendo visitado por visitantes novos (81%). Setenta e um (18%) dos 391 participantes da pesquisa declararam estar retornando ao Museu. Deste grupo de visitantes, 48% declarou ter visitado o Museu uma vez, 21% duas vezes, 8% vieram anteriormente em três ocasiões e 15% em quatro ou mais vezes. Em 40% destes casos a última visita ocorreu a menos de um ano; 18% entre um e dois anos e 42% com mais de dois anos de intervalo.

Embora com mais visitantes novos (81%), como dito anteriormente, o conhecimento sobre o Museu é antigo: mais de dois anos para 48% dos visitantes. Treze por cento tinham conhecimento sobre o Museu a mais de um ano e 17% entre uma semana e um mês.

Apenas 23% informaram conhecer o Museu menos de uma semana antes da visita, sendo que, destes, 15% souberam da sua existência no mesmo dia.

Os professores foram os maiores divulgadores do Museu da Vida, presentes em 28% das respostas. A recomendação de amigos foi descrita em 13% das respostas. Estas informações confirmam dados das pesquisas anteriores, sobre a importância da divulgação pessoal. A sinalização de rua representou 19% das referências e meios tradicionais de

e 10 salários mínimos (renda média), e 11% renda acima de 10 salários mínimos (alta renda).

Quarenta e três por cento dos respondentes declararam-se brancos, 38% pardos e 15% negros, aumentando em dez pontos percentuais o número de pessoas pardas e diminuindo este mesmo fator no número declarado de brancos na pesquisa anterior.

divulgação como o rádio, panfletos e cartazes foram pouco citados, com exceção da televisão (9%) e da Internet (5%).

Conhecer o Museu da Vida foi a principal motivação citada no estudo (18%), seguido do interesse por alguma exposição (13%) e por alargar interesses e divertir-se (ambos motivos com 11% de respostas). Outras questões apontadas foram: acompanhar amigos ou outras pessoas (9%), participar de atividades específicas (8%), entrada gratuita (7%), pesquisar ou estudar algum tema (6%), assistir a algum espetáculo (5%), trazer os filhos (5%) e rever ou complementar visita anterior (3%).

Os visitantes declararam estar acompanhados em 98% das vezes, sendo que na maioria das respostas (71%) estavam em grupos com mais de cinco pessoas. Estes grupos eram compostos por familiares ou amigos (57%) e grupos organizados (43%).

Dos 391 respondentes da pesquisa, 191 (49%) declararam estar realizando a visita em companhia de crianças. Destes respondentes, 21% estavam com menores de 6 anos, 34% com crianças com idades entre 7 a 10 anos e 45% entre 11 e 14 anos. Setenta e três por cento das visitas tiveram mais de uma hora de duração.

Hábitos, preferências e dificuldades para visitar museus

Quarenta e cinco por cento dos entrevistados responderam ter visitado outros museus de ciências no ano anterior, sendo que, destes, 25% frequentaram estes espaços uma vez, 40% duas ou três vezes e 35% se declararam ainda mais assíduos.

Sobre os fatores que dificultaram visitas a museus, a falta de divulgação permanece a opção mais citada

(24%), seguida da dificuldade de transporte/acesso (15%), custos em geral (15%), dias e horários de funcionamento (11%) e custo do ingresso (11%). A violência urbana foi mencionada por 13% dos participantes, diminuindo consideravelmente em relação à pesquisa de 2009, quando foi apresentada por 41% da amostra como uma dificuldade para a visitação.

27

Opinião

A avaliação do Museu da Vida continua positiva. Cinquenta e cinco por cento de seus visitantes declaram-se muito satisfeitos com a visita e 42% satisfeitos. Quanto à intenção de retornar, a grande maioria respondeu positivamente, sendo 42% afirmando que “certamente” e 48% “provavelmente” fariam nova visita. Os motivos apresentados para isso foram: mostrar o Museu para familiares e amigos

(17%), rever o que mais interessou (16%), complementar ou aprofundar a visita (16%), visitar nova exposição (16%), assistir a um espetáculo (14%) ou estudar ou aprofundar um tema (11%). Oito por cento das respostas indicavam o desejo de compartilhar a experiência com filhos. Nove por cento dos visitantes declararam que provavelmente não voltariam a visitar o Museu.





MUSEU DE
ASTRONOMIA
E CIÊNCIAS AFINS

30
ANOS

28



O MUSEU DE ASTRONOMIA E CIÊNCIAS AFINS

O MUSEU DE ASTRONOMIA E CIÊNCIAS AFINS é uma unidade de pesquisa do Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação - MCTI, criada na cidade do Rio de Janeiro no dia 8 de março de 1985. Tem como missão ampliar o acesso da sociedade ao conhecimento científico e tecnológico por meio da pesquisa, preservação de acervos, divulgação e história da ciência e da tecnologia no Brasil. Os pesquisadores e tecnólogos do MAST realizam estudos nas áreas da Educação em Ciências em Espaços não Formais, Museologia e Patrimônio da Ciência e Tecnologia e História da Ciência e da Tecnologia no Brasil. Há também pesquisas aplicadas nas áreas da divulgação da ciência, preservação e restauração de objetos metálicos e papel, turismo e tecnologia da informação.



Descrição dos dados

A aplicação dos questionários da pesquisa OMCC&T no Museu de Astronomia e Ciências Afins – MAST foi iniciada em fevereiro de 2013 e tinha como meta uma amostra de 600 questionários válidos. O tamanho da amostra foi definido de modo a permitir estimação de médias e variâncias populacionais com pequena margem de erro mesmo nas tabulações cruzadas. Todos os visitantes espontâneos foram abordados durante os dias em que o museu esteve aberto ao público (de terça a domingo). A pesquisa se estendeu até o fim de maio. Foram respondidos 813 questionários e, destes, 623 foram considerados válidos, de acordo com o protocolo.

Perfil sócio demográfico

Neste terceiro levantamento de dados, o MAST, permanece praticamente com o mesmo percentual encontrado no estudo anterior (2009) em relação ao gênero, ou seja, 56% dos visitantes são do sexo feminino.

Os visitantes do MAST são jovens e jovens adultos de 15 a 29 anos (46%) e adultos de 30 a 49 anos (43%). Outras faixas etárias têm menor expressão, como os 7% entre 50 e 59 anos, isto é, adultos maduros e os frequentadores com mais de 60 anos que somam 4% do total. Essa distribuição etária vem se mantendo desde o levantamento de 2009, com pequenas alterações.

No que diz respeito ao estado civil declarado pelos visitantes, na rodada anterior da pesquisa Perfil-Opinião, havia uma diferença entre o percentual de casados ou em união estável e o de solteiros (aproximadamente 12 pontos percentuais), enquanto que na rodada de 2013 os percentuais são praticamente iguais: 45% são casados ou possuem união estável e 44% são solteiros.

Não houve alteração em relação à escolaridade declarada nos níveis mais altos, uma vez que 17% dos visitantes possuem pós-graduação (18% em 2009); 25% têm ensino superior completo (24% em 2009) e outros 25% ensino superior incompleto (22% em

2009). Os percentuais relativos ao ensino médio permaneceram praticamente os mesmos: 20% completaram este nível (19% em 2009), enquanto 9% não completaram (8% em 2009). Houve uma diminuição na participação de um público menos escolarizado no segmento do ensino fundamental incompleto (4% em 2009 e 1% em 2013) e fundamental completo (4% em 2009 e 2% em 2013).

30

Quando questionados sobre como se consideram em relação à cor/raça, 58% declararam-se brancos, 29% pardos e 10% negros, permanecendo os percentuais revelados próximos aos da pesquisa anterior.

