



CICLO 2 - PÚBLICOS

Revisitando VOZES

O retrato dos públicos de museus

Resumo executivo | Parte 2

Um panorama nacional sobre o perfil, os hábitos e as expectativas dos públicos de museus e instituições culturais no Brasil frente às emergências climáticas e digitais.

Pesquisa quantitativa online, com amostragem não probabilística por adesão: os resultados indicam tendências e percepções, sem inferência estatística para todo o universo nacional.



Acesse o relatório completo
icom.org.br/campanha/acao-pesquisa-revisitando-vozes

1 Quem é o nosso público?



Alta escolaridade

Mais de **90%** possuem Ensino Superior Completo ou pós-graduação. O público que participou da pesquisa é altamente instruído, distanciando-se da média nacional.



Perfil racial concentrado

69,5% declararam-se brancos. Há uma evidente sub-representação da diversidade racial brasileira entre os respondentes.



Renda média e alta

58,9% declararam renda familiar acima de 5 salários mínimos. O acesso aos museus segue atrelado a estratos sociais de maior renda familiar.

2 Hábitos e experiência



Excelência na experiência

97,4% avaliaram a última visita como excelente ou boa. O índice reflete o enorme impacto positivo e a satisfação geral pelas instituições.

Os respondentes buscam experiências de descoberta, aprendizado e sociabilidade.

93,3% *definem o museu, antes de tudo, como espaço de conhecimento, reflexão, inspiração e educação.*



Busca por descoberta

Ver exposições novas e conhecer o espaço lideram as motivações. O público procura instituições vivas, dinâmicas e com programações atualizadas.

3 Conexão digital



Recursos digitais: percepções divididas

33,3% veem o uso como adequado, **32,9%** como insuficiente e **23,5%** como acima do ideal.



Redes como bússola

81,9% citam o Instagram e **81,3%** o WhatsApp entre as redes sociais mais usadas. As plataformas concentram os hábitos digitais dos respondentes e aparecem como canais estratégicos para circulação, contato e atualização cultural.

68,8% *informaram ter se atualizado por redes sociais nas duas semanas anteriores à pesquisa.*



4 O Museu e o clima

Consenso sobre o clima

92,1% afirmam que as emergências climáticas são reais e causadas principalmente por atividades humanas. Esse reconhecimento vem acompanhado de indignação e motivação para agir.



Exigência de sustentabilidade

88,5% defendem que a montagem de exposições considere a pegada ambiental de materiais, logística e descarte. Há forte expectativa por museus com práticas ecologicamente responsáveis.

87,8% *veem os museus como espaços para a troca de conhecimentos sobre o clima.*



5 Expectativas para o futuro



Demanda por inclusão

38,3% querem que os museus ampliem e diversifiquem sua programação cultural.

37,7% esperam apoio a causas sociais da comunidade e artistas locais.

37,1% desejam museus mais inclusivos e acessíveis.

O museu do futuro aparece como mais diverso, participativo e conectado à comunidade.



Leituras-chave ✨

O público de museus que participou da pesquisa é majoritariamente branco e altamente escolarizado.

O acesso às instituições culturais ainda reflete profundas desigualdades socioeconômicas.

Os respondentes buscam experiências de descoberta, aprendizado e sociabilidade.

Quase a totalidade do público avalia sua última visita ao museu como positiva.

Instagram e WhatsApp estruturam o cotidiano digital dos respondentes e podem ser canais estratégicos de aproximação com os públicos.

O público reconhece a gravidade da crise climática e exige ações práticas.

Cobra-se que os museus incorporem critérios ambientais na montagem de exposições.

Os museus são vistos como espaços relevantes para a troca de conhecimentos sobre emergências climáticas e justiça socioambiental.

O museu do futuro deve ser acessível, engajado e conectado à comunidade.

Há desejo por inovação digital, mas a privacidade e a segurança digital aparecem como pontos de maior vulnerabilidade.



Agradecimentos

Rodas: Aurea Pinheiro (CCHL-UFPI), Bruna Cruz (Musehum), Camila Wichers (MAE-USP), Clarisse Rosa (Rede Museologia Kilombola), Fabio Scarano (Museu do Amanhã), Hilda da Silva Gomes (Cedipa-Fiocruz), Lucimara Letelier (RegeneraMuseu), Luis Marcelo Mendes (Cultivia), Maurício Cândido (MAV-FMVZ-USP), Paulo Garcez (Museu do Ipiranga-USP) e Zita Possamai (Fabico-UFRGS).

Testes e divulgação: Adriana Krohling Kunsch (Pinacoteca de São Paulo), Álisson Valentim (Instituto Inhotim), André Angulo (Ibram/Liguiá), Bruna Oliveira (Instituto Inhotim), Camila Hilário, Dandara Teixeira Souza (SEMMG), Daniela Alfonsi (IDG), Daniela Maia (SMTUR-RIO), Eduardo Sarmento (DAM-UFPE), Flávia Piana (SMC-RJ), Graça Castro (Libris-UFG), Isabela Tavares Guerra (FMC-PBH), João Leiva (JLeiva Cultura e Esporte), Jochen Volz (Pinacoteca de São Paulo), Larissa Graça (Fundação Roberto Marinho), Luiz Fernando Mizukami (AMGDC-Sceic-SP), Marcelo Mattos Araújo (IMS), Marcelo Velloso (MAR), Maria Auxiliadora Drumond (EECO-UFMG), Maria Ignez Mantovani Franco (Expomus), Maurício Silva (MAE-USP), Olga Francisca, Paulo Werneck (Quatro Cinco Um), Rafael Diogo dos Santos (MUCHRS), Renata Cittadin (Poiesis), Renata Motta (IDBrasil), Sinara Rubia (Muhcab), Tato Carbonaro (Faamp), Vinicius Santos (Instituto Inhotim) e Yole Mendonça (MAM Rio).

Créditos

A pesquisa **Revisitando Vozes** é uma iniciativa do Comitê Brasileiro do Conselho Internacional de Museus (ICOM Brasil), realizada com apoio financeiro do ICOM, por meio do edital SAREC – Call for Special and Solidarity Projects –, e do SESI Lab, com a colaboração da Tomara! Educação e Cultura.

Conta com o apoio institucional do Comitê Internacional para Educação e Ação Cultural (ICOM CECA), do Comitê Internacional para Museus e Coleções de Ciência e Tecnologia (ICOM CIMUSET) e da Aliança Regional do ICOM para a América Latina e o Caribe (ICOM-LAC), além dos comitês nacionais ICOM Argentina, ICOM Chile, ICOM Colômbia, ICOM Costa Rica, ICOM Equador e ICOM Paraguai.