

**ANÁLISE DE QUESTIONÁRIOS APLICADOS AOS
VISITANTES ESPONTÂNEOS DO MUSEU CASA DE
PORTINARI**

Núcleo Educativo

3º Quadrimestre

2022

Sumário

1. Introdução	3
2. Metodologia	3
3. Análise dos Dados	4
Considerações Finais	8
Referências.....	8
Anexos	9
Anexo I: Questionário para Visitantes.....	9
Anexo II: Índice de Satisfação de Público	10
Apêndices	12
Apêndice A: Relatório Consolidado da Pesquisa para Visitantes.....	12
Apêndice B: Wordcloud consolidado da Pesquisa para Visitantes.....	14

1. Introdução

A análise dos questionários aplicados aos visitantes espontâneos do Museu Casa de Portinari é de grande importância para compreender o perfil de público que visita o museu, isto é, diferentemente de grupos escolares e de instituições públicas e privadas, o público espontâneo é aquele que realmente abre mão de sua rotina para consumir um produto cultural. Ser capaz de entender as demandas desse público possibilita um fortalecimento das atividades e serviços institucionais.

Portanto, compreende-se que a aplicação dos questionários e sua consequente tabulação é uma das ferramentas de maior eficácia para avaliação dos serviços oferecidos pela instituição.

Nesse sentido, este documento representa o resultado do atendimento de uma necessidade básica do Museu Casa de Portinari (ouvir os consumidores de seus produtos culturais), bem como de uma demanda da Unidade de Preservação do Patrimônio Museológico, órgão gestor responsável pelo “suporte técnico e operacional do desenvolvimento da política cultural dos museus e arquivos no âmbito do Governo do Estado” (DEPARTAMENTOS, 2017) por meio da Secretaria de Estado da Cultura.

O Museu Casa de Portinari, atento aos protocolos e recomendações de segurança, saúde e higiene para combate à Covid-19, incluiu ao Totem de aplicação de questionário de satisfação de público espontâneo do Museu, o QR code e touchscreen.

O horário de visitação normal, de terça à domingo, das 09h às 18h, seguindo as orientações da Secretaria de Cultura e Economia Criativa do Estado de São Paulo sobre os procedimentos que devem ser adotados sobre o passaporte de vacinação.

As avaliações aplicadas aos visitantes espontâneos do Museu Casa de Portinari serão consideradas, neste relatório, entre 01/09/2022 a 31/12/2022.

2. Metodologia

As pesquisas atualmente são aplicadas via totem, por ser este um mecanismo eficaz, impessoal e que permite um rápido processamento das

informações. Relatórios pré-programados diários, semanais, mensais e trimestrais são obtidos através do modelo, facilitando assim, uma melhor gestão das informações concedidas pelos entrevistados.

3. Análise dos Dados

Apesar da leitura dos relatórios localizados na área de apêndices (A e B) ser bastante conclusiva, serão apresentadas algumas análises dos resultados obtidos a partir da análise dos relatórios. 814 entrevistados começaram a responder a pesquisa. Esse número decresce, tendo sido finalizados 604, uma vez que os visitantes eventualmente abandonam o preenchimento da pesquisa antes do término da mesma.

1. Como foi a sua experiência neste Museu hoje?

A princípio, solicita-se ao entrevistado avaliar a sua experiência no Museu Casa de Portinari. Para a questão, 95,2% das avaliações apontaram a experiência de visita ao museu como ótimo, 3,6% avaliaram como boa, 0,6% avaliaram como regular, 0,1% avaliaram como ruim e 0,5% avaliaram como péssima. Uma das principais preocupações do Museu Casa de Portinari é atender o seu público com qualidade e de acordo com as melhores práticas museológicas. Este é um índice importante para analisar o comprometimento institucional no exercício de suas atividades, baseando-se nos critérios de qualidade técnica, economicidade, transparência, responsabilidade socioambiental e desenvolvimento humano.

2. Como você avalia o (a) atendimento do educador.

Para a questão, 89% das avaliações apontaram o atendimento do educador do Museu Casa de Portinari como "ótimo", 2,4% avaliaram como "bom". Respostas "regular" perfizeram um total de 0,6%, as respostas "ruim" e "péssimo" geraram um total de 0,3% cada um e 7,7% optaram por "não avaliar".

A mediação nos equipamentos culturais consiste em uma das atividades educativas e essa aliada às exposições, são meios indispensáveis para o alcance de uma das finalidades centrais de museu, a comunicação de acervo museológico, e, assim, o cumprimento da missão institucional.

3. Exposições.

Para a questão, 93,3% das avaliações apontaram as exposições do Museu Casa de Portinari como "ótimo", 3,9% como "bom", 0,3% como "regular", 0,3% como "péssimo", e 2,2% optaram por "não avaliar". Os índices apontam um resultado cada vez maior de satisfação e qualidade em relação às exposições, e demonstram ser um dos mais efetivos meios de comunicação do museu com o público para a divulgação do acervo museológico do museu.

4. Instalações do Museu.

Para a questão, 92,4% das avaliações apontaram as instalações do Museu Casa de Portinari como "ótimo", 3,9% como "bom", 0,6% como "regular", 0,1% como "ruim" e 0,3% como "péssimo" e 2,7% optaram por "não avaliar". Esse é um índice importante para avaliar as condições de segurança oferecidas pela instituição aos usuários, ao acervo e também para efetivas ações de manutenção de edificações com critérios técnicos, incluindo acessibilidade física e sustentabilidade ambiental, para que tenham bom desempenho.

5. Qual o nome do educador que o atendeu?

Esta é uma pergunta em aberto, que permite ao visitante citar qual educador do museu o atendeu. Através da Wordcloud (Apêndice B), podem ser verificados os nomes dos educadores que mais foram destacados pelos entrevistados. Conforme consta no Apêndice B, para a pergunta "Qual o nome do educador que o atendeu?" Em primeiro lugar vem o nome "Ronilson" com 21,6%, seguido por "Vitor" com 15,1% de frequência em segundo lugar, "Fernanda" com 12,8% de frequência em terceiro, em quarto lugar "Letícia" com 11,7% de frequência, em quinto lugar "Bethânia" com 11,4%.

6. Você considera que o museu adotou medidas que garantem a segurança dos colaboradores e visitantes?

Em atenção às medidas de segurança e combate à Covid-19, o Museu Casa de Portinari adotou protocolos de saúde e higiene. 98,8% dos entrevistados

consideram que o museu adotou medidas que garantem a segurança dos colaboradores e visitantes, e apenas 1,2% respondeu “não”.

7. Conseguiu lhe oferecer uma experiência significativa?

98,8% dos visitantes afirmaram que o museu conseguiu oferecer uma experiência significativa, e 1,2% respondeu “não”, o que reafirma o papel do Museu como espaço de valorização da formação cultural para o desenvolvimento emocional, cognitivo e cultural das pessoas.

8. Você tem alguma sugestão para melhorarmos o atendimento ao público, neste momento de pandemia?

Através da Wordcloud (Apêndice B), podem ser verificados os termos que mais foram destacados pelos entrevistados. São eles por ordem de tamanho e cor (quanto maiores e mais intensa as cores, mais utilizados foram os termos pelos entrevistados): “tudo” (12%), “perfeito” (7,5%), “ótimo” (6,8%), “nenhuma” (6,8%), “parabéns” (3,8%), “continuar” (2,3%), “visita” (2,3%), “excelente” (2,3%). O “Top 8 co-ocorrência de palavras” elucidam e reforçam a preocupação e empenho do Museu Casa de Portinari em tornar o espaço agradável, acessível e seguro para os seus visitantes.

9. Você retornaria a este Museu?

98,1% dos visitantes afirmaram que retornariam ao Museu Casa de Portinari, e 1,9% responderam “não”. Os museus visam, cada vez mais, serem uma referência na salvaguarda e comunicação de patrimônio histórico, além de representarem um dos principais atrativos culturais e de entretenimento de uma localidade.

10. É a sua primeira visita?

72,1% dos visitantes afirmaram ser essa a primeira visita à Casa de Portinari, contra 27,9% que disseram já conhecer o museu.

Este é um índice importante acompanhado com atenção pela instituição. Os dados da pesquisa apontam que de cada 10 visitantes, cerca de 8 são pessoas

que voltam à instituição, estatística essa que têm se mantido constante ao longo dos semestres.

11. Como você ficou sabendo deste museu?

Uma vez mais, o meio de comunicação das atividades do museu mais apontado pelos entrevistados foi a "Indicação de amigos/parentes", com índice de 25,8% das respostas. "Outro" ocupa a segunda posição, com 20,9%, sendo a palavra mais comentada nesta categoria, de acordo com o Wordcloud, é "amigo com 14,3% de frequência. A "Escola" ocupa a terceira posição com 17,5%. "Internet" ocupa a quarta posição com 14,6%, seguido de "Passou na Frente", com 7,7%, "Mídias Sociais" com 5,8%, "Televisão" com 3,3%, "Jornal/Revista" com 2,5% e "Material de informação turística" 1,7%. Os resultados têm se alterado pouco ao longo das aplicações, todavia a "Indicação de amigos/parentes" é frequentemente a forma de divulgação do museu mais bem votada, sofrendo apenas pequenas variações nos percentuais.

12. Deixe a sua sugestão, elogio ou crítica

Através da Wordcloud (Apêndice B), podem ser verificados os termos que mais foram destacados pelos entrevistados. São eles por ordem de tamanho e cor (quanto maiores e mais intensa as cores, mais utilizados foram os termos pelos entrevistados): "parabéns" (21,0%), "museu" (11,8%), "bom" (9,2%), "ótimo" (7,6%), "tudo" (6,7%), "amei" (5,9%), "perfeito" (5,9%), "experiência" (4,2%), "adorei" (4,2%), "organizado" (3,4%). O "Top 10 co-ocorrência de palavras" elucidam bem como essas palavras se relacionam nas respostas dos entrevistados.

É necessário ressaltar que a equipe técnica do museu dispõe dos comentários na íntegra, avaliando um a um, para que o trabalho seja refletido e aperfeiçoado. Os resultados são avaliados e utilizados para o processo de qualificação de excelência institucional e a opinião do público visitante é fundamentalmente relevante para o processo.

13. Receba a nossa programação cultural! E-mail:

Aproximando-se ao final da pesquisa, solicita-se ao entrevistado que deixe seu e-mail caso deseje receber mais informações sobre o Museu Casa de Portinari. Os contatos são passados mensalmente ao setor de comunicação institucional que inclui os mesmos na listagem de e-mails do setor.

14. Celular:

Solicita-se ao entrevistado, também, que deixe seu número de celular caso queira mais informações sobre o Museu Casa de Portinari.

15. Siga-nos nas redes sociais:

FACEBOOK: [facebook.com/museucasadeportinari](https://www.facebook.com/museucasadeportinari)

TWITTER: twitter.com/casadeportinari

INSTAGRAM: [@museucasadeportinari](https://www.instagram.com/museucasadeportinari)

Considerações Finais

Os resultados da atividade de pesquisa de perfil e satisfação de público dos visitantes espontâneos do Museu Casa de Portinari têm sido, ao longo dos anos, um instrumento valioso para leitura das ações desenvolvidas dentro da instituição.

O presente relatório é visto como um instrumento de grande relevância para as tomadas de decisão da instituição, daí a seriedade e compromisso da equipe do museu em seu planejamento, preparação, aplicação, processamento e produção de novas ações.

Referências

DEPARTAMENTOS. 2022. GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO. Disponível em: <<http://www.cultura.sp.gov.br/portal/site/SEC/menuitem.92dfa9ce23b5efef6d006810ca60c1a0/?vgnnextoid=7364378e515ea110VgnVCM100000ac061c0aRCRD&vgnnextchannel=7364378e515ea110VgnVCM100000ac061c0aRCRD>> Acesso em: 5 mai. 2022.

Anexos

Anexo I: Questionário para Visitantes

1. Como foi a sua experiência neste Museu hoje?
2. Como você avalia o (a) atendimento do educador.
3. Exposições.
4. Instalações do Museu.
5. Qual o nome do educador que o atendeu?
6. Você considera que o museu adotou medidas que garantem a segurança dos colaboradores e visitantes?
7. Conseguiu lhe oferecer uma experiência significativa?
8. Você tem alguma sugestão para melhorarmos o atendimento ao público, neste momento de pandemia?
9. Você retornaria a este Museu?
10. É a sua primeira visita?
11. Como você ficou sabendo deste museu?
12. Deixe a sua sugestão, elogio ou crítica
13. Receba a nossa programação cultural! E-mail:
14. Celular:
15. Siga-nos nas redes sociais:
FACEBOOK: [facebook.com/museucasadeportinari](https://www.facebook.com/museucasadeportinari)
TWITTER: twitter.com/casadeportinari
INSTAGRAM: [@museucasadeportinari](https://www.instagram.com/museucasadeportinari)

Anexo II: Índice de Satisfação de Público

ÍNDICE DE SATISFAÇÃO - PÚBLICO ESPONTÂNEO						
Subitem	Tipo de resposta	Valor da resposta (%)	Número de respostas <i>(as respostas anuladas ou não respondidas não deverão ser consideradas)</i>	Valor das respostas multiplicado pela quantidade de professores que responderam	Média ponderada por subitem <i>(soma dos valores multiplicados, dividido pelo número de questionários aplicados) (%)</i>	Média ponderada Nível de Satisfação da questão 4 <i>(soma da média ponderada dos subitens, dividido pelo número de subitens) (%)</i>
1. Como foi a sua experiência neste Museu hoje?	Ótima	100	814	81400	98,24561404	98,45
	Boa	75	31	2325		
	Regular	50	5	250		
	Ruim	25	1	25		
	Péssima	0	4	0		
2. Como você avalia o atendimento do educador?	Ótimo	100	598	59800	98,70967742	
	Bom	75	16	1200		
	Regular	50	4	200		
	Ruim	25	0	0		
	Péssimo	0	2	0		
3. Como você avalia as exposições?	Ótimas	100	627	62700	98,55403349	
	Boas	75	26	1950		
	Regulares	50	2	100		
	Ruins	25	0	0		
	Péssimas	0	2	0		
4. Como você avalia as instalações do museu?	Ótimas	100	621	62100	98,27981651	
	Boas	75	26	1950		
	Regulares	50	4	200		
	Ruins	25	1	25		
	Péssimas	0	2	0		
9. Retornaria ao Museu Casa de Portinari?						
Respostas possíveis	Valor das respostas (%)	Quantidade de visitantes que responderam	Valor das respostas multiplicado pela quantidade de professores	Média ponderada Nível de Satisfação da questão 1		

		(as respostas anuladas ou não respondidas não deverão ser consideradas)	que responderam	(soma dos valores multiplicados, dividido pelo número de questionários aplicados) (%)
SIM	100	630	63000	99,07
NÃO	50	12	600	

Média ponderada das questões 1, 2, 3, 4 e 9

Questão	Nível de Satisfação (%)	Média ponderada Nível de Satisfação total (soma do nível de satisfação das questões 1 e 3, dividido pelo número de questões) (%)
1, 2, 3 e 4	98,45	98,76
9	99,07	

Apêndices

Apêndice A: Relatório Consolidado da Pesquisa para Visitantes



© Solvis
A Solução Definitiva em Pesquisa de Satisfação
Relatório gerado em 17/01/23, às 18:42 UTC

Relatório Consolidado

Pesquisa: Totens

Filtros:

- avaliações da unidade de pesquisa: Museu Casa de Portinari
- avaliações entre 01/09/22 e 31/12/22

1. Como foi a sua experiência neste Museu hoje?



2. Como você avalia o(a):

Atendimento do educador



3. Exposições



4. Instalações do Museu



5. Qual o nome do educador que o atendeu?

Pergunta de texto - gráfico não disponível

6. Você considera que o museu...

Adotou medidas que garantem a segurança dos colaboradores e visitantes?



7. Conseguiu lhe oferecer uma experiência significativa?



8. Você tem alguma sugestão para melhorarmos o atendimento ao público, neste momento de pandemia?

Pergunta de texto - gráfico não disponível

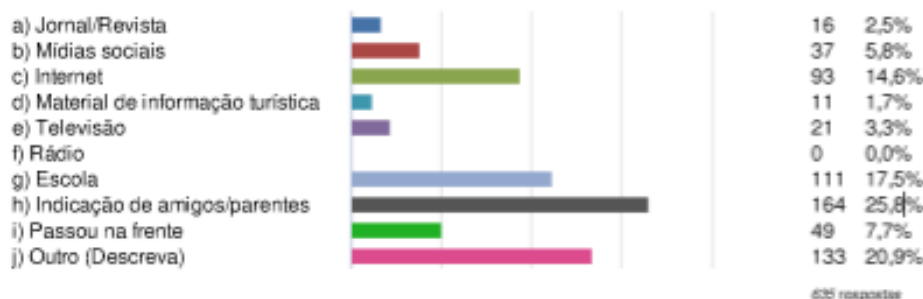
9. Você retornaria a este Museu?



10. É sua primeira visita?



11. Como você ficou sabendo deste museu?



12. Deixe a sua sugestão, elogio ou crítica

Pergunta de texto - gráfico não disponível

13. Receba a nossa programação cultural! E-mail:

Pergunta de email - gráfico não disponível

14. Celular:

Pergunta de telefone - gráfico não disponível

15. Siga-nos nas redes sociais:

FACEBOOK: Facebook.com/museucasadeportinari

TWITTER: @casadeportinari

INSTAGRAM: @museucasadeportinari



Apêndice B: Wordcloud consolidado da Pesquisa para Visitantes



© Solvis
A Solução Definitiva em Pesquisa de Satisfação
Relatório gerado em 17/01/23, às 18:43 UTC

Relatório Wordcloud

Pesquisa: Totens

Filtros:

- avaliações da unidade de pesquisa: Museu Casa de Portinari
- avaliações entre 01/09/22 e 31/12/22

5. Qual o nome do educador que o atendeu?



Top 10 palavras	Frequência
1. ronilson	53 (19,4%)
2. fernanda	35 (12,8%)
3. leticia	32 (11,7%)
4. vitor	31 (11,4%)
5. betania	22 (8,1%)
6. victor	10 (3,7%)
7. bethania	9 (3,3%)
8. roni	6 (2,2%)
9. luis	5 (1,8%)
10. antonio	3 (1,1%)

Top 10 co-ocorrências de palavras Frequência

8. Você tem alguma sugestão para melhorarmos o atendimento ao público, neste momento de pandemia?



Top 10 palavras	Frequência
1. tudo	16 (12,0%)
2. perfeito	10 (7,5%)
3. ótimo	9 (6,8%)
4. nenhuma	9 (6,8%)
5. parabéns	5 (3,8%)
6. continuar	3 (2,3%)
7. visita	3 (2,3%)
8. excelente	3 (2,3%)

Top 10 co-ocorrências de palavras	Frequência
1. tudo, ótimo	6 (4,5%)
2. tudo, perfeito	5 (3,8%)

11. Como você ficou sabendo deste museu?

j) Outro (Descreva)



Top 10 palavras	Frequência
1. amigos	9 (14,3%)
2. cidade	8 (12,7%)
3. estrada	4 (6,3%)
4. familia	4 (6,3%)
5. escola	3 (4,8%)

Top 10 co-ocorrências de palavras	Frequência
-----------------------------------	------------

12. Deixe a sua sugestão, elogio ou crítica



Top 10 palavras	Frequência
1. parabéns	25 (21,0%)
2. museu	14 (11,8%)
3. bom	11 (9,2%)
4. ótimo	9 (7,6%)
5. tudo	8 (6,7%)
6. amei	7 (5,9%)
7. perfeito	7 (5,9%)
8. experiencia	5 (4,2%)
9. adorei	5 (4,2%)
10. organizado	4 (3,4%)

Top 10 co-ocorrências de palavras	Frequência
1. parabéns, museu	4 (3,4%)
2. ótimo, museu	3 (2,5%)

PESQUISA DE SATISFAÇÃO DE PÚBLICO ESCOLAR
RELATÓRIO ANALÍTICO

Núcleo Educativo
3º Quadrimestre de 2022

2022

Sumário

A PESQUISA	4
OBJETIVO DA PESQUISA	4
1. PESQUISA VOLTADA AOS PROFESSORES	4
1.1 METODOLOGIA	4
1.2 UNIVERSO DA AMOSTRA	5
1.3 TABULAÇÃO DOS RESULTADOS	6
1.4 ANÁLISE DOS DADOS - PERFIL DOS RESPONDENTES	6
1.4.1 Rede de ensino	6
1.4.2 Ciclo de ensino	6
1.4.3 Localização da escola	7
1.4.4 Cargo ocupado pelo acompanhante responsável	8
1.4.5 Disciplina lecionada	9
1.5. SOBRE A VISITA	10
1.5.1 Antecedência da visita	10
1.5.2 Canais de informação sobre o museu visitado	10
1.5.3 Dificuldades enfrentadas para realização da visita	11
1.5.4 Avaliação da atuação do educador do museu	12
1.5.5 Avaliação do interesse do aluno em relação à visita	13
1.5.6 Contribuição da visita com o trabalho desenvolvido em sala de aula	14
1.5.7 Contribuição da visita ao museu para os alunos	14
1.5.8 Realização de atividade com os alunos a partir da visita	15
1.5.9 Sugestões e críticas para a melhoria do trabalho educativo no museu	16
2. PESQUISA VOLTADA AOS ESTUDANTES	17
2.1 METODOLOGIA	17
2.2 UNIVERSO DA AMOSTRA	17

2.3 TABULAÇÃO DOS RESULTADOS	17
2.4 PERFIL DOS RESPONDENTES	18
2.4.1 Rede de ensino	18
2.4.2 Ciclo de ensino	18
2.5 SOBRE A VISITA	19
2.5.1 A visita foi interessante	19
2.5.2 Avaliação da atuação do educador do museu	20
2.5.3 Avaliação do interesse em relação à visita	21
2.5.4 O que aprendeu ou descobriu na visita	22
2.5.5 Sugestões e críticas para a melhoria da visita educativa ao museu	23
3. CONSIDERAÇÕES FINAIS: PROFESSORES E ESTUDANTES	24
REFERÊNCIAS	26
ANEXOS	27
ANEXO I: Modelo de pesquisa de professores	27
ANEXO II: Modelo de pesquisa de estudantes	28
ANEXO III: Nível de satisfação dos professores	29
ANEXO IV: Nível de satisfação dos estudantes	31

A PESQUISA

A análise dos questionários aplicados aos visitantes escolares do Museu Casa de Portinari é de grande importância para compreender o perfil do público que visita a instituição.

