

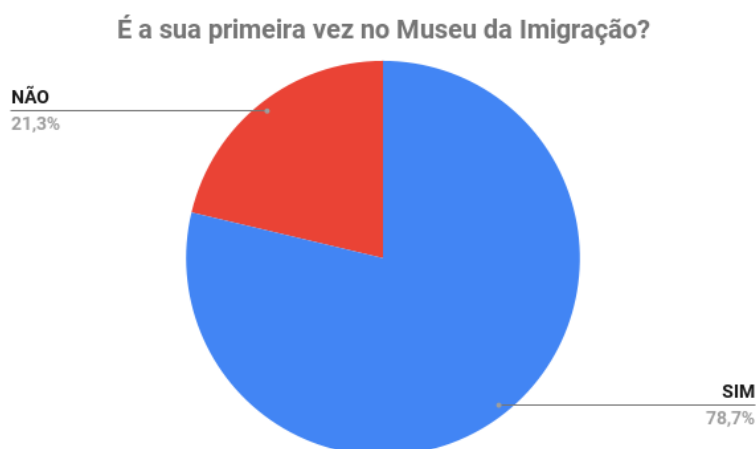
## Relatório Analítico da Pesquisa de Satisfação de Público Geral 3º quadrimestre/2022

### Apresentação

Desde 2021, o sistema de coleta de dados da pesquisa de satisfação do Museu da Imigração é disponibilizado por meio de *QR Code*, sendo distribuída a imagem do código em locais estratégicos e em filipetas entregues na bilheteria. Mais recentemente, retornamos com o totem no hall de entrada do MI para as pessoas que preferem responder o questionário por esse meio. A pesquisa aplicada durante todo o ano de 2022 é composta de nove perguntas com respostas simples, a amostra do terceiro quadrimestre é de 66 respostas.

### 1 - É a sua primeira visita ao Museu da Imigração?

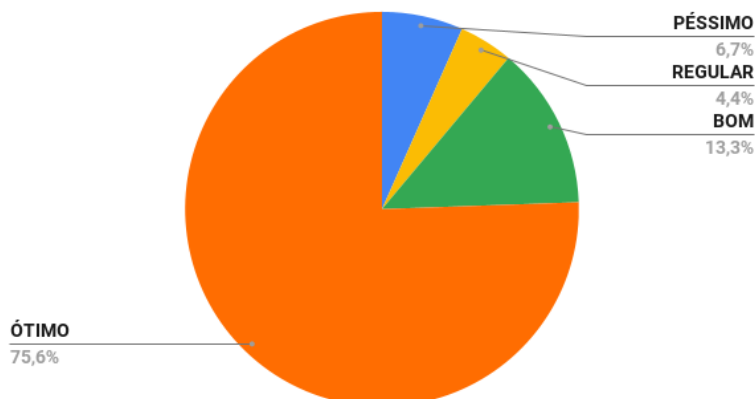
Dos visitantes que responderam a pesquisa no período, 78,7% visitaram o MI pela primeira vez e 21,3% já conheciam. O que indica um público novo em potencial a ser trabalhado.



### 2 - Como foi o atendimento no Museu da Imigração?

O índice de aprovação dos visitantes com relação ao atendimento dos colaboradores do Museu é alto. Durante o 3º quadrimestre, 88,9% consideram o serviço ótimo ou bom. De toda forma, o MI avalia ser pertinente o constante treinamento das equipes para otimizar ainda mais esse dado.

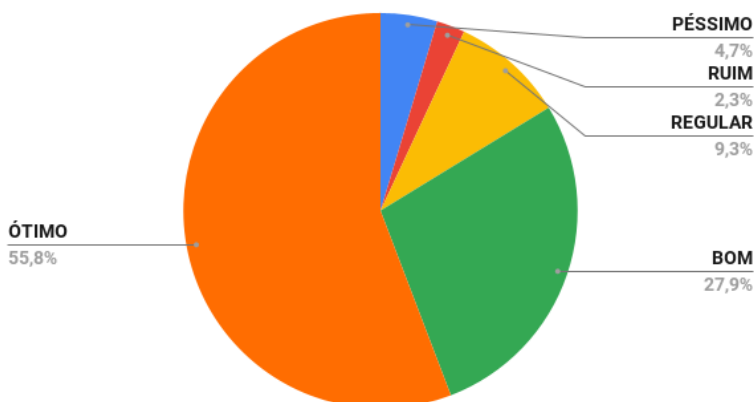
### Como foi o atendimento no Museu da Imigração?



### 3 - O que você achou do atendimento na Cafeteria do Museu?

O serviço da Cafeteria do Museu é terceirizado e atingiu altos índices de satisfação. São 83,7% que consideram como ótimo ou bom o atendimento que receberam durante o período referido.

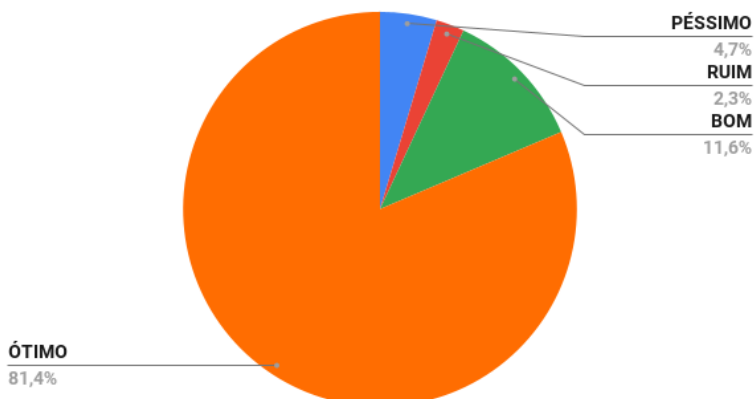
### O que você achou do atendimento na Cafeteria do Museu?



### 4 - O que você achou das instalações do Museu?

Somando os índices que apontam as instalações como ótimas ou boas, temos um total de 93% de aprovação. Isso se dá pelo intenso e contínuo serviço de limpeza e manutenção do edifício e das exposições, preservando os ambientes.

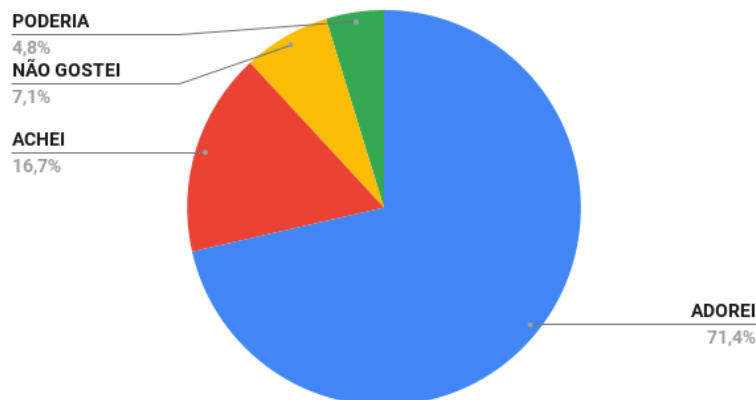
### O que você achou das instalações do Museu?



### 5 - O que você achou da exposição de longa duração "Migrar: experiências, memórias e identidades"?

A exposição de longa duração é um dos grandes atrativos do Museu da Imigração. Dos visitantes que responderam a pesquisa, 71,4% dizem ter adorado conhecê-la e 16,7% acharam uma experiência interessante. Analisamos que a taxa de rejeição pode ser melhorada com a readequação da mostra que será aplicada no exercício de 2023.

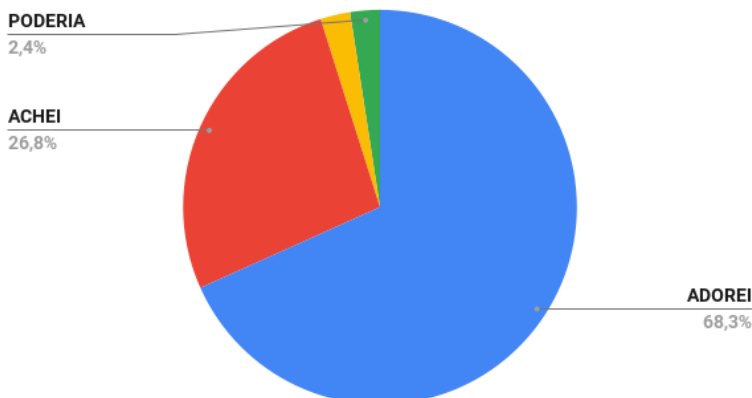
### O que você achou da exposição de longa duração?



### 6 - O que você achou das exposições temporárias?

Durante o 3º quadrimestre de 2022, estiveram em cartaz no MI duas exposições temporárias: "Eu Vim de Lá" e "África em São Paulo", onde 68,3% dos visitantes adoraram visitá-las e 26,8% acharam as propostas interessantes.

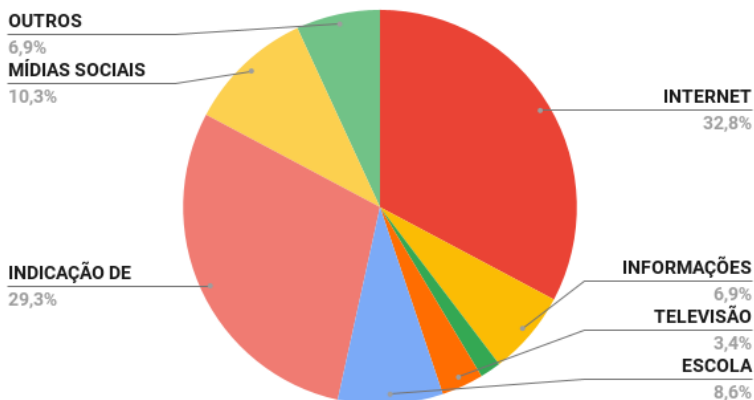
### O que você achou das exposições temporárias?



### 7 - Como você ficou sabendo do Museu da Imigração?

A maioria das pessoas que visitou o MI durante o referido período soube da instituição via internet (sites): 32,8%. O segundo maior índice, de 29,3%, é daqueles que visitaram o museu após receber indicação de algum amigo ou familiar. Há ainda os 10,3% que conheceram o museu após verem alguma publicação em mídias sociais.

### Como ficou sabendo do Museu da Imigração?



### 8 - Você retornaria ao Museu da Imigração?

Dos visitantes que responderam a pesquisa de satisfação, 92,3% alegam que voltariam à instituição em outras oportunidades, isso revela o alto grau de interesse e engajamento do público após um passeio pelas instalações do MI. Sobretudo, enxergamos um potencial nas frentes de eventos e exposições temporárias para atrair esses visitantes.



## 9 - Índice de Satisfação

No 3º quadrimestre de 2022 o índice de satisfação atingido foi de 91%. O resultado desse dado é a média de 6 indicadores na pesquisa: atendimento (questão 2), atendimento da cafeteria (questão 3), exposição de longa duração (questão 4), instalações (questão 5), exposições temporárias (questão 6) e se retornaria ao Museu (questão 8).



*Caroline Nóbrega*

Caroline Nóbrega

Gerente de Comunicação e Desenvolvimento Institucional

## Relatório Analítico da Pesquisa de Satisfação de Público da Programação Cultural 3º quadrimestre/2022

### Apresentação

Durante o 3º quadrimestre de 2022 o Museu da Imigração promoveu uma série de encontros, palestras, oficinas e eventos. Foram coletados, em algumas dessas atividades, amostras qualitativas para aferir o grau de satisfação do público com a programação cultural da instituição. Serão observadas a seguir as pesquisas referentes a 27ª Festa do Imigrante, que ocorreu em outubro, assim como a projeção de vídeo mapping realizada em novembro em parceria com o Coletivo Ventre e também a Noite de Las Velitas, que aconteceu em dezembro, iniciativa do Consulado Geral da Colômbia em São Paulo.

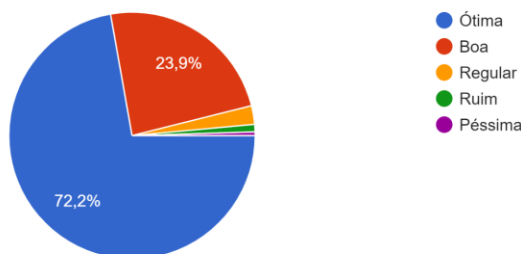
### Pesquisa de Satisfação de Público | 27ª Festa do Imigrante

Pela primeira vez a 27ª Festa do Imigrante aconteceu em quatro dias, dois sábados e dois domingos do mês de outubro, sendo anteriormente realizada durante três dias. Em 2022, nos dias 8, 9, 15 e 16 de outubro cerca de 30 mil pessoas prestigiaram a programação, que contou com 68 apresentações artísticas e mais de 100 expositores nas áreas de gastronomia, artesanato e empório. Para aferir a satisfação do público, uma pesquisa foi realizada por meio de abordagem direta. Vejamos abaixo o resultado:

#### *Qual a sua opinião sobre a programação disponível na Festa?*

Para essa pergunta, 96,1% dos entrevistados declararam que a programação da 27ª Festa do Imigrante é ótima ou boa, refletindo o alto nível de qualidade e excelência buscados pela organização do evento.

