

Relatório Geral da Pesquisa “Comunicação UFG: Produtos e Serviços”

A pesquisa foi aplicada de forma online, entre os dias 06 a 21 de abril, nas Regionais Catalão, Goiânia, Goiás e Jataí da Universidade Federal de Goiás, com o objetivo de ouvir opiniões de discentes, docentes, técnicos administrativos e terceirizados sobre os produtos e serviços de comunicação da instituição. As pessoas foram convidadas a responder à pesquisa por meio de e-mail marketing, enviado pelo sistema do Centro de Recursos Computacionais da UFG – Cercomp, e a partir do banner de divulgação publicado no Portal UFG e em sites da instituição.

A partir das respostas a dezesseis questões, sendo três abertas e treze fechadas, foi possível avaliar sites, eventos e a comunicação interna de unidades acadêmicas, unidades acadêmicas especiais e órgãos de toda a UFG. Também foi possível identificar os veículos e produtos/serviços mais utilizados e colher contribuições sobre a comunicação na Universidade em forma de opiniões, comentários ou reclamações.

No total, 1011 pessoas responderam ao formulário. Abaixo, segue uma análise dos resultados obtidos.

1 - Qual o seu vínculo com a UFG? 1.011 respostas

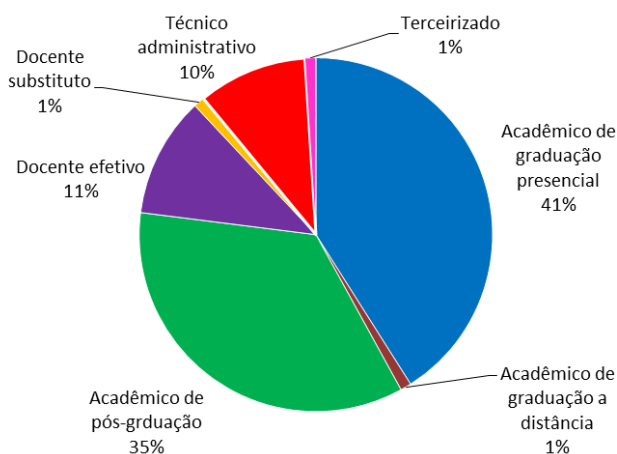


Gráfico 1: Vínculo com a UFG das pessoas que responderam à pesquisa.

A maioria dos respondentes foram estudantes (76%) de graduação (41%) e de pós-graduação (35%).

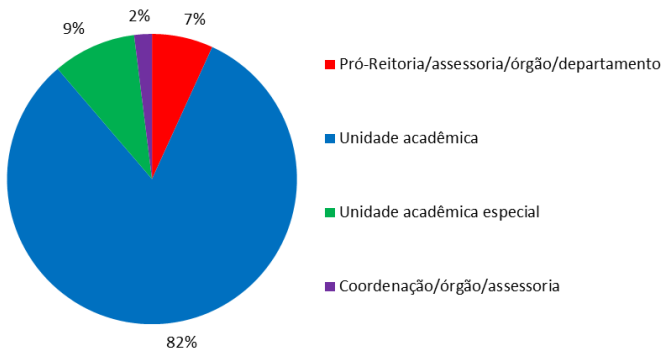


Gráfico 2: Local de vínculo com a UFG

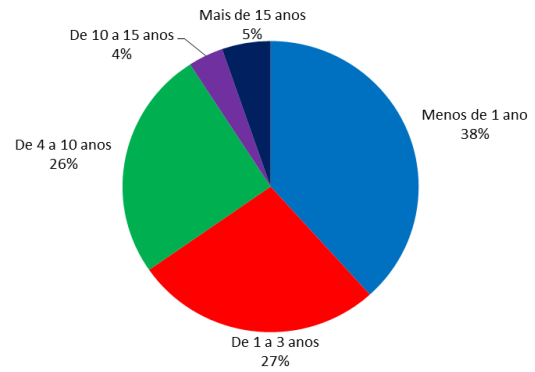


Gráfico 3: Tempo de vínculo com a UFG

De acordo com a questão 3, cerca de 90% dos respondentes são vinculados a unidades acadêmicas ou unidades acadêmicas especiais e 62% está na UFG a mais de 3 anos.

