

## RELATÓRIO

### Pesquisa Comunicação no IGc - Comissão de Cultura e Extensão

Car@s membros da comunidade do IGc

Em maio e junho de 2021 a Comissão de Cultura e Extensão organizou um questionário para realizar um diagnóstico da Comunicação do IGc. Os resultados estão organizados a seguir e serão utilizados para definir estratégias futuras. Agradecemos muito a todos que responderam.

OBS: O questionário esteve aberto até o dia 05 de outubro e contabilizou 53 respostas, o que corresponde a **5,8%** do total possível considerando toda a comunidade do IGc/USP.

#### **PARTE 1 - PERFIL DO RESPONDENTE**

Nesta primeira parte obtivemos um panorama geral das pessoas que responderam, lembrando que era possível mais de uma resposta. Por categoria, a percentagem de respostas foi: Graduandos: 3,1%, Pós-Graduandos: 5,5%, Pós-Doutorandos: 10,3%, Docentes: 12,3%, Funcionários: 13,4%.

As faixas etárias foram bem distribuídas e mais da metade das respostas veio do público feminino. Quase metade está no IGc há mais de 10 anos.

Você é: (mais de uma escolha possível)

53 respostas

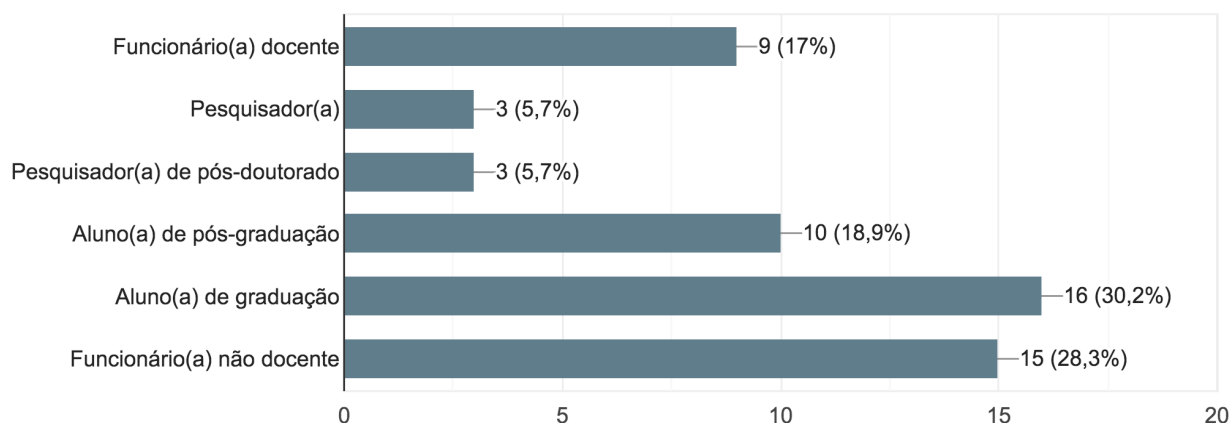
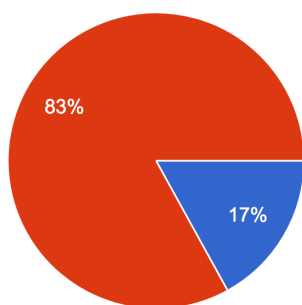
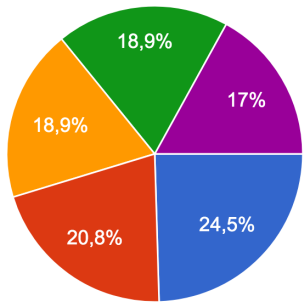


Figura 1 – Respostas quanto à atividade atual no IGc.



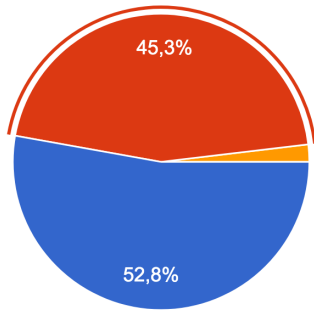
● Sim  
● Não

Figura 2 - Você exerce uma função de gestão? (Por exemplo, diretor, chefe de divisão/departamento, chefe de seção, vice, etc.)



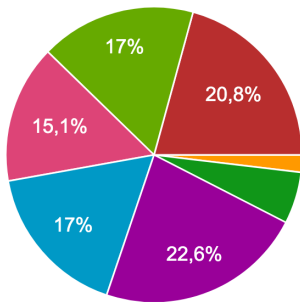
- 17-25 anos
- 26-35 anos
- 36-45 anos
- 46-55 anos
- mais de 55 anos

Figura 3 - Faixa etária.



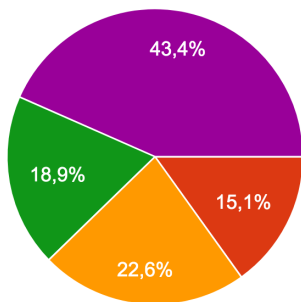
- Feminino
- Masculino
- Prefiro não dizer

Figura 4 - Gênero



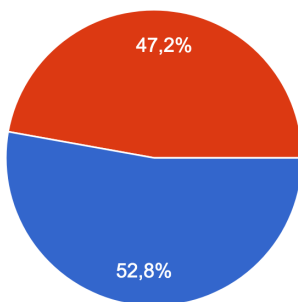
- Fundamental incompleto
- Fundamental completo
- Médio incompleto
- Médio completo
- Superior incompleto
- Superior completo
- Pós-Graduação incompleta
- Pós-Graduação completa
- Pós-Doutorado

Figura 5 - Escolaridade



- menos de 1 ano
- 1 a 2 anos
- 3 a 5 anos
- 6 a 10 anos
- mais de 10 anos

Figura 6 - Há quanto tempo trabalha/estuda/faz pesquisa no IGc? (em caso de ter várias atuações com períodos diferentes considere o mais longo)



- Sim
- Não

Figura 7 - Você realiza trabalho de pesquisa no IGc?

## PARTE 2 - SOBRE A DIVULGAÇÃO DAS PESQUISAS REALIZADAS NO IGC

Esta parte do questionário é direcionada a pesquisadores e tem como objetivo identificar as principais áreas de pesquisa do IGC e traçar um panorama de sua divulgação. 53,8% dos respondentes declararam realizar trabalhos de pesquisa.

De acordo com as respostas obtidas, de um modo geral as pesquisas podem ser agrupadas nos seguintes temas: 1) Tectônica e petrogênese (6); 2) Geoconservação e Educação em Geociências (10); 3) Geologia Sedimentar e Estudos paleoclimáticos (8); 4) Outros (3). OBS: Os temas foram agrupados por questões de simplificação, mas as respostas estão disponíveis a todos que quiserem.

### Sobre a divulgação das pesquisas em geral

Em relação à importância de divulgar as pesquisas, a quase totalidade dos respondentes indicou que acha importante. No entanto, de acordo com as respostas, é mais importante divulgar estas pesquisas entre membros da comunidade científica. 67% das pessoas afirmam divulgar ocasionalmente ou frequentemente suas pesquisas para o público em geral. Da mesma maneira, a divulgação das pesquisas parece ser mais efetiva entre os próprios pesquisadores. A maioria das respostas indicam que as pesquisas estão sendo efetivamente divulgadas para pesquisadores do IGC e para a comunidade acadêmica externa à USP, mas não para alunos e funcionários do IGC, comunidade USP acadêmica e não acadêmica e sociedade em geral (Figura 10).

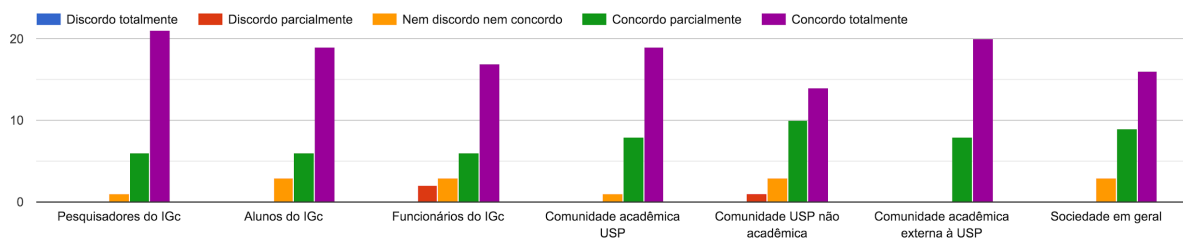


Figura 8 - Acho importante que minha pesquisa seja efetivamente conhecida por...