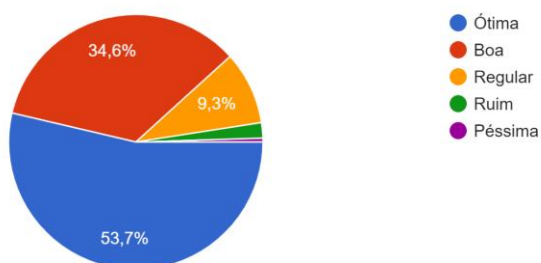
Qual sua opinião sobre a programação disponível na Festa?  
205 respostas



### **Qual a sua opinião sobre a estrutura do evento?**

Um total de 88,3% dos entrevistados declarou que a estrutura da 27ª Festa do Imigrante é ótima ou boa, e 9,3% declararam que a estrutura é regular. É importante ressaltar que o evento acontece em espaços adaptados e de uso cotidiano tanto do Museu da Imigração quanto do Arsenal da Esperança, fato que pode ter influenciado o resultado.

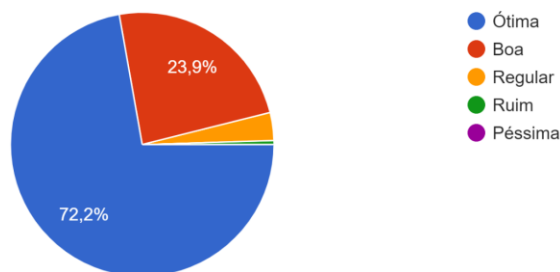
Qual sua opinião sobre a estrutura do evento?  
205 respostas



### **Os profissionais envolvidos no evento desempenharam sua função de maneira:**

Para 96,1% dos entrevistados, o atendimento prestado pelos funcionários do evento foi de ótima ou boa qualidade, sendo somente 3,4% alegado ter recebido um atendimento regular e 0,5% ruim. A opção “péssima” não figurou na amostra.

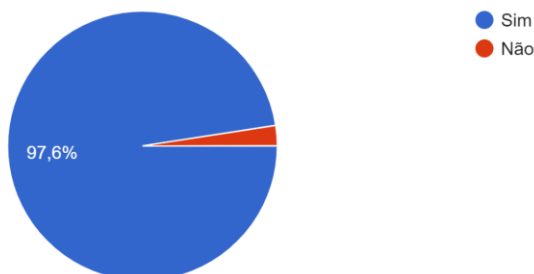
Os profissionais envolvidos no evento desempenharam sua função de maneira:  
205 respostas



### ***Você indicaria a Festa do Imigrante para alguém?***

Revelando o enorme grau de satisfação do público, 97,6% dos entrevistados alegaram que indicariam a Festa do Imigrante para outras pessoas diante dos 2,4% dos que alegaram não recomendar o evento declarando tempo de espera elevado para atendimento na tendas de gastronomia.

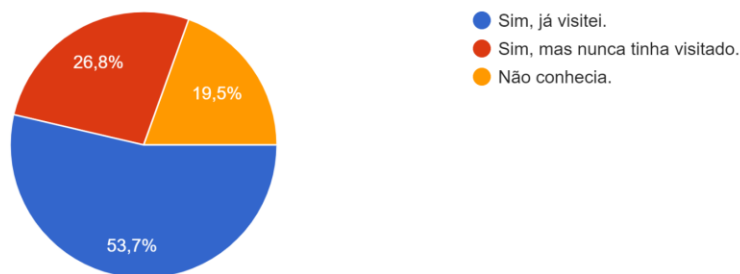
Você indicaria a Festa do Imigrante para alguém?  
205 respostas



### ***Você já conhecia o Museu da Imigração?***

Mais da metade dos entrevistados, 53,7%, declarou que já tinham realizado uma visita ao Museu da Imigração em algum outro momento que não durante a Festa do Imigrante. Já 26,8% alegaram ter conhecimento da existência da instituição, no entanto, visitaram pela primeira vez durante a 27ª Festa do Imigrante, enquanto para 26,8% da amostra a instituição passou a ser conhecida justamente por conta da realização da edição de 2022 do evento, revelando a importância da Festa do Imigrante na difusão cultural.

Você já conhecia o Museu da Imigração?  
205 respostas

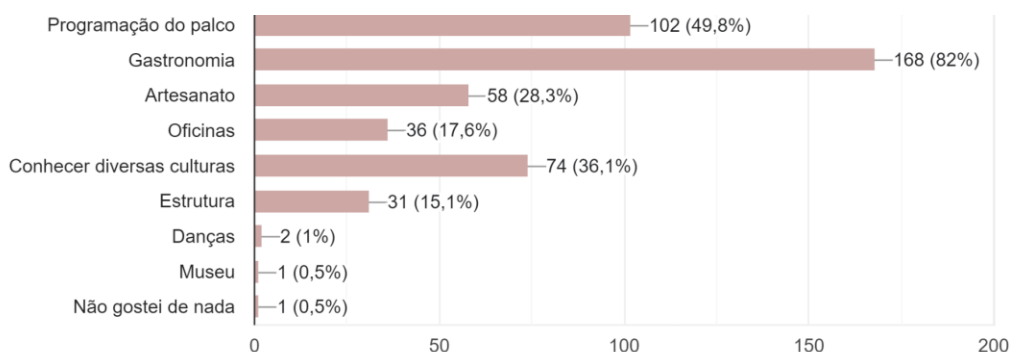
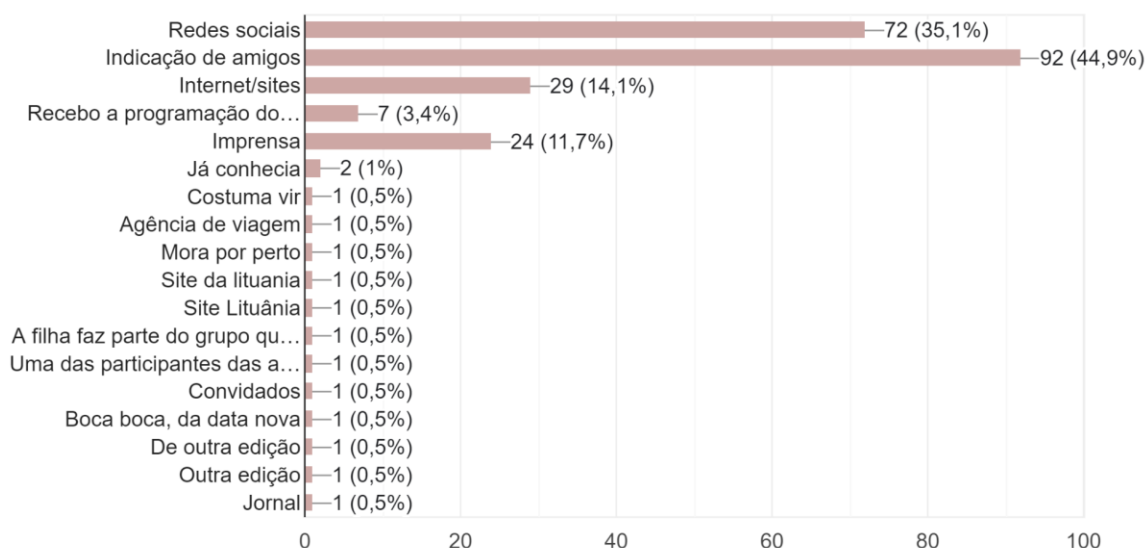


## Como ficou sabendo da Festa do Imigrante?

A indicação de amigos é mais expressiva quando questionamos sobre como o entrevistado ficou sabendo da Festa do Imigrante, somando um total de 44,9% das respostas. As redes sociais e a internet de um modo geral figuram como segundo lugar - somadas - e aparecem nas respostas de 49,2% das respostas. Um total de 11,7% atesta que souberam da Festa por meio da imprensa e 3,4% tomaram conhecimento via *newsletter* do Museu da Imigração.

### Como ficou sabendo da Festa do Imigrante?

205 respostas



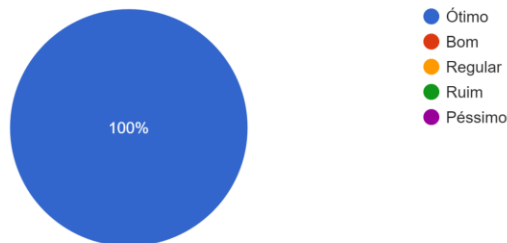
## Pesquisa de Satisfação de Público | Projeção de Vídeo Mapping

Geralmente fechado às segundas-feiras, o Museu da Imigração abriu o seu jardim no anoitecer do dia 7 de novembro especialmente para receber as projeções do Coletivo Ventre, que exibiu por cerca de duas horas diversos vídeos mapeados, projetados na fachada central da instituição. O trabalho foi resultado de um edital do PROAC, de autoria da VJ Letícia Pantoja, no qual o Museu da Imigração realizou a sessão de espaço através de uma parceria não onerosa. Vejamos abaixo o resultado da pesquisa de satisfação de público:

### ***Qual a sua opinião sobre a qualidade do evento?***

Para 100% dos entrevistados, a projeção de vídeo mapping no Museu da Imigração, foi avaliada como ótima, revelando o interesse por uma programação diferenciada promovida pela instituição.

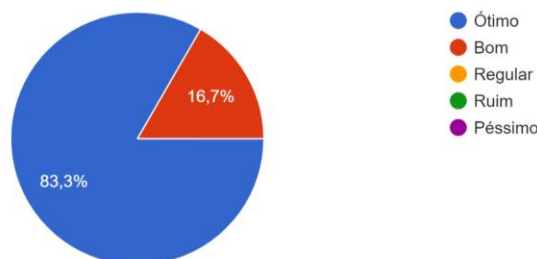
1. Qual sua opinião sobre a qualidade do evento?  
6 respostas



### ***Qual a sua opinião sobre a estrutura para realização do evento?***

Um total de 83,3% dos entrevistados alegou que a estrutura do evento foi ótima, além de 16,7% das pessoas que declararam ter uma boa estrutura. Portanto, 100% da amostra ficou satisfeita, em maior ou menor grau, com a estrutura do evento.

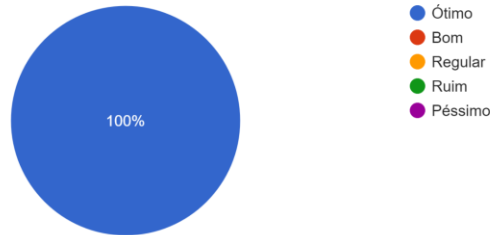
2. Qual sua opinião sobre a estrutura oferecida para realização do evento?  
6 respostas



### **Qual o seu nível de satisfação com o atendimento prestado pelos funcionários do Museu da Imigração?**

Para 100% dos entrevistados o atendimento prestado pelos colaboradores do Museu, desde a bilheteria, segurança e organização da projeção, foi ótimo. Os demais índices não figuram nas respostas.

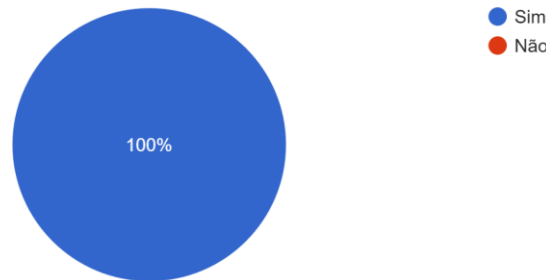
3. Qual o seu nível de satisfação com o atendimento prestado pelos funcionários do Museu da Imigração?  
6 respostas



### **Você indicaria essa atividade para alguém?**

Para 100% dos entrevistados a indicação da atividade projeção de vídeo mapping realizada no museu é positiva.

4. Você indicaria essa atividade para alguém?  
6 respostas

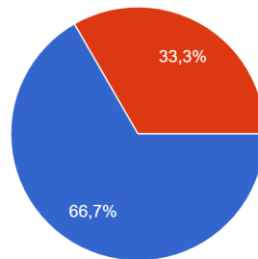


### **Como ficou sabendo da atividade?**

Dos entrevistados, 66,7% souberam da projeção de mapping por meio de indicação de amigos ou familiares, enquanto 33,3% viram a divulgação da atividade pelas redes sociais.

5. Como ficou sabendo da atividade?

6 respostas



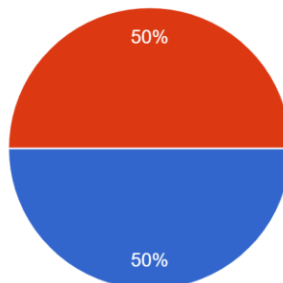
- Indicação de amigos/familiares
- Redes Sociais
- Recebo a programação do Museu da Imigração por e-mail
- Internet (Site do Museu/Outros Sites)
- Jornais/Revistas

***Você já conhecia o Museu da Imigração?***

De maneira equilibrada, o dado sobre o conhecimento do MI apontou 50% para cada opção.

