

EIXO 5 – MONITORAMENTO E AVALIAÇÃO DE RESULTADOS

RELATÓRIO ANALÍTICO DA PESQUISA DE SATISFAÇÃO DO PÚBLICO GERAL

3º QUADRIMESTRE/ ANUAL DE 2024

APRESENTAÇÃO

Como forma de atender às diretrizes da Secretária da Cultura, Economia e Indústria Criativas do Estado do São Paulo e, contribuir para monitoramento e avaliação são apresentadas estratégias de indicadores, para a elaboração e o controle dos resultados, com critérios demonstrativos de progressos das ações executadas, possibilitando, assim, desenvolvermos um histórico completo do desempenho.

A avaliação de satisfação do público é distribuída em três moldes, uma exclusiva para visitantes espontâneos na modalidade presencial, outra exclusiva para visitantes agendados e por fim, exclusiva para o público geral na modalidade virtual.

Visando aprimorar a experiência do público e compreender suas expectativas, implementamos estratégias para coletar, monitorar e analisar as avaliações dos visitantes. Este relatório apresentará os dados obtidos por meio da Pesquisa de Perfil e de Satisfação do Público Geral (espontâneos presenciais), no qual suas respostas foram obtidas através de dois totens estrategicamente posicionados no museu, além de também contar com as abordagens estratégicas do Pesquisador de Campo, utilizando tablet para maior facilidade na coleta de dados. Para representação dos dados, será apresentado os gráficos para visualização e interpretação.



METODOLOGIA

Além da utilização de totens eletrônicos, o Museu Catavento adotou um método complementar de coleta de dados, por meio de entrevistas realizadas por um pesquisador de campo. Essa abordagem, realizada na saída de áreas estratégicas do museu, como o Engenho e os Biomas, permitiu ampliar o alcance da pesquisa e obter informações de um público mais diversificado. O pesquisador, munido de um tablet com o mesmo questionário utilizado nos totens, possibilitou a coleta de dados de visitantes que poderiam não ter utilizado a ferramenta eletrônica ou que preferiam interagir diretamente com um entrevistador. As informações obtidas nas entrevistas de campo foram categorizadas e incorporadas à análise global dos dados, enriquecendo a compreensão sobre a experiência dos visitantes e permitindo uma avaliação mais completa das diferentes áreas do museu.

ESTRATÉGIAS DE ABORDAGEM

Ao final da visita, o pesquisador de campo aborda os visitantes nas saídas estratégicas do Museu e de forma acolhedora pede ao visitante alguns minutos para responder a uma pesquisa de satisfação sobre a experiência no local, ao passo que as respostas contribuirão para a manutenção e novas metodologias de ações internas.



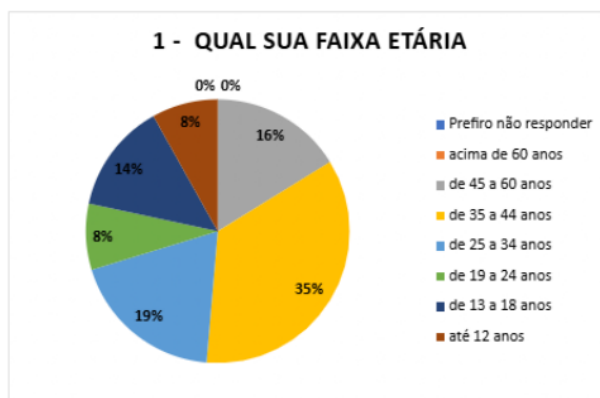
Pesquisador de Campo
realizando entrevistas



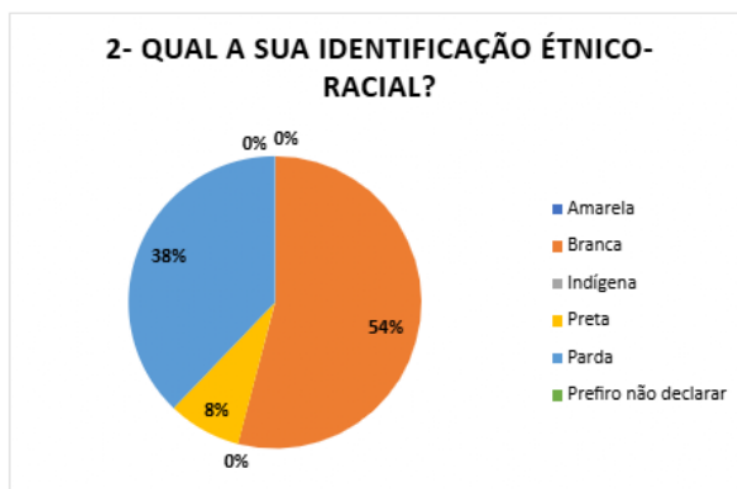
Totem com QRCode

PRINCIPAIS RESULTADOS DO 1º QUADRIMESTRE

A seguir, apresentamos os resultados obtidos a partir das avaliações do público geral no 1º quadrimestre de 2024. Obtivemos um total de 37 respostas.

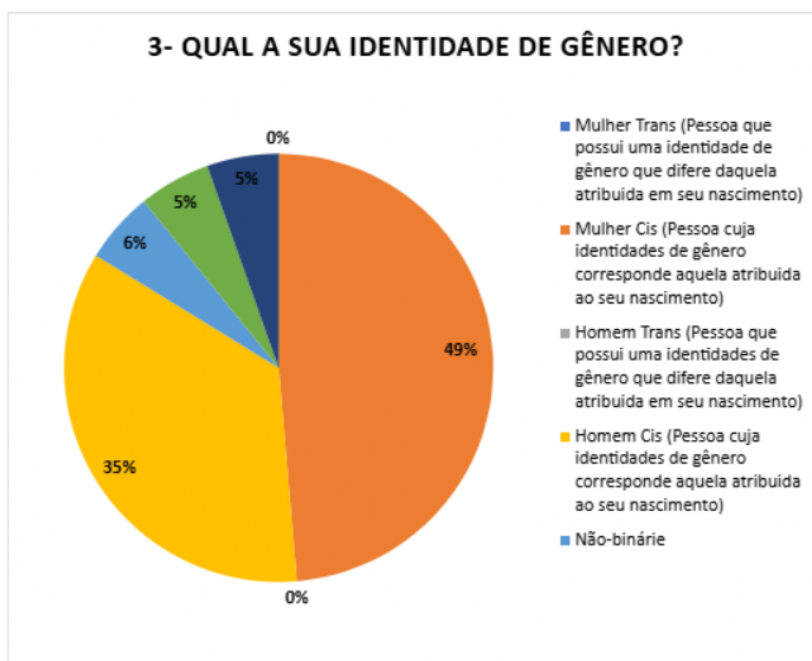


A idade de maior predominância é de “35 a 44 anos” com (35%), seguido de “25 a 34 anos” com (19%) e (16%) de “45 a 60 anos”. O que pode demonstrar que além do público adulto se dispor com maior facilidade para responder as pesquisas, eles também nos visitam com maior regularidade e isso pode se dar devido os assuntos tratados no Museu serem de interesse dessa faixa etária.



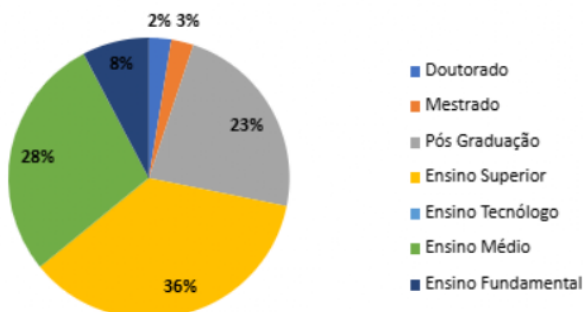
A identificação étnico-racial dos respondentes são majoritariamente “brancos” com (54%), seguido de (38%) que se identificam como “pardos” e somente (8%) de pessoas que se autodeclararam “pretas”. Isso nos faz compreender que precisamos de ações que chamem

maior atenção do público não-branco, visto que de acordo com pesquisas do IBGE, divulgadas pelo Censo Demográfico de 2022, (55,5%) dos brasileiros se autodenomina como “negra” ou “parda”, sendo assim, iremos reavaliar nossas temáticas para nos aproximarmos com esses visitantes que são maioria em território nacional, trazendo conteúdos que além de despertarem interesse, representem sua cultura e ancestralidade.



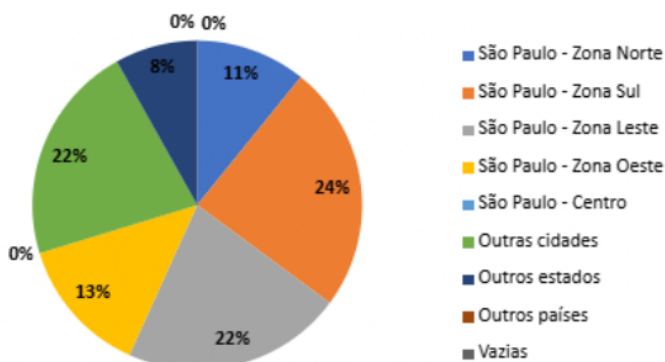
Conforme demonstração gráfica acima, (49%) são “mulheres cis” (pessoa cuja identidade de gênero, corresponde aquela atribuída ao nascimento), seguido de (35%) de “homem cis” (pessoa cuja identidade de gênero, corresponde aquela atribuída ao nascimento). Somente (16%) ao todo que se autodeclaram trans (pessoa que possui identidade de gênero que difere daquela atribuída ao nascimento) e “não-binária” (é uma identidade de gênero onde as pessoas não se identificam com nenhum dos dois gêneros, transcendendo as noções binárias tradicionais, como “feminino” e “masculino”). Com esses resultados podemos perceber que estamos muito distantes de aproximar o público LGBTQIAPN+ em nosso Equipamento, ao passo que esses resultados irão nos ajudar a estudar meios de viabilizar maior representatividade a esses visitantes, despertando o interesse em nos visitar.

4- QUAL SEU GRAU DE INSTRUÇÃO? P

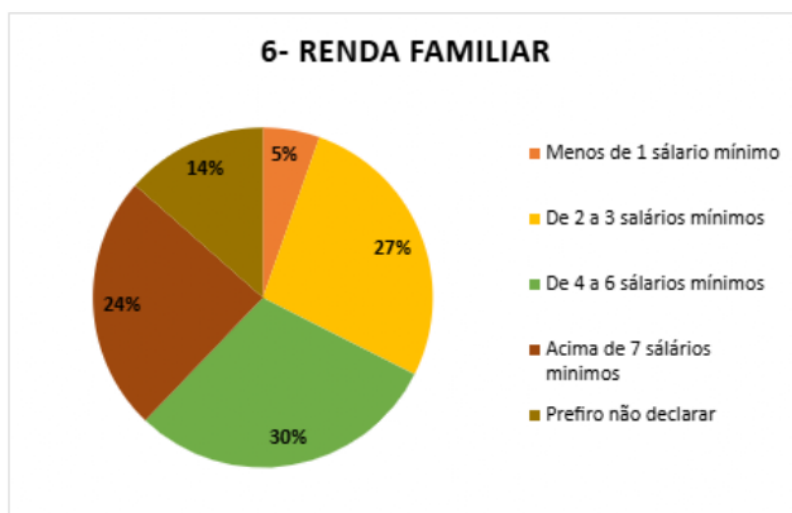


Cerca de (36%) do público possui “ensino superior”, seguido de (28%) com “ensino médio” e (23%) de “pós-graduação”. Isso pode elucidar como o Museu, mesmo com as iniciativas do Núcleo Catavento Acessível para facultar visitantes que se categorizem nos grupos vulneráveis socialmente, ainda apresenta certa dificuldade em captar esses perfis de visitantes, ao passo que a maioria ainda possui um status social e econômico mais estável, diante os resultados da pesquisa. Desse modo, iremos reestruturar meios que promovam maior visitação desse público não somente em agendamentos prévios – no qual estamos com porcentagens significativas -, mas também, de visitas espontâneas, ao passo que aumentamos os dias que oferecemos gratuidade (toda terça-feira, segunda quarta-feira do mês e primeiro domingo do mês) de modo a incentivar as visitas desse perfil de público.

5- ONDE VOCÊ RESIDE?



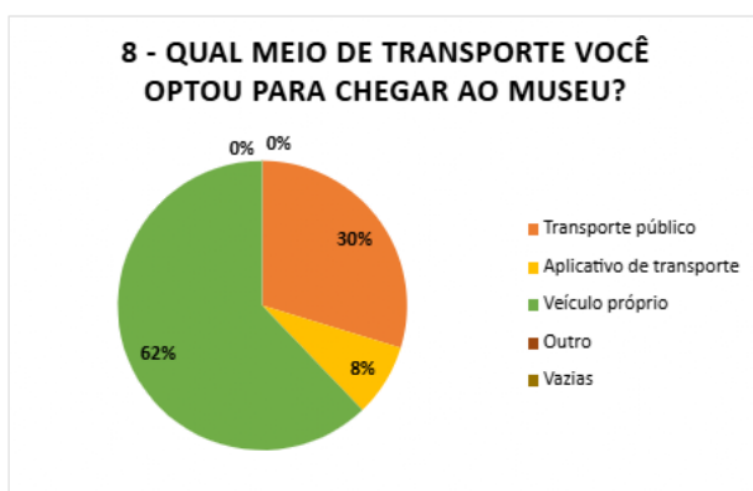
O Museu Catavento tem atingido diversas regiões da cidade de São Paulo, conforme demonstração gráfica acima, no qual (24%) dos respondentes são da “zona sul”, seguido de (22%) da “Zona Leste” e de “Outras Cidade”. Isso pode representar que transcendemos a capital, algo extremamente positivo e que pode se justificar pelo bom desempenho da equipe de Comunicação do Museu que além de ser regular em nossas redes sociais, também busca parcerias com instituições audiovisuais de reconhecimento nacional, viabilizando entrevistas que expandam o conhecimento sobre o Equipamento para todo o território nacional, visto que (8%) dos respondentes são de “outros estados”.



Seguindo a diretriz da renda familiar per capita, atribuído ao valor médio da renda de cada pessoa que vive numa mesma casa, cerca de (30%) dos respondentes recebem de “04 a 06 salários-mínimos”, seguido de (27%) de “2 a 3 salários-mínimos” e (24%) de “acima de 7 salários mínimos”. Isso pode representar que o Museu possui certa dificuldade em ser acessível aos públicos de renda salarial mais baixa, ao passo que esses estudos puderam nos fazer compreender os empecilhos existentes para que assim possamos viabilizar meios mais inclusivos a todos os perfis de públicos, ao passo que nossa iniciativa de expandir os dias de gratuidade irão contribuir para a mudança desse cenário.

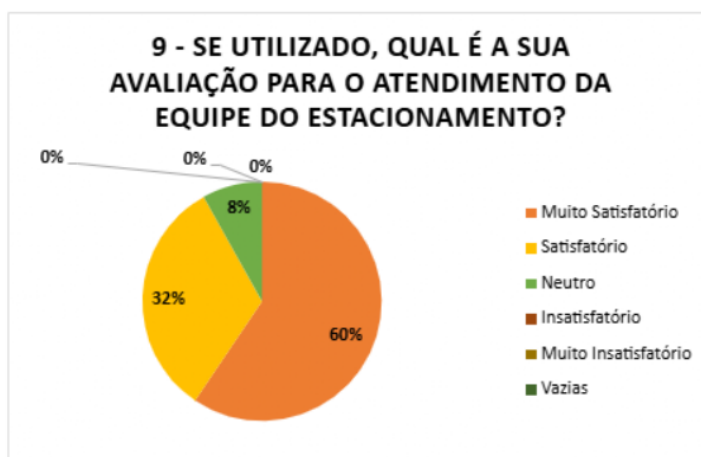


O Museu Catavento tem ganhado uma alta dimensão de público, no qual já recebeu mais de 7.5 milhões de visitantes desde a sua inauguração. Conforme demonstração gráfica acima, o museu tem sido muito bem indicado aos que visitam o espaço, sendo (38%) “recomendado de conhecido/amigo familiar” e (18%) vindos pelas “redes sociais”, o que demonstra que nossos esforços estão sendo gratificados, nos fazendo aumentar progressivamente o nosso número de visitantes.



O meio de transporte mais utilizado pelos respondentes é “veículo próprio” com (62%) de respostas, seguido de (30%) de “transporte público”. Podendo ser um complemento do nosso entendimento em gráficos anteriores sobre o número inferior de pessoas de renda

salarial mais baixa que nos visitam, o que pode nos fazer compreender que necessitamos de estratégias que despertem maior interesse desses perfis de públicos ao Equipamento. Além disso, o setor do “Fale Conosco/Agendamento” sempre busca elucidar aos visitantes os meios de transporte públicos mais próximos do Museu, de modo a facilitar a vinda dos visitantes ao nosso espaço.

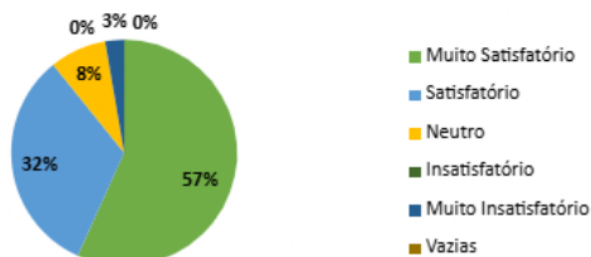


Aos que utilizam o estacionamento, seguindo a diretriz da resposta anterior em (62%) dos respondentes, avaliaram em (60%) de “muito satisfatório”, seguido de (32%) de “satisfatório, o que representa que os serviços prestados pela empresa terceirizada “Panda” atende positivamente as necessidades de nossos visitantes, ao qual iremos nos empenhar em manter essa porcentagem em próximas pesquisas.



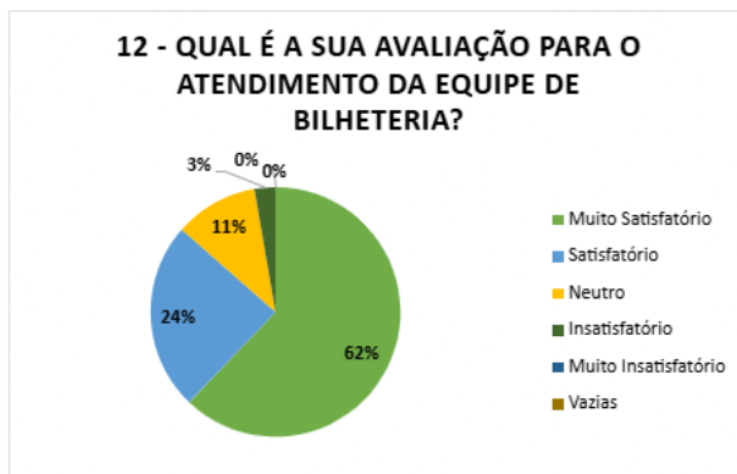
Com o avanço tecnológico, é possível disponibilizar melhores recursos de plataformas digitais, como exemplo a possibilidade do visitante poder comprar de forma remota o ingresso e garantir o melhor dia e horário para si, conforme a disponibilidade. Nesse sentido, (54%) dos respondentes compram ingressos “online”, seguido de (46%) que compram ingressos na modalidade presencial, diretamente na bilheteria local do Museu. Isso nos faz compreender que atendemos as necessidades de nossos visitantes, sejam aqueles que preferem a compra online ou, daqueles que ainda preferem os meios tradicionais de compras presenciais.

11 - AOS QUE ADQUIRIRAM INGRESSOS ONLINE, QUAL FOI A SUA AVALIAÇÃO DA PLATAFORMA UTILIZADA PARA A COMPRA DE INGRESSOS PELO SITE?

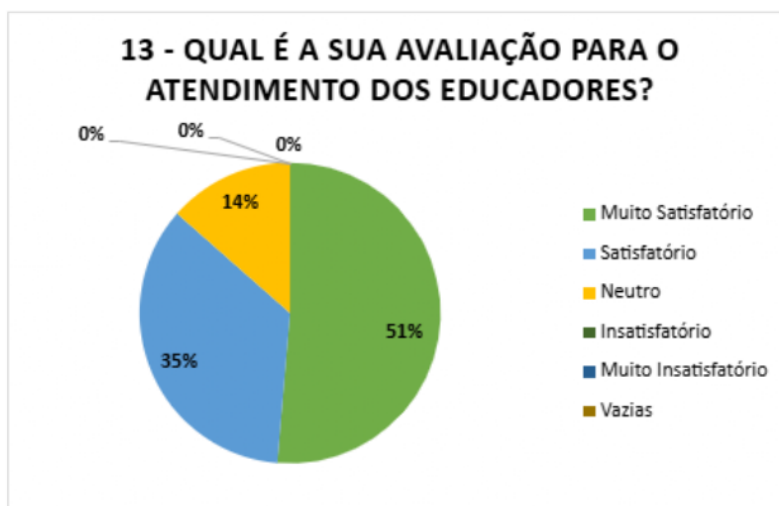


O processo de aquisição de ingresso, na modalidade online tem sido “muito satisfatória” com (57%) dos respondentes, seguido de (32%) “satisfatória. Esse resultado demonstra a preocupação que o Museu vem possuindo para simplificar a compra online, facultando essa preferência de compra aos visitantes, de modo a agilizar o processo da visita, evitando filas e trazendo maior conforto e segurança aos nossos visitantes.

Atendimento:

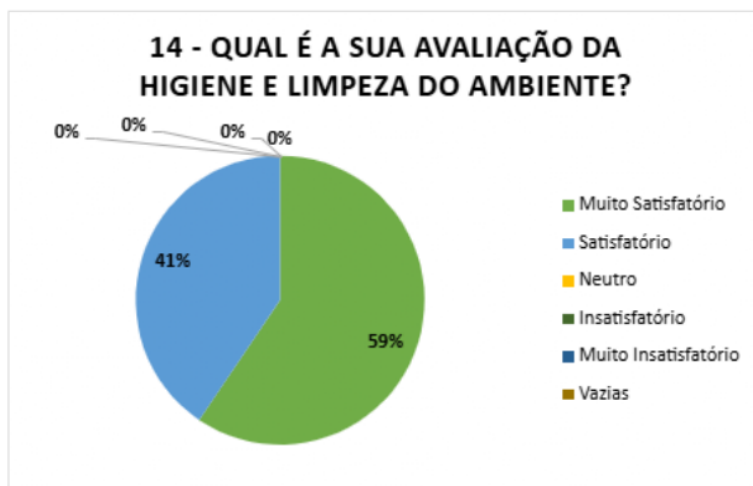


Dos respondentes, (62%) atribui os serviços prestados pela bilheteria em “muito satisfatório”, seguido de (24%) na categoria “satisfatório”. Elucidando que os treinamentos periódicos que o Núcleo Catavento Acessível promove, além da sintonia que a equipe possui entre si e com outros setores do Museu, está trazendo ótimos resultados aos públicos que nos visitam, demonstrados no alto nível de satisfação dos visitantes.

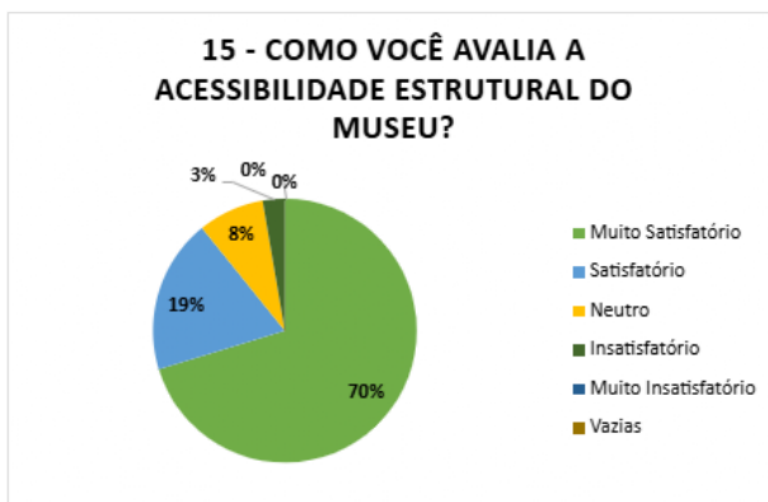


O processo de atendimento do museu no que tange os “educadores” possui (51%) de “muito satisfatório” e (35%) de “satisfatório”. Esse resultado demonstra que as capacitações

internas da equipe têm gerado ótimos resultados e essa pesquisa nos motiva em fazer a manutenção desses valores.

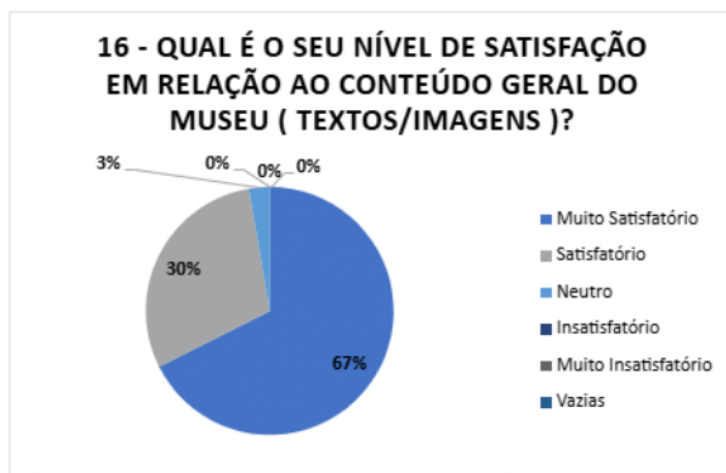


O processo de “higiene e limpeza do ambiente” tem tido resultados “muito satisfatório” com (59%), seguido de (41%) satisfatório. O que demonstra que as equipes atuantes na empresa terceirizada “Quanta” tem tido todo zelo, dedicação e cuidado ao Museu, favorecendo o conforto de nossos visitantes e colaboradores.

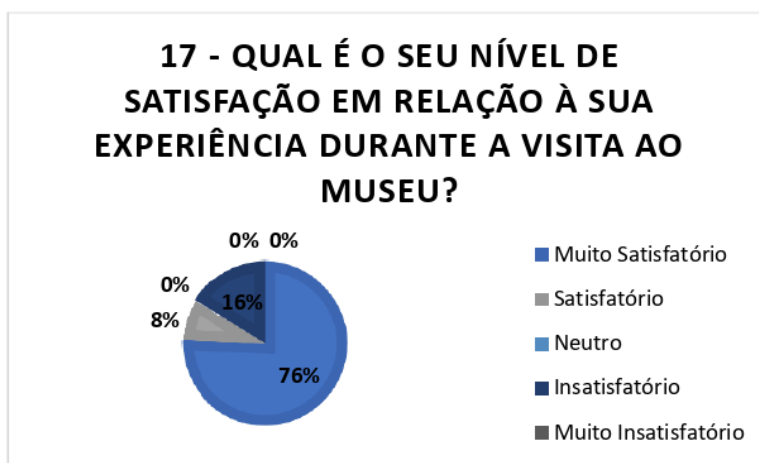


Apesar dos desafios inerentes à preservação de um prédio tombado, o Núcleo Catavento Acessível tem desempenhado um papel essencial na articulação da acessibilidade estrutural em parceria com as demais áreas do museu. Essa colaboração tem garantido a

implementação de práticas inclusivas e a promoção de um ambiente acolhedor para todos os públicos. Os resultados obtidos nas avaliações de satisfação demonstram a eficácia desse trabalho, com (70%) dos visitantes classificando a experiência como "muito satisfatória" e (19%) como "satisfatória".

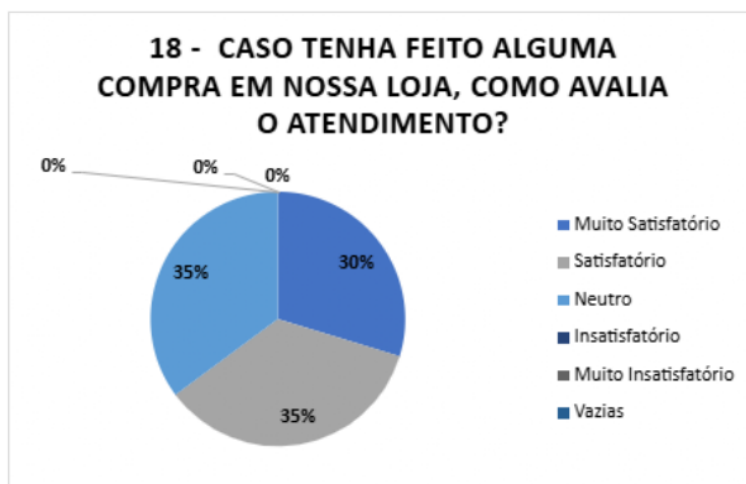


Todo o trabalho de curadoria, disposição e atualização dos textos possui grande satisfação de nossos visitantes, ao qual (67%) qualifica como “muito satisfatório” e (30%) como “satisfatório”, demonstrando que atendemos aos desejos de nossos visitantes e procuraremos manter esses resultados em futuras pesquisas.