Antecedentes, notoriedade e contexto social da visita

Dez anos estudando a audiência espontânea do MAST por meio da pesquisa Perfil-Opinião e o MAST permanece majoritariamente sendo visitado por visitantes novos (70%, 74% e 72%, em 2005, 2009 e 2013, respectivamente). Cento e sessenta e quatro (164/28%) dos 585 respondentes desse item declararam estar retornando ao Museu. Destes, 38% visitaram uma vez; 27% duas vezes; 14% três vezes e 21% quatro ou mais vezes. Sobre o período desde a última visita, 25% haviam visitado o museu nos últimos 6 meses; 16% entre 6 meses e um ano; 23% entre um e dois anos.

Apesar de grande parte dos visitantes serem novos (72%), o conhecimento sobre o Museu é antigo, visto que 34% dos visitantes já o conhecia há mais de 5 anos e outros 18% entre 1 e 5 anos. Aproximadamente 20% tomaram conhecimento do Museu pela primeira vez no dia em que responderam ao questionário da pesquisa Perfil-Opinião.

Setenta e dois por cento dos visitantes exercem alguma atividade remunerada, sendo 33% no setor privado e 30% no serviço público. Entre os que informaram que não exerciam (28% - 175 pessoas), 55% são estudantes, 16% estão desempregados e 13% cuidam dos afazeres domésticos. Já a renda domiciliar mensal dos respondentes está distribuída da seguinte maneira: 20% são considerados de baixa renda (aproximadamente de 1 a 3 salários mínimos); 58% têm uma renda média (aproximadamente de 4 a 10 salários mínimos) e 22% são considerados de alta renda (aproximadamente acima de 10 salários mínimos).

Os principais meios de divulgação e informação sobre o MAST são pelo boca a boca: 29% conheceram o Museu por recomendação de amigos e 27% por recomendação de professores. Cabe destacar ainda o papel da internet na divulgação da instituição, já que 21% dos visitantes ficaram sabendo a respeito do MAST por meio desse tipo de mídia, percentual bastante superior ao registrado no levantamento de 2009 onde este número não passou de dez por cento. Outros meios foram, 14% pela televisão; 13% passando em frente e 10% tomaram conhecimento pela visita a outras instituições museológicas. Os meios mais tradicionais de divulgação como panfletos/cartazes (4%) e o rádio (2%) foram muito pouco citados.

Conhecer o MAST foi a principal motivação citada no estudo (74%), seguido do interesse por conhecer coisas novas (58%), exposições (56%) e para divertir-se (54%). Outras motivações apontadas foram trazer os filhos (31%), acompanhar amigos ou familiares

(27%), participar de atividades específicas (26%), assistir a algum espetáculo (21%) e rever ou complementar a visita anterior (17%).

A grande maioria dos visitantes (93%) visitava o museu acompanhado. Destes (579 visitantes), 27% estavam com mais uma pessoa; 26% em um grupo com mais de 5 pessoas; 25% com duas; 14% com três; e 8% com quatro. Quanto aos acompanhantes desses

entrevistados, 37% eram cônjuges, 32% eram filhos, 31% amigos e 19% outros membros da família. Entre os acompanhantes menores de quinze anos, 21% têm entre 7 e 10 anos, 15% de 11 a 14 anos e 16% menos de 6 anos de idade. Em relação ao tempo de duração da visita, 62% dos visitantes permaneceram por mais de uma hora; 28% entre meia e uma hora e apenas 10% passaram menos de 30 minutos no Museu.

Hábitos, preferências e dificuldades para visitar museus

Em relação à prática de visita, 62% dos respondentes haviam visitado outros museus ou centros culturais no ano anterior (2012). Do grupo que visita museus com frequência, 27% foram a esses espaços uma vez, 35% duas ou três vezes e 38% se declararam ainda mais assíduos, ou seja, foram a museus mais de três vezes.

Quando perguntados sobre os fatores que poderiam dificultar a visita, a falta de divulgação permanece a

opção mais citada (73%), seguida da dificuldade de transporte/ acesso (40%) e a violência urbana que foi mencionada por 39% dos participantes, diminuindo em relação à pesquisa de 2009, quando foi apresentada por 53% da amostra como uma dificuldade para a visita. A dificuldade para encontrar estacionamento é mencionada por 34% e o custo do ingresso por 27%.

Opinião

A aprovação do MAST permanece. Segundo a pesquisa, o grau de satisfação é alto, pois 46% dos respondentes se declararam “muito satisfeitos” e 49% se mostraram “satisfeitos” com a visita. As opiniões do museu quanto ao retorno são divididas: 78% certamente voltarão, 18% ficaram em dúvida (não sabiam) e 4% provavelmente não voltariam ao museu em uma outra oportunidade no período de

um ano. Os motivos apontados para uma nova visita são: apresentar o museu a amigos ou familiares (79%), para ver uma nova exposição (76%), complementar ou aprofundar a visita (74%), rever algo que interessou (72%), assistir a uma apresentação ou espetáculo (69%), estudar ou aprofundar um tema específico (47%) e compartilhar a experiência com filhos (44%).





O MUSEU NACIONAL

O Museu Nacional - MN é uma instituição vinculada à Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ, voltada para a educação, pesquisa e extensão. É o primeiro museu brasileiro e a mais antiga instituição científica do país. Foi fundado em 1818 por D. João VI e possui atualmente um acervo composto por cerca de 20 milhões de itens. Abriga exposições de um dos maiores acervos de Ciências Naturais e Antropológicas da América Latina, recebendo aproximadamente 270 mil visitantes por ano.



Descrição dos dados

A aplicação dos questionários da pesquisa OMCC&T no Museu Nacional – MN/UFRJ foi iniciada em novembro de 2013 e tinha como meta uma amostra de 400 questionários válidos. De maneira aleatória foram aplicados os questionários da pesquisa durante os dias em que o museu esteve aberto ao público (de segunda a domingo). A pesquisa se estendeu até o fim de dezembro. Foram respondidos 533 questionários sendo que destes somente 405 foram considerados válidos.

Perfil sociodemográfico

Os dados dos respondentes apontam que pouco mais da metade dos visitantes do Museu Nacional-MN/UFRJ é do sexo feminino (56%), praticamente o mesmo percentual apresentado em 2009 (55,6%). A partir da idade declarada pelos participantes da pesquisa, é possível observar que seus visitantes são adultos, em sua maioria. A faixa etária mais frequente é a de 30 a 39 anos (30%), seguida pelas pessoas com idades entre 40 e 59 anos (25%). Nesse aspecto houve uma inversão, pois em 2009 visitantes com idades entre 40 e 59 anos eram maioria, com frequência de 32,9%. A frequência de visitantes de 15 a 19 anos dobrou, somando 14% em 2013, enquanto o percentual registrado para essa mesma faixa etária

em 2009 foi de 7,2%. Visitantes com idades entre 20 e 24 anos e 25 e 29 anos registram percentual de 15% cada. O Museu Nacional é pouco visitado por pessoas com 60 ou mais anos de idade (2%), aspecto também observado em 2009 (3,6%).

Em relação à variável estado civil/situação conjugal houve uma diminuição significativa na diferença entre o percentual de casados e solteiros. A diferença que era de 27,2% em 2009, passa a ser de apenas 7% em 2013, haja visto que quase a metade dos visitantes declararam ser casados (51%) e pouco menos da metade dos participantes da pesquisa informaram ser solteiros (44%), percentual que em 2009 era de 30,7%.

O nível de escolaridade dos visitantes continua sendo bastante elevado, não tendo sido registrada qualquer alteração importante em relação aos níveis mais altos. Os visitantes em sua maioria, 47%, declararam ter concluído pelo menos o ensino superior (48,5% em 2009). Dentre estes, 19% tinham concluído pós-graduação (21,5% em 2009) e 21% informaram ter ensino superior incompleto (20,8%). Os percentuais relativos ao ensino médio permaneceram praticamente os mesmos: 20% completaram o ensino médio (19,4% em 2009), enquanto 4% não completaram (5,7% em 2009). Houve um pequeno aumento na participação de um público menos escolarizado no segmento do ensino fundamental incompleto (2,1% em 2009 e 4% em 2013) e fundamental completo (3,4% em 2009 e 4% em 2013).