6. Você já conhecia o Museu da Imigração?

6 respostas



- Sim
- Não



## Pesquisa de Satisfação de Público | Noche de Las Velitas

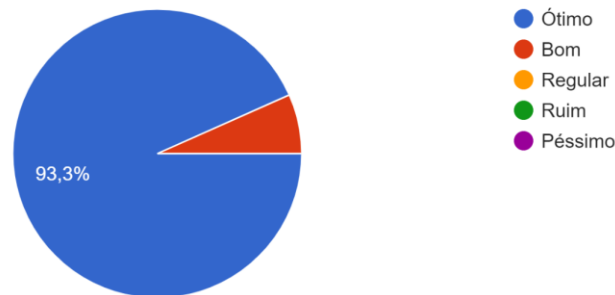
Em dezembro, o Museu da Imigração em parceria com o Consulado Geral da Colômbia comemorou a “Noche de las Velitas” com um evento cultural. A Noite das Velas é uma das festividades mais tradicionais da Colômbia, que marca o início da época natalina, quando se acendem lanternas e velas que iluminam ruas, casas e cidades. Durante o evento foi realizada uma pesquisa de satisfação, vejamos abaixo o resultado:

### ***Qual sua opinião sobre a estrutura oferecida para realização do evento?***

O índice de satisfação com a estrutura do evento foi de ótimo para 93,3% e 6,7% avaliaram como boa.

2. Qual sua opinião sobre a estrutura oferecida para realização do evento?

30 respostas

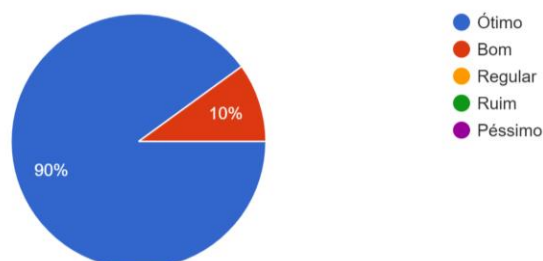


### ***Qual o seu nível de satisfação com o atendimento prestado pelos funcionários do Museu da Imigração?***

Para 90% da amostra, o atendimento dos colaboradores do museu foi avaliado como ótimo, enquanto para os outros 10% avaliaram como bom, totalizando 100% de satisfação em maior ou menor grau.

3. Qual o seu nível de satisfação com o atendimento prestado pelos funcionários do Museu da Imigração?

30 respostas

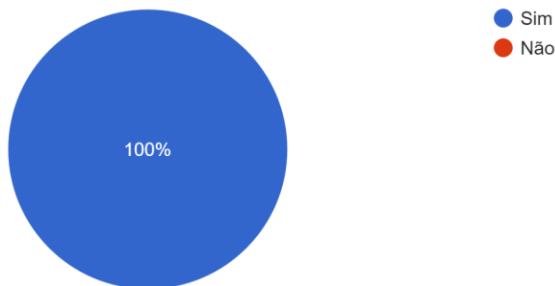


### ***Você indicaria essa atividade para alguém?***

Todos os entrevistados alegaram que indicariam a atividade da “Noite de las Velitas” para outras pessoas, sejam amigos ou familiares, reforçando assim a qualidade do evento.

#### 4. Você indicaria essa atividade para alguém?

30 respostas

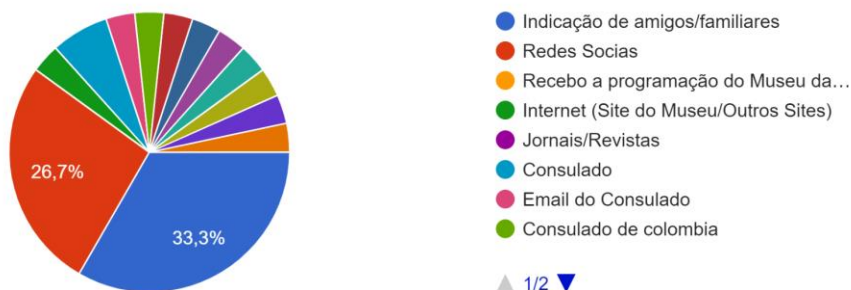


### ***Como ficou sabendo da atividade?***

Um total de 33,3% da amostra alegou que soube da atividade por meio de amigos ou familiares, enquanto 26,7% viram alguma postagem nas mídias sociais, os demais souberam por parte de comunicações feitas pelo Consulado da Colômbia via e-mail e site oficial.

#### 5. Como ficou sabendo da atividade?

30 respostas

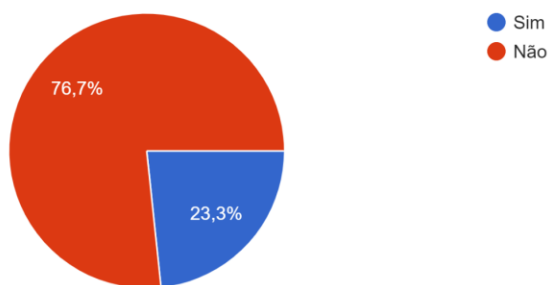


## ***Você já conhecia o Museu da Imigração?***

Para 76,7% dos entrevistados a “Noite de las Velitas” foi o primeiro contato com o Museu da Imigração, revelando a importância de eventos e atividades articuladas com as comunidades e autoridades consulares para a aproximação do público com a instituição. Os outros 23,3% dos presentes declararam que já estiveram no Museu da Imigração em oportunidades pretéritas.

6. Você já conhecia o Museu da Imigração?

30 respostas



*Caroline Nóbrega*

Caroline Nóbrega

Gerente de Comunicação e Desenvolvimento Institucional

## Relatório Analítico da Pesquisa de Perfil e Satisfação do Público Virtual

A presença do Museu da Imigração nos canais digitais sempre foi uma frente de atuação da equipe de Comunicação e Desenvolvimento Institucional. Naturalmente, em virtude do cenário pandêmico, tais plataformas foram ainda mais utilizadas, o que se manteve mesmo após a retomada das ações presenciais. Assim, os ambientes *on-line* permanecem como importantes caminhos para apresentar as programações e os trabalhos desenvolvidos, além de serem fundamentais para garantir o contato e a proximidade com o público.

Neste relatório, portanto, considerando alguns dos canais em que o MI pode ser encontrado, serão compartilhadas análises sobre o perfil dos seguidores e usuários, a forma como consomem os conteúdos disponíveis e o engajamento com parte desses materiais.

- **Perfil do público *on-line***

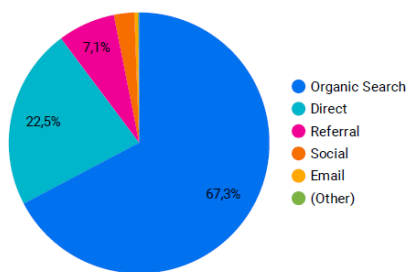
### Site Institucional (Análise de dados | Google Analytics)

No que diz respeito ao *site*, foram contabilizados 1.214.938 acessos e 797.897 usuários, mediante a soma de todos os meses do ano. Diante desses números, atesta-se um aumento nos dois levantamentos em comparação ao ano anterior. Para a análise do cenário no decorrer do período, destacam-se abaixo os gráficos relacionados a janeiro, julho e dezembro.

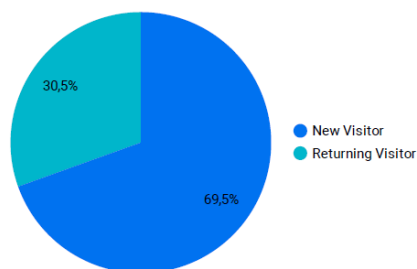
Considerando aqueles que estrearam na visitação às páginas, 69,5% representam o dado em questão no primeiro mês, sendo que, ao término das últimas semanas do ano, houve um crescimento para 71,2%. Com isso, nota-se que a média entre quem ainda não tinha acessado e quem retornou se mantém, confirmando o interesse de quem já conhecia e o alcance de um novo público.

Já ao estudar as origens da visita, a busca orgânica lidera o *ranking* com 67,3% (janeiro), 70% (julho) e 66,8% (dezembro) dos casos.

**Origens de visita**

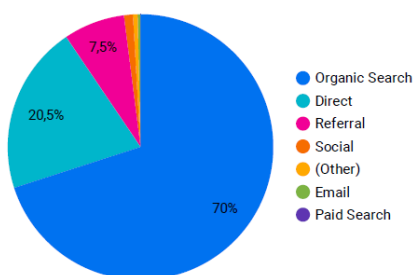


**Tipo de usuários**

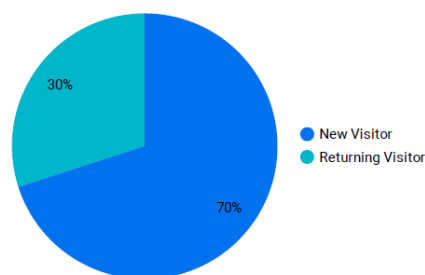


Janeiro/2022

**Origens de visita**

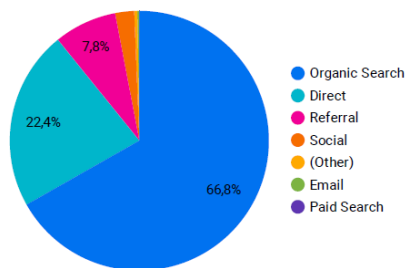


**Tipo de usuários**

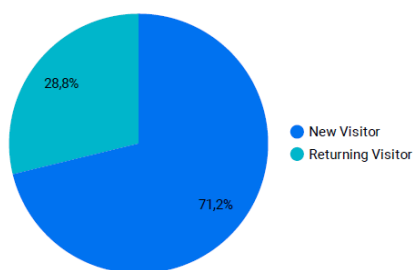


Julho/2022

**Origens de visita**



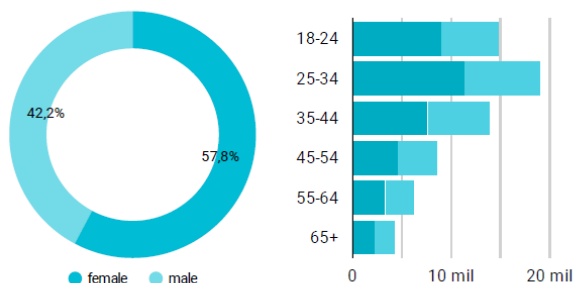
**Tipo de usuários**



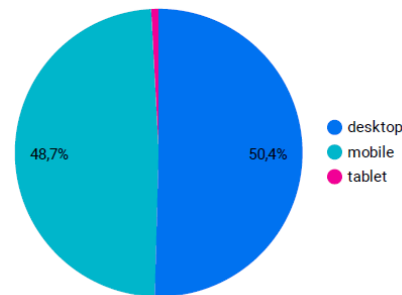
Dezembro/2022

Outras informações acompanhadas pelo setor estão relacionadas ao gênero e à faixa etária do público virtual. Em janeiro, as mulheres representaram 57,8% dos acessos, enquanto os homens foram 42,2%. E, no último mês do ano, 53,6% das sessões foram do sexo feminino e 46,4% do sexo masculino. Já em relação à idade, nos três meses mencionados, as pessoas entre 25 e 34 anos foram maioria, seguidas pelo público de 18 a 24 anos.

**Acessos por idade e gênero**

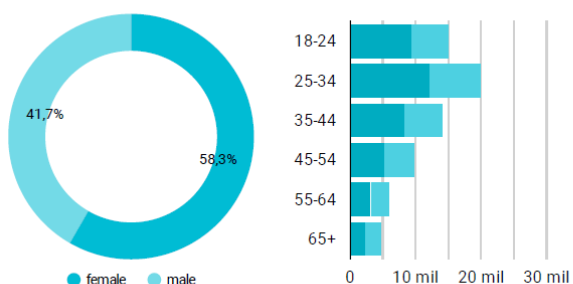


**Acessos por dispositivo**

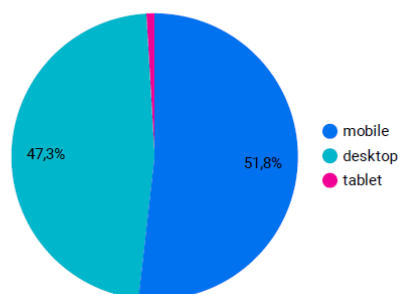


Janeiro/2022

**Acessos por idade e gênero**

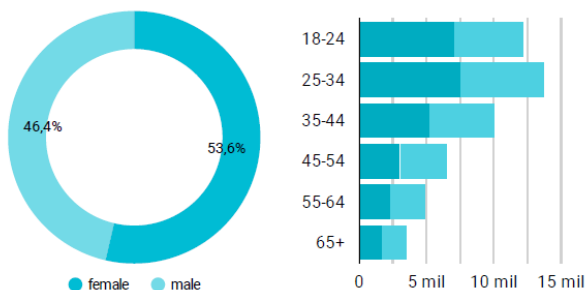


**Acessos por dispositivo**

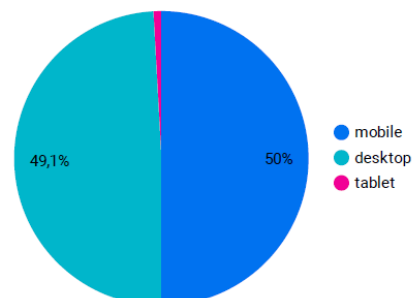


Julho/2022

**Acessos por idade e gênero**



**Acessos por dispositivo**



Dezembro/2022

**Redes sociais**

Ao término do 3º quadrimestre, as presenças do MI nas mídias sociais totalizaram 237.494 seguidores, considerando que 31.401 foram pessoas que passaram a acompanhá-lo em 2022. Em comparação ao ano anterior, o número de novos usuários interessados na instituição cresceu em mais de 70%. Abaixo, dados e imagens relacionados ao Instagram e ao YouTube apresentam melhor a atuação em tais canais.

