ibict 70 ANOS
Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia

MINISTÉRIO DA CIÊNCIA, TECNOLOGIA E INOVAÇÃO

GOVERNO FEDERAL
BRASIL
UNIÃO E RECONSTRUÇÃO

Plano de Trabalho Simplificado

IBICT – FUNDEP

PROJETO DE PESQUISA – “Impacto do uso das redes sociais como práticas comunicativas nas unidades de pesquisa do MCTI"

Brasília
Novembro de 2023

INTRODUÇÃO

Segundo a Lei nº 10.973/2004, as Instituições Científicas, Tecnológicas e de Inovação (ICTs) são órgãos ou entidades da administração pública que têm por missão institucional executar atividades de pesquisa básica ou aplicada de caráter científico ou tecnológico. As ICTs possuem como principal objetivo a criação e o incentivo a pesquisas científicas e tecnológicas. Com o Marco Legal de Ciência, Tecnologia e Inovação (Lei nº 13.243/2016), a definição de ICT foi ampliada para "órgão ou entidade da administração pública direta ou indireta ou pessoa jurídica de direito privado sem fins lucrativos legalmente constituída sob as leis brasileiras, com sede e foro no País, que inclua em sua missão institucional ou em seu objetivo social ou estatutário a pesquisa básica ou aplicada de caráter científico ou tecnológico ou o desenvolvimento de novos produtos, serviços ou processos".

Os atores que fazem parte do ecossistema de ICTs são considerados os operadores de CT&I, como as universidades, institutos de pesquisa e empresas (*startups* e pequenas empresas), que atuam como centros de produção de conhecimento, pesquisa e de criação de novas tecnologias, produtos e serviços a serem ofertados na sociedade. As ICTs proporcionam a interação e o fluxo do conhecimento entre os atores: produtores de conhecimento (centros de pesquisa), empresas (setor produtivo) e governo. As interações entre esses atores colaboram para a promoção de um ambiente de inovação.

O Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação é integrado por 27 Unidades Vinculadas, às quais competem a geração, aplicação e disseminação de conhecimentos, bem como o desenvolvimento de tecnologias e a promoção da inovação em suas respectivas áreas de atuação. Nos Institutos atuam pesquisadores, tecnologistas e analistas das Carreiras de CT&I do Governo Federal, além de bolsistas ligados aos programas de pós-graduação. Cerca de 7.500 profissionais trabalham nos Institutos de Pesquisa (MCTI/2022), seja diretamente com atividades de PD&I, seja em atividades correlatas.

Atualmente, fazem parte das Unidades Vinculadas as seguintes instituições: Agência Espacial Brasileira (AEB); Centro Brasileiro de Pesquisas Físicas (CBPF); CEITEC; Centro Nacional de Monitoramento e Alertas de Desastres Naturais (CEMADEN); Centro de Tecnologia Mineral (CETEM); Centro de Tecnologias Estratégicas do Nordeste (CETENE); Centro de Gestão e Estudos Estratégicos (CGEE); Comissão Nacional de Energia Nuclear (CNEN); Centro Nacional de Pesquisa em Energia e Materiais (CNPEM); Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq); Centro de Tecnologia da Informação Renato Archer; Empresa Brasileira de Pesquisa e Inovação Industrial (Embrapii); Financiadora de Estudos e Projetos (Finep); Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia (Ibict); Instituto Nacional de Matemática Pura e Aplicada (IMPA); Instituto Nacional da Mata Atlântica (INMA); Instituto Nacional de Pesquisas da Amazônia (INPA); Instituto Nacional de Pesquisas Espaciais (Inpe); Instituto Nacional do Semiárido (INSA); Instituto Nacional de Tecnologia (INT); Laboratório Nacional de Astrofísica (LNA); Laboratório Nacional de Computação Científica (LNCC); Instituto de Desenvolvimento Sustentável Mamirauá (IDSM); Museu de Astronomia e Ciências Afins (MAST); Museu Paraense Emílio Goeldi; Observatório Nacional (ON); e Rede Nacional de Ensino e Pesquisa (RNP).

