



Resultado do Inquérito On-line aos Participantes dos Workshops Realizados pela Direção-Geral das Artes

Avaliação da Utilidade dos Workshops

Título:

Resultado do Inquérito On-line aos Participantes dos Workshops realizados pela DGArtes em 2013

- Avaliação da Utilidade dos Workshops-

Data de edição:

novembro 2013

ÍNDICE

1. INTRODUÇÃO	4
2. ORIENTAÇÕES METODOLÓGICAS	5
3. ANÁLISE DE DADOS	6
4. PRINCIPAIS CONCLUSÕES	69
5. ÍNDICE REMISSIVO	70

1. INTRODUÇÃO

A Direção-Geral das Artes (DGArtes) tem por atribuição promover a realização de projetos e ações que contribuam para a valorização do setor das artes e dos seus profissionais.

É da competência da Direção de Serviços de Planeamento, Informação e Recursos Humanos organizar e apoiar ações de valorização e formação profissional para os agentes do setor das artes, designadamente através de ações de formação e capacitação.

Num momento em que se impõe a racionalização dos recursos no que respeita aos apoios às artes, proporcionar oportunidades de desenvolvimento formativo às entidades artísticas nacionais afigura-se como uma boa forma de colaboração com o setor. A formação de qualidade fornece ferramentas fundamentais para a sustentabilidade do trabalho realizado no meio artístico e cria arenas para o debate de ideias e de soluções para problemas partilhados.

Em 2013, a DGArtes deu início ao projeto que denominou “Ciclo de Workshops Internacionais”, em parceria com o Instituto Superior de Economia e Gestão e com o Teatro Nacional de São João. O objetivo principal deste ciclo foi o de capacitar o setor artístico português, recorrendo a especialistas de renome internacional que desenvolvem atividade simultaneamente prática e de reflexão sobre temas pertinentes e úteis para os participantes nos workshops.

Os primeiros três workshops, que decorreram entre Maio e Outubro de 2013, em Lisboa e no Porto, focaram alguns dos temas mais prementes para as organizações artísticas portuguesas, nomeadamente a comunicação, o empreendedorismo e o estabelecimento de parcerias. Os formadores, provenientes dos EUA, da Holanda e do Reino Unido, proporcionaram aos participantes três workshops interativos, nos quais houve ampla possibilidade de intervenção e de diálogo. Destes workshops resultou também um movimento no sentido do desenvolvimento de mecanismos de estabelecimento de parcerias entre os participantes, materializado na circulação de dados e contactos facilitada pela DGArtes.

O Ciclo de Workshops Internacionais deverá ter continuidade em 2014, tanto pelo facto de estarmos longe de termos esgotado os temas relevantes para o setor artístico, como pelos resultados positivos que o presente relatório demonstra.

O Diretor-Geral das Artes

Samuel Rego

2. ORIENTAÇÕES METODOLÓGICAS

Ao questionário, constituído por 5 perguntas, responderam 49 dos 189 participantes nos Workshops organizados pela Direção-Geral das Artes.

O questionário foi enviado via e-mail, durante o mês de outubro de 2013, para todos os participantes, resultando uma amostra de 25% do universo dos participantes.

As respostas foram objeto de tratamento estatístico resultando no relatório que aqui se apresenta.

3. ANÁLISE DE DADOS

1. Dados de caracterização do universo e da amostra

Foram organizados três workshops, cada um deles com duas sessões, uma em Lisboa e outra no Porto:

1. "Comunicação e Marketing para o Setor Artístico", com o formador Adam Thurman.
2. "Desafios do Empreendedorismo Cultural", com o formador Arjo Klamer.
3. "Internacionalização e Estabelecimento de Parcerias nas Artes", com a formadora Yvette Vaughan-Jones.

Evento	Thurman Lisboa 7 de maio	Thurman Porto 9 de maio	Klamer Lisboa 3 de junho	Klamer Porto 5 de junho	Jones Lisboa 9 de outubro	Jones Porto 7 de outubro	Total
Universo	54	35	42	20	62	25	238
Participantes que Responderam	6	5	5	4	21	10	51

Dos 238 participantes apenas foram enviados 189 e-mails, uma vez que se verificou a repetição de contatos de e-mails em participantes distintos mas pertencentes à mesma instituição. Dos 49 respondentes, dois foram a mais do que um Workshop, totalizando 51 participantes respondentes.