## Instagram

Assim como no ano anterior, a presença no Instagram permanece como o perfil do MI com maior número de seguidores, encerrando o 3º quadrimestre com 132.814 pessoas interessadas pelas temáticas apresentadas. Desenvolvidas a partir de um cronograma previamente definido, as postagens englobam desde atividades culturais e educativas até exposições e informações sobre a pesquisa de registros de migrantes. Ao mesmo tempo, a plataforma também é utilizada para a realização de *lives*, visando aproximar ainda mais o público dos debates fomentados pela instituição.

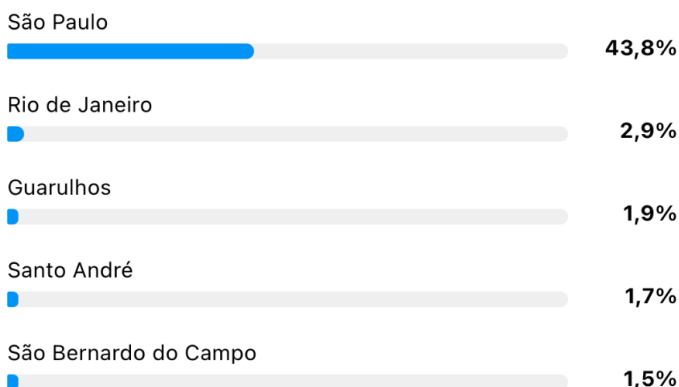
Mulheres somam 68,3% dos seguidores, enquanto os homens representam 31,6%. Ao analisar a faixa etária, os usuários entre 35 e 44 anos formam a maioria, com 35%, acompanhados pelas pessoas de 25 a 34 anos (25,4%) e 45 a 54 anos (20,5%). Em relação à localização, grande parte é da cidade de São Paulo (43,8%), sendo que o Rio de Janeiro aparece na sequência, mas com um número bem menor (2,9%).

### Principais localizações

dos seus seguidores

Cidades

Países



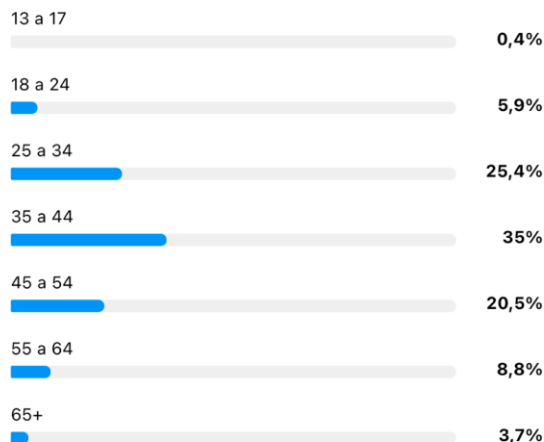
### Faixa etária

dos seus seguidores

Tudo

Homens

Mulheres



## Gênero

dos seus seguidores

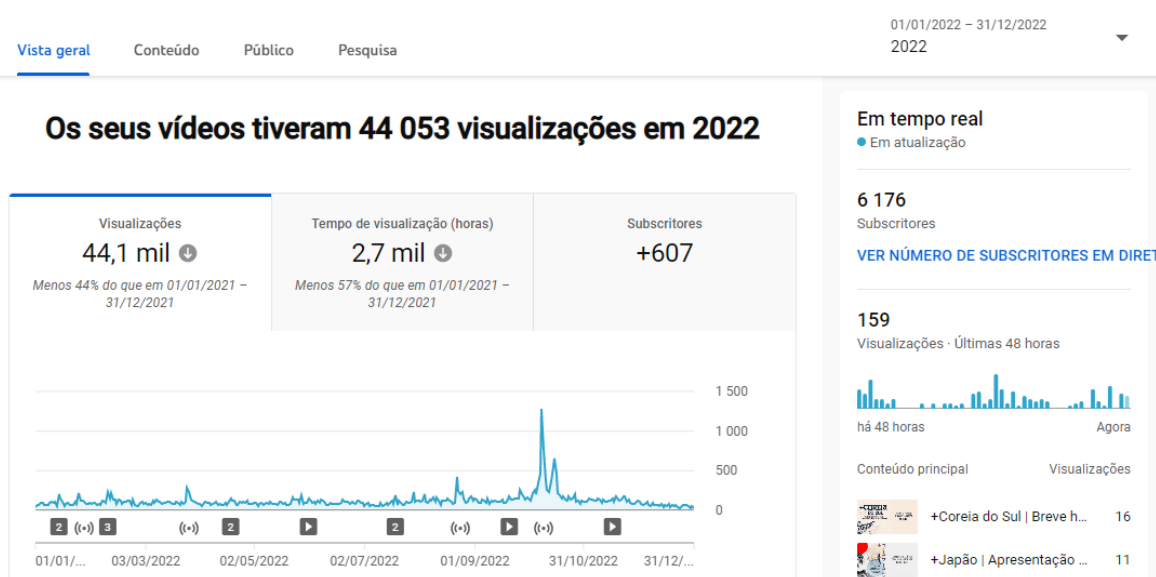
68,3%  
Mulheres



31,6%  
Homens

## YouTube

Além de ser uma plataforma para o *upload* de vídeos, o canal do Museu no YouTube foi bastante utilizado para a realização de atividades *on-line*, como apresentações artísticas, ciclo de conferência, palestra e webinar. Em 2022, foram registrados 6.162 inscritos e mais de 44 mil visualizações e de 2,7 mil horas assistidas. A queda nos dados em relação ao ano anterior é justificada pela diminuição na frequência de ações digitais, já que as propostas presenciais voltaram a ser maioria no cronograma da instituição.



Ao analisar o público por idade e gênero, nota-se que as mulheres permanecem como maioria, representando 56,4%. Ainda que estejam em segundo lugar, houve um aumento representativo entre os homens, que, no fim de 2022, formaram 43,6% dos inscritos. Já em relação à idade, os usuários do sexo masculino entre 35 e 44 anos configuram 15,6% do público, ante 14,5% marcado pelas pessoas do sexo feminino.



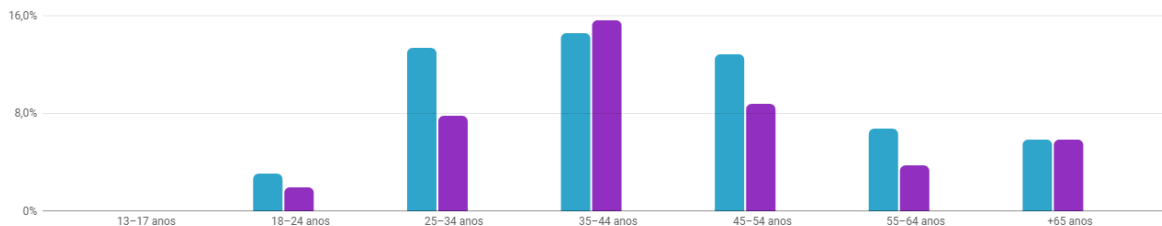
Canal: Museu da Imigração

### Público por idade e gênero

Filtrar

01/01/2022 - 31/12/2022  
 2022

Visualizações  Tempo de visualização (horas)



Idade do visitante	Visualizações			Tempo de visualização (horas)		
	Feminino	Masculino	Especificado pelo utilizador	Feminino	Masculino	Especificado pelo utilizador
<b>Total</b>	<b>56,4%</b>	<b>43,6%</b>	<b>0%</b>	<b>61,2%</b>	<b>38,9%</b>	<b>0%</b>
13-17 anos	-	-	-	-	-	-
18-24 anos	3,1%	1,9%	-	2,6%	6,8%	-
25-34 anos	13,4%	7,8%	-	12,3%	5,9%	-
35-44 anos	14,5%	15,6%	-	14,2%	10,9%	-
45-54 anos	12,8%	8,7%	-	12,2%	7,6%	-
55-64 anos	6,8%	3,7%	-	11,6%	2,3%	-
+65 anos	5,8%	5,9%	-	8,3%	5,5%	-

Já no que diz respeito às principais regiões, o Brasil aparece no topo da lista, com 85,5% do público, seguido pelo Paraguai, com 0,2%. Em relação à maneira como os visitantes virtuais encontraram o canal, 43,4% é representado por origens externas, enquanto 24,7% é resultado de pesquisa na própria plataforma e 10,2% corresponde aos vídeos sugeridos.

### Principais regiões

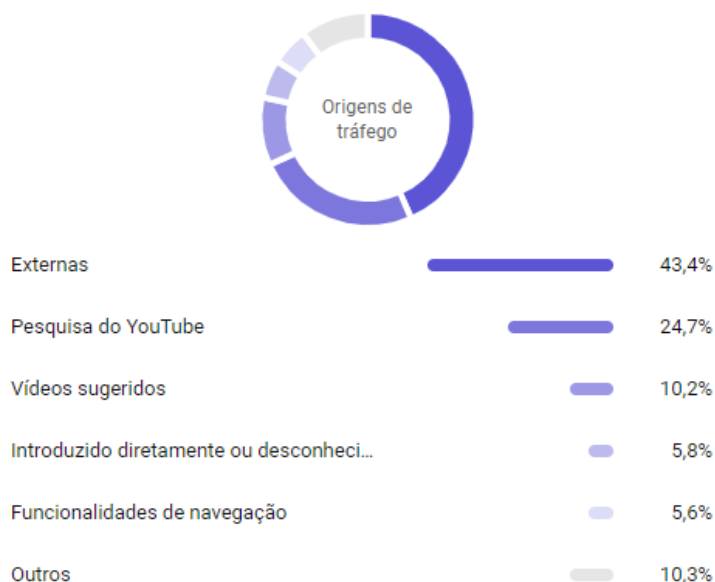
Visualizações · 2022



[VER MAIS](#)

## Como os visitantes encontram o seu canal

Visualizações · 2022



- Hábitos de consumo de conteúdo do público virtual

### Site Institucional (Análise de dados | Google Analytics)

Ao conferir as páginas mais visitadas, em janeiro e julho, a *home* aparece em primeiro lugar, enquanto, em dezembro, o destaque ficou para as informações relacionadas ao acervo da instituição. Além dessas, outras abas receberam importantes números de visualizações no período, como a “Visite o Museu”, o conteúdo com detalhes sobre a pesquisa e um artigo do Blog do CPPR relacionado aos termos migrante, imigrante e emigrante.

## Páginas mais visitadas

	Título da página	Visualizações de página ▾
1.	Página inicial - Museu da Imigr...	31.365
2.	Acervo - Museu da Imigração	31.027
3.	Pesquisa - Museu da Imigração	12.604
4.	Visite o Museu - Museu da Imig...	6.762
5.	Museu da Imigração	4.096
6.	Trabalhe Conosco - Museu da I...	3.824
7.	Sobre o Museu - Museu da Imig...	2.408
8.	Exposições - Museu da Imigraç...	2.352
9.	Maria-Fumaça - Museu da Imig...	1.800
10.	Migrante, Imigrante, Emigrante, ...	1.665

Janeiro/2022

## Páginas mais visitadas

	Título da página	Visualizações de página ▾
1.	Página inicial - Museu da Imigr...	33.163
2.	Acervo - Museu da Imigração	31.061
3.	Pesquisa - Museu da Imigração	12.925
4.	Visite o Museu - Museu da Imig...	9.222
5.	Exposições - Museu da Imigraç...	3.844
6.	Museu da Imigração	3.682
7.	Sobre o Museu - Museu da Imig...	3.371
8.	Maria-Fumaça - Museu da Imig...	3.192
9.	Férias no Museu   Programaçã...	2.418
10.	Eventos - Museu da Imigração	2.334

Julho/2022

## Páginas mais visitadas

	Título da página	Visualizações de página ▾
1.	Acervo - Museu da Imigração	25.360
2.	Página inicial - Museu da Imigr...	23.952
3.	Pesquisa - Museu da Imigração	11.596
4.	Visite o Museu - Museu da Imig...	4.981
5.	Museu da Imigração	3.344
6.	Migrante, Imigrante, Emigrante, ...	2.384
7.	Trabalhe Conosco - Museu da I...	2.035
8.	Sobre o Museu - Museu da Imig...	1.996
9.	Exposições - Museu da Imigraç...	1.780
10.	Maria-Fumaça - Museu da Imig...	1.582

Dezembro/2022

## Redes sociais

### Instagram

Em relação ao interesse do público, em 2022, os destaques ficaram para as publicações envolvendo a 27ª Festa do Imigrante, os motivos para visitar a instituição, a Maria-fumaça, as curiosidades sobre a pesquisa em registros e a parede de sobrenomes da exposição de longa duração *Migrar: experiências, memórias e identidades*. Ainda sobre o tradicional evento realizado com as comunidades, um sucesso foi a realização de *reels* para divulgar a programação de cada dia.

museudaimigracao  
 Matt Tamariello • Browsing

museudaimigracao A 27ª Festa do Imigrante começou HOJE (8) no #Museudaimigração! 🎉

No primeiro dia, o público poderá prestigiar 17 apresentações artísticas, além de três oficinas de dança, três de gastronomia e quatro do Centro de Preservação, Pesquisa e Referência (CPPR). A programação conta ainda com expositores de artesanato e do @comidadeheranca. 🥰

📅 A edição continuará amanhã (9), assim como no próximo #fimdesemana (15 e 16), sempre das 10h às 18h (bilheteria até as 17h). Confira a programação completa pelo link na bio e venha com a família e os amigos! 🥰 #27Festadolmigrante #CulturaSP

16 sem Ver tradução

liciaassuncao Fui no sábado e adorei! Parabéns!  
 16 com 1 curtida Recorrer Ver tradução

Curtido por \_henriqueTrindade e outras 5.097 pessoas

OCTUBRO 8, 2022

Adicione um comentário... Publicar



**museudaimigracao** • Sunset Exotic • Blood Orange

**museudaimigracao** Está acontecendo o segundo dia da 27ª Festa do Imigrante! 🥰

Hoje, os visitantes conferem mais 17 apresentações artísticas, três oficinas de dança, quatro ações com foco na gastronomia e quatro atividades no Centro de Preservação, Pesquisa e Referência (CPPR).