Embora as unidades de pesquisa atuem de forma a desenvolver produtos e serviços ligados à ciência, tecnologia e inovação, é imprescindível que tais órgãos conduzam pesquisas científicas em diversas áreas a fim de expandir o conhecimento científico, desvendar novos fenômenos e desenvolver soluções para problemas complexos a partir de pesquisas científicas, propostas de desenvolvimento tecnológico, transferência de tecnologias, formação de recursos humanos, colaboração e parcerias, além dos processos de comunicação e divulgação científicas. Entre diferentes formas de conceituação, a comunicação científica formal pode ser entendida como a disseminação de informações a partir de diversos meios de comunicação, com destaque para livros, periódicos, obras de referência em geral, relatórios técnicos, revisões de literatura, bibliografias de bibliografias (TARGINO, 2000, p. 18). De acordo com Garvey (1979, p. 10), todo espectro de atividades associadas com a produção, disseminação e uso de

informação, desde a busca de uma ideia para pesquisa até a aceitação da informação sobre os resultados dessa pesquisa são partes do componente do conhecimento científico.

Em outras palavras, a divulgação científica, também conhecida como divulgação da ciência e popularização da ciência, é a difusão do conhecimento científico para públicos não especializados. É nesse sentido que as áreas de Comunicação de ICTs, assim como as unidades de pesquisa do MCTI desenvolvem toda sua trajetória de atuação, sejam quais forem suas atividades exercidas, desde que se dediquem à pesquisa científica e ao desenvolvimento tecnológico na promoção do avanço científico, na inovação tecnológica e no desenvolvimento econômico e social.

OBJETO

Estudos para compreensão do uso da rede social como ferramenta de comunicação por parte das ICTs públicas federais e de como essa prática pode ser aprimorada para atingir os objetivos de divulgação institucional de maneira mais eficaz e eficiente.

OBJETIVO GERAL

Analisar como as redes sociais atuam no processo de comunicação e divulgação científica com seus diferentes públicos.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

A fim de alcançar o objetivo geral expresso anteriormente, são definidos os seguintes Objetivos Específicos (OE) para projeto:

OE1 - Analisar as Plataformas e Mídias Sociais utilizadas pelas unidades de pesquisa do MCTI.

OE2 - Verificar o tipo de conteúdo compartilhado nas redes sociais, avaliando se está alinhado com os objetivos institucionais e se atende às necessidades e interesses do público-alvo.

OE3 - Avaliar a resposta e o engajamento do público com o conteúdo compartilhado nas redes sociais por meio de métricas.

OE4 - Estudar e identificar áreas em que as práticas comunicativas podem ser aprimoradas para melhor atender aos objetivos institucionais e às necessidades do público.

OE5 - Identificar as Boas Práticas e *Benchmarking*.

OE6 - Disseminar e propor estratégias de Melhoria, com base nas análises realizadas, propondo estratégias e recomendações para aprimoramento da comunicação nas redes sociais das unidades de pesquisa do MCTI.

JUSTIFICATIVA

A fim de acompanhar as principais tendências dos processos de comunicação no mundo, as unidades de pesquisa têm aderido cada vez mais às mídias digitais, fenômeno mediado pelas novas tecnologias da informação, caracterizando-se por plataformas on-line que permitem a interação e a conexão entre grupos, pessoas, empresas e organizações. As plataformas facilitam a criação, o compartilhamento e a troca de informações, de interesses, de conteúdo multimídia e de ideias, geralmente por meio de perfis de usuários. As redes sociais fornecem ferramentas para que os usuários construam uma rede de contatos digitais, que pode incluir amigos, colegas, familiares, seguidores e outros. Inúmeras iniciativas e tecnologias de mídias sociais têm caráter de rede, com o estabelecimento de conexões entre os atores sociais, que podem ser instituições, pessoas, grupos, veículos e canais de Comunicação. Algumas instituições observaram que o novo contexto de interação on-line é uma forma eficaz e rápida de disseminar o conteúdo de pesquisas. Hoje, pensar e olhar para as mídias sociais não é mais moda ou opção. É uma realidade

que oferece interação rápida com diferentes públicos, aprimora o relacionamento institucional, técnico e científico, além da promoção dos produtos e serviços de uma instituição. Também amplia o alcance da divulgação no Brasil e no exterior.