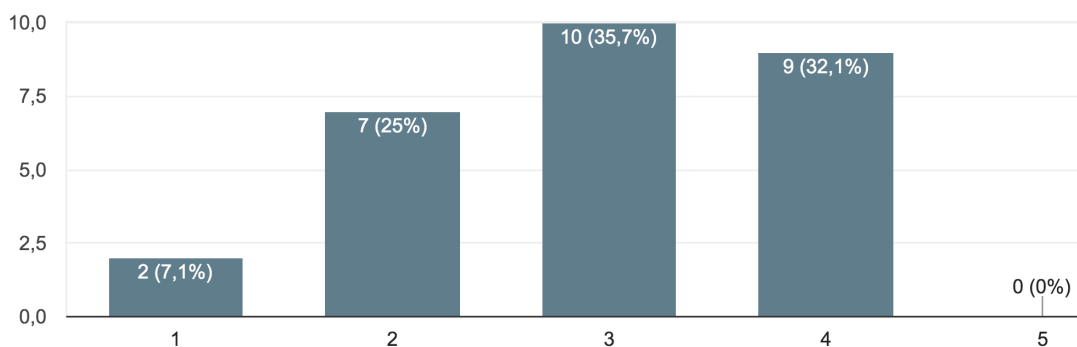


Figura 9 - Você DIVULGA suas pesquisas e eventos para o público em geral?

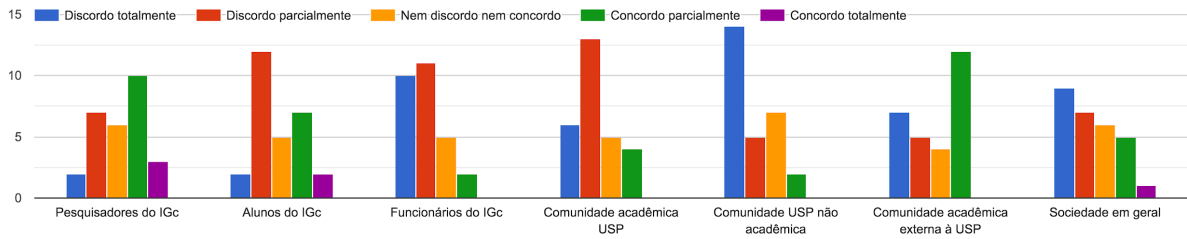


Figura 10 - Minhas pesquisas estão sendo efetivamente divulgadas para os públicos abaixo?

### Sobre as mídias utilizadas para a divulgação em geral

Os meios de divulgação mais utilizados são a comunicação oral (Figura 11), sendo que o uso das redes sociais do IGc como página web, facebook, youtube, bem como o boletim, email do comunicaIGc, TV no saguão, canal do museu, murais e whatsapp são os menos usados. No entanto, outras mídias são utilizadas para a divulgação das atividades. As respostas mostraram que o Instagram é o canal mais utilizado para a maioria (Figura 12). A grande maioria afirmou não utilizar nenhuma das mídias mencionadas para divulgar suas pesquisas. Dentre os canais do IGc o YouTube, o Boletim e o e-mail têm sido os mais frequentemente utilizados.

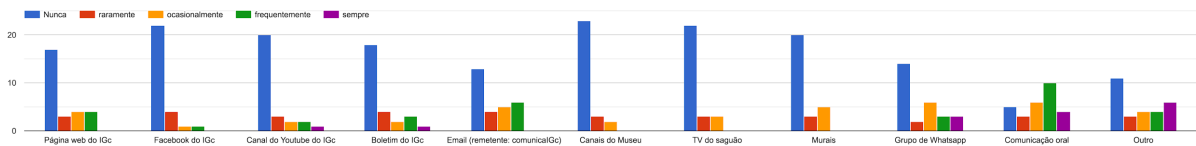


Figura 11 - Com que frequência você utiliza as mídias abaixo para DIVULGAÇÃO de suas atividades (eventos, pesquisas, etc), considerando tanto público interno quanto externo ao Instituto?

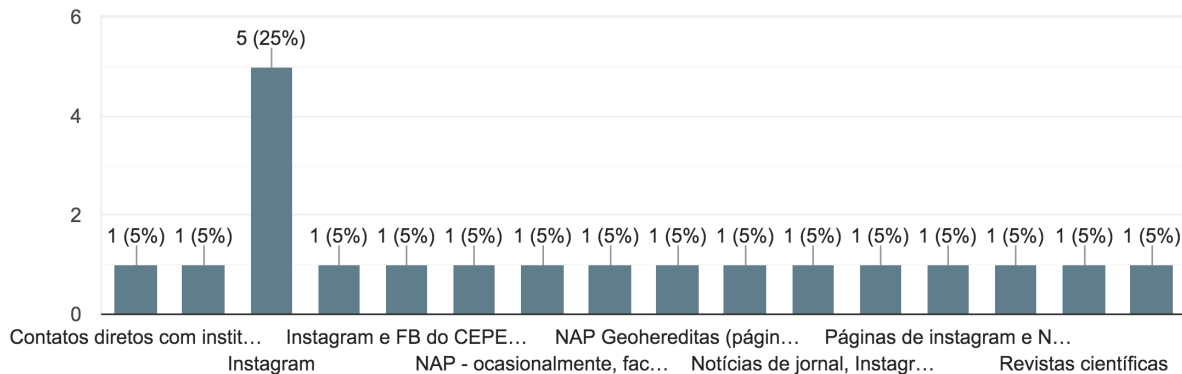


Figura 12 - Outras mídias utilizadas para divulgação.

### Sobre as mídias do IGc para diferentes tipos de públicos

Nesta seção procurou-se identificar o comportamento dos pesquisadores quanto à DIVULGAÇÃO de suas pesquisas considerando os seguintes tipos de públicos: A) Interno ao IGc; B) Comunidade USP; C)

O YouTube, o Boletim e o e-mail são os mais utilizados na divulgação interna. Os resultados para a divulgação para a Comunidade USP indicam um grande número de respostas indiferentes, o que pode indicar a falta de conhecimento sobre como divulgar. O mesmo acontece com o público externo, mas, neste caso,

destaca-se a grande quantidade de respostas indicando total insatisfação com os canais do IGc neste aspecto. Para todos os casos, o Instagram é citado como uma mídia bastante utilizada.

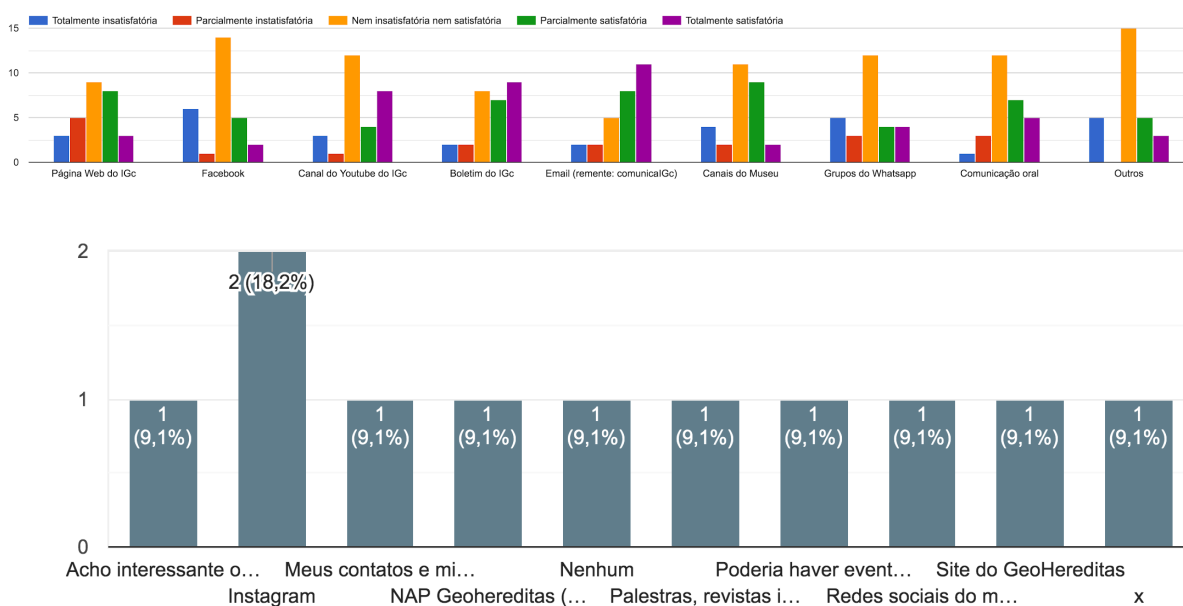


Figura 13 - Os canais de comunicação do IGc atendem às minhas necessidades de DIVULGAÇÃO para o público INTERNO do IGc (colegas, superiores, equipe, outros funcionários, alunos) de maneira..