Nesse sentido, entende-se que a aplicação dos questionários e sua consequente tabulação é uma das ferramentas de maior eficácia para avaliação dos serviços oferecidos pela instituição.

Este documento representa o resultado do atendimento de uma necessidade básica do Museu Casa de Portinari (ouvir os consumidores de seus produtos culturais), bem como de uma demanda da Unidade de Preservação do Patrimônio Museológico, órgão gestor responsável pelo “suporte técnico e operacional do desenvolvimento da política cultural dos museus e arquivos no âmbito do Governo do Estado” (DEPARTAMENTOS, 2017).

Desde o começo de 2016, o setor educativo do museu adotou o modelo de pesquisa desenvolvido pelo Comitê de Educação da Secretaria da Unidade de Preservação do Patrimônio Museológico (EDUCOM) e tem seguido as orientações da organela para entrevista do público escolar visitante do museu.

OBJETIVO DA PESQUISA

O intuito da análise é conhecer o perfil e o nível de satisfação do público escolar da rede de museus da Secretaria de Cultura e Economia Criativa Estado de São Paulo, a partir de um modelo de pesquisa e metodologia comum a estes museus.

Nesse sentido, os dados não só revelarão informações relevantes à própria instituição, como também colaborará para uma leitura mais ampla, quando somados e comparados aos dados obtidos nos demais equipamentos culturais geridos por OSs em parceria com a UPPM.

1. PESQUISA VOLTADA AOS PROFESSORES

1.1 METODOLOGIA

Os questionários deveriam ser aplicados aos entrevistados por meio de totem móvel eletrônico, o que facilita a tabulação dos dados e elaboração de gráficos automáticos. Todavia, exclusivamente neste quadrimestre, questionários em papel foram aplicados em virtude das medidas preventivas de proteção a COVID-19.

Seguindo premissas definidas entre os participantes do Comitê de Educação da Secretaria, a amostra necessária de aplicação da pesquisa, deveria seguir os seguintes parâmetros:

a) Toma-se a meta de quantidade de alunos que deveriam ser atendidos no referido quadrimestre, prevista no Plano de Trabalho e divide-se por 4 para se conhecer o número mensal;

b) Divide-se por 40, que é tido como a média de alunos por classe;

c) Para cada grupo, 2 entrevistados devem responder à pesquisa;

d) Com o universo da pesquisa conhecido, aplica-se a fórmula desenvolvida por Santos (2017) para se saber a quantidade necessária de questionários que devem ser aplicados, usando-se como erro amostral, 5%, e como nível de confiança, 95%.

e) O número final corresponde à quantidade de questionários que devem ser aplicados ao público escolar.

Dois professores são entrevistados de uma mesma excursão escolar: um que acompanha o Educador A e outro que acompanha o Educador B. O Educador A deve aplicar a pesquisa ao professor que acompanhou o Educador B e vice-versa, para que não haja eventuais influências na resposta dos entrevistados.

Devido aos impactos sem precedentes causados pela Covid-19 no setor de museus e em atenção às orientações do Plano São Paulo e aos protocolos de segurança e saúde ao combate da pandemia da Covid-19, o atendimento de grupos de forma presencial está sendo realizado de forma controlada de máximo 20 pessoas.

Os atendimentos de grupos de forma presencial ocorreram no 3º quadrimestre de 2022, e, de acordo com tabulação do Educativo da instituição, 342 professores visitaram o Museu Casa de Portinari acompanhando grupos escolares no período.

1.2 UNIVERSO DA AMOSTRA

Seguindo os passos anteriormente citados, chegou-se à quantidade de 100 questionários necessários para compor a amostra, tendo sido executados 56.

3º Quadrimestre	Total
100	56

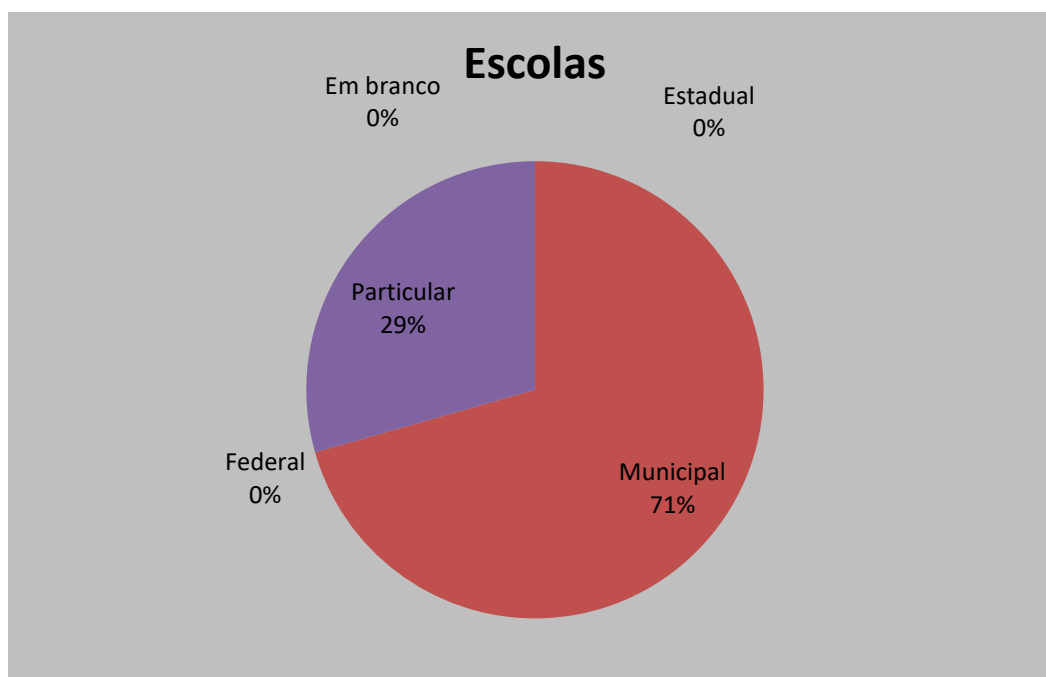
1.3 TABULAÇÃO DOS RESULTADOS

A tabulação automática dos dados permite a geração de gráficos dinâmicos os quais englobam todos os quatro meses do quadrimestre. As questões fechadas são facilmente processadas, gerando respostas rápidas e percentuais claros. Os setores de documentação, educativo e a gerência da instituição analisam as questões abertas em conjunto para que, eventualmente, medidas sejam tomadas a partir dos apontamentos realizados pelos entrevistados.

1.4 ANÁLISE DOS DADOS - PERFIL DOS RESPONDENTES

1.4.1 Rede de ensino

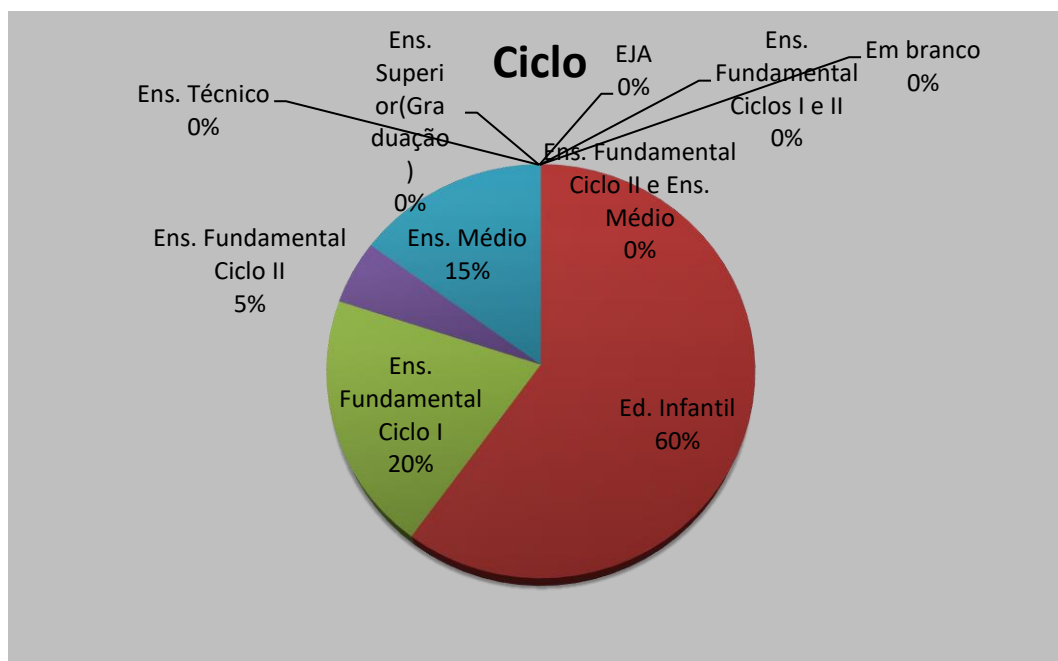
Os resultados relacionados à rede de ensino para o referido semestre foram:



Neste quadrimestre, o número de entrevistados que operam em escola Particular foi correspondente ao número de 29%, enquanto o número de entrevistados que operam em escola Municipal foi de 71%. O número de entrevistados de Escolas Estaduais e Federais aparece com número de 0%.

1.4.2 Ciclo de ensino

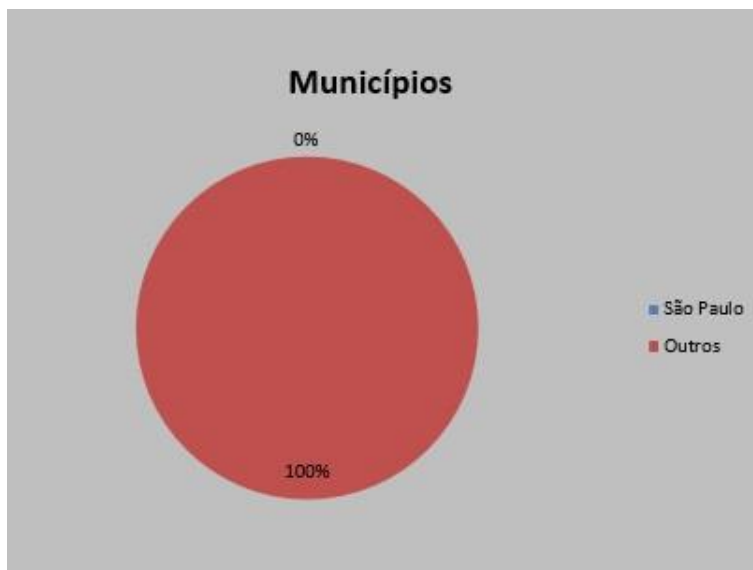
Com relação ao ciclo em que trabalham os professores entrevistados, o score obtido pode ser observado no gráfico:



A Educação Infantil com 60% obteve a maior parte das respostas, seguido de Ensino Fundamental Ciclo I com 20%, Ensino Médio com 15%, e o Ensino Fundamental Ciclo II com 5%. O educativo do museu tem capacidade de trabalhar seus conteúdos com as diferentes faixas etárias, todavia, devido aos impactos sem precedentes causados pela Covid-19 no setor de museus a retomada tem sido gradual.

1.4.3 Localização da escola

Com relação à localização dos grupos escolares, os resultados são frequentemente variados, uma vez que os municípios da região de Ribeirão Preto, por uma questão geográfica, são naturalmente mais frequentes no museu:

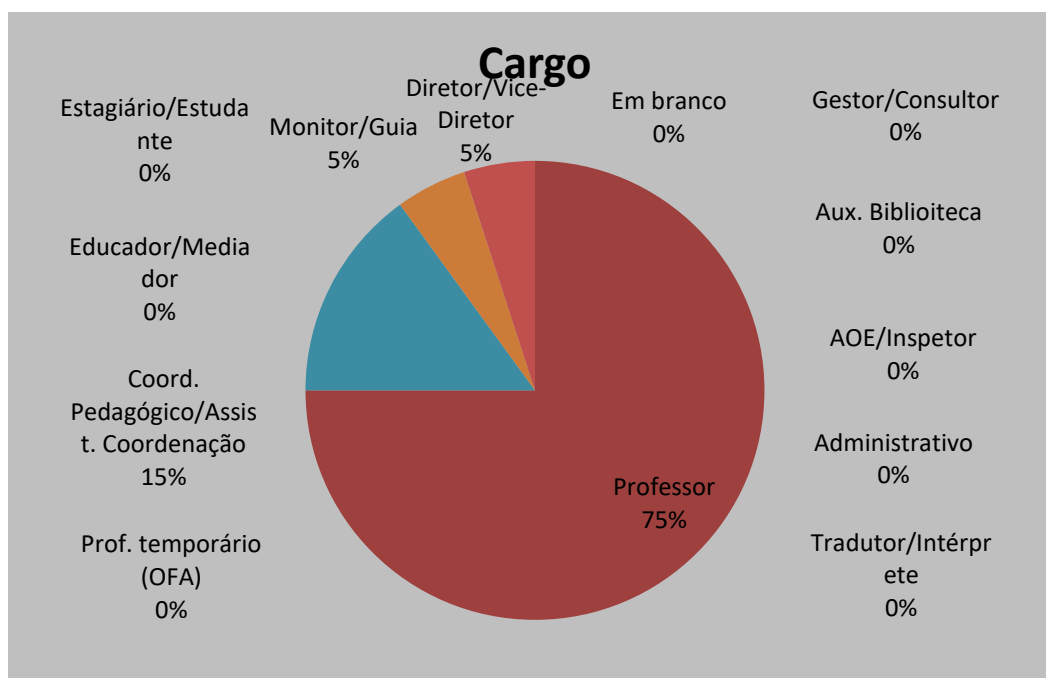


Com relação a Região da Escola, neste quadrimestre predominaram em 100% os registros de alunos do Estado de São Paulo, porém observa-se no gráfico que cidades não pertencentes à cidade de São Paulo:



1.4.4 Cargo ocupado pelo acompanhante responsável

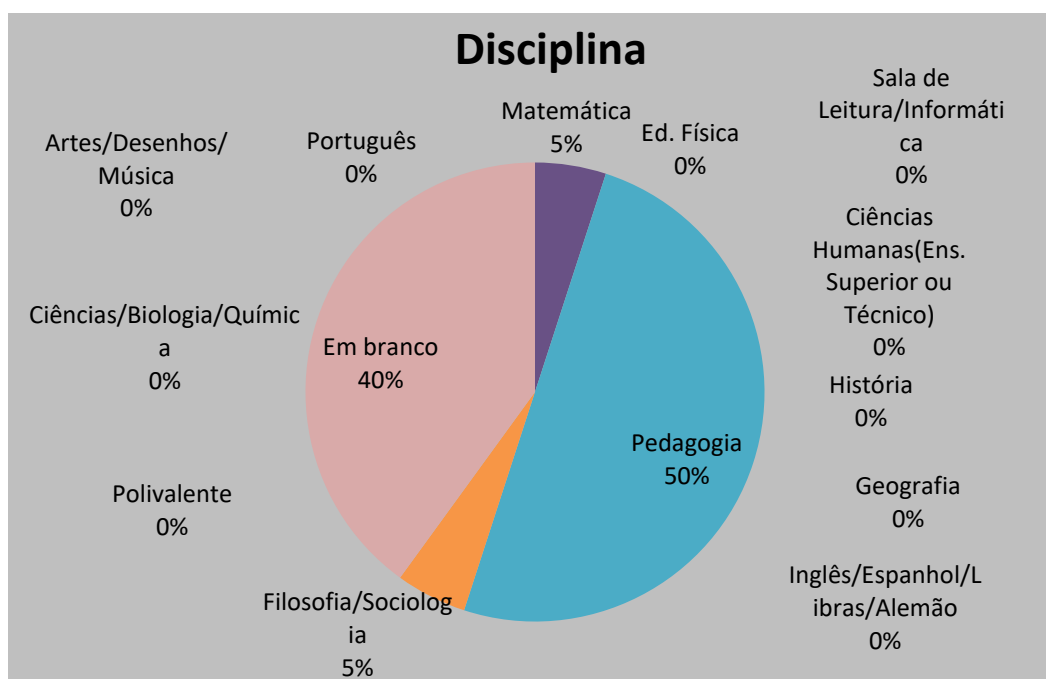
Dentre os cargos ocupados por aqueles que responderam à pesquisa, encontrou-se:



Como esperado, professores compõem o maior grupo perfazendo 75% das respostas, seguido do coordenador pedagógico/assistente de coordenação com 15%, do cargo de Diretor/Vice-diretor e de Monitores com 5%. Esse dado é de grande relevância para o museu, uma vez que o trabalho dos educadores é potencializado pela presença e participação do professor junto às turmas.

1.4.5 Disciplina lecionada

Entre os professores, as disciplinas lecionadas registradas foram:

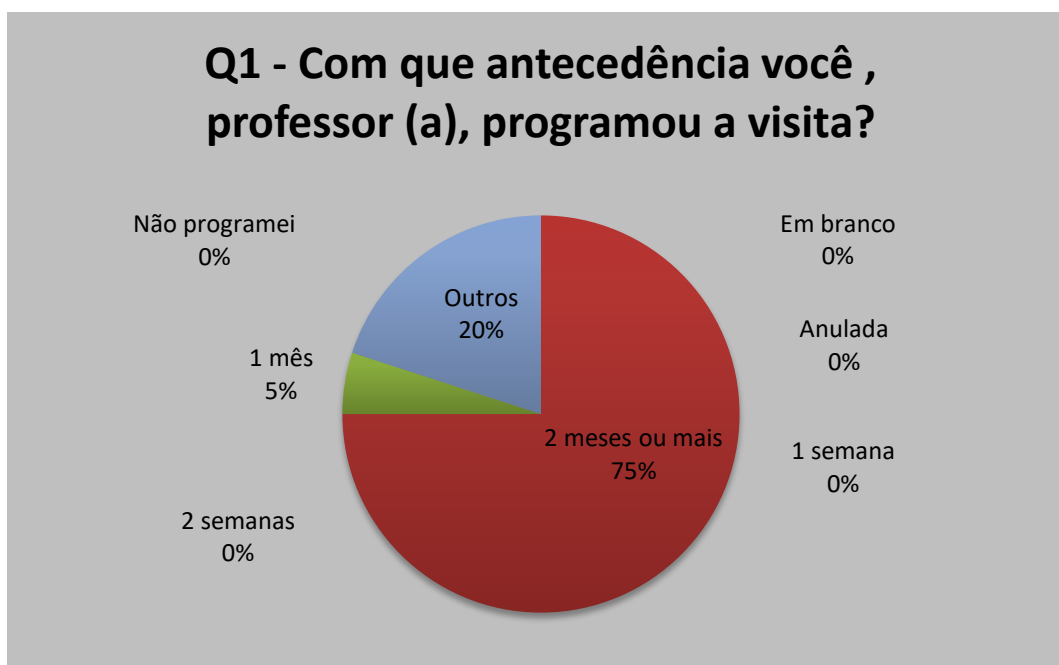


Professores de Pedagogia representaram 50% das menções, professores da disciplina de Matemática e Filosofia/Sociologia representam 5% e 42% deixaram em branco. A alta incidência de registros “em branco” se dá pelo fato da questão não se aplicar aos demais entrevistados.