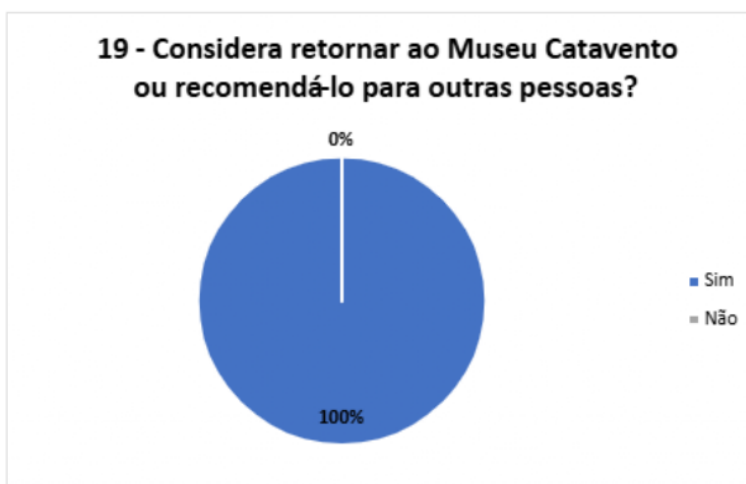


Conforme demonstração gráfica acima, (76%) estão “muito satisfeito”, seguido de (8%) “satisfeito” com toda a experiência de visita ao Museu. Isso pode nos fazer compreender que

nossos esforços estão facultando melhores experiências aos nossos públicos, ao passo que com essas pesquisas, poderemos continuar promovendo reuniões quadrimestrais com o corpo educativo, dentre outras áreas responsáveis pelo cuidado dos visitantes para que assim possamos fazer a manutenção e progressão desses resultados.



O atendimento da loja é um dos aspectos que precisa de maior atenção, visto que de modo geral recebeu menor avaliação dos respondentes no quesito “atendimento”. Ainda que (30%) esteja dentro da categoria “muito satisfatório” e (35%) de “satisfatório”. Sendo assim, iremos promover reuniões em conjunto com os setores responsáveis por esse seguimento para que juntos possamos aumentar o nível de satisfação dos visitantes nesse espaço.



Conforme demonstração gráfica acima, (100%) dos respondentes consideram retornar ou recomendar o Museu Catavento para outras pessoas, o que reforça a dimensão da força que a indicação remete. Além de nos fazer compreender que estamos conseguindo satisfazer as expectativas que os nossos visitantes possuem sobre o nosso espaço, ao ponto de quererem nos visitar novamente ou indicar para pessoas queridas para que assim elas possam ter as mesmas experiências positivas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os dados coletados indicam um índice de satisfação elevado, com 92% dos visitantes demonstrando desejo de compartilhar suas experiências no Museu Catavento, conforme evidenciado pela pergunta: “17- Qual é o seu nível de satisfação em relação à sua experiência durante a visita ao museu?”, com (84%) de satisfação, somados com a pergunta “19- Considera retornar ao Museu Catavento ou recomendá-lo para outras pessoas?”, com (100%) de recomendação. Esse resultado reforça que o museu não apenas atende às expectativas dos visitantes, mas também os encanta, proporcionando experiências memoráveis.

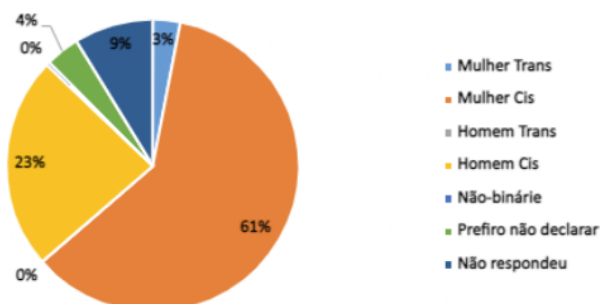
Esses resultados positivos podem ser vislumbrados, devido as reuniões quadrimestrais do corpo educativo que buscam analisar as dificuldades apresentadas pelos visitantes para que assim possam desenvolver meios de saná-las, viabilizando maior acessibilidade e atendimentos mais satisfatórios, especialmente no que tange os educadores e os conteúdos apresentados em nossas temáticas. Além disso, outros setores buscam sempre se aprimorar sobre os resultados das pesquisas de satisfação para que também busquem meios de atender aos almejos de nossos públicos e aumentar o índice de satisfação de nossos serviços.

PRINCIPAIS RESULTADOS DO 2º QUADRIMESTRE

A seguir, apresentamos os resultados obtidos a partir das avaliações do público geral no 2º quadrimestre de 2024. Obtivemos um total de 246 respostas.

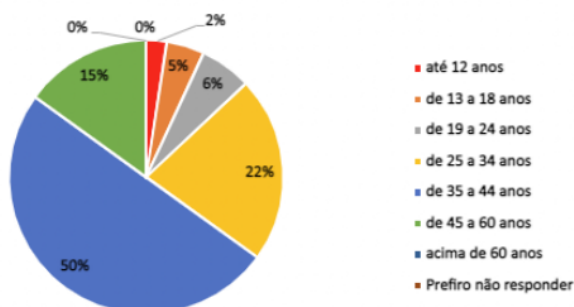


3- Qual a sua identidade de gênero?



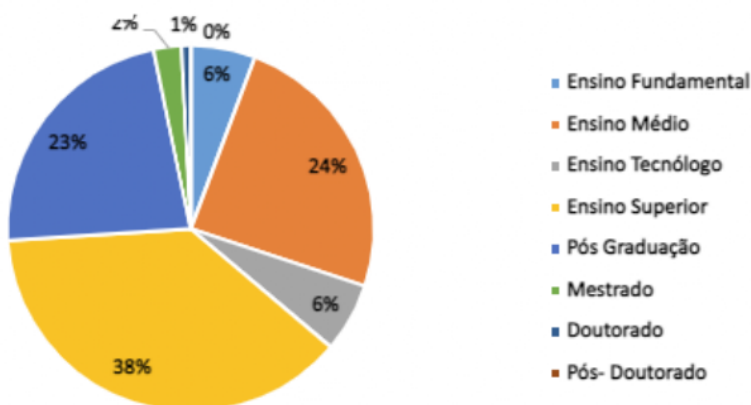
A maior parte dos respondentes foi do gênero “mulher cis” (61%), seguido de (23%) de “homens cis”, o que nos motiva a planejar medidas que tornem o Museu Catavento em uma referência quanto a diversidade de gênero em futuras visitas, ampliando nosso alcance.

Qual a sua faixa etária?



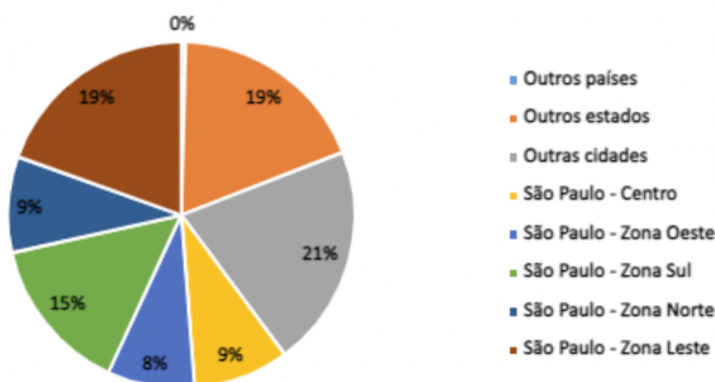
Metade dos nossos visitantes está na faixa etária de “35 a 44 anos”, somando o total de (50%), seguido de (22%) de “25 a 34 anos” e (15%) de “45 a 60 anos”, no qual podemos demonstrar que a maior parte das pessoas que respondem os nossos testes são responsáveis, sendo assim, em futuros momentos pretendemos aproximar o público mais jovem para participar de nossas pesquisas, ampliando nosso entendimento sobre a satisfação de nossos públicos.

4- Qual seu grau de instrução?



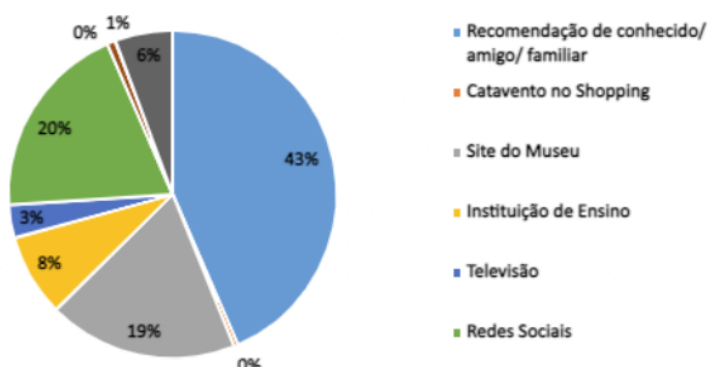
A maior parte de nossos visitantes possui como grau de instrução o ensino superior (38%), seguido de (24%) “ensino médio” e (23%) é “pós-graduado”, consolidando os dados que obtivemos na resposta anterior, ao qual a maior parte dos respondentes faz parte do perfil etário adulto, sendo assim, acompanham filhos ou alunos em visitas ao Equipamento, sendo bem participativos.

5- Onde você reside?



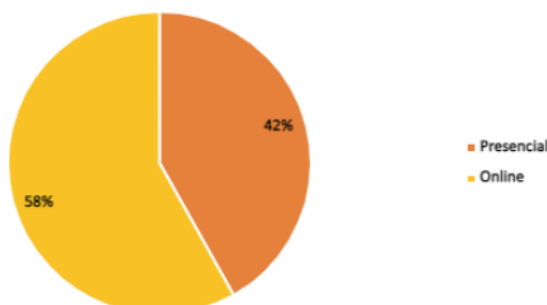
A maior parte dos respondentes veio de outras cidades de São Paulo (21%), no qual também podemos observar com o gráfico que o Museu Catavento possui muito alcance em outros estados (19%) e na zona leste que conta com o mesmo número expressivo, isso é muito positivo, pois demonstra que o Equipamento está conquistando um alcance além do Estado, sendo uma referência em território nacional.

7- Como conheceu o Museu Catavento?



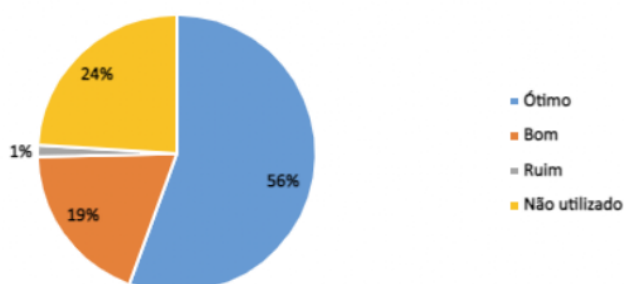
Com a análise dos dados, observamos que a maior parte conhece o Museu Catavento por meio de “recomendação” (43%), seguido de (20%) de “redes sociais” e (19%) vieram por meio do “site do museu”, demonstrando quanto nossos esforços estão colhendo bons frutos, no qual os visitantes repassam a indicação para outras pessoas, devido satisfação que tiveram em suas visitas.

9- Como foi feita a compra de ingresso?



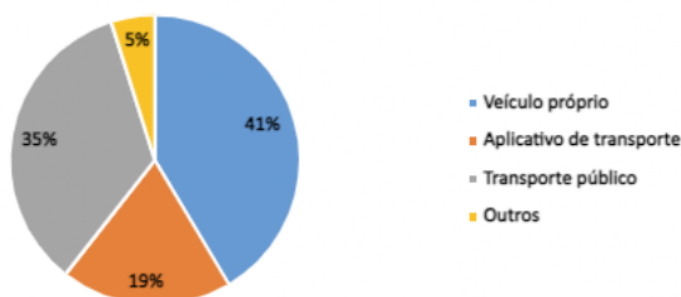
A maior parte dos nossos visitantes está optando por fazer suas compras de maneira online (58%), mas ainda temos uma grande parcela que prefere fazer a compra presencialmente (42%). Isso acontece devido melhorias que estamos implementando nesse segundo semestre de 2024, como o fato de termos fechado contrato com uma empresa chamada “Megapass” que atualmente coordena a venda dos nossos ingressos e tem mantido qualidade em nossos serviços prestados.

10- Aos que adquiriram ingressos online, qual foi a sua avaliação da plataforma utilizada para a compra de ingressos pelo site?



Mais da metade dos nossos respondentes classificou a compra online como “ótimo”, somando (56%), seguido de (19%) que a classificou como “bom”, dessa maneira, junto com a empresa terceirizada, tentaremos melhorar ainda mais essa plataforma para melhor atender nossos visitantes.

8- Qual meio de transporte você optou para chegar ao Museu?



A maior parte dos nossos visitantes utilizou o próprio veículo (41%) para chegar ao Equipamento, seguido de (35%) que optou por vir utilizando transporte público e isso demonstra interesse, ao qual podemos observar que estamos cada vez mais conseguindo ampliar o nosso perfil de público, especialmente no que diz respeito ao perfil socioeconômico. A diversidade de meios de transporte utilizados pelos visitantes evidencia a facilidade de acesso ao Museu Catavento, o que contribui para sua democratização.

Bilheteria



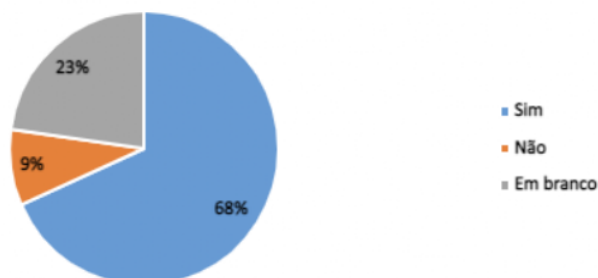
Podemos observar que o nível de satisfação sobre o atendimento realizado pela bilheteria é bem positivo, contando com (58%) da categoria “ótimo”, seguido de (20%) nas categorias “bom” e “não utilizado”, sendo esse último um apontamento que pode nos fazer entender que as informações contidas no site e, também, as dúvidas sanadas pelo setor do Agendamento em atendimentos ao “Fale Conosco” facilitam as visitas e geram bons frutos para os públicos que nos visitam.

Monitores



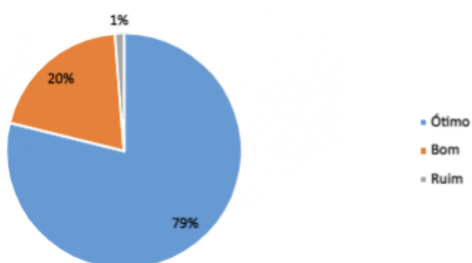
O nível de satisfação em relação ao atendimento de monitores no Equipamento foi muito satisfatório também, contando mais da metade da categoria “ótimo” (61%), seguido de (26%) da categoria “bom”, demonstrativos esses que reforçam que nossas estratégias em viabilizar treinamentos periódicos sobre condutas e resolução de conflitos está sendo muito bem aproveitada e gerando resultados positivos.

Considerou que foi atendido (a) diante das suas necessidades referente a acessibilidade?

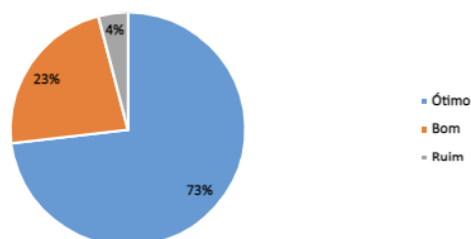


Com relação a independência de deslocamento, além de acessibilidade e inclusão de outros parâmetros, os visitantes consideraram que foram devidamente atendidos (68%), diante suas necessidades. Contudo, iremos nos atentar sobre os valores referente as respostas em branco (23%) e (9%) de não satisfação, ao qual planejaremos medidas de tornar cada vez mais o Museu Catavento uma referência no que diz respeito à acessibilidade.

15- Qual é o seu nível de satisfação em relação ao conteúdo geral do Museu (textos/Imagens)?



16- Qual é o seu nível de satisfação em relação à sua experiência durante a visita ao Museu?

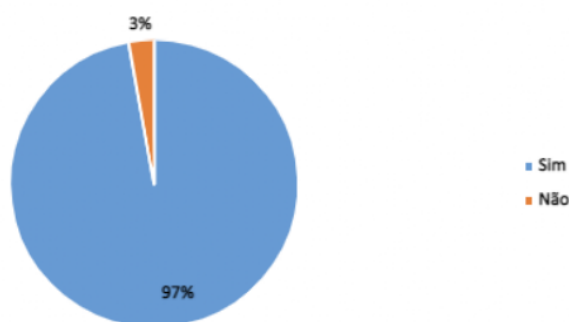


Em relação ao nível de satisfação dos conteúdos gerais do Equipamento e das experiências vivenciadas, tivemos resultados positivos em ambas pesquisas.

No primeiro gráfico (conteúdo geral) tivemos (79%) de “ótimo”, seguido de (20%) da categoria “bom”. Já no segundo gráfico (experiência de visita), obtivemos (73%) da categoria “ótimo” e (23%) da categoria “bom”.

Esses resultados são muito satisfatórios e estão realçando o quanto nossas medidas adotadas sobre qualidade de atendimento e serviço em todos as áreas do Museu Catavento estão trazendo bons resultados

17- Considera retornar ao Museu Catavento ou recomendá-lo para outras pessoas?



A pesquisa concluiu com uma pergunta sobre a intenção de retorno e recomendação do Museu. Os dados revelaram que (97%) dos visitantes manifestaram o desejo de retornar e recomendar o espaço, evidenciando muita satisfação com a visita e o desejo de compartilhar esse sentimento positivo com outras pessoas, nos fazendo entender que nossos empenhos em tornar as experiências do Equipamento em momentos agradáveis e memoráveis está sendo contemplada em nossas estratégias de serviços prestados.

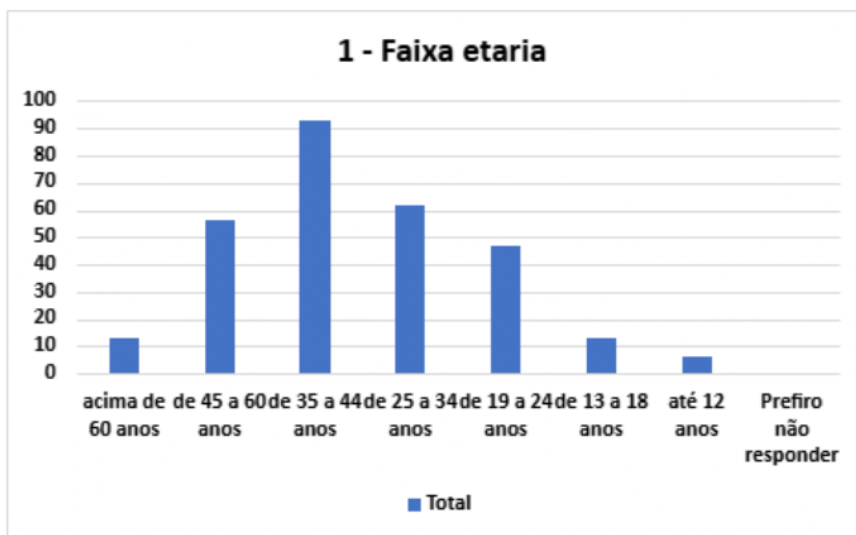
CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os dados coletados revelam um índice de satisfação elevado, demonstrando que o Museu Catavento não apenas cumpre as expectativas dos visitantes, mas também os encanta, ao ponto de motivá-los a compartilhar a experiência com outras pessoas. Com base nas respostas à pergunta “16 - Qual é o seu nível de satisfação em relação à sua experiência durante a visita ao Museu?”, o índice de satisfação atingiu (96%). Essa percepção positiva é reforçada pela pergunta “17 - Considera retornar ao Museu Catavento ou recomendá-lo para outras pessoas?”, que apresentou (97%) de respostas positivas. Somadas as duas perguntas, possuímos um resultado de (96%) de satisfação do público. Esses resultados destacam a importância de uma avaliação contínua para os visitantes, aliada à análise da eficácia das estratégias adotadas. Essa pesquisa de satisfação é uma ferramenta fundamental para orientar os futuros planejamentos, contribuindo para que o Museu Catavento.

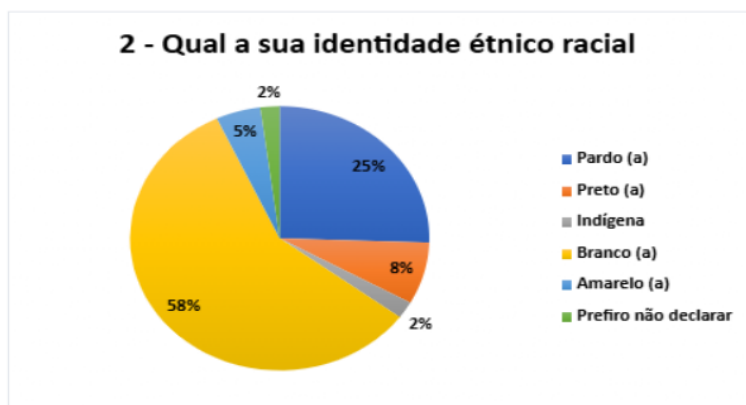


PRINCIPAIS RESULTADOS DO 3º QUADRIMESTRE

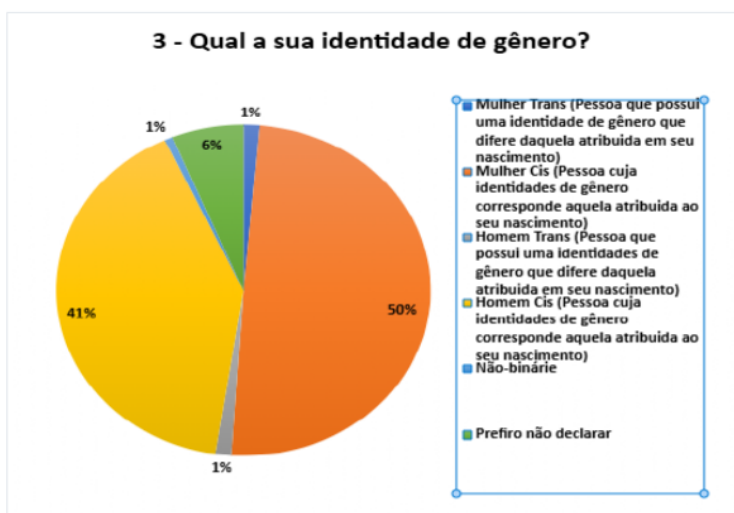
A seguir, apresentamos os resultados obtidos a partir das avaliações do público geral no 3º quadrimestre de 2024. Obtivemos um total de 290 respostas.



A análise dos dados coletados revelou que (32%) dos visitantes que respondem as pesquisas estão na faixa etária de “35 a 44 anos”, seguida por (21%) na faixa de “25 a 34 anos”. Esse perfil indica que a maioria dos respondentes é composta por indivíduos com responsabilidades familiares ou profissionais, o que influencia sua interação com as pesquisas realizadas. Esses mesmos resultados de dados foram apresentados nas pesquisas do primeiro e segundo quadrimestre.



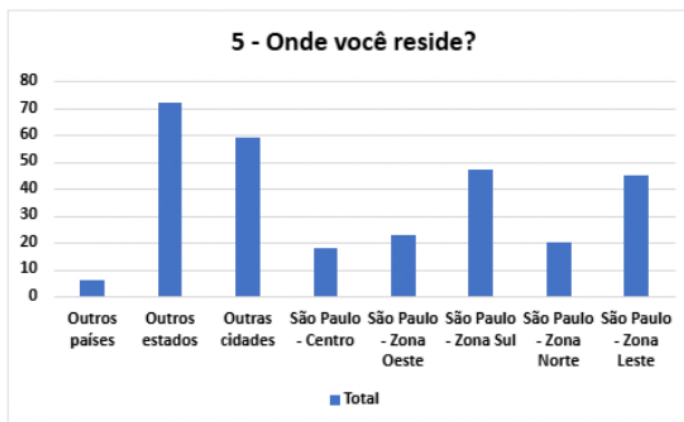
Os dados coletados sobre a identificação étnico-racial dos respondentes revelam que a maioria se identifica como “brancos” (58%), seguidos por “pardos” (25%). Esses percentuais se mantiveram consistentes ao longo do primeiro e segundo quadrimestres, refletindo o perfil demográfico predominante entre os participantes das pesquisas realizadas pelo Museu Catavento.



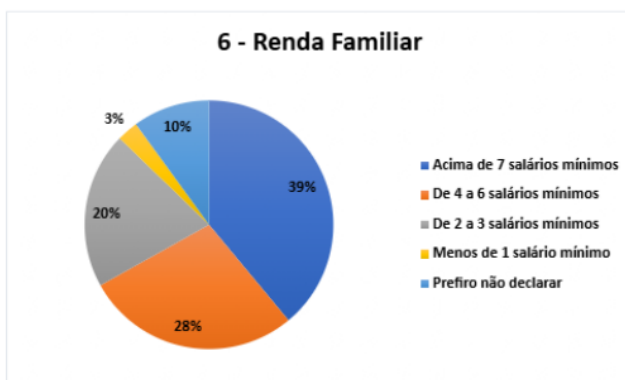
A análise dos dados revelou que a maioria dos respondentes se identifica como “mulher cis” (50%), seguida por “homens cis” (41%). Esses percentuais se mantiveram consistentes ao longo do primeiro e segundo quadrimestres, destacando o perfil predominante de mulheres, possivelmente “mães”, como visitantes que participam das pesquisas.



A análise dos dados indica que a maioria dos visitantes possui “ensino superior” (38%), seguido por “pós-graduação” (28%) e “ensino médio” (11%). Esses números consolidam o perfil predominantemente adulto dos respondentes, alinhado aos dados etários anteriormente apresentados.

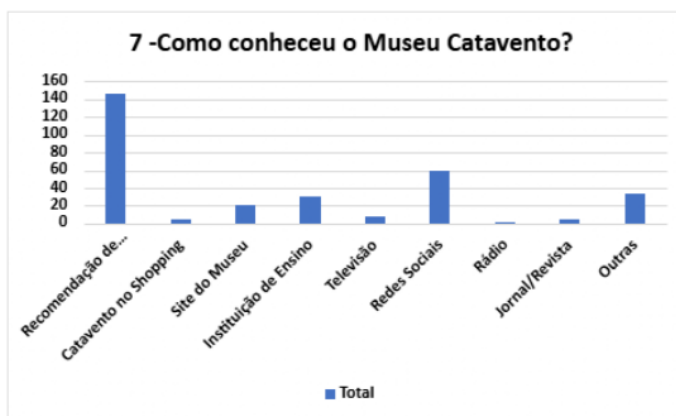


Os dados coletados indicam que o Museu Catavento tem alcançado um público diversificado de diferentes regiões da cidade de São Paulo. Conforme demonstrado no gráfico acima, “outros estados” representa a maior proporção de visitantes, com (25%) dos respondentes, seguida por “outras cidades” com (20%).

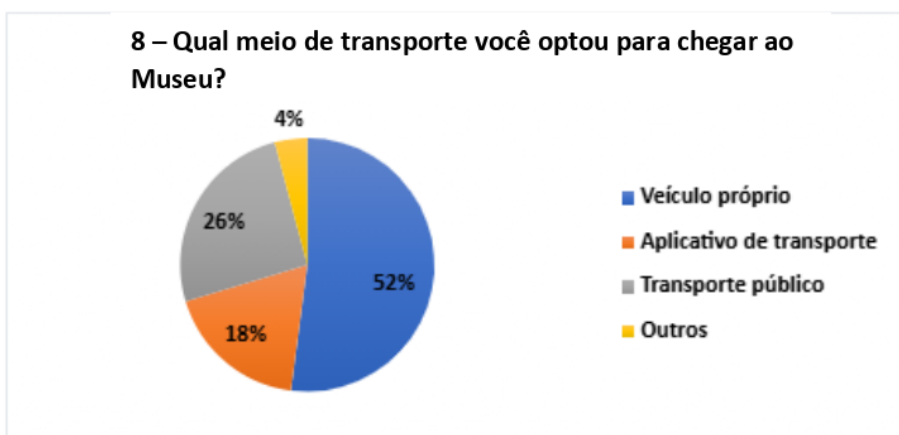


A pesquisa revelou que a maioria dos visitantes (39%) possui renda familiar per capita superior a “7 salários-mínimos”, seguida por (28%) com renda entre “4 e 6 salários-mínimos” e (20%) com renda entre “2 e 3 salários-mínimos”. Essa concentração em faixas de renda mais altas sugere que o Museu pode estar menos acessível a públicos de menor renda. Com

base nesses resultados, estamos implementando ações para ampliar o acesso, como a expansão dos dias de gratuidade, e buscando outras iniciativas que permitam a participação de todos os públicos, independentemente de sua condição socioeconômica.