Para a comunidade USP e o público externo, as respostas refletem os mesmos resultados (Figuras 14 e 15).

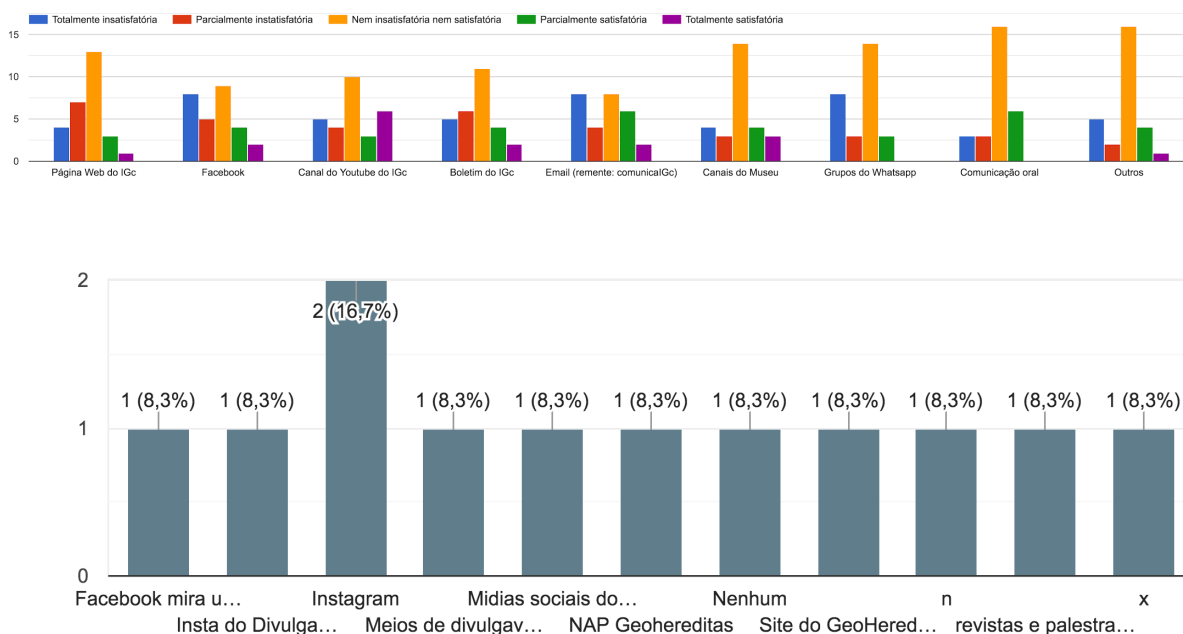


Figura 14 - Os canais de comunicação do IGc atendem às minhas necessidades de DIVULGAÇÃO para a COMUNIDADE USP (outras unidades, administração central, mídias USP, etc.) de maneira..

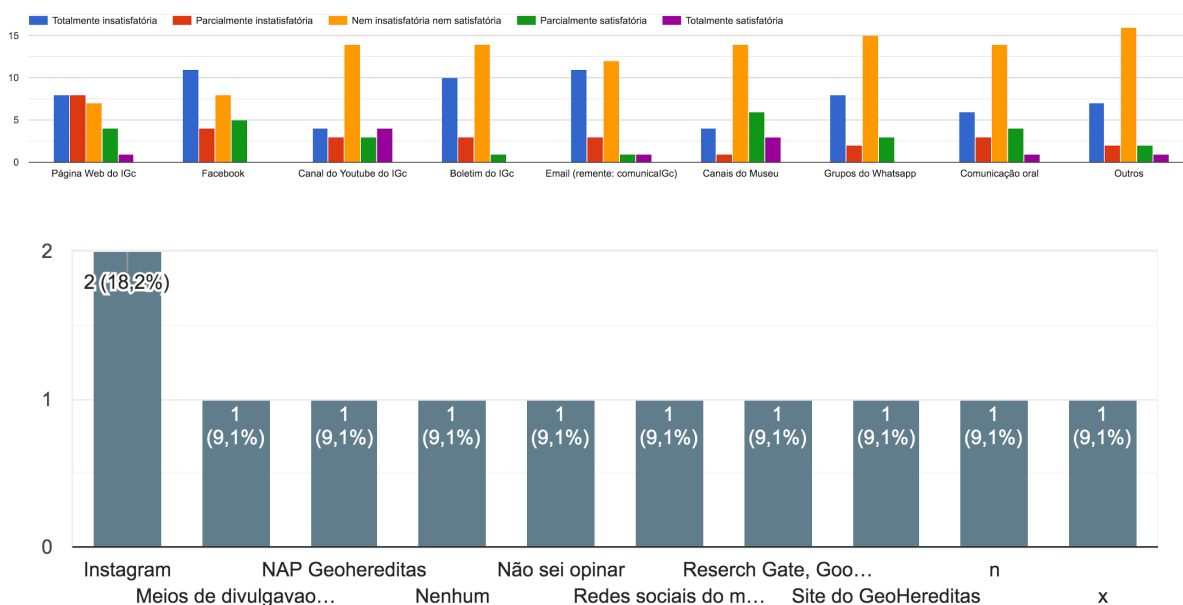


Figura 15 - Os canais de comunicação do IGc atendem às minhas necessidades de DIVULGAÇÃO para o PÚBLICO EXTERNO (sociedade em geral, escolas, administrações públicas, etc.) de maneira...

### Sobre os procedimentos de divulgação

A maior parte das pessoas mostra que desconhece os procedimentos para divulgação de suas atividades, considerando os diversos tipos de público (interno, comunidade USP e externo). No entanto, o NAP GeoHereditas foi citado como alternativa de divulgação.