Ao serem questionados sobre como se consideram em relação à cor/raça, 54% dos visitantes se declararam brancos, 32% pardos e 11% negros.

Antecedentes, notoriedade e contexto social da visita

Ao longo dos últimos 10 anos pode-se observar que o Museu Nacional foi visitado, majoritariamente, por jovens e adultos que já o conhecem: 65,8% em 2005, 58,9% em 2009 e 53% em 2013. Dentre estes, 32% já o visitaram quatro ou mais vezes, revelando que há um grupo considerável de visitantes que retornam ao museu. A data da última visita ao museu parece indicar visitas em boa parte antigas, ao passo que 41% visitaram pela última vez há mais de cinco anos e, para 16%, a última vinda ao Museu Nacional data de dois a cinco anos passados e de 1 a 2 anos passados, respectivamente. Apenas 14% dos

Observou-se percentuais diferentes daqueles revelados na pesquisa anterior. Houve uma queda na frequência de pessoas que se autodeclararam brancas (62,4% em 2009) e um aumento no percentual de pardos (28% em 2009) e negros (6,8% em 2009).

No que se refere à ocupação, a maioria (75%) exerce atividade remunerada. Dentre estes, 36% trabalham no setor público e 33% no setor privado. Dentre os 25% que não trabalham, 64% são estudantes, 19% cuidam dos afazeres domésticos, 8% estão desempregados e 6% são aposentados. A classe de renda domiciliar mensal mais frequente entre os respondentes do Museu Nacional é a média (aproximadamente de 4 a 10 salários mínimos), com o percentual de 42%. Trinta e três por cento têm uma renda baixa (aproximadamente de 1 a 3 salários mínimos) e 26% são considerados de alta renda (acima de 10 salários mínimos).

informantes, declararam visita anterior nos últimos seis meses. O Museu Nacional é um museu conhecido, com notoriedade antiga. A grande maioria (73%) sabia da existência do Museu há mais de cinco anos, enquanto apenas 10% tomaram conhecimento de sua existência no dia da visita.

A fonte de divulgação mais importante foi a recomendação de terceiros, (50%), dentre os quais os informantes mais frequentes foram os familiares (19%), amigos (16%) e os professores (15%). A internet foi citada por 8% como fonte de informação sobre o Museu Nacional, 6% citaram a televisão, 15%

passando em frente e 3% tomaram conhecimento pela visita a outras instituições museológicas. Os meios mais tradicionais de divulgação como panfletos/cartazes praticamente não foram citados.

Os motivos mais comuns para a visita variaram entre conhecer o museu (17%), divertir-se (15%), alargar horizontes (14%), interesse pelos assuntos tratados nas exposições (13%) e acompanhar amigos ou outras pessoas (12%). Rever ou complementar uma visita anterior 9%, trazer filhos 8% e entrada gratuita com 6%, pesquisar ou estudar algum tema (3%), assistir espetáculo (2%) e participar de atividades específicas (1%).

A visita ao Museu Nacional é uma experiência compartilhada. A maioria absoluta dos informantes (97%) declarou estar acompanhada e quase todos informaram que familiares e/ou amigos o acompanhavam (96%). Dentre estes, 33,3% visitaram com o/a cônjuge e 27,6% com filhos/as. Quando

indagados sobre o número de pessoas que o acompanhavam naquela visita, os participantes da pesquisa declararam estar na companhia de uma pessoa (28%), configurando a maioria de visitas em duplas. Em seguida, a visita com dois acompanhantes foi a resposta de 21% dos informantes e 22% visitaram com cinco ou mais acompanhantes.

Dentre os que visitaram em companhia de pessoas com menos de 15 anos de idade, 38% declararam estar com bebês e crianças com idade entre 0 e 6 anos, 33% com crianças de 7 a 10 anos e 29% com adolescentes de 11 a 14 anos.

A média de duração das visitas é de meia a uma hora para 46% dos visitantes e de uma a duas horas para 39%. As visitas curtas, de até 30min, bem como as mais longas, com mais de 2h, são menos frequentes, com percentuais de 7% e 8%, respectivamente.

Hábitos, preferências e dificuldades para visitar museus

Pouco mais da metade dos visitantes (59%) declarou não ter ido a outros museus ou centros culturais nos 12 meses anteriores. Dos 41% que visitaram museus, 38% o fizeram uma vez e 37% de duas a três vezes.

Os fatores que mais dificultam a visita a museus, segundo os respondentes, são a falta de divulgação

(25%), a violência urbana (16%) e a dificuldade de transporte ou acesso (15%). Também foram citados aspectos como: dificuldades de estacionamento (12%), dias e horários de funcionamento (9%) e valor do ingresso (8%).

Opinião

A avaliação do Museu feita pelos visitantes foi mais positiva em 2013 em relação a 2009. Mais da metade

dos informantes (55%) disse estar satisfeita com o museu e 39% declararam estar muito satisfeitos,



percentual que em 2009 era de 28,9%. Foram 27% dos visitantes a declarar que retornariam com certeza ao Museu Nacional nos próximos doze meses e 51% provavelmente o fariam. Os motivos apontados pelos

visitantes para retornar ao museu foram mostrar o museu a amigos e familiares (18%), ver uma nova exposição e rever o que mais gostou (ambos com 16%), e completar ou aprofundar a visita (14%).



Comentários finais

Algumas semelhanças podem ser observadas no perfil dos visitantes dos cinco museus participantes da pesquisa Perfil-Opinião do Observatório de Museus e Centros de Ciências e Tecnologia, realizada em 2013. Este fato podia ser esperado uma vez que nosso visitante é o reflexo da cultura da sociedade na qual está inserido. Para melhor observar estas aproximações, realizamos e apresentamos a seguir o que pode ser considerado o perfil dos participantes da pesquisa, partindo dos perfis característicos encontrados nas pesquisas de cada um dos museus.

O público espontâneo da **Fundação Planetário** é morador da cidade do Rio de Janeiro, adulto, entre 30 e 50 anos, predominantemente feminino, que se

declara branco e faz a visita acompanhado dos familiares, sobretudo dos filhos. A maioria possui alguma atividade remunerada, com elevados níveis de renda e de escolaridade, grande parte com pós-graduação, mostrando que o acúmulo de capital cultural escolar favorece o ingresso aos museus.

A maior parte está visitando o Planetário pela primeira vez, apesar de ser costume visitar museus e centros culturais com frequência. Divertir-se é o principal motivo para a visita, seguido de conhecer novas coisas e trazer os filhos. A instituição é uma antiga conhecida de seu público, a maioria o conhece há mais de cinco anos. A recomendação de professores, amigos ou familiares ainda é a principal fonte de informação a respeito do Planetário. A



Internet, finalmente, passa a ter uma relativa importância na divulgação da instituição, refletindo todo potencial das redes sociais virtuais.

O **Museu Aeroespacial** registrou uma frequência maior do público masculino (61%), com a faixa-etária entre 30 e 49 anos (59%) e se declaram “brancos” (59%). Declaram que seu nível educacional é (ou está em curso de tornar-se) superior (44%), e que trabalham no setor privado, com renda média, de quatro a dez salários mínimos (41%) e alta (33%), com mais de dez salários.

Durante a pesquisa a grande maioria estava visitando o museu pela primeira vez (58%) e 98% dos participantes responderam estar realizando a visita acompanhado de familiares e amigos. Quase a metade dos respondentes informaram que pretendem retornar ao Museu no futuro.

A notoriedade do museu é antiga, pois 42% dos visitantes já o haviam visitado. É uma experiência compartilhada, uma vez que a maioria vem ao museu acompanhado. Cinquenta e seis por cento dos respondentes declarou ter o hábito de visitar museus, e considerou que os principais fatores que dificultam as visitas são a falta de divulgação (26%), a dificuldade de acesso e de transporte (16%), os custos (14%) e a violência (16%).

Estatisticamente, a maioria dos respondentes (58%) se declara muito satisfeito com a visita e 40% satisfeitos e pretendem voltar (49%) ou provavelmente voltarão (41%) ao Musal.

