



Secretaria da Cultura do
Estado de São Paulo

Boletim UM

Pesquisas de Público da
Cultura em SP: Diagnóstico e
Perspectivas

Unidade de Monitoramento
Secretaria da Cultura do Estado de SP
São Paulo, Novembro de 2017, n. 6



Boletim UM

Pesquisas de Público da Cultura em SP:
Diagnóstico e Perspectivas

Unidade de Monitoramento
Secretaria da Cultura do Estado de SP
São Paulo, Novembro de 2017, n. 6

6

Apresentação

O **Boletim UM** é uma publicação da Secretaria da Cultura do Estado de São Paulo produzida por sua Unidade de Monitoramento (UM), para divulgar informações de interesse público sobre atividades exercidas pela Secretaria, inclusive relativas à sua política, organização, serviços e parcerias.

O **Boletim UM nº 6** traz uma síntese do diagnóstico efetuado pela Assessoria Técnica da Unidade de Monitoramento sobre as pesquisas de público realizadas pelas Organizações Sociais de Cultura (OSs) em 2015. Essas pesquisas vêm contribuindo para a avaliação da qualidade das ações executadas no âmbito dos Contratos de Gestão e para a verificação do grau de satisfação do público com os serviços prestados.

O diagnóstico teve por base as pesquisas apresentadas pelas OSs nos Relatórios Anuais de 2015, com eventuais complementações. A partir deste diagnóstico, a UM aponta algumas perspectivas de aprimoramento das pesquisas de perfil e satisfação do público dos equipamentos culturais, grupos artísticos e programas geridos em parceria com as OSs de Cultura, de modo a viabilizar a obtenção de indicadores mais consistentes, confiáveis e comparáveis no que diz respeito à qualidade dos resultados alcançados. Essas perspectivas serão objeto de discussões e de elaboração de propostas específicas de melhoria das próximas pesquisas. Nesse sentido, o compartilhamento das informações aqui descritas e do processo de aperfeiçoamento objetiva avançar mais um passo também na transparência da gestão estadual de cultura em São Paulo, com ênfase para um assunto sempre em evidência: a questão do público. Ainda nessa direção, compartilhamos também no Portal da Transparência Cultura a íntegra das principais pesquisas citadas.

Após dedicar-se à estruturação de indicadores de conformidade, eficácia e economicidade, em atendimento aos órgãos de controle, em 2017 o foco da UM voltou-se para a construção de indicadores das áreas fins da Política Estadual de Cultura da SEC SP, em ação articulada no âmbito do LabCult – Laboratório de Políticas Públicas de Cultura do Estado de São Paulo, uma iniciativa da SEC SP em parceria com o Núcleo de Pesquisas em Políticas Públicas da Universidade de São Paulo – NUPPs/USP.

Unidade de Monitoramento, SEC SP – Novembro/2017.

Pesquisas de público realizadas pelas Organizações Sociais de Cultura em 2015

A fim de verificar os resultados alcançados e o grau de satisfação do público com as ações executadas no âmbito dos Contratos de Gestão, as Organizações Sociais vêm realizando pesquisas de públicos, seja diretamente com suas equipes internas, seja por meio de totens eletrônicos ou, ainda, via contratação de empresas especializadas no desenvolvimento de pesquisas sob encomenda, desenhadas a partir de necessidades específicas das OSs. Essas pesquisas são enviadas à SEC SP juntamente com os Relatórios Anuais de Atividades, de modo a fornecer informações complementares para avaliação da execução das ações previstas nos Planos de Trabalho.

Além de trazer subsídios para a gestão de programas, equipamentos culturais e grupos artísticos geridos em parceria com a SEC SP, essas pesquisas são de suma importância para apoiar a análise das prestações de conta, tanto pelas equipes da SEC SP, quanto por órgãos de controle que acompanham a execução dos Contratos de Gestão. Por esse motivo, a Unidade de Monitoramento efetuou um diagnóstico do conjunto de pesquisas realizadas pelas OSs em 2015, com o intuito de identificar necessidades de aprimoramento no uso desse instrumento, que é cada vez mais utilizado para verificação de resultados alcançados no âmbito das Políticas Públicas de Cultura.

É importante ressaltar que o diagnóstico da UM priorizou aspectos metodológicos das pesquisas de público, sendo que os resultados identificados por essas pesquisas, embora mencionados, não se constituíram no objeto principal desta análise. Em função da heterogeneidade de pesquisas, coube apresentar uma síntese dos tipos de pesquisa encontrados, alguns exemplos de boas práticas e os principais desafios a serem enfrentados. Vale também registrar que esta publicação traz apenas alguns exemplos do que foi encontrado no diagnóstico e que a seleção dos casos em destaque procurou contemplar os diversos tipos de objetos culturais relacionados aos Contratos de Gestão. Há várias outras pesquisas realizadas com esmero e rigor técnico disponíveis no Portal Transparência Cultura.

Escopo do diagnóstico – Características das pesquisas analisadas

Para a realização do diagnóstico referente ao exercício de 2015, foram analisadas **102 pesquisas de público**⁽¹⁾, dentre as quais 78 realizadas diretamente pelas OSs (76%) e 24 por empresas contratadas (24%), conforme detalhado adiante. Cabe registrar que, dentre as 20 OSs parceiras da SEC SP em 2015, 18 entregaram informações sobre pesquisas de público e apenas duas não enviaram nenhum material.

OSs que realizaram pesquisas = 18 de 20

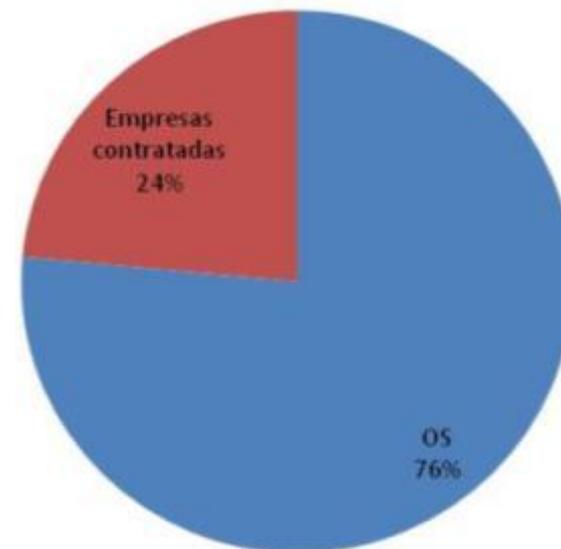
AAPG	APAC	INCI
ABAÇAI	APAF	PENSARTE
ACAM	APD	POIESIS
ACASA	CATAVENTO	SAMAS
ADAAP	FOSESP	SMC
AMAB	IDBRASIL	SPLEITURAS

OSs que não enviaram informações sobre pesquisas = 2

AACT

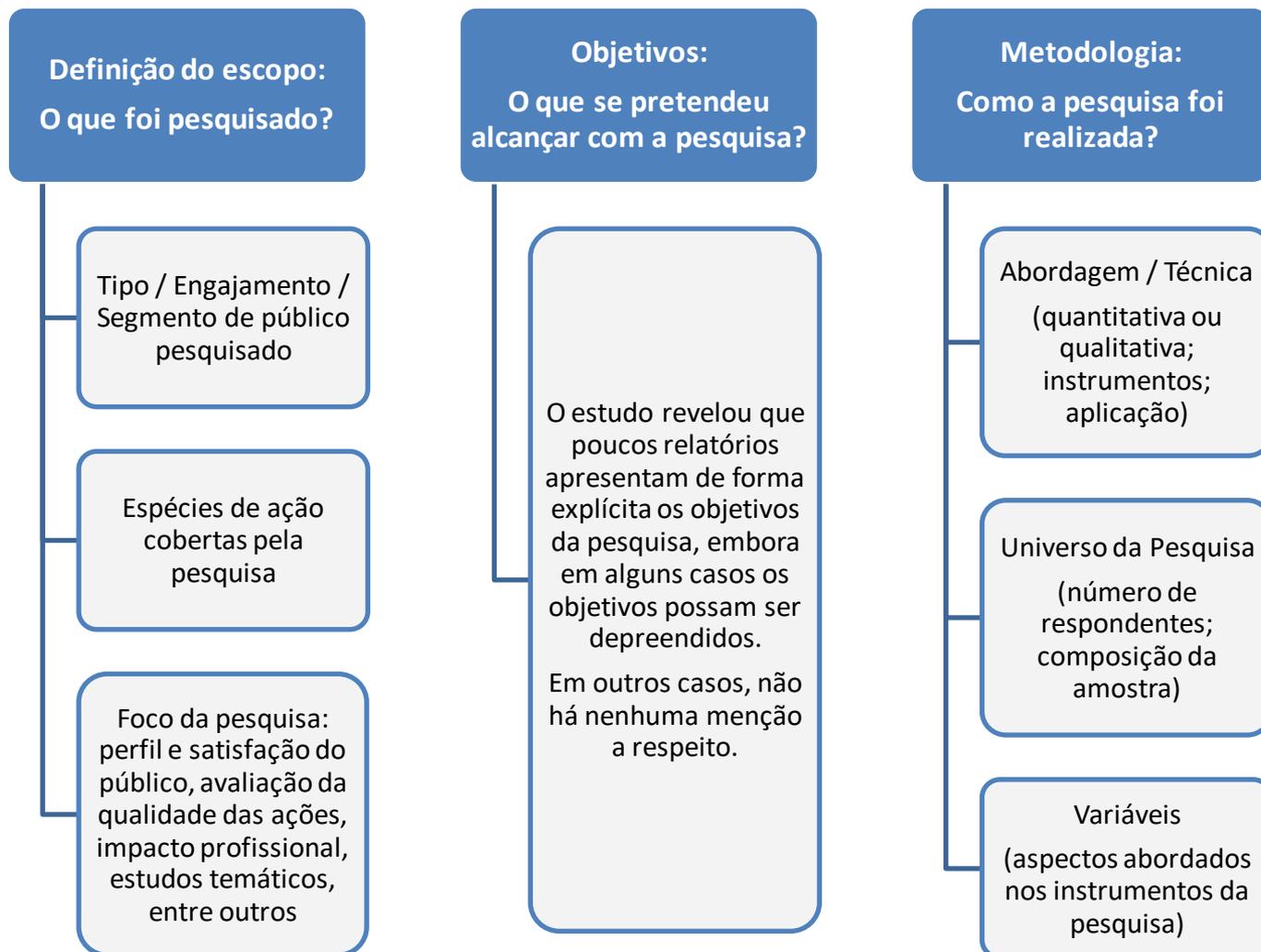
APAA

Realização das Pesquisas



(1) No Anexo I encontra-se a lista das pesquisas analisadas.

Itens de verificação no diagnóstico



Síntese dos achados do diagnóstico

Em primeiro lugar, cabe destacar que o conjunto das pesquisas analisadas é **bastante heterogêneo**, tanto em termos do rigor metodológico da pesquisa, quanto em relação ao modo como as informações foram disponibilizadas.

A seguir, será apresentada uma síntese do estudo efetuado, com ênfase nas especificidades de cada tipo de pesquisa, nos tipos de públicos e espécies de ações, nas variáveis mais frequentes, nas limitações e dificuldades apontadas pelas OSs, nos pontos de melhoria e, finalmente, nos exemplos de pesquisas para os diversos objetos culturais.

Variedade de pesquisas de público

As pesquisas variam em função dos **tipos de objetos culturais**. No âmbito da SEC SP, são considerados objetos culturais os conjuntos delimitados de serviços e bens culturais criados por lei, decreto ou resolução promulgados pelo Governo do Estado de São Paulo como atribuições da Pasta. Relacionam-se especificamente a três categorias: **equipamento cultural**, **grupo artístico**, **programa cultural**.

Objetos Culturais – Definição na Matriz Parametrizada de Ações Culturais - MaPA

GRUPO ARTÍSTICO

Grupo mantido de forma contínua para disseminação, desenvolvimento e aprimoramento de sua produção artística. Oferece espetáculos em diversas linguagens, em variados estilos. Além da qualidade técnica, há uma preocupação em democratizar o acesso às expressões culturais e artísticas, seja por meio de turnês, de apresentações didáticas ou a preços populares, ou mesmo pela transmissão em diferentes mídias. Inclui grupos artísticos de excelência, constituídos por profissionais ou jovens artistas, como a São Paulo Companhia de Dança, a Orquestra Sinfônica do Estado de SP (OSESF), a Orquestra Jazz Sinfônica do Estado de SP, a Orquestra do Teatro São Pedro, a Orquestra Jovem do Estado, a Orquestra Jovem Tom Jobim, a Banda Sinfônica Jovem do Estado, o Coral Jovem do Estado, assim como os Grupos Pedagógico-Artísticos do Conservatório de Tatuí.

