

NOTA TÉCNICA FUNDAJ-NEES 02.2021

A Fundaj quer conhecer você! Resultados de pesquisa realizada junto ao público que visita o *site* da Fundaj

Documento parte de pesquisa realizada junto a pessoas que navegam no site da Fundação Joaquim Nabuco.

Data: 03/09/2021, Recife.

Autores:

Luís Henrique Romani de Campos

Isabel Pessoa de Arruda Raposo

Maria Nainam Silvino Araújo dos Santos

A **FUNDAÇÃO JOAQUIM NABUCO (Fundaj)**, em seu último planejamento estratégico, definiu como um dos objetivos estratégicos para 2021: “Ampliar o conhecimento sobre o público alvo da Fundaj”. Esse objetivo, por sua vez, tem como metas a “criação de mecanismos de diálogo com o público para avaliação dos servidores” e a “abertura ao diálogo com a sociedade civil”. Como forma de atender ao referido objetivo, foi sugerida a elaboração de uma enquete junto às pessoas que navegam em nosso *site* com a temática “A Fundaj quer conhecer você!”. Esse tipo de levantamento primário de informações permite o ajuste da comunicação da Instituição, como também apresenta caminhos para a melhoria do *site*.

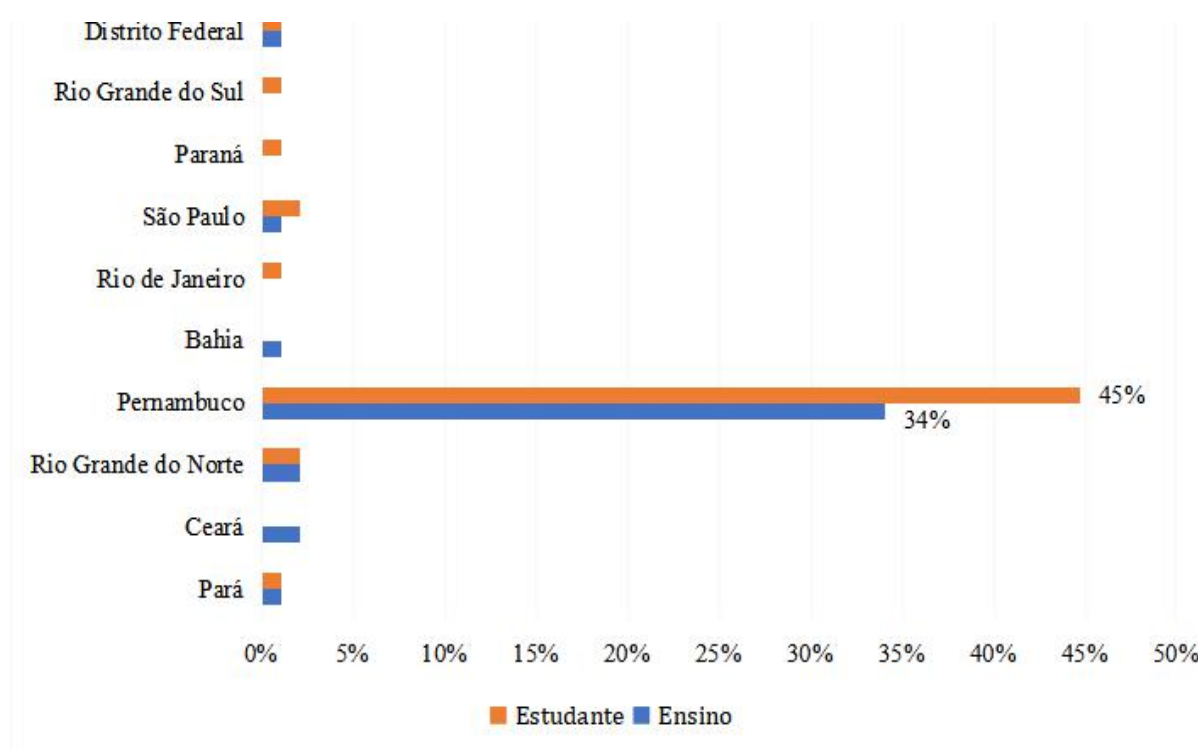
O Núcleo de Estudos em Estatísticas Sociais (NEES) elaborou o questionário para a enquete utilizando uma ferramenta de autopreenchimento. Após a validação do questionário pela equipe da Assessoria de Comunicação (ASCOM), a equipe da Tecnologia da Informação implementou o *link* no *site* da Fundaj. Cabe destacar que foram realizados esforços de divulgação da pesquisa nas redes sociais da Instituição. O questionário encontra-se em anexo a essa nota técnica.