O público mais frequente do **Museu da Vida** é a mulher solteira, com idade entre 15 e 29 anos, que se

autodeclara branca e que realiza a visita em companhia de familiares, principalmente de crianças, ou comparece em companhia de grupos organizados.

A escolaridade mais declarada é a de nível universitário já cursado ou em andamento, e renda de até três salários mínimos.

Embora 45% dos participantes declarem ter o costume de frequentar museus assiduamente e 61% informam conhecer o Museu da Vida há mais de um ano, 81% estavam visitando pela primeira vez.

Os professores e os amigos são as maiores fontes de divulgação do Museu, seguidos pela sinalização de rua. A Internet é o segundo meio de divulgação de massa mais citado, abaixo apenas da televisão. Conhecer o Museu é o principal motivo alegado para a visita.

Pretendem retornar ao Museu para fazer uma nova visita 42% dos respondentes, e 48% consideram que provavelmente retornarão. Os motivos apontados para retorno são: mostrar o Museu da Vida para familiares e amigos (17%), rever, complementar ou aprofundar a visita ou visitar uma nova exposição (16% de repostas em cada motivo apontado acima).

O público do **Museu de Astronomia** é adulto, relativamente jovem, que se declara branco e visita o museu em grupo, sobretudo acompanhado de seus filhos ou demais familiares. Tem níveis de escolaridade e renda elevados e costumam visitar museus e centros culturais com frequência, apesar de que a maioria informa ter realizado sua primeira visita ao MAST.

A maior parte de seus visitantes toma conhecimento do Museu por meio de amigos e professores. Deste modo, os principais meios de divulgação e informação são pelo boca a boca. Cabe destacar o papel que a internet vem desempenhando na divulgação da instituição nos últimos três anos, superando outras mídias como a televisão e jornais. Grande parte de sua audiência considera "conhecer o Museu" um dos principais motivos para visitá-lo e mais da metade destaca o "interesse pelos assuntos das exposições" e também "divertir-se". Isso indica que o público do MAST entende a visita a museus como um momento de lazer qualificado, ou seja, relacionado à aquisição, acumulação ou aperfeiçoamento do capital cultural, embora a falta de maior divulgação dos museus e suas atividades seja apontado como um fator limitante à visitação.

O público de visitação espontânea do **Museu Nacional** é adulto, já realizou outras visitas a instituição e visita o museu em grupo, sobretudo acompanhado de seus cônjuges e filhos, principalmente crianças de até 10 anos de idade (71%). Tem nível de escolaridade elevado, 47% com nível superior completo, dentre os quais 19% são pós-graduados; e possui uma renda média, que gira em torno de 4 a 10 salários mínimos. É visitado de maneira equilibrada por visitantes do sexo feminino e masculino, bem como por visitantes brancos e não brancos.

A fonte de informação mais importante é a recomendação de terceiros (50%), dentre os quais os informantes mais frequentes são familiares (19%), seguidos por amigos (16%) e professores (15%). Dentre as motivações para visitar o Museu Nacional,

o público cita, além de conhecer o próprio museu, divertir-se, alargar horizontes, o interesse pelos assuntos tratados nas exposições, bem como a possibilidade de acompanhar amigos ou outras pessoas. Aqueles que visitam o Museu Nacional permanecem pouco tempo na instituição, tendo a maior parte das visitas a duração de 30 a 60 minutos. Visitas longas, de mais de 2h de duração, são realizadas por apenas 8% dos visitantes. A maior parte dos visitantes informa que provavelmente fará uma nova visita (51%).

Consideramos assim, que, atualmente, ainda que renovados e complexos desafios se coloquem para os museus de ciência, não podemos ignorar que um dos mais essenciais não foi superado: o distanciamento de uma significativa parcela da população em relação a essas instituições. Os dados acerca do perfil dos visitantes apontam que o caráter público dos museus segue comprometido diante da dificuldade de acesso das classes economicamente desfavorecidas a esse equipamento cultural. A exclusão se dá muitas vezes de forma sobreposta e combinada, e no caso dos museus estudados atinge as pessoas não brancas, que não possuem altos níveis de escolaridade e que pertencem às classes populares.

Portanto, as ações de inclusão social nesses museus devem abarcar diálogo mais abrangente com esse público, envolvendo uma maior democratização das práticas museológicas. É preciso renegociar a base do relacionamento com essa audiência e estabelecer mecanismos de participação mais efetiva na organização das ações a ela dirigidas. Isto significa compartilhar poder, recursos, habilidades e conhecimento.

Os museus como instituições promotoras de inclusão social são uma tendência. De fato os museus de ciência têm o potencial para romper o ciclo reprodutor de capital cultural, fazendo uso da experiência marcante do deslumbramento da visita. As ações realizadas pelos museus para estimular a visita de grupos social e economicamente excluídos devem se materializar como uma política institucional.

Nossa experiência revela a importância dos estudos de público em museus, ao passo que os mesmos oferecem subsídios para a compreensão das práticas culturais de seus visitantes e não visitantes; assim como também da natureza das interações sociais no contexto dessas instituições. Esses aspectos são fundamentais para o estreitamento da relação dos museus com a sociedade.

Tabelas de dados da pesquisa 2013 para consulta

Distribuição percentual dos respondentes que declararam visitar o museu pela primeira vez.

| Museus | Número de respondentes | Sim |
|---------------------|------------------------|------------|
| Museu Aeroespacial | 165 | 58% |
| Museu da Vida | 391 | 81% |
| Museu de Astronomia | 585 | 72% |
| Museu Nacional | 384 | 47% |
| Planetário | 214 | 58% |
| Total | 1.739 | 66% |

41

Distribuição percentual dos respondentes que declararam visitar o museu mais de uma vez, por número de visitas realizadas

| Museus | Número de respondentes | Uma vez | Duas vezes | Três vezes | Quatro ou mais vezes |
|---------------------|------------------------|------------|------------|------------|----------------------|
| Museu Aeroespacial | 70 | 24% | 21% | 13% | 37% |
| Museu da Vida | 73 | 48% | 21% | 8% | 15% |
| Museu de Astronomia | 164 | 33% | 23% | 12% | 18% |
| Museu Nacional | 202 | 23% | 19% | 12% | 32% |
| Planetário | 90 | 23% | 23% | 18% | 23% |
| Total | 599 | 29% | 21% | 12% | 26% |

Distribuição percentual dos respondentes segundo o tempo transcorrido da última visita ao Museu

| Museus | Número de respondentes | Há menos de 6 meses | Entre 6 meses e 1 ano | Entre 1 e 2 anos | Entre 2 e 5 anos | Há mais de 5 anos |
|---------------------|------------------------|---------------------|-----------------------|------------------|------------------|-------------------|
| Museu Aeroespacial | 84 | 24% | 15% | 15% | 13% | 32% |
| Museu da Vida | 72 | 25% | 15% | 18% | 24% | 18% |
| Museu de Astronomia | 177 | 25% | 16% | 23% | 18% | 19% |
| Museu Nacional | 219 | 14% | 12% | 16% | 16% | 41% |
| Planetário | 92 | 14% | 9% | 20% | 15% | 42% |
| Total | 644 | 20% | 14% | 19% | 17% | 31% |

Distribuição percentual dos respondentes segundo o tempo que sabem da existência do Museu

| Museus | Número de respondentes | Hoje | Há menos de 1 semana | Entre 1 semana e 1 mês | Entre 1 mês e 1 ano | Entre 1 e 5 anos | Há mais de 5 anos |
|---------------------|------------------------|------------|----------------------|------------------------|---------------------|------------------|-------------------|
| Museu Aeroespacial | 169 | 8% | 7% | 7% | 7% | 8% | 64% |
| Museu da Vida | 389 | 15% | 8% | 7% | 10% | 13% | 48% |
| Museu de Astronomia | 618 | 20% | 10% | 7% | 11% | 18% | 34% |
| Museu Nacional | 398 | 10% | 3% | 1% | 4% | 9% | 73% |
| Planetário | 212 | 4% | 6% | 1% | 3% | 10% | 76% |
| Total | 1.786 | 13% | 7% | 5% | 8% | 13% | 54% |