PROGRAMA CULTURAL

Ações continuadas ou periódicas que podem ocorrer em locais regulares ou variados, não se reduzindo necessariamente a um endereço ou a um grupo específico. Orientam-se por objetivos, diretrizes e estratégias centrais para o desenvolvimento de suas ações, desde atividades de formação e qualificação até difusão de trabalhos culturais e artísticos. Inclui programas em rede geridos com o apoio de parceiros externos, como o Projeto Guri, programas geridos com ou sem apoio de parceiros externos, como Pontos MIS, Academia OSESF ou Programas de Leitura e eventos periódicos de Difusão Cultural, como o Revelando São Paulo, e ações de desenvolvimento institucional, como o Apoio ao SISEM e SISEB.

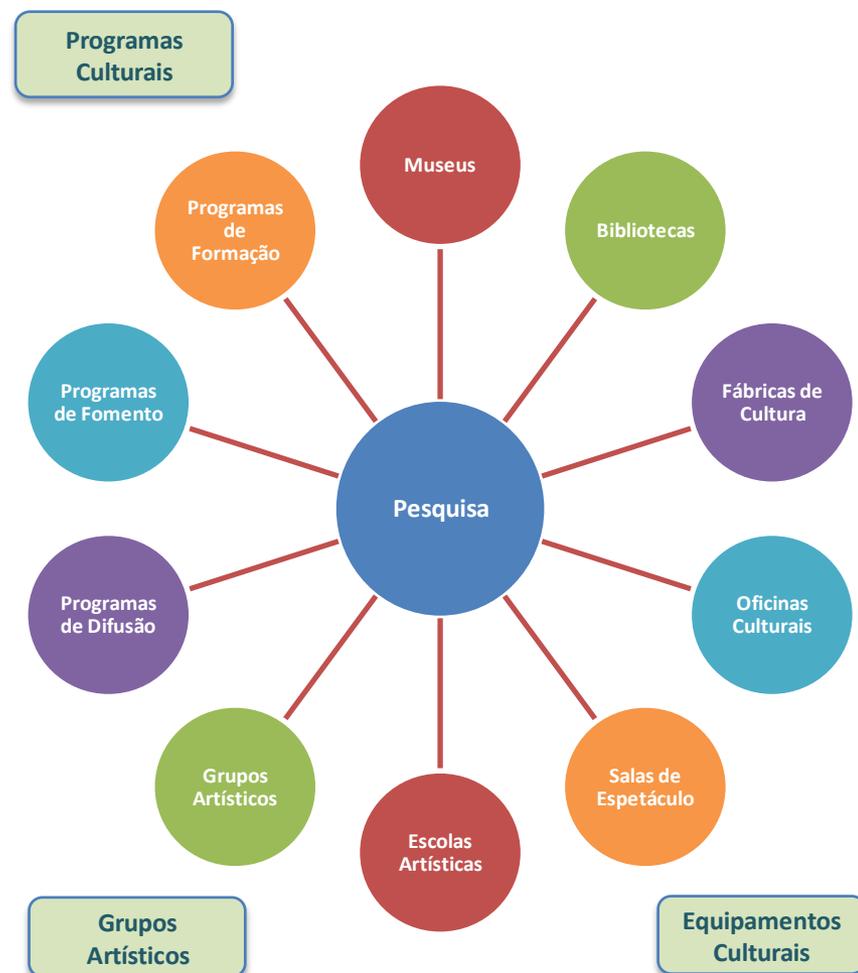
EQUIPAMENTO CULTURAL

Espaços que oferecem atividades variadas a seus frequentadores, de modo perene e organizado, propiciando o acesso a diferentes modalidades culturais e a meios de produção cultural. Alguns têm acervos permanentes, outros priorizam atividades de formação artística e/ou cultural; outros, ainda, se caracterizam mais como espaços de troca e convivência sociocultural. Inclui Museus, Bibliotecas, Salas de Espetáculos, Fábricas de Cultura, e estão relacionadas a um Local Sede.

Diferentes pesquisas de público

As pesquisas examinadas podem ser divididas por **tipo de objeto cultural**

Cada objeto cultural está relacionado a ações específicas e, portanto, contempla um tipo específico de público. Consequentemente, as pesquisas acabam refletindo essa variedade. Os programas culturais, por exemplo, podem abranger ações de formação, com públicos pedagógicos que frequentam regularmente as atividades oferecidas; já os programas de fomento oferecem apoio a projetos de terceiros; os programas relacionados à difusão, por sua vez, oferecem ações pontuais, atraindo um público espontâneo que não mantém necessariamente regularidade na frequência às ações. Do mesmo modo, os equipamentos culturais também abrangem diferentes objetos culturais, que podem ser Museus, Bibliotecas, Fábricas de Cultura, Oficinas Culturais (espaços que têm em comum o oferecimento de uma variada gama de ações e serviços para diferentes públicos, mas que possuem características específicas que os distinguem dos demais), ou escolas artísticas (com oferta continuada de ações de formação para públicos específicos) ou, ainda, salas de espetáculos (que garantem o acesso a obras artísticas para o público em geral). Por fim, os grupos artísticos envolvem tanto ações internas de desenvolvimento, criação e manutenção do próprio grupo, como ações de difusão das obras produzida para o público em geral, além de ações de formação para públicos específicos, como o público escolar. Certamente esses diferentes modos de atuação resultam em públicos diversos, o que se reflete, como foi dito, nas pesquisas de público realizadas.



Diferentes pesquisas de público

As pesquisas examinadas podem ser divididas pelo **engajamento do público**

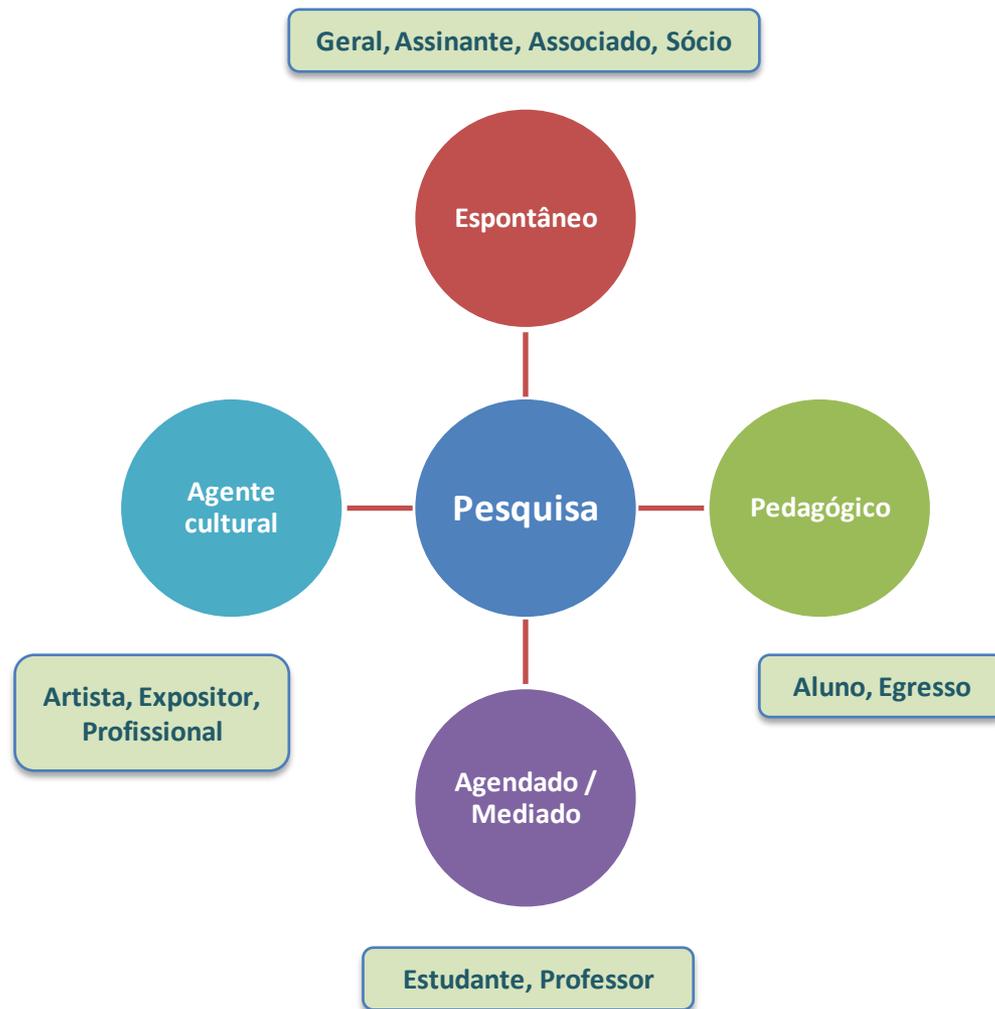
Do mesmo modo que o objeto cultural e as espécies de ação se refletem no tipo de pesquisa realizada, o **engajamento do público**, que envolve diferentes graus de envolvimento nas ações, também requer enfoques específicos.

Uma ação agendada, por exemplo, poderá contar com um público de perfil específico (alunos da escola pública X, do 6º ano etc.), que será recebido em um horário pré-definido, para seguir um roteiro previamente planejado, conforme os objetivos acordados com a equipe do equipamento cultural.

Por outro lado, o público espontâneo de um evento terá motivações diferenciadas para a vinda e sua participação poderá ser pontual.

Já o público pedagógico, que vem para ações educativas, poderá estabelecer vínculos mais contínuos com outros participantes das atividades e com o equipamento frequentado.

Estes são apenas alguns exemplos de diferentes modos de engajamento do público com as ações culturais, o que certamente implicará em diferentes objetivos e metodologias de pesquisa.



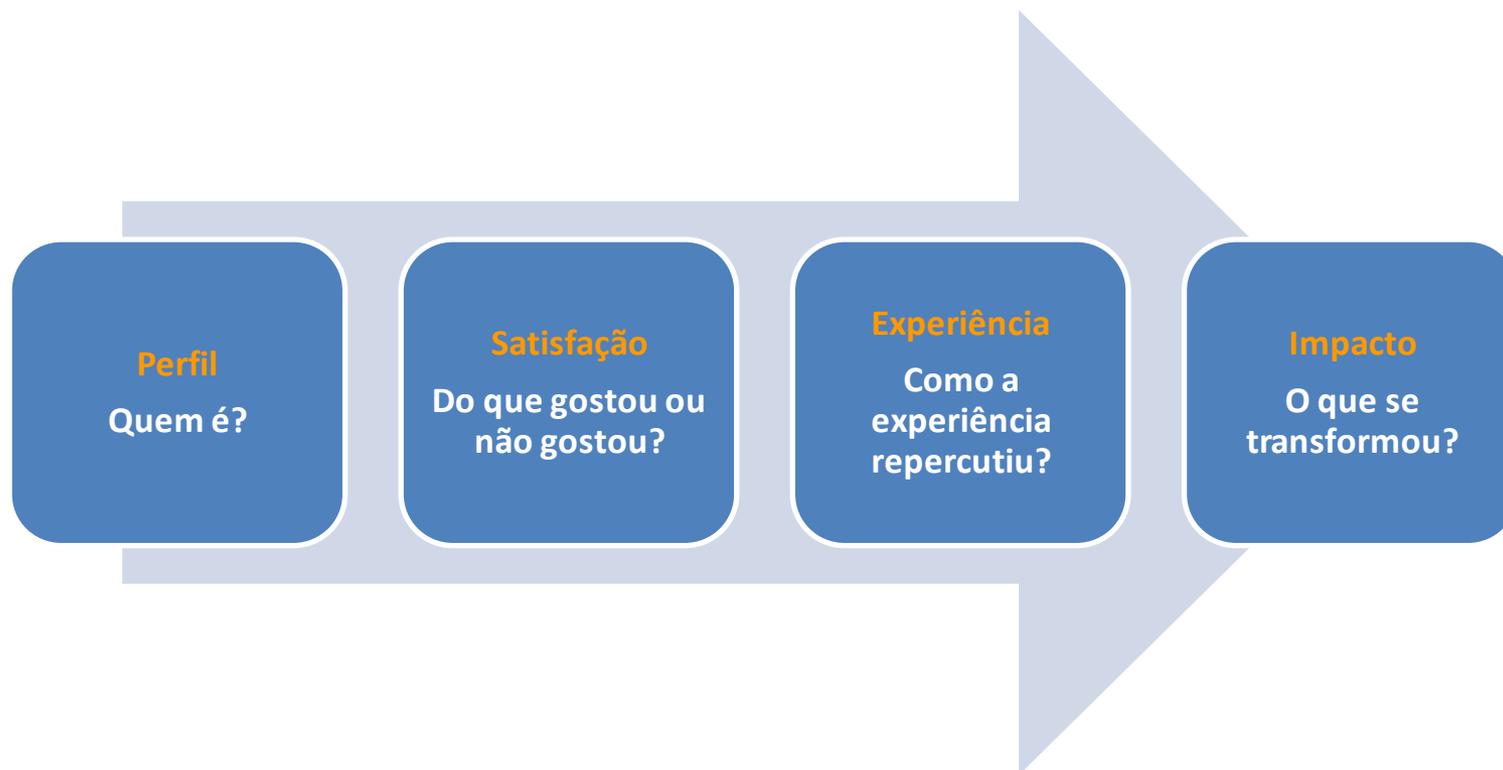
Tipologia das pesquisas de público, segundo os objetivos da investigação

Como vimos, o diagnóstico detectou uma grande variedade de pesquisas de público realizadas pelas OSs em 2015. A diversidade de **objetivos** permitiu o estabelecimento de algumas tipologias de pesquisa. É importante ressaltar, porém, que as tipologias apresentadas a seguir foram construídas a partir do que se verificou empiricamente no universo das pesquisas analisadas e, conseqüentemente, não esgotam as possibilidades de pesquisas de público.