1.5. SOBRE A VISITA

1.5.1 Antecedência da visita

Com relação ao prazo de antecedência com que a visita foi agendada, os dados apontam:

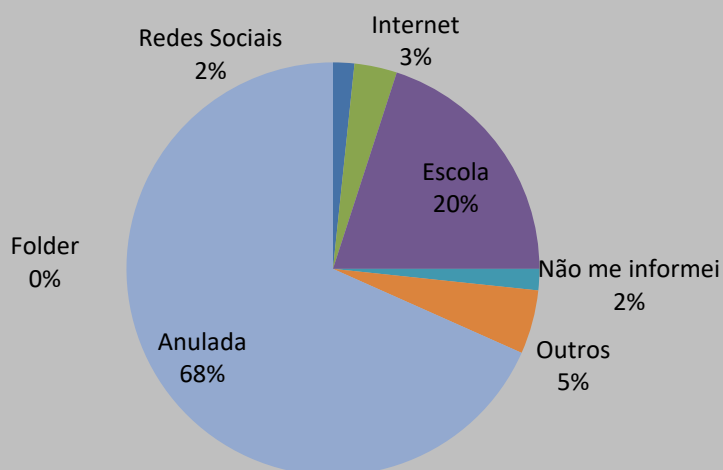


Pela larga procura por horários para visita ao museu, e tendo essas informações disponíveis em site institucional, a maior parte dos agendamentos são realizados com 2 ou mais meses de antecedência (75%). 20% dos entrevistados responderam “outros” e 5% fizeram o agendamento com antecedência de pelos menos 1 mês ou mais. Ainda assim, é possível que os grupos realizem suas visitas com prazos menores de agendamento ou mesmo sem realizar nenhum agendamento.

1.5.2 Canais de informação sobre o museu visitado

Sobre os meios de divulgação do museu, têm-se:

Q2 - Por quais meios informou - se sobre o museu visitado?

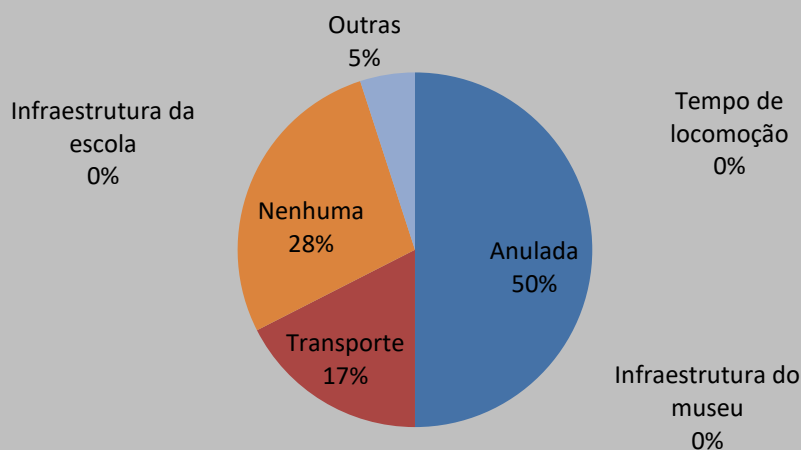


Os resultados são frequentemente bastante semelhantes. A Escola aparece como fomentadora da visita ao museu com 20%, "Outros" também aparece assim com 5%, "Internet" com 3%, as "Redes Sociais" com 2% a Internet e "Não me informei" com 2%. A maioria (68%) anulou a questão.

1.5.3 Dificuldades enfrentadas para realização da visita

Sobre as dificuldades apontadas pelos professores entrevistados, verifica-se que 28% apontaram a resposta "Nenhuma", 17% tiveram dificuldades com o transporte e, 5% responderam "outras" e 50% anulou a resposta.

Q3 - Quais foram as principais dificuldades enfrentadas para realizar a visita?

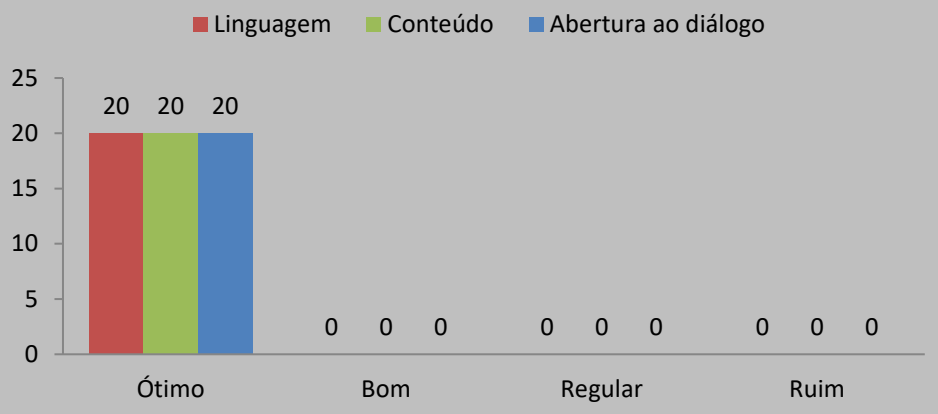


1.5.4 Avaliação da atuação do educador do museu

Como parte essencial à pesquisa, a avaliação do educador do museu, por parte do professor, corresponde a uma via direta à atuação institucional. Os índices observados podem ser visualizados pelos gráficos em barra.

Dos entrevistados que responderam aos questionamentos, 20 avaliaram como "Ótimo" a linguagem, 20 o conteúdo e 20 a abertura ao diálogo. Isso nem sempre acontece, uma vez que alguns quesitos podem ser avaliados com qualificações menores, todavia, os índices para esses questionamentos são frequentemente altamente satisfatórios.

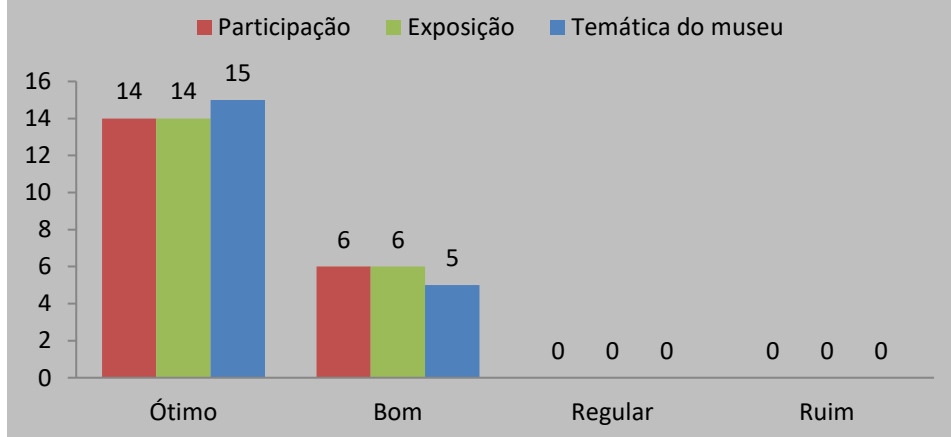
Q4 - Como você avalia a atuação do (a) educador (a) do museu



1.5.5 Avaliação do interesse do aluno em relação à visita

Já com relação aos alunos, os entrevistados fizeram a seguinte avaliação:

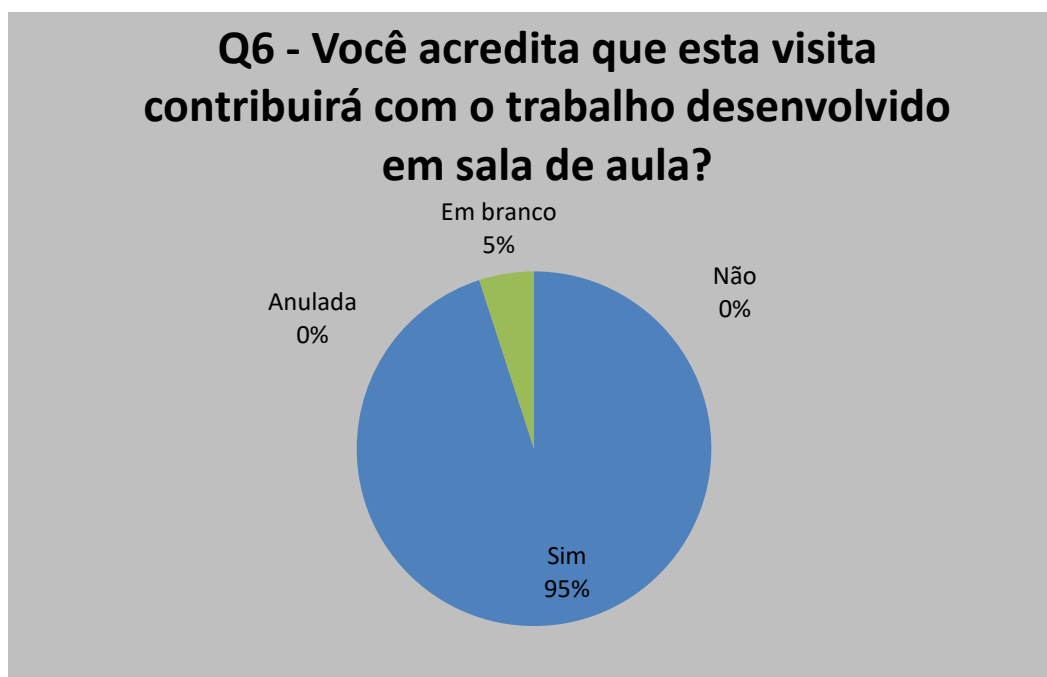
Q5 - Como você avalia o interesse dos alunos



Com percentuais altos, dos professores entrevistados 15 consideram a “Temática do museu”, “Exposição” e “Participação dos alunos” predominantemente “ótima”, e 6 consideram predominantemente “boa”. Isso nem sempre acontece, uma vez que alguns quesitos podem ser avaliados com qualificações menores, todavia, os índices para esses questionamentos são frequentemente altamente satisfatórios.

1.5.6 Contribuição da visita com o trabalho desenvolvido em sala de aula

De forma não surpreendente, 95% dos professores entrevistados afirmaram que a visita contribui para o desenvolvimento de conteúdos abordados em sala de aula e 5% manteve “Em branco”, as justificativas podem ser verificadas no próximo item.



1.5.7 Contribuição da visita ao museu para os alunos

Dentre as contribuições assinaladas, vê-se:



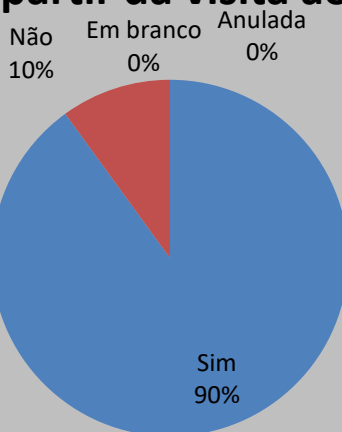
O item "Conhecer o museu" com 11 avaliações foi o mais bem pontuado pelos professores, seguido por "Complementar Conteúdos Curriculares" com 5, e por fim "Passeio" com 2.

Os resultados neste quadrimestre apresentaram uma pulverização na avaliação dos alunos com relação a contribuição da visita ao museu na rotina escolar. Foi perceptível também a eventual, troca da ordem de destaque em si.

1.5.8 Realização de atividade com os alunos a partir da visita

90% dos professores entrevistados afirmaram que pretendiam realizar atividades a partir da visita ao museu e 10% anotaram "não" conforme demonstrado no gráfico abaixo:

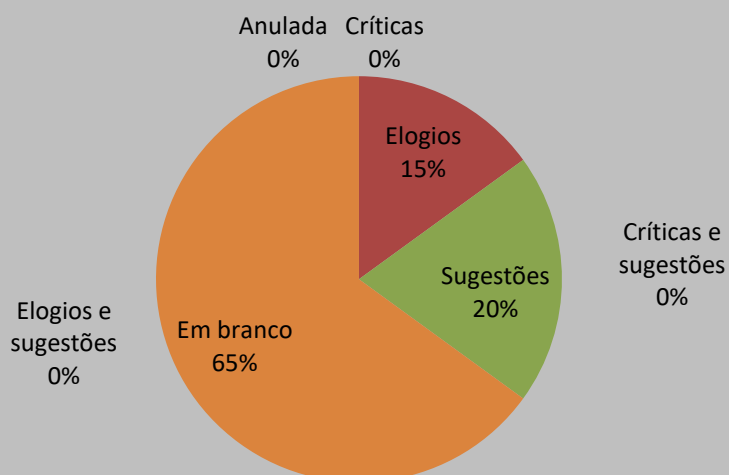
Q8 - Você, professor (a), pretende realizar alguma atividade com seus alunos a partir da visita ao museu?



1.5.9 Sugestões e críticas para a melhoria do trabalho educativo no museu

Analisando-se cada item apontado nesse questionamento, obteve-se o seguinte escore:

Q9 - De que maneira poderíamos melhorar nosso trabalho



A grande incidência de respostas em branco cerca de 65% a esse questionamento pode se dar possivelmente por dois motivos:

- Cansaço da visita e da extensão do questionário e/ou
- Se satisfez com a visita, não tendo nada para sugerir ou tecer críticas.

Esse índice também é bastante frequente, tendo resultados muito parecido ao longo da aplicação da pesquisa pelos diferentes trimestres.

20% ofereceram sugestões e 15% elogiaram o trabalho da equipe o que reforça a avaliação acima descrita.

2. PESQUISA VOLTADA AOS ESTUDANTES

2.1 METODOLOGIA

Os mesmos parâmetros seguidos para metodologia da pesquisa voltada aos professores foram utilizados para os cálculos dos alunos. Para maiores detalhamentos, consulte o tópico 3.1.

Uma vez mais, dois estudantes são entrevistados de uma mesma excursão escolar: um que acompanha o Educador A e outro que acompanha o Educador B. O Educador A deve aplicar a pesquisa ao estudante que acompanhou o Educador B e vice-versa, para que não haja eventuais influências na resposta dos entrevistados.

Somando-se todos os grupos escolares que visitaram o museu no quadrimestre, obteve-se um escore de 3665 estudantes.

2.2 UNIVERSO DA AMOSTRA

Aplicados os passos explicitados na seção 3.1, chegou-se ao número de 138 questionários de estudantes, e 94 questionários de professores necessários os quais foram aplicados ao longo de todo o quadrimestre.

2.3 TABULAÇÃO DOS RESULTADOS

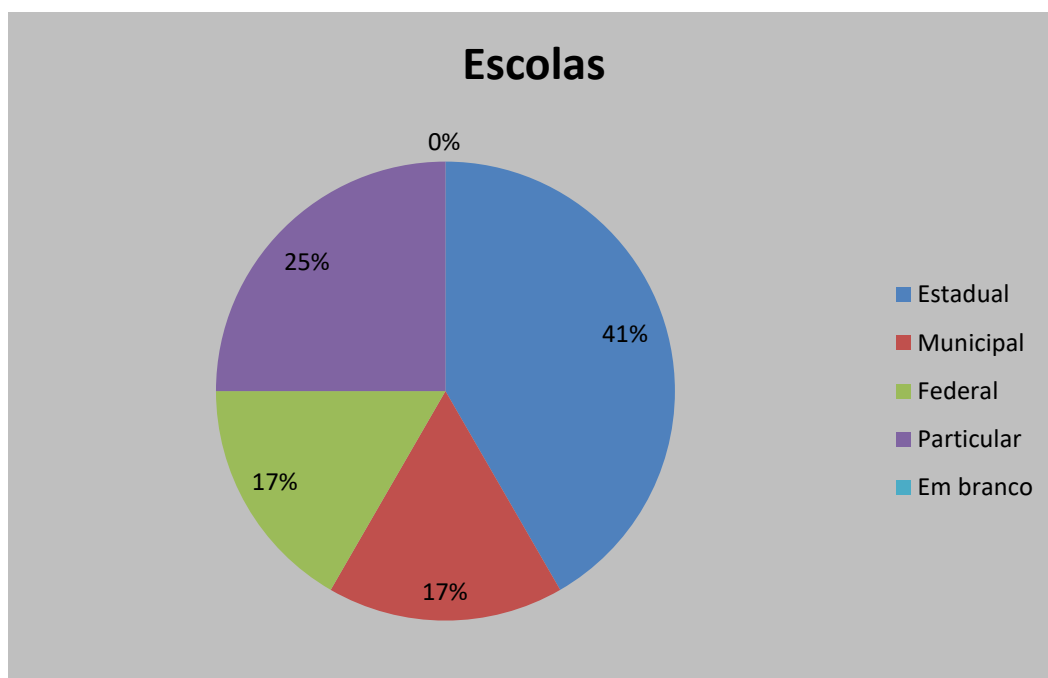
Semelhantemente ao ocorrido com os professores, a tabulação também seguiu parâmetros "automáticos", gerando-se gráficos dinâmicos que englobam dados dos quatro meses do quadrimestre. As questões fechadas são facilmente processadas, gerando respostas rápidas e percentuais claros. Os setores de documentação, educativo e a gerência da instituição analisam as questões abertas em conjunto para que,

eventualmente, medidas sejam tomadas a partir dos apontamentos realizados pelos entrevistados.

2.4 PERFIL DOS RESPONDENTES

2.4.1 Rede de ensino

Para leitura das redes de ensino dos entrevistados, a equipe tabulou as informações que gerou os seguintes percentuais registrados:

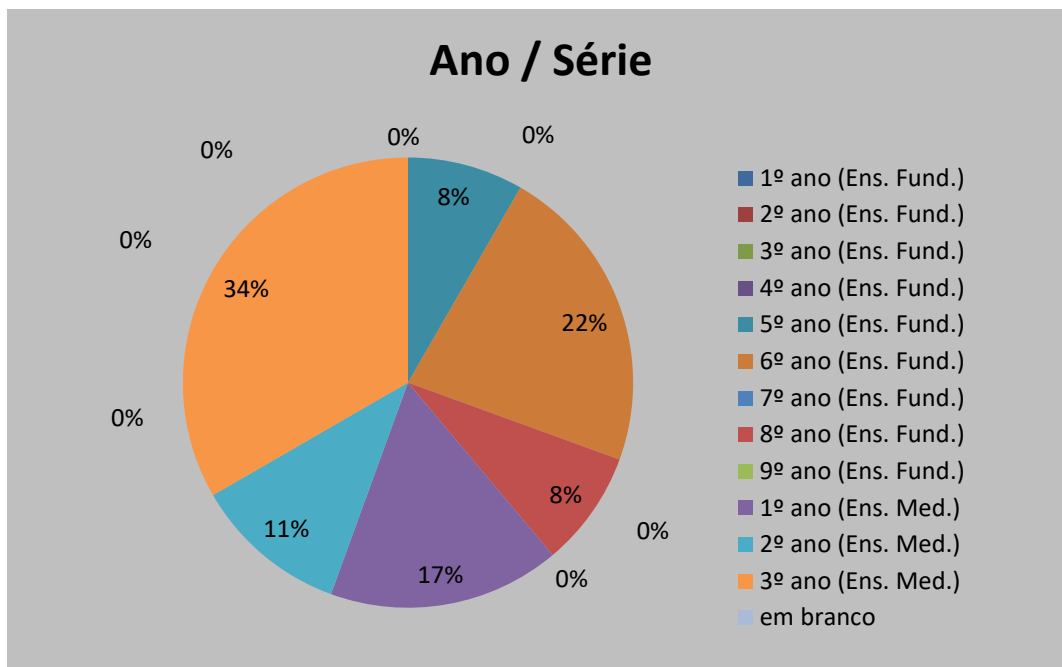


Em consonância aos resultados obtidos na pesquisa voltada aos professores, verificou-se que a quantidade de Escolas Estaduais foi de 41%, o de Escolas Particulares 25% e o de Escolas Municipais e de Escolas Federais 17%.

2.4.2 Ciclo de ensino

Sobre o ciclo de ensino, os escores obtidos podem ser visualizados no gráfico abaixo. Neste quadrimestre, o 3º ano do Ensino Médio foi responsável por 34% das respostas, o 6º ano do Ensino Fundamental foi responsável por 22% das respostas, o 1º ano do Ensino Médio foi responsável por 17% das respostas, o 2º ano do Ensino Médio por 11%, 5º e 8º ano do Ensino Fundamental por 8%.

O conhecimento dos diferentes anos é bastante norteador para um correto planejamento de atividades de aquecimento ou mesmo de estratégias de atendimento por parte do Núcleo Educativo do museu.