OMCC&T - Pesquisa Perfil Opinião 2013

| Distribuição percentual dos respondentes segundo os meios de divulgação declarados para o conhecimento do Museu | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---------------------|--------------------|-------------------------|--------------|-------------|----------------------|---------------------|--------------------|----------------|------------------------|-----------------------------|----------------------------|--------------------|------------|-------------|
| Museus | Número de respostas | Passando em frente | Visitando outros museus | Na televisão | No rádio | Através de panfletos | Através de cartazes | Jornais e revistas | Guia turístico | Recomendação de amigos | Recomendação de professores | Recomendação de familiares | Sinalização de rua | Internet | Outra fonte |
| Museu Aeroespacial | 206 | 12% | 1,5% | 5% | 1,0% | 2% | 0,0% | 7% | 0,0% | 20% | 3% | 15% | 7% | 18% | 10% |
| Museu da Vida | 575 | 19% | 2% | 9% | 0,9% | 3% | 0,0% | 4% | 0,7% | 13% | 29% | 6% | 1,0% | 5% | 7% |
| Museu de Astronomia | 1.047 | 8% | 6% | 8% | 1,3% | 5% | 2% | 5% | 5% | 17% | 16% | 11% | 3% | 13% | 0,0% |
| Museu Nacional | 515 | 15% | 3% | 6% | 0,4% | 0,6% | 0,0% | 4% | 3% | 16% | 15% | 19% | 1,0% | 8% | 9% |
| Planetário | 457 | 11% | 1,3% | 5% | 1,3% | 1,1% | 2% | 7% | 4% | 19% | 20% | 11% | 4% | 12% | 0,0% |
| Total | 2.800 | 12% | 4% | 7% | 1,0% | 3% | 1,2% | 5% | 3% | 17% | 18% | 12% | 3% | 10% | 4% |

| Distribuição percentual dos respondentes segundo a motivação para a visita | | | | | | | | | | | | | | |
|--|---------------------|------------------|---------------------------------------|---------------------------------|---------------------------------------|--------------------------------------|-----------------------------|------------------|-------------------------------------|--------------------|-------------|------------------|--------------|--|
| Museus | Número de respostas | Conhecer o museu | Rever ou complementar visita anterior | Pesquisar ou estudar algum tema | Interesse pelos assuntos da exposição | participar de atividades específicas | Assistir a algum espetáculo | Trazer os filhos | Acompanhar amigos ou outras pessoas | Alargar horizontes | Divertir-se | Entrada gratuita | Outro motivo | |
| Museu Aeroespacial | 631 | 20% | 8% | 4% | 10% | 2% | 4% | 10% | 11% | 11% | 11% | 7% | 2% | |
| Museu da Vida | 1.727 | 18% | 3% | 6% | 13% | 8% | 5% | 5% | 9% | 11% | 11% | 7% | 2% | |
| Museu de Astronomia | 2.806 | 17% | 4% | 3% | 12% | 6% | 5% | 7% | 7% | 6% | 13% | 12% | 9% | |
| Museu Nacional | 1.608 | 17% | 9% | 3% | 13% | 1% | 2% | 8% | 12% | 14% | 15% | 6% | 1% | |
| Planetário | 988 | 14% | 5% | 3% | 10% | 3% | 11% | 12% | 8% | 7% | 12% | 14% | 2% | |
| Total | 7.760 | 17% | 5% | 4% | 12% | 5% | 5% | 8% | 9% | 9% | 13% | 9% | 4% | |

Distribuição percentual dos respondentes que declararam realizar a visita sozinho

| Museus | Número de respondentes | Uma vez |
|---------------------|------------------------|-----------|
| Museu Aeroespacial | 176 | 7% |
| Museu da Vida | 391 | 2% |
| Museu de Astronomia | 623 | 7% |
| Museu Nacional | 405 | 3% |
| Planetário | 214 | 2% |
| Total | 1.809 | 4% |

Distribuição percentual dos respondentes segundo o número de pessoas acompanhantes

| Museus | Número de respondentes | Uma | Duas | Três | Quatro | Cinco ou mais |
|---------------------|------------------------|------------|------------|------------|------------|---------------|
| Museu Aeroespacial | 149 | 22% | 19% | 19% | 15% | 24% |
| Museu da Vida | 334 | 6% | 7% | 7% | 7% | 71% |
| Museu de Astronomia | 558 | 27% | 25% | 14% | 8% | 25% |
| Museu Nacional | 371 | 28% | 21% | 16% | 13% | 22% |
| Planetário | 209 | 17% | 24% | 16% | 15% | 27% |
| Total | 1.621 | 21% | 20% | 14% | 11% | 34% |

Distribuição percentual dos respondentes de acordo com a conformação do grupo com que realizou a visita

| Museus | Número de respostas | Familiares e/ou amigos | Outros grupos organizados |
|---------------------|---------------------|------------------------|---------------------------|
| Museu Aeroespacial | 245 | 98% | 2% |
| Museu da Vida | 521 | 57% | 43% |
| Museu de Astronomia | 931 | 95% | 5% |
| Museu Nacional | 605 | 96% | 4% |
| Planetário | 405 | 98% | 2% |
| Total | 2.707 | 89% | 11% |

Distribuição percentual dos respondentes que declararam estar acompanhados por jovens com idades inferiores a 15 anos

| Museus | Número de respondentes | 0 a 6 anos | 7 a 10 anos | 11 a 14 anos |
|---------------------|------------------------|------------|-------------|--------------|
| Museu Aeroespacial | 127 | 39% | 33% | 28% |
| Museu da Vida | 191 | 21% | 34% | 45% |
| Museu de Astronomia | 331 | 31% | 40% | 29% |
| Museu Nacional | 256 | 38% | 33% | 29% |
| Planetário | 215 | 38% | 41% | 21% |
| Total | 1.120 | 33% | 37% | 30% |

Distribuição percentual dos respondentes segundo a duração declarada da visita

| Museus | Número de respondentes | Até 30 minutos | 30 a 60 minutos | Uma a 2 horas | Mais de 2 horas |
|---------------------|------------------------|----------------|-----------------|---------------|-----------------|
| Museu Aeroespacial | 165 | 3% | 24% | 46% | 27% |
| Museu da Vida | 344 | 6% | 20% | 22% | 51% |
| Museu de Astronomia | 516 | 10% | 28% | 35% | 26% |
| Museu Nacional | 334 | 7% | 46% | 39% | 8% |
| Planetário | 202 | 2% | 21% | 48% | 29% |
| Total | 1.561 | 7% | 29% | 36% | 28% |

Distribuição percentual dos respondentes segundo o nível de satisfação com a visita

| Museus | Número de respondentes | Muito insatisfeito | Insatisfeito | Pouco satisfeito | Satisfeito | Muito satisfeito |
|---------------------|------------------------|--------------------|--------------|------------------|------------|------------------|
| Museu Aeroespacial | 127 | 0% | 0% | 2% | 40% | 58% |
| Museu da Vida | 348 | 0% | 0% | 2% | 42% | 55% |
| Museu de Astronomia | 565 | 1% | 1% | 4% | 48% | 46% |
| Museu Nacional | 361 | 0% | 1% | 5% | 55% | 39% |
| Planetário | 201 | 1% | 1% | 5% | 59% | 33% |
| Total | 1.602 | 1% | 1% | 4% | 49% | 46% |