Tipos de pesquisa	Objetivos
Perfil do público	<ul style="list-style-type: none">• Conhecer o perfil do público (sociodemográfico, econômico, escolar, profissional, hábitos culturais etc.)• Verificar o perfil da visita (motivação para a vinda, com quem veio, como veio, como soube etc.)
Satisfação do público	<ul style="list-style-type: none">• Conhecer o grau de satisfação do público com os serviços culturais prestados
Imagem institucional	<ul style="list-style-type: none">• Conhecer a percepção do público com relação à instituição• Identificar a representação da comunidade do entorno ou da população em geral em relação à instituição• Verificar a taxa de conhecimento e frequência à instituição
Qualidade da experiência cultural	<ul style="list-style-type: none">• Identificar a percepção do público com relação à qualidade dos serviços culturais prestados• Avaliar a qualidade da experiência cultural e/ou os modos de apropriação dos conteúdos (como a experiência vivenciada repercutiu nos públicos)
Apoio à gestão	<ul style="list-style-type: none">• Fornecer informações específicas para aprimoramento / melhoria das ações• Avaliar a efetividade das estratégias adotadas na execução das ações• Orientar ações e estratégias de comunicação, de modo a diversificar o público• Traçar hipóteses sobre os limites para atrair a comunidade do entorno e levantar estratégias de enfrentamento• Subsidiar o planejamento anual da instituição• Subsidiar a tomada de decisão
Efeitos / Impactos	Verificar transformações decorrentes da experiência cultural, por exemplo: <ul style="list-style-type: none">• Impactos na vida profissional de egressos (ex. situação profissional / inserção no mercado de trabalho)• Desenvolvimento de hábitos leitores• Diversificação das práticas culturais• Melhoria na vida escolar etc.

Tipos de pesquisas de público

Perspectiva temporal e de complexidade



Pesquisas de perfil e satisfação do público

Variáveis mais frequentes

A realização de pesquisas de perfil e satisfação do público vem se tornando uma exigência na prestação de contas das OSs, como uma das dimensões para verificação dos resultados da ação pública. No diagnóstico efetuado pela Unidade de Monitoramento, detectou-se que **não há um padrão único na realização das pesquisas de perfil e satisfação de público**. No entanto, no conjunto analisado, as variáveis mais comuns são as seguintes:

Perfil sociodemográfico

Hábitos culturais

Motivação para a ida / visita

Como se informou / Como chegou / Com quem veio

Satisfação com serviços culturais (conteúdos, atendimento, educador/monitor, espaço, infraestrutura etc.)

Apreensão de conteúdos apresentados (menos frequente)

Algumas unidades da SEC SP vêm procurando aprimorar essas pesquisas, constituindo Grupos de Trabalho e fornecendo orientações com relação aos procedimentos a serem adotados, assim como aos conteúdos a serem abordados. A Unidade de Preservação do Patrimônio Museológico (UPPM), por exemplo, propôs a constituição de um GT do Educativo, cuja tarefa foi criar procedimentos parametrizados para a realização de pesquisas com o público escolar. Além disso, as OSs foram orientadas a adquirir totens eletrônicos para a viabilização de pesquisas de satisfação com o público espontâneo.

Pontos a destacar nos relatórios de pesquisa enviados pelas OSs

Além da **heterogeneidade de objetivos, de rigor metodológico e de condições de verificação, validação e comparação dos dados das pesquisas**, observou-se que vários relatórios ...

... não informam como a pesquisa foi realizada (técnica utilizada), nem como o público foi abordado.

... não evidenciam como a amostra foi construída.

... não esclarecem o tipo de público pesquisado.

... não mencionam o número de respondentes.

... não explicitam que variáveis dizem respeito a que tipo de público.

... não incluem a análise dos resultados.

... apresentam gráficos com má qualidade gráfica, o que dificulta ou impede a visualização dos resultados.

... indicam as dificuldades encontradas para a tabulação dos resultados, devido ao tamanho reduzido da equipe e/ou à ausência de domínio de programas que facilitem o processo.

– Pesquisas em destaque –

Apresentamos, a seguir, alguns exemplos de pesquisas realizadas, considerando como critérios para a seleção: a explicitação dos objetivos da pesquisa, a explicação da metodologia utilizada, a indicação da composição da amostra, a apresentação de análise dos resultados, o apontamento de questões metodológicas. A ideia foi trazer exemplos variados relacionados aos diferentes objetos culturais e aos diferentes perfis de público que participam das ações. Outras pesquisas podem ser consultadas no Portal Transparência Cultura:

<http://www.transparenciacultura.sp.gov.br>

Formação Cultural – Escolas Artísticas

Na área de Formação Cultural, destacamos as pesquisas realizadas nas escolas de música e artes cênicas, considerando as seguintes premissas:

Escola de Música do Estado de São Paulo – EMESP Tom Jobim

Gerenciada pela Santa Marcelina Cultura (SMC), oferece formação a crianças e jovens nas áreas da música erudita e popular, e aperfeiçoamento a músicos que já completaram sua formação e que desejam aprofundar seus conhecimentos.



SP Escola de Teatro – Centro de Formação das Artes do Palco

Gerenciada pela Associação dos Artistas Amigos da Praça (ADAAP), propõe novos desafios para o ensino das artes cênicas no Brasil, considerando o formador e o aprendiz sob o prisma das sensibilidades e potencialidades artísticas, humanas, críticas e cidadãs.



Formação – Escolas Artísticas

Escola de Música do Estado de SP – EMESP Tom Jobim

Objeto Cultural	Escola de Música do Estado de SP – EMESP Tom Jobim
OS Parceira	Associação de Cultura, Educação e Assistência Social Santa Marcelina – SMC
Realização	DATASENSO Inteligência de Mercado e Marketing
Tipo de pesquisa	Perfil e satisfação do público
Objetivos	<ul style="list-style-type: none"> • Levantar junto a alunos, bolsistas, familiar responsável e público da EMESP, a imagem e o grau de satisfação com os serviços oferecidos em 2015. • Subsidiar o plano de melhorias e orientar a organização social para uma tomada de decisão mais segura.
Abordagem / Técnica	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Survey</i> com aplicação de questionário estruturado • Aplicação <i>face to face</i> (presencial)
Públicos pesquisados / N° de respondentes	<ul style="list-style-type: none"> • 406 alunos da EMESP • 200 pais ou responsáveis pelo aluno EMESP • 400 pessoas – Público dos eventos EMESP
Amostra	Margem de erro de 3%, no geral, considerando um grau de confiança de 95%, sendo satisfatória estatisticamente.
Acesso	http://www.transparenciacultura.sp.gov.br/wp-content/uploads/2015/10/SMC-EMESP-2015-Perfil-e-satisfa%C3%A7%C3%A3o-Alunos-Pais-P%C3%ABlico.pdf

Formação – Escolas Artísticas

Escola de Música do Estado de SP – EMESP Tom Jobim

<p>Variáveis para alunos</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Percepção geral: Escolas / Cursos de música de SP que conhece; melhor escola de música de SP; pretensão como músico (amador ou profissional). • Avaliação da EMESP: motivos para estudar na EMESP; pontos fortes; pontos que precisam ser melhorados; grau de desempenho (professores, biblioteca, instalações, instrumentos, salas de estudo, auditório); Índice Geral de Satisfação; melhorias necessárias para aumentar a satisfação com o curso. • Hábitos de estudo: modalidade / curso / instrumentos que estuda; % que faz Curso de Práticas de Grupo e Curso Livre; meio de transporte e tempo médio que leva para chegar à escola; quantidade de vezes por semana que vem à escola. • Hábitos culturais: atividades culturais que costuma realizar; frequência com que as realiza. • Perfil: gênero; faixa etária; escolaridade; natureza da escola; % que estuda; grau de satisfação com a instituição em que estuda; % que trabalha; ocupação; renda familiar mensal.
<p>Alguns resultados – Perspectiva do aluno</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Índice Geral de Satisfação: 96%. • Principal ponto forte: qualidade dos professores (72%). • Melhorias necessárias para aumentar a satisfação: curso ser reconhecido pelo MEC (52%); melhorar a infraestrutura (46%); mais segurança (27%); melhorar a localização (20%); melhorar a distribuição na carga horária (15%). • Perfil: A maioria pertence ao gênero masculino (66%), com idade predominante entre 16 e 25 anos (58%). Mais da metade trabalha (53%), sendo a maioria autônomo (60%). A renda familiar mensal da maioria está na faixa de R\$ 1.576,01 a R\$ 3.940,00 (49%). A maioria estuda música erudita (66%). Principais atividades culturais que costumam realizar: eventos musicais (84%), cinema (70%), teatro (60%) e museus (41%).

Formação – Escolas Artísticas

Escola de Música do Estado de SP – EMESP Tom Jobim

Observações UM

- O relatório apresenta a metodologia utilizada e destaca os principais resultados.
- Traz comparação entre 2014 e 2015.
- Existência de Índice Net Promoter Score (NPS), obtido através da pergunta “Qual a probabilidade do cliente indicar a empresa?” em uma escala de 1 a 10, sendo 1 = nada provável e 10 = muito provável - Ex. Alunos: verifica-se que para 93% dos alunos, é altamente provável que indicariam a EMESP (notas 9 e 10, promotor = encantado).
- Inclui resumo executivo que compara os resultados da pesquisa com alunos e pais/responsáveis, para as mesmas variáveis.
- Nas conclusões, há uma análise do ambiente (SWOT) da EMESP, com forças e fraquezas (ambiente interno) e oportunidades e ameaças (ambiente externo), além de recomendações.
- Imagem e posicionamento: "A identidade da Marca EMESP (DNA) está posicionada como professores qualificados, ensino de qualidade e escola conceituada. Esses atributos mostram a Marca muito bem posicionada na visão do Marketing Estratégico".

Pesquisa EMESP

Considerações finais do relatório DATACENSO

“A pesquisa EMESP de 2015 mostra que, no geral, os alunos e os pais continuam muito satisfeitos com a escola, apresentando um excelente Índice Geral de Satisfação (IGS) de 96% (pais e alunos), e com crescimento em relação à 2014. E com Índice Net Promoter Score (NPS) de 92% - alunos e 93% - pais, considerados excelentes, pois o ideal é ficar igual a 50% ou superior. Um belo resultado obtido em 2015”.

“Quanto aos motivos que levaram os alunos a escolher a EMESP para estudar, os principais são: qualidade dos professores, indicação, escola renomada e qualidade do ensino. E para os pais, são: escola renomada, indicação, qualidade do ensino e qualidade dos professores”.

