

## XXV ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO - XXV ENANCIB

### GT 9 – Museu, Patrimônio e Informação

#### ALÉM DO OLHAR: AS IMPRESSÕES DO PÚBLICO VISITANTE EM EXPOSIÇÕES IMERSIVAS

#### *BEYOND THE EYE: THE IMPRESSIONS OF VISITING PUBLIC IN IMMERSIVE EXHIBITIONS*

**Flávia Campos Junqueira** – Universidade Federal da Paraíba (UFPB)

**Luciana Ferreira da Costa** – Universidade Federal da Paraíba (UFPB)

#### **Modalidade: Trabalho Completo**

**Resumo:** As exposições imersivas têm atraído grande público no país prometendo uma experiência única aos visitantes. Na tentativa de contribuir para discussões sobre os estudos de públicos nos museus, o presente relato apresenta impressões do público visitante de três exposições imersivas diferentes. A pesquisa analisa a experiência de imersividade do público, em termos de ludicidade, interatividade e imersividade, nas exposições O Auto de Ariano - O Realista Esperançoso, Van Gogh e os Impressionistas e a sala imersiva do Museu da Imagem e do Som do Ceará Chico Albuquerque, enquanto aprofundamento da observação não participante realizada anteriormente. Para tanto, por meio de questionário aplicado junto ao público visitante das exposições, os resultados mostram que a maior parte dos visitantes se sentiu completa ou parcialmente imersa na exposição visitada. A intenção de visitar novas exposições imersivas no futuro também está presente, manifestada pela quase totalidade do público participante da pesquisa. Conclui que, ainda que se tenha consciência do apelo comercial existente em torno do formato, a sensação de imersividade pôde, ao menos em parte, ser experimentada.

**Palavras-chave:** estudos de público; público visitante; exposições imersivas; experiência imersiva.

**Abstract:** Immersive exhibitions have attracted large audiences in Brazil, promising visitors a unique experience. In an attempt to contribute to discussions on studies of audiences in museums, this report presents the impressions of the visiting public of three different immersive exhibitions. The research analyzes the immersive experience of the public, in terms of playfulness, interactivity and immersiveness, in the exhibitions O Auto de Ariano - O Realista Esperançoso, Van Gogh e os Impressionistas and the immersive room of the Museu da Imagem e do Som do Ceará Chico Albuquerque, as a deepening of the non-participant observation carried out previously. To this end, through a questionnaire applied to the visiting public of the exhibitions, the results show that most visitors felt completely or partially immersed in the exhibition visited. The intention to visit new immersive exhibitions in the future was also present for almost all participants who answered the questionnaire. It concludes that, despite the awareness of the commercial appeal that exists around the format, the feeling of immersiveness could, at least in part, be experienced.

**Keywords:** audience studies; visitor; immersive exhibitions; immersive experience.

## 1 INTRODUÇÃO

**XXV Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação - XXV ENANCIB**  
**Rio de Janeiro, RJ - 03 a 07 de novembro de 2025**

A relação dos públicos com os espaços expositivos se transforma de acordo com os meios disponíveis em cada contexto histórico. Compreendendo os museus como lugares de antecipação do futuro (Britto, 2023) e também como espaços relacionais (Scheiner, 2023), consideramos importante a observação do fenômeno das exposições imersíveis enquanto uma prática cultural, de forma a contribuir com reflexões sobre o fenômeno relacionadas ao campo da Museologia.

No intuito de contribuir para as discussões sobre a relação do público com as exposições imersivas, o presente trabalho apresenta as impressões do público visitante sobre três exposições imersivas diferentes: “O Auto de Ariano - O Realista Esperançoso”, que esteve em cartaz em João Pessoa, na Paraíba, “Van Gogh e os Impressionistas”, que esteve em Natal, no Rio Grande do Norte, e a sala imersiva do Museu da Imagem e do Som do Ceará Chico Albuquerque (MIS Ceará), em Fortaleza, capital cearense. A partir de análise qualitativa dos dados coletados junto ao público visitante das exposições, tecemos aqui algumas elucubrações sobre a experiência de imersividade nas exposições ditas imersivas.

Nos últimos anos, exposições imersivas itinerantes inspiradas em grandes nomes da pintura, de diferentes épocas, invadiram shopping centers de diferentes cidades, prometendo ao público a experiência de entrar nas obras de arte por meio de projeções por todos os lados. De maneira mais detalhada, para explicar o funcionamento da projeção mapeada presente nas exposições imersivas, as pesquisadoras Resende e Lima afirmam que as projeções

[...] tem condições técnicas de criar ambientes totalmente ocupados pela imagem digital projetada, embora não seja regra sua utilização na totalidade: paredes, teto e chão, preenchendo o campo de visão do público visitante. O visitante pode circular pelo espaço como desejar, em qualquer ponto de observação é viável apreciar a obra exposta. O ambiente é necessariamente escuro, condição para a imagem projetada ser visualizada, fechado e com tratamento acústico como forma de amenizar possíveis distrações externas à exposição, mantendo a realidade exterior o mais isolada possível durante a visita. O público, porém, não tem seus sentidos isolados, pode interagir livremente com outros visitantes e circular pela exposição sem aparatos limitadores. (Resende; Lima, 2024, p. 9).