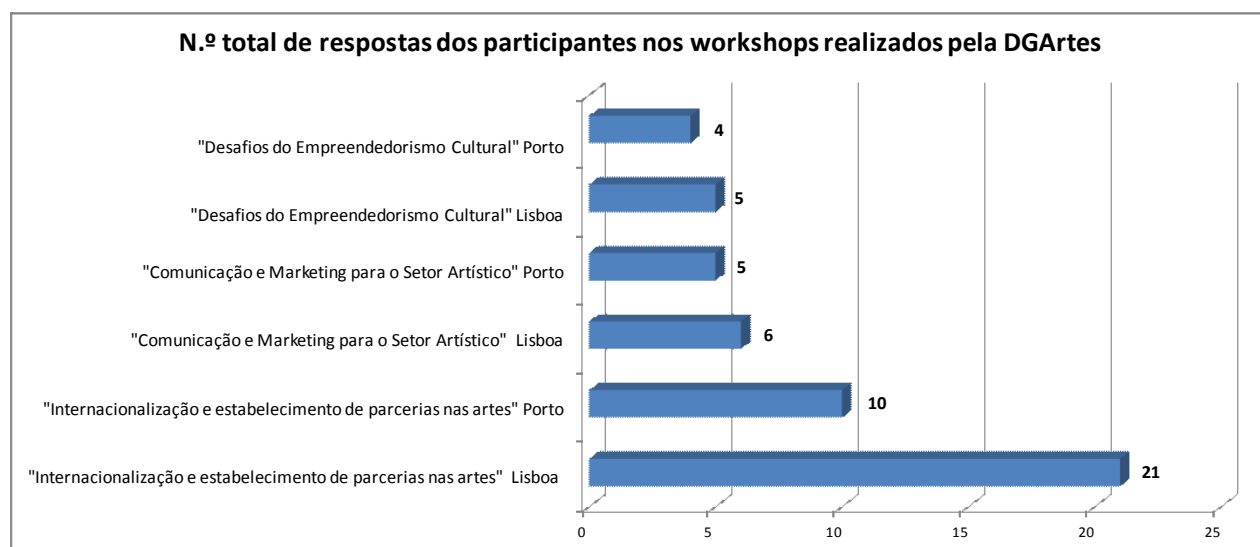


Gráfico 1- N.º total de respostas dos participantes que frequentaram os workshops realizados pela DGArtes.

2. Análise das perguntas

Das 51 respostas, 63% afirmaram ter participado nos Workshops decorridos em Lisboa e 37% afirmaram ter participado no Porto. Esta amostra revela a realidade do universo, uma vez que o número de inscritos em Lisboa (158) foi superior ao número de inscritos no Porto (80).

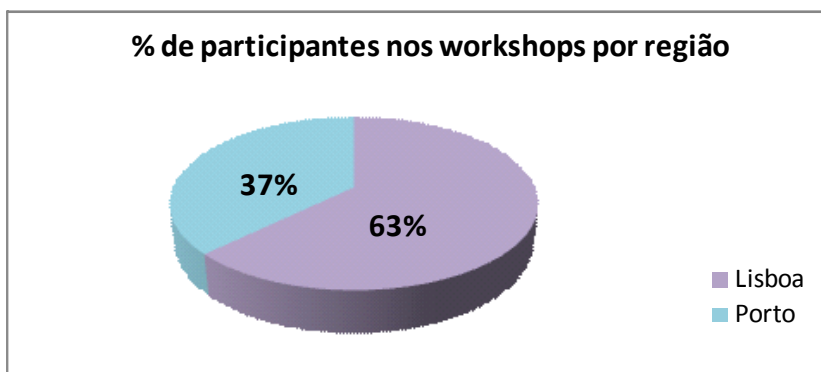


Gráfico 2- % de participantes nos workshops por região.

Foi possível apurar que o envio de e-mails e a Newsletter tiveram um destaque considerável e atingiram o propósito da divulgação dos Workshops, uma vez que os dois meios de divulgação perfizeram 55%. 18% dos participantes tiveram conhecimento dos workshops através do site da DGArtes, e 11 % dos participantes tiveram contato com este evento através do Facebook e através de outros meios de comunicação. Os anúncios publicados em jornais foi o meio de comunicação com menor visibilidade, apenas 5%.