Como incentivo à participação do público, foram distribuídos brindes para os trinta primeiros respondentes. Há de se chamar a atenção para o fato de que a pesquisa não é aleatória, o que limita a possibilidade de extrapolação.

Durante os 15 dias em que a enquete esteve aberta no *site* da Fundaj, contabilizou-se um total de 94 respostas. O primeiro ponto a ser destacado é que o estado de Pernambuco registra a maior concentração de respondentes (84%), conforme pode ser visto no Gráfico 1, o que acabou por motivar algumas análises regionais.

Também é elevado o percentual de pessoas que são Estudantes (45%) e Trabalhadores do Ensino (34%). Alguns respondentes informaram que tanto trabalham no Ensino quanto são Estudantes. Esses números demonstram que o público está diretamente relacionado com a missão da Fundaj, mas também apontam para o desafio de conseguirmos expandir geograficamente os acessos que recebemos.

Gráfico 1
Distribuição Espacial dos Estudantes e Trabalhadores do Ensino



Fonte: elaboração própria a partir de pesquisa direta.

A Tabela 1 apresenta o cruzamento entre os dados de escolaridade e ocupação. A leitura da Tabela expõe alguns pontos importantes, a saber: *i*) público com escolaridade superior à média populacional, pois 70,4% dos respondentes possuem ensino superior completo ou mais, sendo que 29,5% possuem pós-graduação completa; *ii*) público concentrado em servidores públicos e estudantes (63,6% dos respondentes); *iii*) a célula com maior frequência relativa é a de servidor público com pós-graduação; *iv*) entre os estudantes, a escolaridade mais frequente é o ensino superior incompleto. Como boa parte do público está ligado à educação, isso pode explicar o elevado percentual de servidores públicos com alta escolaridade. De fato, das 33 pessoas que relataram serem professores(as), 42,4% são servidores públicos, e 23,1% são empregados com carteira assinada.

Esse perfil, de alguma forma, pode ser uma surpresa, dadas as ações que a Fundaj realiza junto ao público mais jovem, como as visitas guiadas ao Museu e partes do *site* destinadas a veicular pesquisas como a “Pesquisa Escolar Online”, que tenderiam a alcançar visitantes com escolaridade menor. A média da idade dos respondentes foi de 39,6 anos, com desvio padrão de 13,3 anos. O respondente mais jovem declarou ter 18 anos de idade e o mais velho, 71.