(DATACENSO Inteligência de Mercado e Marketing, p. 154)



Formação – Escolas Artísticas

SP Escola de Teatro

Objeto Cultural	SP Escola de Teatro
OS Parceira	Associação dos Artistas Amigos da Praça – ADAAP
Realização	OS / Programa Kairós
Tipo de pesquisa	Impacto profissional no mercado das artes do palco
Objetivo	<ul style="list-style-type: none">• Identificar a situação profissional dos egressos, sua inserção no mercado de trabalho, o município de atuação e o impacto de sua formação na SPET em sua vida profissional após a conclusão do curso.
Abordagem / Técnica	<i>Survey</i> / Contato telefônico
Público pesquisado	205 egressos (2011 a 2015)
Amostra	<ul style="list-style-type: none">• 205 indivíduos, entre 542 profissionalizados.• Erro amostral de 5% e nível de confiança de 93%.• Dentre os 205 egressos, 34 formaram-se em 2011; 23 em 2012; 46 em 2013; 27 em 2014; 75 em 2015.• Seleção: amostragem aleatória simples em Excel.
Acesso	http://www.transparenciacultura.sp.gov.br/wp-content/uploads/2015/10/ADAAP-2015-SPET-Inser%C3%A7%C3%A3o-profissional-de-egressos.pdf

Formação – Escolas Artísticas

SP Escola de Teatro

Variáveis	<ul style="list-style-type: none">• Curso realizado na SPET.• Município e região de trabalho.• Percepção: se a SPET ampliou as possibilidades de inserção no mercado de trabalho artístico; se conseguiu algum trabalho ou teve algum projeto artístico aprovado a partir da SPET; média salarial.
Alguns resultados	<ul style="list-style-type: none">• 37% fizeram curso de Atuação.• 74% trabalha em São Paulo; 19% não trabalha.• A maioria considera que a SPET ampliou suas possibilidades de inserção no mercado de trabalho artístico: Humor (95%); Iluminação (91%); Sonoplastia (89%); Técnicas de Palco (83%); Direção (82%); Cenografia e Figurino (81%); Dramaturgia (77%); Atuação (71%).• 49% tem rendimento mensal na faixa de 2 a 4 salários mínimos (entre R\$ 1.576,01 e R\$ 3.152,00).
Observações UM	<ul style="list-style-type: none">• O relatório traz a descrição dos objetivos e da metodologia da pesquisa, assim como da montagem da amostra.• Faz menção à realização de pesquisa mais aprofundada.• Não traz a análise dos resultados.

Pesquisa SP Escola de Teatro

Relatório da ADAAP

Por meio do Programa Kairós, um número expressivo de teatros, espaços cênicos e eventos culturais da Cidade de São Paulo contam ou já contaram com profissionais formados pela SP Escola de Teatro:

APAA	Arrumadinho Produções	Articula Produções	Atelier Casa do Trem	Caetano Vilela Produções	Casa da Ópera	Cemitério de Automóveis	Cenarium
Central de Artes Cênicas	Cia. Os Satyros	Círculo Cenografia	Cooperativa Paulista de Teatro	De Haro	Dell'Arte	Dionísio Produções	Ecum Central de Produção
Elephante Produções Artísticas	Espaço Cenográfico	FCR	Fernanda Gavioli	Folias D'Arte	Gorgeous Locação e Produção	JG de Lima Confecções ME	Jorge e Denis Produções
Laura Carone Cenografia	Mais Cenografia	Mecenato Moderno	Nadia Saito	Periplo Produções Culturais	Prefeitura de Mairiporã	Quote Produções Artísticas	Ragazzi Produções Culturais
Ravetti	Schfiguer Produções Artísticas	Secretaria Mun. Educação de Jundiaí	Several Sounds	Sinal Vermelho	Sorella Produções Artísticas	Studio Fest	T4F
	Tamara Viana Katzenstein	Teatro Alfa	Teatro da Vertigem	Teatro Oficina	Teatro Ressurreição	Theatro Municipal	

Formação – Programa de iniciação musical

Projeto Guri

As pesquisas de perfil e satisfação do público que têm se destacado entre os programas de formação da SEC SP são aquelas relacionadas ao Guri, programa sociocultural que oferece continuamente, nos períodos de contraturno escolar, cursos de iniciação e teoria musical, coral e instrumentos de cordas, madeiras, sopro e percussão.

Cabe ressaltar que as duas Organizações Sociais que fazem a gestão do programa têm demonstrado preocupação em desenvolver periodicamente pesquisas com seus beneficiários. Destacamos a seguir a pesquisa realizada em 2015 pela Associação dos Amigos do Projeto Guri (AAPG) com seus alunos.

Projeto Guri – Interior, Litoral e Fundação Casa

Gerenciado pela Associação dos Amigos do Projeto Guri (AAPG), tem por objetivo promover a inclusão sociocultural de crianças e adolescentes por meio do ensino coletivo de música. No interior e no litoral do Estado de São Paulo, atende a alunos entre 6 e 18 anos, com comprovada frequência regular à escola.



Formação – Programa

Projeto Guri – AAPG

Objeto Cultural	Projeto Guri – Interior, Litoral e Fundação Casa
OS Parceira	Associação dos Amigos do Projeto Guri – AAPG
Realização	OS / Núcleo Observatório
Tipo de pesquisa	Perfil e satisfação dos alunos - O que pensam do Guri?
Objetivo	<ul style="list-style-type: none"> • Conhecer o grau de satisfação dos beneficiários do Projeto Guri.
Abordagem / Técnica	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Survey</i> • Questionário impresso com perguntas fechadas aplicado por supervisores educacionais.
Público pesquisado	1.576 alunos (16% do total de alunos com 12 anos ou mais, matriculados no 2º sem. 2015)
Amostra	<ul style="list-style-type: none"> • Corte por idade, sexo, polo e tempo de permanência no projeto.
Acesso	http://www.transparenciacultura.sp.gov.br/wp-content/uploads/2015/10/AAPG-2015-Guri-Satisfa%C3%A7%C3%A3o-de-alunos.pdf

Formação – Programa

Projeto Guri – AAPG

Variáveis	<ul style="list-style-type: none">• Perfil (sexo, faixa etária, curso, tempo de permanência no Guri, participação em grupos de referência).• Satisfação com o método de ensino coletivo da música; com a qualidade das aulas, do Educador Musical e das apresentações musicais; com relação ao polo de ensino e à sua organização; com relação ao Projeto Guri como um todo.• Motivação antes e depois do Guri; projeção no futuro.
Alguns resultados	<p>Perfil da amostra:</p> <ul style="list-style-type: none">• 51% mulheres.• 45% entre 12 e 13 anos de idade.• Predominância nos cursos de canto coral (29%), violão (28%), violino (18%) e percussão (18%).• 32% estão no projeto há três anos ou mais.• 11% participam dos grupos de referência. <p>Satisfação:</p> <ul style="list-style-type: none">• 66% consideram ótimo o ensino coletivo de música.• 75% afirmam estar completamente satisfeitos com o educador musical.• 82% estão completamente satisfeitos ou muito satisfeitos com o polo de ensino.• 84% estão muito satisfeitos ou satisfeitos com o projeto. <p>Motivação:</p> <ul style="list-style-type: none">• 78% consideram o Guri importante porque nele aprende música.
Observações UM	<ul style="list-style-type: none">• O relatório traz as informações necessárias para saber como a pesquisa foi desenvolvida.• Conforme assinalado pela OS, as equipes regionais receberam orientações do Núcleo Observatório para o bom desenvolvimento da pesquisa de campo, com foco no modo de apresentação da pesquisa aos alunos, nos critérios de seleção da amostra, no fato da pesquisa ser anônima e na importância das respostas serem sinceras.

Pesquisa Projeto Guri

Relatório da AAPG

“... pode-se concluir que os alunos do Guri estão satisfeitos com o Projeto, tanto quando abordados de uma forma genérica, quanto quando questionados sobre o método de ensino, Educador Musical, apresentações musicais, estilos musicais, coordenação de polo e acesso ao polo, separadamente. No entanto, foi observada a pouca utilização que os alunos fazem do acervo cultural, o que poderia ser melhorado pela Amigos do Guri mediante ações nesta direção”. (Relatório AAPG, p. 722-723)

O que
pensam
do Guri?



Pesquisa de satisfação dos **alunos** do Projeto Guri

Ano 2015



Difusão Cultural – Bibliotecas

Dentre os equipamentos culturais, destaca-se a avaliação de qualidade realizada pela SP Leituras desde 2012, na Biblioteca de São Paulo, e desde 2014, também na Biblioteca Parque Villa Lobos. A proposta das bibliotecas é fortalecer, potencializar e difundir o caráter inovador no que diz respeito à estrutura, acervo, localização, acessibilidade e oportunidades de inclusão social. Para isso, possuem acervos variados de livros, revistas, jogos eletrônicos, filmes e CDs, além do acesso à internet e redes sem fio. Oferecem uma série de ações que visam a propagação do gosto pela leitura. A pesquisa destacada é realizada com diversos públicos e programas, estando cada vez mais conectada aos processos de planejamento da Organização Social, de modo a estimular a reflexão, a aprendizagem e o desenvolvimento institucional como um todo.

Biblioteca de São Paulo

Inaugurada em 2010 no terreno do antigo presídio do Carandiru, atual Parque da Juventude, reúne diversas expressões artísticas, dentro do conceito de Biblioteca Viva, integrada com sua comunidade.

Biblioteca Parque Villa-Lobos

Ocupa uma área de quatro mil m² dentro do Parque Villa-Lobos, onde oferece programação cultural diversificada, com atividades de interesse para todos os públicos.

As duas bibliotecas são gerenciadas pela SP Leituras Associação Paulista de Bibliotecas e Leitura.

Difusão Cultural – Bibliotecas

SP Leituras

Objetos Culturais	Biblioteca de São Paulo (BSP) / Biblioteca Parque Villa-Lobos (BVL)
OS Parceira	Associação Paulista de Bibliotecas e Leitura – SP Leituras
Realização	Instituto Fonte para o Desenvolvimento Social
Tipo de pesquisa	Foram feitas várias pesquisas e estudos, com aprofundamento em alguns programas específicos: <ul style="list-style-type: none">• BSP/BVL: Avaliação de qualidade – Perfil e satisfação do público espontâneo e formação de hábito leitor.• Praler: Perfil e satisfação do público das oficinas, facilitadores, membros de instituições.• Sistema Estadual de Bibliotecas Públicas de São Paulo (SisEB): Perfil e satisfação de profissionais de bibliotecas e palestrantes.• Viagem Literária: Perfil e satisfação de público espontâneo e das bibliotecas.• BSP/BVL – BebeLê: Estudo temático (entrevistas com público espontâneo e observação direta).• BSP – A Biblioteca e a Comunidade: Estudo temático (entrevistas com equipe e observação direta).
Objetivo	Avaliar os seguintes aspectos: <ul style="list-style-type: none">• a qualidade das estratégias (programação, serviços e projetos, satisfação do público);• a dinamização das bibliotecas (perfis de público, frequência, uso dos serviços e programação);• a formação de hábitos leitores e a formação para cidadania.
Abordagem / Técnica	<ul style="list-style-type: none">• Qualitativa e quantitativa• Aplicação de questionário com abordagem direta (<i>face to face</i>) + via totem + site + observação direta
Público pesquisado	<ul style="list-style-type: none">• BSP: Público espontâneo = 2.210 pessoas• BVL: Público espontâneo = 650 pessoas
Acesso	http://www.transparenciacultura.sp.gov.br/wp-content/uploads/2015/10/SPLEITURAS-2015-Avalia%C3%A7%C3%A3o-da-Qualidade-Fonte.pdf

Difusão Cultural – Bibliotecas

SP Leituras

Amostra	<ul style="list-style-type: none">• Sorteio na entrada das bibliotecas (uma entrevista a cada X pessoas que entravam).• BSP: O número de respondentes foi considerado representativo em relação ao fluxo de público.• BVL: Houve certa resistência de algumas pessoas para responder à pesquisa, sendo que o número de respondentes ficou aquém do esperado.
Variáveis	<ul style="list-style-type: none">• Perfil: gênero; faixa etária; escolaridade; região onde mora; trabalho; situação de contratação (comparativos: finais de semana x semana).• Interesses que trazem o público para a biblioteca: empréstimo de livro; navegar na internet; descansar / apreciar o ambiente; leitura de livros, jornais e revistas; estudar; atividades culturais.• Qualidade das estratégias: vínculo com a biblioteca (sócio ou não); como tomou conhecimento; interesses; frequência à biblioteca; programação cultural (se já foi); se não, por que; jornais e revistas (se costuma ler); serviço de reserva e sugestão (se conhece).• Satisfação com atividades e serviços: se encontra o título que procura; avaliação da programação cultural (arte-educador, oficina, palestrante; interação com o público; carga horária; material; organização do local) e dos serviços (atendimento, comunicação, atividades, livros e filmes, limpeza, segurança).• Formação de hábitos leitores (exemplo adiante, na Matriz de Avaliação).• Formação para a cidadania (exemplo adiante, na Matriz de Avaliação).

