

# Percepção do público espontâneo no Espaço do Conhecimento UFMG

Clara Lima de Oliveira, Pedro Patrício, Rogerio Lucas Gonçalves Passos, Raíssa Natália Pereira Raimundo, Raíssa Cristina Pôssa Terra, Bernardo Jefferson de Oliveira, Ana Flávia Machado

Pesquisas de público visitante dos museus são instrumentos fundamentais para avaliação do funcionamento e auxílio no aprimoramento dessas instituições. Através delas pode-se conhecer o perfil socioeconômico, a procedência, as motivações e interesses do visitante. Pode se conhecer como o visitante ficou sabendo do museu/evento, como avalia cada seção que visitou, que outras experiências de museus tem e o que sentiu falta. Essas informações são de grande valia para se repensar estratégias de comunicação, o planejamento de eventos e ações educativas e até mesmo reformulações na exposições.

O objetivo deste trabalho é apresentar as pesquisas de público espontâneo que são realizadas no Espaço do Conhecimento UFMG.

**Metodologia:** Nossa pesquisa de público espontâneo tem se baseado em 2 surveys quantitativos: (1) breve questionário *online* (*googleforms*) que todos os visitantes são convidados a responder em um totem com tela *touchscreen* na saída do museu, e (2) questionário detalhado (28 questões), amostra aleatória e sistemática, aplicado a 12% do público estimado no período (7000 visitantes nas férias de julho). O questionário e metodologia se baseiam na proposta do Observatório de Museus e Centros de Ciência (OMCC-FIOCRUZ). Análise estatística dos dados, com o software SPSS, visa principalmente identificar e relacionar perfis socioeconômicos e culturais com fatores da escolha de visita, das motivações e de avaliação da visita.



**Resultados:** Persiste o quadro revelado em anos anteriores de alto grau (>75%) de satisfação dos visitantes, e a grande proporção de um perfil de visitante com alto grau de de satisfação, de público predominantemente com alto poder aquisitivo e grau de escolaridade. Também é alto o índice de retornos: mais de 30% dos visitantes desse período já havia visitado o Espaço do Conhecimento UFMG antes. Essas são constatações preliminares pois os dados de 2015 ainda estão sendo digitalizados para análise estatística.