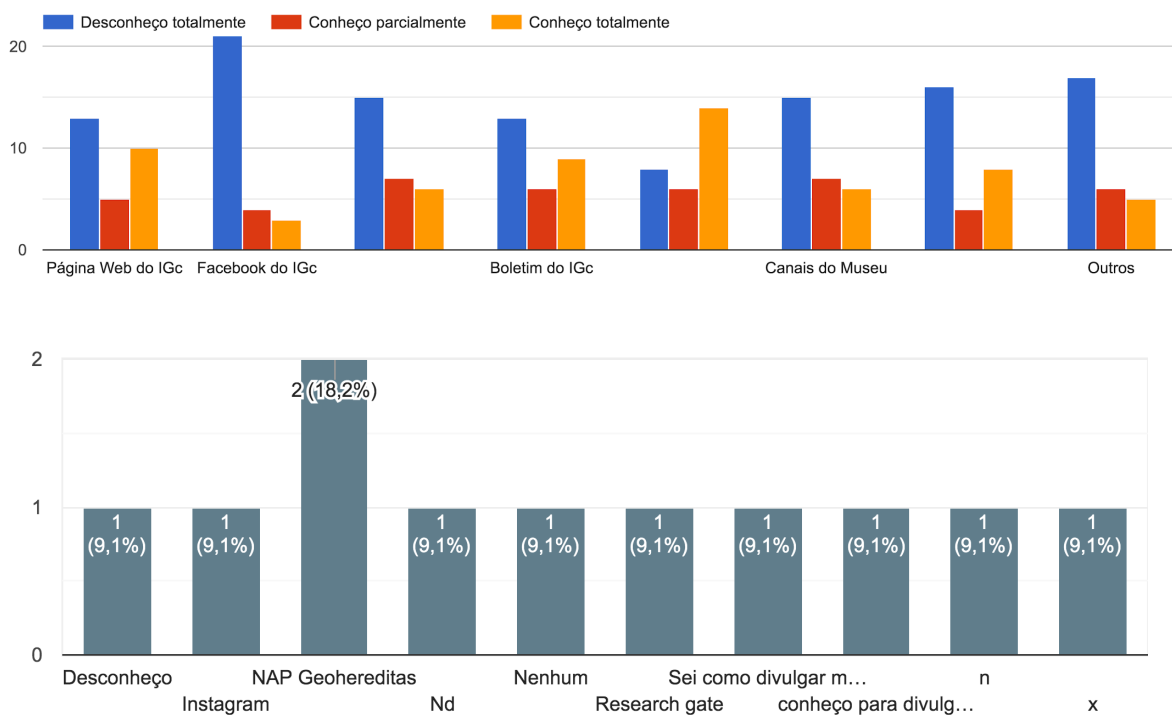


Figura 16 - Você conhece os procedimentos para DIVULGAÇÃO de suas atividades (eventos, pesquisas, etc), considerando tanto público interno quanto externo ao Instituto nas mídias abaixo..

Para a maioria das respostas, a forma de divulgação das atividades utilizada com mais frequência é a comunicação oral (Figura 17).

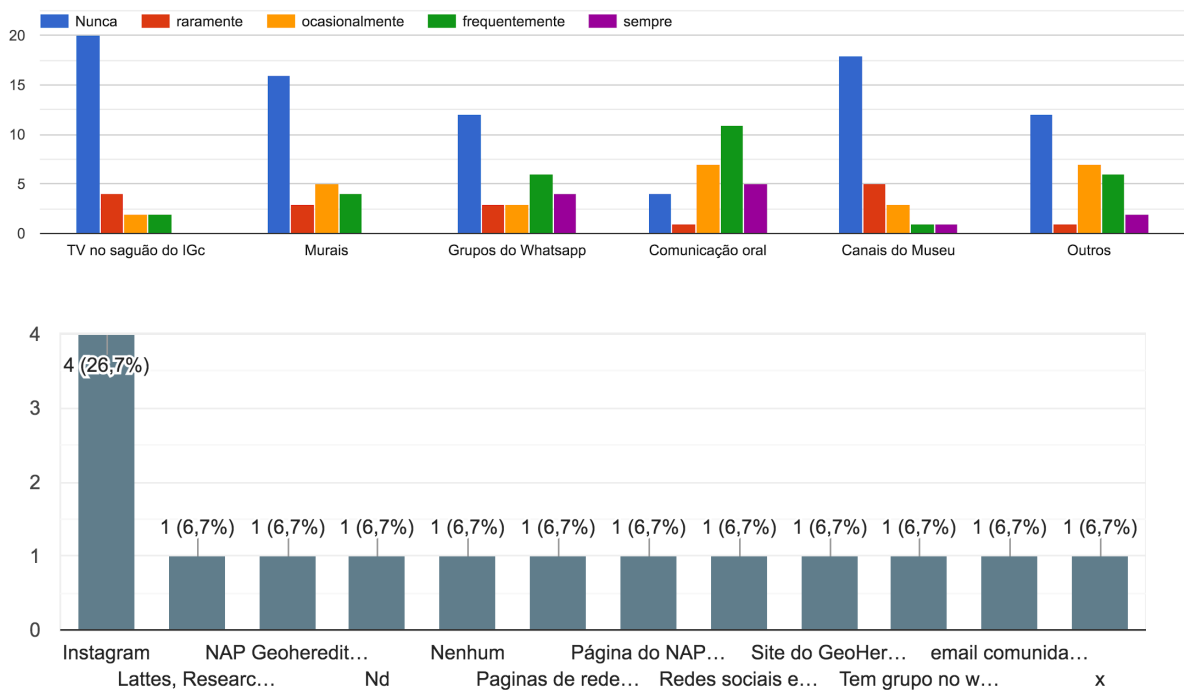


Figura 17 - Com que frequência você utiliza as mídias abaixo para **DIVULGAÇÃO** de suas atividades (eventos, pesquisas, etc), considerando tanto público interno quanto externo ao Instituto?

Questionados sobre a divulgação da pesquisa para a sociedade (Figura 18) a grande maioria concorda totalmente com i) Receber treinamento/capacitação sobre técnicas de comunicação, ii) Ter reconhecimento do seu trabalho pela universidade, iii) Contar com uma equipe de apoio no IGc.

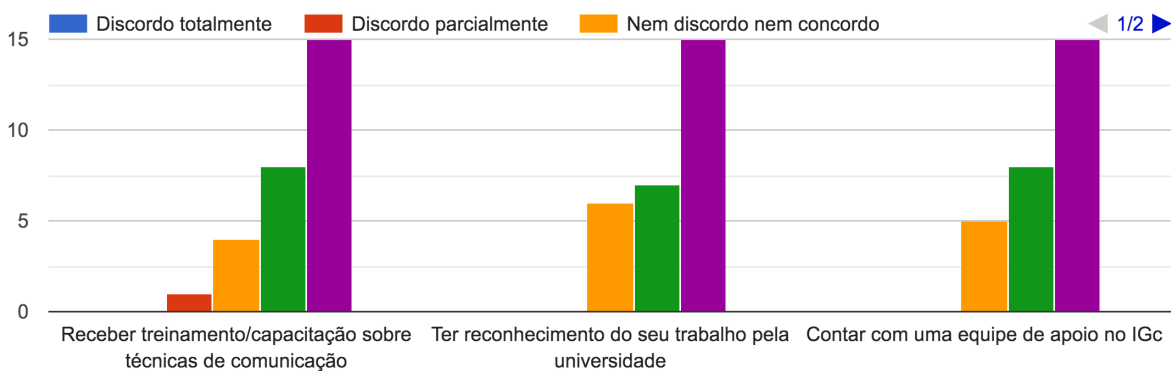


Figura 18 - Sobre a divulgação de sua pesquisa para a sociedade, você gostaria de..

### PARTE 3 - SOBRE O CONHECIMENTO DAS PESQUISAS REALIZADAS NO IGC

Esta parte da pesquisa foi direcionada aos respondentes que declararam não realizar trabalhos de pesquisa no IGC (47,2%) e tem como objetivo identificar o grau de interesse em conhecer estas pesquisas. 88% das pessoas indicaram que conhecem pouco ou razoavelmente. No entanto, quando perguntadas se têm interesse em conhecer, a porcentagem se inverte: 88% demonstraram muito interesse em conhecer estas pesquisas. Quando a questão incluiu amigos e familiares, número semelhante é obtido para indicar o interesse em que estes conheçam estas pesquisas.

O mesmo ocorre com o interesse em participar de eventos e, em menor grau, mas ainda significativo, de amigos e familiares. Dentre os eventos estipulados no questionário, destacam-se as atividades para crianças e as oficinas e, em menor grau, cursos e palestras. Na categoria outros, foram citadas viagens de campo (presenciais e virtuais), vivências, saraus de cultura e ciência, produção de vídeos, cursos de especialização, atividades práticas, workshops, feiras, e eventos culturais. Chamou a atenção as menções a viagens de campo "como faziam antigamente" e a importância da "presença do IGC fora da comunidade USP, como em escolas públicas da região". Considerando as pesquisas realizadas no IGC, 88% dos respondentes as consideram importantes para a sociedade (figuras 19 a 25).

OBS: Para todas as questões, o intervalo 1 a 5 está em ordem crescente de interesse/conhecimento.