Tabela 1
Escolaridade e ocupação dos respondentes

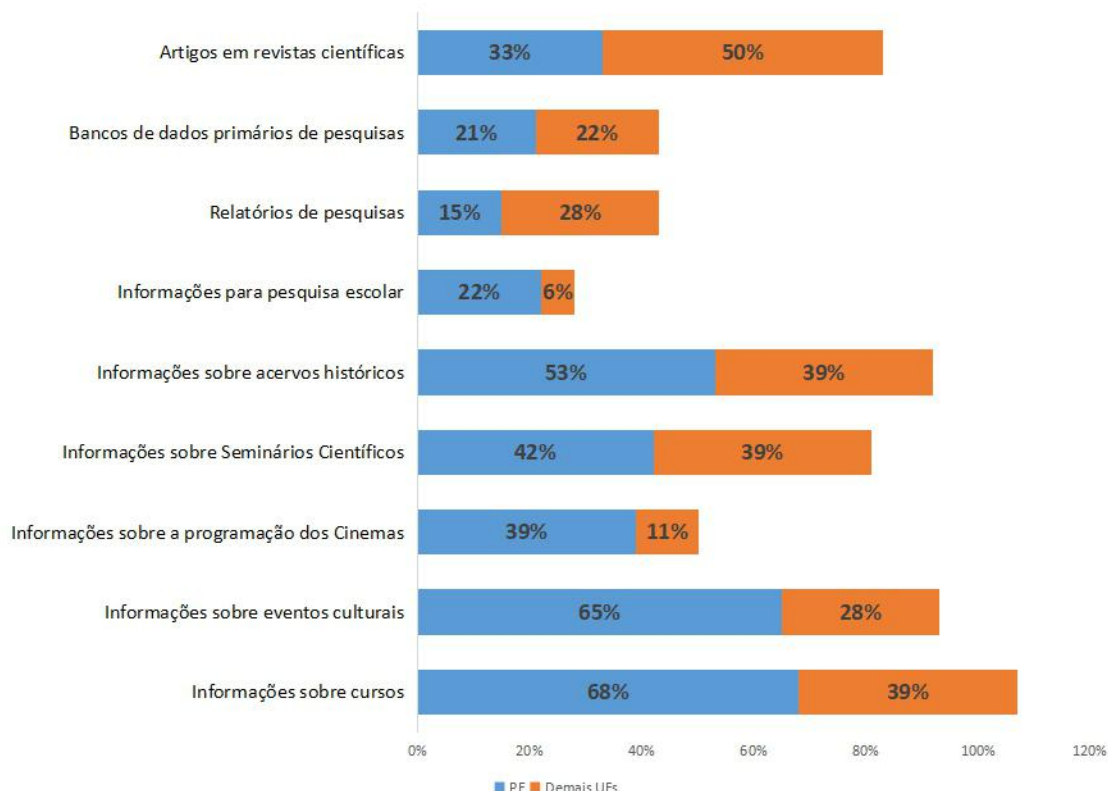
Ocupação / Escolaridade	Ensino médio incompleto	Ensino médio completo	Ensino superior incompleto	Ensino superior completo	Pós- graduação em curso	Pós- graduação completa	Total Geral
Estudante	0,0%	4,5%	13,6%	0,0%	8,0%	0,0%	26,1%
Empregado(a) com carteira assinada	1,1%	2,3%	0,0%	6,8%	2,3%	2,3%	14,8%
Empregado(a) sem carteira assinada	0,0%	0,0%	2,3%	1,1%	1,1%	0,0%	4,5%
Empregador(a) / Empresário(a)	0,0%	0,0%	1,1%	2,3%	0,0%	1,1%	4,5%
Servidor(a) do setor público	0,0%	2,3%	1,1%	6,8%	3,4%	23,9%	37,5%
Aposentado(a)	0,0%	0,0%	0,0%	3,4%	1,1%	1,1%	5,7%
Desempregado	0,0%	0,0%	0,0%	3,4%	0,0%	1,1%	4,5%
Não tenho ocupação remunerada por opção pessoal	0,0%	1,1%	0,0%	1,1%	0,0%	0,0%	2,3%
Total Geral	1,1%	10,2%	18,2%	25,0%	15,9%	29,5%	100,0%

Fonte: elaboração própria a partir de pesquisa direta.

No Gráfico 2 são apresentadas as frequências relativas para as respostas sobre a motivação para visitar o *site* da Fundaj para os residentes no estado de Pernambuco e nas demais unidades da federação. Essa pergunta aceitava múltiplas respostas, o que faz com que a soma das frequências ultrapasse 100%. As quatro principais motivações apontadas foram: *i*) informações sobre cursos; *ii*) informações sobre eventos culturais; *iii*) informações sobre acervos históricos; *iv*) informações sobre seminários científicos. É possível perceber que os internautas que não residem em Pernambuco parecem ser mais motivados por conteúdos acadêmicos, pois apresentam percentuais relativamente mais elevados de busca por artigos em revistas científicas, relatórios de pesquisa e bancos de dados. Isso pode se justificar pela diferença no perfil etário e de escolaridade, uma vez que a maior parte dos residentes das demais Unidades da Federação - UFs (53%) está cursando ou já concluiu alguma pós-graduação e possui uma média de idade de 44 anos. Dentre os residentes de Pernambuco, os respondentes têm em média 39 anos e o percentual de pós-graduação, em curso ou concluída, é um pouco mais baixo, 47%.