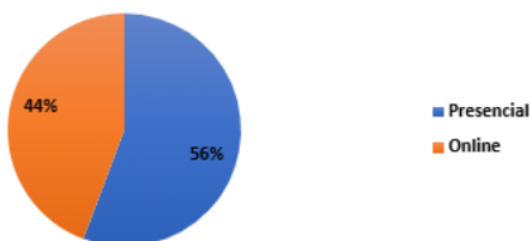
A análise dos dados revela que a maioria dos visitantes conhece o Museu Catavento por meio de "recomendações" (51%), seguida por "redes sociais" (20%). Esses números demonstram o impacto das experiências vivenciadas pelos visitantes, que, satisfeitos com suas visitas, incentivam outras pessoas a conhecerem o museu, gerando ótimos resultados positivos para a instituição.



A maioria dos visitantes (52%) utilizou o carro para chegar ao museu, enquanto (26%) optou pelo transporte público. Essa diversidade de meios de transporte indica que o Museu Catavento está cada vez mais acessível a diferentes públicos, ampliando seu alcance

socioeconômico. Ainda que, queremos ampliar ainda mais nosso alcance aos perfis que utilizam transporte público em nosso espaço, no qual estamos construindo estratégias para viabilizar esse aumento.

9 - Como foi feita a compra de ingresso?



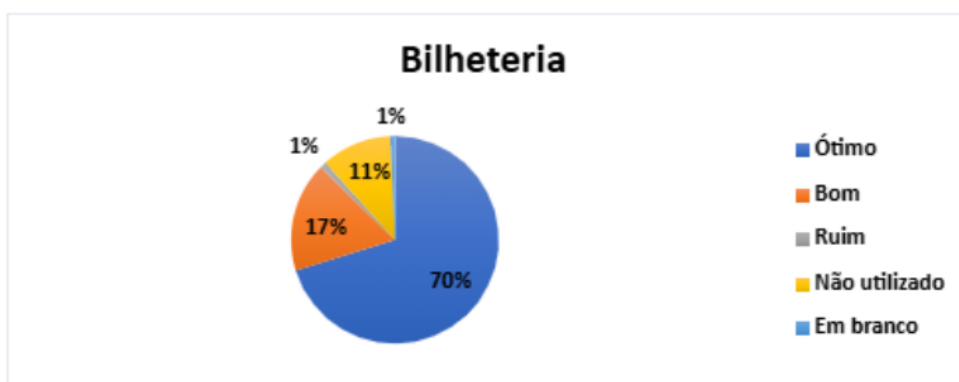
A análise dos dados aponta que (56%) dos visitantes optam por realizar suas compras de ingressos na modalidade presencial, enquanto (44%) preferem a aquisição online, o que difere dos quadrimestres anteriores, mas que não significa algo negativo ao Museu, visto que demonstra diversidade de atendimentos que prestados com total satisfação aos nossos visitantes.

Atendimento

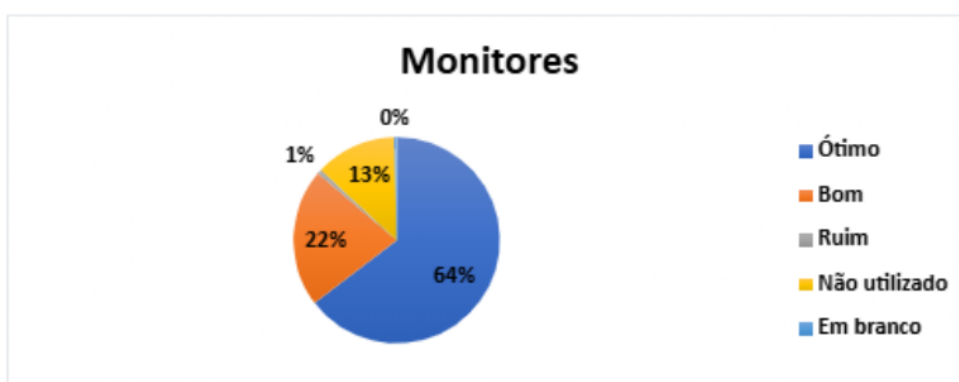
Estacionamento



A satisfação com os serviços de estacionamento, prestados pela empresa "Panda", é alta, com (49%) dos usuários considerando "ótimo" e (20%) "bom". Esses resultados demonstram que a empresa está atendendo às necessidades de nossos visitantes e nos motivam a manter esse alto padrão de qualidade.

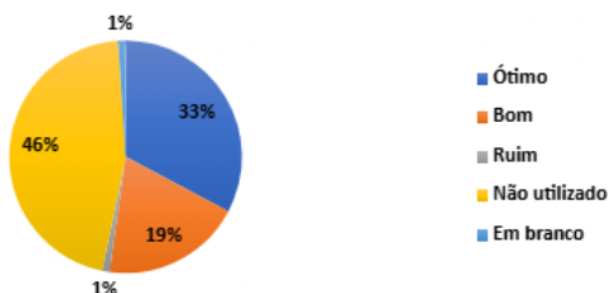


Os treinamentos periódicos realizados pelo Núcleo Catavento Acessível, em conjunto com o trabalho em equipe da Bilheteria, estão gerando resultados concretos. A prova disso está na alta taxa de satisfação dos visitantes em relação aos serviços da bilheteria, com (70%) classificando-os como "ótimo" e (17%) como "bom".



A equipe de educadores do museu tem demonstrado grande dedicação e profissionalismo. Os resultados da pesquisa de satisfação, com (64%) dos visitantes avaliando o atendimento como "ótimo" e (22%) como "bom", confirmam essa percepção e nos motivam a manter esse resultado.

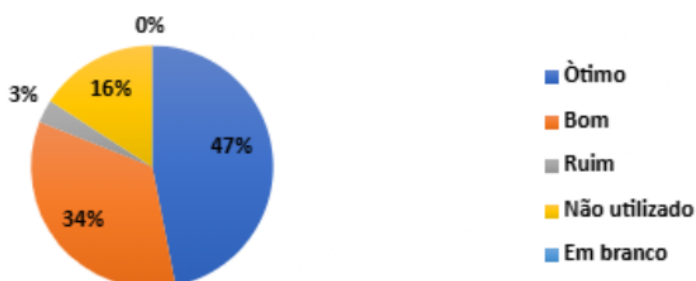
Acompanhamento do roteiro



As reuniões quadrimestrais com o corpo educativo e demais áreas responsáveis pelo atendimento aos visitantes têm contribuído para a melhoria contínua dos serviços oferecidos. A alta avaliação da visita guiada, com (33%) dos participantes classificando-a como "ótima" e (19%) como "boa", confirma a importância dessas ações.

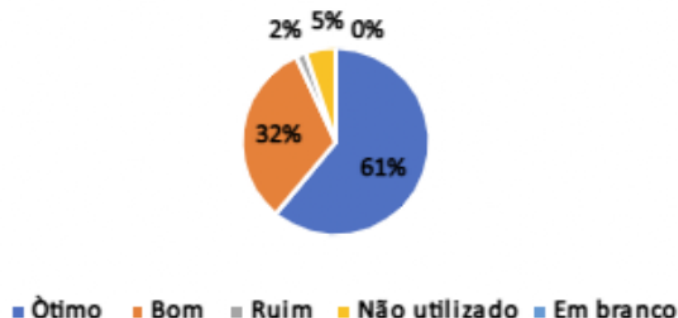
Infraestrutura

Sanitário



A avaliação dos sanitários, sob a responsabilidade da empresa terceirizada Quanta, foi extremamente positiva, com 47% dos usuários classificando-os como "ótimos" e 34% como "bons". Esses resultados demonstram a qualidade dos serviços prestados e o cuidado da empresa com a higiene e o conforto de nossos visitantes e colaboradores. Além das equipes do Patrimonial, Arquitetura e o Núcleo Catavento Acessível que buscam tornar-se o espaço cada vez mais acessível em todos os aspectos.

Segurança



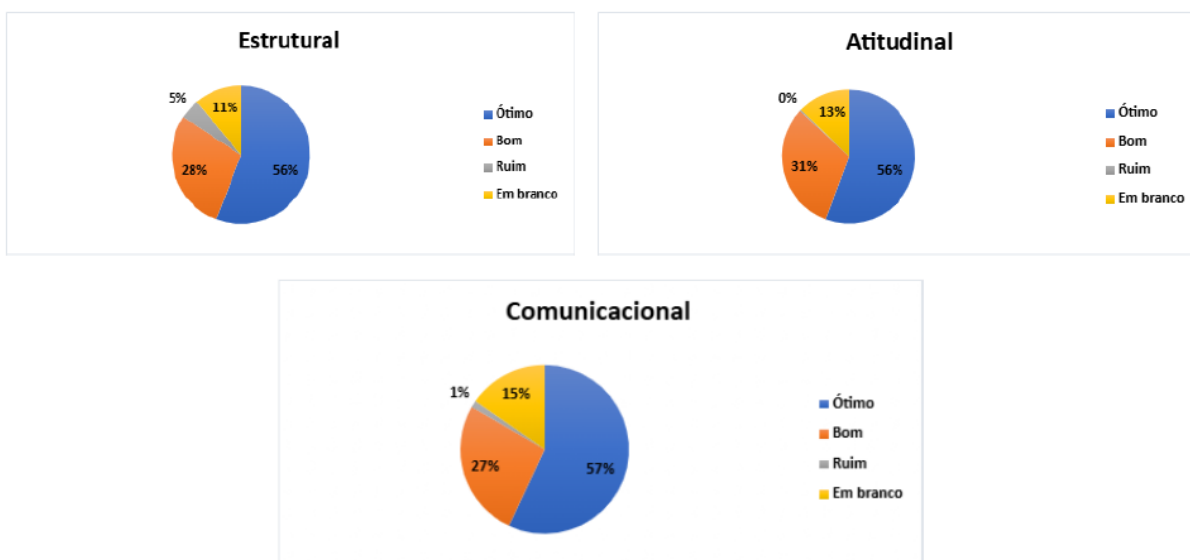
No quesito “segurança”, tivemos (61%) de avaliações “ótimo” e (32%) na categoria “bom”, o que demonstra que a equipe de segurança patrimonial atende satisfatoriamente o zelo pelo espaço e pelos frequentadores de nosso Equipamento.

Limpeza geral

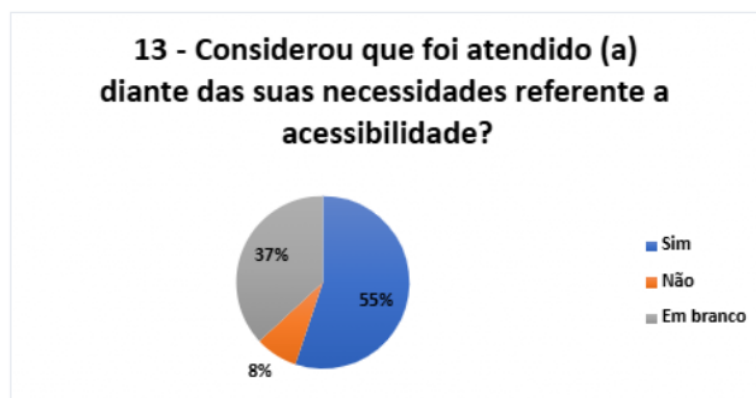


A parceria com a empresa Quanta para a limpeza geral tem se mostrado um sucesso. Os dados da pesquisa de satisfação, com (71%) dos avaliadores classificando a limpeza como "ótima" e (26%) como "boa", confirmam essa percepção.

ACESSIBILIDADE



A colaboração entre o Núcleo Catavento Acessível e as demais áreas do museu têm sido fundamentais para garantir a acessibilidade estrutural, atitudinal e comunicacional em um prédio histórico tombado. Os resultados obtidos foram feitos com base na média dos dados somados entre as três categorias, ao qual (56%) corresponde a média dos visitantes que classificaram a experiência como "ótima" e (29%) é a média dos resultados obtidos na categoria "bom", demonstrando o sucesso dessa iniciativa e a importância de promover um ambiente inclusivo para todos.



A acessibilidade é uma prioridade para o Museu Catavento. Os resultados da pesquisa indicam que (55%) dos visitantes se sentiram satisfeitos com os serviços prestados sobre o

questo acessibilidade, nos motivando a buscar soluções para atender a todas as necessidades dos visitantes, consolidando o museu como um espaço verdadeiramente inclusivo.

14 -Qual é o seu nível de satisfação em relação ao conteúdo geral do Museu (textos/Imagens)?

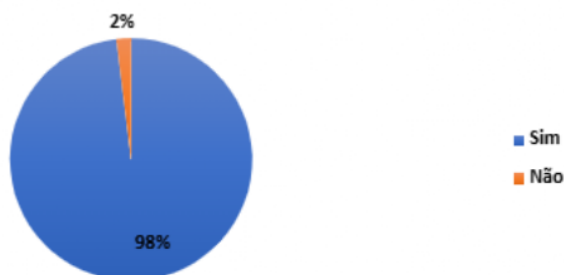


15 -Qual é o seu nível de satisfação em relação à sua experiência durante a visita ao Museu?



As medidas adotadas para melhorar a qualidade do atendimento e dos serviços em todas as áreas do Museu Catavento estão gerando resultados concretos. A pesquisa de satisfação pode nos demonstrar, diante uma média dos dois gráficos que obtivemos (83%) dos visitantes classificando os conteúdos e a experiência geral como "ótimos" e (16%) como "bom", consolidando nossos resultados positivos.

16 -Considera retornar ao Museu Catavento ou recomendá-lo para outras pessoas?



A pesquisa indica que o Museu Catavento está superando as expectativas dos visitantes. A intenção de retorno e recomendação de (98%) demonstra o impacto positivo das

experiências proporcionadas e o desejo dos visitantes de compartilhar essa experiência positiva com outras pessoas.

COMENTÁRIOS E SUGESTÕES

Seria interessante ter um livro com a história do museu e principais atrações para que as pessoas possam comprar e ter de recordação. Assim como fazem os museus internacionais.
Excelente
o museu é incrível,
Lugar maravilhoso
Podia ter gratuidade para escoteiros
me surpreendi com a quantidade de salas e atividades, meus filhos ficaram encantados e pretendo trazê-los outras vezes.

Os comentários do Museu são muito positivos, no qual nos fazem compreender que estamos atendendo as necessidades dos nossos visitantes.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os dados coletados evidenciam um índice de satisfação elevado, demonstrando que o Museu Catavento não apenas atende, mas supera as expectativas dos visitantes, proporcionando experiências marcantes que os incentivam a compartilhar com outras pessoas. Na pergunta “15- Qual é o seu nível de satisfação em relação à sua experiência durante a visita ao Museu?”, o índice de satisfação alcançou (100%), considerando o “ótimo” e “bom”, enquanto na pergunta “16- Considera retornar ao Museu Catavento ou recomendá-lo para outras pessoas?”, o percentual foi de 98% de respostas positivas. Esses resultados, somados, refletem uma satisfação geral de 99% dos visitantes, consolidando a excelência do museu em oferecer experiências enriquecedoras.

A pesquisa de satisfação, portanto, é uma ferramenta essencial para orientar o planejamento futuro e garantir que o Museu Catavento continue sendo um espaço educativo, inclusivo e inspirador para públicos diversos.

DESAFIOS NA APLICAÇÃO DA PESQUISA

O Pesquisador de Campo apontou dificuldades enfrentadas durante a coleta de informações. Muitos visitantes relataram estar ocupados acompanhando seus grupos familiares e preferiram não interromper a experiência para responder às perguntas. No caso de mães, a atenção constante aos filhos tornou a participação ainda mais desafiadora. Esses desafios destacam a necessidade de estratégias alternativas de abordagem. A compreensão

dessas limitações é fundamental para aprimorar os métodos de avaliação e continuar promovendo melhorias no atendimento e nas atividades do Museu Catavento.

São Paulo, 20 de janeiro de 2025.

PAULA PAIVA
FERREIRA:409936
33846

Assinado de forma digital por
PAULA PAIVA
FERREIRA:40993633846
Dados: 2025.01.20 14:56:44
-03'00'

Paula P. Ferreira
Gerente do Núcleo Técnico

JACQUES
KANN:01117741877

Assinado de forma digital por
JACQUES KANN:01117741877
Dados: 2025.01.20 15:45:25
-03'00'

Jacques Kann
Diretor Executivo



EIXO 5 – MONITORAMENTO E AVALIAÇÃO DE RESULTADOS

RELATÓRIO ANALÍTICO DA PESQUISA DE PERFIL E SATISFAÇÃO DO PÚBLICO VIRTUAL

3º QUADRIMESTRE/ ANUAL DE 2024

O Monitoramento e Avaliação de Resultados constitui um componente fundamental para novos planejamentos que o Museu Catavento pretende elaborar, diante as respostas colhidas. Sua finalidade é acompanhar de forma sistemática os resultados alcançados nas diversas frentes de atuação institucional, incluindo exposições, programação cultural, ações educativas e serviços. A análise dos dados obtidos permite identificar pontos fortes e oportunidades de melhoria, subsidiando a tomada de decisões e o desenvolvimento de novas estratégias para otimizar o engajamento do público e a eficácia das ações promovidas pelo museu, tanto no âmbito presencial quanto virtual.

PESQUISA VIRTUAL CATAVENTO EM CASA

Em linha com sua política de gestão, o Museu Catavento realizou uma pesquisa de perfil e satisfação do público virtual no ao longo do ano de 2024. O estudo, desenvolvido internamente, teve como objetivo principal monitorar o desempenho das ações de comunicação digital do museu, coletando dados sobre o perfil dos seguidores das redes sociais e avaliando a qualidade dos conteúdos publicados. Os resultados desta pesquisa servirão como base para a tomada de decisões e o aprimoramento das estratégias de comunicação digital do museu. A pesquisa de satisfação do público virtual, é divulgada nas plataformas digitais (Instagram e Facebook), além do WhatsApp Buzines. Ao analisar os resultados obtidos, buscamos identificar oportunidades de melhoria e direcionar nossas ações, garantindo relevância das nossas iniciativas culturais e educacionais para atender às demandas de nossa audiência. Através da análise do desempenho do museu sob a perspectiva dos resultados adquiridos através da pesquisa, este relatório busca contribuir para o aprimoramento contínuo dos serviços culturais e educacionais oferecidos.





Print da divulgação da pesquisa realizada nas redes sociais

OBJETIVO

O objetivo da pesquisa é o de conhecer o perfil dos visitantes do Catavento Cultural em termos de idade, sexo, tipo de ocupação, estado civil, grau de instrução, renda. Tem por objetivo, também, identificar a avaliação contínua dos seguidores que acompanham as plataformas digitais as ações virtuais elaboradas pelo Núcleo Educativo.

METODOLOGIA

A metodologia adotada envolve a divulgação periódica de postagens nas redes sociais, como Instagram e Facebook, contendo o link para acesso ao questionário online, hospedado na ferramenta da Microsoft. A análise desses resultados fornece uma base sólida para a tomada de decisões estratégicas, com o objetivo de ajustar e melhorar continuamente a programação virtual elaborada pelo Núcleo Educativo, de acordo com as respostas e feedbacks dos participantes.

DADOS COLETADOS NO 1º QUADRIMESTRE

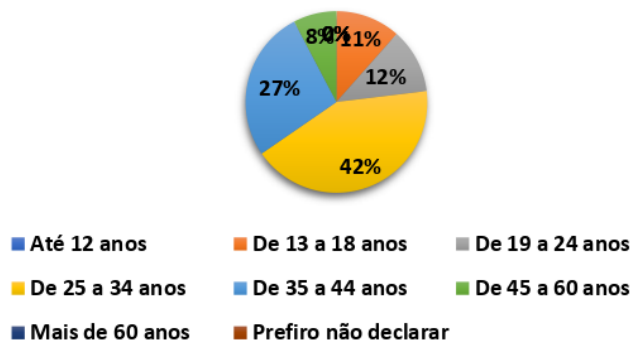
Apresentaremos em formato de gráfico as informações coletadas no primeiro trimestre de 2024 com 26 respostas:

1- Gênero



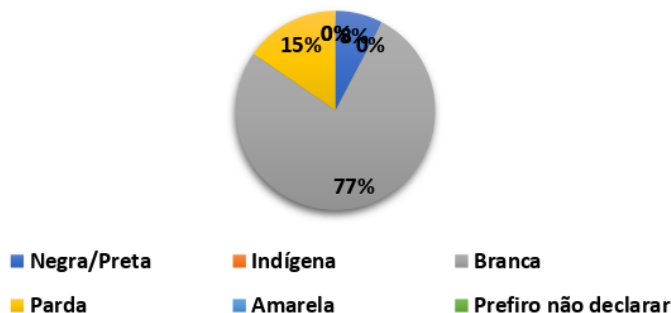
Como podemos analisar no gráfico acima, nosso maior público respondente foi o feminino (77%), enquanto nosso menor foi o masculino (23%). Isso pode ser justificado, de acordo com o olhar de nosso pesquisador de campo que, as mulheres, em suma, são as mais participativas de nossas atividades, sejam em âmbito online ou físico, já que frequentam mais o museu com seus filhos, além de o número de professoras ou quadro de apoio feminino das escolas ser maior que o gênero masculino.

2- Faixa Etária



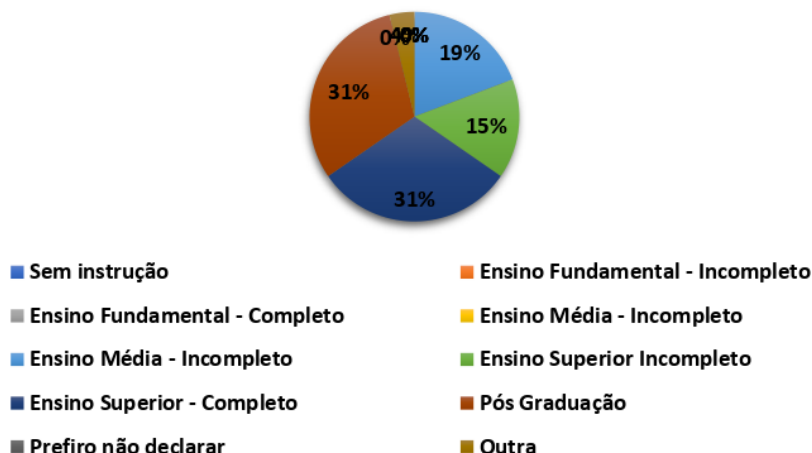
O gráfico correspondente à faixa etária nos mostra alguns resultados interessantes, no qual podemos perceber que o público de 25 a 34 anos (42%) são os mais presentes em nossas atividades virtuais, seguido do público de 35 a 44 anos (27%) e o público de 19 a 24 anos (12%). Esse resultado pode ser justificado por essa faixa etária ter maior facilidade para acessar documentos online, como nosso formulário. Além de ser um dos públicos que mais frequenta o Museu Catavento, seja porque acompanham filhos, pais, amigos ou estão vinculados a alguma instituição que trabalham ou estudam.

3- Etnia



Em relação a etnia, percebemos que a branca (77%) é o nosso maior público participativo, seguido da parda (15%) e por último a negra/preta (8%). Isso pode acontecer por fatores raciais e classistas, levando em conta que a população negra/preta é uma das com maiores percentuais de trabalhos em condições precárias, com horas exaustivas e salário mal remunerado, impactando diretamente em seu momento de lazer.

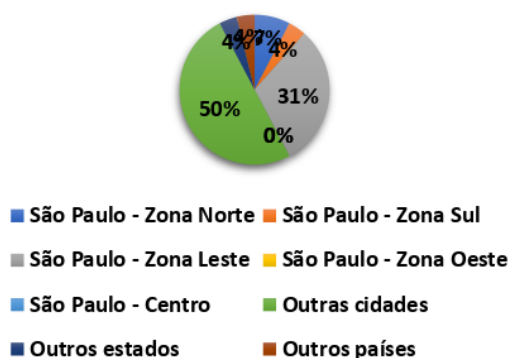
4- Escolaridade



Em relação a escolaridade com (31%) temos as categorias “pós-graduação” e “ensino superior completo”, o que pode sinalizar que nosso público é mais abastado, no qual tiveram melhores oportunidades para conclusão de curso e, dessa forma, melhores condições de vida,

facilitando a vinda e a participação das atividades promovidas pelo Museu Catavento em ambiente online e físico. Seguido do ensino médio incompleto (19%) e ensino superior incompleto (15%), que em sua maioria são as escolas e faculdades que promovem atividades extracurriculares, tornando o Museu Catavento um grande aliado, devido seções que são complementares aos currículos escolares.

5- Onde Mora?



Observamos com o gráfico acima que a maior parte de nossos públicos virtuais residem em outras cidades (50%), seguido da região Leste de São Paulo (31%), a região Central (7%) e com (4%) temos as regiões Sul de São Paulo, outros estados e outros países. O que demonstra nosso grande alcance em território nacional e internacional, nos consolidando como um dos museus mais influentes do Brasil. Além desse número acabar sendo maior para essas categorias, devido dificuldade de locomoção, já que boa parte teria que viajar para chegar até o Museu Catavento, o que demonstra que nossas atividades virtuais são muito bem-vistas e esperadas por esses públicos distantes.

6- Renda Familiar?



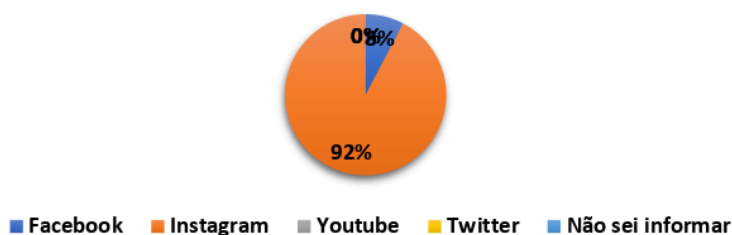
Podemos analisar que a maior parte de nosso público assinalou a opção “até 2 salários mínimos”, seguidos de (23%) nas categorias “até 3 salários mínimos” e “acima de 4 salários mínimos”, após isso temos (15%) daqueles que optaram por não declarar e (12%) dos que disseram que ganham menos de 1 salário mínimo. Esse gráfico conversa diretamente com os apontamentos dos gráficos “escolaridade” e “etnia”, no qual as pessoas com melhores recursos são as mais participativas de nossas atividades, além do fácil acesso ao ambiente virtual que elas possuem.

7- Você já visitou o Museu Catavento?



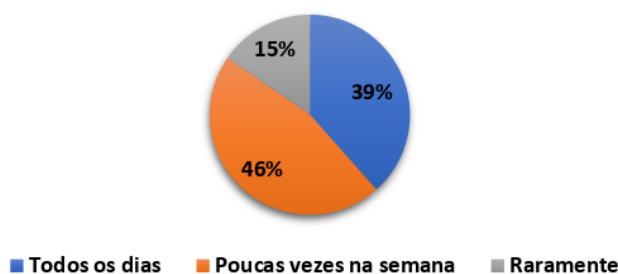
Percebemos que as pessoas que participam de nossas atividades virtuais já visitaram o Museu Catavento presencialmente (77%), demonstrando que cativamos os públicos ao ponto de eles desejarem participar de nossas atividades, mesmo em suas casas. Em contrapartida, temos (23%) que ainda não visitou o Museu Catavento, mas que, devido participarem de atividades online, demonstram interesse para um possível visita.

8- Qual destas redes sociais você mais utiliza para acessar os conteúdos do Museu Catavento?



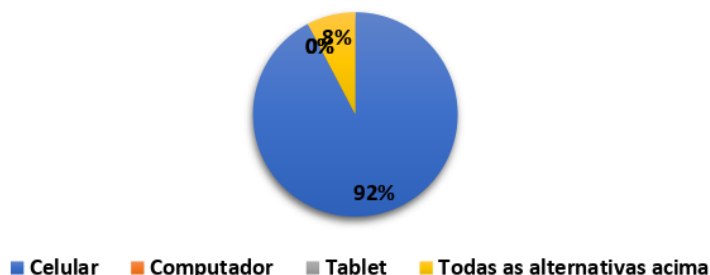
Observamos que a maior parte de nossos públicos utilizam o Instagram (92%), demonstrando que nossos esforços para divulgar o Museu Catavento em ambientes online está sendo produtiva.

9- Com que frequência você acompanha o Museu Catavento nessas redes sociais?



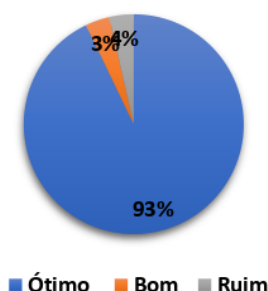
Podemos perceber a maior parte nos acompanha poucas vezes na semana (46%), seguido de (39%) que nos acompanha todos os dias e por fim (15%) que nos acompanha raramente. Sendo assim, iremos conversar com as áreas de Comunicação para que possamos juntos de outras áreas, construirmos uma estratégia que desperte ainda mais interesse nos visitantes em nossas plataformas online.