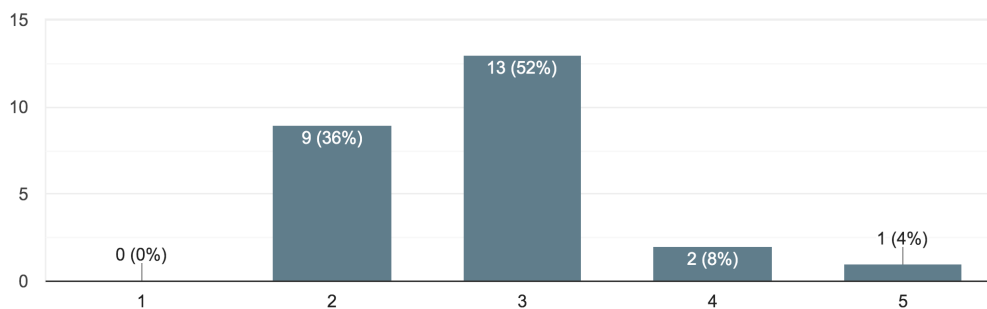


Figura 19 - Conheça as pesquisas que são realizadas no IGC.

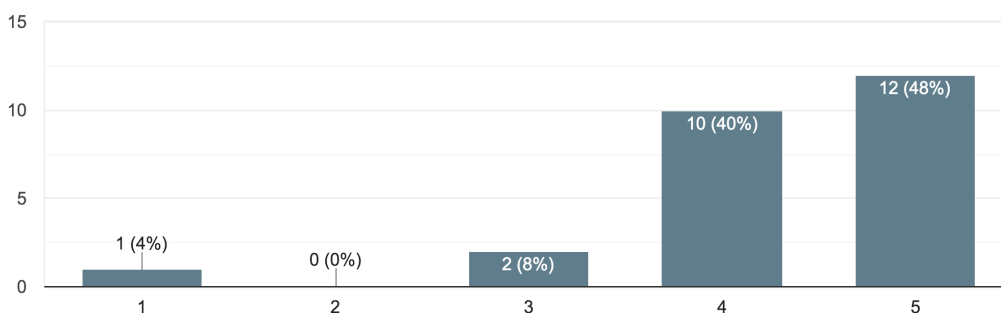


Figura 20 - Qual seu grau de interesse em conhecer as pesquisas realizadas no IGC.

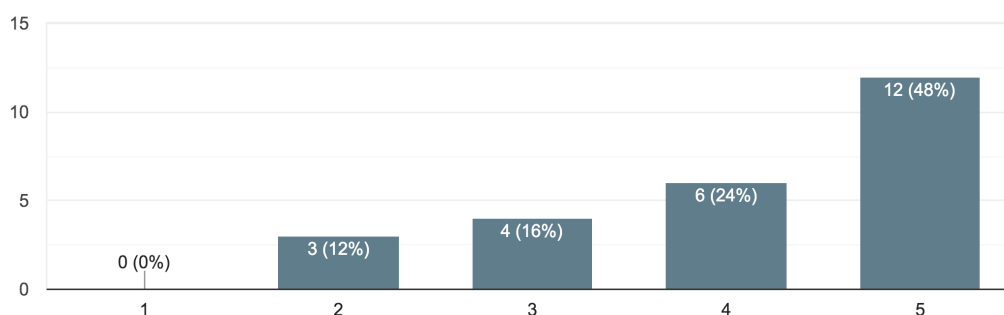


Figura 21 - Você gostaria que sua família/amigos conhecessem as pesquisas realizadas no IGC?



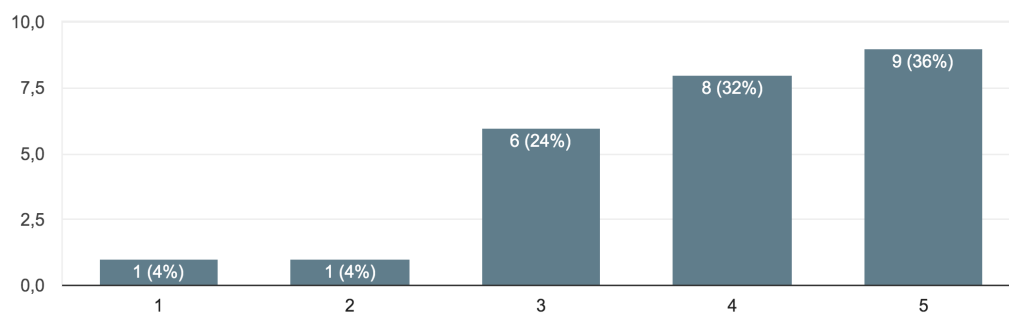


Figura 22 - Você tem interesse em participar de eventos realizados no IGc?

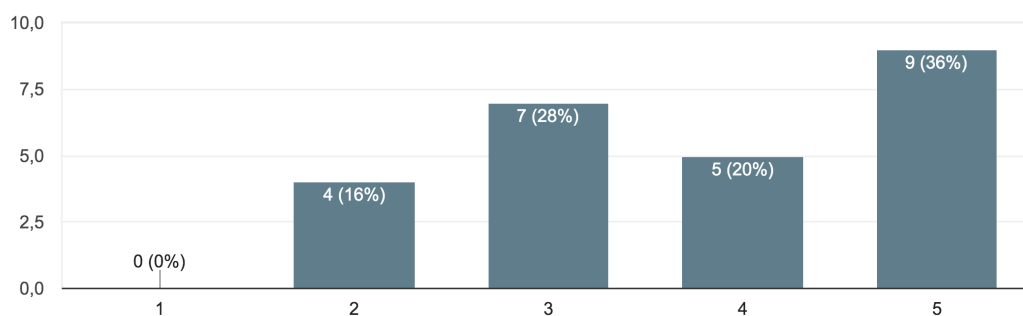


Figura 23 - Tenho interesse que minha família/amigos participem de eventos para conhecer as pesquisas que são realizadas no IGc.

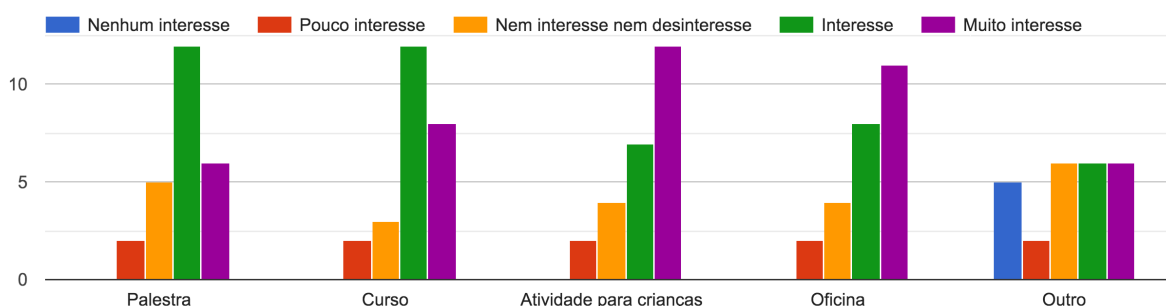


Figura 24 - Quais tipos de eventos você gostaria que houvesse no IGc para conhecer as pesquisas realizadas?

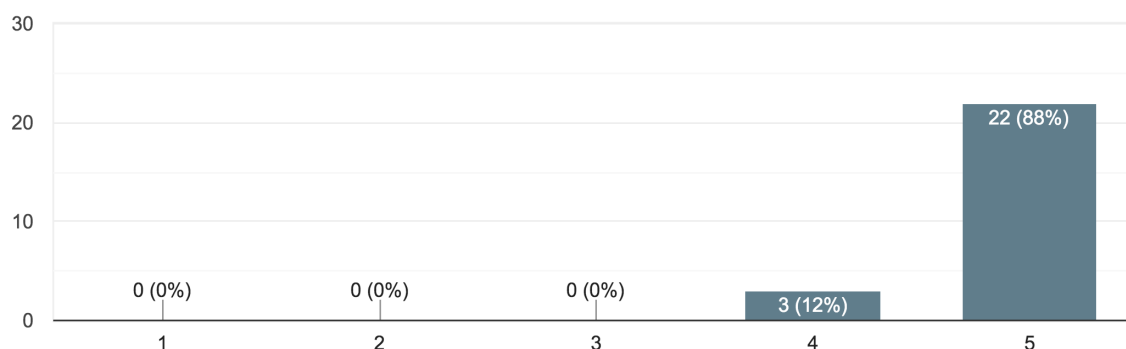


Figura 25 - Você acha que as pesquisas que são realizadas no IGc são importantes para a sociedade?