De forma geral, o público busca informações para se manterem capacitados, se suprirem de cultura e obterem conhecimento para suas atividades profissionais. Novamente, surpreendeu o fato de “pesquisas escolares” serem uma motivação com baixo percentual de respondentes, dado que a seção “Pesquisa Escolar Online” é uma das que gera maior número de visitantes.

Gráfico 2
Motivação para Visitar o *site* da Fundaj.



Fonte: Elaboração própria a partir de pesquisa direta.

Para entender melhor a motivação para visitar o *site* da Fundaj, a Tabela 2 apresenta a frequência relativa dos estudantes e professores em cada tipo. Por exemplo, 77,8% dos que responderam que a sua motivação para visitar o *site* da Fundaj era a pesquisa escolar também se declararam estudantes. As taxas percentuais revelam que as informações sobre atividades culturais, programação do cinema e acervo histórico, provavelmente possuem um outro tipo de público que não o de professores e estudantes. Isso pode ser indício da necessidade de pensarmos um *site* que seja capaz de falar com públicos distintos, ao invés de se especializar em um tipo de conteúdo ou linguagem.

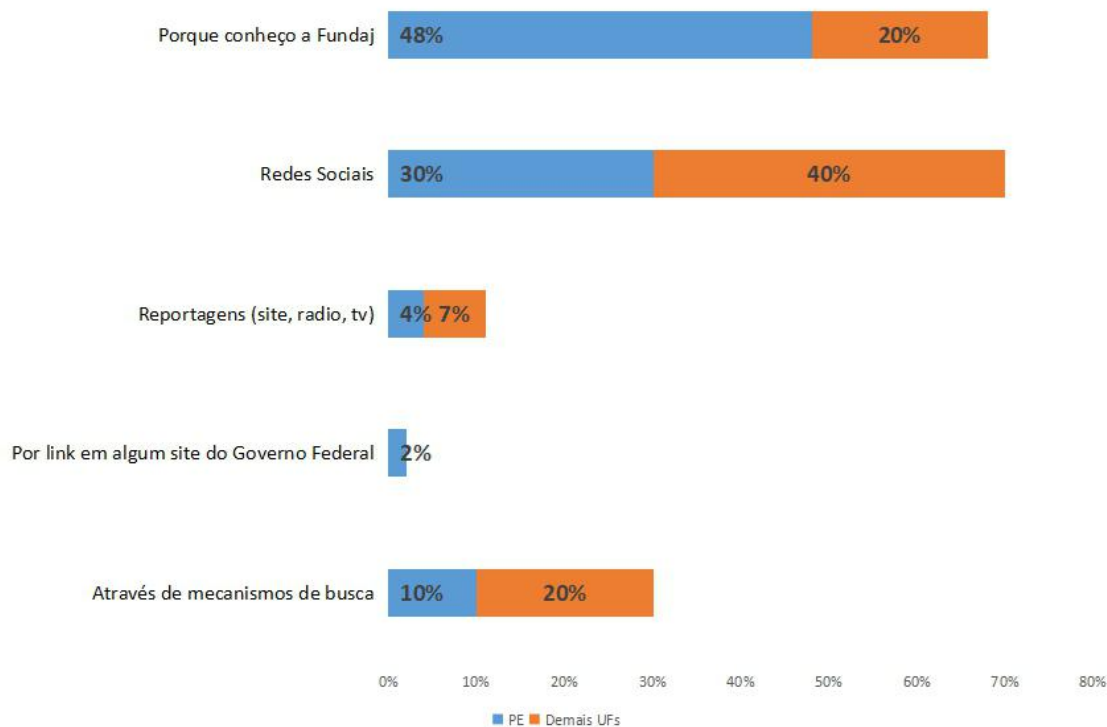
Tabela 2
Participação de Estudantes e Professores entre os tipos de motivação de acesso

Motivo do Acesso	Estudantes	Professores	Respondentes
Informações sobre cursos	59,0%	39,3%	61
Informações sobre eventos culturais	50,0%	35,7%	56
Informações sobre a programação dos Cinemas	48,5%	30,3%	33
Informações sobre Seminários Científicos	57,5%	50,0%	40
Informações sobre acervos históricos	53,1%	34,7%	49
Informações para pesquisa escolar	77,8%	44,4%	18
Relatórios de pesquisas	76,5%	47,1%	17
Bancos de dados primários de pesquisas	66,7%	47,6%	21
Artigos em revistas científicas	65,7%	51,4%	35

Fonte: Elaboração própria a partir de pesquisa direta.