Como exposições imersivas, consideramos aqui, portanto, apenas aquelas que utilizam do recurso de projeções audiovisuais nas paredes, teto e/ou chão, em uma sala escura. Entendemos, porém, que a sensação de imersividade não depende da tecnologia digital e pode estar presente em diferentes meios, embora possamos dizer, como afirmou Oliver Grau (2007), que o computador intensificou essa experiência. Sabemos também que o uso das tecnologias da comunicação, como as projeções audiovisuais, a realidade virtual, realidade

aumentada, entre outras, tem sido cada vez mais comum nos museus e espaços expositivos (Resende, 2024, p. 42).

Além disso, consideramos importante destacar, como nos lembra Leote (2015), que a sensação de imersividade é subjetiva, e que se dará em maior ou menor nível, a depender da predisposição do indivíduo, podendo inclusive ser diferente para uma mesma pessoa, quando vivenciadas em momentos distintos da vida. Rosangela Leote nos lembra que, por isso, obras ou exposições que recorrem à imersividade são melhor conceituadas como imersíveis (Leote, 2015), ou seja, com potencial para induzirem a uma imersividade, mas não condicionante de tal experiência, como induz a compreensão de termos como obra ou exposição imersivas.

Reconhecemos, dessa forma, que o avanço dos recursos midiáticos tecnológicos abre caminhos para novas experiências estéticas, visto que as novas mídias ilusórias seguem uma dinâmica “de relocalar o observador na imagem, eliminando a distância do espaço imagético, intensificando a ilusão e renovando o poder exercido sobre a audiência” (Grau, 2007, p. 394).

A fim de entender a experiência do público visitante das exposições imersivas, interessa-nos então a relação dele com a obra. No presente estágio da investigação, que faz parte de pesquisa maior, de âmbito pós-doutoral, nos aprofundamos sobre a percepção do público, após observação não-participante realizada anteriormente (Junqueira; Costa, 2024), por meio de questionário estruturado, instrumento metodológico que nos possibilita ouvir diretamente o público visitante de tais exposições.

## **2 A EXPERIÊNCIA DE IMERSIVIDADE POR ENTRE EMOÇÕES E SENSAÇÕES: ALÉM DO OLHAR**

Para refletirmos sobre a experiência de imersividade dos visitantes das exposições imersivas, precisamos entender as sensações despertadas, caminho escolhido para observar o fenômeno. Bebemos na fonte de Clement Greenberg (2002) que, ao refletir sobre experiência estética, assume a visão kantiana de que para vivenciá-la, é preciso direcionar, ao menos em parte, a consciência para os sentidos, saindo do lugar da intuição comum para a intuição estética. Grau (2007, p. 394) reforça a existência de um movimento consciente na experiência estética ao afirmar que a ludicidade presente em obras imersivas pode levar a uma alteração da consciência. Podemos ainda pensar na diferença entre emoção e sentimento, tão discutida na psicologia, como nos apresenta Andrea de Matos Machado (2021) em sua tese. A partir de referenciais de diferentes autores que discutiram sobre o assunto, ela nos resume que enquanto as emoções são uma “reação cerebral a um estímulo

**XXV Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação - XXV ENANCIB**  
**Rio de Janeiro, RJ - 03 a 07 de novembro de 2025**

externo”, os sentimentos são o “resultado de uma experiência emocional” (Machado, 2021, p. 43), ou seja, eles surgem a partir das conexões estabelecidas pelas emoções desencadeadas e toda sua experiência de vida. De toda forma, tanto as emoções como os sentimentos, afirma Machado (2021, p. 43), são manifestações afetivas.

Como o foco das impressões no nosso estudo está na sensação de imersividade, podemos dizer que ela estaria no momento primário da emoção, no modo como o corpo do visitante desencadeará outras emoções e sensações diferenciadas. A sensação de imersividade, enquanto reação cerebral ao estímulo advindo das projeções por todos os lados, estaria nesse lugar das emoções primárias, como vimos com Machado (2021), ou ainda, num nível visceral de processamento do cérebro, como ela nos mostra pela perspectiva do design com foco nas questões emocionais (Machado, 2021, p. 47). Ainda de acordo com a autora, o repertório emocional é construído a partir das experiências que se têm ao longo da vida.

O repertório emocional advém de experiências e situações vivenciadas pelo ser humano. Quando emoções são evocadas, esse repertório fica gravado no sistema nervoso para posterior resgate e tomada de decisão, com base em respostas inatas e automáticas internalizadas. [...] No que diz respeito a sentimentos, são gerados a partir do processamento das emoções. Caracterizam-se por ser um estado subjetivo do indivíduo, desencadeado pelo resultado de uma experiência emocional, ou pela maneira como essa emoção é mentalmente internalizada. É a interpretação do estado emocional (Machado, 2021, p. 42).