A programação conta ainda com a sessão de artesanato e o @comidadeheranca. O evento acontecerá também no próximo #fimdesemana (15 e 16), das 10h às 18h (bilheteria até às 17h). Para mais informações, acesse o link na bio! 😊  
#27Festadolmigrante #CulturaSP

16 sem Ver tradução

**barbarabrizzi** Amei a festa! ❤️ Me emocionei, me diverti, aprendi coisas novas..... Um dia de mistura de sentimentos.

Curtido por **\_henriquetrindade** e outras 3.354 pessoas

OUTUBRO 9, 2022

Adicione um comentário... [Publicar](#)



**museudaimigracao**

**museudaimigracao** O #Museudaimigração receberá mais uma edição do @comidadeheranca! 📌

Nos dias 20 (sábado) e 21 (domingo), a programação contará com a participação de pequenos produtores, que irão expor itens para o público consumir no local e também levar para casa.

O festival acontecerá no jardim da instituição, das 10h às 18h, sendo necessário adquirir o ingresso na bilheteria. Venha prestigiar! 🥰 #CulturaSP #MaisCultura | #PraCegoVer Imagem com texto alternativo.

24 sem Ver tradução

**fawsiaborralho** 🥰🥰🥰

24 sem 3 curtidas Responder

Ver insights

Curtido por **\_henriquetrindade** e outras 2.140 pessoas

AGOSTO 12, 2022

Adicione um comentário... [Publicar](#)



**Contas alcançadas**













**Contas alcançadas**



**YouTube**

Já nessa plataforma, em 2022, os usuários foram conquistados pelo teaser da 27ª Festa do Imigrante e por vídeos relacionados a apresentações artísticas, por uma atração do +Japão – realizado no ano anterior –, pela versão digital da instalação *Sobrenomes*, por um curta-metragem e por uma contação de história.

O seu principal conteúdo neste período

Conteúdo	Duração média da visualização	Visualizações
 <p>1 Programe-se para a 27ª Festa do Imigrante! 20/09/2022</p>	0:36 (80,7%)	3 351
 <p>2 +Japão   Apresentação artística, com o grupo Ryukyu... 24/07/2021</p>	8:40 (35,5%)	2 947
 <p>3 O que o seu sobrenome representa para você? 14/04/2020</p>	2:12 (48,0%)	2 905
 <p>4 Curta-metragem documentário "SOMOS MIGRANTES" 23/10/2020</p>	2:14 (32,3%)	2 803
 <p>5 Festa do Imigrante   Caporales: uma dança boliviana! 01/05/2020</p>	0:47 (53,0%)	1 814
 <p>6 27ª Festa do Imigrante   Apresentações Artísticas (DI... 08/10/2022</p>	5:02 (1,1%)	1 764
 <p>7 Contação de História   A carta do Gildo 29/12/2020</p>	2:43 (39,8%)	1 341
 <p>8 Festa do Imigrante: manifestações culturais de comu... 01/12/2019</p>	1:48 (46,9%)	1 292
 <p>9 Oficina de dança russa com Cia Balalayka de Danças ... 04/12/2020</p>	2:07 (7,8%)	1 290
 <p>10 Festa do Imigrante   No clima da Rússia! 17/04/2020</p>	0:49 (60,2%)	1 280

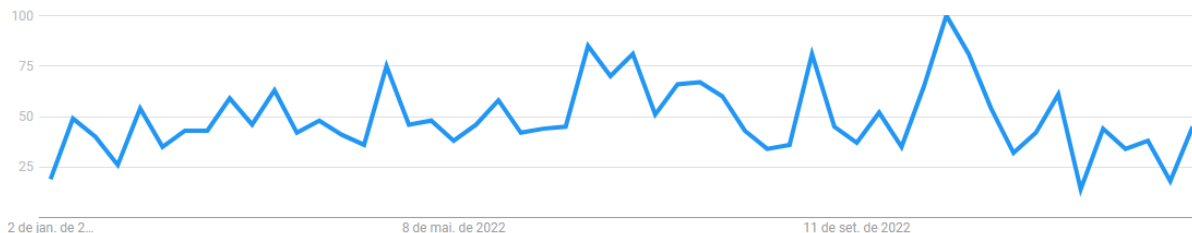
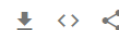
**Google Trends**

Para além das mídias sociais e do *site*, a equipe de Comunicação e Desenvolvimento Institucional valoriza também os resultados encontrados em análises de buscadores. Afinal, trata-se de informações relevantes sobre o interesse do público acerca do Museu. Por meio do *Google Trends*, estão disponíveis dados importantes, como os assuntos relacionados e o período de maior procura.

Assim, em 2022, o pico de pesquisa do nome da instituição foi registrado entre 9 e 15 de outubro, correspondendo à realização da 27ª Festa do Imigrante, o que indica o desejo dos usuários em conhecer a programação. Ao acompanhar o interesse por sub-região, o estado de São Paulo aparece em 1º lugar, seguido por Santa Catarina e Paraná. Já nos assuntos relacionados, notam-se, por exemplo, Ipiranga, SESC, Theatro Municipal e Trem.

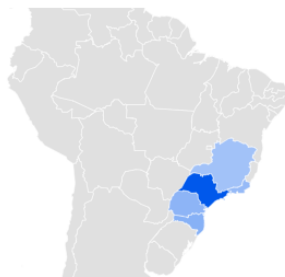
Brasil ▾ 2022 ▾ Todas as categorias ▾ Pesquisa na Web ▾

Interesse ao longo do tempo ⓘ



Interesse por sub-região ⓘ

Sub-região ▾



1	São Paulo	100	<div style="width: 100%;"></div>
2	Santa Catarina	24	<div style="width: 24%;"></div>
3	Paraná	21	<div style="width: 21%;"></div>
4	Rio de Janeiro	16	<div style="width: 16%;"></div>
5	Minas Gerais	9	<div style="width: 9%;"></div>

Assuntos relacionados ⓘ

Em ascensão ▾

1	Ipiranga - Distrito de São Paulo	Aumento repentino
2	Trem - Modo de transporte	Aumento repentino
3	Sesc - Assunto	Aumento repentino
4	Theatro Municipal de São Paulo - Teatro em ...	Aumento repentino
5	Ibirapuera - Bairro em São Paulo	Aumento repentino

< Mostrando 1 a 5 de 24 assuntos >

Pesquisas relacionadas ⓘ

Em ascensão ▾

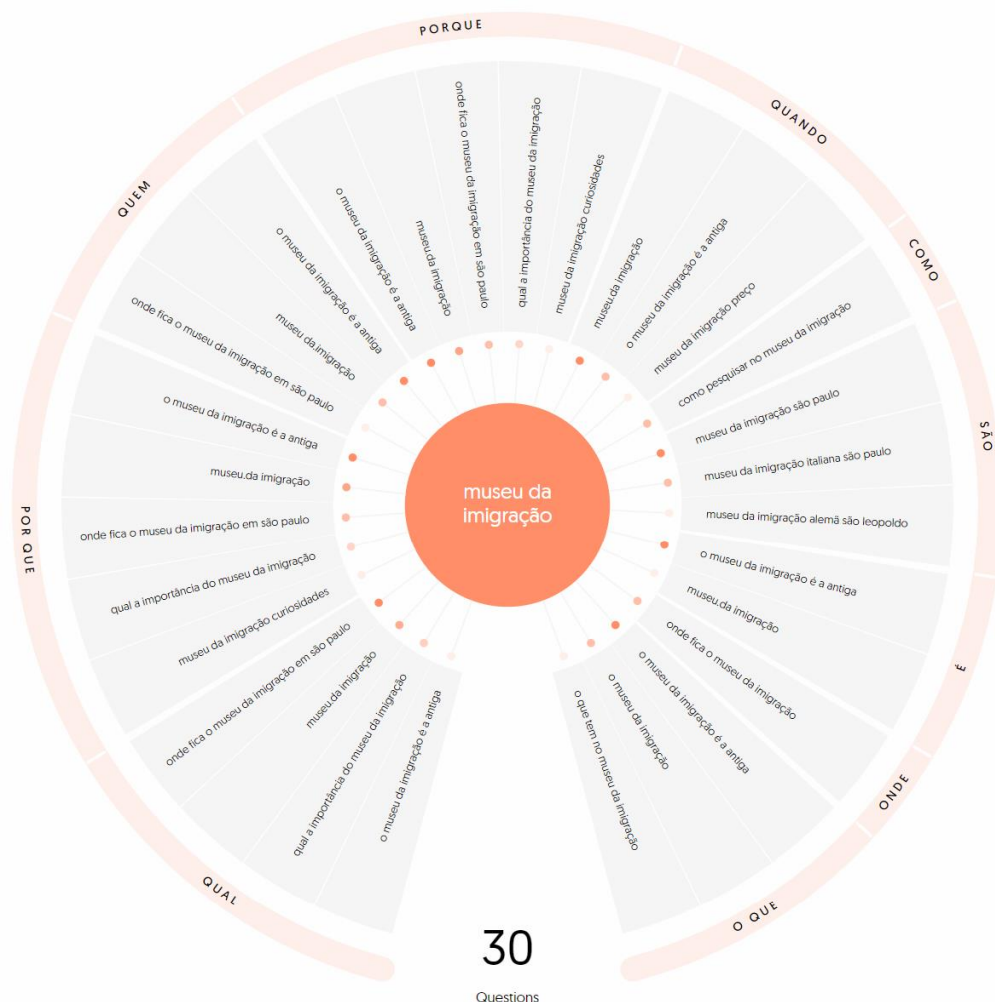
1	museu da imigração joinville	Aumento repentino
2	museu da imigracao	Aumento repentino
3	museus em sp	Aumento repentino
4	mis	Aumento repentino
5	museu de zoologia	Aumento repentino

< Mostrando 1 a 5 de 23 consultas >

### **Answer the Public**

Aqui, trata-se de mais uma plataforma aliada na tarefa de descobrir os principais pontos de curiosidade dos usuários nas buscas sobre o Museu da Imigração. Ter acesso a esses detalhes é fundamental para manter o conteúdo do *site* otimizado e garantir que as publicações nas mídias sociais englobam os temas de interesse. As atrações, a importância, a localização, a possibilidade de pesquisa de registros de migrantes e o preço foram alguns dos assuntos relacionados às questões do público virtual.





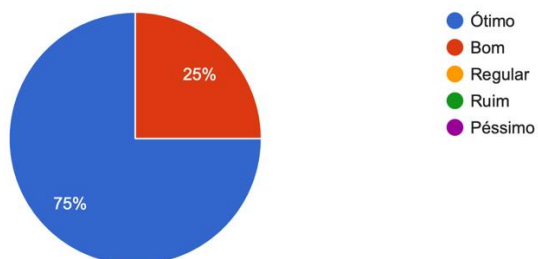
- **Indicativos de satisfação do público**

**Cursos e palestras on-line**

Os dados das pesquisas de satisfação de público, aplicadas na conclusão das atividades *on-line*, apresentam um alto índice de aceitação, sinalizando a qualidade das ações proporcionadas. É possível compreender ainda que uma parcela dos participantes não conhece o Museu da Imigração presencialmente, o que indica um potencial público visitante e a ampliação da imagem institucional do MI. Abaixo, como amostra, estão dos dados coletados na III Semana de Genealogia do Museu da Imigração, realizada em abril.