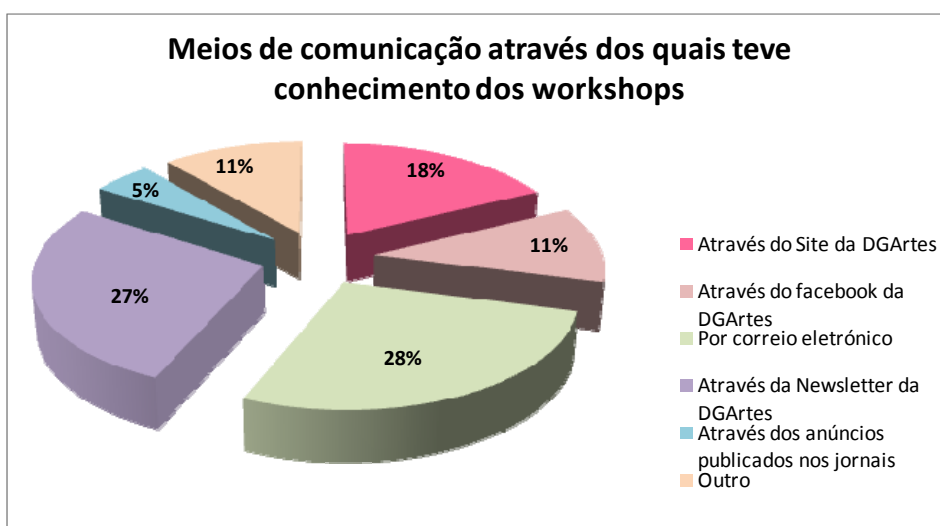


Gráfico 3- Meios de comunicação através dos quais os participantes tiveram conhecimento dos workshops.

A motivação dos participantes para a inscrição nos Workshops dividiu-se em quatro razões principais:

- o A pertinência dos temas desenvolvidos (28%);

- A aquisição de novos conhecimentos (24%);
- A atualização de novos conhecimentos (23%);
- O *know-how* dos oradores (21%).

Apenas 4% dos participantes apresentaram outras razões como responsáveis pela motivação da sua inscrição no workshop.

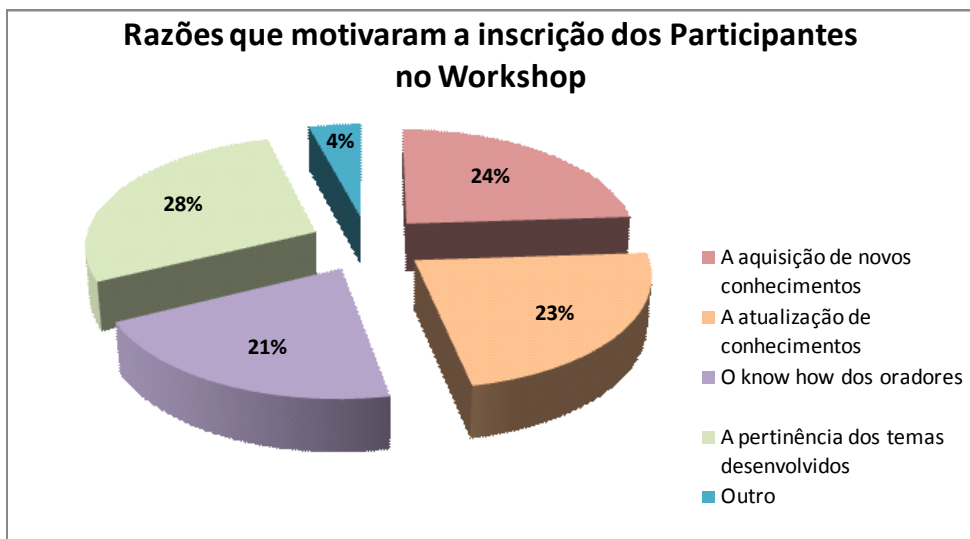


Gráfico 4- Motivação para a inscrição nos Workshops.

Relativamente à questão que afere a pertinência dos temas desenvolvidos no workshop, conclui-se que 57% dos participantes respondentes estão completamente de acordo com a sua pertinência. 39% responderam estar de acordo com a pertinência dos temas apresentados e apenas 4% não estão de acordo.