10- Costuma acessar as redes sociais por qual meio?



Observamos com os demonstrativos do gráfico acima que a maior parte acessa as redes sociais pelos celulares (92%), seguidos dos que acessam por outros meios (8%).

11- Como você avalia a Programação Virtual do Museu Catavento?



O presente gráfico pode nos dizer o quanto estamos sendo assertivos em nossas programações, já que (93%) de nossos telespectadores midiáticos assinalou nossas atividades como “ótimo”. Aos que assinalaram “ruim” (4%) e “bom” (3%) tentaremos melhorar para transformar suas avaliações em “ótimo” também.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A conclusão de que (93%) dos respondentes avaliaram positivamente a programação virtual do Museu Catavento é bastante positiva. Isso demonstra um alto nível de satisfação do público virtual que acompanha o museu. O fato de apenas (3%) terem classificado como "Bom" e (4%) como "Ruim" sugere que a grande maioria dos participantes está muito satisfeita com a programação virtual oferecida. Esse feedback positivo é um indicador importante de que as atividades e conteúdos virtuais oferecidos pelo Museu Catavento estão sendo bem recebidos pelo público. É um reconhecimento do esforço da instituição em fornecer experiências culturais e educativas de qualidade através de plataformas digitais. No entanto, é importante não ignorar as opiniões e preocupações dos (7%) dos respondentes que classificaram a programação como "Bom" e "Ruim". Esses feedbacks também são valiosos e podem fornecer insights sobre áreas específicas que podem precisar de melhoria ou ajustes para atender às expectativas do público de forma mais ampla.

E falando sobre os públicos participativos do ambiente virtual, podemos perceber que boa parte deles possui melhores recursos, diante respostas do grau de escolaridade e questões que envolvam temáticas raciais e classicistas, o que pode ser um grande alerta para tornarmos mais

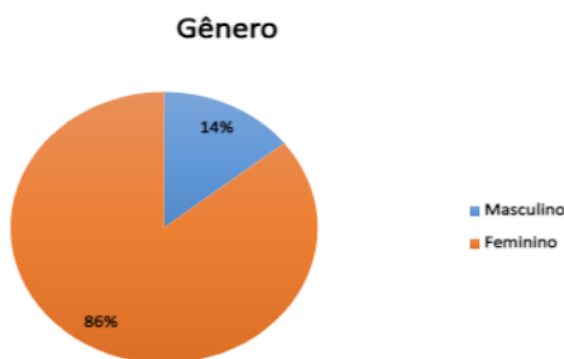
acessível todas nossas plataformas digitais, além do Museu Catavento em si, já que boa parte das pessoas visitaram presencialmente nosso espaço, qualificando que nosso maior público é abastado, o que não é ideal, levando em conta que a população residente do país está classificada como “classe D” e “classe E” em sua maioria.

DADOS COLETADOS NO 2º QUADRIMESTRE – CATAVENTO EM CASA

A pesquisa realizada no segundo semestre de 2024 com o público virtual do Museu Catavento, que contou com a participação de 28 respondentes, teve como objetivo coletar informações sobre a satisfação e as expectativas dos visitantes em relação aos serviços oferecidos pela instituição. Os resultados desta pesquisa são fundamentais para o aprimoramento contínuo das atividades do museu e para a tomada de decisões.

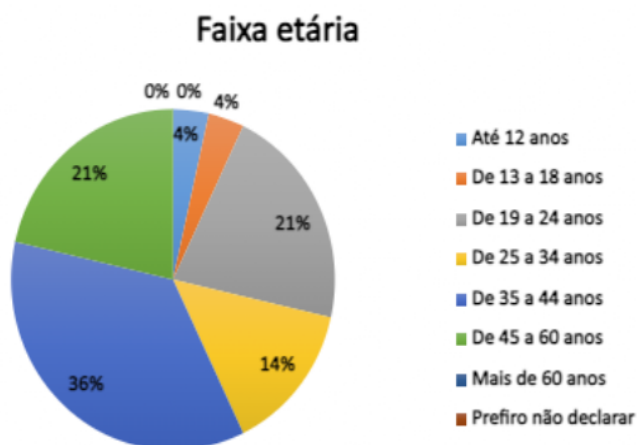
Este relatório, com base em dados coletados e analisados, apresenta um panorama completo das percepções e expectativas do público em relação ao Museu Catavento. As informações aqui contidas são fundamentais para a tomada de decisões estratégicas, permitindo ao museu aprimorar seus serviços e oferecer experiências cada vez mais relevantes e enriquecedoras aos visitantes, em consonância com sua missão institucional.

A seguir, apresentaremos os gráficos que refletem essas informações:



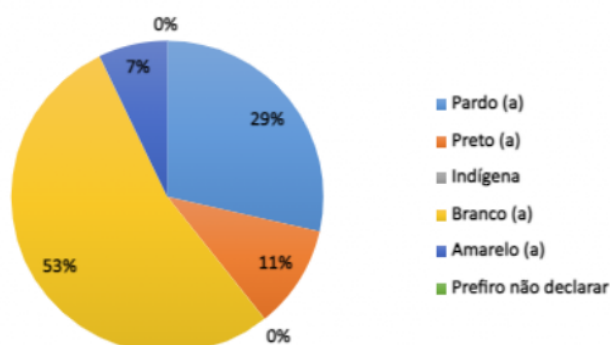
A pesquisa reafirma a importância do público feminino para o Museu Catavento, representando (86%) dos participantes, em comparação ao público masculino (14%). Essa predominância, já observada em pesquisas anteriores, reforça a hipótese de que as mães desempenham um papel fundamental na escolha e incentivo de atividades culturais e educativas para seus filhos, tanto no ambiente virtual quanto presencial. Essa compreensão é importante para

planejarmos métodos de comunicação e programação que atendam de forma mais eficaz às necessidades e interesses desse público.



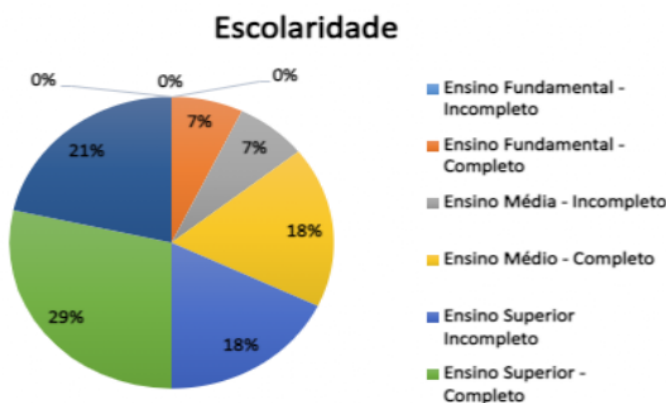
Os resultados da pesquisa demonstram que a maior parte dos participantes (36%) está na faixa etária entre 35 a 44 anos, seguida por aqueles entre 45 a 60 anos e 19 a 24 anos (ambos 21%). As demais faixas etárias apresentam percentuais menores. Essa predominância da faixa etária entre 35 a 44 anos pode estar relacionada à busca por atividades de desenvolvimento pessoal e profissional, bem como ao acompanhamento de crianças. Essa informação é fundamental para a elaboração de estratégias de comunicação e programação que atendam de forma mais eficaz às necessidades e interesses desse público.

Qual a sua identificação étnico racial?

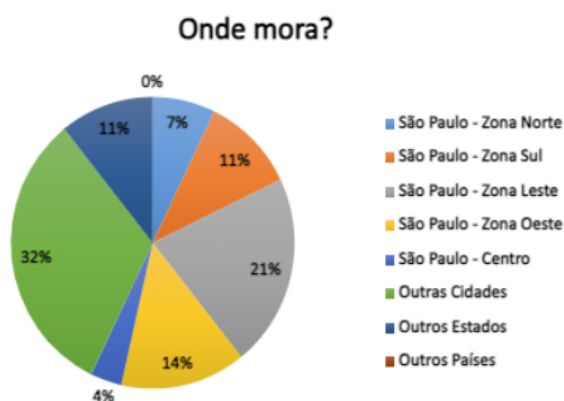


Quanto à etnia, a maioria dos participantes se identifica como branca (53%), seguida por pardos (29%) e pretos (11%). Essa disparidade pode estar relacionada a fatores socioeconômicos,

como o racismo estrutural que impede o acesso de negros e pardos a oportunidades e gera condições de trabalho mais precárias. A sobrecarga de trabalho e a baixa remuneração podem limitar o tempo e os recursos disponíveis para o lazer.



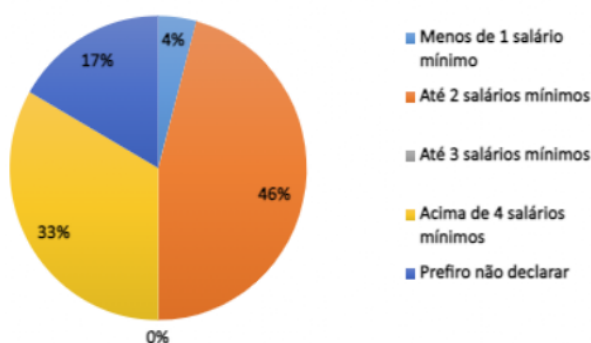
A maior parte dos participantes (29%) possui ensino superior completo, indicando um público com maior nível de escolaridade e, possivelmente, maior acesso a recursos. Isso pode facilitar a participação em atividades do Museu Catavento, tanto online quanto presencial. Em seguida, temos os participantes com ensino superior incompleto (21%) e (18%) do ensino fundamental incompleto, que podem encontrar no Museu Catavento um complemento para suas formações.



Os dados do gráfico evidenciam que quase metade de nosso público virtual reside em outras cidades (32%), demonstrando um alcance estadual significativo. A região Leste de São Paulo concentra (21%) dos visitantes virtuais, seguida pela região Oeste (14%) e região Central e Sul

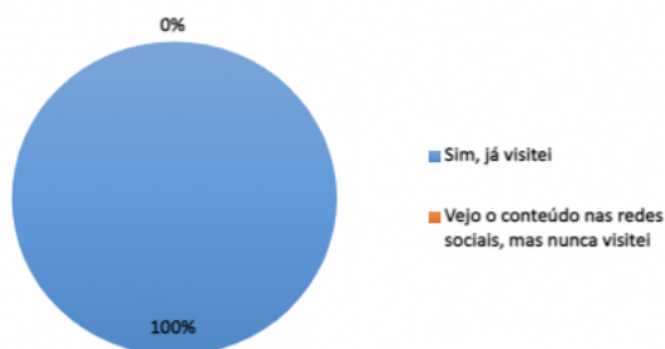
(11%). Esse amplo alcance reforça a influência do Museu Catavento no Estado. A alta proporção de visitantes de outras cidades indica que nossas atividades virtuais atendem a uma demanda reprimida por aqueles que enfrentam dificuldades para visitar o museu presencialmente.

Renda familiar?



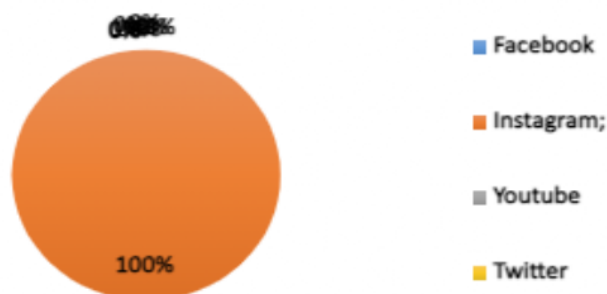
A maioria dos participantes declarou ter renda de até 2 salários-mínimos (46%). Em seguida, temos as faixas de acima de 4 salários-mínimos (33%) e outras pessoas preferiram não declarar (17%). Esses dados demonstram que nossas iniciativas de tornar o Equipamento em um local mais inclusivo estão dando resultados positivos.

Você já visitou o Museu Catavento?



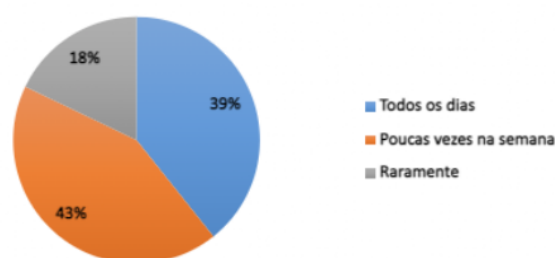
A maior parte dos participantes de nossas atividades virtuais (100%) já visitou o Museu Catavento presencialmente, indicando um alto nível de engajamento e desejo de continuar interagindo conosco, mesmo à distância.

Qual(is) dos seguintes canais de comunicação você utiliza para obter informações sobre o Museu Catavento?



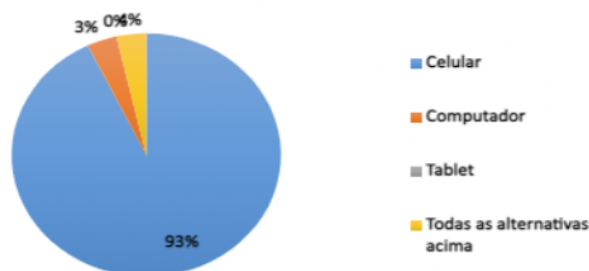
O Instagram se destaca como a principal plataforma utilizada por nosso público (100%), evidenciando o sucesso de nossas estratégias de divulgação digital por esse canal.

Com que frequência você acompanha o Museu Catavento nessas redes sociais?



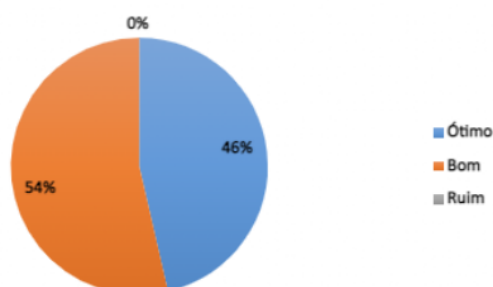
Nossos dados indicam que a frequência de acompanhamento é predominantemente poucas vezes na semana (43%), com um contingente significativo que nos acompanha diariamente (39%) e uma menor proporção que o faz raramente (18%). Isso nos motiva a estudar meios que favoreçam uma maior interatividade de nossos visitantes conosco em nossas plataformas online.

Costuma acessar as redes sociais por qual meio?



Conforme demonstrado no gráfico, a maior parte dos usuários acessa as redes sociais por meio de dispositivos móveis (93%), enquanto uma parcela menor utiliza computadores (3%) e outros todas as alternativas (4%).

Como você avalia a Programação Virtual do Museu Catavento?



Os dados apresentados no gráfico demonstram um alto índice de satisfação dos telespectadores com nossas programações, uma vez que (54%) as classificaram como bom e outros (46%) como ótimo. A fim de otimizar ainda mais nossos conteúdos, direcionaremos nossos esforços para aqueles que as avaliaram como bom, buscando alcançar a excelência em todas as nossas produções.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A avaliação da programação virtual do Museu Catavento é extremamente positiva, com (100%) de satisfação dos participantes, o que demonstra extrema satisfação, entretanto, nos esforçaremos em tornar as classificações “bom” (54%) em “ótimo” (46%). Esses resultados reforçam

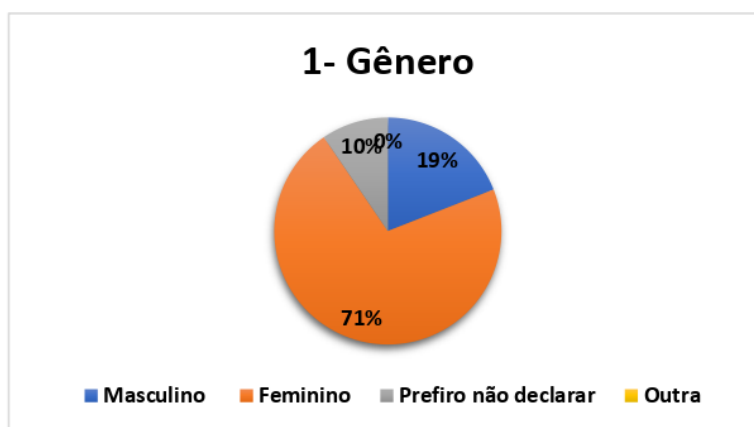
a importância das iniciativas digitais do Museu e demonstram seu sucesso em levar cultura e educação para um público cada vez maior.

Comparado aos anos anteriores, percebemos que o perfil socioeconômico mudou bastante – destaque para muitas pessoas dentro da classificação “até 2 salários-mínimos” (46%) -, demonstrando que nossos esforços em ampliar o alcance do Equipamento, o tornando mais acessível para todos colheu bons frutos, sendo assim, pretendemos continuar dessa maneira, progredindo cada vez mais e tornar o Museu Catavento ainda mais inclusivo para nossos visitantes, tanto em âmbito presencial, quanto virtual.

DADOS COLETADOS NO 3º QUADRIMESTRE – CATAVENTO EM CASA

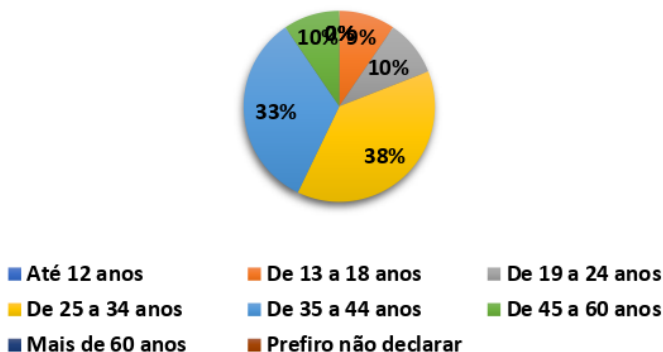
Neste relatório, apresentaremos a análise das informações que foram coletadas durante o terceiro quadrimestre do ano de 2024. Ao todo, obtivemos 21 respostas daqueles que compartilharam suas percepções e opiniões com relação ao Museu Catavento.

GRÁFICOS COM AS REPRESENTAÇÕES DOS DADOS COLETADOS:



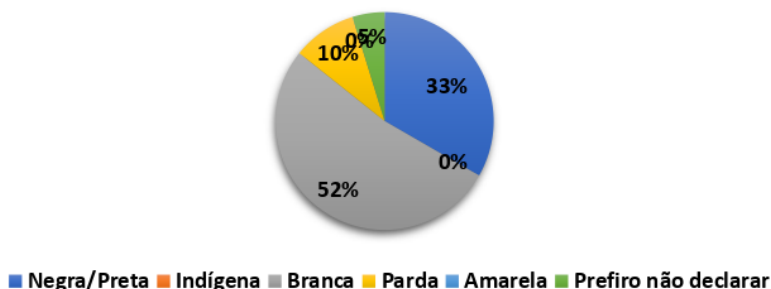
Assim como nos quadrimestres anteriores, o maior público respondente é o feminino (71%), seguido do masculino (19%) e dos que resolveram não declarar (10%). Percebemos que conforme os quadrimestres foram passando, o público masculino foi menos participativo. Sabendo-se disso, podemos tentar tomar medidas que aproximem mais esse público de nossas atividades online.

2- Faixa Etária



Assim como nos quadrimestres anteriores, nosso maior público continua sendo o jovem adulto de 25 a 34 anos (38%), seguido de 35 a 44 anos (33%), (10%) categorias de 19 a 24 anos e 45 a 60 anos e por fim, de 13 a 18 anos totalizamos (9%). Com isso, podemos constatar que os públicos jovens de 13 a 18 anos não usufruem tanto dos conteúdos online, dessa maneira, poderíamos tornar nossos materiais mais acessíveis e atrativos para essa faixa etária, já que nossas seções complementam o currículo escolar dessa idade. Além de serem um dos públicos que atualmente mais utilizam os ambientes virtuais.

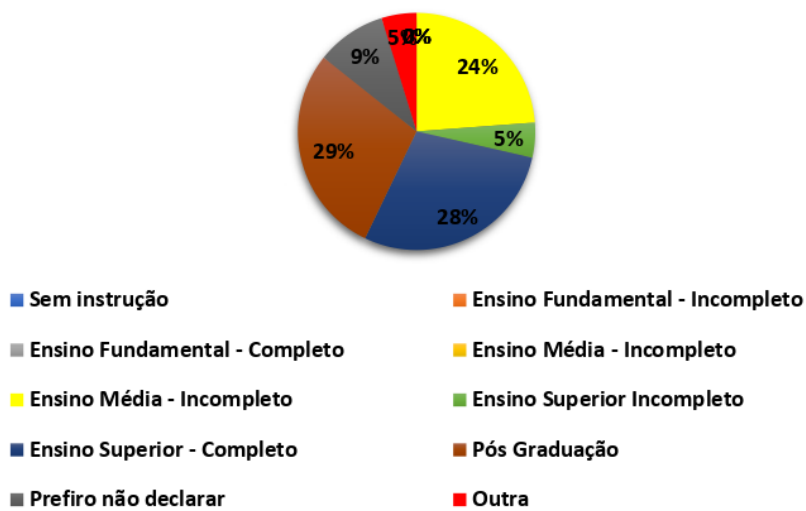
3- Etnia



Nesse último quadrimestre percebemos que o público não branco totalizou (43%), o que demonstrou um aumento significativo e importante para o Museu Catavento, no qual especificando esse gráfico, tivemos (33%) de pessoas negras/pretas e (10%) de pessoas pardas. Entretanto, continuamos com o nosso público mais participativo sendo de pessoas brancas (52%),

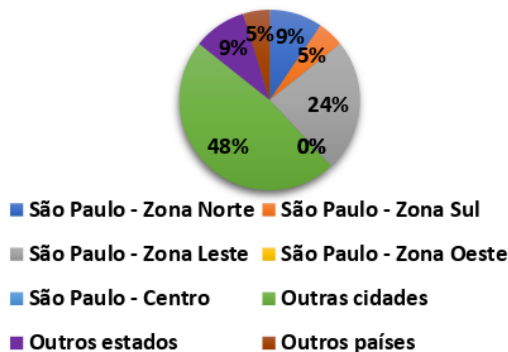
sendo assim, conteúdos que contemplem outras culturas, especialmente as não brancas, seriam interessantes para atrair mais outras etnias dos conteúdo online.

4- Escolaridade



Nesse último quadrimestre tivemos um balanço interessante e equilibrado da escolaridade das pessoas que participam de nossas atividades online, o que é bem positivo. No qual o maior público que participa de nosso ambiente online é pós-graduado (29%), seguido de ensino superior completo (28%), (24%) de pessoas que estudam no ensino médio, (9%) ficou na categoria “prefiro não declarar” e (5%) de escolaridade “outra” ou ensino superior incompleto.

5- Onde Mora?



Continuamos com a categoria “outras cidades” com a maior porcentagem (48%), seguido da zona Leste com (24%), (9%) outros estados e zona Norte e por fim (5%) das categorias “outros países” e “zona Sul”. Demonstrando que o grande alcance permaneça em alta.

6- Renda Familiar?



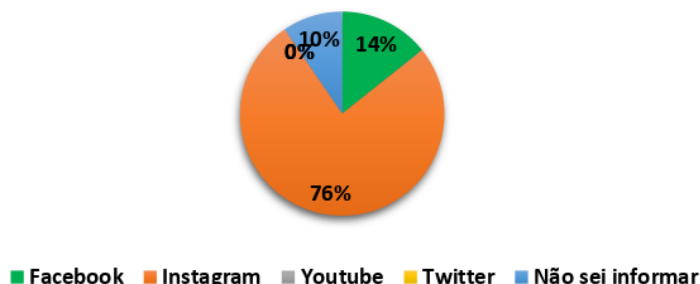
A renda familiar do nosso público virtual foi bem equilibrada, o que é positivo, pois demonstra acessibilidade para todos os públicos. Totalizamos (29%) da categoria “acima de 4 salários mínimos”, (28%) da categoria “até 2 salários mínimos”, (24%) de “até 3 salários mínimos” e (19%) de “prefiro não declarar”.

7- Já Visitou o Museu Catavento?



O resultado do último quadrimestre continuou semelhante aos anteriores, demonstrando que conseguimos manter o interesse dos visitantes, ao ponto de eles nos buscarem no ambiente virtual, no qual (90%) já visitou o Museu Catavento alguma vez.

8- Qual destas redes sociais você mais utiliza para acessar os conteúdos do Museu Catavento?



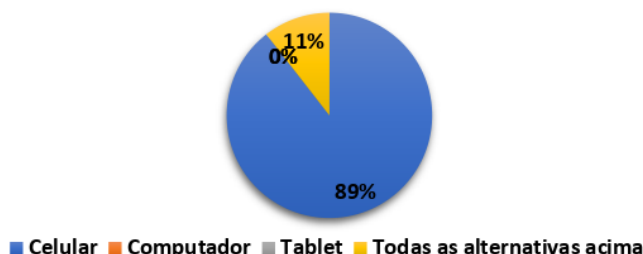
Assim como nos dados coletados anteriormente, mantivemos o Instagram como a principal plataforma de uso de nossos públicos, totalizando (76%), seguido de (14%) dos públicos que utilizam o Facebook e (10%) dos que não sabem informar. Com essa análise, podemos tentar melhorar nosso alcance para outras plataformas online, trazendo outros públicos no ambiente virtual que utilizam outras plataformas.

9- Com que frequência você acompanha o Museu Catavento nessas redes sociais?



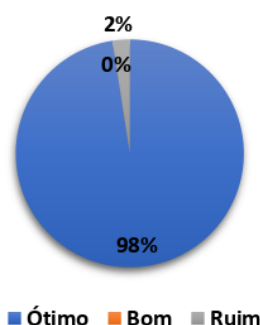
Nesse último quadrimestre recuperamos um pouco do nosso percentual de pessoas que nos acompanham todos os dias (29%), entretanto, continuamos com o maior número de pessoas que nos acompanha poucas vezes na semana (57%), seguido de (14%) de frequência “raramente”. Sendo assim, estamos no caminho certo para conquistar e fidelizar ainda mais públicos que nos acompanham diariamente.

10- Costuma acessar as redes sociais por qual meio?



Assim como nos outros quadrimestres, as pessoas utilizam mais os celulares (89%) para acessar plataformas digitais, seguido de (11%) para “todas as alternativas acima”, sendo assim, podemos tentar criar conteúdo que se comportem de maneira inédita para cada aparelho eletrônico, fidelizando ainda mais nossos públicos.

11- Como você avalia a Programação Virtual do Museu Catavento?



Nesse último quadrimestre, nos aproximamos da margem total de satisfação, alcançando (98%) de avaliações descritas como “ótimo” e somente (2%) nas categorias “ruim”, o que demonstra que nossos esforços foram bem aceitos pelos públicos que nos acompanham.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com base nos dados coletados durante o 3º quadrimestre do ano de 2024, através da questão nº11 que avalia a programação virtual do Museu Catavento, é evidente que a grande maioria dos respondentes, representando em (98%), demonstrou um elevado grau de satisfação

em relação às atividades virtuais oferecidas pela instituição. Este resultado é extremamente positivo e reflete o comprometimento do Museu Catavento em proporcionar experiências de alta qualidade e culturalmente enriquecedoras ao seu público virtual. A taxa de satisfação demonstra que as iniciativas digitais implementadas foram bem-sucedidas em atender às expectativas e interesses do público. É importante destacar que uma porcentagem tão expressiva de satisfação é um indicador significativo do sucesso das atividades virtuais do museu durante este período específico. Este feedback positivo valida os esforços da instituição em oferecer conteúdo cultural e educativo relevante e envolvente aos visitantes virtuais. É importante ressaltar que o segundo e o terceiro quadrimestre foram um reflexo bem conciso do primeiro, no qual poucas são as mudanças visíveis nos dados coletados, entretanto, a maior parte das mudanças foram positivas, o que é muito interessante e progressista. Sendo assim, devemos manter o nível de qualidade, tornando mais acessível nosso ambiente virtual para conseguirmos obter maior diversidade de públicos e cumprimos nosso compromisso sociocultural.

Apesar dos resultados positivos, reconhecemos a necessidade de aprimorar constantemente nossos serviços. Com base nas sugestões dos visitantes, vamos investir em ações para aumentar a interatividade com nossas plataformas online. A ideia é oferecer mais atividades e conteúdos digitais para que o público possa continuar se conectando com o Museu, mesmo estando em casa, ao passo que iremos facultar “enquetes” em nossos stories com assuntos relacionados à nossa temática.

São Paulo, 20 de janeiro de 2025

PAULA PAIVA
FERREIRA:409936338
46

Assinado de forma digital por
PAULA PAIVA
FERREIRA:40993633846
Dados: 2025.01.20 14:57:13 -03'00'

Paula P. Ferreira
Gerente do Núcleo Técnico

JACQUES
KANN:01117741877

Assinado de forma digital por
JACQUES KANN:01117741877
Dados: 2025.01.20 15:47:38 -03'00'

Jacques Kann
Diretor Executivo



PROGRAMA DE GESTÃO MUSEOLÓGICA

Eixo 5 – Monitoramento e Avaliação de Resultados

RELATÓRIO ANALÍTICO DA PESQUISA DE SATISFAÇÃO DO PÚBLICO DE EXPOSIÇÕES E PROGRAMAÇÃO CULTURAL

Anual 2024

O Programa de Exposições e Programação Cultural, desenvolve e promove ações para a programação cultural do museu, com intuito de contribuir ainda mais para o crescimento cultural e social do público visitante.