O Gráfico 3 apresenta a resposta ao questionamento de como o respondente chegou ao *site* da Fundaj. Como era de se esperar, a maioria dos residentes de Pernambuco (48%) relatou algum conhecimento prévio da Fundação. Já para os respondentes domiciliados em outras UFs, as redes sociais são a principal fonte de conhecimento do *site* (40%). Em que pese a importância de recebermos contínuas visitas de usuários frequentes, é preciso adotar estratégias para elevar a participação de visitantes oriundos de *sites* de busca. Também é interessante que, apesar de nossa crescente inserção na mídia, isso parece não estar se refletindo em visitas ao *site*.

Gráfico 3 Como Chegou ao *site* da Fundaj?



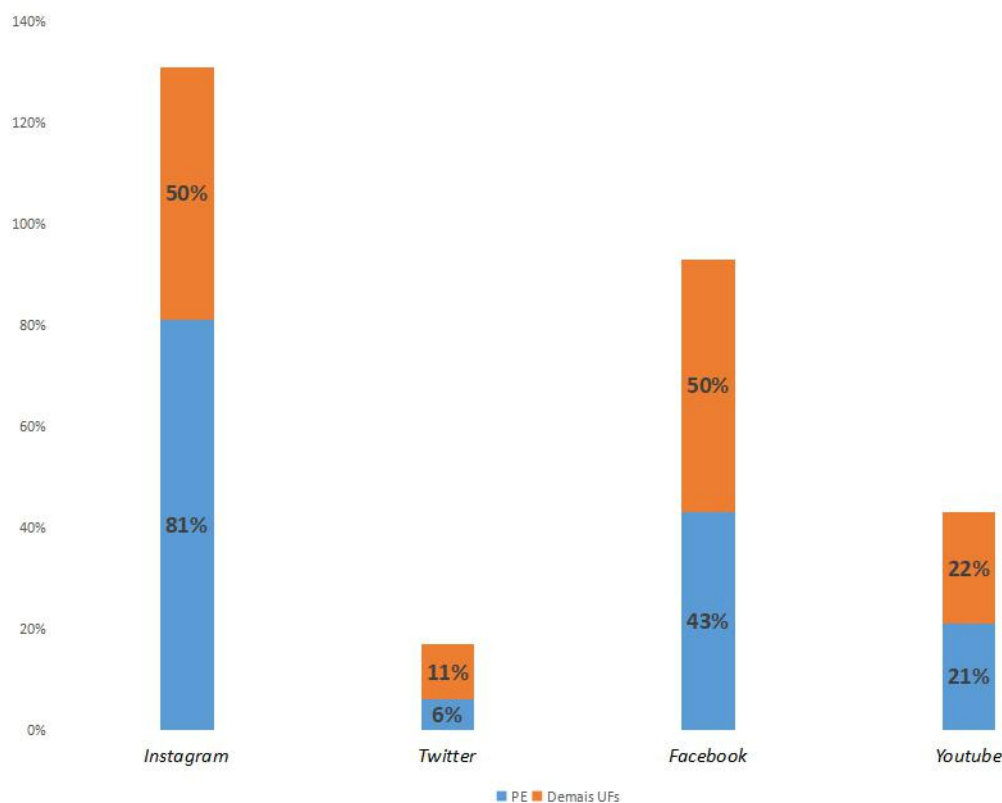
Fonte: Elaboração própria a partir de pesquisa direta.

Já no Gráfico 4, apresenta-se o desdobramento da rede social que deu acesso aos conteúdos da Fundaj. Essa pergunta também aceitava mais de uma resposta, fazendo com que a soma seja maior que 100%. Mais uma vez, registra-se alguma discrepância entre os residentes de Pernambuco e das demais UFs. Para os primeiros, o *Instagram* é de longe a rede social mais importante (81%), seguida do *Facebook* (43%). Dentre os residentes nas demais UFs, *Facebook* e *Instagram* exercem influência equivalente na busca pelo *site* da Fundaj. Isso gera o desafio de transformar conteúdos da Fundaj em imagens, para manter vivo o fluxo de postagens. Ao mesmo tempo, revela que é preciso pensar em aumentar a atração do público do *Youtube* e do *Twitter* para o nosso *site*.