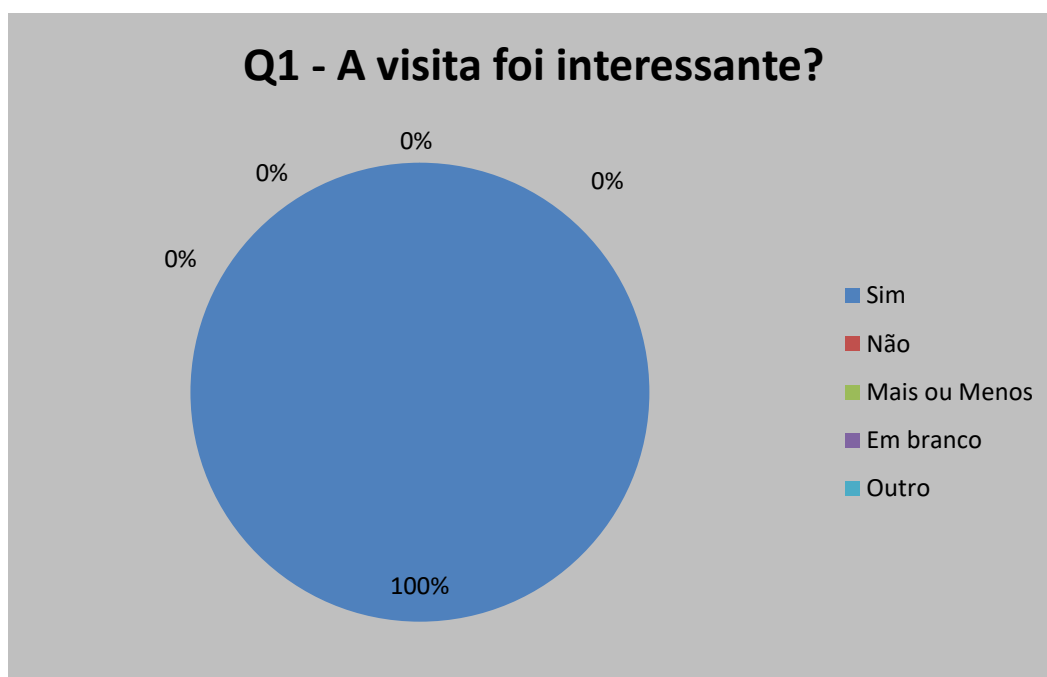


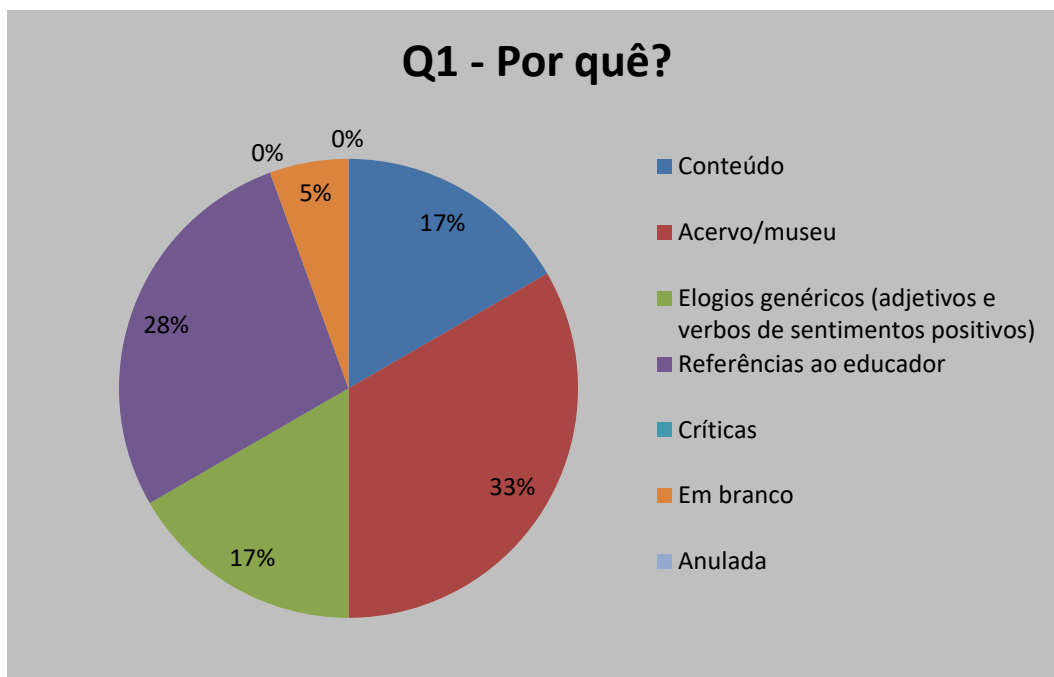
2.5 SOBRE A VISITA

2.5.1 A visita foi interessante

Para o questionamento, o escore obtido foi:

Sobre o interesse na visita, 100% dos escolares acharam interessante.



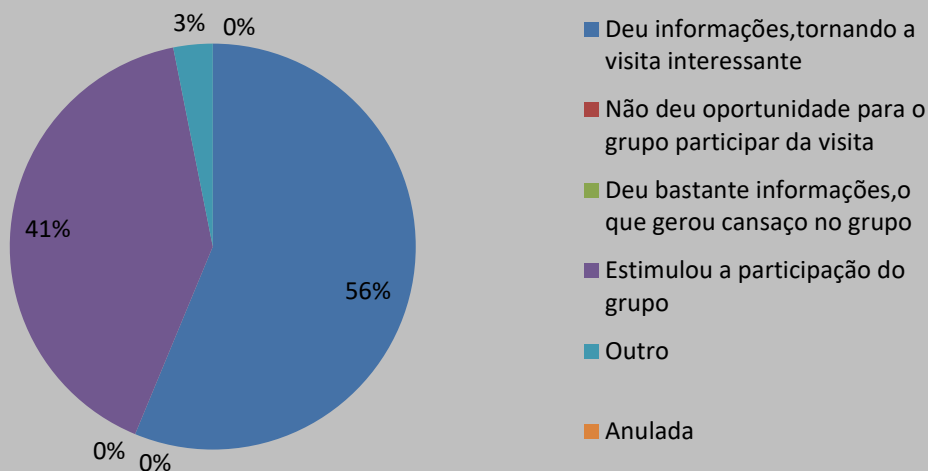


Em primeiro lugar relacionadas ao Acervo/Museu (33%) seguido das Referências ao Educador (28%). O Conteúdo e os Elogios genéricos (adjetivos e verbos de sentimentos positivos) correspondem a 17% cada. A incidência de respostas em branco apontadas no quadrimestre apareceu com percentual 5%, menor do visto no último quadrimestre. E as críticas resultaram em 0%.

2.5.2 Avaliação da atuação do educador do museu

Importante ponto da pesquisa é a avaliação direta dos estudantes da atuação do educador do museu. Nesse sentido, o gráfico abaixo demonstra os pontos destacados pelos estudantes:

Q2 - O que mais chamou atenção no educador do museu?



A opção "Deu Bastante Informações tornando a visita interessante" foi assinalada por 56% dos participantes. O item "Estimulou a Participação do Grupo" foi assinalada por 41%, e a opção "Outro" apareceu com 3% das avaliações. As opções "Deu Bastante Informações, o que gerou cansaço no grupo" e "Não deu oportunidade para o grupo participar da visita" resultaram em 0%.

2.5.3 Avaliação do interesse em relação à visita

Sobre os níveis de interesses dos estudantes em diferentes áreas do museu, os resultados obtidos podem ser visualizados abaixo:



Dos entrevistados, 35 responderam "sim" para obras, 34 para o espaço e 33 para o assunto. Para "não", 1 pessoa optou em assunto e espaço. Foram 2 respostas em branco para assunto, 1 para obras e para espaço. A análise desse quesito permite-se chegar a pelo menos duas hipóteses:

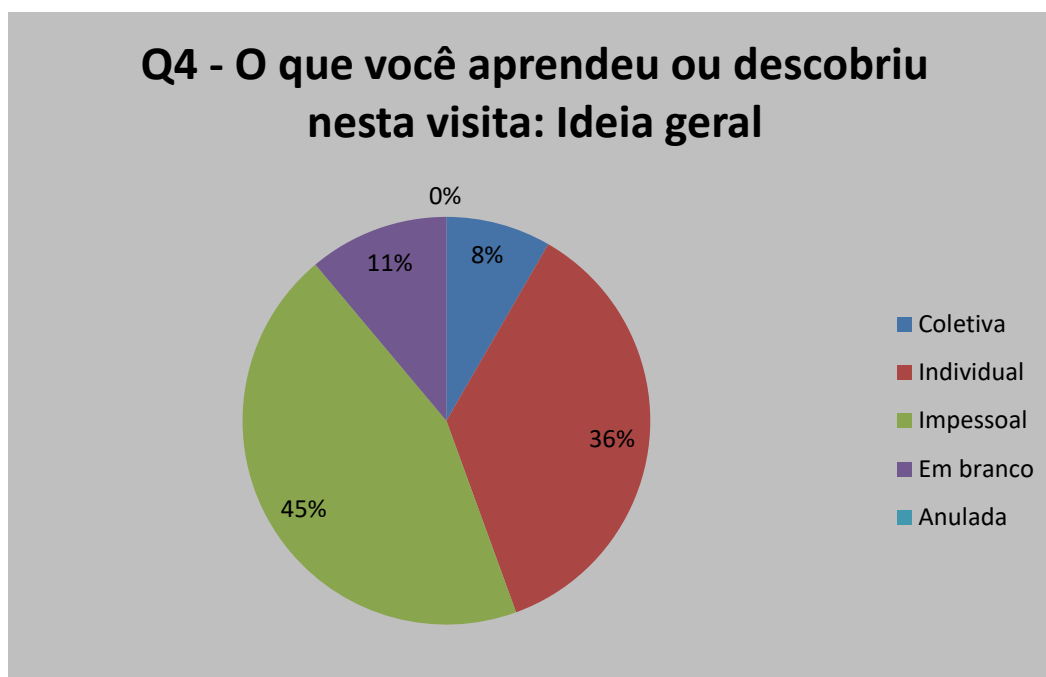
1- Sim, os estudantes sentem-se interessados sobre todos os três tópicos.

2- Não é possível medir o nível de interesse, uma vez que é mais fácil os estudantes seguirem respondendo "sim" aos questionamentos, para que a pesquisa se encerre mais rapidamente.

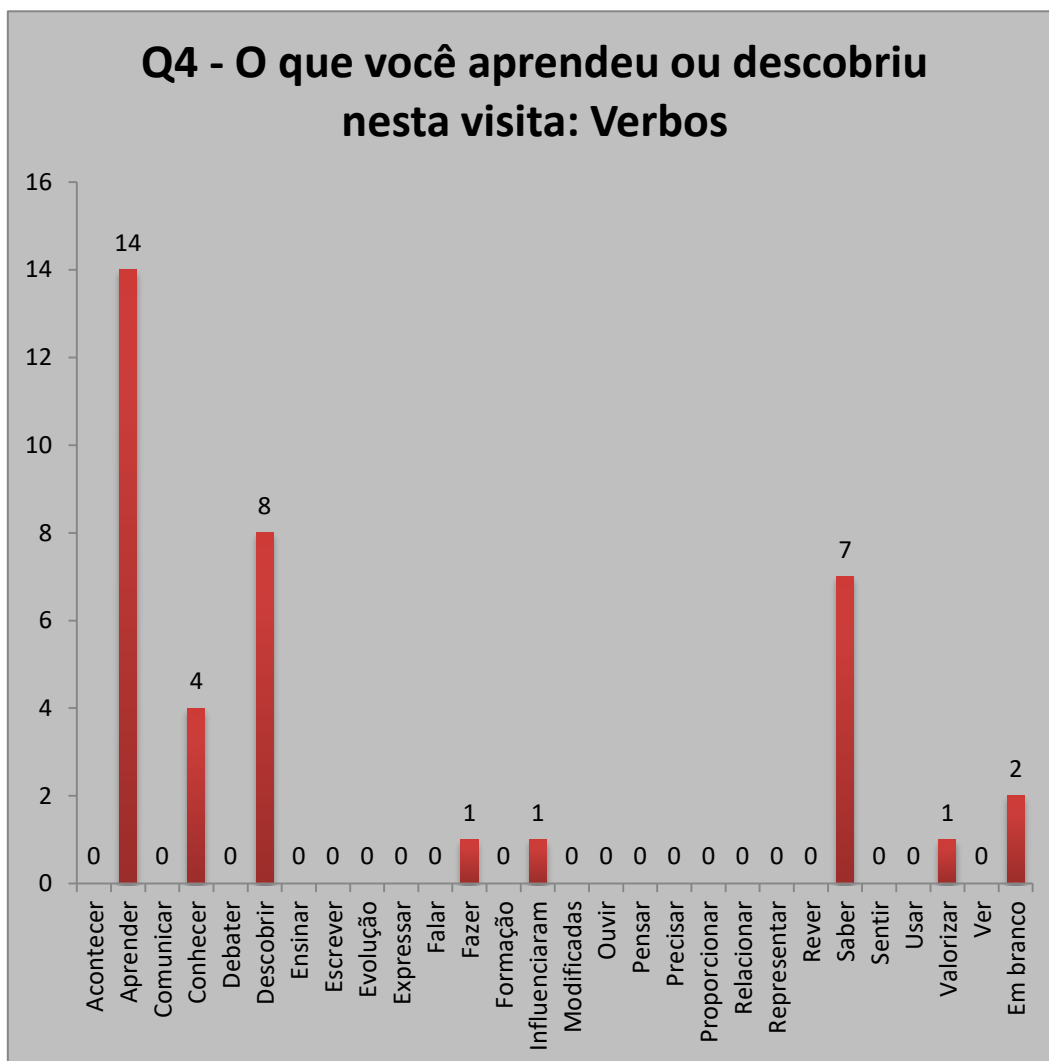
Os dados continuarão a ser monitorados, de forma a se confirmar ou refutar alguma das duas hipóteses.

2.5.4 O que aprendeu ou descobriu na visita

Tabulando-se os dados obtidos no quadrimestre a partir das orientações do Comitê de Educação, percebeu-se, conforme pode ser visualizado nos gráficos abaixo, que a maior parte das respostas foram impessoais (45%), seguidas de individuais (36%), em branco (11%) e coletiva (8%).



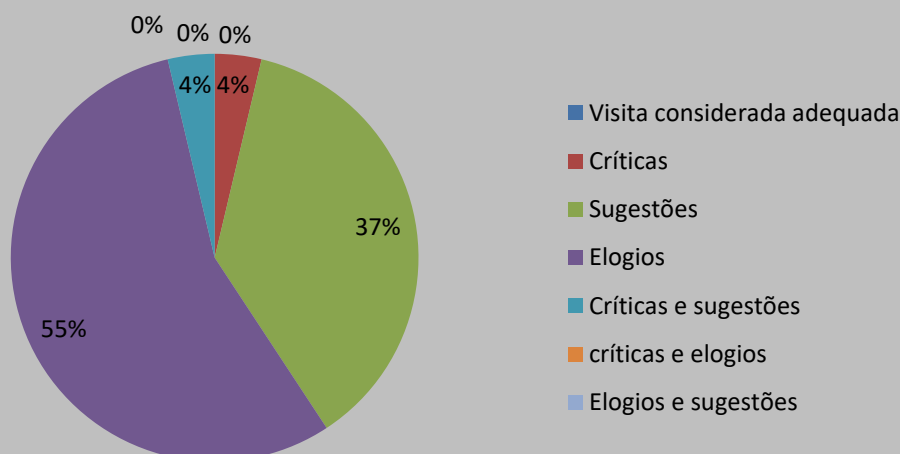
A maioria dos entrevistados (14) selecionaram o verbo "aprender". Na sequência foram assinalados os seguintes verbos: descobrir, saber, conhecer, fazer, influenciar, valorizar. Apenas 2 dos entrevistados deixaram as respostas em branco.



2.5.5 Sugestões e críticas para a melhoria da visita educativa ao museu

Dentre sugestões, críticas e elogios dos estudantes entrevistados, verificou-se:

Q5 - De que maneira poderíamos melhorar sua visita ao Museu?



Neste quadrimestre, foram registradas que os “Elogios” perfizeram um total de 55%, “sugestões” representaram 37%, 4% apresentaram “Elogios e sugestões” e 4% apresentou críticas. Vários entrevistados preferiram não responder ao questionamento, o que, assim como no caso dos professores, gera duas hipóteses que carecem de maior estudo para eventual confirmação/rejeição: ou os estudantes não quiseram responder o questionamento por vários motivos, tais como finalizar a pesquisa rapidamente; ou de fato não foram encontradas razões para críticas e sugestões.

Os resultados são discutidos em grupo, visando o alcance de avaliações melhores para o trimestre seguinte.

3. CONSIDERAÇÕES FINAIS: PROFESSORES E ESTUDANTES

Como pode ser visualizado na área de anexos (III e IV), os níveis de satisfação de professores e estudantes ficaram, segundo método de cálculo sugerido pelo Comitê de Educação, respectivamente em 100% para ambos os casos, o que especificamente para os estudantes torna os índices estes considerados altamente satisfatórios.

Em geral, percebe-se um reforço nas informações obtidas no quadrimestre anteriores, o que possibilita tirar conclusões e sugerir medidas com uma alta probabilidade de acerto.

Os resultados obtidos através da pesquisa legitimam a atuação do Museu Casa de Portinari e levam a instituição a continuamente questionar o modo operandi com que o equipamento cultural tem se preparado para receber seus visitantes.

Ressalta-se uma vez mais, portanto, a seriedade da aplicação do mecanismo de questionários e por seguinte sua tabulação para composição do sistema de produção cultural da instituição. Outras atividades serão desenvolvidas a partir da leitura e compreensão deste documento.

REFERÊNCIAS

DEPARTAMENTOS. 2017. GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO. Disponível em: <<http://www.cultura.sp.gov.br/portal/site/SEC/menuitem.92dfa9ce23b5efef6d006810ca60c1a0/?vgnextoid=7364378e515ea110VgnVCM100000ac061c0aRCRD&vgnnextchannel=7364378e515ea110VgnVCM100000ac061c0aRCRD>> Acesso em: 07 abr. 2017.

SANTOS, Glauber Eduardo de Oliveira. Cálculo amostral: calculadora on-line. Disponível em: <<http://www.calculoamostral.vai.la>>. Acesso em: 10 jan. 2017.

ANEXO II: Modelo de pesquisa de estudantes



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



Nome da Escola: _____

Ano Escolar/Série:

6º ano (5ª série) 7º ano (6ª série) 8º ano (7ª série) 9º ano (8ª série)

A visita foi interessante?

SIM MAIS OU MENOS NÃO

Por quê? _____

Marque com um o que mais chamou sua atenção no educador do museu que fez a visita com seu grupo: (marque no máximo 2 alternativas)

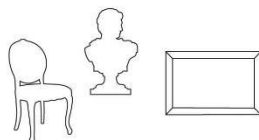
- Deu informações, tornando a visita interessante.
- Deu bastante informações, o que gerou cansaço no grupo.
- Não deu oportunidade para o grupo participar da visita.
- Outro. O que? _____
- Estimulou a participação do grupo.

Assinale 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.

Educador do Museu: _____

Data: ___/___/___ nº _____

ANEXO III: Nível de satisfação dos professores

Formulário Professores

Questão 4 - Como você avalia a atuação do(a) educador(a) do museu em relação à: Linguagem adequada à faixa etária; Abordagem do conteúdo; e Abertura ao diálogo e participação.

Subitem	Tipo de resposta	Valor da resposta (%)	Número de respostas <i>(as respostas anuladas ou não respondidas não deverão ser consideradas)</i>	Valor das respostas multiplicado pela quantidade de professores que responderam	Média ponderada por subitem <i>(soma dos valores multiplicados, dividido pelo número de questionários aplicados) (%)</i>	Média ponderada Nível de Satisfação da questão 4 <i>(soma da média ponderada dos subitens, dividido pelo número de subitens) (%)</i>
Linguagem adequada a faixa etária	Ótimo	100	20	2000	100	100,00
	Bom	70	0	0		
	Regular	30	0	0		
	Ruim	0	0	0		
Abordagem do conteúdo	Ótimo	100	20	2000	100,00	100,00
	Bom	70	0	0		
	Regular	30	0	0		
	Ruim	0	0	0		
Abertura ao diálogo e participação	Ótimo	100	20	2000	100,00	100,00
	Bom	70	0	0		
	Regular	30	0	0		
	Ruim	0	0	0		

Questão 6 - Você acredita que esta visita contribuirá com o trabalho desenvolvido em sala de aula?