Ainda que a imersividade possa ser experimentada por diversos meios que não o digital, a experiência de estar em um ambiente circundado por grandes telas com projeções audiovisuais é relativamente nova para a maior parte da população, principalmente pelos recursos tecnológicos disponíveis hoje, construindo agora um repertório em torno disso. Tal compreensão dialoga com Grau (2007, p. 394), quando, ao falar da evolução das mídias ilusionistas, como o cinema e depois o digital, por exemplo, afirma que há uma adaptação do público à imagem de cada nova mídia, tornando a experiência anterior mais distanciada, se comparada à nova, e, nesse processo, a experiência midiática prévia influenciará no efeito causado pela nova experiência. Retomamos Leote (2015) para ajudar a lembrar que a experiência de imersividade acontece em maior ou menor nível justamente por causa da predisposição do sujeito, e essa predisposição dependerá de experiências prévias, ou seja, do repertório midiático anterior. Por todo o exposto, podemos dizer que, seja pela perspectiva da neurociência ou da psicologia, a percepção das sensações, emoções e sentimentos dependerá das conexões cerebrais criadas a partir do repertório de experiências de cada um, ou seja, sempre terá um caráter subjetivo.

**XXV Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação - XXV ENANCIB**  
**Rio de Janeiro, RJ - 03 a 07 de novembro de 2025**

No intuito de conhecer as impressões dos visitantes sobre a experiência vivida na exposição imersiva, seguimos também os caminhos de Köptcke (2012, p. 216), que considera os estudos de recepção do público como um dos pilares dos estudos do público efetivo, junto com as sociografias e os estudos de fluxo. Partindo da perspectiva de que o público é parte fundamental de um museu, como afirmado por Köptcke (2012, p. 214), concordamos com Moraes (2012, p. 169) ao afirmar que, na atual conjuntura, os museus precisam assumir uma postura de escuta com relação aos seus públicos, de maneira que possam ampliar sua participação e acompanhar as demandas que surgem com as transformações sociais e materiais de cada período. Ou ainda, nas palavras de Resende e Lima (2024, p. 14),

As novas TICs [Tecnologias de Informação e Comunicação] em meio expositivo impressionam pelas cores, formas e dimensões gigantescas. Transportam os visitantes para diferentes épocas, lugares ou cenários históricos, culturais ou artísticos, encorajam o visitante a participar ativamente da experiência. Efeitos especiais e simulações realísticas geradas pela tecnologia AV [audiovisual] multissensorial são cada vez mais reais e atraentes.

No atual contexto de rápidas transformações, exercitar a escuta garante aos museus a permanência no papel de fomento à educação, reflexão, à participação comunitária e à diversidade, como proposto em sua mais recente definição (ICOM, 2022). Nesse sentido, ouvir as impressões de visitantes de exposições imersivas, ou como vimos com Leote (2015), imersíveis, pode nos ajudar a delinear caminhos para futuras relações entre espaços museais e seus públicos.

### **3 RECORTE METODOLÓGICO**

A pesquisa tem caráter bibliográfico, descritivo e exploratório, assumindo como temática um fenômeno ainda recente, de estudos iniciais, sob abordagem quali-quantitativa, a partir da relação entre discussões teóricas e as respostas coletadas por meio de questionário estruturado. Constituem os sujeitos da pesquisa o público visitante das referidas exposições, ao qual aplicamos o questionário.

João Pessoa foi a primeira cidade a receber o questionário, na exposição “O Auto de Ariano - O Realista Esperançoso”, em cartaz entre abril e setembro de 2024, no espaço Luzzco. Privado, o espaço é dedicado a exposições imersivas produzidas pela própria empresa e tem a entrada paga. Algumas das produções ganham itinerância por outras cidades após a estreia em João Pessoa.

**XXV Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação - XXV ENANCIB**  
**Rio de Janeiro, RJ - 03 a 07 de novembro de 2025**

A segunda exposição a receber o questionário foi a mostra itinerante “Van Gogh e os Impressionistas”, que esteve em cartaz entre setembro e outubro de 2024, em Natal, no Rio Grande do Norte. A exposição itinerante aconteceu no Natal Shopping, na capital potiguar, enquanto acontecia ao mesmo tempo em outras cidades, já que trata-se de uma franquia da empresa *Lightland* Produções. Para ver a versão imersiva das obras de Van Gogh e outros artistas, também era necessário pagar pelo ingresso.