Difusão Cultural – Bibliotecas

SP Leituras

Alguns resultados	<p>Encontra o título que procura?</p> <ul style="list-style-type: none">• Respostas 'sempre' e 'quase sempre' = 82,4% (BSP) e 83,6% (BVL). <p>Avaliação da programação cultural (notas de 1 a 4):</p> <ul style="list-style-type: none">• Arte-educador, oficineiro, palestrante = 3,61 (BSP) e 3,52 (BVL).• Interação com o público = 3,57 (BSP) e 3,51 (BVL).• Material oferecido = 3,47 (BSP) e 3,42 (BVL).• Organização do local = 3,55 (BSP) e 3,43 (BVL). <p>Avaliação geral dos serviços (notas de 1 a 4):</p> <ul style="list-style-type: none">• Atendimento = 3,71 (BSP) e 3,73 (BVL).• Comunicação = 3,57 (BSP) e 3,50 (BVL).• Atividades = 3,40 (BSP) e 3,39 (BVL).• Livros e filmes = 3,49 (BSP) e 3,54 (BVL).• Limpeza = 3,72 (BSP) e 3,79 (BVL).• Segurança = 3,61 (BSP) e 3,73 (BVL).
Observações UM	<ul style="list-style-type: none">• A OS vem desenvolvendo esse tipo de avaliação de qualidade desde 2012, o que permite efetuar um aprofundamento nas pesquisas e estudos, com efeito cumulativo.• Conforme relatado no “Relatório de Avaliação da Qualidade” do Instituto Fonte, em 2015 o processo de avaliação ganhou um novo sentido ao ser conectado ao planejamento, o que contribuiu para alimentar a reflexão, a aprendizagem e o desenvolvimento institucional como um todo. Esse processo foi especialmente relevante para apoiar a elaboração de proposta para o novo contrato de gestão, assinado em 01/04/2016.• O relatório sintetiza tanto o processo (temas debatidos com as equipes, escolha do foco e estratégias de coleta de informações), como os resultados da avaliação. Assim, as pesquisas e estudos realizados devem ser considerados conjuntamente.

Bibliotecas – Matriz de Avaliação

Matriz de Avaliação - Biblioteca de São Paulo / Biblioteca Parque Villa-Lobos

Qualidade das estratégias	<ul style="list-style-type: none">• Satisfação do público com: atividades, atendimento, espaço físico, acervo• Relevância dos temas (programação)• Qualidade dos formadores / mediadores / profissionais• Pertinência dos formadores (adequação do perfil ao contexto / público local)• Metodologias e estratégias utilizadas• Melhora no cuidado com o acervo• Uso do acervo (empréstimo, renovação)• Forma pela qual o público toma conhecimento da biblioteca e das atividades
Dinamização da biblioteca	<ul style="list-style-type: none">• Frequência de público (biblioteca e programação)• Perfil do público (socioeconômico, educacional, etário)• Semana x Final de semana• Usuários-Sócios x Usuários-Visitantes• Preferências temáticas• Demandas e preferências em relação à cultura (expressões ou linguagens, artistas)• Demandas e preferências em relação à leitura (gêneros literários, autores)• Expectativas com relação à biblioteca• Acesso à internet (frequência)• Cadastro de novos sócios
Formação de hábitos leitores	<ul style="list-style-type: none">• Frequência na leitura de livros ou de outros materiais• Frequência a bibliotecas ou espaços de leitura• Conversas sobre livros• Interesse pelo estudo e assuntos culturais• Busca e dá indicações de livros• Manifestação de preferências• Busca livros de forma autônoma• Uso qualificado na internet (acesso a sites/blogs etc. ligados à cultura e literatura)
Formação de cidadãos	<ul style="list-style-type: none">• Retomar estudos ou começar a estudar• Estabelecer novos vínculos• Se sentir mais capaz para a produção artística e cultural

Pesquisa nas bibliotecas

Relatório de Avaliação da Qualidade – Instituto Fonte

Depoimentos de participantes do SISEB

“Fazer parte do SisEB faz a diferença. Fortalece nosso trabalho e nos orienta. Assim podemos analisar se estamos no caminho certo. Sem o SisEB seria muito difícil avançar”. (p. 63)

“É através do SisEB que tomamos consciência da importância do trabalho que realizamos, mesmo estando sozinhos em um município pequeno”. (p. 66)



Viagem Literária - Depoimentos de autores convidados

“A bibliotecária e o mediador (poeta da cidade) foram muito agradáveis e solícitos. Falei bastante da minha trajetória e notei identificação por parte deles. Os poetas mais velhos que foram assistir o evento me abraçaram com muita emoção, foi uma troca humana muito boa e eu quase chorei”. (p. 83)

“Fui procurado por um adolescente que quer ser escritor e me pediu dicas e conselhos para escrever melhor”. (p. 84)

“Conversamos sobre a literatura e a biblioteca como porta e janela para um admirável mundo novo”. (p. 85)

Praler – Formação de profissionais de instituições parceiras - Depoimentos de participantes

“Meu desejo para ler aumentou”. (p. 40)

“Reler alguns autores foi maravilhoso. Trouxemos à tona autores adormecidos em nós”. (p. 40)

“Na UBS em que eu trabalho, nenhum outro profissional participou da capacitação do Praler, mas todos compraram a ideia da Árvore do Saber, que é uma árvore cheia de livros para as pessoas usarem. Para mim foi muito importante participar da capacitação para poder ensinar os outros profissionais a como usarem os livros; então, me ajudou a multiplicar o que eu aprendi.” (p. 42)

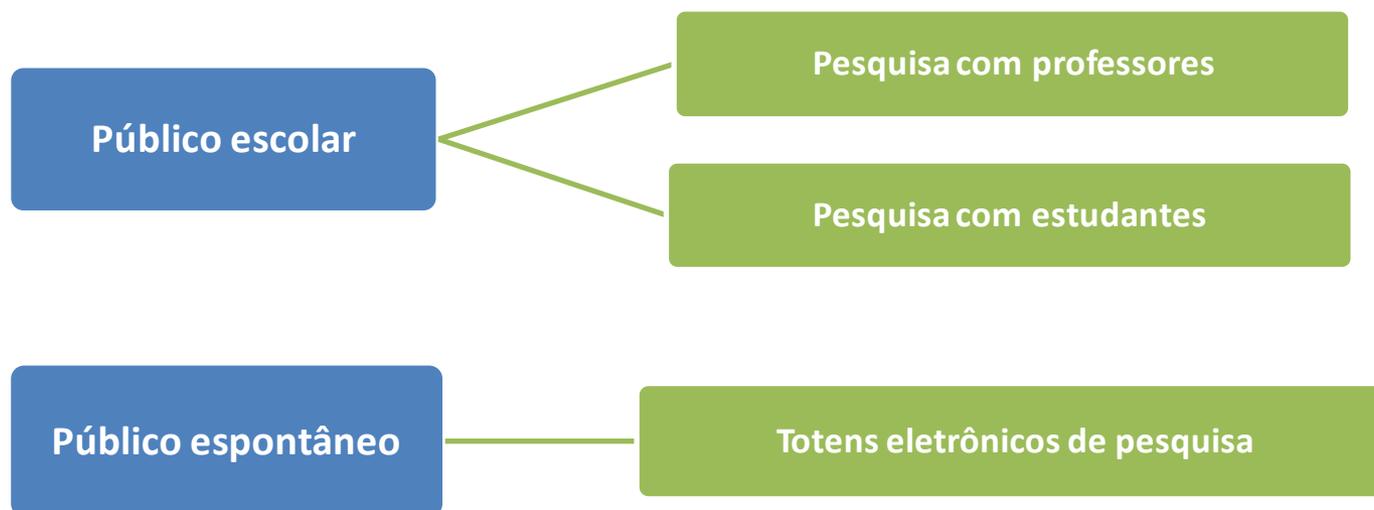


Museus

Dentre os equipamentos culturais da Secretaria da Cultura, cabe também um destaque a algumas pesquisas realizadas em museus, seguindo as orientações da Unidade de Preservação do Patrimônio Museológico (UPPM). Desde 2015, as pesquisas de perfil e satisfação do público escolar (professores e alunos) seguem o modelo desenvolvido pelo Comitê Educativo para aplicação em todos os museus, a partir de amostragem e periodicidade predefinida pela UPPM.

Além das pesquisas com o público escolar, os museus também instalaram em seus espaços totens eletrônicos com questionário de autopreenchimento, com o intuito de verificar o grau de satisfação com os serviços prestados.

A seguir serão apresentadas algumas pesquisas que se destacam, seja pelo zelo em explicitar a metodologia utilizada, seja por algum diferencial incorporado à pesquisa padrão. Por outro lado, foram incluídas questões de ordem técnica e metodológica apontadas pelas OSs em seus relatórios.



Museus

Pesquisas com o público escolar

Por meio do Ofício Circular UPPM nº 573/2014 (05/12/2014) e do Ofício Circular UPPM nº 157/2015 (17/04/2015), a Unidade de Preservação do Patrimônio Museológico (UPPM), da Secretaria da Cultura, forneceu orientações e modelos para a realização de pesquisas com o público escolar.

Orientações para as pesquisas com professores e estudantes de visitas agendadas

- Modelos de questionários (professor e estudante)
- Periodicidade: duas ou mais aplicações ao ano (junho e setembro)
- Instrução para cálculo amostral
- Tabulação dos dados (modelo em Excel)
- Modelo de relatório analítico: número e perfil da amostra; gráficos de tabulação dos dados; análise e interpretação dos dados
- Orientações para aplicação dos questionários

Variáveis sugeridas para os questionários de professores e estudantes

Professores

- Antecedência na programação da visita
- Meios para informação sobre o museu
- Principais dificuldades para realizar a visita
- Avaliação da atuação do educador do museu
- Avaliação do interesse dos alunos
- Contribuições da visita para o trabalho em sala de aula
- Sugestões para melhoria do trabalho
- Perfil da escola

Alunos

- Interesse pela visita
- Pontos que mais chamaram a atenção - no educador; na visita ao museu
- O que aprendeu ou descobriu na visita
- Sugestões para melhorar a visita

Museus

ACAM Portinari – Museu Índia Vanuíre



Objeto Cultural	Museu Índia Vanuíre
OS Parceira	Associação Cultural de Apoio ao Museu Casa de Portinari – ACAM Portinari
Realização	OS
Tipo de pesquisa	Perfil e satisfação do público escolar
Objetivo	Sem informação
Abordagem / Técnica	<ul style="list-style-type: none">• Questionário de autopreenchimento
Públicos pesquisados / N° de respondentes	Público escolar (agendado / mediado): 56 estudantes e 66 professores
Amostra	Sem informação
Acesso	http://www.transparenciacultura.sp.gov.br/wp-content/uploads/2015/10/ACAM-2015-I-Vanu%C3%ADre-Perfil-e-Satisfa%C3%A7%C3%A3o-do-P%C3%BAblico-Escolar.pdf

Museus

ACAM Portinari – Museu Índia Vanuíre

Variáveis	<p>Estudantes:</p> <ul style="list-style-type: none">• Perfil - natureza da escola; ano escolar/série.• Satisfação: se a visita foi interessante; por que; atuação do educador; interesse em relação à visita; o que aprendeu ou descobriu; sugestões. <p>Professores / Responsáveis:</p> <ul style="list-style-type: none">• Perfil: natureza da escola; ciclo em que leciona; municípios em que leciona; cargo; disciplinas; antecedência no preparo da visita; meio de comunicação usado para se informar; dificuldades para a realização da visita.• Avaliação da atuação do educador do museu; percepção sobre o interesse dos alunos em relação à visita; contribuição da visita para o trabalho em sala de aula; contribuição da visita para o educando; sugestões.
Alguns resultados	<p>Estudantes:</p> <ul style="list-style-type: none">• Perfil – Natureza da escola: 68% estadual; 21% particular; 11% municipal.• Satisfação: 100% consideram que a visita foi interessante (64% conteúdo; 29% acervo / museu; 7% referências ao educador). <p>Professores / Responsáveis:</p> <ul style="list-style-type: none">• Perfil – Natureza da escola: 62% municipal; 33% estadual; 5% particular.• Avaliação da atuação do educador do museu: 83% ótimo para linguagem, abordagem do conteúdo, abertura ao diálogo e participação; 55% consideram que a visita contribui com o trabalho em sala de aula porque pode complementar conteúdos curriculares.