Para entender as expectativas dos diferentes públicos que visitam o museu e desenvolver atividades que ampliem suas experiências, temos como estratégia coletar e analisar informações dos visitantes.

Ao longo do ano de 2024 desenvolvemos pesquisas com os visitantes, cujos resultados obtidos seguem aqui apresentados por meio de gráficos para melhor visualização dos resultados.

Metodologia

Para obtenção destes dados, seguimos com a coleta de informações foi efetuada por meio de abordagem direta com o visitante. Estas abordagens foram efetuadas nos mesmos locais das atividades e aplicadas pela equipe de Programação Cultural ou pelos mediadores das oficinas. Salientamos que a pesquisa consistia na apreciação de múltipla escolha, com possibilidade de comentários, se assim desejasse o respondente. O pesquisador fazia o questionamento sobre a satisfação e o mesmo também anotava manualmente na planilha.

Visando melhorias na obtenção de dados em determinadas atividades, em 2024 também iniciamos a aplicação de pesquisa por meios digitais. Utilizando tablets, o pesquisador aplicava a pesquisa no local da visita/atividade.

Além disso, disponibilizamos QRCodes com formulários de pesquisa para as programações culturais, onde o público poderia responder ao questionário e apresentar suas



observações, onde e quando pudesse. Esta modalidade foi útil para abordagens principalmente no auditório – local de difícil aplicabilidade de pesquisas.

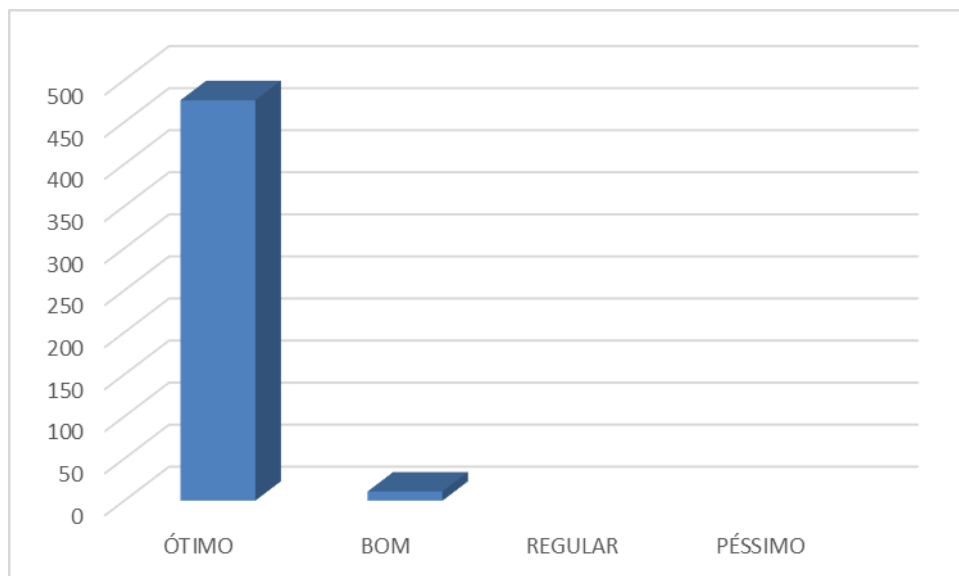
Principais Resultados

A seguir, apresentamos os principais resultados obtidos a partir das avaliações do público geral ao longo do ano de 2024, tivemos salto quantitativo em relação ao ano anterior, ampliando para 1.196 pessoas que participaram da pesquisa, por meio de formulário físico.

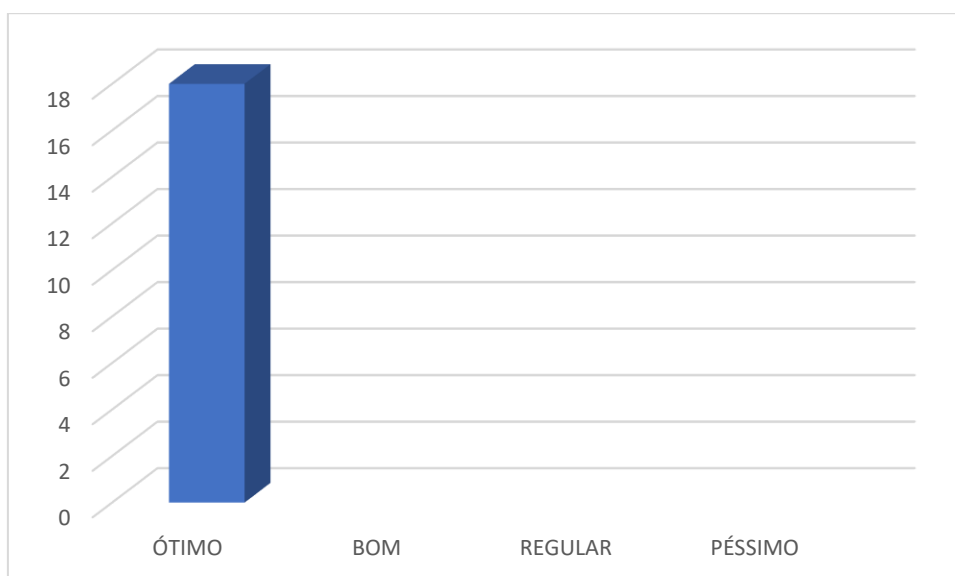
Oficina de Mini Terrário

Apesar desta atividade ser consagrada dentro de nossa programação cultural, com inúmeras solicitações para replicarmos, periodicamente aplicamos pesquisa para verificar a performance da oficina. Em 2024 esta oficina foi apresentada nas duas edições Férias no Catavento, sempre com grande atratividade.

No mês de janeiro, 487 pessoas responderam ao questionário e obtivemos o seguinte resultado:



Em julho, 142 pessoas responderam ao questionário:



No ato da abordagem para a pesquisa, incentivamos os respondentes a apresentar suas opiniões e comentários e destacamos algumas das observações: Ótima oficina, trabalho muito bem executado. Gostamos de levar o terrário para casa! Excelente experiência, entre outros. Dentre as sugestões, tivemos vários pedidos de mantermos outras espécies de plantas para os terrários.

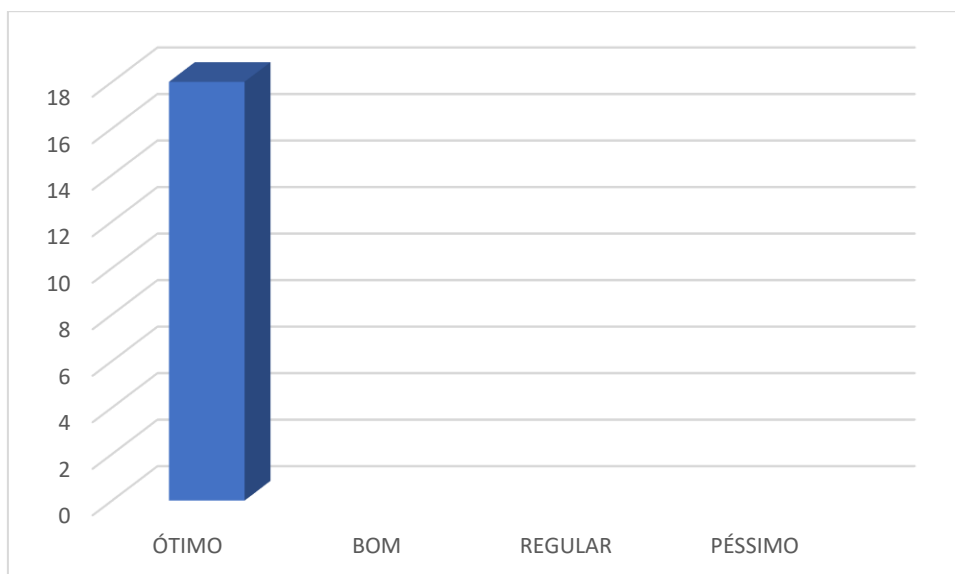
Vale lembrar que em janeiro 756 pessoas participaram das oficinas e, em julho, tivemos 565 participantes.

Oficina de Fósseis:

Dos 405 participantes da oficina, 34 aceitaram responder aos questionários e integralmente acharam ótima atividade.



Das opiniões recebidas, alguns comentários como interessante e divertida, além de ótimo aprendizado e bastante didática.

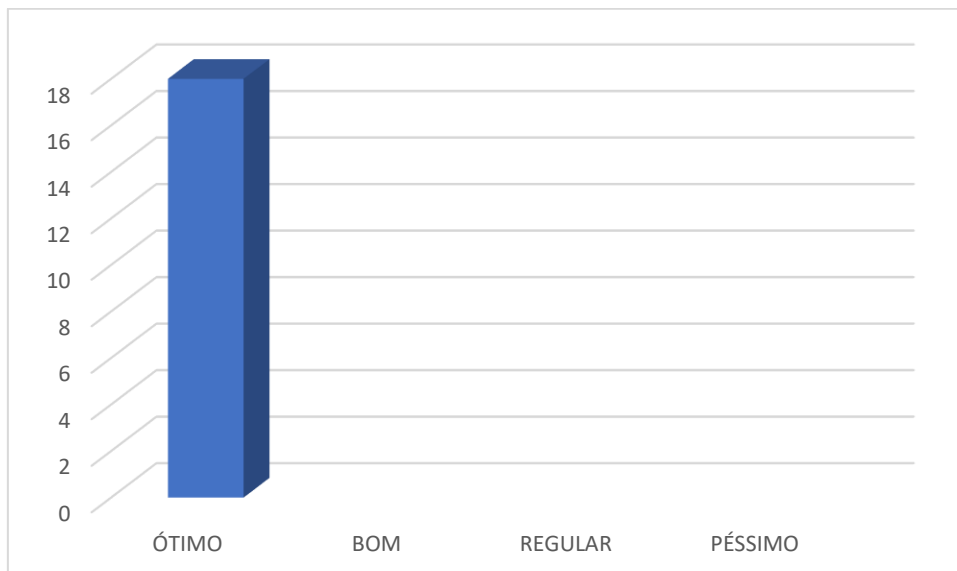


Oficina Arqueólogos do Futuro:

Atividade desenvolvida para 775 participantes, contou com 213 respostas aos questionários. Tivemos muito elogios à didática e aos mediadores da oficina.

Esta oficina foi aplicada ao público na área externa, ao ar livre, sob uma tenda que ambientou o ambiente de escavações arqueológicas. Entretanto, devido ao calor extremo daqueles dias, recebemos algumas críticas com relação ao local muito quente. Diante disso, suspendemos as oficinas nestes moldes e buscamos locais mais arejados para conforto dos participantes.



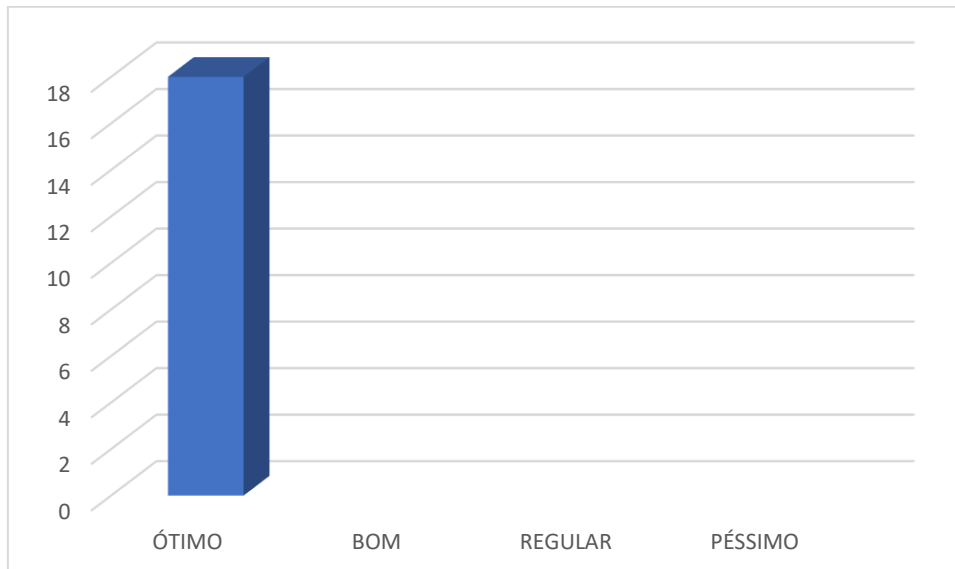


Aventuras Literárias:

Ao longo de mês de julho apresentamos contações de histórias de maneira diferente. Para tanto, criamos uma sala especial onde os pequenos podiam relaxar e se divertir enquanto participavam de atividade literária.

No período recebemos 657 participantes, dos quais 62 aceitaram responder aos questionários. Dentre as críticas e comentários, podemos citar: textos muito curtos, separar as crianças por idade e parabéns – atividade perfeita.



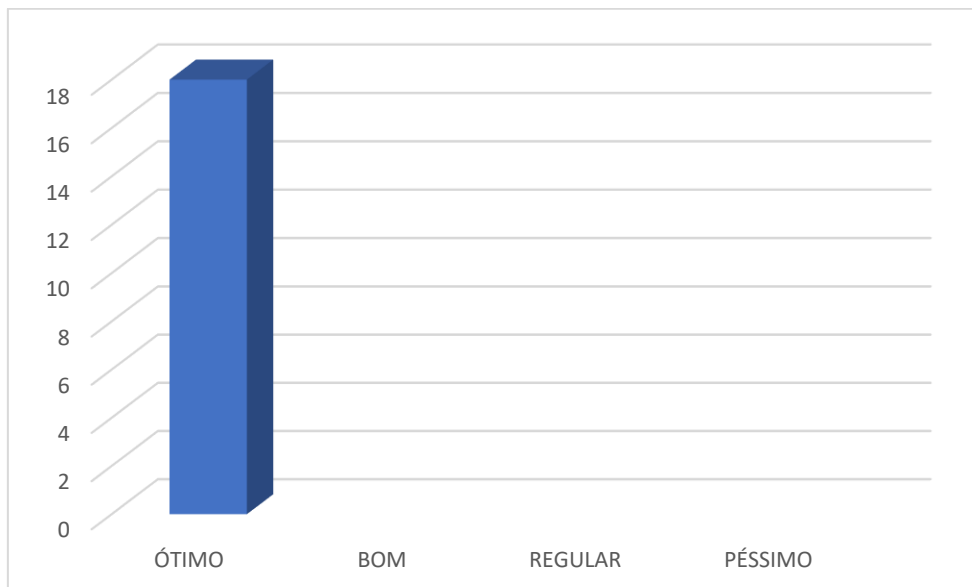


Oficina de Pipas:

Outra atividade inédita no Museu Catavento foi a Oficina de Pipas. Na primeira edição contou com 585 participantes. Destes, 207 concordaram em responder aos questionários.

Dentre os comentários podemos destacar: ótima apresentação, maravilhosa e didática, excelente aula e inúmeros elogios à mediação. Com relação às críticas, estas giraram em torno de não ter local para empinar as pipas, o que causou reação entre uns poucos participantes. Entretanto, informamos que as pipas são levadas para casa e não são empinadas no local devido a segurança.



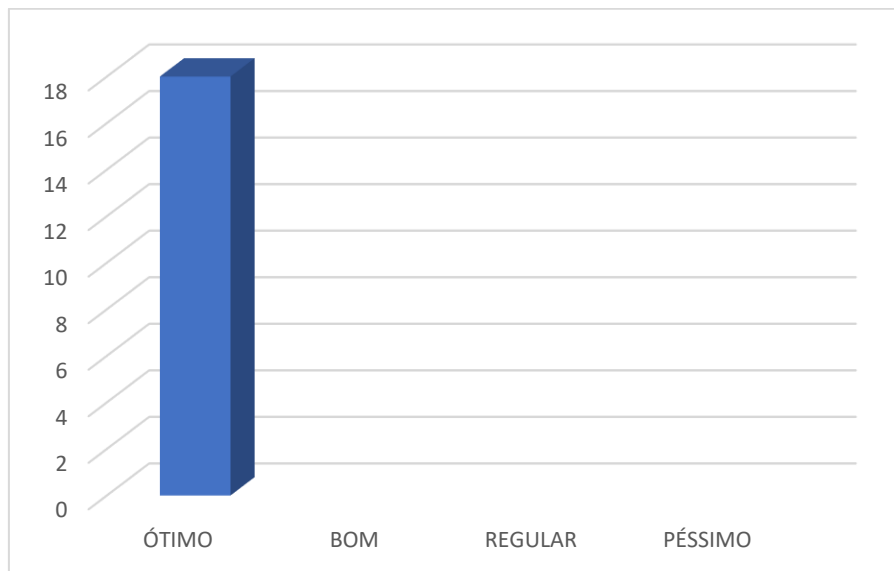


Exposição interativa CIBERLAND

Esta exposição temporária que se iniciou em 2023, se estendeu até o final do mês de janeiro de 2024. Para esta exposição de parceiro, avaliamos a atratividade em janeiro e recebemos 33 respostas de visitantes.

Nos questionários não tivemos opiniões ou comentários acerca da mostra.



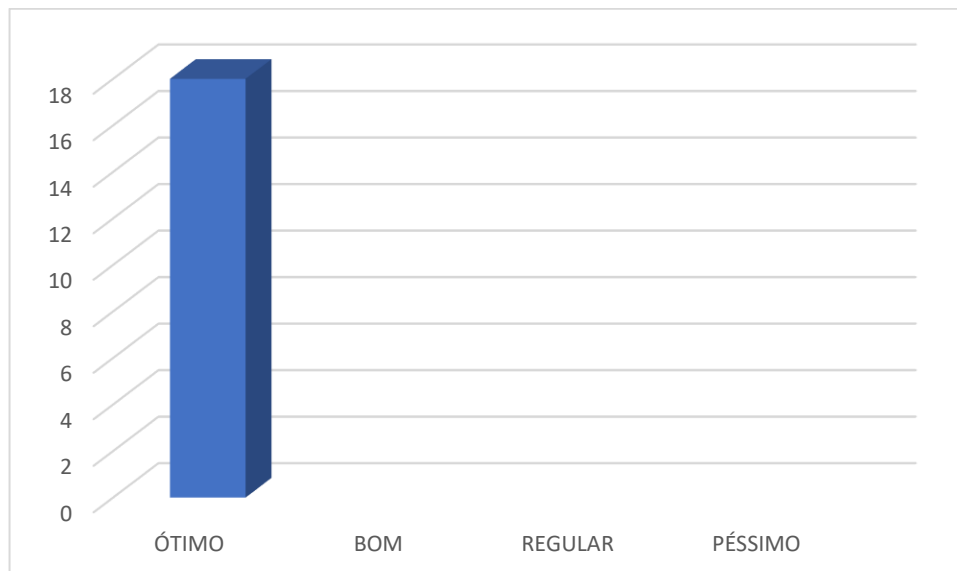


Espetáculos de mágicas

No auditório do Museu os visitantes foram recebidos por um espetáculo de magia com truques envolvendo equipamentos eletrônicos e diferentes tecnologias.

Ao longo do mês atendemos 3.240 pessoas com os espetáculos no auditório. Entretanto obtivemos apenas 18 respostas à pesquisa, amplamente satisfatória.





Em julho iniciamos a utilização do sistema de pesquisas por formulários digitais, sem abordagem direta do entrevistador. Em geral, a convocação dos respondentes ocorreu por meio de divulgação do QRCode para o participante responder aos questionários no momento mais conveniente para tal. Nessa modalidade, os resultados das pesquisas possuem apresentação dinâmica a completa.

Espetáculos de Mágicas

Nos meses de férias, os espetáculos de magia são atrações aguardadas pelos nossos visitantes. Entretanto, a atração é constantemente renovada com a apresentação de diferentes espetáculos de ilusionismos.

Portanto, diferentemente do espetáculo ocorrido em janeiro, desta vez é outra apresentação totalmente diferente. Tivemos uma temporada mais reduzida e contamos com 1.200 participantes no auditório que foram convocados à pesquisa por meio de QRCode aplicado diretamente na arte projetada no telão durante o show. Na escala de 0 a 5, a atração recebeu nota 4,84.



32 respostas enviadas

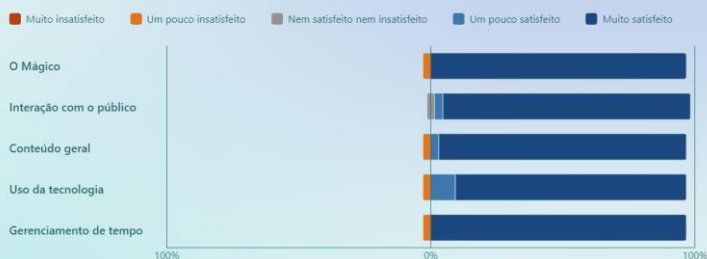
No geral, qual é o seu nível de satisfação com o Show de Mágicas "Ir-real" com Tatá Trivério?

4.84



32 respostas enviadas

Qual é o seu nível de satisfação com os seguintes aspectos do Espetáculo de Mágicas Irreal?



32 respostas enviadas

Suas expectativas sobre a atração ESPETÁCULO DE MÁGICAS foram atendidas?



32 respostas enviadas

Comentários, Sugestões, Reclamações, Elogios...

Excelente espetáculo Melhor show Maravilha
Top **mágico** Otimo
Nota 35 anos
iniciação científica vida **Fantástico**

Óptica BOOM: experiências com luzes

A parceria com alunos do IPEN – Instituto de Pesquisa Energéticas e Nucleares da USP, proporcionou oficinas ao nosso público apresentando experiências com luzes.

As experiências contaram com 775 participantes, dos quais, obtivemos 79 respostas para a pesquisa. Na escala de 0 a 5, a atividade atingiu a marca de 4,91.

79 respostas enviadas

No geral, qual é o seu nível de satisfação com o ÓpticaBoom: Experiência com Luzes?

4.91

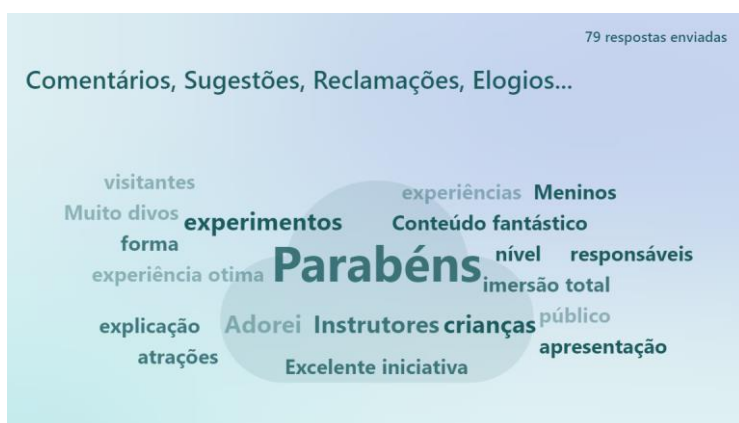
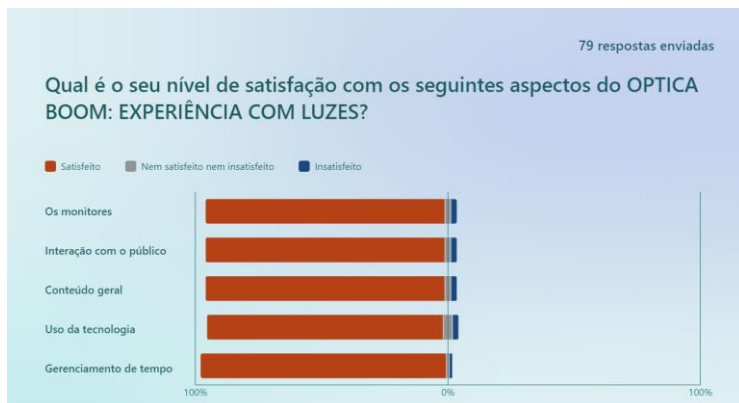


Palácio das Indústrias
Parque D. Pedro II | São Paulo | SP | CEP 03003 060



faleconosco@cataventocultural.org.br

www.cataventocultural.org.br



Acompanhamento geral das exposições e programação cultural do Museu Catavento.

Em julho, efetuamos pesquisa com abordagem direta pelo nosso pesquisador. Nesse dia, como incentivo a participação dos respondentes, entregamos balões de ar aos visitantes que colaboraram na pesquisa. O pesquisador munido de tablet, abordava os visitantes e a tabulação acontecia simultaneamente.

Vale lembrar que o dia escolhido para a apuração, para nossa surpresa, foi exatamente o recorde de visitação, o que também contribuiu para o significativo número de 234 participantes. O objetivo desta “escuta coletiva” foi verificar se as expectativas de nossos visitantes estão sendo atendidas com as exposições e a programação cultural ofertada.



234 respostas enviadas

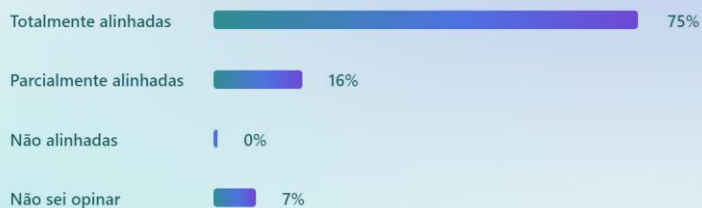
No geral, como você avalia as ações e atividades culturais oferecidas pelo Museu Catavento?

9.21



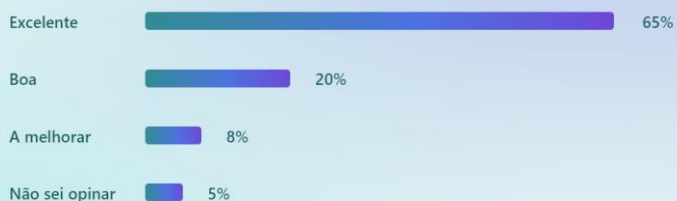
234 respostas enviadas

Você acredita que as atuais ações e atividades culturais (PEPC) estão alinhadas com os objetivos do Museu Catavento?



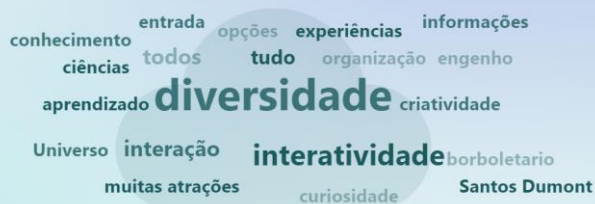
234 respostas enviadas

Como você classificaria a diversidade e representatividade no Programa de Exposição e Programação Cultural do Museu Catavento?



234 respostas enviadas

Na sua opinião, quais são os principais PONTOS FORTES na exposição e na programação cultural do Museu Catavento?



234 respostas enviadas

Na sua opinião, quais são os principais PONTOS FRACOS na exposição e na programação cultural do Museu Catavento?



234 respostas enviadas

Como você avalia a comunicação e divulgação das atividades e eventos culturais do Museu Catavento?

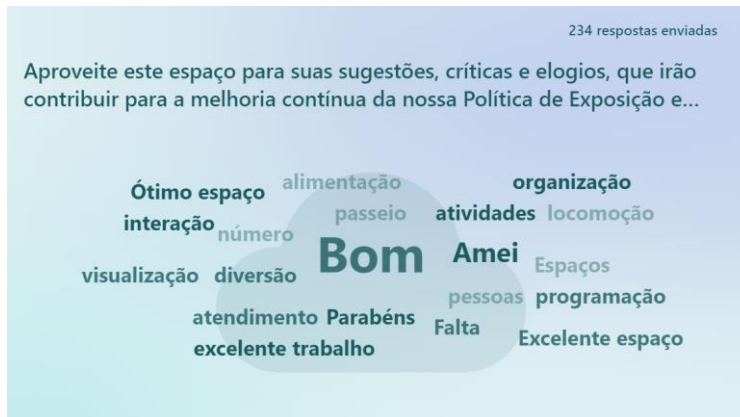


Palácio das Indústrias
Parque D. Pedro II | São Paulo | SP | CEP 03003 060



faleconosco@cataventocultural.org.br

www.cataventocultural.org.br



As pesquisas realizadas confirmam a excelente aceitação por parte do público das atividades apresentadas na Programação Cultural do Museu Catavento. Esse resultado vem corroborar com a capacidade do museu em atender às expectativas dos visitantes, numa busca constante para entender as necessidades e anseios do público. Contudo, pontos a melhorar foram apontados na escuta e trabalharemos para atenuar estas questões.