Respostas possíveis	Valor das respostas (%)	Quantidade de professores que responderam <i>(as respostas anuladas ou não respondidas não deverão ser consideradas)</i>	Valor das respostas multiplicado pela quantidade de professores que responderam	Média ponderada Nível de Satisfação da questão 1 <i>(soma dos valores multiplicados, dividido pelo número de questionários aplicados) (%)</i>
SIM	100	19	1900	100,00
NÃO	50	0	0	

Média ponderada das questões 4 e 6

Questão	Nível de Satisfação (%)	Média ponderada Nível de Satisfação total (soma do nível de satisfação das questões 1 e 3, dividido pelo número de questões) (%)
4	100,00	100,00
6	100,00	

ANEXO IV: Nível de satisfação dos estudantes

Formulário Estudantes

Questão 1 - A visita foi interessante?				
Respostas possíveis	Valor das respostas (%)	Quantidade de estudantes que responderam <i>(as respostas anuladas ou não respondidas não deverão ser consideradas)</i>	Valor das respostas multiplicado pela quantidade de estudantes que responderam	Média ponderada Nível de Satisfação da questão 1 <i>(soma dos valores multiplicados, dividido pelo número de questionários aplicados) (%)</i>
SIM	100	36	3600	100,00
MAIS OU MENOS	50	0	0	
NÃO	0	0	0	

Questão 3 - Assinale SIM ou NÃO nos itens abaixo que chamaram sua atenção durante a visita ao Museu: O assunto do museu; As obras observadas durante a visita; e/ou O espaço/prédio do Museu				
Respostas possíveis	Valor das respostas (%)	Quantidade de estudantes que responderam <i>(as respostas anuladas ou não respondidas não deverão ser consideradas)</i>	Valor das respostas multiplicado pela quantidade de estudantes que responderam	Média ponderada Nível de Satisfação da questão 3 (%) <i>(soma dos valores multiplicados, dividido pelo número de questionários aplicados)</i>
Três respostas "SIM" ou duas respostas "SIM" e uma em branco	100	7	700	93,50
Uma resposta "SIM" e duas em branco	90	13	1170	
Duas respostas "SIM" e uma "NÃO"	90		0	
Uma resposta "SIM" e duas "NÃO"	50		0	

Duas respostas "NÃO" e uma em branco	0	0
Três respostas "NÃO"	0	0

Média ponderada das questões 1 e 3

Questão	Nível de Satisfação (%)	Média ponderada Nível de Satisfação total (soma do nível de satisfação das questões 1 e 3, dividido pelo número de questões) (%)
1	100,00	96,75
3	93,50	

ANÁLISE DE QUESTIONÁRIOS APLICADOS AO PÚBLICO PARTICIPANTE DAS OFICINAS CULTURAIS DO MUSEU CASA DE PORTINARI

Setor Educativo

3º Quadrimestre
2022

Sumário

1. Introdução	3
2. Metodologia	3
3. Análise dos Dados	3
Considerações Finais	5
Anexos	7
Anexo I: Questionário para Participantes	7
Anexo II: Índice de Satisfação de Público	8
Apêndices	10
Apêndice A: Relatório Consolidado da Pesquisa para Participantes	10

1. Introdução

A análise dos questionários aplicados ao público participante das oficinas culturais oferecidas pelo Museu Casa de Portinari é de grande importância para compreender a necessidade e frequência de participação desse público que busca interagir com osicineiros, conhecendo e aprendendo sobre o fazer artístico fora do espaço museal. Ser capaz de entender suas demandas possibilita um melhor planejamento das atividades e oficinas a serem ofertadas a variados públicos participantes.

Entende-se, nesse sentido, que a aplicação dos questionários e sua consequente tabulação é uma das ferramentas de maior eficácia para avaliação das oficinas e atividades oferecidas pela instituição.

Dessa forma, este documento representa a participação e satisfação do público nas oficinas culturais do Museu Casa de Portinari (ouvir os consumidores de seus produtos culturais).

2. Metodologia

As pesquisas são aplicadas pelos próprios educadores do museu e os dados são tabulados pelo Núcleo de Acervo em virtude da expertise dos técnicos para compilação de informações. Em seguida, o corpo de educadores analisa e produz relatórios, facilitando assim, uma melhor gestão das informações concedidas pelos entrevistados.

3. Análise dos Dados

A partir da análise dos questionários do Museu Casa de Portinari apresenta-se uma soma de 30 participantes entrevistados nas oficinas culturais realizadas.

A princípio, era solicitado ao participante que deixasse seu nome, sexo, idade, escolaridade, procedência e estado civil.

De acordo com gráfico apresentado o resultado obtido foi 20% homens, 80% mulheres, contemplando a seguinte faixa etária 29,63% % de 11 a 20 anos, 3,70% de 21 a 30, 11,11% de 31 a 40 anos, 7,41% de 51 a 60 anos, 33,33% de 61 a 70 anos e 11,11% acima de 71.

Quanto ao grau de escolaridade, 50% fundamental incompleto, 13,33% fundamental completo, 13,33% médio completo, 13,33% superior completo, 10% pós-graduação.

Em relação ao estado civil, as respostas foram as seguintes: 40% solteiros, 40% casados, 13,33% viúvo, 3,33% separados, 3,33% outros.

1. Quantas vezes você já participou de alguma "Oficina Cultural" realizada pelo Museu Casa de Portinari?

Na primeira questão foi solicitado ao entrevistado que respondesse a quantidade de vezes que já havia participado de alguma das Oficinas Culturais realizada pelo Museu Casa de Portinari. 30% responderam que mais de três vezes, 30% responderam que nunca antes, 16,67% duas vezes, 10% três vezes, 13,33% uma vez. Os dados demonstram considerável fidelização dos entrevistados para com as atividades desenvolvidas pelo museu.

2. O que você mais gostou da oficina?

Para o segundo questionamento, foram apresentadas quatro possibilidades de respostas de acordo com o que mais gostou da oficina, ou se queria complementar sua resposta de forma espontânea. Na sequência o resultado ficou da seguinte maneira: "aprimorar conhecimento que eu já tenho" 32,43%, "aprender algo novo/nova técnica" 27,03%, "descobrir uma nova atividade" 21,62%, "conhecer novas formas de arte" 10,81%, "aprimorar conhecimentos que já tenho" 9,09%, e "outros" 8,11%.

3. Classifique os seguintes elementos?

Na questão que classifica os elementos descritos obteve-se o seguinte resultado: sobre o oficineiro 30 dos participantes responderam avaliando como "ótimo"; quanto ao tema 29 como "ótimo", 1 como "bom"; a infraestrutura do local 29 responderam como "ótimo", 1 como "bom", os materiais utilizados 29 responderam como "ótimo" 1 como "bom", já o tempo destinado para as oficinas 29 responderam "ótimo", 1 como "bom".

A equipe avalia como positivo o retorno obtido na pesquisa.

4. Alguma atividade não ocorreu da forma como você esperava? Explique:

100,00% participantes responderam que a atividade ocorreu da forma esperada.

5. Qual(is) atividade(s) você gostaria que fosse(m) disponibilizada(s) nas Oficinas Culturais?

Foi sugerido aos participantes das Oficinas Culturais alguns temas para análise como possíveis oficinas. No item "outros" (78,26%), foram sugeridas algumas atividades como curso de pintura (13,04%), curso de reciclagem (4,35%) e continuidade do mesmo curso (4,35%)

Os resultados são bastante norteadores para a instituição e certamente serão utilizados para planejamento de ações.

6. Fique à vontade para fazer qualquer comentário adicional aqui:

Diversas observações e sugestões puderam ser constatadas acerca dos questionários. Retorno da equipe para realização de ações educativas com os moradores em situação de rua, recebimento de doações roupas e agasalhos, oficinas de pipa, costura e cursos de artes em geral.

Conforme pode ser visualizado na área em anexo as sugestões para cursos e oficinas pelo público visitante do museu é variado, e o resultado é avaliado como altamente satisfatório pela equipe de estudos dos dados da pesquisa.

Considerações Finais

Os resultados dos questionários da avaliação de Oficina Cultural pesquisa a satisfação do público participantes das atividades do Museu Casa de Portinari têm sido, ao longo dos anos, um instrumento valioso para discorrer sobre o andamento das oficinas desenvolvidas pela instituição.

O presente relatório é visto como um instrumento de grande relevância para as tomadas de decisão da instituição, daí a seriedade e compromisso da equipe do museu em seu planejamento, preparação, aplicação, processamento e produção de novas ações.

Anexos

Anexo I: Questionário para Participantes

Avaliação de Atividade Cultural

Caro participante, este questionário tem o objetivo de coletar dados para avaliação do trabalho realizado. A sua contribuição é muito importante. Por gentileza, preencha todo o questionário, assinalando com um X a resposta que melhor descreve sua opinião e discorrendo sobre o andamento das atividades.

NOME:				DATA:	
SEXO:	<input type="checkbox"/> MASCULINO		<input type="checkbox"/> FEMININO		
IDADE:					
ESCOLARIDADE:	<input type="checkbox"/> FUNDAMENTAL INCOMPLETO		<input type="checkbox"/> FUNDAMENTAL COMPLETO		
	<input type="checkbox"/> MÉDIO INCOMPLETO		<input type="checkbox"/> MÉDIO COMPLETO		
	<input type="checkbox"/> SUPERIOR INCOMPLETO		<input type="checkbox"/> SUPERIOR COMPLETO		
	<input type="checkbox"/> PÓS GRADUAÇÃO		<input type="checkbox"/> SEM ORIENTAÇÃO ESCOLAR		
PROCEDÊNCIA:	CIDADE:			ESTADO:	
ESTADO CIVIL:	<input type="checkbox"/> SOLTEIRO(A)		<input type="checkbox"/> SEPARADO(A) / DIVORCIADO(A)		<input type="checkbox"/> OUTROS
	<input type="checkbox"/> CASADO(A)				<input type="checkbox"/> VIÚVO(A)


1- Quantas vezes você já participou de alguma atividade cultural realizada pelo Museu Casa de Portinari?

- a) Nunca antes b) 1 vez c) 2 vezes d) 3 vezes e) mais de 3 vezes

2- O que você mais gostou da atividade?

- a) A possibilidade de aprender algo novo
 b) A possibilidade de conhecer novas formas de arte
 c) A possibilidade de aprimorar conhecimentos que já tem
 d) A possibilidade de descobrir uma nova atividade
 e) Outros: Qual? _____

3- Classifique os seguintes elementos:

	 Pêssimo	 Ruim	 Regular	 Bom	 Ótimo
a) O professor/oficineiro/palestrante					
b) O tema					
c) A infraestrutura do local					
d) Os materiais utilizados					
e) O tempo destinado para a oficina					

4- Alguma atividade não ocorreu da forma como você esperava? Explique:

5- Quais outras atividades culturais você gostaria que fossem disponibilizadas pelo museu?

6- Fique à vontade para fazer qualquer comentário adicional aqui:

Anexo II: Índice de Satisfação de Público

Formulário Oficinas Culturais 2022 - 3º Quadrimestre

Questão 3 - Classificação dos elementos: a) O professor/oficineiro/palestrante; b) O tema; c) A infraestrutura do local; d) Os materiais utilizados; e) O tempo destinado para a oficina

Respostas possíveis	Valor das respostas (%)	Quantidade de entrevistados que responderam (as respostas anuladas ou não respondidas não deverão ser consideradas)	Valor das respostas multiplicado pela quantidade de estudantes que responderam	Média ponderada Nível de Satisfação da questão 3 (%) (soma dos valores multiplicados, dividido pelo número de questionários aplicados)
Ótimo	100	146	14600	99,33
Bom	75	4	300	
Regular	50		0	
Ruim	25		0	
Péssimo	0		0	

Questão 4 - Alguma atividade não ocorreu da forma como você esperava?

Respostas possíveis	Valor das respostas (%)	Quantidade de entrevistados que responderam	Valor das respostas multiplicado pela quantidade de	Média ponderada Nível de Satisfação da questão 1
---------------------	-------------------------	---	---	---




		(as respostas anuladas ou não respondidas não deverão ser consideradas)	entrevistado que responderam	(soma dos valores multiplicados, dividido pelo número de questionários aplicados) (%)
SIM	0	0	0	100,00
NÃO	100	28	2800	

Média ponderada das questões 3 e 4

Questão	Nível de Satisfação (%)	Média ponderada Nível de Satisfação total (soma do nível de satisfação das questões 3 e 4, dividido pelo número de questões) (%)
3	99,33	99,67
4	100,00	

Apêndices

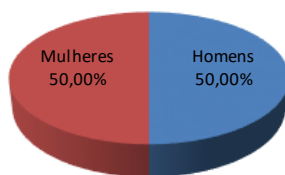
Apêndice A: Relatório Consolidado da Pesquisa para Participantes

  	
Análise dos questionários do Museu Casa de Portinari	
Data:	1º Quadrimestre
Atividade:	Oficinas Culturais
Número de questionários:	16

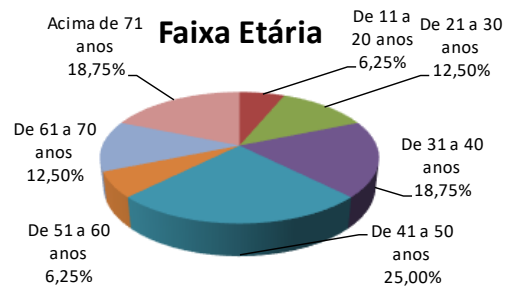
Dados Demográficos

Sexo		Faixa Etária		Escolaridade		Estado Civil	
Homens	8	Até 10 anos		Fundamental Incompleto		Solteiro(a)	5
Mulheres	8	De 11 a 20 anos	1	Fundamental Completo	9	Casado(a)	6
		De 21 a 30 anos	2	Médio Incompleto	2	Viúvo(a)	
		De 31 a 40 anos	3	Médio Completo	5	Separado /	2
		De 41 a 50 anos	4	Superior Incompleto		Outros	3
		De 51 a 60 anos	1	Superior Completo			
		De 61 a 70 anos	2	Pós Graduação			
		Acima de 71 anos	3	Sem orientação escolar			

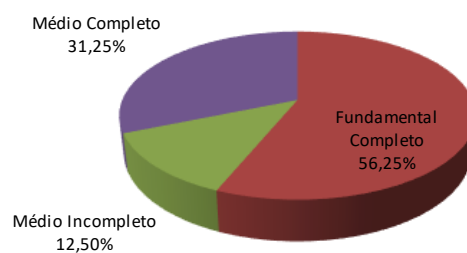
Sexo



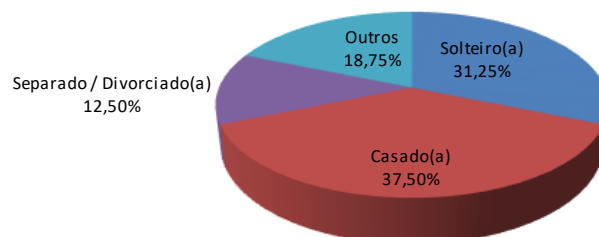
Faixa Etária



Escolaridade



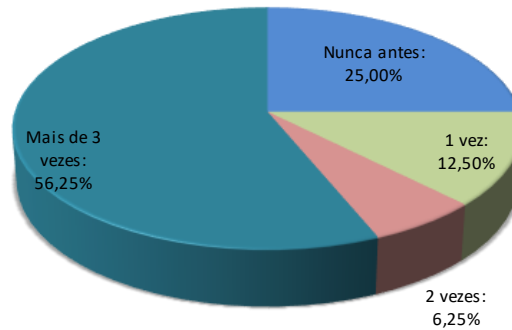
Estado Civil



1- Quantas vezes você já participou de alguma "Oficina Cultural" realizada pelo Museu Casa de Portinari?

Nunca antes:	4
1 vez:	2
2 vezes:	1
3 vezes:	
Mais de 3 vezes:	9

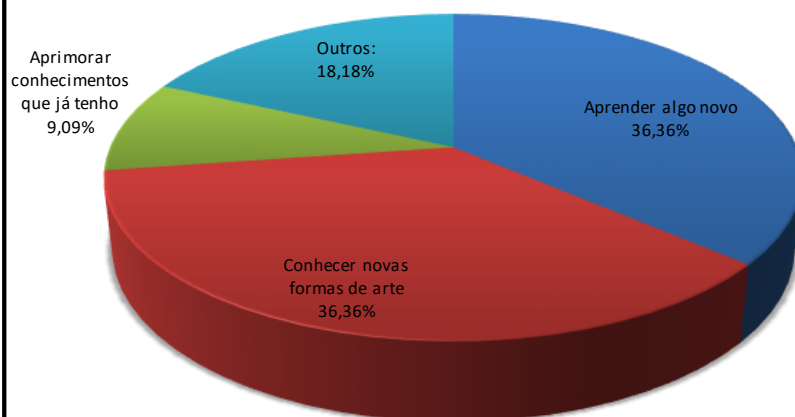
Nº de vezes que participou das Oficinas Culturais do MCP



2- O que você mais gostou da oficina?

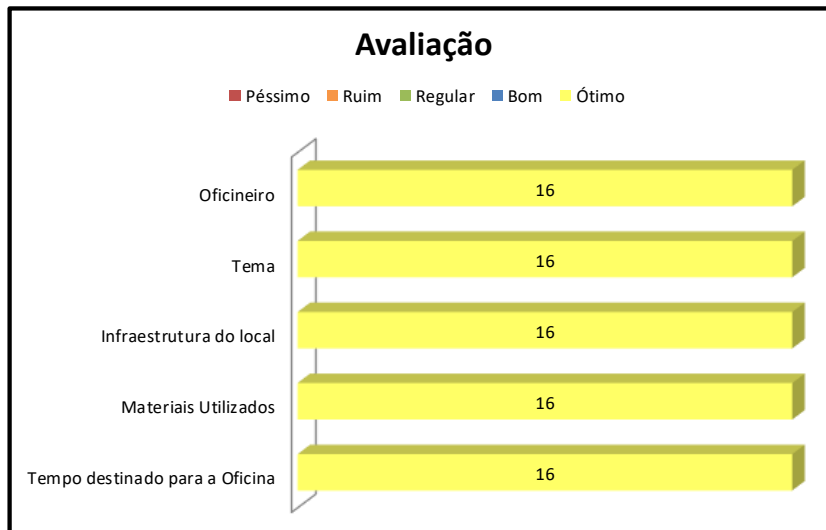
Aprender algo novo	4
Conhecer novas formas de arte	4
Aprimorar conhecimentos que já tenho	1
Descobrir uma nova atividade	
Outros:	2

O que mais gostou na Oficina



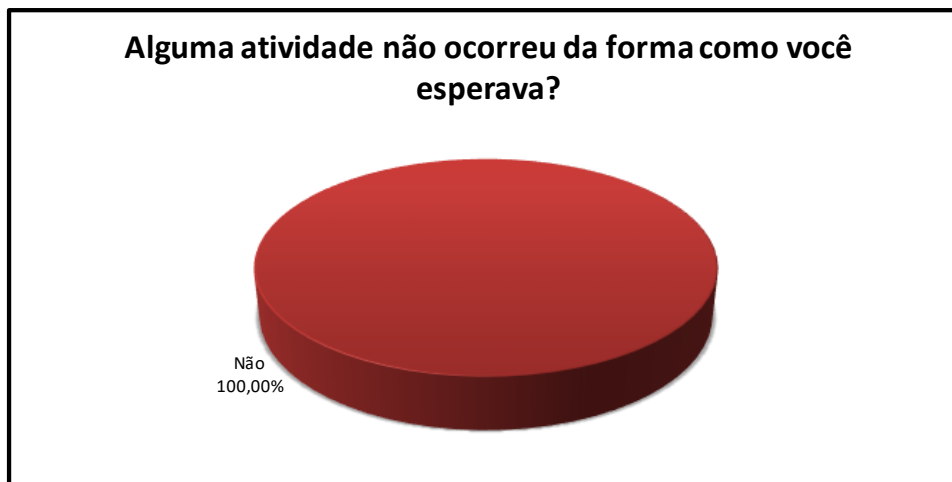
3- Avaliação dos elementos:

	Péssimo	Ruim	Regular	Bom	Ótimo
Oficineiro					16
Tema					16
Infraestrutura do local					16
Materiais Utilizados					16
Tempo destinado para a Oficina					16



4- Alguma atividade não ocorreu da forma como você esperava?

Sim	
Não	16

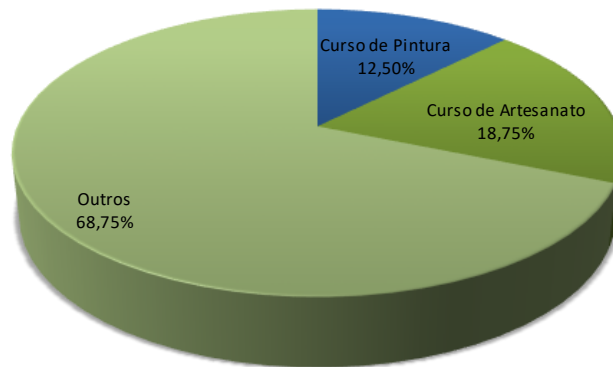


Liste abaixo as eventuais ocorrências apontadas pelos participantes da atividade.

5- Quais atividades você gostaria que fossem disponibilizadas nas Oficinas?