Museus

ACAM Portinari – Museu Índia Vanuíre



Observações UM	<p>O relatório de pesquisa elaborado pela OS contém:</p> <ul style="list-style-type: none">• Explicação sobre a importância da pesquisa, com contextualização e processo de desenvolvimento do modelo de pesquisa até chegar ao formato atual.• A metodologia de aplicação do questionário, com o passo a passo desde a chegada da escola ao museu, até o momento de preencher o formulário.• Informação sobre o processo de tabulação dos questionários.• Análise dos resultados da pesquisa.• Questionários anexos.
----------------	---

Museus

INCI – Museu do Café



Objeto Cultural	Museu do Café
OS Parceira	Instituto de Preservação e Difusão da História do Café e da Imigração – INCI
Realização	Instituto de Pesquisas A Tribuna (IPAT)
Tipo de pesquisa	Perfil e satisfação do público escolar + hábitos culturais
Objetivo	Sem informação
Abordagem / Técnica	<ul style="list-style-type: none">• <i>Survey</i>• Entrevistas pessoais (<i>face to face</i>)
Públicos pesquisados / N° de respondentes	Público escolar (agendado / mediado): 122 alunos
Amostra	Amostragem aleatória: <ul style="list-style-type: none">• 122 entrevistas com alunos, distribuídas em 7 dias de visitação.• O cálculo obedeceu ao Anexo III da UPPM: Nº de visitantes no mês: 2.400 / Turmas a serem entrevistadas: $2.400/40 = 60$ turmas / Nº de alunos por turma: 2 / Total: 120 alunos.• O intervalo de confiança estimado é de 90%, com margem de erro de 5% para mais ou para menos.
Acesso	http://www.transparenciacultura.sp.gov.br/wp-content/uploads/2015/10/INCI-2015-Museu-do-Caf%C3%A9-Perfil-e-satisfa%C3%A7%C3%A3o-do-P%C3%BAblico-Escolar.pdf

Museus

INCI – Museu do Café



Variáveis	<ul style="list-style-type: none">• Nome da escola; ano escolar; se a visita foi interessante; se sim, por que (aberta); o que mais chamou a atenção no educador do museu que fez a visita com seu grupo; itens que chamaram a atenção durante a visita; o que aprendeu ou descobriu na visita - ideia geral, verbos, temática (aberta); como melhorar a visita / sugestão.
Alguns resultados	<ul style="list-style-type: none">• Distribuição razoavelmente uniforme entre alunos do ensino fundamental: 32% do 6º ano / 31% do 9º ano / 19% do 8º ano / 18% do 7º ano.• Predominância de alunos de escolas de fora da Baixada Santista, o que demonstra que o museu atrai estudantes da capital e de outras cidades do Estado de São Paulo.• Todos os alunos responderam que a visita foi interessante. Razão apontada: “aprendi muito” sobre os vários temas.• Com relação à temática que aprendeu ou descobriu na visita, 66% cita a “História do Café”, seguida de “Porto de Santos” (16%).• O papel do educador do museu foi bastante elogiado: 82% responderam que ele “deu informações, tornando a visita interessante”.• Não houve sugestões para melhoria da visita.
Observações UM	<ul style="list-style-type: none">• O relatório traz informações sobre a metodologia da pesquisa. Há análise dos dados, com algumas conclusões, indicação das dificuldades encontradas e propostas de melhoria (“Dados os ótimos resultados, a indicação é a manutenção do trabalho e da proposta apresentada na visita dos alunos”). Inclui informação sobre o período de realização da pesquisa, que foi desenvolvida durante o Festival do Café 2015.

Pesquisa no Museu do Café

Relatório do Instituto de Pesquisas A Tribuna (IPAT)



O que os alunos
aprenderam na visita ao
Museu do Café?



Mais sobre
o café

Mais sobre
o porto de
Santos

A história do
Brasil

Mais sobre
o museu

A história
antiga de
Santos na
época do
café até
agora

A história do
café e como
os
imigrantes
chegavam
ao Brasil

A história do
museu,
como viviam
as pessoas
na época

A
importância
de uma
visita a um
museu

A
importância
do café no
Brasil

Os objetos
que não
conhecia, as
fotografias
antigas etc.

Museus

SAMAS – Museu de Arte Sacra



Objeto Cultural	Museu de Arte Sacra
OS Parceira	Associação Museu de Arte Sacra de São Paulo – SAMAS
Realização	OS
Tipo de pesquisa	Perfil e satisfação do público + percepção sobre a experiência cultural
Objetivo	Avaliar exposição que trouxe importante coleção ao museu, além de recursos expográficos aplicados, com a criação de ambientes com variadas tipologias de objetos, afastando-se do modelo expositivo aplicado na coleção de longa duração.
Abordagem / Técnica	<ul style="list-style-type: none">• Aplicação de questionário ao final da visita.• A metodologia segue o modelo praticado nas avaliações anteriores.
Públicos pesquisados / N° de respondentes	<ul style="list-style-type: none">• Público espontâneo na exposição temporária “Rememoração: arte religiosa como documento histórico” = 100 respondentes
Amostra	<ul style="list-style-type: none">• Cálculo amostral baseado no nº de atendimentos realizados nos mesmos meses de 2014.• Escolha aleatória dos respondentes.• Aplicação da pesquisa durante todo o período de funcionamento do museu; preocupação em limitar o nº de questionários aplicados no final de semana (para evitar super representação desse público).
Acesso	http://www.transparenciacultura.sp.gov.br/wp-content/uploads/2015/10/SAMAS-2015-Perfil-de-p%C3%BAblico-Projetos-especiais.pdf

Museus

SAMAS – Museu de Arte Sacra



Variáveis	<ul style="list-style-type: none">• Perfil: sexo; idade; escolaridade; ocupação; se mora em São Paulo; se não, onde mora; se veio acompanhado ao museu; natureza do grupo; se é a primeira vez que vem ao museu; quantas vezes já visitou o museu; quantas vezes visitou museus ou instituições culturais no último ano.• Motivação: por que veio ao museu; se sabia da existência da exposição; se veio para conhecer a exposição; se tirou fotos da exposição; se sim, do que tirou fotos.• Avaliação: o que achou da disposição das legendas; se a silhueta auxiliou a identificação dos objetos – se sim, por que; se leu os textos explicativos da exposição; se identificou coleções de outras instituições; qual a função da fotografia na exposição; se os objetos, da maneira como estão expostos, remetem a outros ambientes – se sim, a quais ambientes; se identificou blocos temáticos na exposição – se sim, quais blocos; quais recursos auxiliaram na identificação dos blocos temáticos; o que mais chamou a atenção nas telas expostas; se identificou esse símbolo em outras áreas do museu – se sim, aonde; por que os objetos estão sinalizados dessa maneira; do que mais gostou na exposição; do que sentiu falta.
Alguns resultados	<p>Perfil do público:</p> <ul style="list-style-type: none">• 65% acima de 30 anos; 43% com superior completo / Ocupação: 42% empregado assalariado; 18% estudante; 12% funcionário público; 9% autônomo; 19% demais ocupações. <p>Caracterização da visita:</p> <ul style="list-style-type: none">• 61% vieram acompanhados, sendo que 52% veio com a família.• 70% vieram ao museu pela primeira vez. <p>Motivação:</p> <ul style="list-style-type: none">• 48% vieram ao museu sem motivo específico, sendo que 90% não sabiam da existência da exposição “Rememoração: arte religiosa como documento histórico”.• 95% afirmaram ter lido as legendas e 60% ter lido os textos explicativos da exposição. <p>Percepção sobre a expografia:</p> <ul style="list-style-type: none">• 79% consideraram que os objetos, da maneira como estavam expostos, remetiam a outros ambientes do museu; dentre esses, 47% referiu-se a ambiente de igreja.

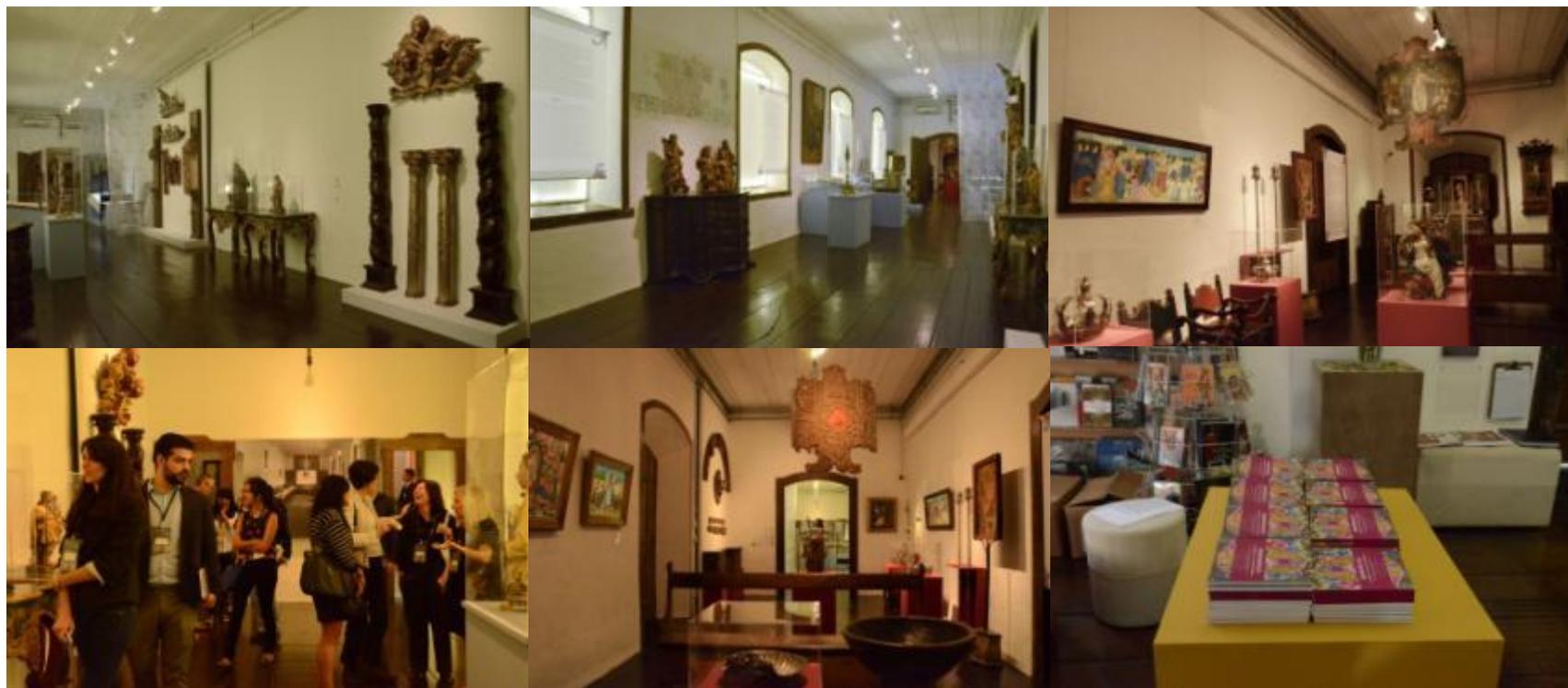
Museus

SAMAS – Museu de Arte Sacra



Observações UM	<ul style="list-style-type: none">• O relatório traz explicações sobre a exposição temporária que foi objeto da pesquisa, os motivos de escolha dessa exposição e equipe responsável pela formulação e aplicação da pesquisa.• Toda a metodologia foi explicada, incluindo os critérios para obtenção da amostra.• Inclui análise dos dados, inclusive comparando com pesquisas anteriores.• Avança em relação às outras pesquisas, pois faz perguntas relativas à experiência na exposição, aos modos de apropriação dos conteúdos expostos e à percepção sobre a forma como a exposição foi organizada. Também inclui perguntas relativas a hábitos culturais, o que auxilia na análise dos dados.• Nas considerações finais, faz uma avaliação dos resultados da pesquisa, identificando pontos de melhoria.
----------------	---

Museu de Arte Sacra – Exposição “Rememoração: arte religiosa como documento histórico”



Museus

Uso de totem eletrônico

Por meio do Ofício Circular UPPM nº 413/2015 (14/08/2015), a Unidade de Preservação do Patrimônio Museológico (UPPM) forneceu orientações para uso dos totens eletrônicos:

- Localização adequada do totem.
- Capacitação de orientadores de fluxo para explicar a importância da pesquisa.
- Análise dos dados coletados.
- Uso do recurso para indicar níveis de satisfação (e não perfil).
- Sugestão de roteiro de perguntas:
 - Primeira visita?
 - Como ficou sabendo?
 - Como foi o atendimento?
 - O que achou da exposição X?
 - Como são as instalações?
 - Retornaria?