A última cidade foi Fortaleza, na sala imersiva do MIS Ceará. Na ocasião, estavam em cartaz três exposições ao mesmo tempo: “Aves do Ceará”, da dupla de artistas VJ Suave; “Thomaz Farkas - A Beleza Diante dos Olhos”, uma homenagem ao centenário que o fotógrafo completaria em 2024, e fazia parte de uma exposição maior que ocupava também outros espaços do MIS CE; e “Do Ponto ao Patrimônio”, obra imersiva do programa Cientista Chefe da Cultura, produzida pelo Grupo LED — Laboratório de Experiências Digitais, da Universidade Federal do Ceará, com apoio da Fundação Cearense de Apoio ao Desenvolvimento Científico e Tecnológico, a Funcap. Por ser um equipamento cultural público, vinculado ao Governo do Estado do Ceará, a entrada no MIS CE é gratuita.

A variedade dos tipos de produção, brevemente apresentada acima, foi um critério utilizado na escolha das exposições. Embora todas sejam consideradas exposições imersivas, o acesso pago ou gratuito, os temas e a qualidade técnica das projeções, nos oferece três cenários diferentes para coleta e análise das impressões.

Em todas as cidades, a investigação junto ao público foi realizada no segundo semestre de 2024, e as perguntas foram respondidas via *Google Forms*. Com participação voluntária e anônima, o questionário era composto por treze questões ao total, de rápido preenchimento, sendo 12 questões de múltipla escolha, e uma discursiva, em que o público tinha espaço livre para descrever a experiência e as sensações despertadas, além de um termo de consentimento livre e esclarecido, de preenchimento obrigatório, assim como todo o formulário.

Para aplicação do questionário, as pessoas foram abordadas dentro da exposição nas cidades de Natal e Fortaleza. Já em João Pessoa, o link foi enviado via e-mail, para estudantes da graduação e do mestrado em Artes Visuais da Universidade Federal da Paraíba, após visita à exposição. De todas as pessoas abordadas, 46 responderam ao questionário, sendo 12 delas referentes à exposição “O Auto de Ariano”, em João Pessoa, 11 na sala imersiva do MIS Ceará, em Fortaleza, e 23 na itinerância de Van Gogh, em Natal.

**XXV Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação - XXV ENANCIB**  
**Rio de Janeiro, RJ - 03 a 07 de novembro de 2025**

Na seção seguinte apresentamos os resultados da pesquisa no todo e não por exposição, visto todas serem imersivas, apesar de que em algum momento evocamos resultados mais proeminentes sobre algum fator específico de cada exposição.

#### **4 O QUE DIZEM OS VISITANTES DAS EXPOSIÇÕES IMERSIVAS**

Como recorte do presente relato, nos debruçaremos aqui em questões específicas do questionário, referentes à experiência propriamente vivenciada, deixando de lado, por hora, os marcadores sociodemográficos. O foco, neste trabalho, permanecerá em torno das questões subjetivas.

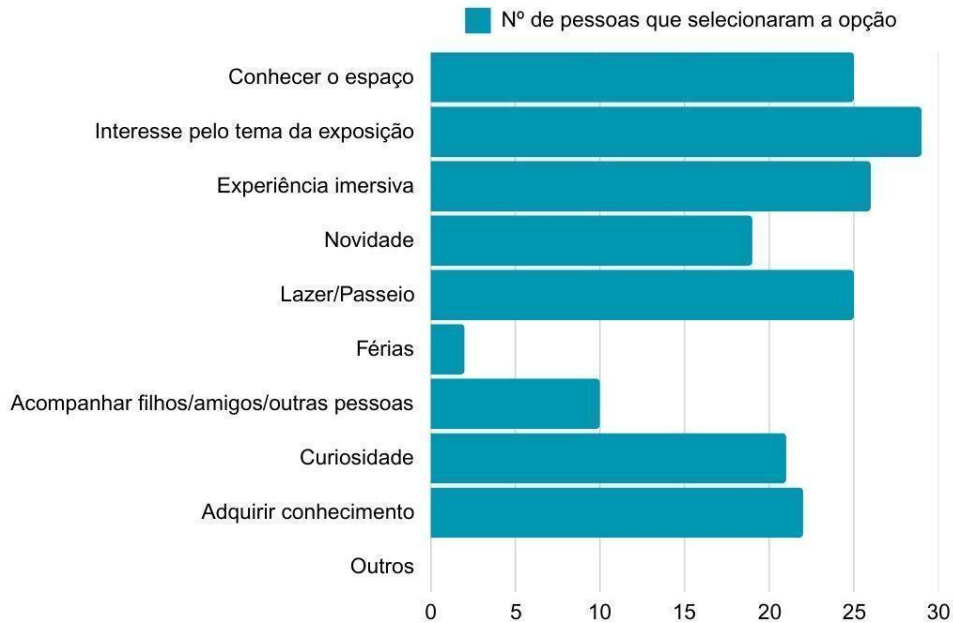
Iniciamos nossa análise sobre o que motivou a ida àquela exposição. A intenção era verificar quais fatores estão presentes na decisão de escolher uma exposição no formato imersivo. Entre os itens de múltipla escolha presentes na pergunta sobre o motivo da visita, os respondentes podiam selecionar mais de uma opção (Gráfico 1). O item “experiência imersiva” apareceu como um dos motivos para 26 das 46 pessoas que responderam, ficando apenas como segundo fator motivador para a visita. A opção com mais respostas foi “Interesse pelo tema”, apontado por 29 pessoas. Fatores como “curiosidade” e “novidade” foram motivadores para 21 e 19 pessoas, respectivamente. “Conhecer o espaço” e “lazer/passeio” tiveram 25 respostas cada, “adquirir conhecimento”, 22, “acompanhando filhos/amigos ou outras pessoas”, 10 respostas. Apenas duas pessoas escolheram a opção “férias” e a opção “outros” não foi selecionada.