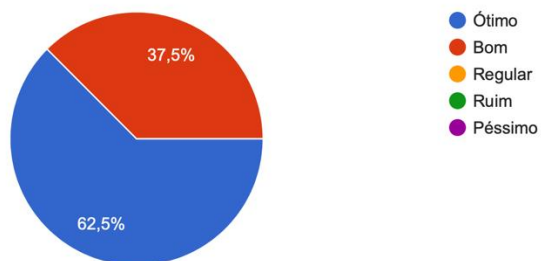
1. Qual sua opinião sobre o conteúdo abordado na atividade?

16 respostas



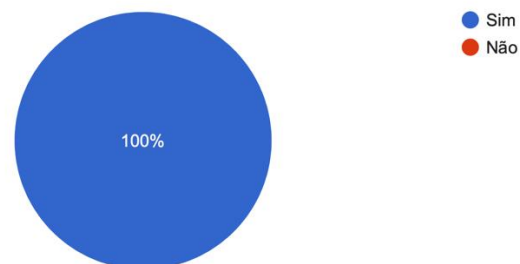
2. Qual sua opinião sobre a estrutura (Webinar) oferecida para a realização da atividade?

16 respostas



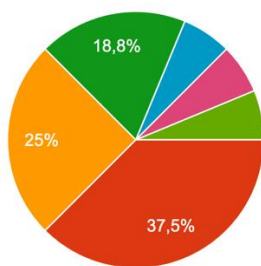
4. Você indicaria essa atividade para alguém?

16 respostas



### 5. Como ficou sabendo da atividade?

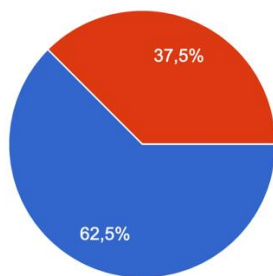
16 respostas



- Indicação de amigos
- Mídias Sociais/Blog
- Recebo a programação do Museu do Café por e-mail
- Internet (Site do Museu/Outros Sites)
- Jornais/Revistas
- Recebo a programação por email
- recebo a programação Museu da Imigração
- Recebo programação do Museu da I...

### 6. Você já visitou o Museu da Imigração?

16 respostas



- Sim
- Não

### 8. Deixe abaixo suas sugestões, dúvidas ou reclamações.

9 respostas

pena que não tem excelente para a aviação. Vocês são ótimos e espero participar de novo

Envio rápido e automático do certificado

Nenhuma observação.

Quando adquiri o curso informei que não poderia assistir as aulas naquela semana. Fui então surpreendida com o fato de que as aulas somente estariam disponíveis por poucos dias após o término do curso. Resultado: não consegui usufruir do conteúdo pela escassez da disponibilidade das aulas no pós curso. Fica para uma próxima oportunidade

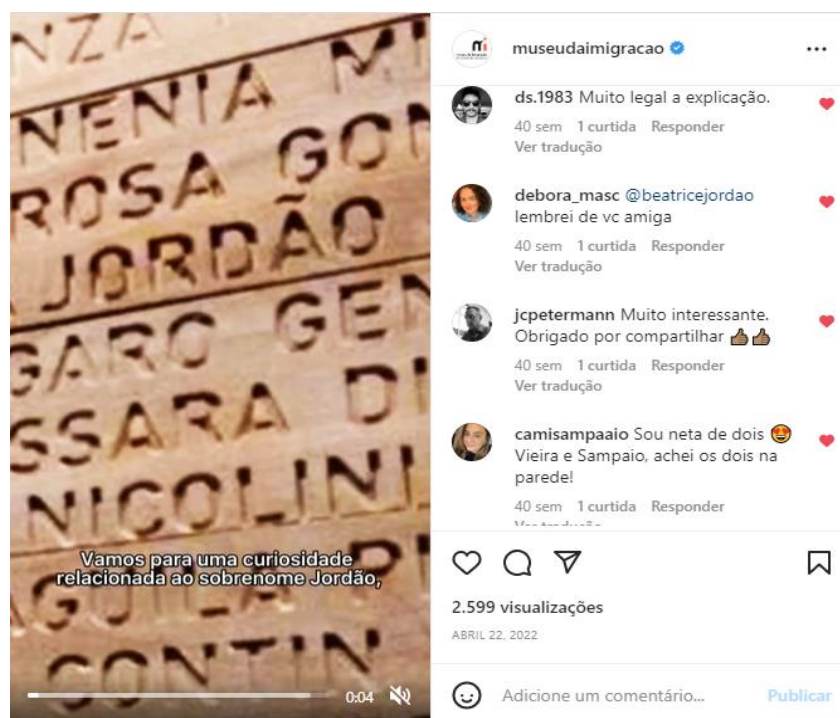
Achei ótimo ser virtual pois moro no RS.

Prefiro deixar um elogio: parabéns a equipe do MI ; que as semanas de genealogia continuem sendo realizadas.

Dividir por módulos/asuntos, com a possibilidade de inscrição apenas nos módulos de interesse. Não

## Redes sociais - Instagram

O engajamento do público virtual nas mídias sociais do MI é um valioso indicativo da potência e da relevância dos conteúdos apresentados. Sendo o perfil no Instagram o maior em número de seguidores, a plataforma se torna um canal de grande envolvimento dos usuários, o que é atestado pelos comentários recebidos nas postagens. Abaixo, exemplos das interações em abordagens sobre a Hospedaria de Imigrantes do Brás, a curiosidade do sobrenome Jordão e a exposição virtual *Migrações à Mesa*.





Conhecer e acompanhar o perfil e a satisfação do público *on-line* é um ponto fundamental no dia a dia da equipe de Comunicação e Desenvolvimento Institucional, que busca sempre proporcionar conteúdos relevantes e informações importantes, tanto nas mídias sociais quanto no *site*.

Assim, a partir dos detalhes mencionados no presente relatório, é possível confirmar que o MI segue como um espaço que desperta o interesse dos usuários e com o qual os visitantes se envolvem de maneira intensa e positiva. Portanto, o trabalho desse e de outros setores continuará sendo pautado, entre outros aspectos, na garantia das melhores experiências aos visitantes, considerando as particularidades dos virtuais.

*Caroline Nóbrega*  
Caroline Nóbrega

Gerente de Comunicação e Desenvolvimento Institucional

# **RELATÓRIO ANALÍTICO: PESQUISA DE SATISFAÇÃO DE PÚBLICO ESCOLAR**

**INSTITUTO DE PRESERVAÇÃO E DIFUSÃO DA HISTÓRIA DO CAFÉ E DA IMIGRAÇÃO  
ORGANIZAÇÃO SOCIAL DE CULTURA**

**ANO: 2022**



## A PESQUISA

A PESQUISA DE SATISFAÇÃO DAS VISITAS EDUCATIVAS OFERECIDAS PELA INSTITUIÇÃO FORAM APLICADAS AO LONGO DO TERCEIRO QUADRIMESTRE. FORAM UTILIZADOS OS MODELOS DE PESQUISA DA SEC TANTO PARA PROFESSORES QUANTO PARA ESTUDANTES.

### 1. PESQUISA VOLTADA AOS PROFESSORES

#### 1.1 METODOLOGIA

AO LONGO DO TERCEIRO QUADRIMESTRE OFERECEMOS 54 VISITAS EDUCATIVAS AGENDADAS EM UM TOTAL DE 1631 PESSOAS ATENDIDAS. OPTAMOS PELA COLETA DO MAIOR NÚMERO POSSÍVEL DE PESQUISAS, DADO O FATOS DE QUE QUANTO MAIOR A PORCENTAGEM, MAIS SIGNIFICATIVOS SE TORNAM OS RESULTADOS.

AS PESQUISAS PARA PROFESSORES FORAM APLICADAS NO FINAL DA VISITA DE FORMA VOLUNTÁRIA, PORTANTO NÃO OBRIGATÓRIA, PROCEDIMENTO QUE SE MOSTRA PERTINENTE, DADO QUE OS RESPONDENTES SE MOSTRAM INTERESSADOS EM SE MANIFESTAR.

#### 1.2 UNIVERSO DA AMOSTRA

A PESQUISA FOI APLICADA NO TERCEIRO QUADRIMESTRE, ABRANGENDO OS MESES DE SETEMBRO, OUTUBRO, NOVEMBRO E DEZEMBRO.

FORAM APLICADAS PESQUISAS COM 75 PROFESSORES DO ENSINO FUNDAMENTAL 1 E 2.

CONSIDERANDO O ATENDIMENTO TOTAL DE 54 VISITAS EDUCATIVAS NO QUADRIMESTRE E QUE CADA VISITA É DIVIDIDA EM 2 SUBGRUPOS, ENTREVISTAMOS CERCA DE 70% DOS PROFESSORES PRESENTES.

#### 1.3 TABULAÇÃO DOS RESULTADOS

A TABULAÇÃO DAS QUESTÕES ABERTAS E FECHADAS FORAM FEITAS DE ACORDO COM O TUTORIA E SUA TRANSPOSIÇÃO EM GRÁFICOS FOI FEITA AUTOMATICAMENTE PELO EXCEL.

#### 1.4 ANÁLISE DOS DADOS - PERFIL DOS RESPONDENTES

##### 1.4.1 REDE DE ENSINO

- A REDE DE ENSINO PREDOMINANTE NA PESQUISA É MUNICIPAL (80%), SEGUIDA PELA PRIVADA (11%).
- HÁ UM FATOR CONJUNTURAL QUE LEVOU À PREDOMINÂNCIA DE PESQUISAS DA REDE DE ENSINO PÚBLICA MUNICIPAL DEVIDO À GRANDE QUANTIDADE DE ATENDIMENTO DO PROJETO “MUSEU VAI À ESCOLA”, QUE SE

CONCENTROU NO TERCEIRO QUADRIMESTRE COM VERBA PRÓPRIA PARA TRANSPORTE E LANCHE VIA LEI E INCENTIVO.

#### **1.4.2 CICLO DE ENSINO**

O CICLO DE ENSINO PREDOMINANTE NA PESQUISA É O FUNDAMENTAL 1 (55%), SEGUIDO PELO FUNDAMENTAL 2 (41%).

OS FATORES QUE PARECEM TER FAVORECIDO A PREDOMINÂNCIA DESTES CICLOS É QUE DURANTE O QUADRIMESTRE TIVEMOS BASTANTE PROCURA DE AGENDAMENTO POR PARTE DE EMEBS (ESCOLAS MUNICIPAIS DE EDUCAÇÃO BÁSICA) DE OUTROS MUNICÍPIOS ALÉM DA CAPITAL.

#### **1.4.3 LOCALIZAÇÃO DA ESCOLA**

62% DAS ESCOLAS QUE RESPONDERAM AS PESQUISAS ERAM DE SÃO PAULO, CAPITAL, DESTAS, A MAIORIA (42%) DA REGIÃO NORTE, SEGUIDAS POR ESCOLAS DE FORA DA CAPITAL (20%). NÃO SE PODE APONTAR O PORQUÊ DESSA PREDOMINÂNCIA, JÁ QUE NÃO EXISTEM FATORES ESPECÍFICOS COMO PARCERIAS NESTA REGIÃO.

#### **1.4.4 REGIÃO ADMINISTRATIVA DA ESCOLA**

- NÃO HÁ COMO AFIRMAR CORRETAMENTE SOBRE QUAIS REGIÕES ADMINISTRATIVAS DAS ESCOLAS QUE RESPONDERAM A PESQUISA POIS TAL QUESTÃO NÃO SE ENCONTRA NO FORMULÁRIO, BEM COMO OS FATORES.

#### **1.4.5 CARGO OCUPADO PELO ACOMPANHANTE RESPONSÁVEL**

- O PRINCIPAL CARGO OCUPADO PELOS ACOMPANHANTES DOS GRUPOS É DE PROFESSOR/A (80%) EM AMBOS CICLOS ATENDIDOS (FUNDAMENTAL 1 E 2).

AS PESQUISAS SÓ FORAM APLICADAS NESTE SEMESTRE.

#### **1.4.6 DISCIPLINA LECIONADA**

- A PRINCIPAL DISCIPLINA LECIONADA É POLIVALENTE (27%), SEGUIDA DA DISCIPLINA DE HISTÓRIA (14%), MOSTRANDO A PREDOMINÂNCIA É DE PROFESSORES POLIVALENTES, SEGUIDA DA DISCIPLINA DE HISTÓRIA, RELACIONADA À TEMÁTICA DO MUSEU.

- NÃO HÁ COMO AFIRMAR COM CERTEZA SE O ITEM 1.4.5 INFLUI NO RESULTADO APRESENTADO NO ITEM 1.4.6.

- AS PESQUISAS SÓ FORAM APLICADAS NESTE SEMESTRE.

### **1.5. SOBRE A VISITA**

#### **1.5.1 ANTECEDÊNCIA DA VISITA**



- A ANTECEDÊNCIA DE PREPARO DA VISITA PREDOMINANTE NA PESQUISA FOI DE 2 MESES OU MAIS (65%).
- PROVAVELMENTE A ANTECEDÊNCIA COM A QUAL A MAIORIA DAS VISITAS FOI AGENDADA MINIMIZOU POSSÍVEIS PROBLEMAS (1.5.3) E PODE TER PROPICIADO MAIS TEMPO PARA PLANEJAMENTO DE INSERÇÃO DOS CONTEÚDOS DENTRO DO CURRÍCULO, BEM COMO PARA O PLANEJAMENTO DE ATIVIDADES COMPLEMENTARES APÓS A VISITA. (1.5.6 E 1.5.8)
- AS PESQUISAS SÓ FORAM APLICADAS NESTE SEMESTRE.