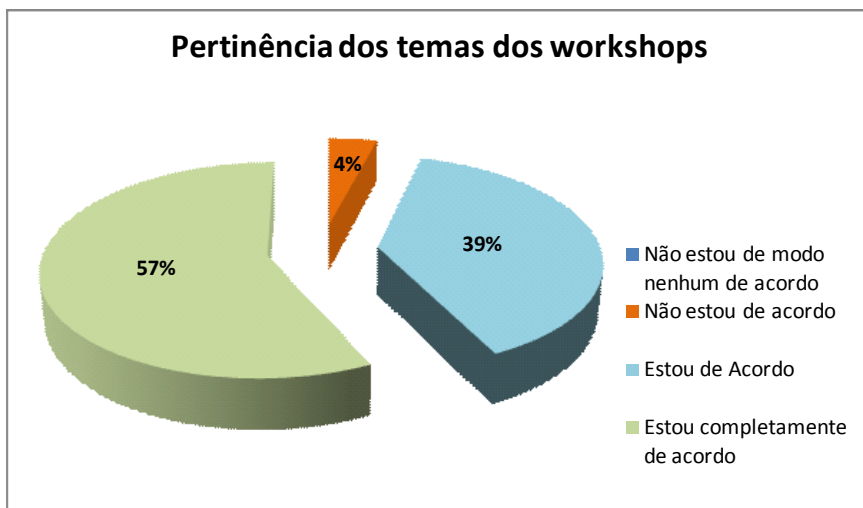


Gráfico 5- Pertinência dos temas apresentados.

No que concerne à pergunta que caracteriza a adequação da duração dos workshops aos temas apresentados, obtiveram-se os seguintes resultados: 39% dos inquiridos responderam estar

completamente de acordo com a adequação dos temas à duração do workshop e também 39% responderam estar de acordo. 22% não concordaram com esta adequação da duração dos workshops aos temas apresentados nas sessões.

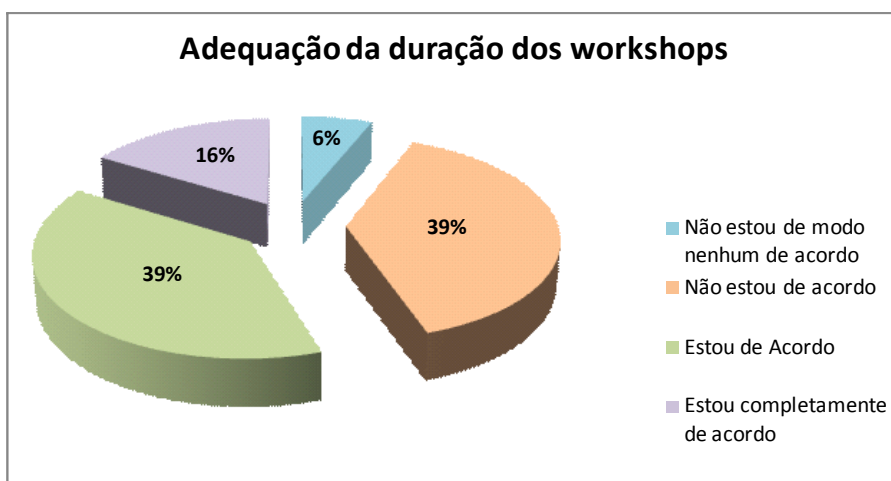


Gráfico 6- Adequação da duração dos workshops aos temas apresentados.

Quando interrogados acerca da relevância dos conhecimentos adquiridos e a sua aplicação prática na atividade profissional que desenvolvem, 51% dos inquiridos participantes afirmaram estar de acordo com esta relevância, 27% estão completamente de acordo e 22% discordaram da existência da relevância dos conhecimentos adquiridos.

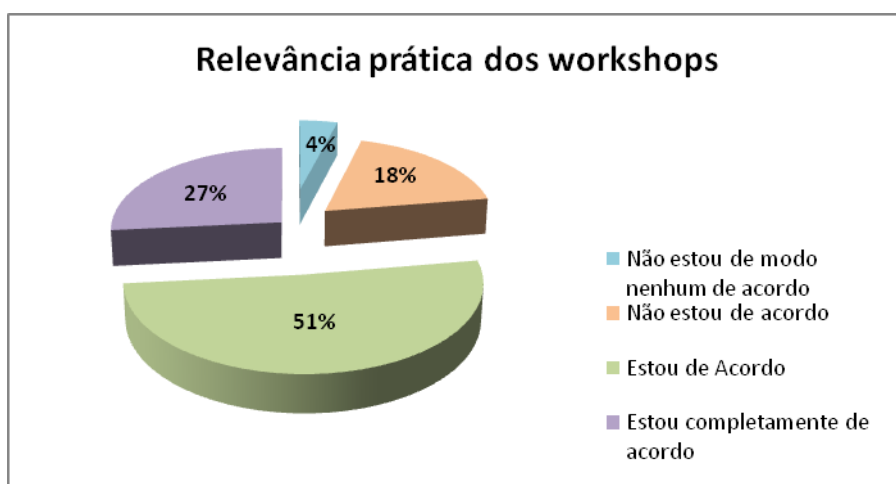


Gráfico 7- Relevância dos conhecimentos adquiridos e sua aplicação prática.