**Gráfico 1** - Motivos de visita à exposição. Universo total de respondentes.

**XXV Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação - XXV ENANCIB**  
**Rio de Janeiro, RJ - 03 a 07 de novembro de 2025**

**Quais os motivos de sua visita a essa exposição imersiva?**

46 respostas



Fonte: Junqueira (2025)

Observamos, aqui, que os fatores relacionados à imersividade e à curiosidade em torno do novo formato estiveram presentes para pouco mais da metade dos respondentes, e podemos relacionar este dado com outro, sobre a primeira vez numa exposição imersiva, em que 27 pessoas disseram ser aquela sua primeira visita a uma exposição do tipo, número próximo aos que selecionaram a experiência imersiva como fator motivador. A curiosidade, apontada por 21 respondentes, fica próximo também, embora a temática ainda seja o fator que mais atraia o público.

No intuito de mensurar de alguma maneira a pré-disposição dos visitantes para a experiência de imersividade, perguntamos se em algum momento da visita, o respondente percebeu ou pensou nas sensações físicas proporcionadas pela experiência, e a grande maioria, 41 pessoas, respondeu que sim. Baseados em Grau (2007) e Greenberg (2002), como vimos anteriormente, acreditamos que apurar o grau de consciência do público sobre os próprios sentidos nos aproxima da possibilidade da experiência de imersividade enquanto uma intuição estética. Apenas quatro visitantes responderam que não pensaram nos sentidos durante a visita, enquanto uma pessoa não soube dizer. Para facilitar a compreensão do público acerca da experiência que gostaríamos de capturar, optamos pelo uso no questionário das palavras “sensações físicas”, especificando que nos referíamos aos sentidos humanos - audição, olfato, tato, paladar, visão e etc. Podemos entender a ideia de sensações pelo mesmo

**XXV Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação - XXV ENANCIB**  
**Rio de Janeiro, RJ - 03 a 07 de novembro de 2025**

sentido das “emoções”, como vimos no capítulo anterior (Machado, 2021). Consideramos, no entanto, que o emprego do termo “emoções” nas perguntas, poderia confundir o público, levando a uma interpretação do estado emocional, o que estaria mais relacionado aos sentimentos, e não às emoções primárias, o que ficou evidente no espaço disponível para livre expressão no questionário. Sendo assim, a palavra sensação permitiu uma melhor compreensão da emoção primária de contato do estímulo exterior com os sentidos corpóreos.

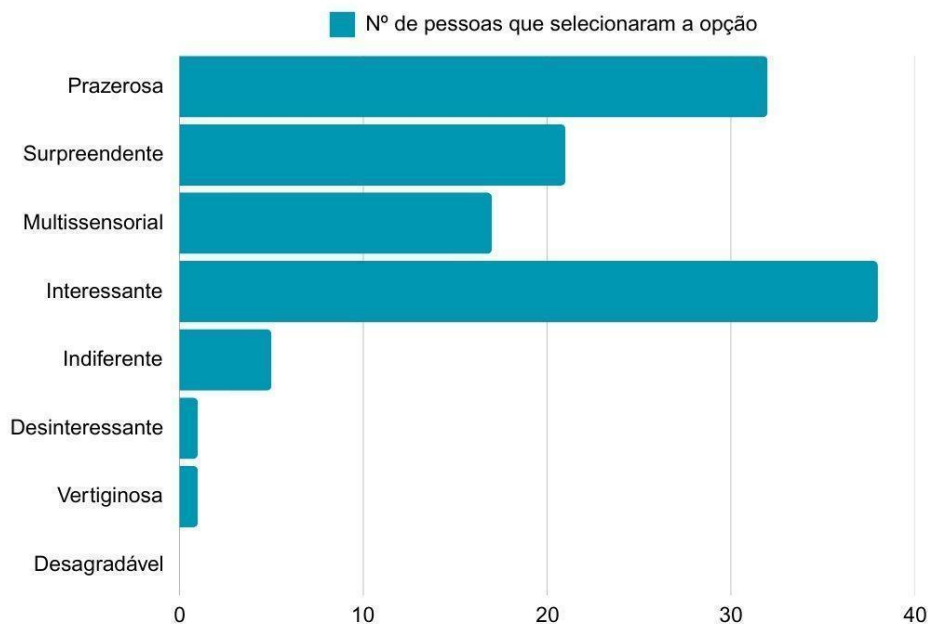
Ainda no intuito de capturar a impressão sobre a imersividade, a pergunta seguinte questionava se o visitante se sentiu parte da exposição imersiva, em referência à sensação de estar parcial ou completamente imerso nas projeções. Das 46 pessoas, 23 disseram ter se sentido parte, ao menos parcialmente, enquanto 14 afirmaram se sentir completamente parte da exposição, somando 37 respostas positivas. Seis pessoas se sentiram indiferentes/neutras e três disseram não terem se sentido imersas, somando nove respostas negativas ao total. Podemos então notar uma proximidade do número de pessoas que se sentiu parte da exposição, com o número de pessoas que respondeu afirmativamente na questão anterior, indicando uma possível relação entre a consciência dos sentidos à sensação de imersividade em algum nível.