### **1.5.2 CANAIS DE INFORMAÇÃO SOBRE O MUSEU VISITADO**

- O PRINCIPAL CANAL DE INFORMAÇÃO APONTADO PELOS PROFESSORES FOI A INDICAÇÃO DA PRÓPRIA ESCOLA (47%)
- SOMENTE UMA RESPOSTA FOI DADA NO ITEM “OUTROS”: “JÁ CONHECIA O MUSEU”.
- AS PESQUISAS SÓ FORAM APLICADAS NESTE SEMESTRE.

### **1.5.3 DIFICULDADES ENFRENTADAS PARA REALIZAÇÃO DA VISITA**

- 66% DOS PROFESSORES RESPONDERAM QUE NÃO HOUE NENHUMA DIFICULDADE ENFRENTADA PARA REALIZAÇÃO DA VISITA, SEGUIDA POR TRANSPORTE (20%).
- UMA ÚNICA RESPOSTA FOI DESCRITA NO ITEM “OUTROS”: “DATA”.
- AS PESQUISAS SÓ FORAM APLICADAS NESTE SEMESTRE.

### **1.5.4 AVALIAÇÃO DA ATUAÇÃO DO EDUCADOR DO MUSEU**

- OS ITENS QUE RECEBERAM MAIOR NÚMERO DE INDICAÇÕES PELOS PROFESSORES FORAM EMPATADOS ABORDAGEM E ABERTURA.
- A PARTIR DESSE DADO, É POSSÍVEL AVALIAR QUE O TRABALHO DOS EDUCADORES FOI CONSIDERADO SATISFATÓRIO.
- AS PESQUISAS SÓ FORAM APLICADAS NESTE SEMESTRE.

### **1.5.5 AVALIAÇÃO DO INTERESSE DO ALUNO EM RELAÇÃO À VISITA**

- EM RELAÇÃO À PARTICIPAÇÃO DO ALUNO HOUE 59 RESPOSTAS “ÓTIMO”, 13 “BOM”, 0 “REGULAR” E 1 “RUIM”.
- EM RELAÇÃO À EXPOSIÇÃO HOUE 59 RESPOSTAS “ÓTIMO”, 12 “BOM”, 1 “REGULAR” E 2 “RUIM”.
- EM RELAÇÃO À TEMÁTICA HOUE 57 RESPOSTAS “ÓTIMO”, 14 “BOM”, 1 “REGULAR” E 2 “RUIM”.
- AS PESQUISAS SÓ FORAM APLICADAS NESTE SEMESTRE.

### **1.5.6 CONTRIBUIÇÃO DA VISITA COM O TRABALHO DESENVOLVIDO EM SALA DE AULA**

- 100% "SIM".
- AS PESQUISAS SÓ FORAM APLICADAS NESTE SEMESTRE.

### **1.5.7 CONTRIBUIÇÃO DA VISITA AO MUSEU PARA OS ALUNOS**

- O ITEM QUE TEVE MAIOR PORCENTAGEM FOI "COMPLEMENTAR CONTEÚDOS CURRICULARES": 69%
- AS PESQUISAS SÓ FORAM APLICADAS NESTE SEMESTRE.

### **1.5.8 REALIZAÇÃO DE ATIVIDADE COM OS ALUNOS A PARTIR DA VISITA**

- 97% DISSERAM QUE SIM.
- EIS OS TIPOS DE ATIVIDADES MAIS APONTADOS NA PESQUISA: DISCUTIR O ESPAÇO COM OS POVOS QUE FORAM CITADOS, A AUSÊNCIA DOS OUTROS; DISCUSSÃO SOBRE OS MOVIMENTOS POPULACIONAIS E AS TRANSFORMAÇÕES DAS PAISAGENS; CONSTRUIR UM MAPA COM O LOCAL DE ORIGEM DOS RESPONSÁVEIS DOS ESTUDANTES E DISCUTIR SOBRE OS TEMAS ABORDADOS PELO MUSEU; RELATÓRIO; PROJETO SOBRE PLURALIDADE CULTURAL; O ESTUDO SOBRE OS IMIGRANTES E SUAS CONTRIBUIÇÕES CULTURAIS; ATIVIDADE AVALIATIVA INTERDISCIPLINAR COM GEOGRAFIA E PORTUGUÊS; ATIVIDADES DIVERSAS SOBRE OS IMIGRANTES; RELATO PESSOAL DO QUE VIU E O QUE MAIS CHAMOU ATENÇÃO; MULTICULTURALISMO; RELATOS DE FAMÍLIAS; ELETIVA CONHECENDO SÃO PAULO; OS GRANDES DESAFIOS IMIGRAR PARA OUTRO PAÍS; DIVERSIDADE CULTURAL DO BRASIL; INCLUSÃO SE OUTROS POVOS, ACOLHIMENTO, ASPECTOS GEOGRÁFICOS; RODAS DE CONVERSA; A IMPORTÂNCIA DE CONHECER OS ESPAÇOS DE MEMÓRIA DA CIDADE; MURAL, MAQUETE E SARAU; REGISTRO DAS EXPERIÊNCIAS VIVIDAS ATRAVÉS DE TEXTOS, DESENHOS, ETC; EXPLORAR O SITE DO MUSEU EM SALA DE AULA; RODAS DE CONVERSA E PESQUISA; PRODUÇÃO TEXTUAL; DISCUSSÃO SOBRE A VISITA; ANÁLISE DAS IMAGENS; PESQUISA SOBRE A IMIGRAÇÃO ITALIANA NO MUNICÍPIO DE LEME; ESTUDAR MIGRAÇÕES; PESQUISAS SOBRE OS IMIGRANTES EM NOSSA CIDADE; ATIVIDADES PRÁTICAS CARACTERÍSTICAS DE OUTROS PAÍSES; PESQUISAS, O MOTIVO DA IMIGRAÇÃO, TRABALHAR A IDENTIDADE DOS ALUNOS; IMIGRAÇÃO, BULLYING; PROJETOS DE ITALIANO, ARTES E MIGRAÇÕES; A IMPORTÂNCIA QUE TEM A IMIGRAÇÃO NO NOSSO PAÍS; CONTINUAÇÃO DOS ESTUDOS SOBRE A CIDADE DE SÃO PAULO.

### **1.5.9 SUGESTÕES E CRÍTICAS PARA A MELHORIA DO TRABALHO EDUCATIVO NO MUSEU**

- OS PRINCIPAIS ELOGIOS SÃO GENÉRICOS SEGUIDOS DE SUGESTÕES DE MAIS TEMPO DE VISITA E CRÍTICAS SOBRE FALTA DE LEGENDA NOS OBJETOS E MAIOR AGILIDADE NA ENTRADA.
- 55% DAS RESPOSTAS FICARAM EM BRANCO. NÃO TEMOS DADOS PARA IDENTIFICAR O QUE OCACIONOU ESSA INCIDÊNCIA.

## **2. PESQUISA VOLTADA AOS ESTUDANTES**

### **2.1 METODOLOGIA**

AO LONGO DO TERCEIRO QUADRIMESTRE OFERECEMOS 54 VISITAS EDUCATIVAS AGENDADAS EM UM TOTAL DE 1631 PESSOAS ATENDIDAS. OPTAMOS PELA COLETA DO MAIOR NÚMERO POSSÍVEL DE PESQUISAS, DADO O FATO DE QUE QUANTO MAIOR A PORCENTAGEM, MAIS SIGNIFICATIVOS SE TORNAM OS RESULTADOS.

### **2.2 UNIVERSO DA AMOSTRA**

A PESQUISA FOI APLICADA NO TERCEIRO QUADRIMESTRE, ABARCANDO OS MESES DE SETEMBRO, OUTUBRO, NOVEMBRO E DEZEMBRO.

A PESQUISA DE SATISFAÇÃO DOS ESTUDANTES É VOLTADA SOMENTE PARA O CICLO FUNDAMENTAL 2. FORAM APLICADAS PESQUISAS COM 28 ESTUDANTES DO ENSINO FUNDAMENTAL 1 E 2. CONSIDERANDO QUE OS GRUPOS SÃO SUBDIVIDIDOS EM 2, A PORCENTAGEM DE PESQUISAS EM RELAÇÃO AO TOTAL DE VISITAS EDUCATIVAS AGENDADAS NO QUADRIMESTRE FOI DE 26%. O APARENTE BAIXO NÚMERO, PRINCIPALMENTE EM RELAÇÃO A QUANTIDADE DE PESQUISAS DE PROFESSORES (70%) SE DEVE AO FATO DA RESTRIÇÃO DA PESQUISA AO CICLO FUNDAMENTAL 2, DIFERENTEMENTE DAS PESQUISAS PARA PROFESSORES QUE ENGLOBALAM AMBOS CICLOS ABARCANDO UM NÚMERO MAIOR.

AS PESQUISAS PARA ESTUDANTES FORAM APLICADAS NO FINAL DA VISITA DE FORMA VOLUNTÁRIA, PORTANTO NÃO OBRIGATÓRIA, PROCEDIMENTO QUE SE MOSTRA PERTINENTE, DADO QUE OS RESPONDENTES SE MOSTRAM INTERESSADOS EM SE MANIFESTAR. DOIS PROCEDIMENTOS ERAM OFERECIDOS E FICAVAM A CRITÉRIO DO GRUPO DECIDIR: TODOS OS ESTUDANTES RESPONDIAM ÀS QUESTÕES COLETIVAMENTE OU ELENCAVAM UM REPRESENTANTE PARA RESPONDER.

### **2.3 TABULAÇÃO DOS RESULTADOS**

A TABULAÇÃO DAS QUESTÕES ABERTAS E FECHADAS FORAM FEITAS DE ACORDO COM O TUTORIA E SUA TRANSPOSIÇÃO EM GRÁFICOS FOI FEITA AUTOMATICAMENTE PELO EXCEL.

## **2.4 PERFIL DOS RESPONDENTES**

### **2.4.1 REDE DE ENSINO**

- 96% DOS ALUNOS ERAM PROVENIENTES DA REDE PÚBLICA MUNICIPAL.

- NÃO HÁ COMO AFIRMAR COM SEGURANÇA QUAIS FATORES FAVORECERAM PARA QUE ESSA REDE DE ENSINO TIVESSE A MAIOR PORCENTAGEM.

## **2.4.2 CICLO DE ENSINO**

- A PESQUISA É VOLTADA PARA O FUNDAMENTAL 2 COM UMA INCIDÊNCIA MAIOR DO 7º ANO: 26%.

## **2.5 SOBRE A VISITA**

### **2.5.1 A VISITA FOI INTERESSANTE**

- 100% RESPONDERAM QUE SIM.
- O MOTIVO MAIS CITADO PELO QUAL A VISITA FOI INTERESSANTE FOI O CONTEÚDO.

### **2.5.2 AVALIAÇÃO DA ATUAÇÃO DO EDUCADOR DO MUSEU**

- O ITEM QUE RECEBEU MAIOR NÚMERO DE INDICAÇÕES PELOS ESTUDANTES FOI “DEU INFORMAÇÕES TORNANDO A VISITA INTERESSANTE” (85%), SEGUIDO DE “ESTIMULOU A PARTICIPAÇÃO DO GRUPO” (74%).
- NÃO HOUVE NENHUM ITEM TRANSCRITO NO “OUTROS”.
- A PARTIR DESSE DADO, É POSSÍVEL AVALIAR QUE O TRABALHO DOS EDUCADORES FOI CONSIDERADO SATISFATÓRIO.
- AS PESQUISAS SÓ FORAM APLICADAS NESTE SEMESTRE.

### **2.5.3 AVALIAÇÃO DO INTERESSE EM RELAÇÃO À VISITA**

- HOUVE PRATICAMENTE UM EMPATE ENTRE OS ITENS.
- AS PESQUISAS SÓ FORAM APLICADAS NESTE SEMESTRE.

### **2.5.4 O QUE APRENDEU OU DESCOBRIU NA VISITA**

- A IDEIA GERAL PREDOMINANTE FOI IMPESSOAL (44%), SEGUIDA DE INDIVIDUAL (26%)
- OS VERBOS MAIS UTILIZADOS PELOS ESTUDANTES FORAM: “APRENDER”, SEGUIDO DE “DESCOBRIR”
- AS TEMÁTICAS MAIS CITADAS FORAM: IMIGRAÇÃO, MIGRAÇÃO, HISTÓRIA DO PRÉDIO, HISTÓRIA DO BRASIL,
- AS PESQUISAS SÓ FORAM APLICADAS NESTE SEMESTRE.