Os workshops revelaram-se para 82% dos inquiridos uma mais-valia para a atividade que desempenham, apenas 18% não os considerou como tal.

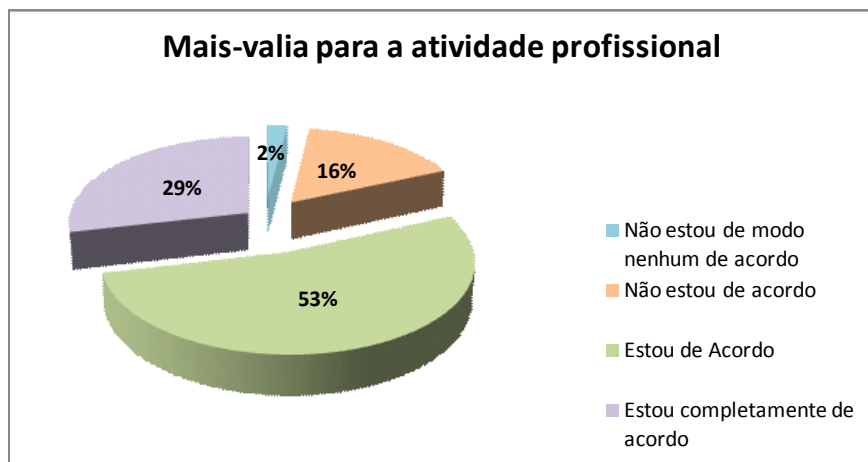


Gráfico 8- Mais-valia para a atividade profissional que os participantes desenvolvem.

Em relação aos objetivos que eram propostos no workshop, 65% dos respondentes consideraram que estes foram alcançados e 35% discordou desta observação.

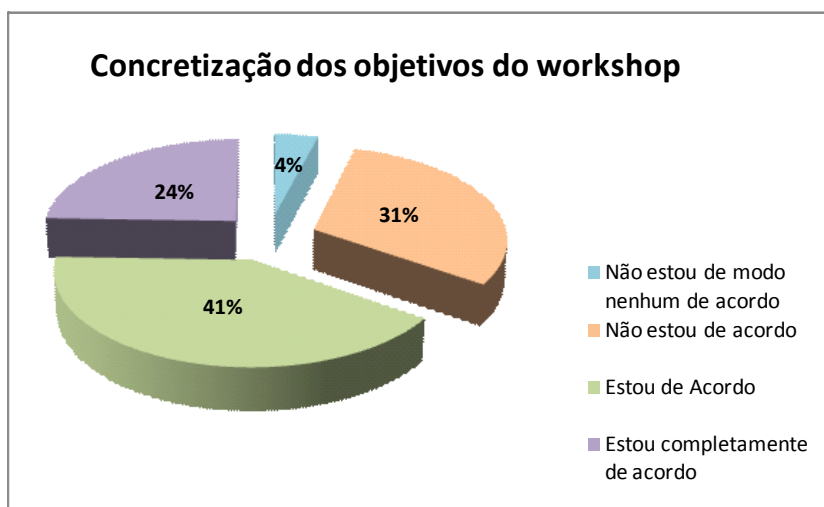


Gráfico 9- Concretização dos objetivos do workshop.

À questão que pretendia apurar as expetativas dos participantes face ao workshop, 59% respondeu que cumpriu as expetativas e 41% não concorda que o Workshop tenha ido de encontro às suas expetativas.