## PARTE 4 - SOBRE A COMUNICAÇÃO EM GERAL DO IGC

Essa parte da pesquisa busca traçar um panorama das mídias e dos eventos que ocorrem no IGC.

### Sobre a utilização das mídias para atualização pessoal

A grande maioria das respostas indica o Boletim, o e-mail e os grupos de Whatsapp como fontes de atualização, mas uma série de outras mídias foram também citadas, com destaque para o Instagram (Figura 26). O Boletim e o email são também considerados como os mais eficientes para a comunicação interna (figura 27).

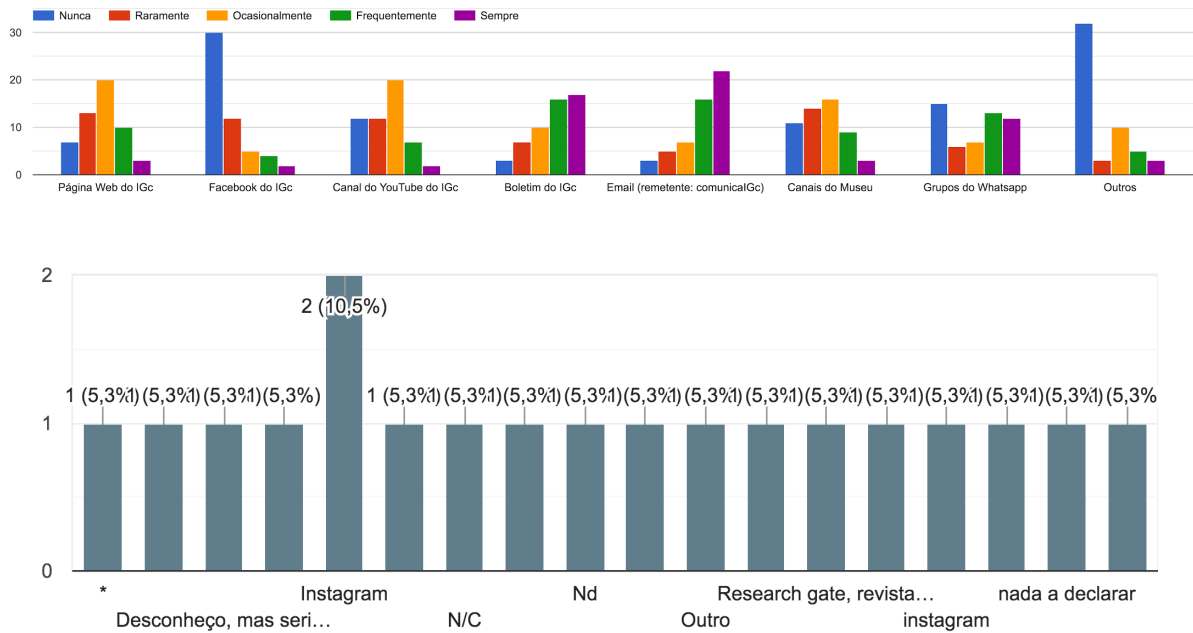


Figura 26 - Com que frequência você utiliza os canais de comunicação do IGC para se ATUALIZAR?

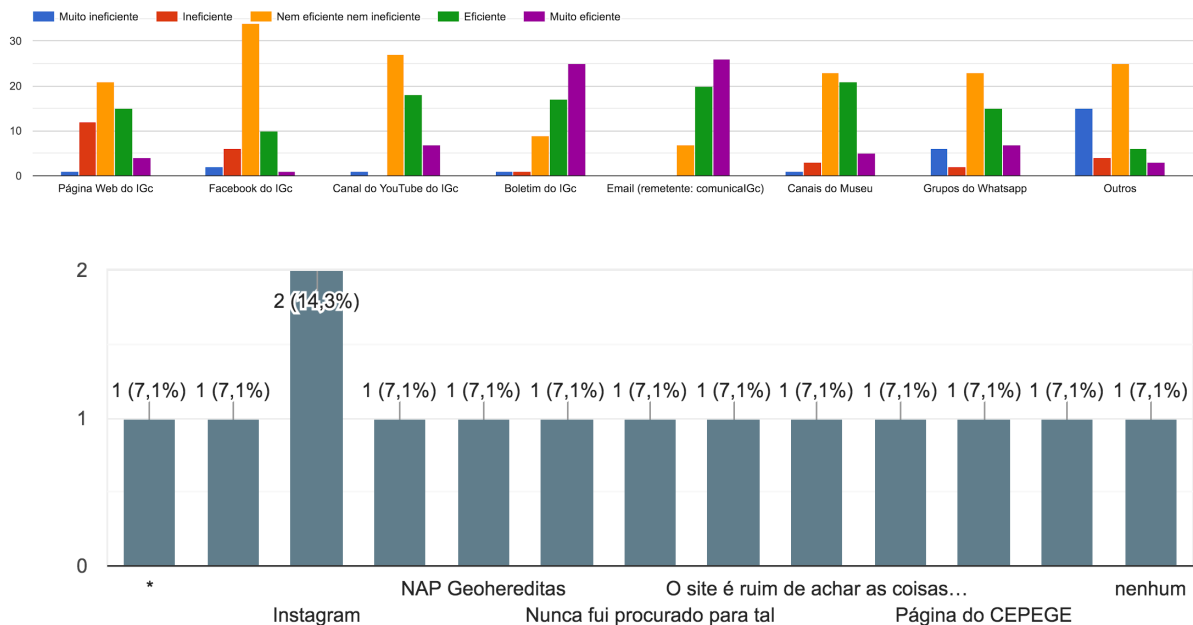


Figura 27 - Avalie a EFICIÊNCIA das mídias acima na COMUNICAÇÃO INTERNA do IGC.

## Sobre as características das mídias

Nesta parte da pesquisa foram analisados os elementos de mídias específicas do IGc. No caso da página web do IGc, a questão mais insatisfatória diz respeito ao contato em caso de problemas com a página (figura 28).

Sobre as redes sociais, a maioria das respostas indica que os assuntos abordados são pertinentes (figura 29).

Sobre o Boletim, o conjunto das respostas aponta para um grau de satisfação bastante elevado pois a maioria considera que os assuntos abordados são pertinentes, declara ler todas as edições, está satisfeita com a quantidade de envios e considera que o comunicado melhorou o fluxo de informações recebidas (figura 30).

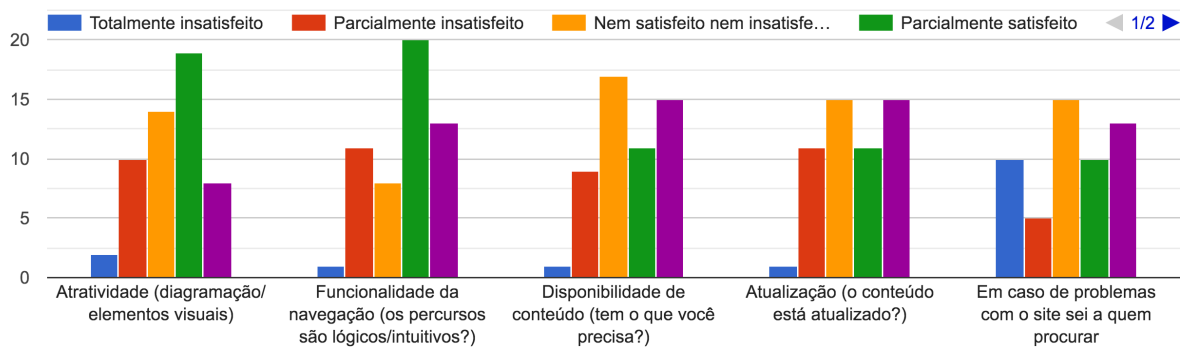


Figura 28 - Qual seu grau de satisfação com os seguintes aspectos da Página Web / Site do IGc?