Na avaliação geral da experiência (Gráfico 2), 38 pessoas disseram ter sido “Interessante” e 32 também consideraram “Prazerosa”, sendo que nesta questão os respondentes também podiam escolher mais de uma opção. Ainda, 21 pessoas avaliaram a experiência como “Surpreendente” e 17 como “Multissensorial”. Apenas cinco pessoas avaliaram como “Indiferente”, número próximo às seis respostas de indiferença na questão anterior, uma pessoa sinalizou como “Desinteressante” e uma como “Vertiginosa”. Havia ainda a opção “Desinteressante”, que não incidiu em respostas.

**XXV Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação - XXV ENANCIB**  
**Rio de Janeiro, RJ - 03 a 07 de novembro de 2025**

Como você avalia sua experiência na exposição imersiva que acabou de visitar?

46 respostas



Fonte: Junqueira (2025)

Na última questão do questionário, a única discursiva, um campo em aberto solicitava que o público descrevesse as sensações despertadas e a experiência como um todo. De uma maneira geral, os depoimentos foram mais positivos do que críticos.

[...] No geral, considero que a experiência foi extremamente positiva e deve ser ainda mais difundida para o público geral, em especial aqueles que acreditam que museus e espaços de arte são ambientes datados e "chatos". [...] (respondente 5 - João Pessoa/PB).

Surreal (respondente 17 - Fortaleza/CE).

Incrível (respondente 18 - Fortaleza/CE).

Como eu nunca tinha vindo a uma exposição como esta, fiquei surpreso e muito feliz com os detalhes minimamente pensados e explorados. Foi uma sessão muito prazerosa. Me fez querer participar mais vezes (respondente 22 - Fortaleza/CE).

Uma experiência maravilhosa, ainda mais em um equipamento público do Estado. Deveria ser mais divulgado para a população (respondente 23 - Fortaleza/CE).

É incrível, lindo e único (respondente 30 - Natal/RN).

Nas impressões críticas, o caráter mercadológico presente em duas das exposições investigadas - João Pessoa e Natal - foi evidenciado em alguns depoimentos, principalmente por causa do valor dos ingressos, adicionando à experiência uma relação de custo-benefício, como vemos a seguir:

Legal, porém muito cara, esperava mais (respondente 44 - Natal/RN)

Muito ruim. Sensação de dinheiro jogado fora (respondente 28 - Natal/RN).

**XXV Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação - XXV ENANCIB**  
**Rio de Janeiro, RJ - 03 a 07 de novembro de 2025**

[...] Durante a visita, não me senti muito imersa, especialmente na sala de projeções, me parecia mais que eu estava vendo um vídeo num telão de cinema (respondente 7 - João Pessoa/PB)

[...] Eu esperava ter uma experiência sensorial melhor, achei que a exposição foi projetada para “ficar bonita nas fotos” pela lente do telefone ela é linda, já para meus olhos ela não foi tão incrível assim [...] (respondente 39 - Natal/RN).

Entre os comentários positivos, podemos notar a evidência dos sentidos e da imersividade presente em algumas respostas, que destacamos aqui:

Incrível me senti parte (respondente 11 - João Pessoa/PB)

Experiência muito boa! Desperta o imaginário. Aguça a visão e as emoções (respondente 24 - Natal/RN).

Um local de interação entre o espectador e as obras dos artistas (Van Gogh e os impressionistas), onde quase sentimos as imagens tocando nosso corpo e fluindo junto com nossa mente (respondente 45 - Natal - RN).

Muito interessante, sensação de realmente estar inserido na paisagem (respondente 14 - Fortaleza/CE).

Me senti dentro do espetáculo apresentado. Como se tivesse fazendo parte do vídeo (respondente 21 - Fortaleza/CE).

Além dos sentidos propriamente ditos, as sensações enquanto interpretações dos estados emocionais, como sugerimos anteriormente, também foram descritas, como podemos observar a seguir:

Maravilhosa, me emocionou muito (respondente 1 - João Pessoa/PB).