Tendo em vista que o público de estudantes e professores é grande, também foi realizado o cruzamento da rede social de acesso com esses públicos, o que está relatado na Tabela 3. Nota-se que quase todos os respondentes que acessam conteúdos da Fundaj pelo *Twitter* são estudantes. O *Instagram* também é muito utilizado pelos alunos. Os professores, por sua vez, tem um alto nível de respostas no *Youtube*. Considerando o tipo de conteúdo que estamos veiculando no *Youtube*, de programações culturais e de ciências humanas, sociais e sociais aplicadas, nota-se que se pode pensar em estratégias de segmentação de conteúdos

para aumentar a possibilidade de uso integrado das pessoas nas diversas formas de interagir com conteúdos da Fundaj.

Gráfico 4
Rede em que teve acesso a conteúdo da Fundaj



Fonte: Elaboração própria a partir de pesquisa direta.

Tabela 3
Participação de Estudantes e Professores entre os usuários de redes sociais

Rede Social	Estudantes	Professores	Respondentes
Instagram	56,2%	32,9%	73
Twitter	85,7%	28,6%	7
Facebook	44,2%	37,2%	43
Youtube	42,9%	57,1%	21

Fonte: Elaboração própria a partir de pesquisa direta.

Complementando a avaliação do *site*, perguntamos se os respondentes encontraram o que procuravam. Dentre os residentes de Pernambuco, 80% responderam afirmativamente, mas somente 65% dos residentes nas demais UFs sentiram-se contemplados na sua busca. Um percentual de 30% dos domiciliados em Pernambuco relataram dificuldade em encontrar o que procuravam, enquanto apenas 18% dos residentes de outras UFs declararam alguma dificuldade. Essas informações são condizentes com o perfil mais escolarizado, mais velho e, possivelmente, mais exigente dos participantes não residentes no estado de Pernambuco.

Considerando que as tabelas com cruzamentos de perguntas revelaram padrões, resolveu-se realizar análise de agrupamentos a partir de todo o banco de dados. Essa técnica permite determinar grupos homogêneos de respondentes, de sorte a tipificá-los com base em seus padrões de resposta. Foram destacados três tipos básicos. Também foram realizados testes de hipóteses para ver em quais perguntas existem diferenças significativas nos padrões de resposta. A Tabela 4 apresenta as estatísticas descritivas para cada um dos grupos.

O primeiro grupo (1) apresenta maior faixa etária, maior nível de instrução e maior proporção de professores. Eles são os que entram no *site* com menor frequência, usam mais o *Facebook* e o *Youtube* e têm alta probabilidade de encontrar o que procuraram em nosso *site*.

O segundo grupo (2) tem faixa etária intermediária e menores proporções de estudantes e professores entre os três grupos. Sua escolaridade também é alta, usam mais o *Instagram* e *Facebook* e também possuem alta probabilidade de encontrar o que buscam em nosso *site*. Esse é o grupo que entra com maior frequência no *site*.

Já o terceiro grupo (3) possui a menor faixa etária média, apresenta maior participação de estudantes e a escolaridade é levemente menor que nos demais grupos. Sua preferência de rede social é o *Instagram* e eles possuem a menor chance de encontrarem o que buscam em nosso *site*.

Tabela 4
Estatísticas descritivas dos perfis de respondentes

RESPOSTA / GRUPO	1	2
Número de componentes	32	30
Idade média	55	39
Proporção de estudantes	43,8%	40,0%
Proporção de pessoas com escolaridade até o ensino médio	3,1%	10,0%
Proporção de pessoas com escolaridade acima do ensino superior	96,9%	90,0%
Proporção de professores	50,0%	30,0%
Proporção das pessoas que entram mensalmente	9,4%	30,0%
Proporção de pessoas que foram estimuladas pelo Instagram	59,4%	83,3%
Proporção de pessoas que foram estimuladas pelo Facebook	59,4%	46,7%
Proporção de pessoas que foram estimuladas pelo Youtube	43,8%	6,7%
Proporção de pessoas que encontraram o que procuravam no <i>site</i>	84,4%	86,7%

Fonte: Elaboração própria a partir de pesquisa direta.