Museus

Uso de totem eletrônico

Algumas OSs enviaram, em seus relatórios de pesquisa, questões e dificuldades encontradas na utilização de totens eletrônicos, em resumo:

Questões apontadas pelas OSs com relação ao uso do totem eletrônico

- Muitas **respostas inválidas** → A OS atribui esse fato ao grande número de crianças e adolescentes que frequentam o museu; diz que pretende melhorar o questionário e mudar o posicionamento do totem, que fica em área de concentração de grupos escolares.
- Uso de **palavras de baixo calão** ou **informações incoerentes** (ex. 13 anos com grau de escolaridade em pós-graduação).
- Muitas **perguntas não respondidas** → A OS efetuou redução do questionário para diminuir o índice de questões não respondidas.
- **Não se sabe quem respondeu** → A OS ressalta: “não é possível ter um controle de quem está respondendo, se são crianças sem o auxílio dos pais, ou se estão expondo sua real opinião sobre as questões apresentadas”.

Totem eletrônico

Pontos de atenção

Um estudo* encomendado pela OS “A Casa - Museu de Artes e Artefatos Brasileiros” mostrou que o uso de formas ‘espontâneas’ de coleta de dados (como a disponibilização de questionários de autopreenchimento em papel ou totens eletrônicos) para pesquisas de satisfação de público possui uma série de limitações técnicas. Com relação especificamente ao uso de totem eletrônico, o estudo destacou os seguintes pontos de atenção relacionados à amostragem:

- O totem eletrônico é uma forma espontânea de coleta de dados, na qual não há como definir *a priori* o tamanho, nem os critérios de seleção da amostra – condições essenciais para garantir a sua representatividade.
- A seleção dos respondentes não ocorre de forma aleatória ou de acordo com critérios específicos de amostras não-probabilísticas. Dessa forma, não se pode estabelecer a proporcionalidade entre os dados obtidos e o universo a ser representado.
- Não permite extrapolação de estimativas.
- Há vieses embutidos e desconhecidos relacionados à disposição dos visitantes em responder ao questionário: qual a motivação de quem se dispôs a responder à coleta? São pessoas que simplesmente têm mais tempo? São usuários insatisfeitos que querem se manifestar? Ou são os mais satisfeitos que se dispõem a doar um tempo para o preenchimento? Ou são crianças e adolescentes que acham divertido responder às perguntas?

Segundo alertado no estudo, as condições básicas para garantir a representatividade de uma amostra são:

- Garantir a maior aleatoriedade possível.
- Obter informações sobre o universo a representar.
- Definir número de respondentes (% em relação ao público total).
- Definir critério de seleção dos respondentes.

Esses parâmetros são necessários para calcular a taxa de resposta e a margem de erro e, conseqüentemente, permitir uma série de estimativas mais confiáveis. Uma vez equacionados esses pontos, o totem eletrônico pode contribuir para proporcionar leituras diversas das percepções dos públicos visitantes.

Perspectivas para aprimoramento das pesquisas

Perspectivas para aprimoramento das pesquisas

O presente diagnóstico evidenciou os focos centrais de atenção nos estudos de público realizados em 2015, por meio de pesquisas diretas junto aos principais grupos de beneficiários / usuários dos equipamentos culturais, grupos artísticos e programas da SEC SP geridos em parceria com as Organizações Sociais de Cultura.

O aprimoramento desses esforços para conhecer esses públicos passa pelo alinhamento de referenciais teóricos e metodológicos, de maneira a permitir maior comparabilidade entre as diferentes pesquisas realizadas, em seus eixos de atuação. Assim, por exemplo, é importante que a maneira de caracterizar o perfil de público (escolaridade, faixa etária, local de moradia, “como ficou sabendo” etc.) utilize os mesmos conceitos e referenciais nas diversas pesquisas, pois isso torna muito mais ágil e confiável a comparação.

Isso não significa que em todos os objetos culturais deverão ser realizadas as mesmas pesquisas e da mesma forma, mesmo porque há enfoques que variam entre o que se pretende saber do público de um evento ou de um curso, por exemplo. Além disso, a amostra em cada caso deve ser aferida levando-se em conta o histórico e contexto do objeto cultural. Por outro lado, ainda que não deva existir uma padronização rigorosa, é interessante que as pesquisas feitas junto a objetos culturais de mesma tipologia (museus, teatros ou conservatórios, por exemplo) tenham eixos comuns, de maneira a se verificar se o perfil de público nos diferentes equipamentos e programas é parecido ou não e como varia sua percepção quanto à qualidade dos serviços culturais usufruídos, entre outras questões comuns.

O alinhamento de variáveis deve considerar o tipo de pesquisa que se quer realizar e os objetivos pretendidos. A SEC SP pretende promover discussões com as OSs prevendo essa equalização, para garantir que as várias pesquisas contribuam para verificar aspectos de percepção de qualidade, satisfação e impacto das políticas culturais desenvolvidas a partir da parceria com as OSs, com maior consistência e confiabilidade. Os próximos passos nessa direção, organizados na forma de reuniões de construção colaborativa, levarão em conta os diversos avanços já obtidos por algumas das OSs, bem como as questões e dificuldades apontadas por outras, na direção de buscar um consenso viável e de aprimoramento geral.

Aprimoramento das pesquisas das OSs

O diagnóstico da UM apontou como principais desafios a serem enfrentados para o aprimoramento das pesquisas de público:

- Como chegar a um índice geral de percepção da satisfação?
- Como aprimorar a definição das amostras e as técnicas de coleta e tratamento dos dados (maior confiabilidade e comparabilidade)?
- Como incorporar a prática de realização de pesquisas sem sobrecarregar as equipes da SEC e das OSs?
- Como tornar as pesquisas úteis como *feedback* para a SEC e para as OSs?
- Como viabilizar pesquisas que evidenciem para a população e para os órgãos de controle aspectos de qualidade e impacto das realizações culturais?
- Como equacionar o hiato entre o que queremos saber e o que é possível saber (ex.: *é viável trabalhar com perguntas abertas?*)

Perfil, Percepção de Qualidade e Satisfação do Público

Exemplos de variáveis que podem servir de referência

A UM pretende desenvolver, em conjunto com as unidades gestoras da SEC SP e com as OSs, uma metodologia para subsidiar a realização de pesquisas de público no âmbito das ações executadas pelas OSs a partir de seus Planos de Trabalho. Como proposta inicial para a criação de parâmetros para as pesquisas – a ser aprofundada –, seguem dois quadros: um com exemplos de variáveis que podem ser incorporadas nas pesquisas de perfil e satisfação do público; outro com as informações básicas que devem constar nos relatórios de pesquisa.

PERFIL DO PÚBLICO PARTICIPANTE

Faixa etária, gênero, grau de escolaridade, renda familiar, local de moradia

Hábitos culturais, hábitos de estudo

Gosto (preferências entre linguagens, gêneros etc.)

PERFIL DA PARTICIPAÇÃO NA AÇÃO CULTURAL (1ª VEZ OU RETORNO)

Se é a primeira visita / Se não, qual a frequência de participação

Como soube do equipamento, grupo artístico ou atividade

Como chegou ao local / com quem veio / por que veio

O que visitou / percurso / tempo de duração da visita / o que aprendeu

PERCEPÇÃO DE QUALIDADE / SATISFAÇÃO POR PARTE DO PÚBLICO

Espaço / infraestrutura / serviços de apoio / materiais de apoio

Atendimento

Programação / atividades / conteúdos

Relatório de pesquisa realizada por OS

Informações básicas

RELATÓRIO DE PESQUISA – INFORMAÇÕES BÁSICAS A SEREM CONTEMPLADAS

1. Nome da OS

1. Objeto cultural (equipamento cultural / grupo artístico / programa)

1. Informações sobre a pesquisa

- Realização (quem realizou)
- Identificação (título)
- Objetivos
- Data de realização (período da coleta de dados)
- Público pesquisado (tipo, engajamento, segmento)
- Número de respondentes
- Variáveis
- Metodologia utilizada (abordagem quantitativa e/ou qualitativa, técnica, instrumentos, aplicação)
- Composição da amostra

1. Apresentação e análise dos resultados

1. Apropriação dos resultados (como os resultados foram aproveitados pela OS)

– Anexos –

Anexo I – Lista das pesquisas analisadas

OS	78 PESQUISAS REALIZADAS DIRETAMENTE PELAS OSS
AAPG	Projeto Guri: Perfil social dos alunos
	Projeto Guri: O que pensam do Guri? Perfil e satisfação dos alunos
ABAÇAI	Café com Violas: Batatais - Perfil e satisfação do público
	33ª Festival de MPB: Avaré - Feira Avareense de Musica Popular - Perfil e satisfação do público
	1º Festival Nacional de MPB: Batatais - Perfil e satisfação do público
	Festival de MPB - Botucanto: Botucatu - Perfil e satisfação do público
	Mapa Cultural Paulista: Biênio 2015/2016 - Perfil e satisfação do público - Artistas
	Mapa Cultural Paulista: Biênio 2015/2016 - Perfil e satisfação do público
	Revelando São Paulo: 8ª Edição - Entre Serras e Águas - Atibaia - Perfil e satisfação do público – Expositor
	Revelando São Paulo: 8ª Edição - Entre Serras e Águas - Atibaia - Perfil e satisfação do público
	Revelando São Paulo: 12ª Edição - Vale do Ribeira - Iguape - Perfil e satisfação do público
	Revelando São Paulo: 14ª Edição - Vale do Paraíba – S J Campos - Perfil e satisfação do público – Expositor
	Revelando São Paulo: 14ª Edição - Vale do Paraíba – S J Campos - Perfil e satisfação do público
	Revelando São Paulo: 19ª Edição – Capital (Valinhos) - Perfil e satisfação do público – Expositor
	Revelando São Paulo: 19ª Edição – Capital (Valinhos) - Perfil e satisfação do público
	ACAM
Museu Casa de Portinari: Perfil e satisfação do público das Oficinas Andantes	
Museu Casa de Portinari: Perfil e satisfação do público escolar - Estudantes e Professores	
Museu Felícia Leirner: Perfil e satisfação do público escolar - Estudantes e Professores	
Museu Índia Vanuïre: Perfil e satisfação do público escolar - Estudantes e Professores	