Assim sendo, o crescente papel das redes sociais como meio de comunicação e difusão de conhecimento científico torna crucial uma análise aprofundada de sua utilização pelas unidades de pesquisa do MCTI. O diagnóstico permitirá identificar pontos fortes, oportunidades de melhoria e possíveis lacunas na estratégia de presença digital do Ministério e do Ecossistema de C&T brasileiro. Ou seja, a justificativa de pesquisa se relaciona com a ação 20V6 e com o eixo de ação 3, Plataformas Digitais, aplicações de internet, de acordo com o inciso VII do art. 5º da Lei nº 12.965, de 23 de abril de 2014, executadas nas seguintes modalidades: redes sociais on-line, serviços de comunicações interpessoais, entre outros .

O escopo previsto pelo presente projeto de pesquisa dialoga com as competência e atribuições da Divisão de Comunicação, que se encontram no Regimento Interno do Ibict, de 24 de maio de 2023, conforme expresso abaixo:

> I - assessorar a diretoria do Instituto na comunicação com a sociedade e no relacionamento
>
> com a imprensa regional, nacional e internacional;
>
> II - formular e implementar a política de comunicação e divulgação social do Instituto;
>
> III - executar atividades de comunicação institucional e de informação e difusão das políticas de
>
> divulgação do Instituto;
>
> IV - realizar as rotinas de atendimento à imprensa;
>
> V - executar o credenciamento de profissionais de imprensa e o controle de seu acesso e a
>
> locais onde ocorram atividades do instituto;
>
> VI - confeccionar releases, notas, posicionamentos, divulgações, acompanhamento de
>
> entrevistas, relatórios, entre outros;
>
> VII - colaborar na elaboração de publicações do Institutos, como folders, cartazes, banners e
>
> peças institucionais de divulgação;

VIII - representar a estratégia de marca do Instituto e a identidade visual, sonora e verbal em

todos os pontos de contato dos públicos de interesse;

IX - gerenciar perfis oficiais do Instituto nas redes sociais, no intuito de manter e ampliar seu

público-alvo;

X - colaborar para o incremento da pesquisa científica realizada pela equipe do Instituto;

XI - contribuir para as melhores práticas de comunicação interna, com informativos, campanhas,

e-mails institucionais e outras atividades correlatas à comunicação social; e

XII - criar e adequar conteúdos e mensagens de acordo com as especificidades dos canais de comunicação e dos públicos de interesse envolvidos.

ESCOPO

O escopo do estudo envolve uma avaliação abrangente das estratégias de comunicação utilizadas pelas unidades de pesquisa do MCTI nas redes sociais, com o objetivo de melhorar a eficiência e eficácia da comunicação institucional.

Quadro 1 – Escopo do projeto de pesquisa.

Meta	Etapas	Atividades relacionadas
M1	Planejamento e Definição de Objetivos	Estabelecer os objetivos específicos do estudo Descrição: identificar as plataformas mais relevantes e o alcance de cada uma delas. ● Identificar o Público-Alvo ● Mapear e compreender o perfil do público que interage com as redes sociais das unidades de pesquisa do MCTI.
		● Definir os indicadores-chave de desempenho (KPIs) para avaliar o sucesso das práticas comunicativas. ● Identificar todas as unidades de pesquisa afiliadas ao MCTI

		• Mapear as plataformas de redes sociais utilizadas por cada unidade (por exemplo, *Facebook*, X, *LinkedIn* etc • Coletar dados sobre o volume de publicações, engajamento, e demais métricas relevantes
M2	Coleta de Dados e Mapeamento	• Avaliar a presença e atividade de cada unidade nas redes sociais • Analisar o tipo de conteúdo compartilhado, a frequência de postagem e o estilo de comunicação • Identificar o perfil demográfico e interesses do público que interage com as redes sociais das unidades de pesquisa do MCTI
M3	Avaliação do Público-Alvo e Audiência	• Analisar o tipo de conteúdo compartilhado nas redes sociais, avaliando se está alinhado com os objetivos institucionais e se atende às necessidades e interesses do público-alvo.
M4	Avaliação do Conteúdo Comunicativo, com o monitoramento do engajamento e interação	• Analisar a relevância e alinhamento do conteúdo compartilhado com os objetivos institucionais • Avaliação da Frequência de Publicação: Verificar a regularidade das postagens e interações nas redes sociais. • Medir o engajamento do público nas redes sociais (curtidas, comentários, compartilhamentos etc) • Analisar a interação com o público, incluindo respostas a comentários e mensagens
M5	Comparação com Boas Práticas do Setor	• Realizar *benchmarking* com outras instituições similares para identificar boas práticas de comunicação em redes sociais