Vale lembrar que se deposita na Programação Cultural as oportunidades para divulgações da mídia expandindo a atuação do museu. Os elevados índices de satisfação por nossa programação, bem como a atratividade da exposição, garantem a relevância do Museu Catavento no cenário cultural do Estado de São Paulo e do Brasil.

São Paulo, 10 de janeiro de 2025.

PAULA PAIVA
FERREIRA:409936
33846

Assinado de forma digital por
PAULA PAIVA
FERREIRA:40993633846
Dados: 2025.01.17 17:01:10
-03'00'

Paula Paiva
Gerente do Núcleo Técnica

JACQUES
KANN:011177418
77

Assinado de forma digital
por JACQUES
KANN:01117741877
Dados: 2025.01.20 15:30:35
-03'00'

Jacques Kann
Diretor Executivo



EIXO 5 – MONITORAMENTO E AVALIAÇÃO DE RESULTADOS

RELATÓRIO ANALÍTICO DA PESQUISA DE PERFIL E SATISFAÇÃO DO PÚBLICO ESCOLAR - MODELO SEC 3º QUADRIMESTRE/ ANUAL DE 2024

1. AVALIAÇÃO DA PESQUISA DE PERFIL E SATISFAÇÃO DE PÚBLICO ESCOLAR – MODELO SEC

Podemos descrever no eixo 5 sobre as táticas internas utilizadas para monitoramento e avaliação de resultados obtidos pelo Equipamento. A presente avaliação tem como objetivo analisar a satisfação e o perfil do público escolar que visitou o Museu Catavento no segundo quadrimestre de 2024. Através de uma pesquisa detalhada, exploramos a percepção dos alunos e professores em relação à programação cultural, ações educativas e serviços oferecidos, tanto presencialmente, quanto virtualmente. Os dados coletados permitirão uma profunda compreensão do desempenho do museu e subsidiarão a tomada de decisões estratégicas para o aprimoramento contínuo de suas atividades, visando sempre oferecer experiências educativas de alta qualidade. Este processo de avaliação se baseia na aplicação da pesquisa de perfil e satisfação do público escolar, utilizando o modelo de ficha proposto pela Secretaria de Cultura do estado de São Paulo.

O público-alvo da pesquisa foi composto por estudantes do 6º ano ao 9º ano do Ensino Fundamental e seus respectivos professores, que realizaram visitas agendadas ao museu durante o mês de **maio de 2024**. Este período foi considerado estratégico para a coleta de dados relevantes e atuais sobre a experiência dos visitantes. A análise detalhada dos resultados obteve, em alguns gráficos, erros técnicos, mas que não comprometeram o entendimento, ainda permitindo identificar tanto os aspectos positivos da oferta do museu quanto as áreas que demandam aprimoramentos. Com base nesses resultados, serão propostas diretrizes estratégicas para garantir a satisfação contínua do público e a otimização dos serviços oferecidos.



Este relatório evidencia o compromisso contínuo do Museu Catavento com a qualidade e a inovação em seus serviços, servindo como um guia estratégico para moldar o futuro da instituição e garantir a oferta de experiências educativas enriquecedoras e memoráveis.

METODOLOGIA

O Museu Catavento adotou como método de coleta de dados, por meio de entrevistas realizadas por um pesquisador de campo. Essa abordagem, realizada próximo ao término das visitas agendadas, no qual possuímos os horários alinhados, permite ampliar o alcance da pesquisa. O pesquisador, utiliza como ferramenta um tablet com o questionário. As informações obtidas nas entrevistas de campo foram categorizadas e incorporadas à análise global dos dados, enriquecendo a compreensão sobre a experiência dos grupos e permitindo uma avaliação mais completa.

ESTRATÉGIAS DE ABORDAGEM

Ao final da visita, o pesquisador de campo aborda os responsáveis dos grupos e de forma acolhedora pede ao visitante alguns minutos para responder a uma pesquisa de satisfação sobre a experiência no local, ao passo que as respostas contribuirão para a manutenção e novas metodologias de ações internas.

RESULTADOS COLETADOS EM MAIO DE 2024

2. ANÁLISES DOS DADOS E RESULTADOS

- **Pesquisa Voltada Aos Professores**

A presente pesquisa adotou como metodologia a aplicação de um instrumento de coleta de dados padronizado, conforme modelo proposto pela Secretaria da Cultura, Economia e Indústria Criativas do Estado de São Paulo, no qual internamente abreviamos por (pesquisa SEC). Esse instrumento foi aplicado aos professores responsáveis pelos grupos escolares que visitaram o museu no período em análise, com o objetivo de avaliar o nível de satisfação em relação aos serviços oferecidos.

A seguir, serão detalhados os procedimentos metodológicos adotados na pesquisa:



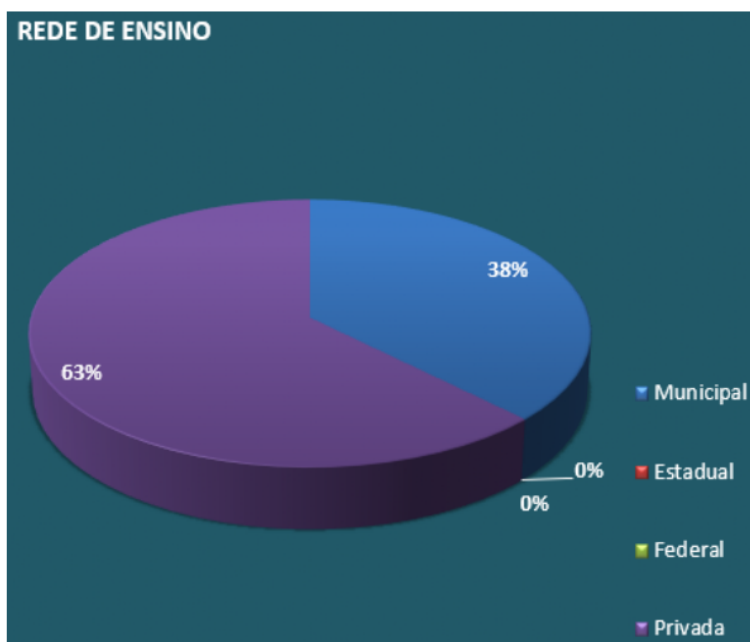
Com o objetivo de obter informações precisas sobre a percepção dos professores e alunos em relação à visita, foi utilizado um questionário estruturado, desenvolvido de acordo com as diretrizes da Secretaria de Cultura, que abordou diversos aspectos da experiência museológica, incluindo o conteúdo das exposições, a infraestrutura e as atividades educativas. Os instrumentos de coleta de dados foram entregues aos docentes responsáveis pelos grupos escolares no momento da visita ao museu. Previamente, os professores foram orientados pelo pesquisador de campo sobre os objetivos da pesquisa e a relevância de suas contribuições para o aprimoramento das atividades do museu.

A pesquisa realizada em maio de 2024 contou com a valiosa colaboração de 79 professores, que responderam a um questionário sobre sua experiência no museu. As informações coletadas foram cruciais para identificar as necessidades e expectativas dos visitantes, permitindo que o museu promova melhorias significativas em suas atividades educativas. A participação ativa dos docentes demonstra o compromisso com a qualidade do ensino e a importância de estabelecer parcerias com a comunidade escolar.

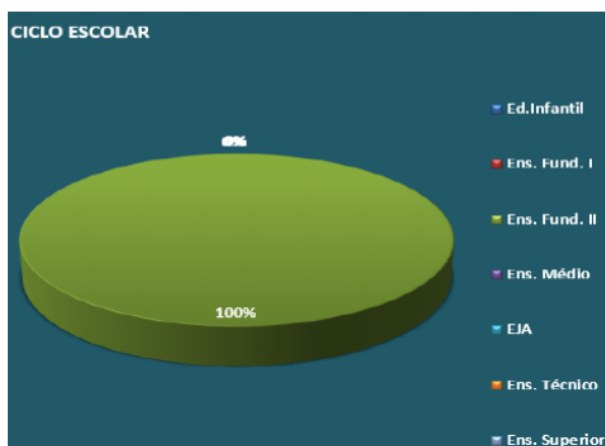
3. ANEXOS: FORMULÁRIO DE AVALIAÇÃO/TABULAÇÃO

Os dados coletados durante as visitas foram transcritos para uma planilha eletrônica pelo pesquisador de campo, gerando automaticamente gráficos que ilustram os resultados da pesquisa, apresentados a seguir:



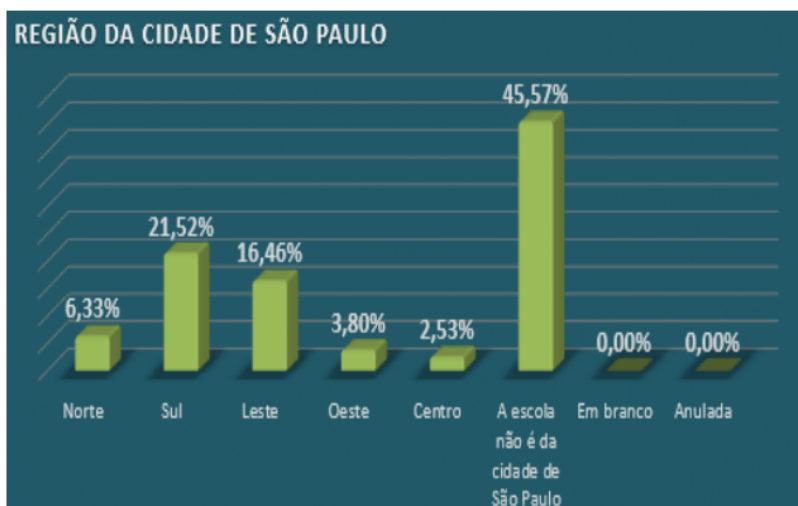
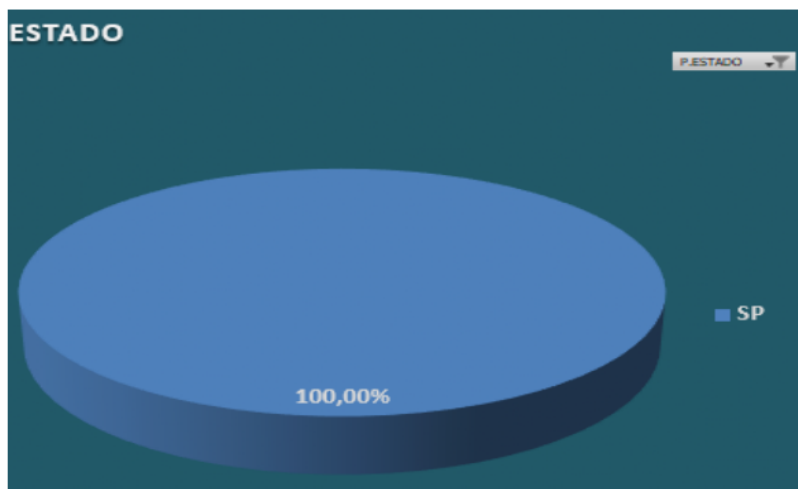


A análise dos dados apresentados no gráfico supracitado revela uma predominância significativa de escolas particulares (63%) entre os visitantes. Essa maior procura por parte das escolas privadas pode ser atribuída à parceria estabelecida com agências de turismo pedagógico, aliada à limitada oferta de recursos para custeio de transportes em escolas públicas, o que impacta diretamente na possibilidade de realização de visitas ao Equipamento por parte dessas instituições.



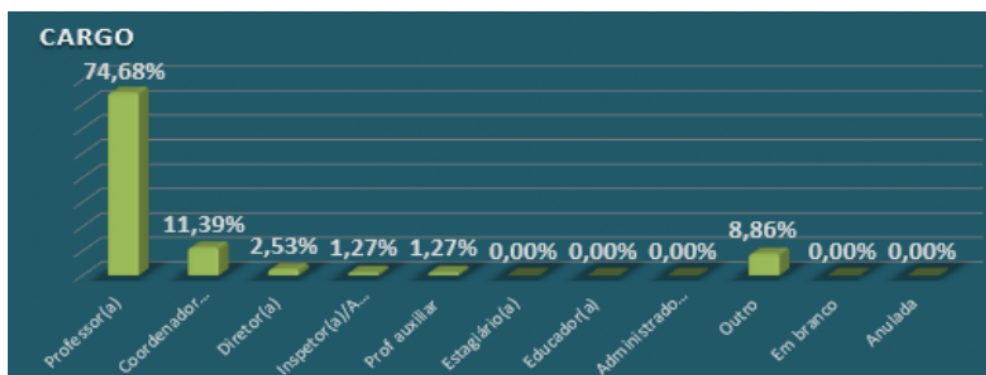
A totalidade das respostas coletadas para a pesquisa provém de escolas do segundo ciclo do ensino fundamental (100%). Essa alta concentração de respostas pode ser explicada pelo

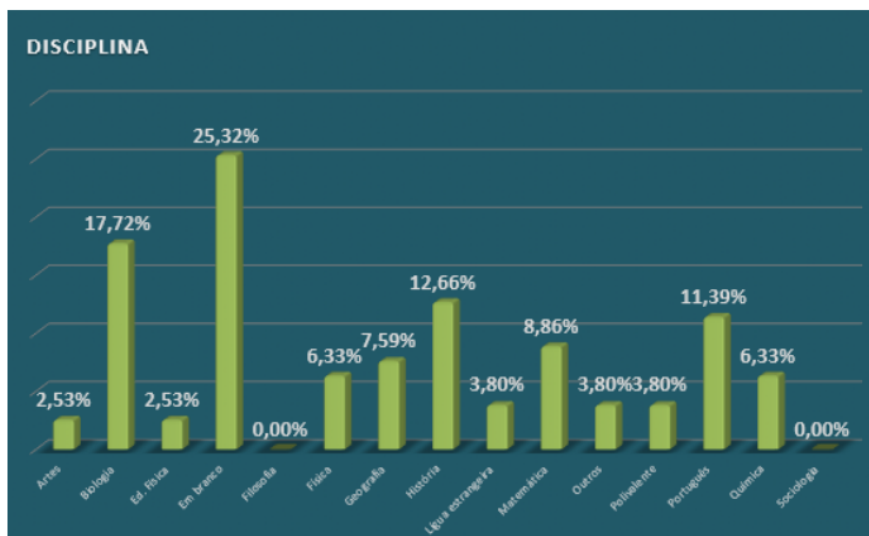
maior incentivo à realização de saídas pedagógicas nesse segmento, uma vez que o currículo do ciclo II encontra no Museu Catavento um complemento ideal para os conteúdos abordados em sala de aula.





A análise dos dados revela que a totalidade das visitas ao Museu Catavento concentra-se no estado de São Paulo, com destaque para as cidades localizadas fora da capital (45,57%). Dentre os municípios visitantes, São Caetano do Sul (13,92%), Itatinga (10,13%) e Boituva e Juquitiba (ambas com 5,06%) se destacam. Na capital paulista, as regiões Sul (21,52%), Leste (16,46%) e Norte (6,33%) apresentam maior frequência de visitas. Acredita-se que essa distribuição geográfica seja resultado da expansão das exposições itinerantes do museu e da maior visibilidade conquistada através da mídia, o que tem contribuído para o aumento do reconhecimento do Museu Catavento em diversas cidades do estado.



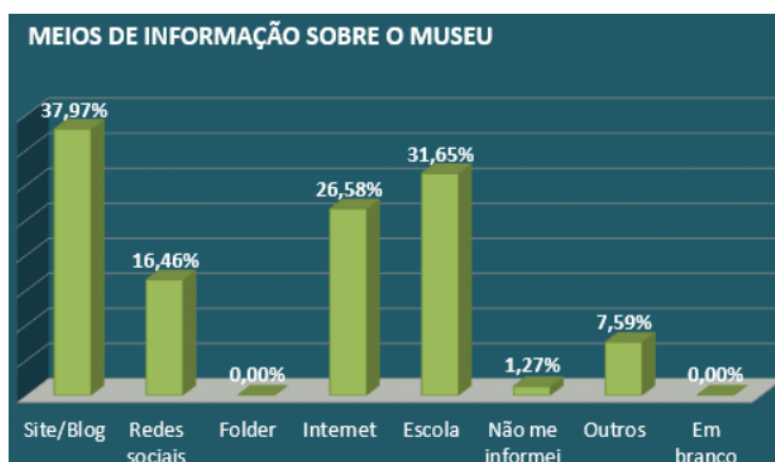


A análise do primeiro gráfico, referente aos cargos ocupados pelos participantes da pesquisa, revela uma predominância significativa de professores (74,68%), seguida por coordenadores (11,39%) e outros profissionais (8,86%), que incluem, entre outros, pessoal de apoio, inspetores e administradores.

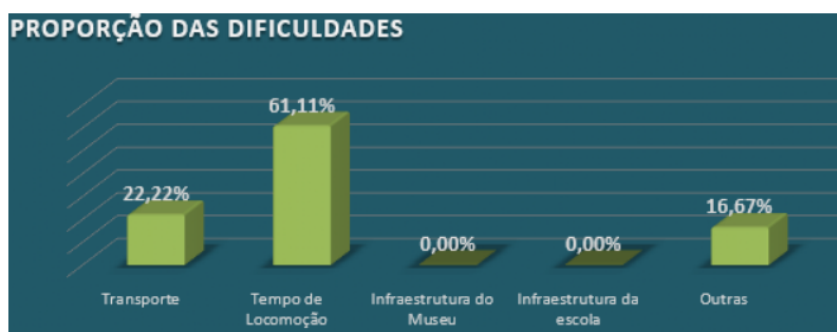
Observamos um número considerável de respostas em branco na questão sobre a disciplina lecionada pelos professores acompanhantes dos grupos. Essa lacuna pode ser justificada, que nem sempre o responsável do grupo é o professor da turma ou pela pressa em finalizar o questionário para retomar a atenção aos alunos. Entre as disciplinas informadas, a biologia se destacou com (17,72%) das respostas. Outra categoria relevante foi a história, com (12,66%), o que se alinha ao tema central do ano, "Sociedade", que aborda grandes questões humanísticas, calcados na história.



Levando em consideração ao tempo de antecedência da programação das visitas por parte dos responsáveis em nosso espaço, (49%) responderam que fazem a solicitação com 2 meses ou mais de antecedência, seguidos por (35%) dos responsáveis que antecede suas programações em 1 mês. Este prazo consta nas orientações do nosso site, onde informamos que, de acordo com nossa demanda e logística, abrimos a agenda com 30 dias de antecedência.

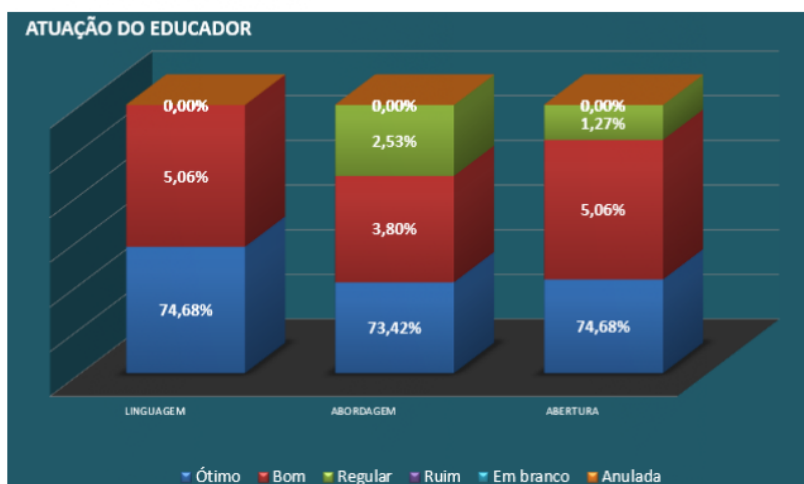


Conforme representação acima, (37,97%) dos responsáveis que acompanharam a visita tiveram conhecimento sobre o Museu Catavento por meio do site/blog, seguido da escola (31,65%) e internet (26,58%). Esse fato pode se dar, devido o advento da Internet, no qual as divulgações de instituições culturais acabam tendo maior facilidade para expandir seu alcance por meio de seus sites oficiais.

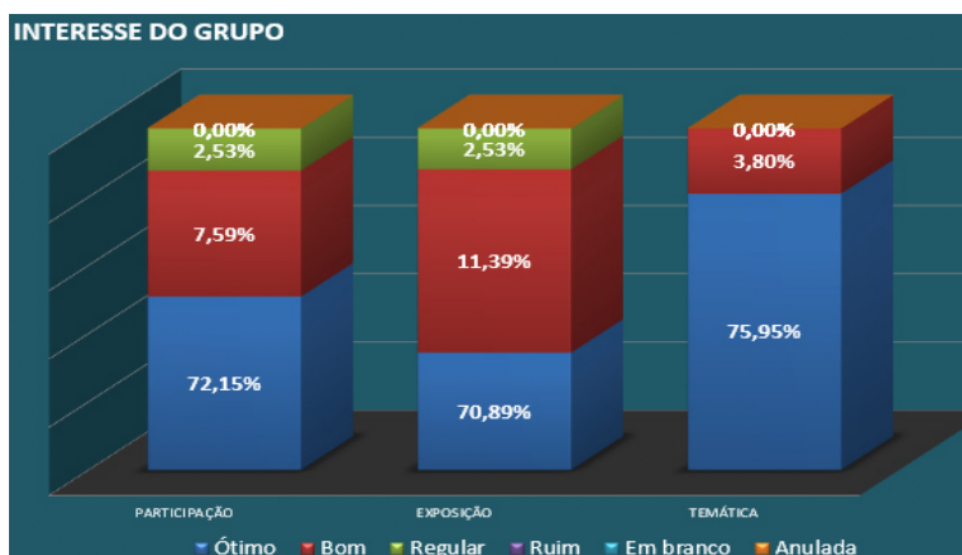


A análise do primeiro gráfico revela que a grande maioria dos responsáveis pelos visitantes (77,22%) não encontrou obstáculos para realizar a visita ao museu. No entanto, um número considerável de participantes mencionou o tempo de locomoção (13,89%) e o transporte (5,06%) como dificuldades. Essas dificuldades podem ser atribuídas ao fato de recebermos escolas de regiões mais distantes, que precisam lidar com questões como a disponibilidade de transporte e o congestionamento do trânsito para chegar ao museu.

O segundo gráfico complementa as informações descritas no primeiro, ao passo que podemos observar que a categoria do tempo de locomoção (61,11%) continua sendo alta, seguida da dificuldade do transporte (22,22%) que são grandes lamentações por parte das escolas que nos visitam.



Tivemos muitas respostas positivas quanto à atuação dos nossos educadores. Cerca de (74,68%) a (73,42%) das avaliações foram “ótimo” para os Educadores nos quesitos de Linguagem, Abordagem e Abertura para Diálogo. De (5,06%) a (3,80%) dos avaliadores considerou a atuação dos educadores como “bom” nos mesmos quesitos. Observando-se isso, trabalharemos ainda mais para que as avaliações tidas como “bom” sejam qualificadas como “ótimo”.



O mesmo problema foi observado no gráfico “interesse do grupo”, mas como também escolhido anteriormente, daremos continuidade para analisarmos os dados coletados. O maior interesse do grupo é a temática do Museu Catavento, seguida pela exposição, e depois

participação. A maioria das avaliações neste item foi “ótima” que ficam entre (75,95% a 70,89%), seguidas das avaliações “bom” que, dentro dessas mesmas categorias, representam um percentual entre (11,39% a 3,80%). Dessa forma, estamos nos empenhando para aumentar nosso percentual da categoria “ótimo”.



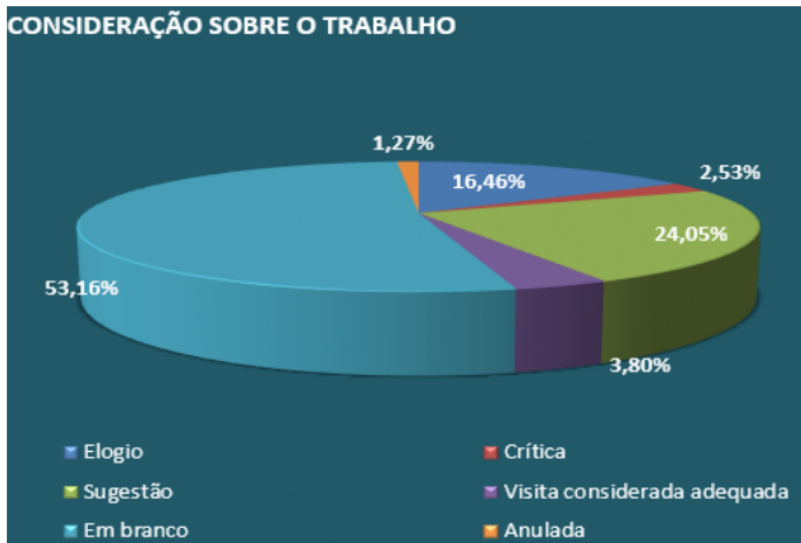
A visita ao museu mostrou-se uma ferramenta valiosa para o aprendizado dos alunos. Todos os docentes concordam que a experiência contribuiu para enriquecer os conteúdos trabalhados em sala de aula. Os responsáveis destacaram a relevância das atividades práticas e a conexão com os temas que serão avaliados, o que demonstra a importância da visita para a fixação do conhecimento.

Segue comentários dos professores:

Contato com objetos museológicos
Complementar conteúdos curriculares
Conhecer o Museu
Aprender sobre o tema específico do museu



Os resultados da pesquisa indicam que a visita ao museu teve um impacto positivo na prática pedagógica dos professores, uma vez que (80%) deles pretendem explorar os temas abordados durante a visita por meio de atividades em sala de aula, promovendo uma aprendizagem mais significativa e duradoura.



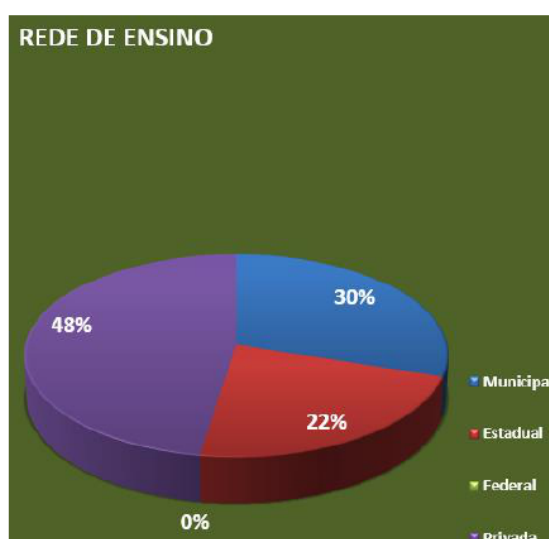
Apesar do alto índice de respostas em branco (53,16%), os gráficos indicam um reconhecimento significativo do nosso trabalho, com (24,05%) de sugestões e (16,46%) de elogios. Segue comentários:

mostra cultural

Relatório direcionado

- **Pesquisa Voltada Aos Alunos**

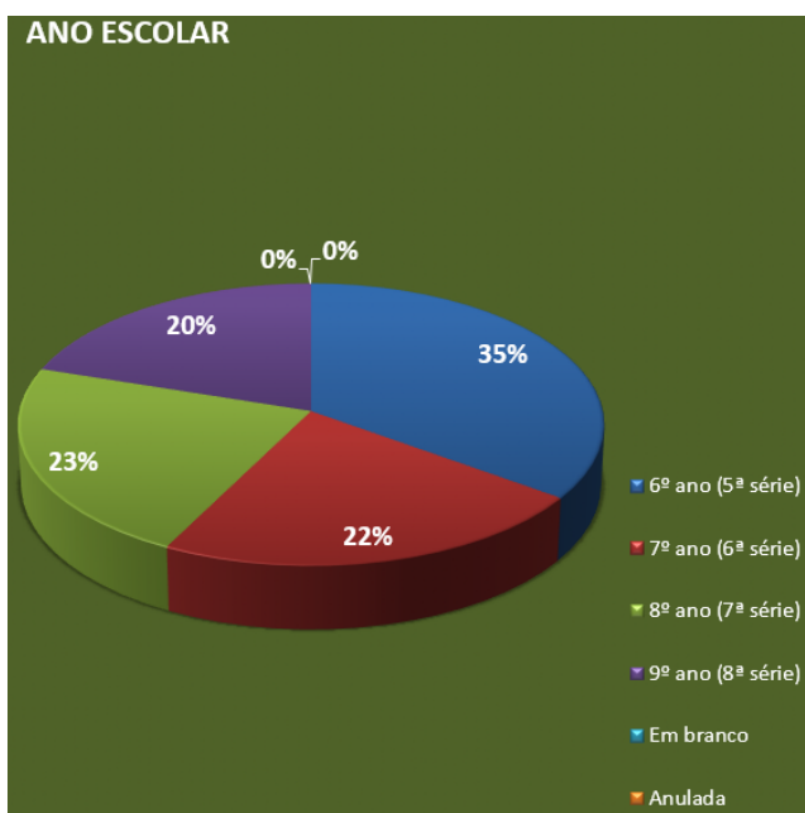
Seguindo a mesma metodologia empregada na avaliação dos professores e responsáveis, procedeu-se à coleta de fichas de avaliação modelo SEC dos alunos. Ao todo, foram contabilizadas 80 fichas, sob a responsabilidade do pesquisador de campo do setor de Visitação. Os gráficos subsequentes apresentam uma síntese dos dados coletados por meio dessas fichas.