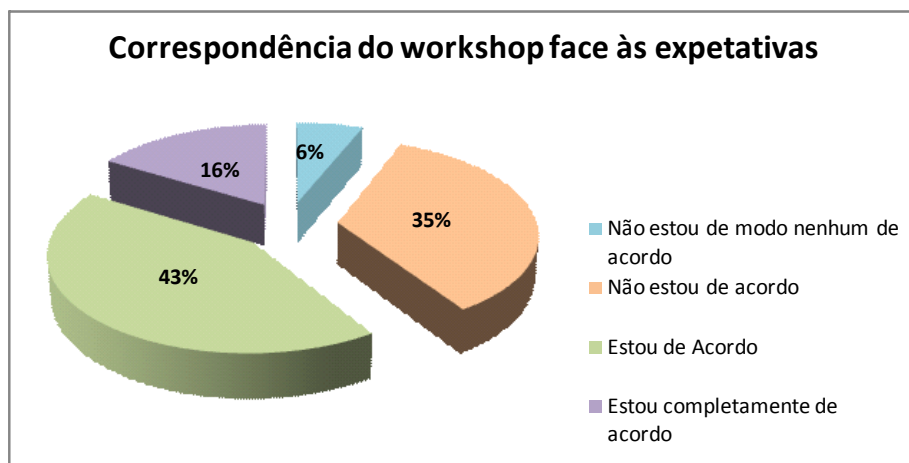


Gráfico 10- Correspondência do workshop face às expetativas.

No geral, os workshops foram avaliados de forma bastante positiva. 64% dos participantes responderam consideraram-nos entre excelente e bom, 32% satisfatório e apenas 4% avaliaram os workshops de forma negativa.



Gráfico 11- Avaliação geral do workshop.

Dos inquiridos que responderam a esta questão foi possível apurar o especial interesse pelo tema da internacionalização e pelo estabelecimento de parcerias. Outros motivos que incentivaram a participação estiveram relacionados com: o facto de os oradores dos workshops serem excelentes representantes das problemáticas alvo de debate, a apreensão de novos conhecimentos ou a sua reciclagem.

3. PRINCIPAIS CONCLUSÕES

Da análise realizada às questões levantadas, no questionário de avaliação da Utilidade dos Workshops, foi possível retirar as seguintes conclusões:

- No geral, os workshops foram avaliados de forma bastante positiva;
- Em Lisboa o workshop com mais audiência foi o de “Internacionalização e Estabelecimento de Parcerias nas Artes”, com a formadora Yvette Vaughan-Jones.
- No Porto o Workshop com mais audiência foi o de “Comunicação e Marketing para o Setor Artístico”, com o formador Adam Thurman.
- A motivação dos participantes para a inscrição nos Workshops dividiram-se em 4 razões principais:
 - A pertinência dos temas desenvolvidos;
 - A aquisição de novos conhecimentos;
 - A atualização de novos conhecimentos;
 - O *know-how* dos oradores.
- Os meios de comunicação que tiveram mais sucesso na captação de público para a participação nos workshops foram o e-mail e a Newsletter;
- A grande maioria concorda com a pertinência dos temas desenvolvidos nos workshops;
- A grande maioria dos participantes respondentes concorda com a adequação da duração dos workshops aos temas apresentados;
- A grande maioria dos participantes respondentes considera relevantes os conhecimentos adquiridos e a sua aplicação prática na atividade profissional que desenvolvem;
- Para a grande maioria dos participantes respondentes os workshops revelaram-se uma mais-valia para a atividade que desempenham;
- Para mais de metade dos participantes respondentes os objetivos do workshop em que participaram foram alcançados;
- Para mais de metade dos participantes respondentes o workshop cumpriu as expectativas;
- Na região de Lisboa verificou-se um maior número de participantes do que na região do Porto;
- A principal motivação para a participação nos workshops foi o tema da internacionalização e do estabelecimento de parcerias.

ÍNDICE REMISSIVO

Gráfico 1- N. total de respostas dos participantes que frequentaram os workshops realizados pela DGArtes.

Gráfico 2- % de participantes nos workshops por região.

Gráfico 3- Meios de comunicação através dos quais teve conhecimento dos workshops.

Gráfico 4- Motivação para a inscrição nos Workshops.

Gráfico 5- Pertinência dos temas apresentados.

Gráfico 6- Adequação da duração dos workshops aos temas apresentados.

Gráfico 7- Relevância dos conhecimentos adquiridos e sua aplicação prática.

Gráfico 8- Mais-valia para a atividade profissional que os participantes desenvolvem.

Gráfico 9- Concretização dos objetivos do workshop.

Gráfico 10- Expetativas face ao Workshop.

Gráfico 11- Avaliação Geral do workshop.