Anexo I – Lista das pesquisas analisadas

OS	78 PESQUISAS REALIZADAS DIRETAMENTE PELAS OSs
ACASA	Perfil e satisfação do público participante de cursos, oficinas, workshops
ADAAP	Impacto profissional no mercado das artes do palco - Egressos
AMAB	Museu Afro Brasil: Perfil e satisfação do público participante de cursos, oficinas, workshops
APAC	Pinacoteca: Satisfação do público do Curso Idosos e o museu
	Memorial da Resistência: Perfil e satisfação do público escolar - Estudantes e Professores
APAF	Museu da Imagem e do Som: Perfil do público espontâneo e de visitantes escolares
	Museu da Imagem e do Som: Perfil e satisfação do público escolar - Estudantes e Professores
	Paço das Artes: Perfil e satisfação do público escolar - Estudantes e Professores (jun)
	Paço das Artes: Perfil e satisfação do público escolar - Estudantes e Professores (set)
APD	SP Cia de Dança: Perfil e satisfação do público de espetáculos noturnos (média anual)
	SP Cia de Dança: Perfil e satisfação do público de espetáculos gratuitos - Estudantes e terceira idade (m. anual)
	SP Cia de Dança: Perfil e satisfação do público de oficina de dança - Balé Clássico (média anual)
	SP Cia de Dança: Perfil e satisfação do público de oficina de dança - Repertório em Movimento (média anual)
	SP Cia de Dança: Perfil e satisfação do público de oficina de dança - Teórica (média anual)
	SP Cia de Dança: Perfil e satisfação do público de palestra para educadores (média anual)
CATAVENTO	Fábrica de Cultura Cidade Tiradentes: Perfil e satisfação do público (espontâneo e pedagógico)
	Fábrica de Cultura Itaim Paulista: Perfil e satisfação do público (espontâneo e pedagógico)
	Fábrica de Cultura Parque Belém: Perfil e satisfação do público (espontâneo e pedagógico)
	Fábrica de Cultura Sapopemba: Perfil e satisfação do público (espontâneo e pedagógico)
	Fábrica de Cultura Vila Curuçá: Perfil e satisfação do público (espontâneo e pedagógico)
	Museu Catavento: Perfil e satisfação do público participante de cursos, oficinas, workshops
	Museu Catavento: Perfil e satisfação do público espontâneo (totem)

Anexo I – Lista das pesquisas analisadas

OS	78 PESQUISAS REALIZADAS DIRETAMENTE PELAS OSSs
IDBRASIL	Museu do Futebol: Perfil e satisfação do público participante de cursos, oficinas, workshops
	Museu do Futebol: Perfil e satisfação do público do 12º Seminário Nacional de Direito Esportivo
	Museu do Futebol: Perfil e satisfação do público da 5ª Edição do Ciclo Visibilidade para o Futebol Feminino
	Museu do Futebol: Perfil e satisfação do público do evento A importância de Gestão de Esportes em crescimento
	Museu do Futebol: Perfil e satisfação do público de visitas educativas (4º trimestre)
	Museu do Futebol: Perfil e satisfação do público escolar - Estudantes e Professores
	Museu do Futebol: Perfil e satisfação do público escolar - Estudantes e Professores (relatório trimestral)
	Museu do Futebol: Perfil e satisfação do público de visitas educativas (2º semestre)
	Museu do Futebol: Perfil e satisfação do público de visitas educativas (2º trimestre)
	Museu do Futebol: Perfil e satisfação do público espontâneo (totem)
	Museu do Futebol: Perfil e satisfação do público espontâneo (totem) - Relatório trimestral
	Museu da Língua Portuguesa: Perfil e satisfação do público participante de cursos, oficinas, workshops
	Museu da Língua Portuguesa: Perfil e satisfação do público escolar - Estudantes e Professores
	Museu da Língua Portuguesa: Perfil e satisfação do público escolar - Estudantes e Professores (tablets)
INCI	Museu da Imigração: Perfil e satisfação do público espontâneo (totem)
	Museu do Café: Perfil e satisfação do público espontâneo (totem)

Anexo I – Lista das pesquisas analisadas

OS	78 PESQUISAS REALIZADAS DIRETAMENTE PELAS OSSs
PENSARTE	Banda Sinfônica: Perfil e satisfação do público espontâneo (dezembro)
	Banda Sinfônica: Perfil e satisfação do público espontâneo (2º trimestre)
	Banda Sinfônica: Perfil e satisfação do público espontâneo (4º trimestre)
	Jazz Sinfônica: Perfil e satisfação do público espontâneo (dezembro)
	Jazz Sinfônica: Perfil e satisfação do público espontâneo (2º trimestre)
	Jazz Sinfônica: Perfil e satisfação do público espontâneo (4º trimestre)
	Theatro São Pedro: Perfil e satisfação do público espontâneo (dezembro)
	Theatro São Pedro: Perfil e satisfação do público espontâneo (2º trimestre)
	Theatro São Pedro: Perfil e satisfação do público espontâneo (4º trimestre)
POIESIS	Casa das Rosas: Perfil e satisfação do público espontâneo
	Casa das Rosas: Perfil e satisfação do público espontâneo
	Casa das Rosas: Perfil e satisfação do público escolar - Estudantes e Professores
	Casa Guilherme de Almeida: Perfil e satisfação do público escolar - Estudantes e Professores
	Fábricas de Cultura: Perfil e satisfação do público pedagógico (aprendizes)
	Oficinas Culturais: Perfil e satisfação do público
	Qualificação em Artes - Teatro: Perfil e satisfação do público pedagógico
	Qualificação em Artes - Dança: Perfil e satisfação do público pedagógico
SAMAS	Museu de Arte Sacra: Perfil e satisfação do público espontâneo (totem)
	Museu de Arte Sacra: Perfil e satisfação do público espontâneo - Exposição Rememoração
	Museu de Arte Sacra: Perfil e satisfação do público escolar - Estudantes e Professores

Anexo I – Lista das pesquisas analisadas

OS	EMPRESA	24 PESQUISAS REALIZADAS POR EMPRESAS
ACAM PORTINARI	Solvis	Museu Casa de Portinari: Perfil e satisfação do público escolar – Estudantes
		Museu Casa de Portinari: Perfil e satisfação do público espontâneo (tablets)
		Museu Felícia Leirner: Perfil e satisfação do público escolar - Estudantes e Professores (tablets)
		Museu Felícia Leirner: Perfil e satisfação do público espontâneo (totem)
		Museu Índia Vanuíre: Perfil e satisfação do público espontâneo (totem)
		Museu Índia Vanuíre: Perfil e satisfação do público escolar - Estudantes e Professores (tablets)
AMAB		Museu Afro Brasil: Perfil e satisfação do público espontâneo
		Museu Afro Brasil: Perfil e satisfação do público espontâneo (totem)
		Museu Afro Brasil: Perfil e satisfação do público espontâneo (totem)
IDBRASIL		Museu da Língua Portuguesa: Perfil e satisfação do público espontâneo (totem)
SPLEITURAS	Instituto Fonte	Biblioteca de São Paulo: Perfil e satisfação do público espontâneo e formação de hábito leitor
		Biblioteca Pq. Villa Lobos: Perfil e satisfação do público espontâneo e formação de hábito leitor
		Praler: Perfil e satisfação do público de oficinas, facilitadores, membros de instituições
		SisEB: Perfil e satisfação de profissionais de bibliotecas e palestrantes
		Viagem Literária: Perfil e satisfação de público espontâneo e das bibliotecas
		BebeLê: estudo temático (entrevistas com público espontâneo e observação direta)
		A Biblioteca e a Comunidade: estudo temático (entrevistas com equipe e observação direta)
SMC	Datacenso	EMESP Tom Jobim: Perfil e satisfação dos alunos
		EMESP Tom Jobim: Perfil e satisfação dos pais ou responsáveis por alunos
		EMESP Tom Jobim: Perfil e satisfação do público dos eventos da EMESP
		Projeto Guri: Perfil e satisfação de alunos de Iniciação Musical e do curso Sequencial
INCI	Instituto de Pesquisas A Tribuna	Museu da Imigração: Perfil e satisfação do público espontâneo
		Museu do Café: Perfil e satisfação do público escolar - Estudantes
FOESP	MC 15	OESP / Sala São Paulo - Satisfação do público assinante, associado, avulso

Anexo II – Organizações Sociais: Siglas

AACT	Associação dos Amigos do Conservatório de Tatuí
AAPG	Associação dos Amigos do Projeto Guri
ABAÇAI	Abaçai Cultura e Arte
ACAM	Associação Cultural de Apoio ao Museu Casa de Portinari
ACASA	A Casa - Museu de Artes e Artefatos Brasileiros
ADAAP	Associação dos Artistas Amigos da Praça
AMAB	Associação Museu Afro Brasil
APAA	Associação Paulista dos Amigos da Arte
APAC	Associação Pinacoteca Arte e Cultura
APAF	Associação do Paço das Artes Francisco Matarazzo Sobrinho
APD	Associação Pró-Dança
CATAVENTO	Catavento Cultural e Educacional
FOESP	Fundação Orquestra Sinfônica do Estado de São Paulo
IDBRASIL	ID Brasil Cultura, Educação e Esporte
INCI	Instituto de Preservação e Difusão da História do Café e da Imigração
PENSARTE	Instituto Pensarte
POIESIS	Poiesis - Instituto de Apoio à Cultura, à Língua e à Literatura
SAMAS	Associação Museu de Arte Sacra
SMC	Associação de Cultura, Educação e Assistência Social Santa Marcelina
SPLEITURAS	SP Leituras - Associação Paulista de Bibliotecas e Leitura

Para saber mais (*)

ALMEIDA, Adriana M. [O contexto do visitante na experiência museal: semelhanças e diferenças entre museus de ciência e de arte](#). História, Ciências, Saúde – Manguinhos, v. 12 (suplemento), p. 31-53, 2005.

IBERMUSEUS. [Estudos de Público de Museus na Ibero-América](#). Espanha: Observatório Ibero-Americano de Museus (OIM), mar/out 2014.

BRASIL. INSTITUTO BRASILEIRO DE MUSEUS (IBRAM). [Formulário de Visitação Anual - Resultados FVA 2014](#). Brasil, 2014.

BRASIL. INSTITUTO BRASILEIRO DE MUSEUS (IBRAM). [Museus em Números, Volume 1](#). Brasília: Instituto Brasileiro de Museus, 2011.

BRASIL. INSTITUTO BRASILEIRO DE MUSEUS (IBRAM). [Museus em Números, Volume 2](#). Brasília: Instituto Brasileiro de Museus, 2011.

INSTITUTO NACIONAL DE ANTROPOLOGIA E HISTÓRIA. [Estudios sobre públicos y museos. Públicos y museos: ¿Qué hemos aprendido?](#) Volumen I. Ciudad de México, 2016.

KÖPTCKE, Luciana S. [Público, o X da questão? A construção de uma agenda de pesquisa sobre os estudos de público no Brasil](#). Museologia & Interdisciplinaridade, Vol.1, nº1, jan/jul 2012, p. 209-235.

[Métodos de Pesquisa em Ciências Sociais - Bloco Qualitativo](#). São Paulo: SESC São Paulo / CEBRAP, 2016.

[Métodos de Pesquisa em Ciências Sociais - Bloco Quantitativo](#). São Paulo: SESC São Paulo / CEBRAP, 2016.

RIBEIRO, Vanessa C.; OLIVEIRA, Isaltina S. da C.; BARROS, Juliana R. (org.). [Conhecendo o público dos museus da Secretaria da Cultura do Estado de São Paulo](#). São Paulo: Museu de Arte Sacra de São Paulo, 2016.

Elaboração e formatação do Boletim UM n. 8:

Coordenação e textos: Claudinéli Moreira Ramos

Assessoria Técnica e textos: Liliana Sousa e Silva

Diretoria de Avaliação: Marianna Bomfim, Ricardo Ysimine

Diretoria de Monitoramento e Normas: Vanderli Ferrarezi

Núcleo de Apoio Administrativo: Danielle de Lima

Especialistas em Políticas Públicas (EPPs) designados:

Eduardo Baider Stefani, Gabriela Toledo Silva, Letícia Bachani Tarifa

Estagiári@s: Larissa Rodrigues, Rodrigo Lima

Unidade de Monitoramento da Secretaria da Cultura de São Paulo

monitoramento.cultura@sp.gov.br – 55 (11) 3339-8129



Geraldo Alckmin
Governador

José Luiz Penna
Secretário da Cultura

Romildo Campello
Secretário Adjunto da Cultura

Alessandro Soares
Chefe de Gabinete

José Brito de França
Assessor Parlamentar

Claudinéli Moreira Ramos
Coordenadora da Unidade Monitoramento

Aldo Luiz Valentim
Coordenador da Unidade de Fomento à Cultura

Dennis Alexandre Rodrigues de Oliveira
Coordenador da Unidade de Formação Cultural

Regina Ponte
Coordenadora da Unidade de Preservação do Patrimônio Museológico

Sílvia Alice Antibas
Coordenadora da Unidade de Difusão Cultural, Bibliotecas e Leitura

Valéria Rossi
Coordenadora da Unidade de Preservação do Patrimônio Histórico

SECRETARIA DA CULTURA DO ESTADO DE
SÃO PAULO. “Boletim UM – Pesquisas de
Público da Cultura em SP: Diagnóstico e
Perspectivas”. Nº 6 / 2017. São Paulo:
Unidade de Monitoramento da SEC SP,
novembro de 2017.