Liste abaixo as 5 propostas mais sugeridas, seguidas de suas respectivas quantidades	
Curso de Pintura	2
Curso de Desenho	
Curso de Artesanato	3
Curso de Reciclagem	
Curso de Teatro	
Curso de Dança	
Curso de Música	
Palestras	
Outros	11

Direcionamentos das sugestões



6- Observações acerca dos questionários deste mês

MAIS JOGOS COMO BINGOS E ARTESANATOS

RODAS DE CONVERSAS E MAIS BINGOS

PINTURAS E ARTESANATOS

JOGOS E BRINCAIDEIRAS ANTIGAS

GOSTARIA DE TER MAIS A PRESENÇA DO MUSEU COM AGENTE

GOTARIA DE JOGAR FUTEBOL E PARTICIPAR DE UMA GINCANA

RELATÓRIO ANALÍTICO DA PESQUISA DE PERFIL E SATISFAÇÃO DO PÚBLICO VIRTUAL Museu Casa de Portinari | 2022

1. Introdução

A análise dos questionários aplicados aos visitantes virtuais do Museu Casa de Portinari é de grande importância para compreender o perfil de público que acessa os conteúdos publicados pelo museu, isto é, o público virtual que em meio a tantas ofertas de conteúdos de diferentes áreas, dispõe de seu tempo e escolhe consumir um produto cultural. Ser capaz de entender as demandas desse público possibilita um fortalecimento e aprimoramento dos conteúdos oferecidos.

Portanto, compreende-se que a aplicação dos questionários e sua consequente tabulação é uma das ferramentas de maior eficácia para avaliação do perfil do público, dos serviços oferecidos pela instituição e também para captação de dados para o mailing, possibilitando a divulgação dos conteúdos futuros.

Nesse sentido, este documento representa o resultado do atendimento de uma necessidade básica do Museu Casa de Portinari (ouvir o público virtual), bem como de uma demanda da Unidade de Preservação do Patrimônio Museológico, órgão gestor responsável pelo “suporte técnico e operacional do desenvolvimento da política cultural dos museus e arquivos no âmbito do Governo do Estado” (DEPARTAMENTOS, 2017) por meio da Secretaria de Estado da Cultura.

As avaliações foram feitas em dois formulários, para o público específico de lives e dos conteúdos diários postados, serão consideradas as repostas emitidas entre 01/01/22 e 31/12/22.

2. Metodologia

As pesquisas foram aplicadas via Google Forms, por ser este um mecanismo eficaz, impessoal e que permite um rápido processamento das informações. Relatórios são obtidos através do modelo, facilitando assim, uma melhor gestão das informações concedidas pelos entrevistados.

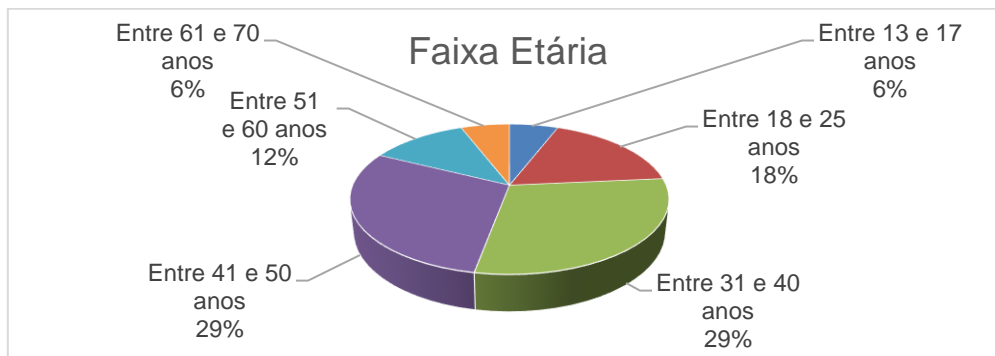
3. Análise dos Dados

Apesar das leituras dos relatórios serem bastante conclusivas em seus gráficos, serão apresentadas algumas análises dos resultados obtidos com a resposta de 48 entrevistados sendo, 17 sobre lives e 66 sobre os conteúdos.

Pesquisa de Público Lives - Além os dados pessoais como nome, telefone e e-mail, questões específicas foram feitas ao público conforme segue abaixo:

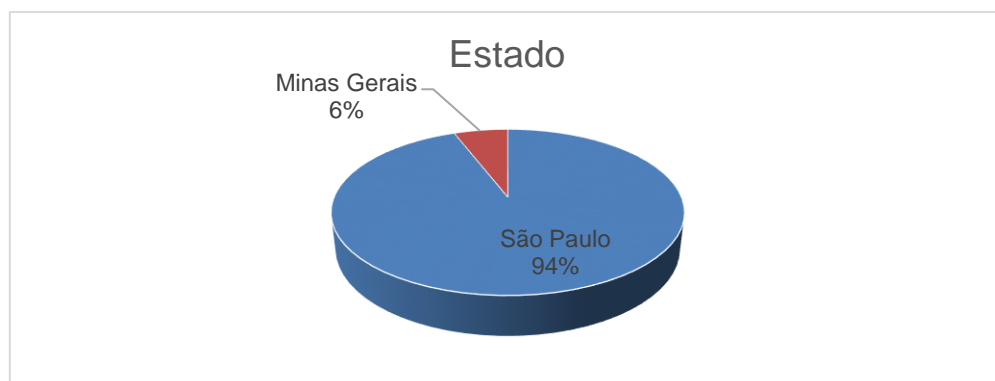
1. Faixa Etária

A princípio, solicita-se ao entrevistado informar qual a faixa etária. Para a questão, houve um empate já que 29% das respostas apontam para as faixas etárias de 31 a 40 anos e de 41 a 50 anos, mostrando que o público adulto é o maior espectador das lives do museu, ficando em menor audiência com 6% os públicos de adolescentes entre 13 e 17 anos e adultos entre 61 e 70 anos. Uma das principais preocupações do Museu Casa de Portinari é atender o seu público em diferentes idades, sendo assim, a pesquisa evidencia a necessidade de desenvolver conteúdos que atraiam este público. O assunto foi levado ao Comitê da Comunicação da instituição e está em análise.



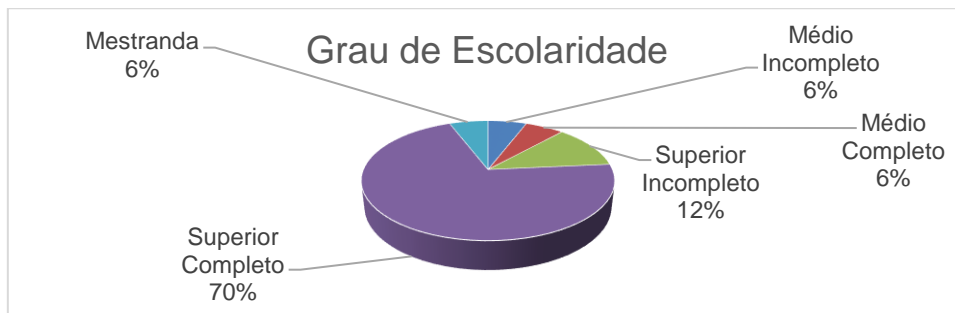
2. Estado

Para a questão, 94% foram respondidas pelo público do estado de São Paulo, mostrando uma forte audiência das lives no estado, e maior interação deste público com as atividades do museu, assim como ao apelo de respostas ao questionário, talvez pela proximidade física e identidade com o museu.



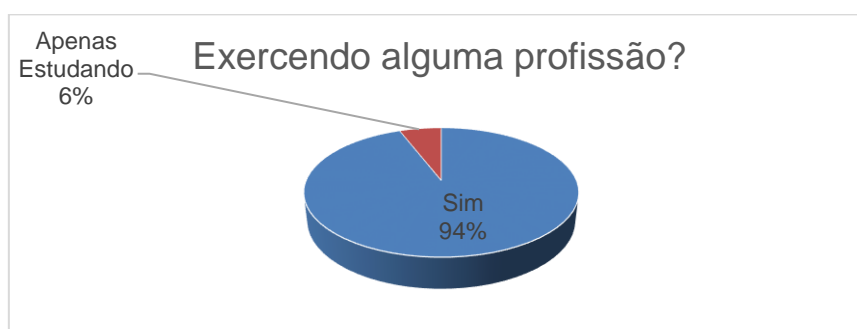
3. Grau de Escolaridade

Para a questão, 70% das avaliações apontaram que o público tem nível superior completo, e em menor número com 6% a categoria mestranda. A pesquisa mostra que a procura por lives culturais é predominante por adultos com formação superior, sendo estes interessados espontaneamente. Como chegar a diferentes camadas de nível escolar é o desafio mostrado pela pesquisa, como despertar o mesmo interesse em públicos diversos.



4. No momento está exercendo alguma profissão?

Para a questão, 94% das respostas apontaram que estão exercendo uma profissão e 6% está apenas se dedicado aos estudos. A métrica mostra que o público diversificado do museu, consegue encaixar a programação cultural em sua rotina de obrigadoriedades.



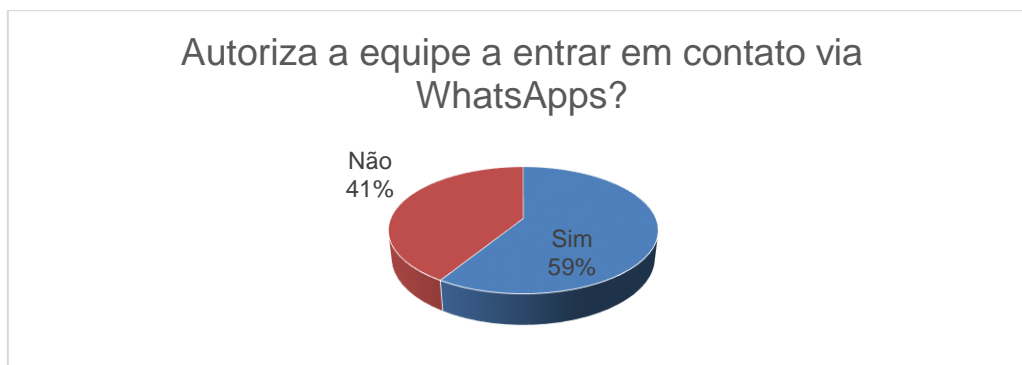
5. Você gostaria fazer parte do nosso mailing e saber antecipadamente a programação mensal do Museu?

Para a questão, 94% responderam que gostariam de fazer parte do mailing da instituição para receber a programação do museu, e apenas 6% responderam que não gostariam. Esse é um índice importante para avaliar o interesse do público pelos conteúdos a serem publicados, o que mostra a satisfação com o que já foi oferecido anteriormente.



6. Em caso de necessidade, você autoriza a equipe de produção a entrar em contato via WhatsApp?

Esta é uma pergunta permitiu uma avaliação sobre a criação de listas de transmissão no WhatsApp, para envio dos conteúdos do museu. 59 responderam que gostariam de receber contato e 41% responderam que não, sendo assim, com o objetivo de melhorar continuamente sua forma de comunicar, foram criadas listas de transmissão dentro das Diretrizes, seguindo a LGPD (Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais). As mensagens são enviadas prioritariamente em horário administrativo, de forma simples permite a interação de forma direta, gerando um ganho na qualificação do atendimento ao público.



7. Você tem o hábito de assistir lives?

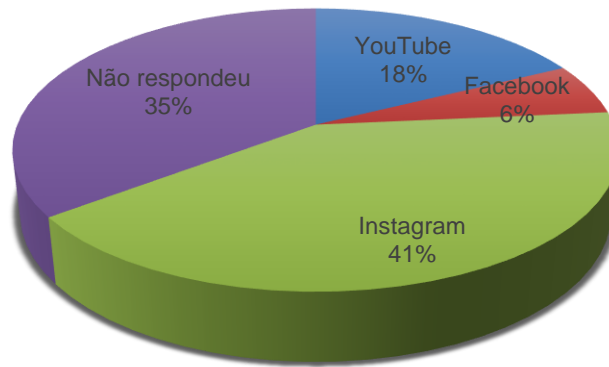
88,2% afirmaram que tem o hábito de assistir a lives e apenas 11% responderam que não, o museu conseguiu oferecer uma experiência significativa durante o isolamento social, e manteve as lives na programação, o que reafirma o papel do Museu na formação cultural das pessoas mesmo a distância através da tecnologia.



8. Geralmente você assiste lives em qual mídia social?

64% responderam que assistem a lives pela plataforma do Instagram, 27% pelo YouTube e 9% pelo Facebook. Esta mensuração é importante para o planejamento da programação das lives, sabermos onde o Museu Casa de Portinari é mais visto pelo público.

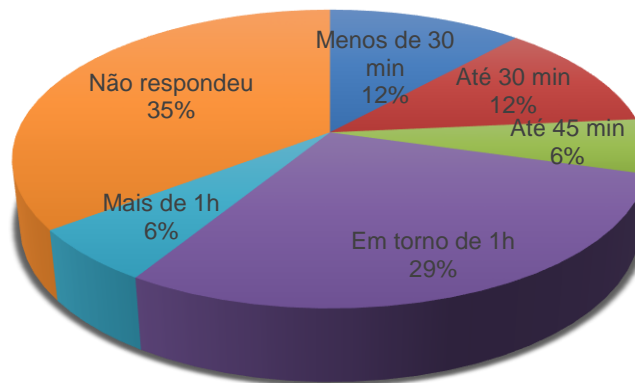
Assiste lives em qual mídia social?



9. Quanto tempo você julga ideal para a duração de uma live?

A mensuração sobre a preferência do público sobre o tempo de duração das lives é muito importante, para que a experiência seja agradável e efetiva, o planejamento das mesmas precisa considerar este dado, é importante a permanência do público do início ao fim do conteúdo. 46% responderam que o ideal é 1 hora de duração, 9% responderam até 45 minutos e 18% responderam que o ideal é de até 30 minutos. As opções mais de 1 hora e menos de 30 minutos tiveram o mesmo percentual, 9%.

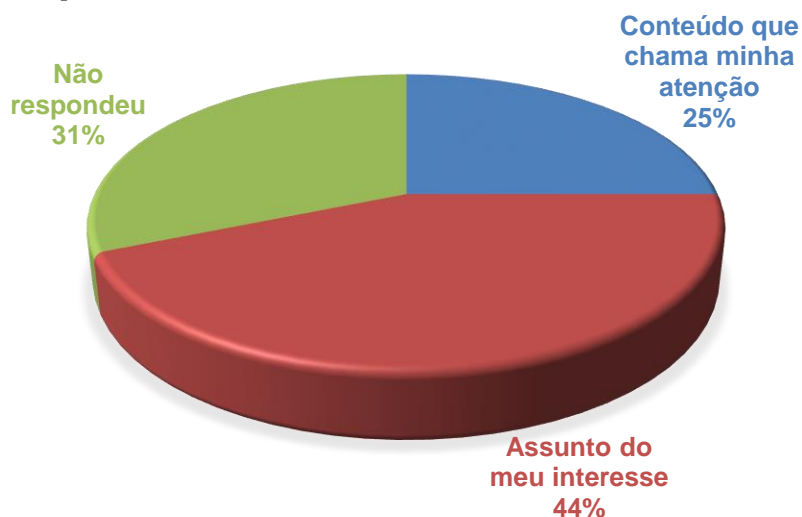
Quanto tempo você julga ideal para a duração de uma live?



10. O que te faz assistir uma live até o fim?

44% das respostas apontam que ficam até o final da live quando o assunto é de interesse próprio, 25% quando o conteúdo chama a atenção, 31% não responderam. As respostas mostram que a maior audiência é quando assuntos são de interesse pessoal mostrando a importância da chamada para as lives como o título e a arte do banner de espera, o público é muito dinâmico e não tem disponibilidade para os conteúdos que não interessam ou não chamem atenção.

O que te faz assistir uma Live até o fim?

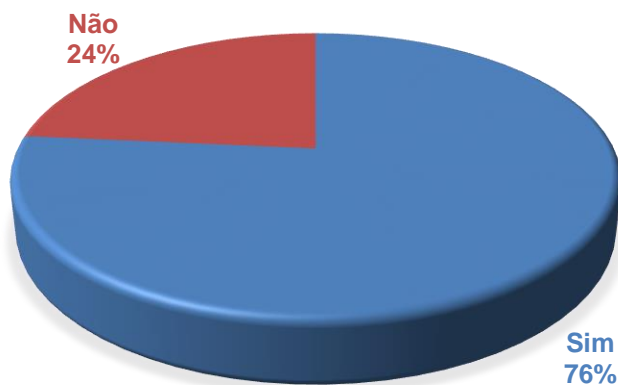


11. Já assistiu a uma Live do museu?

76% dos entrevistados afirmaram que sim, e 24% não assistiram.

Este é um índice importante, os dados da pesquisa apontam que as lives tem sido uma forma de fazer chegar ao público com grande índice de sucesso os conteúdos propostos, dando uma dimensão à programação da continuidade da atividade.

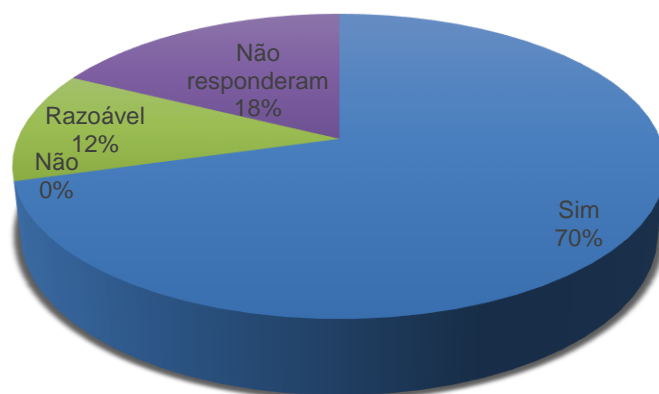
Já assistiu a uma Live do museu?



12. Se sim, a conexão dessa live estava boa?

Esta indicação tem um peso relevante já que é a qualidade da conexão da internet que faz com quem a live chegue com qualidade ao público. 70% das respostas apontaram para uma boa conexão, 12% apontaram para uma qualidade razoável e 18% não responderam. O fato faz pensar se esta questão foi não foi interpretada corretamente, já que a maioria respondeu que estava boa, deixando a margem para a dúvida de que a conexão da pessoa é que não estava com qualidade para a recepção da live no equipamento utilizado.

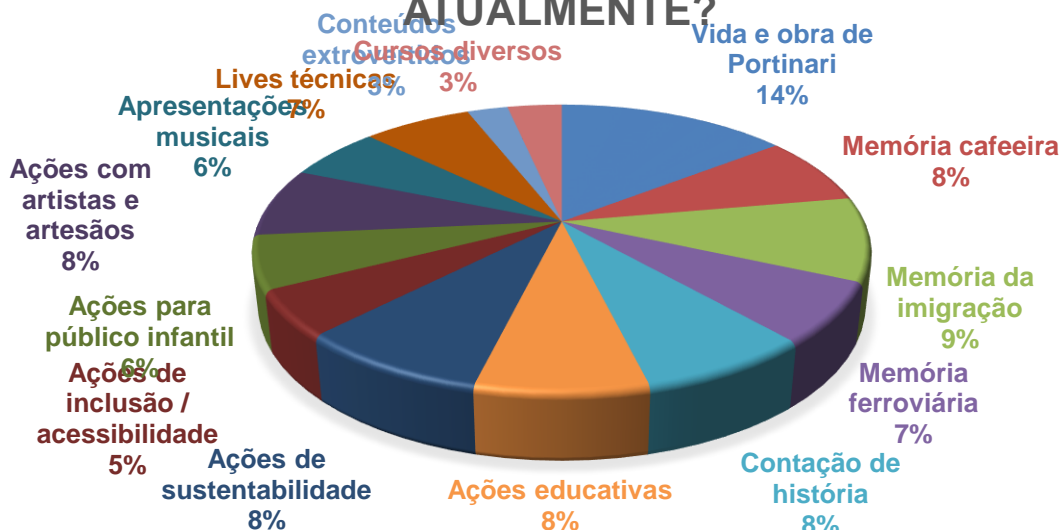
Se sim, a conexão dessa live estava boa?



13. Quais assuntos/temas divulgados pelo museu mais chamam sua atenção atualmente?

Pensando na assertividade cada vez maior dos conteúdos oferecidos ao público, foi perguntado quais assuntos ou temas divulgados pelo museu que mais chamam a atenção. Vida e obra de Portinari fica com a maioria das respostas com 14%, a Memória da imigração com 9%, as outras ações ficam com a média de 6%, ficando em menor percentual os conteúdos extrovertidos com 3%. Neste contexto entendemos que a vida de Candido Portinari desperta o interesse do público de forma quase unânime, mas outras pautas também chamam a atenção do público, o percentual das ações educativas e das ações de sustentabilidade, mostram que o museu é um agente educador e disseminador nas pautas de sustentabilidade.