		• Avaliar como a comunicação influencia a percepção pública das unidades de pesquisa do MCTI em termos de reputação e credibilidade.
M6	Elaboração de Relatório e Apresentação de Resultados	• Identificar e propor estratégias de Melhoria, com recomendações específicas para aprimoramento da comunicação nas redes sociais das unidades de pesquisa do MCTI • Disseminar os resultados da pesquisa

METODOLOGIA DE TRABALHO

A metodologia de trabalho do projeto se dará por meio de reuniões de planejamento, com definição de metas SMART (Específicas, Mensuráveis, Atingíveis, Relevantes e Temporizadas). Também será utilizada ferramentas de monitoramento de redes sociais, levantamento de dados, análise de relatórios.

Uma identificação de todas as unidades de pesquisa do MCTI e o mapeamento das plataformas de redes sociais utilizadas por cada uma delas será parte integrante da pesquisa. Além disso, a análise qualitativa e quantitativa das atividades nas redes sociais, avaliação de conteúdo será feita.

O estudo prevê ainda pesquisas da análise demográfica, das ferramentas de análise de público, e a identificação do perfil demográfico e os interesses do público que interage com as redes sociais das unidades de pesquisa do MCTI.

Além disso, será feita uma revisão de postagens e engajamento, com ferramentas de análise de engajamento, acompanhamento de métricas de redes sociais, pesquisas de opinião, análise de *feedback*.

Por fim, será realizada uma análise comparativa, um *benchmarking, um* Brainstorming, com consultas com especialistas. A pesquisa será documentada com apresentações.

CRONOGRAMA FÍSICO

Os objetivos específicos deste projeto desdobram-se em atividades a serem realizadas pelos diversos pesquisadores envolvidos, conforme descrito nos planos individuais e pesquisa.

O cronograma de execução das atividades principais da pesquisa encontra-se detalhado no Quadro 3 disposto a seguir. O projeto possui **duração prevista de 12 meses**. Faz-se válido ressaltar que os prazos terão início a partir da data de implementação do projeto de pesquisa junto à Fundação de Apoio.

Quadro 2 - Cronograma base de realização das atividades do projeto de pesquisa

Metas	**Primeiro ano**			
	1º semestre	**2º semestre**	**3º semestre**	**4º semestre**
M1				
M2				
M3				
M4				
M5				
M6				

RESULTADOS ESPERADOS

Tal pesquisa visa proporcionar uma visão abrangente e estratégica da presença digital das unidades de pesquisa vinculadas ao MCTI nas plataformas de redes sociais, sobretudo o *Instagram*, o *Facebook*, o *LinkedIn* e o X (antigo Twitter).

Como são plataformas interativas, as redes sociais proporcionam engajamento com o público ao responder a perguntas, esclarecer dúvidas, participar de discussões e promover um diálogo aberto sobre tópicos científicos, visibilizar as ações e eventos, conscientizar a população sobre temas relevantes, compartilhar informações sobre a importância da pesquisa em determinadas áreas, destacar desafios e oportunidades e incentivar o engajamento do público nessas questões Assim, ao final da execução das ações propostas pelo presente projeto, são esperados os seguintes resultados, apresentado no **Quadro 3**.

Quadro 3 – Síntese dos resultados esperados do projeto de pesquisa

Meta	Etapas	Resultado	Detalhamento de conteúdo
M1	Planejamento, estudo, análise e definição de objetivos	**R1 Relatório final** - Criação de Recomendações Customizadas	Relatório contendo: Identificação de Redes Sociais e Avaliação de Atividades: ● Identificação das redes sociais das Unidades de Pesquisa do MCTI. ● Estudo detalhado das atividades nas redes sociais, incluindo frequência de postagens, alcance, engajamento e qualidade do conteúdo divulgado. ● Análise de conteúdo para identificar temas recorrentes e tendências para o público-alvo. Caracterização de Seguidores e Mapeamento de Atores-Chave: ● Caracterização demográfica, geográfica e comportamental dos seguidores de cada unidade. ● Mapeamento de atores-chave
M2	Coleta de Dados e Mapeamento		
M3	Avaliação do Público-Alvo e Audiência		
M4	Avaliação do Conteúdo Comunicativo, com o monitoramento do		

	engajamento e interação		
M5	Comparação com Boas Práticas do Setor		
M6	Elaboração de Relatório e Apresentação de Resultados		no ambiente digital que podem amplificar a mensagem das Unidades de Pesquisa. Estratégias Táticas para Fortalecer a Comunicação Científica do MCTI: • Proposição de estratégias táticas para ampliar o alcance e a relevância das iniciativas de divulgação científica. Monitoramento Contínuo e Impacto na Divulgação Científica: • Utilização de ferramentas e métricas de monitoramento contínuo para avaliar a eficácia das ações.

PLANO DE APLICAÇÃO CONSOLIDADO - PREVISÃO ORÇAMENTÁRIA

Os recursos financeiros são aproximados e podem ser atualizados a partir das demandas identificadas em reuniões de alinhamento da equipe técnica:

Rubricas	**TOTAL (R$)**
Bolsa	315.000,00
Custo Operacional	35.000,00
Total Geral	**350.000,00**

**Tanto o plano de trabalho quanto o detalhamento orçamentário (plano de aplicação), para fins de transparência no processo, serão sempre revisados e atualizados, se necessário, durante a realização das diversas metas do projeto, a fim de incorporar informações adicionais coletadas no decorrer dos trabalhos, priorizar ações em decorrência de outras e para representar eventuais mudanças que possam surgir.*

**Os custos operacionais iniciais referem-se à contratação da Fundação de Apoio para gestão financeira, conforme previsto na Lei nº 8.958, de 20 de dezembro de 1994 e suas atualizações.*

**Os valores de bolsa baseiam-se nas portarias Ibict nº 061/2014 e nº 021/2017, que dispõem sobre a contratação de bolsistas e suas atualizações.*

**Diárias e passagens são previsões para a participação em eventos técnicos-científicos da área, com a finalidade de apresentação dos resultados do projeto, primordiais na fase de disseminação dos modelos desenvolvidos.*

**O documento apresenta a memória para cálculo do quantitativo de pesquisadores necessários à execução da pesquisa em relação ao tempo. A metodologia utilizada para definição do quantitativo e do perfil dos pesquisadores contemplou a definição de um modelo baseado em pesquisador padrão capaz de acompanhar toda a meta e atribuição de pesquisadores com diferentes perfis, conforme as atividades simultâneas previstas para cada meta. O quantitativo de pesquisadores e perfis também foi avaliado a partir da necessidade de se atuar de forma paralela para cumprimento dos objetivos do projeto. Por fim, o prazo de entrega das metas ainda foi utilizado como parâmetro para alocação de pesquisadores por períodos específicos. A definição de STPJ ou STPF foi estabelecida para atividades previstas que não condizem com a execução de pesquisa, a exemplo da prestação de serviços de TI.*

**Quando aplicável, os valores previstos para bolsa incluem o pagamento de bolsa de pesquisa para servidores do Ibict atuantes no projeto, conforme o previsto pela Portaria Ibict nº 021/2017, e suas atualizações.*

REQUISITOS

Para que o projeto de pesquisa tenha sucesso, é necessário que sejam atendidos os seguintes requisitos:

- Disponibilidade dos gestores do Ibict para articulação com outros órgão de governo.

PLANO DE APLICAÇÃO DE RECURSOS – Previsão Orçamentária (memória de cálculo) (ANEXO)

Brasília, 13 de novembro de 2023

Daniela Abrahami Pinto da Cunha

Coordenadora de Projeto

Divisão de Comunicação

Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia (Ibict)

Documento assinado digitalmente
gov.br
DANIELA ABRAHAMI PINTO DA CUNHA
Data: 13/11/2023 13:41:31-0300
Verifique em https://validar.iti.gov.br