Distribuição percentual dos respondentes segundo a pretensão manifestada de retornar nos 12 meses seguintes

| Museus | Número de respondentes | Não | Provavelmente não | Não sei | Provavelmente sim | Sim |
|---------------------|------------------------|-----------|-------------------|-----------|-------------------|------------|
| Museu Aeroespacial | 168 | 2% | 7% | 0% | 41% | 49% |
| Museu da Vida | 368 | 1% | 9% | 0% | 48% | 42% |
| Museu de Astronomia | 592 | 1% | 3% | 18% | 33% | 45% |
| Museu Nacional | 381 | 7% | 15% | 0% | 51% | 27% |
| Planetário | 211 | 3% | 7% | 24% | 41% | 25% |
| Total | 1.720 | 3% | 8% | 9% | 42% | 38% |

Distribuição percentual dos respondentes segundo os objetivos previstos para uma visita de retorno

| Museus | Número de respostas | Rever o que mais interessou | Completar ou aprofundar visita | Visitar uma nova exposição | Assistir a um espetáculo | Estudar ou aprofundar um tema | Mostrar o museu a amigos ou familiares | Trazer os filhos | Outro motivo |
|---------------------|---------------------|-----------------------------|--------------------------------|----------------------------|--------------------------|-------------------------------|--|------------------|--------------|
| Museu Aeroespacial | 406 | 16% | 14% | 13% | 10% | 8% | 23% | 13% | 3% |
| Museu da Vida | 1.625 | 16% | 16% | 16% | 14% | 11% | 17% | 8% | 2% |
| Museu de Astronomia | 3.918 | 14% | 14% | 14% | 14% | 14% | 14% | 14% | 0% |
| Museu Nacional | 1.530 | 16% | 14% | 16% | 12% | 10% | 18% | 12% | 2% |
| Planetário | 1.344 | 14% | 14% | 14% | 14% | 14% | 14% | 14% | 0% |
| Total | 8.823 | 15% | 15% | 15% | 14% | 13% | 16% | 13% | 1% |

Distribuição percentual dos respondentes que visitaram outros museus ou centros de ciências nos 12 meses anteriores

| Museus | Número de respondentes | Sim |
|---------------------|------------------------|------------|
| Museu Aeroespacial | 176 | 44% |
| Museu da Vida | 391 | 45% |
| Museu de Astronomia | 623 | 62% |
| Museu Nacional | 405 | 41% |
| Planetário | 214 | 53% |
| Total | 1.809 | 51% |

Distribuição percentual dos respondentes segundo a frequência com que visitaram museus ou centros de ciências nos 12 meses anteriores

| Museus | Número de respondentes | Uma vez | Duas ou três vezes | Mais de três vezes |
|---------------------|------------------------|------------|--------------------|--------------------|
| Museu Aeroespacial | 92 | 38% | 32% | 30% |
| Museu da Vida | 167 | 25% | 40% | 35% |
| Museu de Astronomia | 418 | 27% | 35% | 38% |
| Museu Nacional | 214 | 38% | 37% | 25% |
| Planetário | 117 | 14% | 38% | 48% |
| Total | 1.008 | 28% | 37% | 35% |

Distribuição percentual dos respondentes de acordo com a percepção quanto aos fatores que dificultam as visitas aos museus

| Museus | Número de respostas | Custo do ingresso | Outros custos | Dificuldade de transporte ou acesso | Dificuldade de estacionamento | Violência urbana | Falta de divulgação | Dias e horários de funcionamento | Outro fator |
|---------------------|---------------------|-------------------|---------------|-------------------------------------|-------------------------------|------------------|---------------------|----------------------------------|-------------|
| Museu Aeroespacial | 290 | 14% | 8% | 16% | 11% | 13% | 26% | 9% | 3% |
| Museu da Vida | 1.119 | 11% | 15% | 15% | 9% | 13% | 24% | 11% | 2% |
| Museu de Astronomia | 1.698 | 10% | 12% | 15% | 12% | 14% | 27% | 10% | 0% |
| Museu Nacional | 1.078 | 8% | 14% | 15% | 12% | 16% | 25% | 9% | 2% |
| Planetário | 552 | 14% | 12% | 11% | 14% | 11% | 26% | 13% | 0% |
| Total | 4.737 | 10% | 13% | 15% | 12% | 14% | 26% | 10% | 1% |

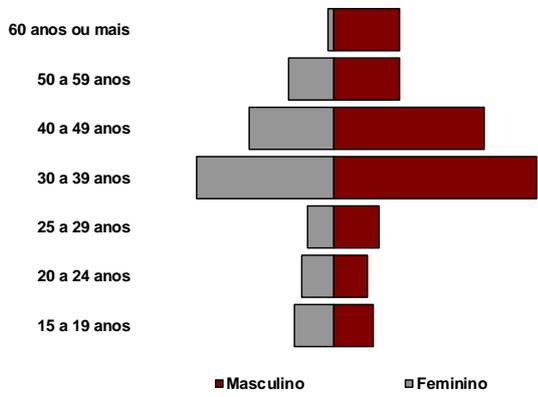
Distribuição percentual dos respondentes por gênero

| Museus | Número de respondentes | Masculino | Feminino |
|---------------------|------------------------|------------|------------|
| Museu Aeroespacial | 157 | 61% | 39% |
| Museu da Vida | 391 | 29% | 71% |
| Museu de Astronomia | 621 | 44% | 56% |
| Museu Nacional | 405 | 44% | 56% |
| Planetário | 214 | 40% | 60% |
| Total | 1.788 | 42% | 58% |

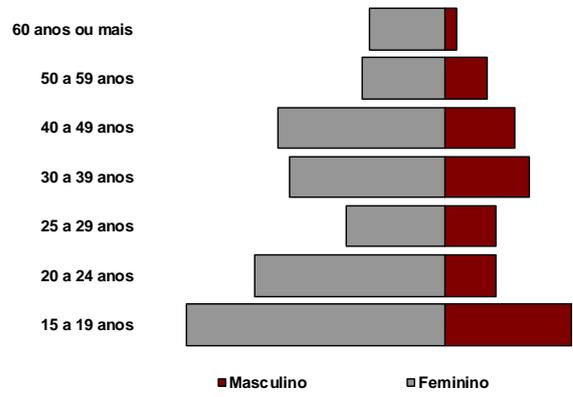
Distribuição percentual dos respondentes por faixas etárias

| Museus | Número de respondentes | 15 a 19 anos | 20 a 24 anos | 25 a 29 anos | 30 a 39 anos | 40 a 49 anos | 50 a 59 anos | 60 anos ou mais |
|---------------------|------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|-----------------|
| Museu Aeroespacial | 150 | 8% | 7% | 7% | 35% | 24% | 11% | 7% |
| Museu da Vida | 384 | 26% | 16% | 10% | 16% | 16% | 9% | 6% |
| Museu de Astronomia | 622 | 18% | 14% | 13% | 24% | 19% | 7% | 4% |
| Museu Nacional | 405 | 14% | 15% | 15% | 30% | 18% | 7% | 2% |
| Planetário | 214 | 9% | 8% | 7% | 31% | 29% | 7% | 10% |
| Total | 1.775 | 17% | 14% | 12% | 26% | 20% | 8% | 5% |