Como consideração final, registra-se que há uma lacuna entre os visitantes que estão na faixa etária entre 10 a 18 anos. Mesmo a metodologia da pesquisa não possuindo caráter amostral, a ausência de respondentes nessa faixa etária pode revelar que nosso *site* não apresenta apelo visual e/ou estratégia de comunicação que permita que as crianças e adolescentes nos visitem. Além disso, as diferenças de perfis registradas entre os participantes da pesquisa residentes em Pernambuco e nos demais estados, podem motivar estratégias de comunicação distintas por recorte regional.

Os dados revelaram a necessidade de análise de outras fontes de informação sobre o fluxo de visitantes no *site* da Fundaj, assunto que será tratado em outra nota técnica.

Apêndice

Questionário: A Fundaj quer conhecer você!

Para prosseguir em sua visita a nossa página, solicitamos a sua colaboração na pesquisa sobre o conteúdo disponível em nosso *site*. O objetivo é melhorar a qualidade do nosso serviço. Todas as respostas são protegidas de qualquer identificação pessoal.

*Obrigatório

1. Qual sua idade? (numérica)*

2. Qual seu sexo?*

- Feminino
- Masculino
- Não quero informar
- Outro:

3. A sua cor ou raça é:*

- Branca
- Preta
- Parda
- Amarela
- Indígena
- Outra
- Não quero informar

4. Em que estado reside?*

5. Você é estudante?*

- Sim
- Não

6. Qual o seu nível de instrução?*

- Menos do que o primeiro ciclo do Ensino Fundamental
- Primeiro ciclo do Ensino Fundamental completo
- Segundo ciclo do Ensino Fundamental incompleto
- Ensino médio incompleto
- Ensino médio completo
- Ensino superior incompleto
- Ensino superior completo
- Pós Graduação em curso

Pós Graduação completa

7. Qual a sua ocupação?*

- Estudante
- Empregado(a) com carteira assinada
- Empregado(a) sem carteira assinada
- Empregador(a)/ Empresário(a)
- Servidor(a) do setor público
- Aposentado(a)
- Desempregado
- Não tenho ocupação remunerada por opção pessoal
- Prefiro não responder

8. Se você trabalha com ensino, atua como? (essa pergunta permite múltiplas respostas)*

- Professor(a)
- Coordenador(a) pedagógico
- Dirigente
- Prefiro não responder
- Outro

9. Com qual frequência acessa o *site* da Fundaj?*

- Primeiro acesso
- Anualmente
- Semestralmente
- Trimestralmente
- Bimestralmente
- Mensalmente
- Semanalmente
- Diariamente
- Prefiro não responder

10. Como você chegou ao *site* da Fundaj?*

- Através de mecanismos de busca
- Por link em algum *site* do Governo Federal
- Reportagens (*site*, radio, tv)
- Redes Sociais
- Porque conheço a Fundaj
- Prefiro não responder
- Outro

11. Que tipo de conteúdo procura no *site* da Fundaj? (essa pergunta permite múltiplas respostas)*

- Informações sobre cursos

- Informações sobre eventos culturais
- Informações sobre a programação dos Cinemas
- Informações sobre Seminários Científicos
- Informações sobre acervos históricos
- Informações para pesquisa escolar
- Relatórios de pesquisas
- Bancos de dados primários de pesquisas
- Artigos em revistas científicas
- Outro

12. Marque em qual rede social já teve acesso a conteúdos da Fundaj (essa pergunta aceita múltiplas respostas)*

- Instagram
- Twitter
- Facebook
- Youtube

13. Você encontrou o que buscava em nosso *site*?*

- Sim
- Não

14. Teve dificuldades para encontrar a informação que buscava no *site*?*

- Sim
- Não

15. Sinta-se à vontade para deixar sugestões de conteúdos e melhorias para a página.

16. Nome e e-mail.