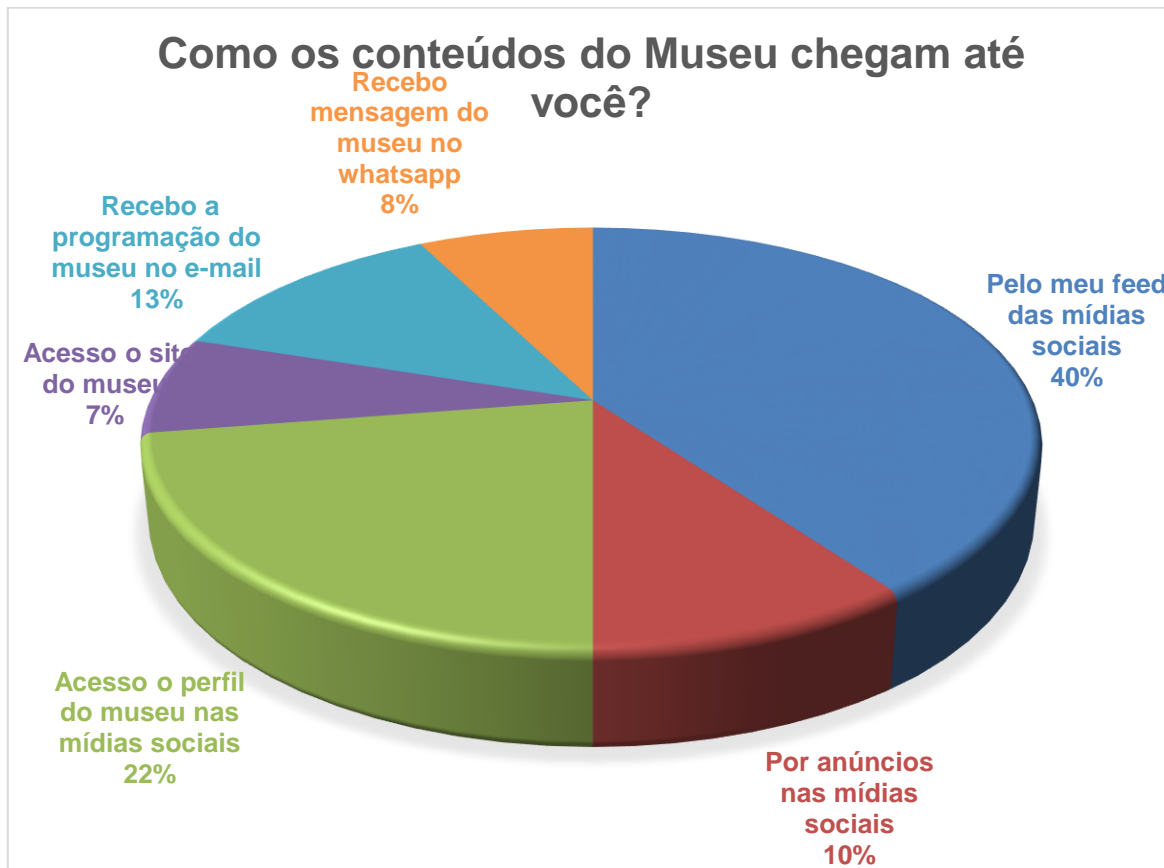
QUAIS ASSUNTOS/TEMAS DIVULGADOS PELO MUSEU MAIS CHAMAM SUA ATENÇÃO ATUALMENTE?



14. Como os conteúdos do museu chegam até você?

O feed das mídias sociais com 40% é o meio pelo qual mais pessoas acessam os conteúdos do Museu Casa de Portinari, as mídias sociais são uma forma eficaz de comunicar tanto a programação da instituição quanto o legado do artista. 22% responderam que acessam o perfil do museu mostrando que as mídias tem um

público que procura espontaneamente os conteúdos, sendo assim, deduzimos que sejam relevantes ao público. As outras ferramentas mesmo em menor porcentagem de acesso para o recebimento de conteúdos também têm seu público. Comprovadamente, todas as ferramentas são válidas para a disseminação de cultura e informação.



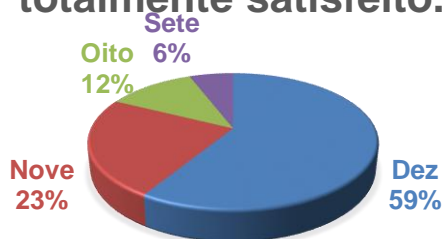
15. De 1 a 10, qual é o seu nível de satisfação em relação aos conteúdos apresentados pelo Museu? Considere 1 Totalmente Insatisfeito e 10 Totalmente Satisfeito.

Esta é uma das mais importantes perguntas da entrevista, mensurar a satisfação do público possibilita a incessante busca pelo aperfeiçoamento do trabalho desenvolvido para o público.

59% responderam que o nível de satisfação está com a métrica máxima, 10, já 23% responderam que avaliam com 9, 12% com métrica 8 e 6% com 7.

Os resultados são avaliados e utilizados para o processo de qualificação de excelência institucional e a opinião do público é fundamentalmente relevante para o processo.

De 1 a 10, qual é o seu nível de satisfação em relação aos conteúdos apresentados pelo museu? Considere 1 totalmente insatisfeito e 10 totalmente satisfeito.



16. Você recomendaria as nossas mídias sociais a um amigo?

100% da resposta dos entrevistados afirmam que recomendaria, as mídias sociais do museu a um amigo. Isto mostra que a instituição tem conseguido cumprir uma de suas missões, oferecer experiência significativa ao público, e levar o legado do artista ao maior número de pessoas, visto que a recomendação é a forma mais eficaz de divulgação.

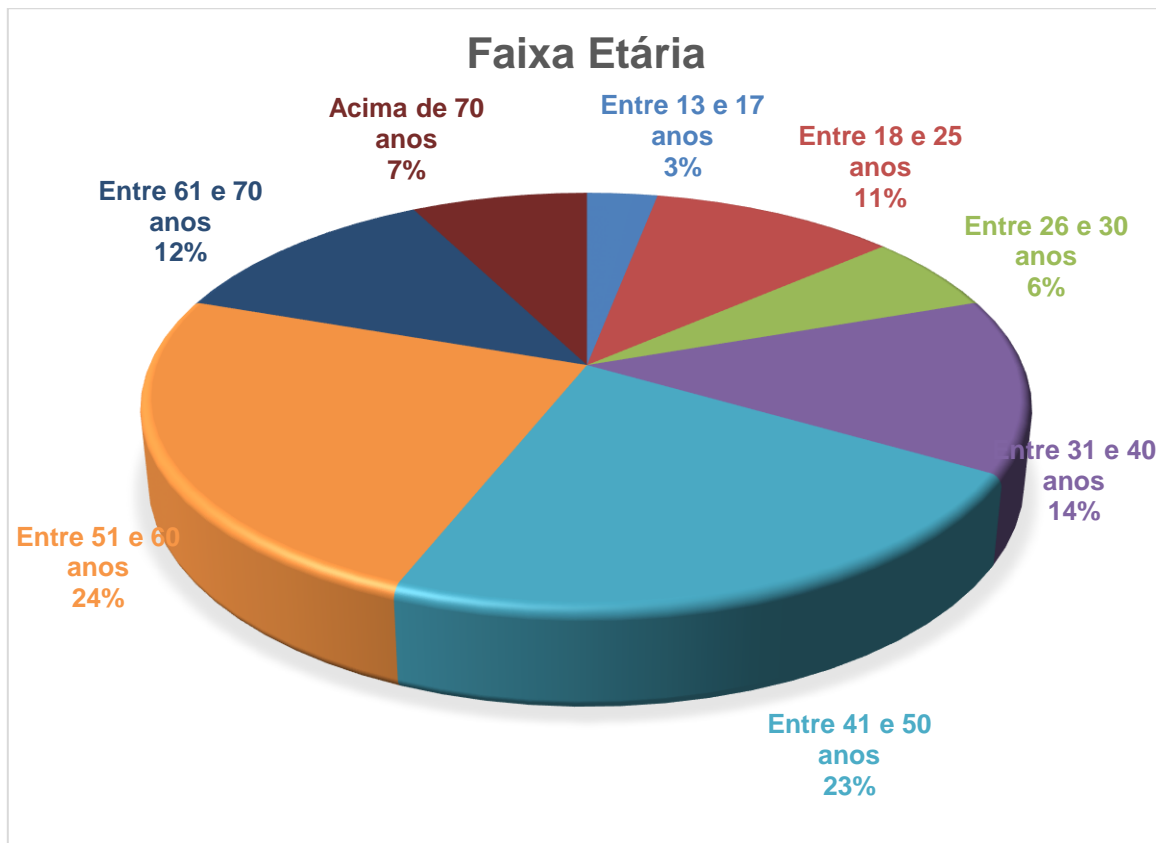
Você recomendaria as nossas mídias sociais a um amigo?



Pesquisa de Público Conteúdos - Além os dados pessoais como nome, telefone e e-mail, questões específicas foram feitas ao público, 56 pessoas responderam à pesquisa conforme segue abaixo:

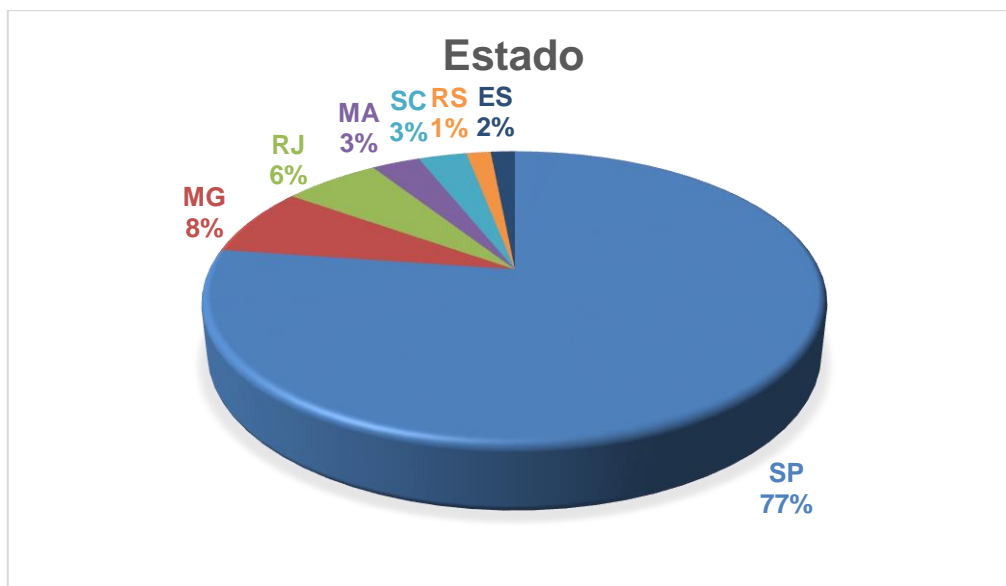
1. Faixa Etária?

A princípio, solicita-se ao entrevistado informar qual a faixa etária. Para a questão, 24% está entre 51 e 60 anos, e 23% entre 41 e 50 anos mostrando que o público adulto, é o público que mais acessa os conteúdos do museu disponibilizados de forma virtual, ficando em menor audiência o público de adolescentes entre 13 e 17 anos com 3%. Uma das principais preocupações do Museu Casa de Portinari é atender o seu público em diferentes idades, sendo assim, a pesquisa evidencia a necessidade de desenvolver conteúdos que atraíam este público. O assunto foi levado ao Comitê da Comunicação da instituição e está em análise.



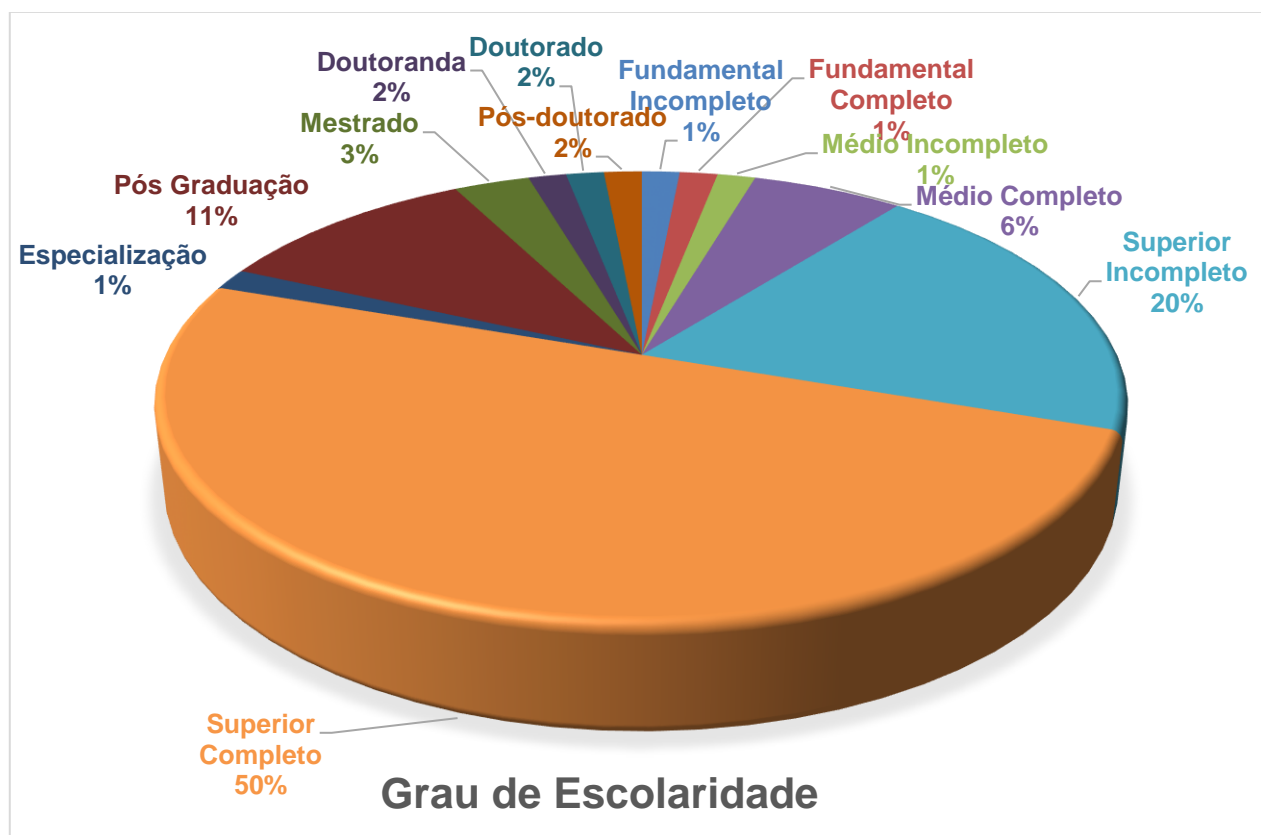
2. Estado.

Para a questão, 77% foram respondidas pelo público do estado de São Paulo, mostrando maior interação deste público com as atividades do museu, assim como ao apelo de respostas ao questionário, talvez pela proximidade física e identidade com o museu. Os outros 14% ficaram para o público de Minas Gerais e Rio de Janeiro.



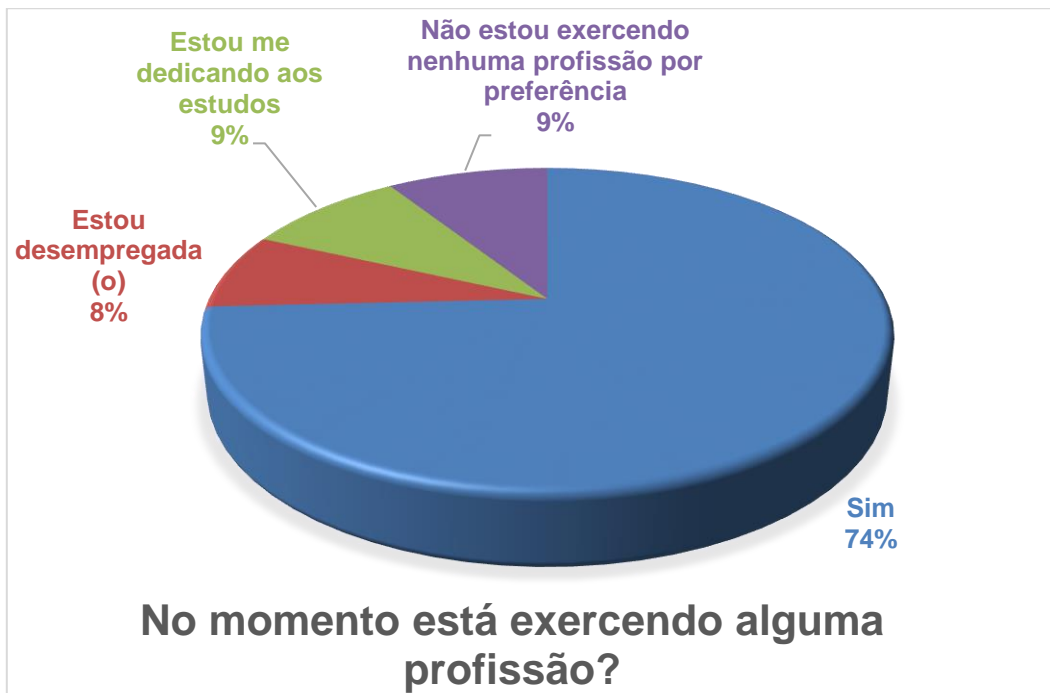
3. Grau de Escolaridade.

Para a questão, 50% das avaliações apontaram que o público tem nível superior completo, e em menor número com 1% os que tem o curso fundamental incompleto e doutorado. A pesquisa mostra que a procura por conteúdos culturais é predominante por adultos com formação superior. Como chegar a diferentes camadas de nível escolar é o desafio mostrado pela pesquisa, como despertar o mesmo interesse em públicos diversos.



4. No momento está exercendo alguma profissão?

Para a questão, 74% das respostas apontaram que estão exercendo uma profissão e 9% estavam se dedicando aos estudos no momento da resposta da entrevista, os desempregados totalizaram 8% dos pesquisados. A métrica mostra que o público diversificado do museu, consegue encaixar a programação cultural em diferentes rotinas.



5. Você gostaria de fazer parte do nosso mailing e saber antecipadamente a programação mensal do Museu? Para a questão, 2% responderam que gostariam de fazer parte do mailing da instituição para receber a programação do museu, e apenas 8% responderam que não gostariam. Esse é um índice importante para avaliar o interesse do público pelo conteúdo a ser publicado, o que mostra a satisfação com o que já foi oferecido anteriormente.



6. Em caso de necessidade, você autoriza a equipe de produção a entrar em contato via WhatsApp?

Esta é uma pergunta permitiu uma avaliação sobre a criação de listas de transmissão no WhatsApp, para envio dos conteúdos do museu. 89% responderam que gostariam de receber contato e 11% responderam que não, sendo assim, com o objetivo de melhorar continuamente sua forma de comunicar, foram criadas listas de transmissão dentro das Diretrizes, seguindo a LGPD (Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais). As mensagens são enviadas prioritariamente em horário administrativo, de forma simples permite a interação de forma direta, gerando um ganho na qualificação do atendimento ao público.



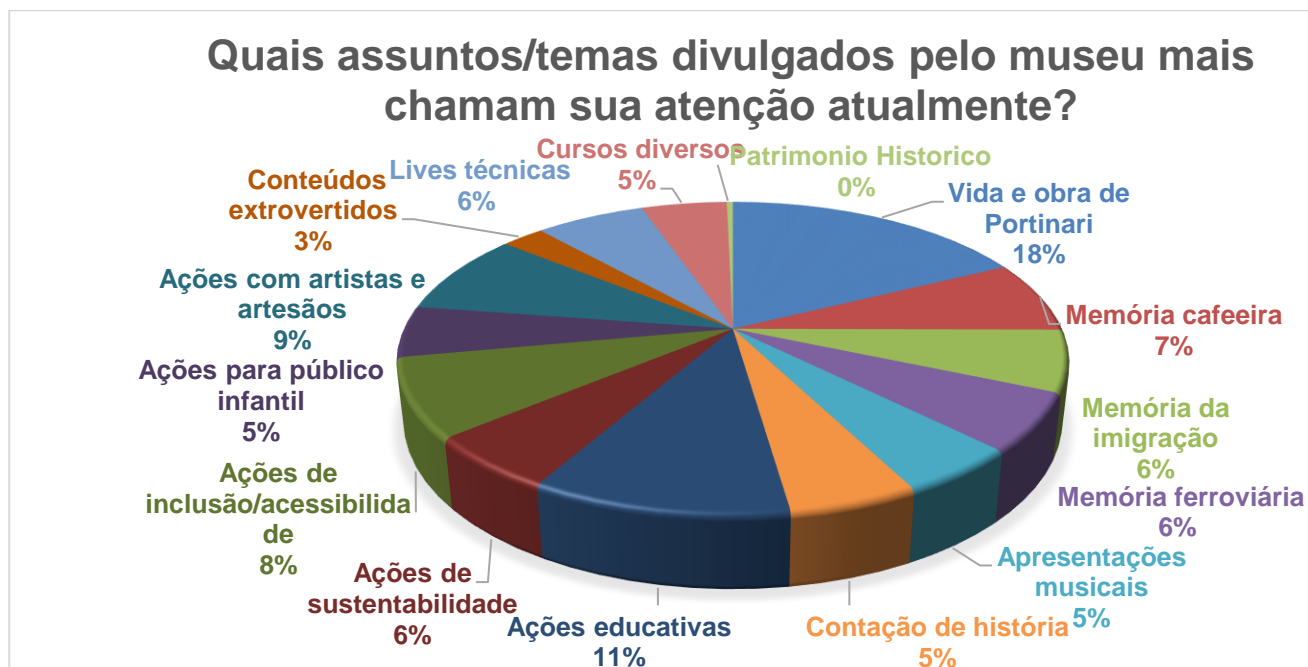
7. Qual mídia social você mais acessa?