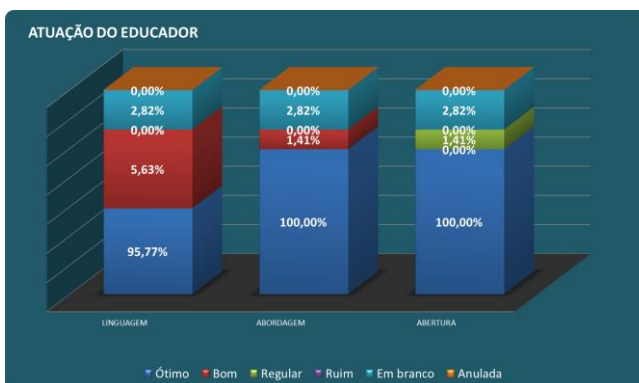
### **2.5.5 SUGESTÕES E CRÍTICAS PARA A MELHORIA DA VISITA EDUCATIVA AO MUSEU**

- OS PRINCIPAIS ELOGIOS FORAM GENÉRICOS, AFIRMANDO QUE ESTAVA TUDO ÓTIMO E QUE NÃO PRECISAVA DE MELHORIAS. EM SEGUNDO, SUGESTÕES DE MAIS TEMPO DE VISITAÇÃO E POR FIM: “PALESTRAS COM DESCENDENTES DOS IMIGRANTES” E “CONHECENDO TODOS OS LUGARES”.
- NÃO HOUVE UM GRANDE NÚMERO DE RESPOSTAS EM BRANCO, A MAIORIA RESPONDEU.

### 3. CONSIDERAÇÕES FINAIS: PROFESSORES E ESTUDANTES

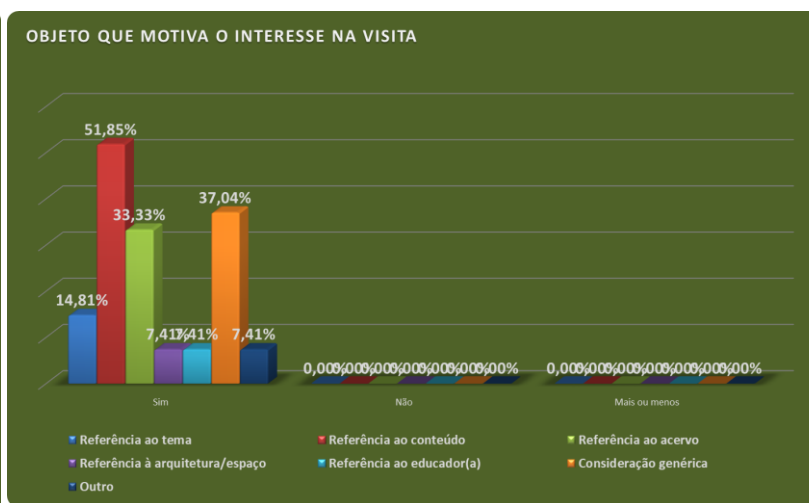
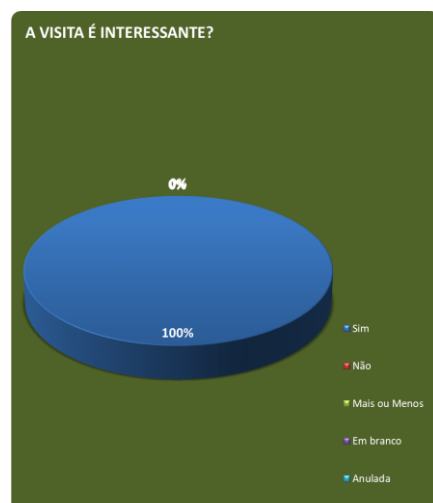
QUASE 100% DOS PROFESSORES CONSIDERAM A VISITA SATISFATÓRIA, DADO QUE:

- 100% DOS PROFESSORES RESPONDERAM QUE A VISITA IRIA CONTRIBUIR PARA O TRABALHO EM SALA DE AULA.
- 99% DOS PROFESSORES AVALIARAM COMO ÓTIMA A ATUAÇÃO DOS EDUCADORES (MÉDIA ENTRE OS 3 ITENS).

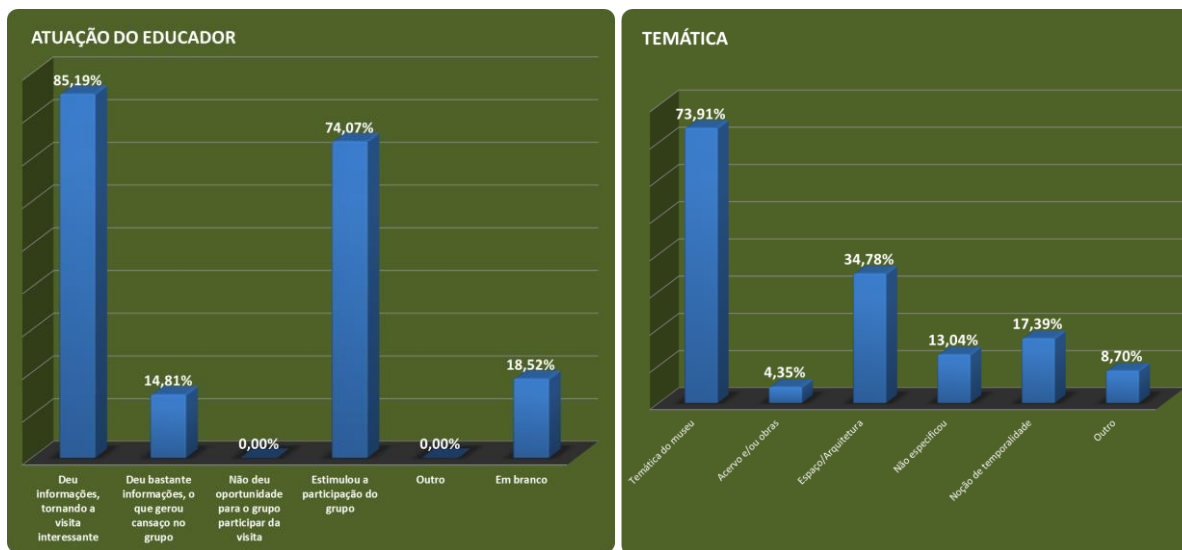


ESTATÍSTICAS DAS PESQUISAS COM PROFESSORES

- A PORCENTAGEM DO NÍVEL DE SATISFAÇÃO DOS ESTUDANTES FOI DE 100%.



ESTATÍSTICAS DAS PESQUISAS COM ESTUDANTES



ESTATÍSTICAS DAS PESQUISAS COM ESTUDANTES

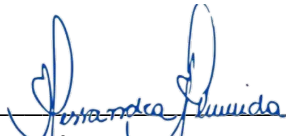
AS ESTATÍSTICAS MOSTRAM QUE TANTO ESTUDANTES COMO PROFESSORES DEMONSTRARAM-SE SATISFEITOS NA PESQUISA. OUTRO PONTO EM COMUM É A AVALIAÇÃO DA ATUAÇÃO DOS EDUCADORES.

- A PESQUISA FOI BEM RECEBIDA PELOS PROFESSORES E ESTUDANTES.
- O DADO DA ANTECEDÊNCIA DE PLANEJAMENTO DA VISITA PARA NÓS É FUNDAMENTAL PARA ALINHARMOS AO NOSSO SISTEMA DE AGENDAMENTO, PRINCIPALMENTE EM RELAÇÃO A ABERTURA DA AGENDA.
- OUTRO DADO IMPORTANTE É A INTENÇÃO OU NÃO DE DESDOBRAMENTO DE AÇÕES EM SALA DE AULA APÓS A VISITA, ASSIM COMO O ALINHAMENTO DO CONTEÚDO DA VISITA NO CURRÍCULO, INFORMAÇÕES QUE NOS SUBSIDIAM TANTO PARA CRIAR ESTRATÉGIAS DURANTE AS VISITAS BEM COMO O DESENVOLVIMENTO DE MATERIAIS EDUCATIVOS E AÇÕES DE FORMAÇÃO PARA PROFESSORES.

NESTE RELATÓRIO ENCONTRAM-SE ALGUMAS PERGUNTAS QUE NÃO TEMOS DADOS OU CONDIÇÕES SUFICIENTES PARA RESPONDER, TAIS COMO:

- A REGIÃO ADMINISTRATIVA DA ESCOLA (SOMENTE SE HOUVESSE ESSA QUESTÃO É QUE PODERÍAMOS RESPONDER DE FORMA PRECISA).
- O PORQUÊ DA INCIDÊNCIA MAIOR DE PROFESSORES POLIVALENTES.
- O PORQUÊ DE RESPOSTAS EM BRANCO (NÃO TEMOS DADOS OU INDÍCIOS QUE BASEEM QUALQUER CONCLUSÃO).

SUGERE-SE A TRANSPOSIÇÃO DA PLATAFORMA NA QUAL OS DADOS DA PESQUISA SÃO TABULADOS (EXCEL) PARA O GOOGLE FORMS, O QUE AGILIZARIA O PROCESSO DE TABULAÇÃO.

  
 P/P NÚCLEO EDUCATIVO

Com que antecedência você, professor(a), programou a visita?

- 2 meses ou mais     1 Mês     2 semanas     1 semana     Não Programei     Outro: \_\_\_\_\_

Por quais meios informou-se sobre o museu visitado?

- Site/Blog do museu     Redes Sociais     Folder     Internet     Escola     Não me informei  
 Outros. Quais? \_\_\_\_\_

Quais foram as principais dificuldades enfrentadas para realizar a visita?

- Transporte     Tempo de Locomoção     Infraestrutura do Museu     Infraestrutura da escola  
 Nenhuma     Outras. Quais? \_\_\_\_\_

Comentários: \_\_\_\_\_

Como você avalia a atuação do(a) educador(a) do museu em relação à:

	Ótimo	Bom	Regular	Ruim
Linguagem adequada a faixa etária:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Abordagem do conteúdo:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Abertura ao diálogo e participação:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Como você avalia o interesse dos alunos em relação à:

	Ótimo	Bom	Regular	Ruim
Participação na visita:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Exposição visitada	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Temática do museu (ex: arte, história, ciências, etc):	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Você acredita que esta visita contribuirá com o trabalho desenvolvido em sala de aula?

- Sim     Não. Por quê? \_\_\_\_\_

Em caso afirmativo, assinale **até 3** contribuições da visita ao museu para seus alunos:

- Contato com objetos museológicos     Aprender sobre o tema específico do museu     Passear  
 Propiciar a sociabilização     Complementar conteúdos curriculares     Conhecer o museu  
 Outros: \_\_\_\_\_

Você, professor(a), pretende realizar alguma atividade com seus alunos a partir da visita ao museu?

- Sim. Qual? \_\_\_\_\_  
 Não. Por qual razão? \_\_\_\_\_

De que maneira poderíamos melhorar nosso trabalho? Dê sua sugestão:

Nome da Escola: \_\_\_\_\_

Município: \_\_\_\_\_ Estado: \_\_\_\_\_

Região da cidade de São Paulo em que se localiza a escola:

- Norte     Sul     Leste     Oeste     Centro     A escola não é da cidade de São Paulo

Cargo ocupado na escola: \_\_\_\_\_ Caso seja professor, qual disciplina leciona: \_\_\_\_\_

E-mail do professor (opcional): \_\_\_\_\_

Data: \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_ Horário: \_\_\_\_\_ Educador do Museu: \_\_\_\_\_

Ciclo:

- Ed. Infantil     Ens. Fundamental Ciclo I     Ens. Fundamental Ciclo II     Ens. Médio  
 EJA     Ens. Técnico     Ens. Superior

nº

Olá estudante! Queremos ouvir a sua opinião para melhorar nosso trabalho.



**mi**  
museu da imigração  
do estado de são paulo

**SÃO PAULO**  
GOVERNO DO ESTADO  
Secretaria de  
Cultura e Economia Criativa

Nome da Escola: \_\_\_\_\_

Ano Escolar:  6º ano  7º ano  8º ano  9º ano

A visita foi interessante?  Sim  Não

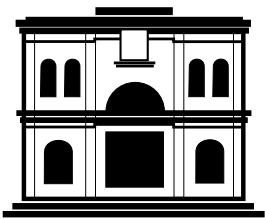
Por quê? \_\_\_\_\_

Indique o que mais chamou sua atenção na educadora (o) que fez a visita mediada com o seu grupo. Assinale no máximo 2 alternativas:

- Deu informações, tornando a visita interessante.  Não deu oportunidade para o grupo participar da visita.  
 Estimulou a participação do grupo.  Deu bastante informações, o que gerou cansaço no grupo.

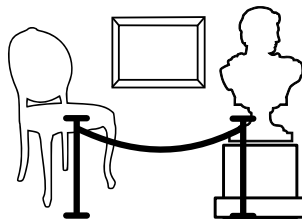
Outro. O que?

Assinale com SIM ou NÃO nos itens abaixo que chamaram sua atenção durante a visita ao Museu:



O assunto do museu  
(Arte, Ciências, História, Literatura, etc).

Sim  Não



As obras observadas durante a visita

Sim  Não



O espaço/ prédio do Museu

Sim  Não

O que você aprendeu ou descobriu nesta visita?

De que maneira poderíamos melhorar sua visita ao Museu? Dê sua sugestão:

Nome da Educadora (o) do Museu: \_\_\_\_\_ Data: \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_ Nº \_\_\_\_\_