A análise dos dados da questão em apreço evidencia características relevantes do perfil dos alunos participantes e de suas trajetórias acadêmicas. Dentre os alunos que responderam à pesquisa, a maioria (48%) cursa escolas privadas. Em menor proporção, os participantes declararam cursar escolas municipais (30%) e estaduais (22%).

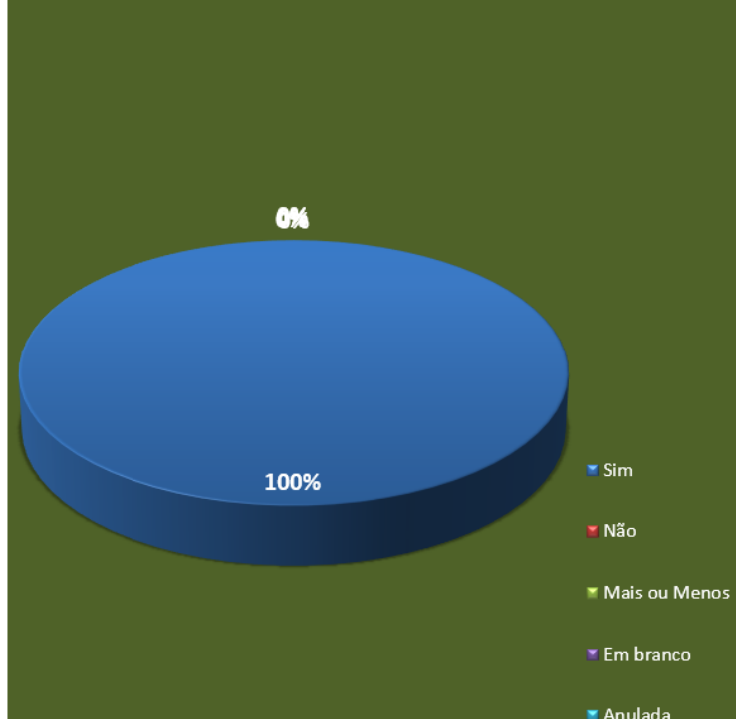
Os resultados numéricos obtidos proporcionam um panorama detalhado da composição do público escolar, o que possibilita a identificação de tendências e a formulação de estratégias mais eficazes. As parcerias firmadas com instituições como as Secretarias Municipais de Educação de Guarulhos e Guararema, e a Diretoria de Ensino de Brasilândia, têm sido fundamentais para o sucesso das ações educativas do museu. Os dados demonstram que essas parcerias têm atraído um número expressivo de estudantes do ensino fundamental I e II, o que reforça a importância de investir na formação cultural e educacional das crianças desde os primeiros anos de escolaridade.

Contudo, a questão do transporte emerge como um dos principais desafios a serem enfrentados para garantir a participação equitativa de todos os alunos nas atividades do museu. A escassez de recursos para o custeio do transporte escolar, especialmente nas escolas públicas estaduais, resulta em uma desigualdade de acesso, com o cancelamento de diversos agendamentos e a consequente menor participação de estudantes dessas instituições. Essa situação evidencia a necessidade de buscar soluções para superar essa barreira e promover a inclusão de todos os alunos nas atividades culturais e educativas oferecidas pelo museu.



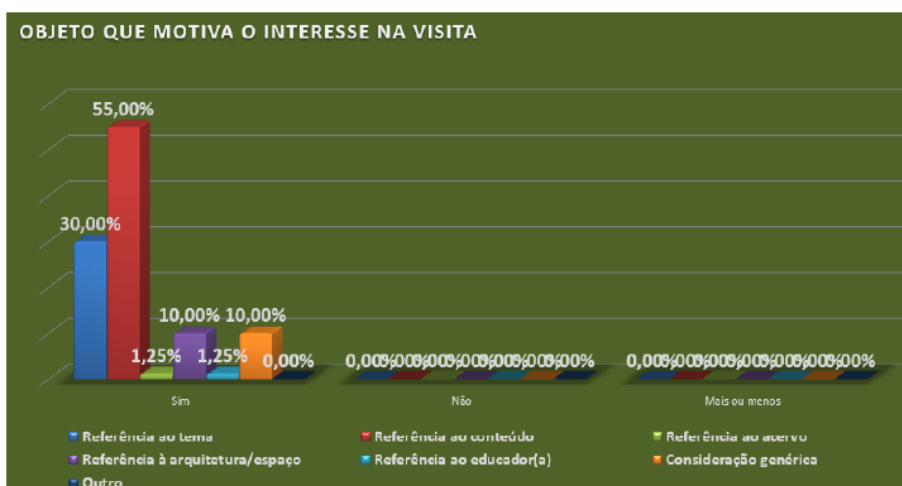
Ao analisar o perfil dos participantes da pesquisa, observa-se que a maior concentração se encontra no 6º ano (5ª série) com (35%) dos respondentes. Em seguida, os alunos do 8º ano (7ª série) representaram (23%), seguidos pelos alunos do 7º ano (6ª série) com (22%) e pelos alunos do 9º ano (8ª série) com (20%). Essa distribuição pode ser justificada pela maior disposição dos alunos mais novos em participar da pesquisa, conforme observado pelo pesquisador de campo.

A VISITA FOI INTERESSANTE

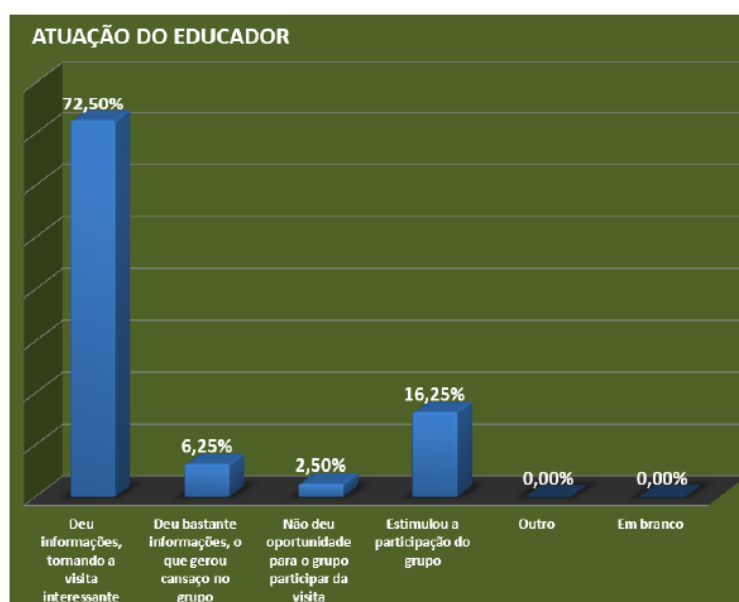


A avaliação da visita ao museu pelos participantes revelou muita satisfação com (100%) dos visitantes considerando-a interessante. Numerosos relatos indicam que as crianças tiveram a oportunidade de adquirir novos conhecimentos e de estabelecer conexões entre o que foi aprendido no museu e os conteúdos abordados em sala de aula. Abaixo, alguns relatos de alunos:

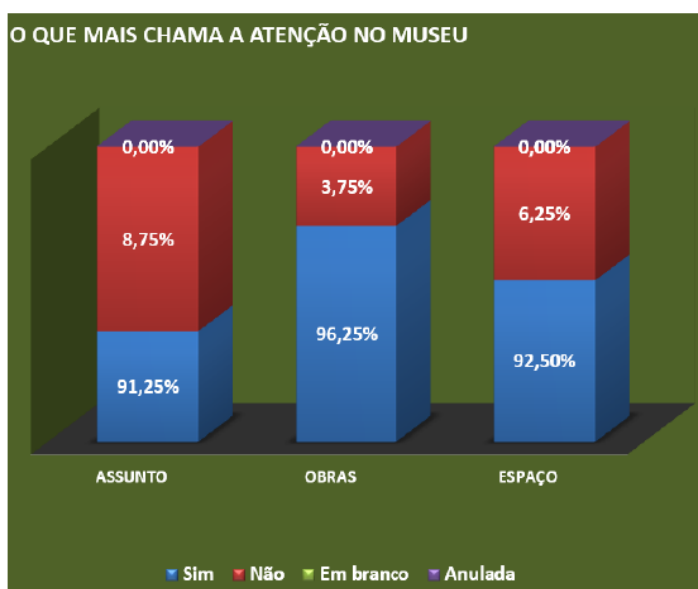
Deu informações, tornando a visita interessante
explicou bastante , chamou a atenção para as pessoas verem as obras



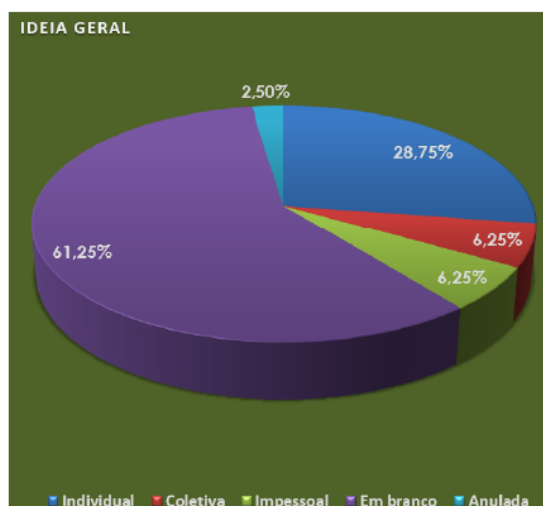
Embora o gráfico apresente certa instabilidade, conforme observado em outras análises, referente aos professores, os dados permitem algumas conclusões relevantes. Quanto aos motivos que despertam o interesse dos alunos, (55%) dos relatos foram elogios genéricos ao conteúdo. Enquanto isso, (30%) dos alunos demonstraram interesse específico pelo tema abordado, o que sugere que as abordagens dos monitores e a interação com o espaço foram fatores relevantes.



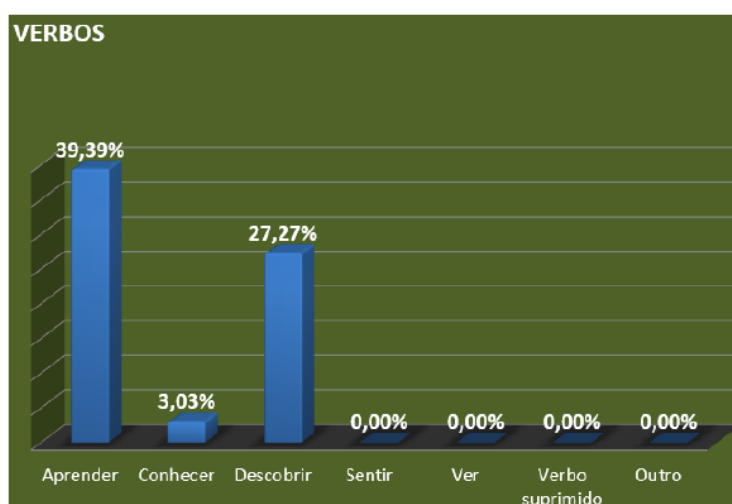
Ao analisar a percepção dos estudantes sobre a interação com os educadores durante a visita, observa-se que (72,50%) dos alunos destacaram a importância do monitor para tornar a experiência mais interessante. Além disso, (16,25%) dos alunos mencionaram que o educador estimulou a participação do grupo. Embora os resultados sejam, em geral, positivos, é importante destacar que (2,50%) dos alunos apontaram a falta de oportunidades para participação. Essa informação será utilizada como subsídio para a realização dos futuros treinamentos, com o objetivo de aprimorar as habilidades dos educadores e garantir uma maior interação com os grupos de visitantes.



Ao analisar as preferências dos visitantes, observa-se que as obras de arte expostas no Museu Catavento são consideradas o principal atrativo, sendo mencionadas por (96,25%) dos participantes. Além das obras, o espaço físico do museu (92,50%) e os temas abordados nas exposições (91,25%) também foram apontados como elementos que contribuem para a experiência positiva dos visitantes. Esses resultados demonstram a importância de uma mediação cuidadosa e de um ambiente expositivo que contemple tanto a qualidade das obras quanto a experiência do visitante.

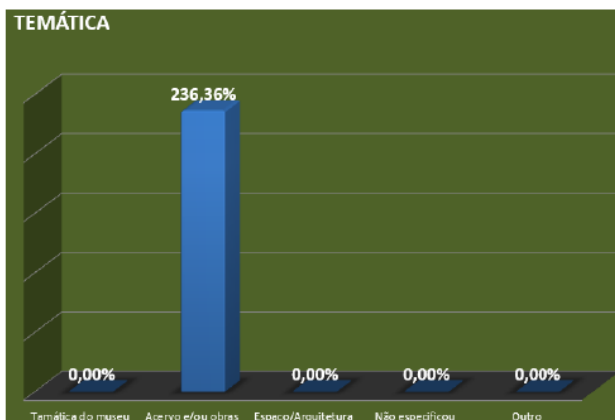


A análise dos dados revela que (61,25%) das questões permaneceram sem resposta, enquanto (28,75%) dos participantes optaram por respostas individuais. De acordo com o relato do pesquisador, a elevada taxa de respostas em branco pode ser atribuída à dificuldade de compreensão da questão por parte dos estudantes, o que pode ter levado à inibição em solicitar esclarecimentos, contudo estratégias estão sendo pensadas para melhor incentivá-los.

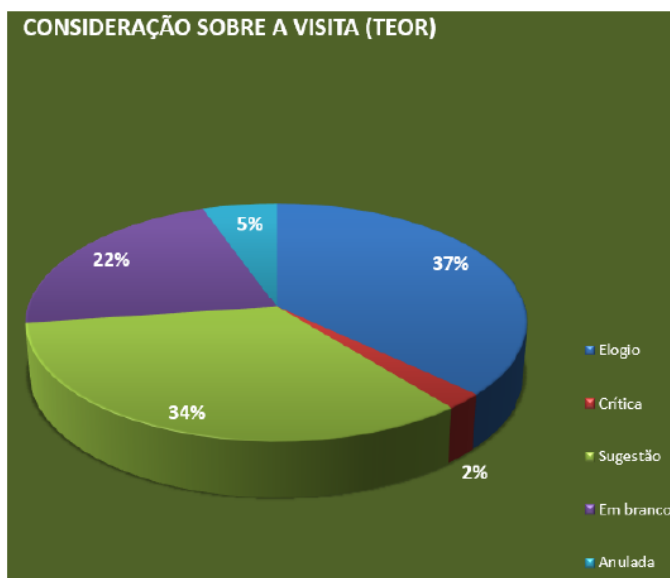


O gráfico apresentou erros, como visto em outros momentos da pesquisa, contudo, podemos ainda analisar com os resultados obtidos. A análise dos resultados permite identificar que o verbo "aprender" foi o mais utilizado pelos participantes, representando (39,39%) das respostas. O verbo "descobrir" também foi frequentemente citado, com

(27,27%) das respostas. Esses resultados indicam que o objetivo do Museu Catavento de promover o aprendizado de forma simples e interativa está sendo alcançado.



Embora a análise dos dados referentes à temática da pesquisa tenha apresentado algumas discrepâncias, a concentração das respostas na categoria "acervo e/ou obras" evidencia a importância desse elemento para o público visitante. Os resultados sugerem que o acervo do museu desempenha um papel fundamental na promoção do aprendizado e no despertar do interesse dos visitantes.



Nas considerações feitas sobre a visita, tivemos (37%) de elogios. A maior parte utilizou esse campo para parabenizar e dizer que não mudaria nada, em sua maioria, alguns citaram somente o tempo curto, querendo que estendesse mais o tempo de visita. Com (34%) temos sugestões sobre a excursão, tanto no quesito espaço, quanto aos educadores. Tivemos (22%) de respostas em branco, originadas pela pressa dos alunos em responder as questões e retornar sua atenção à visita. Abaixo temos alguns comentários dos alunos:

Visita considerada adequada	
Interatividade	
Duração da visita	
Trabalho educativo como um todo	

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa de perfil e satisfação do público escolar, realizada em maio de 2024, apresentou algumas inconsistências nos dados do modelo SEC. Contudo, a análise dos resultados permitiu identificar aspectos cruciais para a avaliação da qualidade dos serviços oferecidos pelo museu. Os dados obtidos demonstram a necessidade de aprimorar algumas áreas e reforçam a excelência de outras, contribuindo para a melhoria contínua da experiência dos visitantes. Importante ressaltar:

Satisfação Geral: Os dados obtidos na pesquisa indicam que as experiências oferecidas pelo Museu Catavento são avaliadas de forma positiva tanto pelos professores quanto pelos alunos, somando as duas pesquisas possuímos uma satisfação de 98%. Esse resultado atesta a eficácia das ações educativas implementadas e o compromisso da instituição em promover o aprendizado e a cultura científica.

Impacto na Educação: Os dados coletados indicam que os professores demonstram interesse em integrar os conteúdos abordados no museu em suas aulas, o que confirma a eficácia das nossas propostas educativas e a sua contribuição para o enriquecimento do processo de ensino-aprendizagem.

Apreciação da Arquitetura e Espaço: A pesquisa de satisfação dos visitantes revelou muita aprovação em relação às reformas realizadas no museu, com destaque para as melhorias na arquitetura e no espaço físico. Esses resultados indicam que os investimentos em



infraestrutura foram eficazes em proporcionar uma experiência mais agradável e enriquecedora ao público.

Desafios na Aplicação da Pesquisa: A análise dos dados coletados evidenciou que tanto alunos quanto professores possuem ressalvas quanto à aplicação dos instrumentos de pesquisa. Os alunos expressam a preocupação de que a participação na pesquisa reduza o tempo disponível para a exploração do museu em grupo, enquanto os professores demonstram relutância em deixar suas turmas sem supervisão durante a coleta de dados. Essas percepções destacam a necessidade de ajustes na metodologia de pesquisa, especialmente no caso das escolas públicas, que frequentemente enfrentam desafios relacionados ao tamanho das turmas e ao menor número de responsáveis para acompanhar os alunos durante a aplicação dos questionários.

Desafios e identificação de erros na planilha de tabulação e correções realizada:

No processo de análise dos dados da pesquisa de perfil e satisfação do público escolar, modelo SEC, foram identificadas discrepâncias nos resultados de algumas questões – professores: 4 e 5 e alunos: 1 e 4 -. Diante desse cenário, realizou-se uma estimativa dedutiva sobre os resultados, levando em consideração as maiores porcentagens para análise.

A análise dos dados obtidos por meio das pesquisas realizadas demonstra que o Museu Catavento tem cumprido seu papel de oferecer experiências educativas de qualidade. Embora os resultados sejam promissores, a análise dos dados revela a necessidade de otimizar a interação com o público visitante. Com o objetivo de aprimorar essa experiência, os próximos treinamentos serão direcionados ao desenvolvimento de habilidades e técnicas que possibilitem uma comunicação mais personalizada com os visitantes.

RESULTADOS COLETADOS EM SETEMBRO DE 2024

4. ANÁLISES DOS DADOS E RESULTADOS

- **Pesquisa Voltada Aos Professores**



Para avaliar a satisfação dos professores em relação aos serviços oferecidos, utilizamos um questionário padronizado proposto pela Secretaria da Cultura do Estado de São Paulo (pesquisa SEC). Esse instrumento foi aplicado a 112 professores em setembro de 2024, após suas visitas ao museu. As perguntas abordaram diversos aspectos da experiência, como conteúdo das exposições, infraestrutura e atividades educativas. Os resultados desta pesquisa foram fundamentais para identificar as necessidades e expectativas dos visitantes, permitindo que o museu promova melhorias contínuas em suas ações educativas.

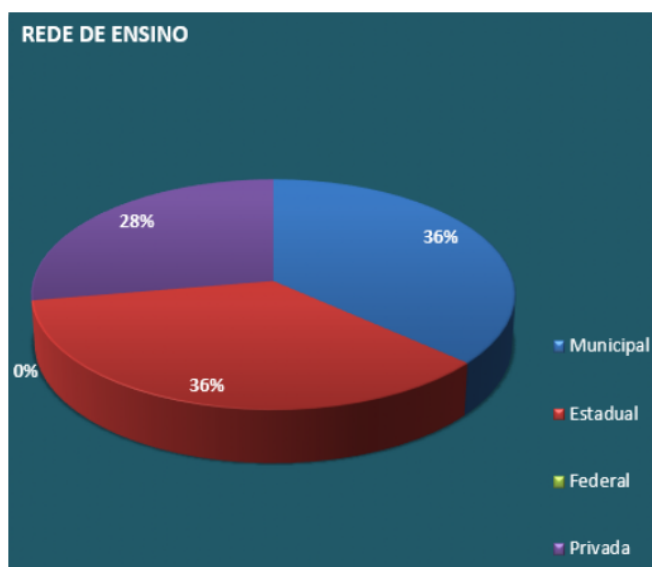
A seguir, serão detalhados os procedimentos metodológicos adotados na pesquisa:

O questionário abordou diversos aspectos da experiência museológica, como conteúdo das exposições, infraestrutura e atividades educativas. Os questionários foram aplicados aos professores durante a visita, após uma breve orientação sobre os objetivos da pesquisa.

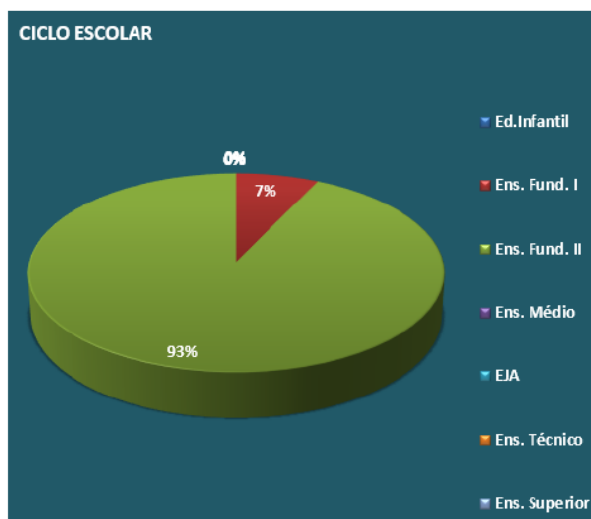
5. ANEXOS: FORMULÁRIO DE AVALIAÇÃO/TABULAÇÃO

Os dados coletados nos questionários foram digitados em uma planilha eletrônica e, em seguida, submetidos a análise estatística. A partir dos dados brutos, foram gerados gráficos que ilustram os resultados da pesquisa, os quais são apresentados a seguir:

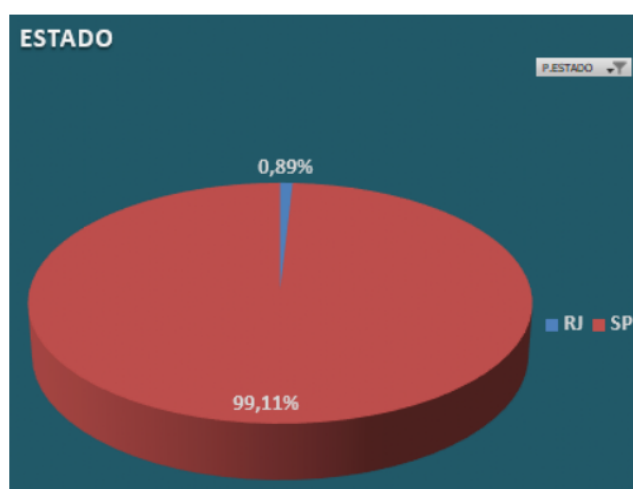


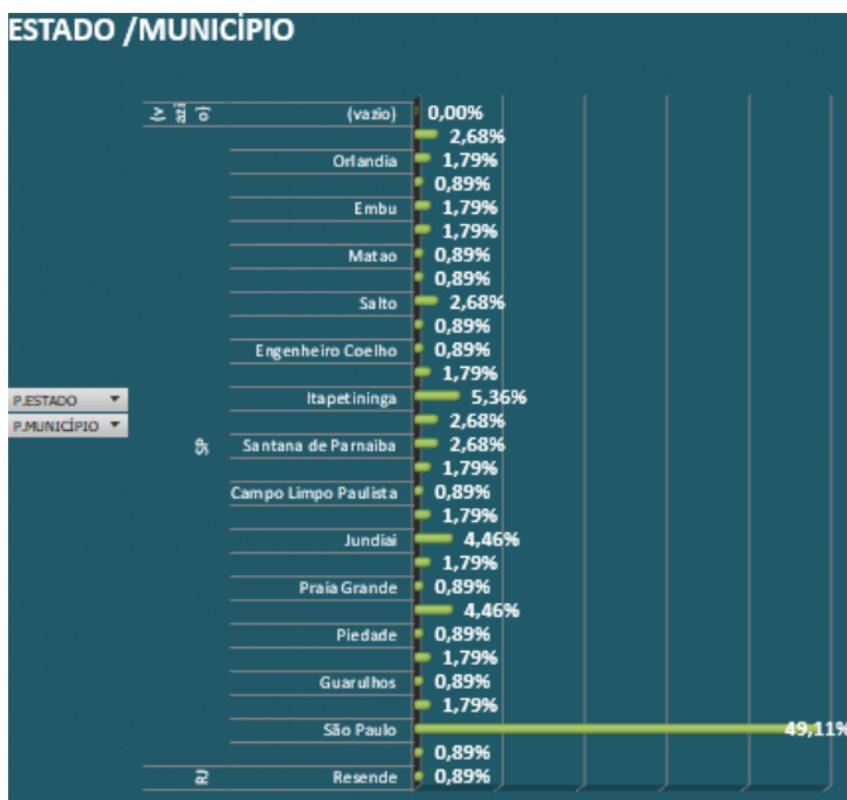


Os dados revelam uma distribuição equilibrada de visitantes, com 36% de escolas públicas estaduais, 36% de escolas públicas municipais e 28% de escolas privadas. Esse resultado positivo é decorrente de diversas iniciativas, como as parcerias com SMEs, como a de Guarulhos, e projetos como a "City Tour", que promove visitas diárias com muitos alunos de escolas públicas. Além disso, o patrocínio da UNIPAR, que subsidia visitas de alunos de escolas públicas de Cubatão, contribuiu significativamente para ampliar o acesso da rede pública ao equipamento.



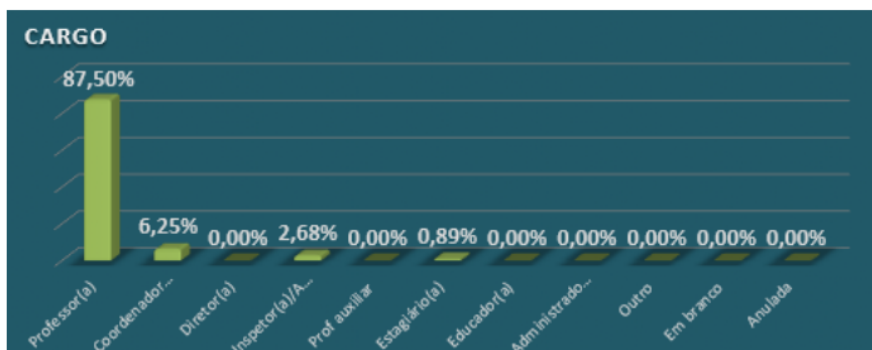
A pesquisa teve um número mais expressivo de respostas de membros do segundo ciclo do ensino fundamental (93%), com uma participação menor do primeiro ciclo (7%). Essa concentração pode ser explicada pelo maior alinhamento das propostas pedagógicas do museu com o currículo do segundo ciclo, tornando o Museu Catavento um recurso didático complementar ideal para as disciplinas trabalhadas nessa etapa. Contudo, estamos trabalhando arduamente para que ajustemos nosso vocabulário e nossa didática para que possamos ser mais buscados por outras faixas etárias.





A análise dos dados demonstra que a maior parte dos visitantes do Museu Catavento reside em São Paulo (99,11%), com destaque para a capital e as regiões Norte (18,75%), Leste (16,96%) e Sul (11,61%). Fora da capital, cidades como Itapetininga (5,36%) e Jundiaí (4,46%) se destacam. Essa distribuição geográfica é resultado de um conjunto de ações estratégicas do museu, como a realização de exposições itinerantes e a intensificação da

divulgação na mídia. Essas iniciativas têm sido eficazes em ampliar o alcance do Catavento e fortalecer seu papel como um importante centro de divulgação científica e cultural para o estado de São Paulo.