59% responderam que acessam os conteúdos pela plataforma do Instagram, 27% Facebook, ficando em menor número o Youtube com 12%. A opção “alguns citados acima” aparecem com 2%, podendo ser considerado na métrica então, o acesso ao TikTok e Twitter. Esta mensuração é importante para o planejamento dos conteúdos na programação, sabermos onde o Museu Casa de Portinari é mais visto pelo público, e onde buscar este público, onde ainda não conseguimos chegar. O museu tem feito um trabalho mais focado após esta pesquisa na mídia TikTok.



8. Quais assuntos/temas divulgados pelo museu mais chamam sua atenção atualmente?

Pensando na assertividade cada vez maior dos conteúdos oferecidos ao público, foi perguntado quais assuntos ou temas divulgados pelo museu que mais chamam a atenção. Vida e obra de Portinari fica com a maioria das respostas com 18%, as Ações educativas em segundo lugar com 11%, em terceiro lugar com 9% das respostas as ações com artistas e artesãos, os conteúdos extrovertidos tiveram o menor índice na preferência do público ficando com 3%. Neste contexto entendemos que a vida de Candido Portinari desperta o interesse do público de forma quase unânime, mas outras pautas também chamam a atenção do público, o percentual das ações educativas e as lives técnicas, mostram que o museu é um agente educador e disseminador de conteúdo.



9. O que te faz assistir um vídeo até o fim?

44% das respostas apontam que ficam até o final da live quando o assunto é de interesse próprio, 28% quando o conteúdo chama a atenção, 27% a qualidade do material e cultura com 1%. As respostas mostram que a permanência no vídeo é quando assuntos são de interesse pessoal e a qualidade do material tem muita

relevância para o público, assim como conteúdos chamativos, esta análise propicia um olhar mais crítico aos materiais e conteúdos que serão divulgados através de vídeos. O público dispõe seu tempo, cada vez mais raro nos dias atuais, e merece encontrar conteúdo de qualidade, fidelizando os acessos.



10. Como os conteúdos do museu chegam até você?

O feed das mídias sociais com 39% é o meio pelo qual mais pessoas acessam os conteúdos do Museu Casa de Portinari, as mídias sociais com 26% dos acessos, são uma forma eficaz de comunicar tanto a programação da instituição quanto o legado do artista. O site da instituição também se mostra uma ferramenta eficiente já que seu acesso para chegar ao conteúdo é de 14%. As outras ferramentas mesmo em menor porcentagem de acesso para o recebimento de conteúdos também têm seu público. Isto mostra que todas as ferramentas são válidas para a disseminação de cultura e informação.

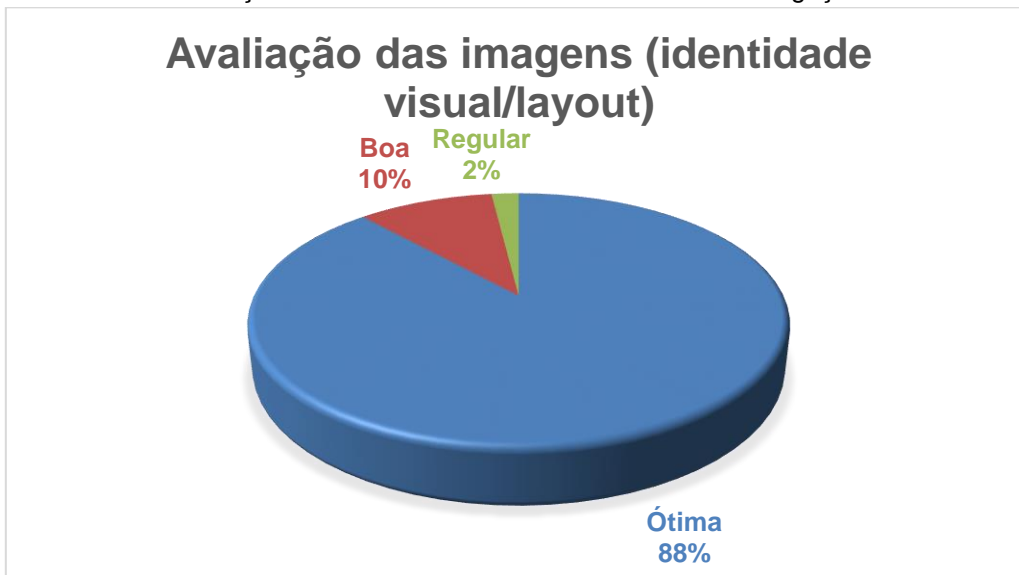


11. Classifique o conteúdo das nossas mídias sociais:

a) Como você avalia a clareza da comunicação/linguagem? 84% responderam que ótima, 14% boa e 2% regular. O apontamento mostra que o esforço do setor de comunicação do Museu Casa de Portinari em conseguir chegar ao público com entendimento e clareza no assunto abordado, é eficiente.

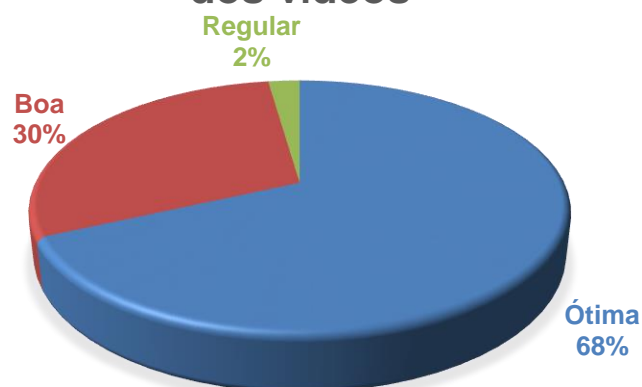


b) Como você avalia as imagens (identidade visual/layout)? 88% responderam que ótima e 10% boa, regular teve 2% das avaliações. Esta métrica é importante para o trabalho de criação das artes dos posts e do conteúdo do site, sabendo-se que as imagens são o fator determinante para atrair o público, considera-se então que o trabalho da instituição em desenvolver todo seu material de divulgação tem tido êxito.



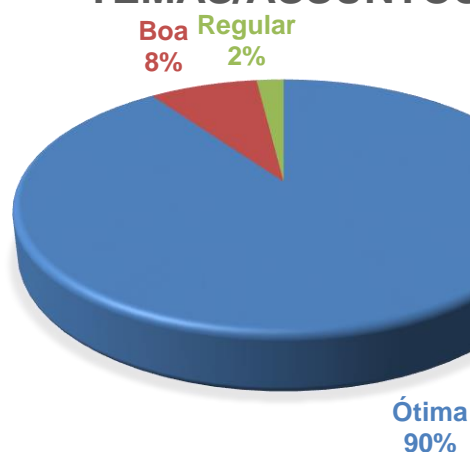
c) Como você avalia a qualidade e a edição dos vídeos? 68% responderam que ótima, 30% boa e 2% responderam regular. Os vídeos tem sido uma forma eficiente de levar os conteúdos mais técnicos do museu de uma forma mais acessível ao público, isto faz todo o trabalho ser levado de forma democrática seja ao espectador com nível avançado de entendimento ou não quanto aos temas abordados.

Avaliação da qualidade e da edição dos vídeos



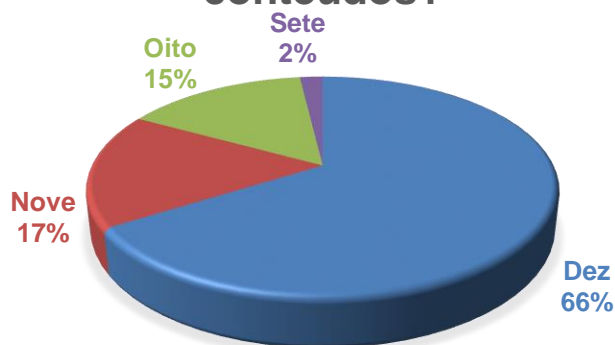
d) Como você avalia a nossa escolha dos temas/assuntos? 90% responderam que ótima, 8% boa e 2% responderam regular. Este é um índice importante para a constante evolução dos conteúdos publicados nas mídias sociais do Museu Casa de Portinari.

AVALIAÇÃO DA ESCOLHA DOS TEMAS/ASSUNTOS



12. De 1 a 10, qual é o seu nível de satisfação em relação aos conteúdos apresentados pelo Museu? Considere 1 Totalmente Insatisfeito e 10 Totalmente Satisfeito. O nível de satisfação é alto se considerarmos o demonstrativo abaixo, 66% dos entrevistados responderam com avaliação 10, 17% respondeu com a nota 9, 15% com a nota 8, a nota sete foi a nota mais baixa tendo sido a avaliação de 2% dos entrevistados. A métrica é importante para a avaliação do que vem sendo produzido e divulgado tanto nas mídias sociais quanto no site da instituição, o alto índice de aprovação é resultado de um trabalho transversal das equipes, sabendo que pode ser aumentado, continuaremos a expor os assuntos aqui tratados nas reuniões do Comitê de Comunicação.

De 1 a 10, qual é o seu nível de satisfação em relação aos conteúdos?



13. Você recomendaria as nossas mídias sociais a um amigo?

100% da resposta dos entrevistados afirmam que recomendaria, as mídias sociais do museu a um amigo. Isto mostra que a instituição tem conseguido cumprir uma de suas missões, oferecer experiência significativa ao público, e levar o legado do artista ao maior número de pessoas, visto que a recomendação é a forma mais eficaz de divulgação.

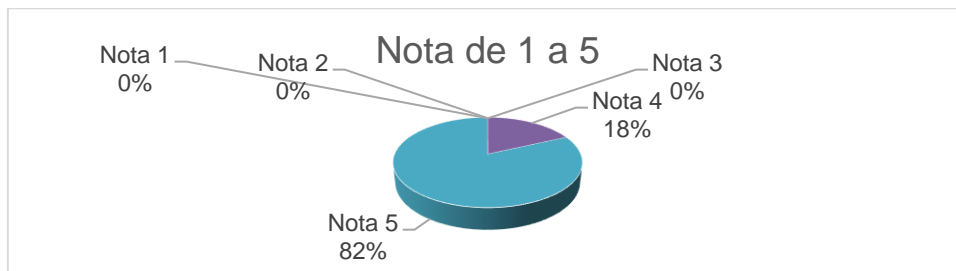
Recomendaria as nossas mídias sociais a um amigo?



Pesquisa de Público Site - Questões específicas foram feitas ao público, 22 pessoas responderam ao questionário conforme segue abaixo:

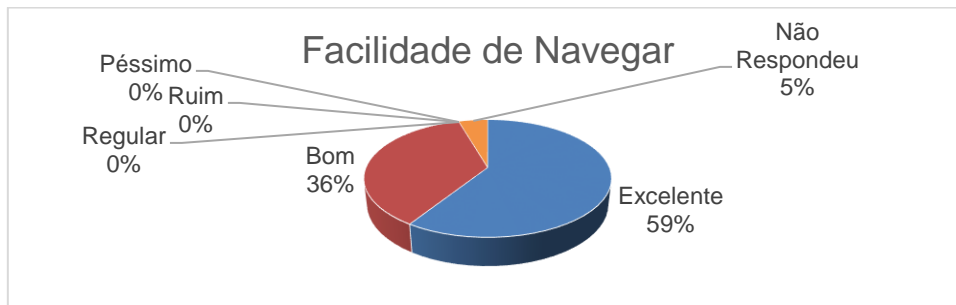
1. Que nota de 1 a 5 você daria para este site de uma maneira geral?

82% dos pesquisados responderam com nota 5 e 18% nota 4, mostrando que o site consegue realizar o que propõe, acesso ao conteúdo da instituição de forma eficaz.



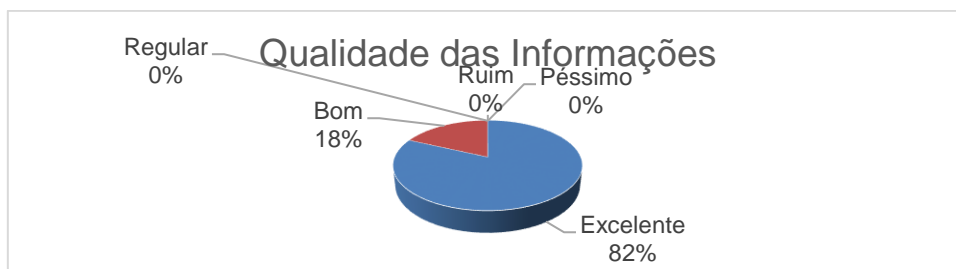
2. Facilidade de Navegar

59% dos pesquisados responderam com “excelente”, 36% “bom” e 5% não responderam, um importante devolutivo de que o usuário consegue realizar uma navegação pelos conteúdos de forma simples e dinâmica.



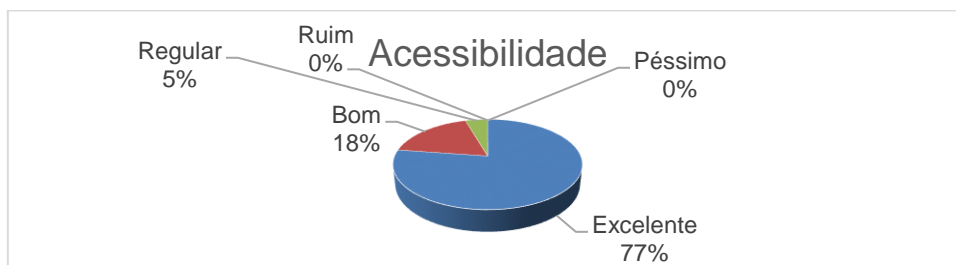
3. Qualidade das Informações

82% dos pesquisados responderam “excelente” e 18% “bom”, mostrando que o objetivo do Museu Casa de Portinari está sendo alcançado, as informações levadas pelo site ao público têm a qualidade buscada.



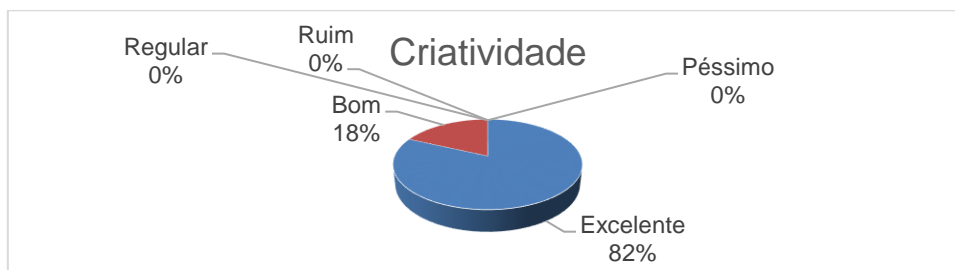
4. Acessibilidade

77% dos pesquisados responderam com “excelente”, 18% “bom” e 5% com “regular”, um resultado importante para a mensuração da satisfação da acessibilidade, já que a instituição olha com muito carinho seu projeto de acessibilidade tanto no espaço físico da instituição como no ambiente virtual.



5. Criatividade

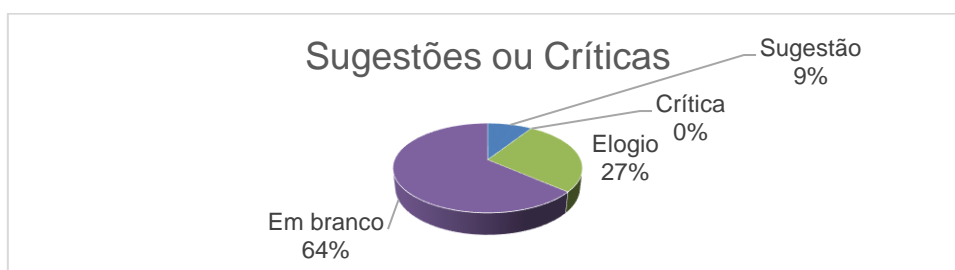
82% dos pesquisados responderam com “excelente” e 18% “bom”, a criatividade é fator importante tanto para atrair novo público virtual, quanto para manter o público que já utiliza o site da instituição.



6. Deixe aqui sua sugestão ou indique se não encontrou a informação de que precisava:

Apenas uma pessoa disponibilizou parte do seu tempo para formular esta resposta: *“Cada vez que entro no site encontro mais surpresas boas. Parabéns à equipe responsável!”*

A resposta foi muito positiva e inspiradora, a equipe do Museu Casa de Portinari trabalha para que o público tanto presencial quanto virtual encontre as informações necessárias e relevantes para o fomento do legado do artista.



Considerações Finais

Os resultados da atividade de pesquisa de perfil e satisfação do público virtual do Museu Casa de Portinari é um instrumento valioso para leitura do resultado das ações desenvolvidas nas mídias sociais da instituição. O presente relatório é visto como um instrumento de grande relevância para as tomadas de decisão sobre a forma de divulgação dos conteúdos da instituição, e do legado do artista, mostrando o compromisso da equipe do museu em seu planejamento, preparação, aplicação, processamento e produção das novas ações.

Referências

DEPARTAMENTOS. 2021. GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO. Disponível em: <<http://www.cultura.sp.gov.br/portal/site/SEC/menuitem.92dfa9ce23b5efef6d006810ca60c1a0/?vgnnextoid=7364378e515ea110VgnVCM100000ac061c0aRCRD&vgnnextchannel=7364378e515ea110VgnVCM100000ac061c0aRCRD>> Acesso em: 15. Jan. 2021.

ANEXOS

Anexo I: Questionário sobre as Lives

1. Estado?
2. Faixa Etária?
3. Grau de Escolaridade?
4. No momento está exercendo alguma profissão?
5. Quanto ao seu endereço de e-mail, responda: Você gostaria de fazer parte do nosso mailing e saber antecipadamente a programação mensal do Museu?
6. Quanto ao seu número telefônico, responda: Em caso de necessidade, você autoriza a equipe de produção a entrar em contato via WhatsApp?
7. Você tem o hábito de assistir lives?
8. Geralmente você assiste lives em qual mídia social?
9. Quanto tempo você julga ideal para a duração de uma live?
10. O que te faz assistir uma live até o fim?
11. Já assistiu a uma Live do museu?
12. Se sim, a conexão dessa live estava boa?
13. Quais assuntos/temas divulgados pelo museu mais chamam sua atenção atualmente?
14. Como os conteúdos do museu chegam até você?
15. De 1 a 10, qual é o seu nível de satisfação em relação aos conteúdos apresentados pelo Museu? Considere 1 Totalmente Insatisfeito e 10 Totalmente Satisfeito.
16. Você recomendaria as nossas mídias sociais a um amigo?

Anexo II: Questionário sobre os Conteúdos

1. Faixa Etária?
2. Estado?
3. Grau de Escolaridade?
4. No momento está exercendo alguma profissão?
5. Quanto ao seu endereço de e-mail, responda: Você gostaria de fazer parte do nosso mailing e saber antecipadamente a programação mensal do Museu?
6. Quanto ao seu número telefônico, responda: Em caso de necessidade, você autoriza a equipe de produção a entrar em contato via WhatsApp?
7. Qual mídia social você mais acessa?
8. Quais assuntos/temas divulgados pelo museu mais chamam sua atenção atualmente?
9. O que te faz assistir um vídeo até o fim?
10. Como os conteúdos do museu chegam até você?
11. Classifique o conteúdo das nossas redes sociais.
12. De 1 a 10, qual é o seu nível de satisfação em relação aos conteúdos apresentados pelo Museu? Considere 1 Totalmente Insatisfeito e 10 Totalmente Satisfeito.
13. Você recomendaria as nossas mídias sociais a um amigo?

Anexo III: Questionário sobre conteúdo do site institucional

1. Que nota de 1 a 5 você daria para este site de uma maneira geral?
2. Facilidade de Navegar
3. Qualidade das Informações
4. Acessibilidade
5. Criatividade
6. Deixe aqui sua sugestão ou indique se não encontrou a informação de que precisava: