



INSTITUTO SUPERIOR
DE CIÊNCIAS SOCIAIS
E POLÍTICAS
UNIVERSIDADE DE LISBOA

U LISBOA

UNIVERSIDADE
DE LISBOA

A Comunicação *Online* de Ciência e a sua perceção: Relatório de Estágio no Centro Interdisciplinar de Estudos de Género

*The Online Communication of Science and its Perception: Internship Report at the
Interdisciplinary Center for Gender Studies*

Nome do/a autor/a: Rita José Cardoso Salvado

Orientador: Prof.^a Doutora Associada Maria João Fonseca Leitão Cunha

Relatório para obtenção de grau de Mestre *em Ciências da Comunicação, vertente de
Comunicação Estratégica*

RESUMO

A comunicação de ciência (ComCi), nomeadamente através de canais *online*, é uma área emergente cujas práticas se têm vindo a multiplicar e a diversificar. A ciência pode influenciar a sociedade através da disseminação de dados de pesquisas científicas recorrendo a estratégias de comunicação adequadas à organização e aos seus públicos. Os Estudos de Género são uma área especialmente relevante para alterar mentalidades e prevenir retrocessos em leis sobre direitos humanos e por isso o objetivo deste estudo é explorar a ComCi *online* do CIEG – Centro Interdisciplinar de Estudos de Género desde 2012 até 2022, compreendendo a respetiva perceção da comunidade científica.

Optou-se pelo método misto: qualitativamente com entrevistas semiestruturadas à direção; quantitativamente com análise de conteúdo ao material publicado nos canais institucionais *online* do CIEG desde a fundação e inquérito por questionário aos públicos. Os resultados mostraram que o CIEG utiliza uma estratégia de *engagement* baseada na comunicação unidirecional, num modelo de défice, mas com uma estratégia de colaboração em segundo plano, com comunicação bidirecional e um modelo dialógico e de participação. De maneira geral, verificou-se ainda uma satisfação positiva geral dos públicos da ComCi de Estudos de Género e comprovou-se que a estratégia que existe é a mesma que é percebida pelos públicos, que se encontram satisfeitos. Os formatos, os

canais e a maioria dos temas foram considerados adequados. No entanto, ficou demonstrada a necessidade de contratação de profissionais de comunicação, na dinamização do conteúdo do Youtube e da *Newsletter* e na melhoria das publicações que tratam a oferta educativa, os projetos e os investigadores. Conduzindo-se assim a um maior *engagement* virtual que poderá levar a uma alteração de mentalidades através de uma compreensão da perspectiva científica em EG mais aprofundada.

Palavras-Chave: ComCi *Online*, Comunicação Estratégica, Centro de Investigação, Estudos de Género, *Engagement*, Públicos, Teoria Situacional dos Públicos, CIEG.

ABSTRACT

Science communication (SciCom), particularly through online channels, is an emerging area whose practices have been multiplying and diversifying. Science can influence society by disseminating scientific research data using communication strategies that are appropriate to the organization and its audiences. Gender Studies is a particularly relevant area for changing mentalities and preventing setbacks in human rights laws, which is why the aim of this study is to explore the online ComCi of CIEG - Interdisciplinary Center for Gender Studies from 2012 to 2022, understanding the respective perception of the scientific community.

We opted for a mixed method: qualitatively with semi-structured interviews with management; quantitatively with content analysis of the material published on CIEG's online institutional channels since its foundation and a questionnaire survey of the public. The results showed that the CIEG uses an engagement strategy based on unidirectional communication, in a deficit model, but with a collaboration strategy in the background, with bidirectional communication and a dialogic and participatory model. In general, there was overall positive satisfaction among the Gender Studies SciCom audiences, and it was found that the strategy that exists is the same as that perceived by the audiences, who are satisfied. The formats, channels and most of the topics were considered adequate. However, there was a need to hire communication professionals, to boost the content of YouTube and the Newsletter and to improve the publications dealing with the educational

offer, projects, and researchers. This will lead to greater virtual engagement, which could lead to a change in mentalities through a deeper understanding of the scientific perspective in EG.

Keywords: ComCi Online, Strategic Communication, Research Center, Gender Studies, Engagement, Publics, Situational Public Theory, CIEG.