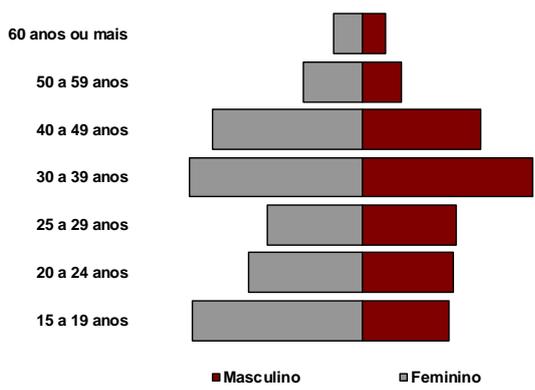
Museu Aeroespacial



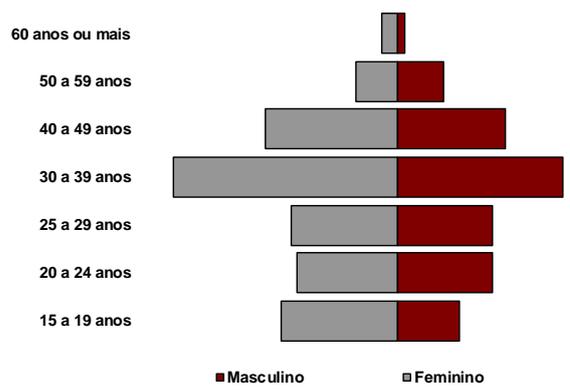
Museu da Vida



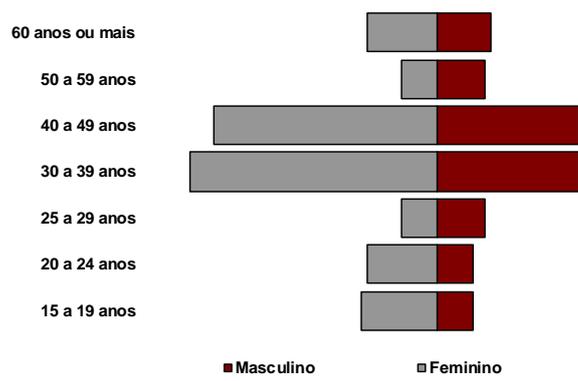
Museu de Astronomia



Museu Nacional



Planetário



Distribuição percentual dos respondentes segundo a escolaridade

| Museus | Número de respondentes | Sem instrução | Ens. Fundamental incompleto | Ens. Fundamental completo | Ens. Médio incompleto | Ens. Médio completo | Ens. Superior incompleto | Ens. Superior completo | Pós graduação |
|---------------------|------------------------|---------------|-----------------------------|---------------------------|-----------------------|---------------------|--------------------------|------------------------|---------------|
| Museu Aeroespacial | 157 | 0% | 2% | 5% | 5% | 21% | 19% | 25% | 23% |
| Museu da Vida | 390 | 1% | 9% | 8% | 18% | 10% | 29% | 15% | 11% |
| Museu de Astronomia | 618 | 0% | 1% | 2% | 9% | 20% | 26% | 25% | 17% |
| Museu Nacional | 405 | 0% | 4% | 4% | 4% | 20% | 21% | 28% | 19% |
| Planetário | 214 | 0% | 2% | 1% | 5% | 7% | 19% | 29% | 37% |
| Total | 1.784 | 0,1% | 4% | 4% | 9% | 16% | 24% | 24% | 19% |

Distribuição percentual dos respondentes segundo a autodeclaração de cor/raça

| Museus | Número de respondentes | Branco | Preto | Pardo | Amarelo | Indígena |
|---------------------|------------------------|------------|------------|------------|-----------|-----------|
| Museu Aeroespacial | 157 | 59% | 4% | 34% | 1% | 1% |
| Museu da Vida | 389 | 43% | 15% | 38% | 4% | 1% |
| Museu de Astronomia | 606 | 58% | 10% | 29% | 2% | 1% |
| Museu Nacional | 405 | 54% | 11% | 32% | 2% | 1% |
| Planetário | 211 | 73% | 6% | 20% | 1% | 0% |
| Total | 1.768 | 56% | 10% | 31% | 2% | 1% |

Distribuição percentual dos respondentes que exercem atividades remuneradas

| Museus | Número de respondentes | Sim | Não |
|---------------------|------------------------|------------|------------|
| Museu Aeroespacial | 151 | 80% | 20% |
| Museu da Vida | 390 | 58% | 42% |
| Museu de Astronomia | 620 | 72% | 28% |
| Museu Nacional | 401 | 75% | 25% |
| Planetário | 214 | 75% | 25% |
| Total | 1.776 | 70% | 30% |

Distribuição percentual dos respondentes segundo as atividades remuneradas que exercem

| Museus | Número de respondentes | Empregado do setor privado | Empregado do setor público | Profissional liberal | Autônomo | Empre-sário | Bolsista | Outra atividade |
|---------------------|------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------|------------|-------------|------------|-----------------|
| Museu Aeroespacial | 124 | 40% | 28% | 7% | 12% | 6% | 5% | 2% |
| Museu da Vida | 225 | 29% | 33% | 5% | 12% | 3% | 18% | 0% |
| Museu de Astronomia | 436 | 33% | 30% | 7% | 9% | 7% | 12% | 2% |
| Museu Nacional | 307 | 35% | 36% | 7% | 9% | 5% | 6% | 2% |
| Planetário | 161 | 20% | 47% | 10% | 7% | 8% | 7% | 1% |
| Total | 1.253 | 32% | 34% | 7% | 10% | 6% | 10% | 2% |

Distribuição percentual das situações dos respondentes que não exercem atividades remuneradas

| Museus | Número de respondentes | Desempregado / procurando trabalho | Cuida dos afazeres domésticos | Estudante | Aposen-tado | Outra |
|---------------------|------------------------|------------------------------------|-------------------------------|------------|-------------|-----------|
| Museu Aeroespacial | 41 | 12% | 20% | 37% | 24% | 7% |
| Museu da Vida | 165 | 16% | 7% | 68% | 8% | 0% |
| Museu de Astronomia | 189 | 16% | 13% | 55% | 14% | 2% |
| Museu Nacional | 100 | 8% | 19% | 64% | 6% | 3% |
| Planetário | 56 | 5% | 18% | 55% | 21% | 0% |
| Total | 551 | 13% | 13% | 59% | 12% | 2% |

Distribuição percentual dos respondentes segundo suas faixas de renda

| Museus | Número de respondentes | Baixa renda | Média renda | Alta renda |
|---------------------|------------------------|-------------|-------------|------------|
| Museu Aeroespacial | 137 | 26% | 41% | 33% |
| Museu da Vida | 319 | 52% | 37% | 11% |
| Museu de Astronomia | 533 | 20% | 58% | 22% |
| Museu Nacional | 360 | 33% | 42% | 26% |
| Planetário | 174 | 10% | 41% | 48% |
| Total | 1.523 | 29% | 46% | 25% |

QUESTIONÁRIO

MUSEU: DATA DA VISITA: SÁB DOM SEG TER QUA QUI SEXQUESTIONÁRIO:

INSERIR AQUI AS LOGOMARCAS DO OBSERVATÓRIO E DO MUSEU QUE REALIZA A PESQUISA

Este Museu está realizando uma pesquisa para melhor conhecer seus visitantes e saber o que pensam da visita. Escutá-los é a melhor forma de melhorar a qualidade das exposições, serviços e atividades propostos.

Contamos com sua colaboração no preenchimento deste questionário e solicitamos que ele seja entregue **ao final de sua visita**.

Lembramos, ainda, que as informações coletadas são confidenciais e se destinam exclusivamente à pesquisa no âmbito da rede OMCC&T, uma iniciativa de parceria entre as seguintes instituições: Museu da Vida - Fundação Oswaldo Cruz; Museu de Astronomia e Ciências Afins - Ministério da Ciência e Tecnologia, Museu Aeroespacial e Museu Nacional.

Desde já agradecemos sua participação!

51

COMO PREENCHER o questionário:

Por favor, para escolher as suas respostas, **circunde o número** correspondente. Por exemplo, para responder "sim": 1 - sim 2 - **não**

Caso tenha dúvidas sobre o preenchimento do questionário ou necessite de ajuda, não hesite em nos contatar.

1. Antecedentes e Circunstâncias da Visita

1.1 – É a primeira vez que você visita este Museu?