Sentimento de paz e calma (respondente 13 - Fortaleza/CE).

Eu senti felicidade, curiosidade, arrepios, encanto (respondente 43 - Natal/RN).

[...] foi uma experiência maravilhosa. A cada música que tocava vinha um novo sentimento (respondente 36 - Natal/RN).

[...] Me despertou tranquilidade/paz... (respondente 29 - Natal/RN)

Foi uma experiência maravilhosa. Sensações de encantamento e alegria (respondente 41 - Natal/RN).

Por fim, perguntamos, também, aos públicos investigados, sobre a intenção de visitar novas exposições imersivas no futuro, ao que obtivemos que a grande maioria, 38 entre 46, afirmaram que sim, ou seja, pretendem visitar. Apenas sete responderam com “talvez”, e apenas uma respondeu “não sei dizer”. Não houve incidência para a opção “não pretendo visitar”. Diante de nenhuma negativa categórica sobre futuras visitas às exposições imersivas, podemos concluir que houve receptividade do público ao formato destas exposições. Inclusive, estabelecendo relação com este resultado, consideramos pertinente registrar que

durante as visitas de investigação, embora o instrumento de coleta de dados tenha sido aplicado apenas a maiores de 18 anos, notamos, sobremaneira, a presença de muitas crianças em todas as salas, o que consideramos ponto fundamental na formação de público futuramente. Além disso, confirma a constatação de Rezende e Lima (2024, p. 14), que retomamos aqui, ao afirmarem que os “efeitos especiais e simulações realísticas geradas pela tecnologia AV [audiovisual] multissensorial são cada vez mais reais e atraentes”, sobretudo, para o público infantil, ao que acrescentamos, a partir dos elementos de luz, cores, texturas e movimentos comuns neste formato de exposição.

## **5 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

A pesquisa em relato objetivou refletir sobre a experiência do público nas exposições imersivas, a partir de questionário estruturado, com o levantamento de dados do público visitante de três exposições imersivas diferentes. As impressões registradas pelos respondentes nos permitiram conhecer as percepções individuais acerca das exposições e as sensações despertadas junto ao público.

Para entendermos a experiência de imersividade, seguimos como perspectivas teóricas as ideias de Leote (2015), que afirma que a imersividade só existe quando há a predisposição do sujeito para vivenciá-la, assim como as ideias de Grau (2007) que, ao nos lembrar que a possibilidade de imersividade foi intensificada pela tecnologia digital, nos ajuda a compreender a importância de analisar as transformações na relação do público com obras e exposições imersíveis.

Para falarmos da consciência dos visitantes sobre os próprios sentidos, lançamos mão do conceito de experiência estética a partir da leitura de Greenberg (2002), somadas à revisão realizada por Machado (2021) com a diferenciação entre emoções e sentimentos. Ao afirmarmos que uma experiência, para ser estética, depende minimamente de um grau de consciência direcionada aos sentidos, reforçamos a perspectiva neurocientífica de Leote (2015), que compreende a subjetividade humana como parte de um corpo físico, dotado de sentidos.

Por sua vez, para pensarmos a relação dos públicos com os espaços dedicados à exibição de trabalhos artísticos e com seus acervos, consideramos relevante também retomar brevemente Köptcke (2012) e suas reflexões sobre os públicos nos museus, reconhecendo a importância de acompanhar as transformações materiais de cada contexto histórico, que

**XXV Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação - XXV ENANCIB**  
**Rio de Janeiro, RJ - 03 a 07 de novembro de 2025**

impactam nos recursos tecnológicos disponíveis e nos seus usos no fazer e no fruir artístico. Assim como Resende e Lima (2024) nos ajudaram a reconhecer que o uso das tecnologias da informação e comunicação, em específico os recursos de projeção audiovisual presente nas exposições imersíveis, intensificam a relação do público com o espaço museal, seus temas e objetos.

A partir dos resultados obtidos, constatamos que as três exposições analisadas conseguiram influenciar no direcionamento da consciência dos visitantes para os sentidos, em alguma medida, visto que a grande maioria afirmou ter pensado nas sensações físicas durante a visita. Sob a perspectiva de Greenberg (2002), tal resposta reforça a ideia de que a sensação de imersividade esteve presente, ainda que parcialmente, para a maior parte dos visitantes que aceitaram responder o questionário. Apesar da experiência de imersividade não ter sido o principal motivador para as visitas, praticamente todos os respondentes declararam ter a intenção de visitar novas exposições imersivas futuramente, concluindo que as exposições imersivas podem funcionar como formadoras de público, além de apontarem novos caminhos para a fruição artística.

Consideramos que conhecer os interesses e opiniões do público sobre formatos emergentes de exibição e fruição artística podem ajudar a vislumbrar possíveis caminhos para pensarmos o futuro dos museus. Como desdobramento das análises aqui engendradas, pretendemos aprofundar as reflexões sobre a utilização de recursos de imersividade nos espaços expositivos brasileiros como forma de aproximação de tais espaços com seus visitantes, potencializando o vínculo com o público cativo e conquistando novos públicos.