Estudamos os cargos dos responsáveis presentes na visita, ao passo que seus resultados nos permitiram entender uma evidente predominância da figura do professor (87,50%), que representa a maior parte do público pesquisado. Coordenadores (6,25%) e inspetores (2,68%) completam o perfil dos participantes.

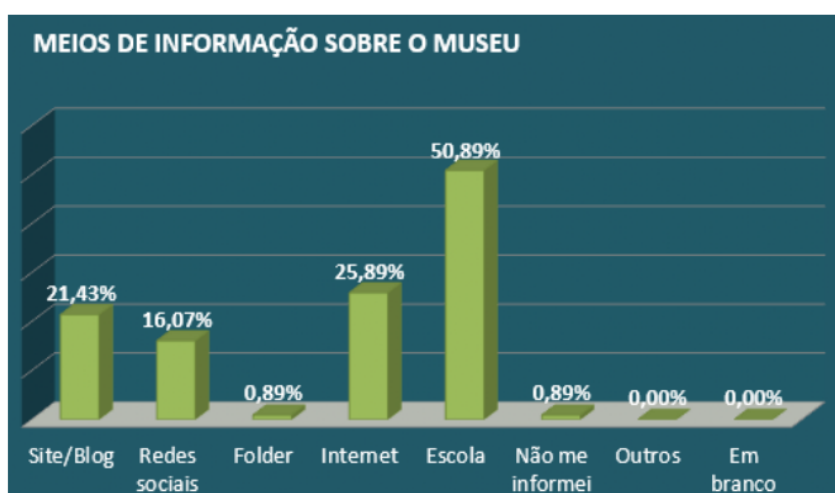


Podemos compreender que a pesquisa revelou um grande interesse de diferentes áreas do conhecimento em utilizar o museu como recurso pedagógico. Embora 14,29% dos questionários não tenham sido preenchidos quanto à disciplina lecionada, a biologia (19,64%), matemática (15,18%), polivalente e português (11,61% cada) se destacaram entre as

respostas, demonstrando a versatilidade do museu para atender às necessidades de diversas disciplinas.

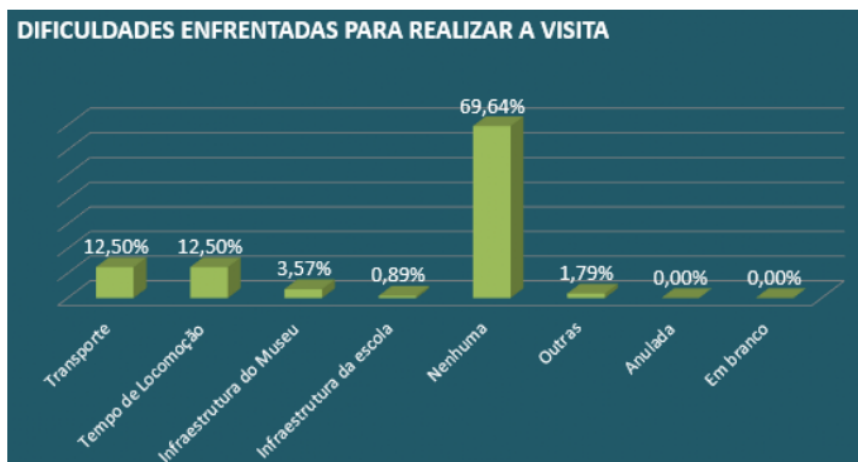


É gratificante observar que a maior parte dos visitantes (82%) respeita as orientações do nosso site e programa suas visitas com antecedência. A maioria (51%) solicita suas visitas com 2 meses ou mais de antecedência, e outros 31% com 1 mês de antecedência. Essa prática demonstra a importância da comunicação objetiva com o público, no qual a antecipação das visitas é fundamental para garantir uma experiência mais completa aos nossos visitantes.

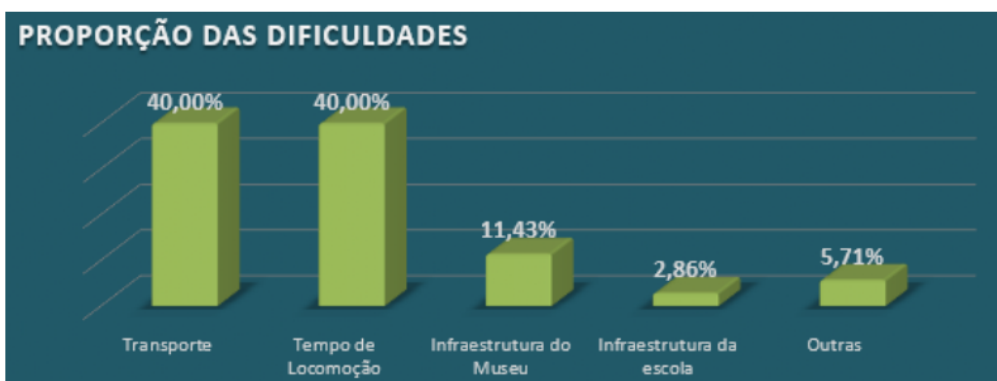


A alta taxa de indicação por escolas (50,89%) sugere que as visitas ao Museu Catavento são de alta qualidade e geram interesse para novas visitas. A divulgação pela internet (25,89%) e

pelo site/blog (21,43%) também são relevantes, indicando que nossos esforços online estão sendo eficazes. A combinação desses fatores demonstra a força da nossa marca e a capacidade de gerar divulgação espontânea.

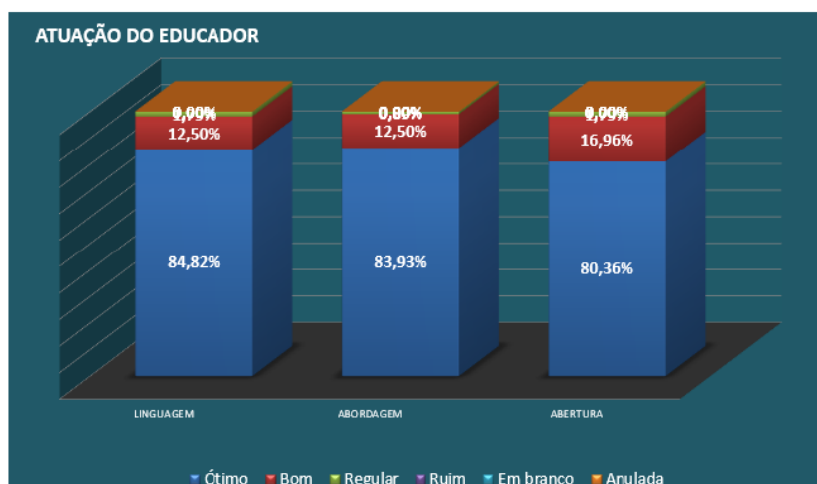


A maior parte dos visitantes (69,64%) não relatou dificuldades para visitar o museu. As principais dificuldades mencionadas foram o tempo de locomoção (12,50%) e o transporte (12,50%), especialmente para escolas de regiões mais distantes, que enfrentam desafios como congestionamento e disponibilidade de transporte, no qual o Museu se empenha em captar parcerias com Secretarias e Prefeituras Municipais, a fim de facilitar a logística da visita desse público.

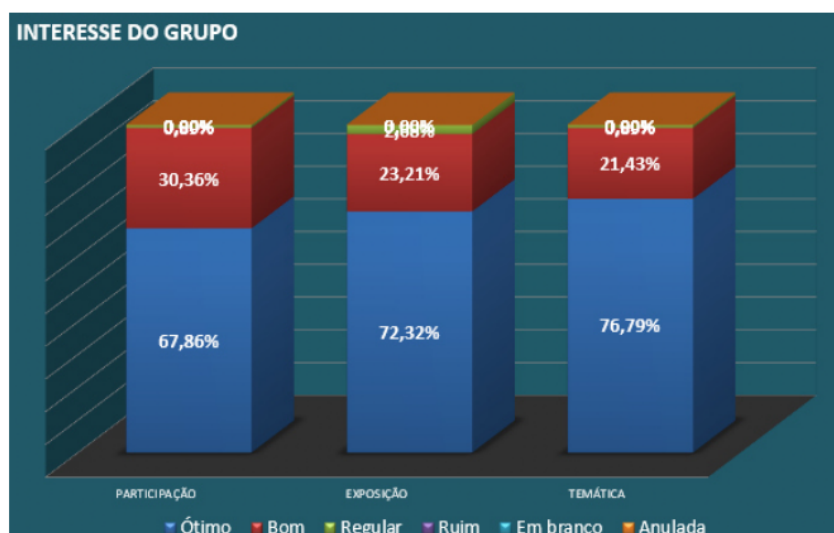


Os resultados do segundo gráfico complementam a análise, confirmando que tempo de locomoção e transporte (40% cada) são as maiores dificuldades enfrentadas pelos visitantes. A infraestrutura também foi citada por (11,43%) dos participantes, indicando que

há espaço para melhorias na acessibilidade do museu. Esses dados reforçam a importância de implementarmos ações para facilitar o acesso e a locomoção no espaço aos nossos visitantes.



Os educadores do museu receberam avaliações excepcionais dos visitantes. A linguagem clara e objetiva (84,82%), a abordagem do conteúdo de forma interessante (83,93%) e a abertura para o diálogo (80,36%) foram os aspectos mais destacados. Esses resultados comprovam a importância da equipe de educadores para o sucesso do Equipamento e nos incentivam a investir ainda mais em sua capacitação.



Os resultados da pesquisa indicam que, mesmo com uma pequena variação em relação à pesquisa anterior, os visitantes continuam muito satisfeitos com o Museu. A participação ativa (67,86%), o interesse nas exposições (72,32%) e a relevância das temáticas abordadas (76,79%) foram amplamente elogiados, evidenciando o sucesso das nossas iniciativas. Iremos aprimorar cada vez mais nossas estratégias para propiciar cada vez mais satisfação aos nossos visitantes.



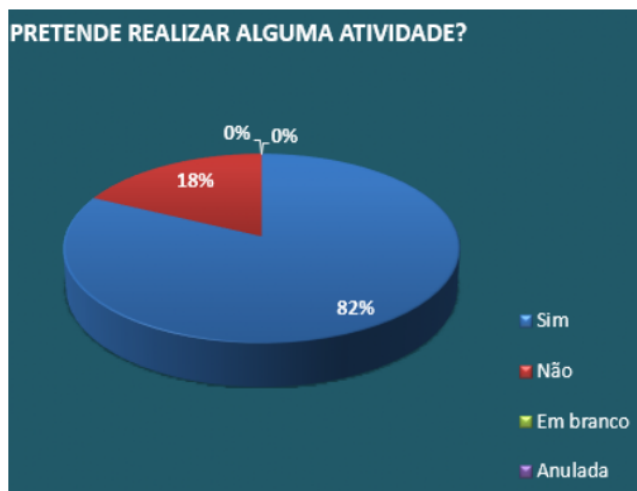
A visita ao museu foi unanimemente considerada uma experiência enriquecedora pelos docentes. As atividades práticas e a conexão com os conteúdos escolares foram destacadas pelos responsáveis como elementos cruciais para a fixação do conhecimento.

segue comentários dos docentes sobre a visita ao Equipamento:

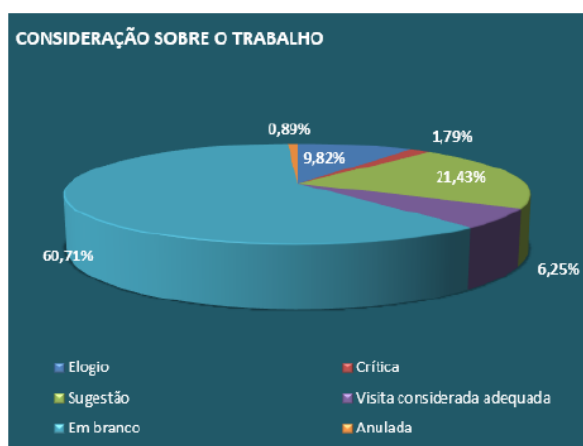
Propiciar a sociabilização

Aprender sobre o tema específico do museu

Complementar conteúdos curriculares



A visita ao museu proporcionou um novo impulso à prática pedagógica dos professores. Os dados indicam que (82%) dos docentes pretendem utilizar os temas abordados durante a visita para desenvolver atividades em sala de aula, o que demonstra o potencial do museu como ferramenta para enriquecer o processo de ensino-aprendizagem.



A análise dos dados revela que essa pergunta pode ter gerado alguma confusão, como indicado pelo alto índice de respostas em branco (60,71%). No entanto, os resultados também apontam para oportunidades de melhoria e para um reconhecimento positivo do nosso trabalho, com (21,43%) de sugestões, (9,82%) de elogios e (6,25%) de avaliações positivas sobre a visita.

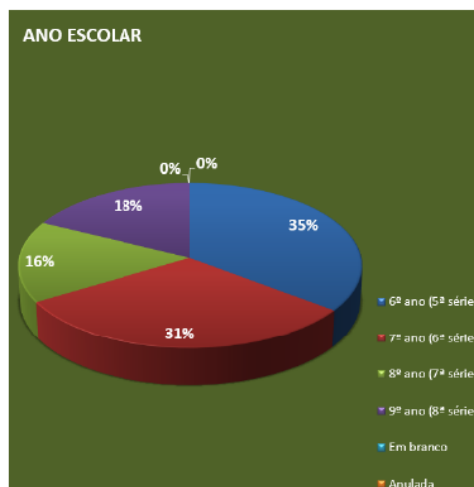
- **Pesquisa Voltada Aos Alunos**

A fim de obter um panorama completo da experiência dos visitantes, realizamos uma coleta de dados com os alunos, utilizando 113 fichas de avaliação modelo SEC. Os gráficos subsequentes apresentam os resultados dessa pesquisa, que nos permitem analisar a percepção dos estudantes sobre a visita

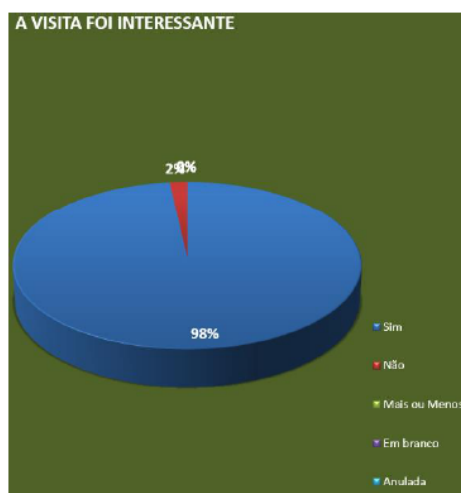


A análise dos dados sobre a instituição de ensino dos participantes revela um perfil interessante. A maioria dos alunos (42%) cursa escolas públicas estaduais, enquanto (29%) frequentam escolas públicas municipais e escolas privadas cada. Esses dados são relevantes para compreender o contexto dos participantes e suas experiências.

As parcerias com as secretarias de educação de Guarulhos, Guararema e Brasilândia têm sido fundamentais para o sucesso do museu em atingir um público escolar diversificado. Os dados demonstram que essas parcerias têm atraído um número expressivo de estudantes do ensino variados, evidenciando a importância de investir na formação cultural e educacional das crianças de diversas regiões e contextos socioeconômicos.

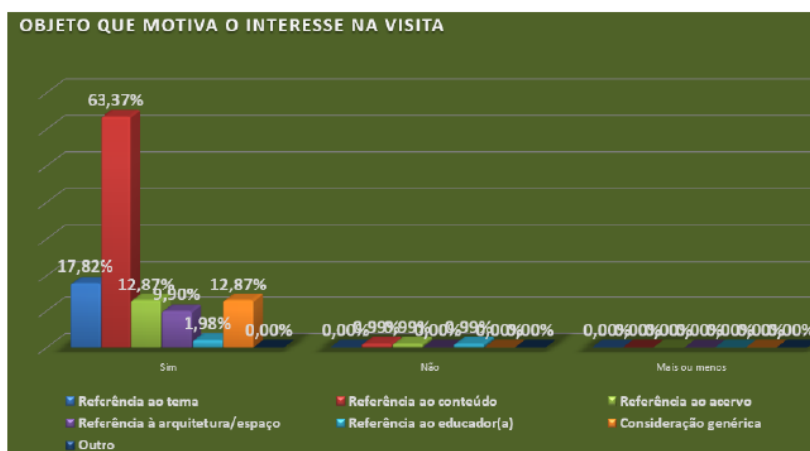


O estudo contou com a participação de alunos de diversas séries, sendo o 6º ano o mais representativo (35%). Em seguida, temos os alunos do 7º ano (31%), 9º ano (18%) e 8º ano (16%), demonstrando uma boa distribuição entre as diferentes etapas do ensino fundamental, nos fazendo compreender que o Equipamento é bastante atrativo para as diversas faixas etárias de ensino.

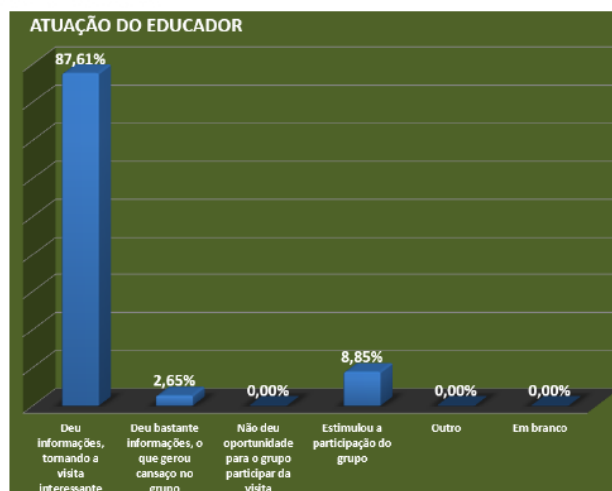


A visita ao museu teve um impacto positivo no aprendizado das crianças, conforme demonstrado pela avaliação dos participantes. Com (98%) de aprovação, a atividade mostrou-se eficaz em despertar o interesse e em promover a construção de conhecimentos. Segue comentários dos alunos:

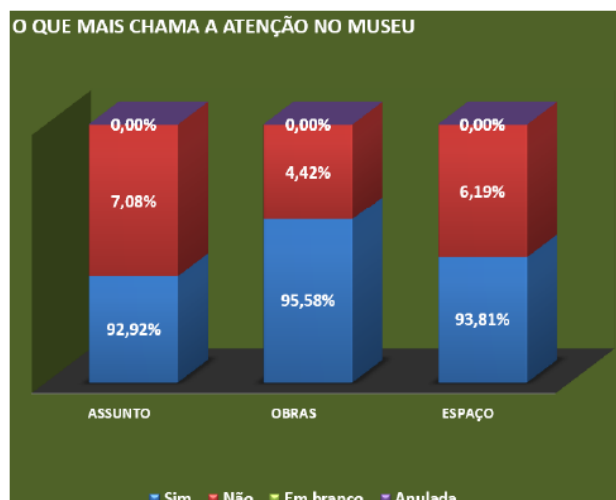
ensina várias coisas sobre ciências e sobre tecnologia
Porque expandir os meus conhecimentos
Pois eu estou aprendendo muitas coisas legais e interessantes



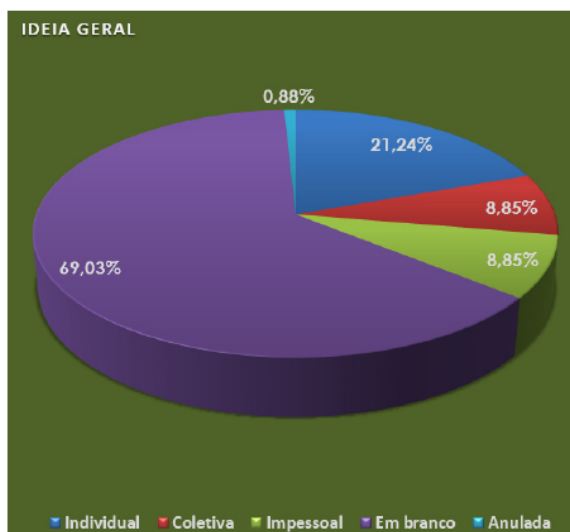
A análise dos relatos dos alunos revela que o conteúdo da visita foi o principal motivador (63,37%), seguido pelo tema específico (17,82%) e pelo acervo (12,87%). Esses dados indicam que a escolha do conteúdo e a forma como ele foi apresentado foram importantes para o sucesso da visita, cabendo ao Equipamento prezar pela manutenção de seus serviços para que continue com esses dados positivos em novas pesquisas.



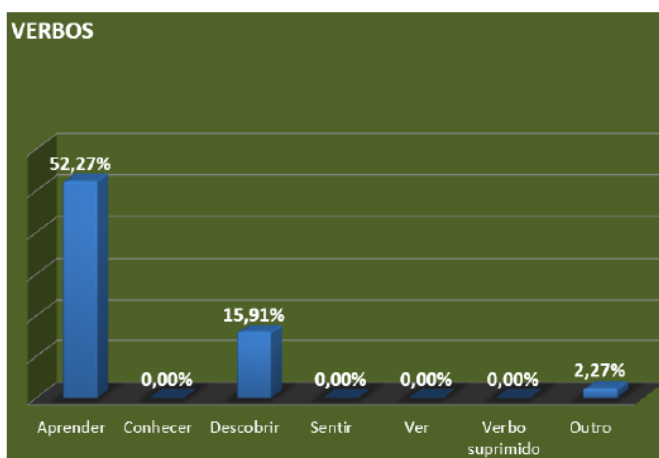
Os resultados da pesquisa demonstram que os educadores desempenham um fator muito positivo na experiência dos alunos, com (87,61%) dos participantes destacando a importância da interação e (8,85%) sobre a estimulação gerada ao grupo. No entanto, a percepção de cansaço por parte de (2,65%) dos alunos sugere a necessidade de otimizar a duração e o ritmo das atividades, buscando um maior engajamento dos estudantes e dinamismo nas atividades propostas.



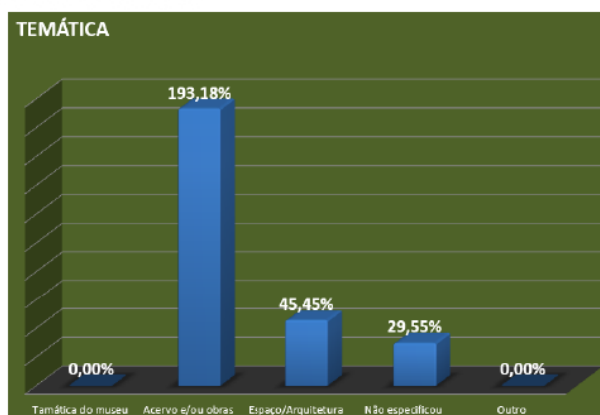
A pesquisa revelou que as obras de arte são o principal atrativo do Museu Catavento (95,58%), seguidas pelo espaço físico (93,81%) e pelos assuntos das exposições (92,92%). Esses dados indicam que a curadoria e a ambientação do museu estão alinhadas com as expectativas do público.



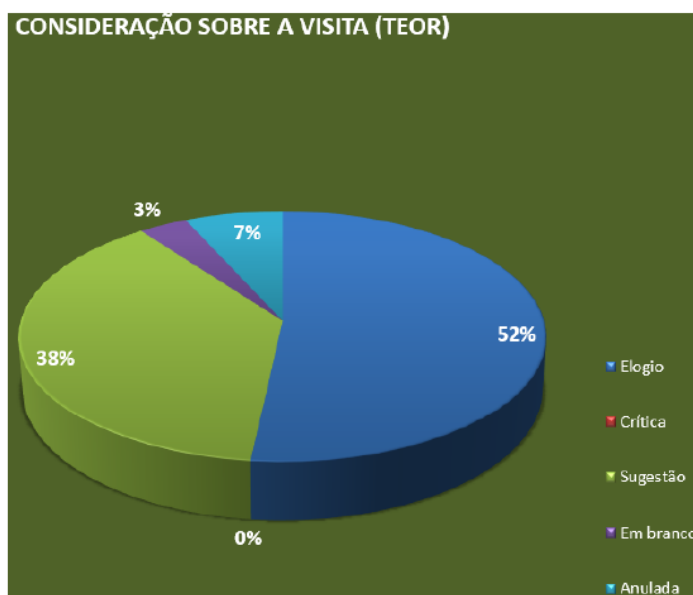
A análise dos dados revela uma alta taxa de questões sem resposta (69,03%), o que indica que as perguntas podem não ter sido claras ou relevantes para os participantes. A baixa taxa de respostas individuais (21,24%) corrobora essa interpretação e sugere a necessidade de reformular o questionário para futuras pesquisas.



Embora o gráfico tenha apresentado falhas, a análise dos dados qualitativos permitiu identificar que os verbos "aprender" e "descobrir" foram os mais utilizados pelos visitantes, representando, respectivamente, (52,27%) e (15,91%) das respostas. Esses resultados demonstram a efetividade do Museu Catavento em estimular o aprendizado de forma lúdica e engajadora.



Os resultados da pesquisa, apesar de algumas inconsistências novamente, evidenciam a importância do acervo e da arquitetura do museu na experiência dos visitantes. A concentração das respostas nessas categorias sugere que investir na qualidade do acervo e na criação de um ambiente arquitetônico agradável é fundamental para um maior destaque ao Museu.



Os resultados da avaliação da visita indicam um alto nível de satisfação dos participantes (52%), com diversas manifestações de elogio. As sugestões apresentadas por 38% dos alunos serão importantes para futuras melhorias. A pressa em retornar à visita resultou na anulação de 7% das respostas. Segue elogios apresentados na resposta:

Ao meu ver foi extremamente agradável a visita
Eu acho que está perfeito

Não precisa melhorar em nada, está tudo perfeito

As sugestões observadas foram:

Colocar ar-condicionado em todo o museu
Que podiam dar mais informações da Quimera original

Mais tempo para explorar as exposições

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa realizada em setembro de 2024, apesar de algumas inconsistências nos dados do modelo SEC, forneceu um panorama geral da satisfação do público escolar. Os resultados, ao identificar tanto pontos fortes quanto áreas a serem aprimoradas, destacam a importância da avaliação contínua para garantir a excelência dos serviços oferecidos pelo museu e a otimização da experiência dos visitantes.

As pesquisas evidenciam a qualidade das atividades do Museu Catavento. Contudo, os dados apontam para a necessidade de readequar o tempo dedicado às mediações e ampliar o número de salas ventiladas para garantir um ambiente mais confortável aos visitantes.

Cabe maior destaque nas seguintes afirmativas:

Satisfação Geral: A pesquisa realizada com professores e alunos revelou uma taxa de satisfação de 97,3% com as experiências oferecidas pelo Museu Catavento. Esse resultado atesta a eficácia das ações educativas implementadas e reforça a importância de investir em iniciativas que promovam o aprendizado e a cultura científica de forma lúdica e interativa.

Impacto na Educação: A pesquisa revela que os professores enxergam o museu como um aliado no processo de ensino-aprendizagem, buscando integrar os conteúdos abordados em suas aulas. Esse resultado positivo demonstra a relevância das ações educativas



desenvolvidas pelo museu e reforça a necessidade de continuar investindo em iniciativas que promovam a articulação entre o espaço escolar e o espaço museal.

Apreciação da Arquitetura e Espaço: A pesquisa de satisfação comprovou o sucesso das reformas realizadas no museu, com destaque para a exposição "100 Anos do Palácio das Indústrias". Os resultados indicam que os investimentos em infraestrutura e em novas exposições foram fundamentais para proporcionar uma experiência mais agradável e memorável aos visitantes, consolidando o Equipamento como um espaço de referência cultural.

Desafios na Aplicação da Pesquisa: A análise dos dados coletados revelou a necessidade de repensar a metodologia de pesquisa, considerando as especificidades do contexto escolar, especialmente em escolas públicas. A preocupação dos alunos com a redução do tempo de exploração e a relutância dos professores em deixar as turmas sem supervisão destacam a importância de buscar alternativas que minimizem esses impactos e garantam a participação efetiva de todos os envolvidos. Além de algumas perguntas não serem claras o suficiente para facilitar a compreensão dos participantes.

Desafios e identificação de erros na planilha de tabulação e correções realizada:

Devido a discrepâncias nas respostas de professores sobre estado/município e de alunos sobre verbos e temáticas, a análise dos dados do modelo SEC exigiu uma estimativa dedutiva, baseada nas maiores frequências.

São Paulo, 20 de janeiro de 2025

PAULA PAIVA Assinado de forma
digital por PAULA PAIVA
FERREIRA:409 FERREIRA:40993633846
93633846 Dados: 2025.01.20
14:55:55 -03'00'

Paula P. Ferreira
Gerente do Núcleo Técnico

JACQUES Assinado de forma digital por
KANN:01117741877 JACQUES KANN:01117741877
Dados: 2025.01.20 15:41:52 -03'00'

Jacques Kann
Diretor Executivo