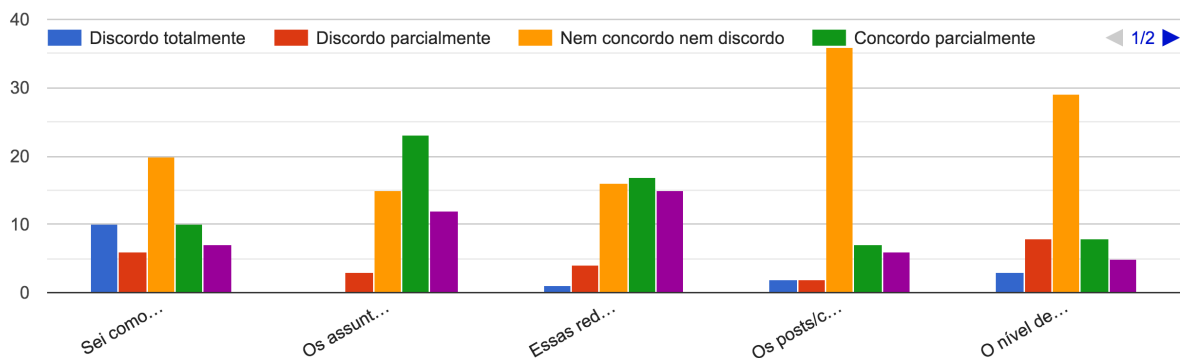


Figura 29 - Sobre as redes sociais (Página Facebook, Youtube) do IGc.

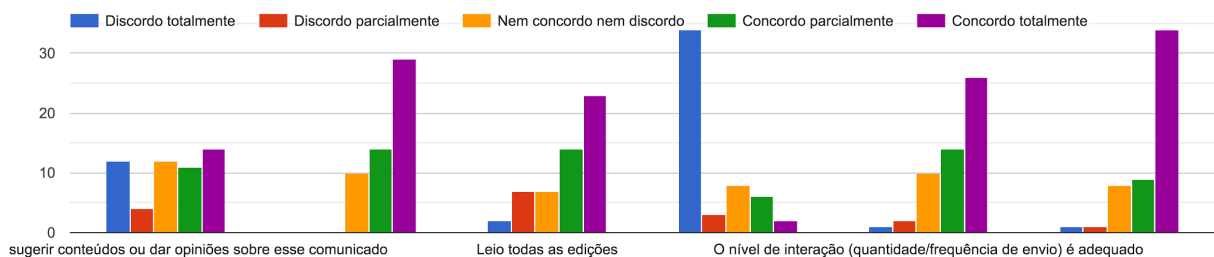


Figura 30 - Sobre o Boletim IGc.

## Sobre os eventos

A maior parte das pessoas demonstrou acompanhar com relativa regularidade as palestras, simpósios e outras atividades no IGc. Exposições também foram citadas com frequência. O Boletim e o e-mail aparecem como as principais fontes de informação sobre a ocorrência destes eventos e, secundariamente, grupos de Whatsapp e comunicação oral (Figuras 31 e 32). No entanto, a maioria acha que a sociedade de forma geral não está sendo bem informada sobre estes eventos (Figura 33).

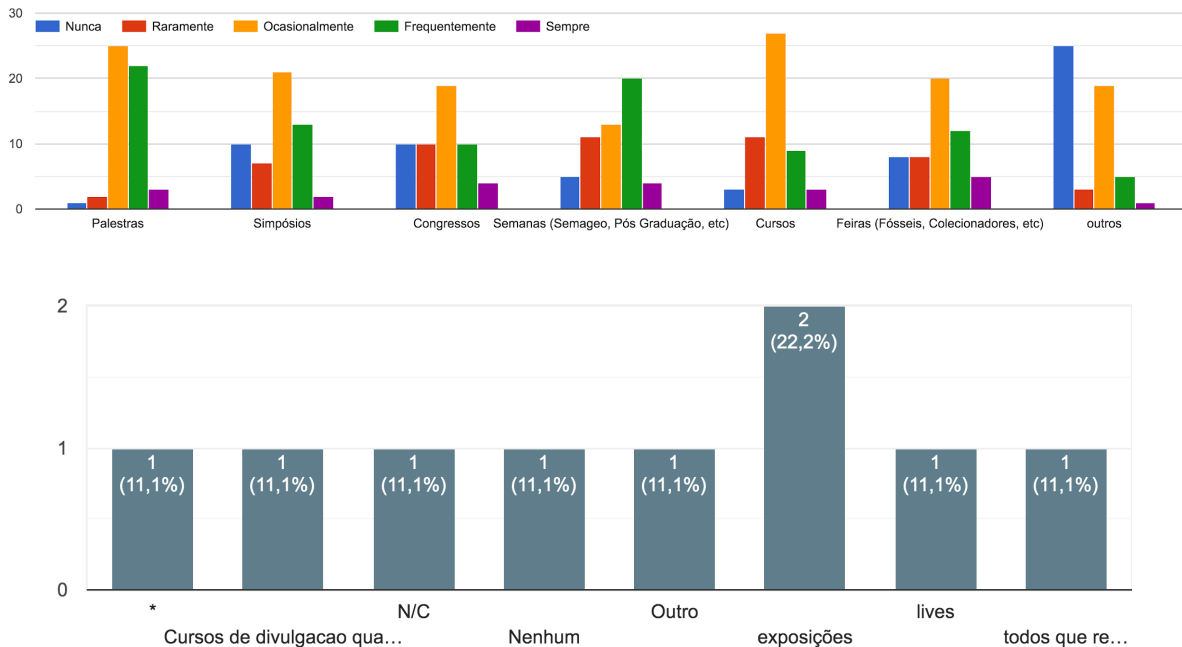


Figura 31 - Você acompanha os EVENTOS organizados pelo IGc?

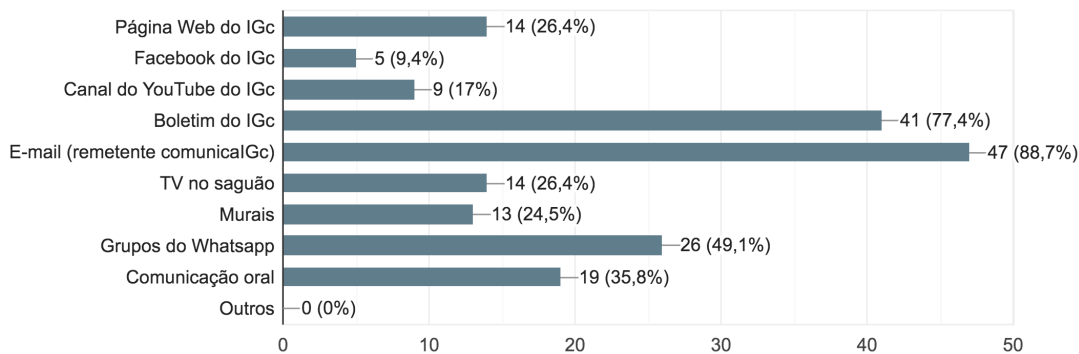


Figura 32 - Como você toma conhecimento desses eventos?

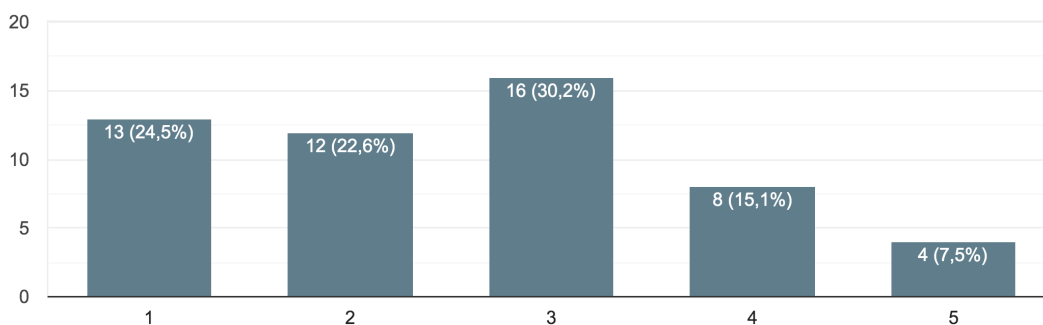


Figura 33 - A sociedade é informada dos eventos realizados pelo IGc de maneira satisfatória?

## Sobre a gestão da comunicação no IGc

Nas questões referentes à presença de uma equipe de comunicação e/ou assessoria de imprensa, a grande maioria das respostas apontou para esta necessidade (Figuras 33, 34 e 35).