#### **AGRADECIMENTOS**

À Fundação de Apoio à Pesquisa do Estado da Paraíba pelo financiamento da pesquisa.

#### **REFERÊNCIAS**

BRITTO, Clovis Carvalho. Quando um museu inaugura a cidade: o museu histórico de Brasília como síntese da imaginação museal de Juscelino Kubitscheck. *In*: MAGALHÃES, Fernando; COSTA, Luciana Ferreira da; HERNÁNDEZ-HERNÁNDEZ, Francisca; CURCINO, Alan.

**Museologia e Patrimônio**. Leiria: Edições do IPEleiria, 2023. v. 10, p. 447-474. Disponível em: [https://www.ipleiria.pt/eseccs/wp-content/uploads/sites/15/2024/02/Livro-Museologia-e-Patrim%C3%B3nio-Volume-10-2023-Final\\_low.pdf](https://www.ipleiria.pt/eseccs/wp-content/uploads/sites/15/2024/02/Livro-Museologia-e-Patrim%C3%B3nio-Volume-10-2023-Final_low.pdf). Acesso em: 12 abr. 2025.

CONSELHO INTERNACIONAL DE MUSEUS. **Definição de Museu, aprovada durante a Conferência Geral do ICOM**. Praga: ICOM, 2022. Disponível em: [https://www.icom.org.br/?page\\_id=2776\\_](https://www.icom.org.br/?page_id=2776_) Acesso em: 12 abr. 2025.

**XXV Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação - XXV ENANCIB**  
**Rio de Janeiro, RJ - 03 a 07 de novembro de 2025**

GRAU, Oliver. **Arte Virtual: da Ilusão à Imersão**. Tradução: Cristina Pescador, Flávia Gisele Saretta e Jussânia Costamilan. 1. ed. São Paulo: UNESP: Senac, 2007. 468 p.

GREENBERG, Clement. **Estética doméstica**. São Paulo: Cosac & Naify, 2002.

JUNQUEIRA, Flávia Campos; COSTA, Luciana Ferreira. Ludicidade, interatividade e imersividade: modos de fruição nas exposições imersivas. *In*: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 24., 2024, Vitória. **Anais [...]**. Vitória: Ancib, 2024. p. 1–15.

JUNQUEIRA, Flávia Campos. Figuras 1 e 2. Gráficos. 2025.

KÖPTCKE, Luciana Sepúlveda. Público, o X da questão? A construção de uma agenda de pesquisa sobre os estudos de público no Brasil. **Museologia & Interdisciplinaridade**, [S.l.], v. 1, n. 1, p. 209-235, jan./jul. 2012.

LEOTE, Rosangella. **ArteCiênciaArte**. 1. ed. São Paulo: Unesp Digital, 2015.

MACHADO, Andrea de Matos. **Design emocional e interatividade em museus: a experiência de visita centrada no usuário**. Orientadora: Suzi Maria Carvalho Mariño; Coorientadora: Carina Santos Silveira. 2021. 300 f. Tese (Doutorado em Artes Visuais) - Escola de Belas Artes, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2021.

MORAES, Júlia Nolasco Leitão de. Horizontes e itinerários da participação dos públicos nos museus. **Museologia & Interdisciplinaridade**, v. 10, n. 20, p. 168-190, jul./dez. 2021.

RESENDE, Úrsula Vieira; LIMA, Diana Farjalla Correia. Experiências imersivas: perspectivas em museus e espaços expositivos do século XXI frente às novas tecnologias da informação e comunicação. *In*: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 24., 2024, Vitória. **Anais [...]**. Vitória, ES: Ancib: UFES, 2024. p. 1-18. GT-9.

RESENDE, Úrsula Vieira de. **Experiências imersivas e interativas: perspectivas em museus e espaços expositivos do século XXI frente às novas TICs**. Orientadora: Diana Farjalla Correia Lima. 2024. 143 f. Tese (Doutorado em Museologia e Patrimônio) – Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro/Museu de Astronomia e Ciências Afins, Rio de Janeiro, 2024.

SCHEINER, Teresa Cristina Moletta. Prólogo: Museologia, patrimônio, narrativas do real. O que dizem, hoje, os museus? *In*: MAGALHÃES, Fernando; COSTA, Luciana Ferreira da; HERNÁNDEZ HERNÁNDEZ, Francisca; CURCINO, Alan (coord.). **Museologia e Patrimônio**. Leiria: IPLeiria, 2023. v. 9. p. 12-61. Disponível em: <https://www.ipleiria.pt/eseccs/wp-content/uploads/sites/15/2023/08/Livro-Museologia-Volume-9-2023-Final.pdf>. Acesso em: 12 abr. 2025.