- 1 – sim → *Passar para a questão 1.3*
 2 – não → *Informe o número de visitas (sem contar com a visita de hoje): _____ visitas*

1.2 – Quando foi sua última visita ao Museu? (Marque apenas uma resposta)

- 1 – Há menos de 6 meses
 2 – Entre 6 meses e 1 ano
 3 – Entre 1 e 2 anos
 4 – Entre 2 e 5 anos
 5 – Há mais de 5 anos

1.3 – Desde quando você sabe da existência deste Museu? (Marque apenas uma resposta)

- 1 – Hoje
 2 – Há menos de 1 semana
 3 – Entre 1 semana e 1 mês
 4 – Entre 1 mês e 1 ano
 5 – Entre 1 e 5 anos
 6 – Há mais de 5 anos

1.4 – Como ficou sabendo a respeito deste Museu? (Pode marcar mais de uma resposta)

- 1 – Passando em frente ao Museu
 2 – Visitando outros museus
 3 – Na televisão
 4 – No rádio
 5 – Através de panfletos, cartazes, outdoors
 6 – Na Internet (sites de busca ou de notícias)
 7 – Na Internet (sites do museu ou da Fiocruz)
 8 – Lendo jornais ou revistas
 9 – Por recomendação de amigos
 10 – Por recomendação de professores
 11 – Por recomendação de familiares
 12 – No guia turístico
 13 – Pela sinalização de rua

14 – Outra fonte → *Qual?* _____

1.5 – Quais os principais motivos desta visita? (Marque SIM ou NÃO em cada linha)

- 1 – Conhecer o museu 1.SIM 2.NÃO
 2 – Rever ou complementar uma visita anterior 1.SIM 2.NÃO
 3 – Pesquisar / estudar algum tema 1.SIM 2.NÃO
Qual? _____
 4 – Interesse pelos assuntos das exposições 1.SIM 2.NÃO
 5 – Participar de atividades específicas (palestras, cursos, oficinas, etc.) 1.SIM 2.NÃO
 6 – Assistir a algum espetáculo (teatro, concerto, cinema, vídeo, etc) 1.SIM 2.NÃO
 7 – Trazer os filhos 1.SIM 2.NÃO
 8 – Acompanhar amigos/outras pessoas 1.SIM 2.NÃO
 9 – Alargar horizontes/conhecer coisas novas 1.SIM 2.NÃO
 10 – Divertir-se 1.SIM 2.NÃO
 11 – Entrada gratuita/baixo valor do ingresso 1.SIM 2.NÃO
 12 – Outro motivo → *Qual?* _____

1.6 – Você está visitando sozinho?

- 1 – sim → *Passar para a questão 1.10*
 2 – não

1.7 – Com quantas pessoas você está visitando?

1.8 – Você está visitando o Museu: (Pode marcar mais de uma resposta)

- 1 – Com o cônjuge / companheiro(a) ou namorado(a);
 2 – Com pai / mãe;
 3 – Com um ou mais filhos;
 4 – Com outros membros da família;
 5 – Com amigos;
 6 – Com um grupo organizado (igreja, escola, etc.)
Qual? _____
 7 – Outros → *Com quem?* _____

1. Antecedentes e Circunstâncias da Visita

1.9 – Se você visita o museu na companhia de pessoas com idade inferior a 15 anos, informe a faixa etária:
(Pode marcar mais de uma resposta)

- 1 – De 0 a 6 anos
- 2 – De 7 a 10 anos
- 3 – De 11 a 14 anos

1.10 – Quanto tempo, aproximadamente, durou a sua visita?

- 1 – Até 30 min
- 2 – Mais de 30 min a 1 hora
- 3 – Mais de 1 a 2 horas
- 4 – Mais de 2 horas

2. Conhecendo sua Opinião sobre o Museu

2.1 – Em relação à visita que você acabou de realizar, você se sente:

- 1 – Muito satisfeito 2 – Satisfeito 3 – Pouco satisfeito 4 – Insatisfeito

2.2 – Como você avalia os nossos SERVIÇOS? (Marque apenas uma resposta em cada linha)

| Serviços | ótimo | bom | regular | ruim | péssimo | não sei |
|---|-------|-----|---------|------|---------|---------|
| 1. Sinalização (orientação de entrada, saída, banheiros...) | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 2. Conforto (banheiro, guarda volume, temperatura nas salas, assentos, bebedouros, lanchonete...) | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 3. Conservação e manutenção (dos equipamentos, dos objetos expostos, etc.) | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 4. Limpeza | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 5. Iluminação | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 6. Segurança | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 7. Informações e explicações disponíveis (painéis, textos, áudios guias, filmes, etc.) | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 8. Acolhimento (repcionista, monitor, guarda, guia) | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 9. Acesso (facilidade de transporte, sinalização nas ruas, facilidade de estacionamento) | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 10. Horários de funcionamento <i>Alguma sugestão de horário? _____</i> | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |

2.3 – Você pretende retornar a este Museu nos próximos doze meses?

- 1 – Certamente 2 – Provavelmente sim 3 – Provavelmente não 4 – Não

2.4 – Caso você pense em retornar a este Museu nos próximos 12 meses, com que objetivos retornaria? (Marque SIM ou NÃO em cada linha)

| | | |
|---|--------|--------|
| 1 – Para rever o que mais interessou | 1. SIM | 2. NÃO |
| 2 – Para completar ou aprofundar a visita de hoje | 1. SIM | 2. NÃO |
| 3 – Para visitar uma nova exposição | 1. SIM | 2. NÃO |
| 4 – Para assistir a um espetáculo, evento ou participar de uma atividade promovida pelo museu | 1. SIM | 2. NÃO |
| 5 – Para estudar ou aprofundar o conhecimento sobre um tema em particular | 1. SIM | 2. NÃO |
| 6 – Para mostrar este museu a amigos ou familiares | 1. SIM | 2. NÃO |
| 7 – Para trazer os filhos | 1. SIM | 2. NÃO |
| 8 – Outro motivo → Qual? _____ | | |

2.5 – Que outros temas e assuntos você gostaria de encontrar neste Museu?

4. Conhecendo Você

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

- 1 – Desempregado / procurando trabalho
- 2 – Cuida dos afazeres domésticos
- 3 – Estudante
- 4 – Aposentado / pensionista
- 5 – Outra → Qual? _____

4.9 – Qual é a sua renda domiciliar mensal? (Inclua salário, pensões e outros ganhos de todos os que moram em sua casa)

- 1 – Até 700 reais
- 2 – Mais de 700 a 1.050 reais
- 3 – Mais de 1.050 a 2.100 reais
- 4 – Mais de 2.100 a 3.500 reais
- 5 – Mais de 3.500 a 7.000 reais
- 6 – Mais de 7.000 a 10.500 reais
- 7 – Acima de 10.500 reais
- 8 – Não sei informar

4.10 – Onde você mora (residência principal)?

- 1 – Em que bairro? _____
- 2 – Em que município/cidade? _____

3 – Em que Estado (unidade da Federação)? (Assinale na lista abaixo)

| | | | | |
|--------|---------|---------|---------|---------|
| 1 – RJ | 7 – AP | 13 – MA | 19 – PI | 25 – SE |
| 2 – SP | 8 – BA | 14 – MS | 20 – PR | 26 – TO |
| 3 – MG | 9 – CE | 15 – MT | 21 – RN | |
| 4 – AC | 10 – DF | 16 – PA | 22 – RO | |
| 5 – AL | 11 – ES | 17 – PB | 23 – RS | |
| 6 – AM | 12 – GO | 18 – PE | 24 – SC | |

4 – Em outro País. Qual? _____

4.11 – Caso você resida em outro município, estado ou país, sua visita a esta cidade foi motivada pelo interesse em conhecer o museu?

- 1 – Sim, a vinda para esta cidade tinha como motivação **exclusiva** conhecer/visitar este museu
- 2 – Sim, a vinda para esta cidade previa, **também**, conhecer/visitar este museu
- 3 – Não. A visita **ao museu** foi decidida depois.

Você gostaria de deixar alguma sugestão ou comentário?

Observação:

O questionário seguiu o modelo proposto pelo OMCC com alterações, como a identificação por museu, pequenas mudanças na redação de algumas perguntas e a retirada de questões consideradas de menos interesse. O modelo acima inclui as alterações básicas propostas. Foi acordado também que cada museu participante poderia, a seu critério, inserir alguma pergunta de interesse particular, que não faria parte e não seria contabilizada na pesquisa Perfil-Opinião 2013.



Agência Brasileira do ISBN

ISBN 978-85-85239-99-2



9 788585 239992