A falta de integração das ações e a falta de tempo foram apontadas pela maioria como os principais fatores que dificultam a comunicação no IGc. O excesso de informações e de interações e o desconhecimento dos procedimentos também foram indicados como fatores importantes (Figura 36).

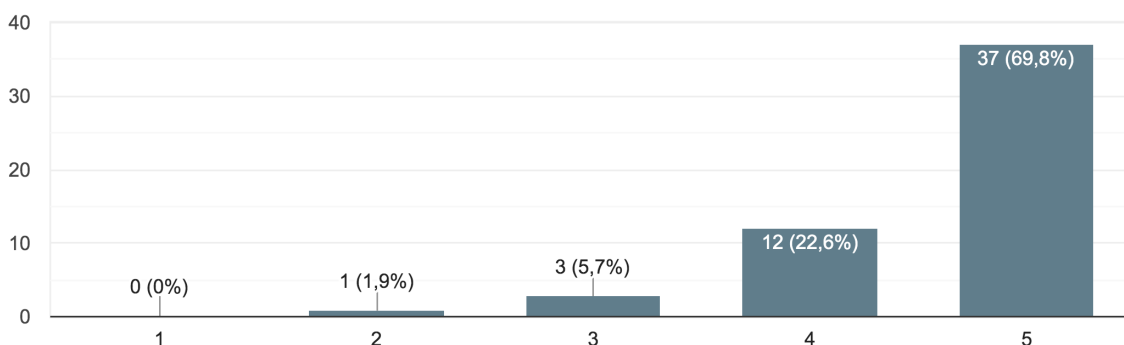


Figura 34 - Você acha que os eventos científicos e de divulgação promovidos pelos diversos grupos do IGc deveriam ser integrados por uma equipe de comunicação?

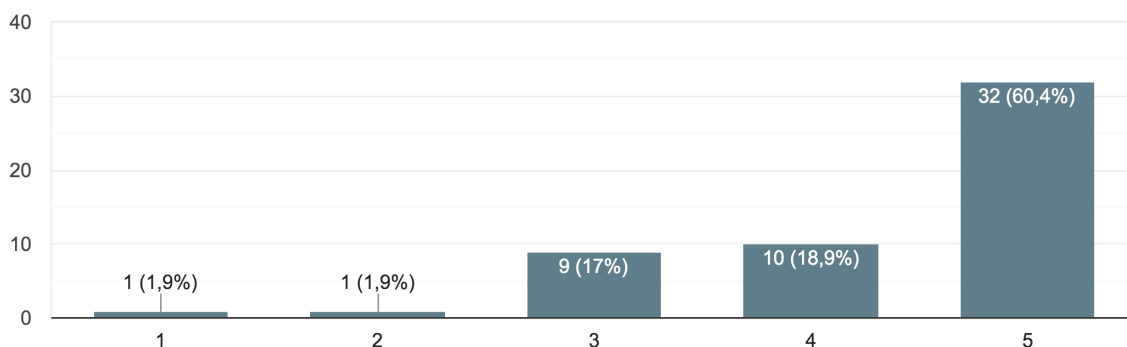


Figura 35 - O IGc deveria ter uma assessoria de imprensa, dedicada à comunicação?

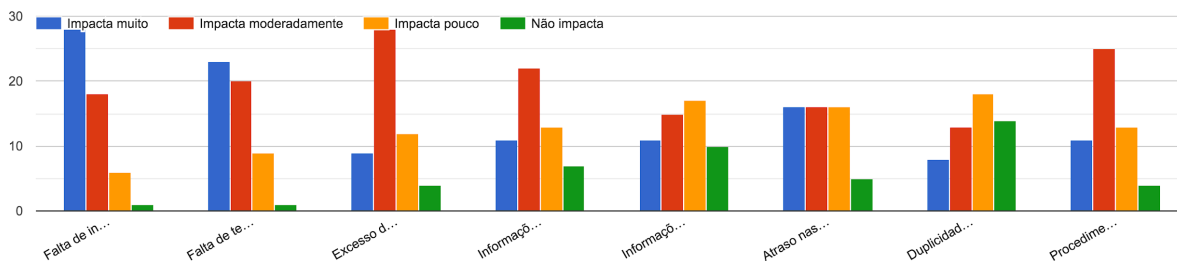


Figura 36 - Classifique o impacto dos seguintes fatores na comunicação do IGc.

## PARTE 5 - SOBRE AS PESQUISAS E O DIAGNÓSTICO DA COMUNICAÇÃO DO IGc

Na questão sobre os principais temas mencionados como importantes e que deveriam ser abordados nas mídias do IGc, o grande destaque relaciona-se à divulgação geral das pesquisas atuais e à valorização da história do IGc. Outros temas recorrentes foram meio ambiente, curiosidades em geociências, empreendedorismo e novas tecnologias. Foram também mencionados a relação e o impacto das pesquisas na sociedade e a necessidade de utilização de linguagem acessível em publicações do IGc.

Em relação aos temas em geociências pesquisados no IGc e que estão frequentemente presentes na mídia, o meio ambiente e as mudanças climáticas, com destaque para a questão da água, foram os mais mencionados. Assuntos relacionados a paleontologia, especialmente dinossauros, foram também recorrentes, assim como vulcões e terremotos. As questões que envolvem mineração, áreas de risco e petróleo foram também comentadas.

Questionados sobre canais de divulgação em geociências, a maioria dos respondentes menciona acompanhar de forma ocasional estes canais (figura 37) e os mais citados foram canais no youtube e de entidades nacionais e internacionais como SBG, USGS, universidades, museus entre outros e perfis no instagram com conteúdos geocientíficos.

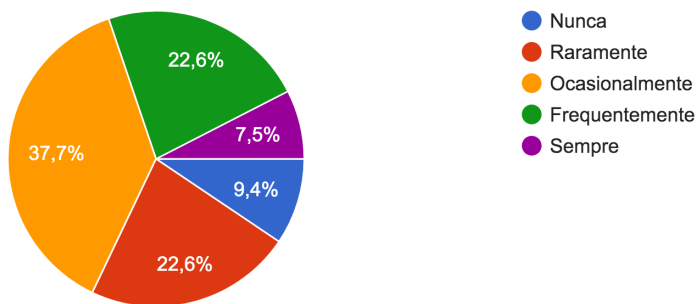


Figura 37 - Comunicação em geral

Na parte final do questionário foram solicitadas sugestões para a divulgação mais efetiva de suas pesquisas para a sociedade. Estas sugestões englobam a melhoria dos canais já existentes, como website e redes sociais, assim como a existência de uma comissão dedicada ao tema, que trabalhasse de forma unificada. Uma questão importante levantada foi a necessidade de orientação sobre como utilizar estas mídias. Foram cobradas também ações no sentido de melhoria do website, com foco em pequenas ações, como vídeos curtos, entrevistas, e conteúdo mais amigável, etc., além de conteúdos voltados para leigos. A necessidade de um calendário unificado no website também foi reforçada. A promoção de eventos multidisciplinares com formatos inovadores também foi citada, assim como aproveitar a estrutura de instituições de geociências para divulgar o boletim. Uma questão mencionada foi a necessidade de se conhecer melhor o que se faz no instituto pelos próprios membros. A melhoria do boletim foi comentada por muitos, assim como o uso profissional e frequente do twitter e instagram. A importância de envolver a sociedade, em especial alunos e professores da escola pública, foi enfatizada em várias respostas.

### Comentários da CCEX

Embora não abrangentes, os resultados obtidos com o questionário permitem algumas conclusões. Por um lado, reforçam a relevância das pesquisas realizadas no IGc; por outro, apontam deficiências na sua divulgação para diversos tipos de público, em especial a sociedade. Três aspectos chamam bastante a atenção nas respostas. Um deles é a vontade de valorizar a história e as pesquisas realizadas por décadas no Instituto de Geociências, muitas delas associadas diretamente a questões socioambientais atuais e urgentes. O segundo é a demanda em utilizar de modo profissional as diferentes mídias disponíveis, tanto as tradicionais como as mídias mais modernas. O terceiro aspecto que chama a atenção é a necessidade de se comunicar com o público de maneira mais eficiente e constante, por meio de linguagem adequada e de atividades inovadoras. Dentre esse público incluem-se alunos, professores, sociedade em geral e tomadores de decisões.