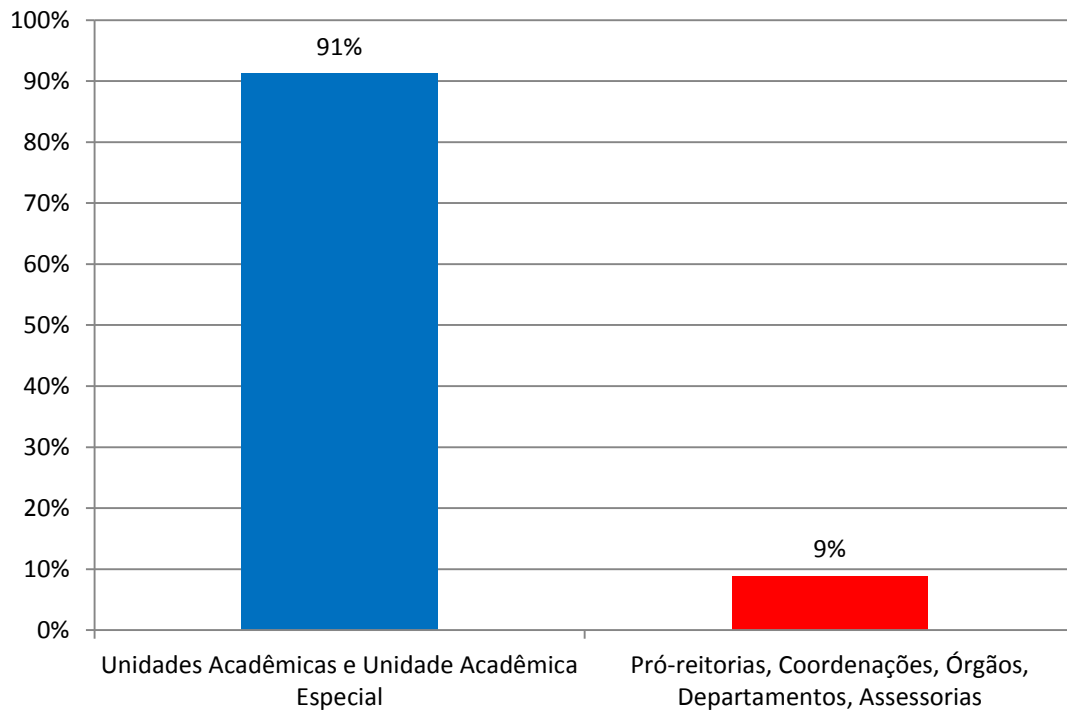


Gráfico 4: Principal vínculo com a UFG

5 - Em uma escala de 1 a 5, sendo 1 não concordo e 5 concordo, avalie o site de sua coordenação geral/órgão/assessoria em relação às seguintes afirmações:

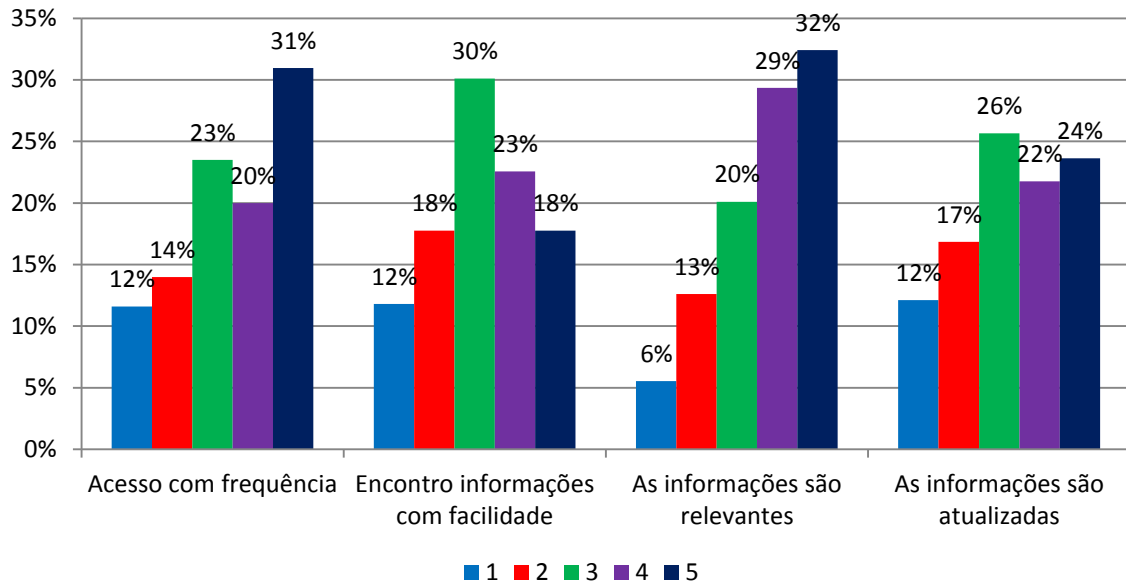


Gráfico 4: Avaliação dos sites da UFG, utilizando escala de Likert.

O site do local onde trabalham ou estudam os respondentes foram avaliados pela Escala de Likert. De acordo com essa metodologia, as opções 1 e 2 indicam avaliação negativa e as opções 4 e 5, positiva. A opção 3, mediana entre as opções, foi considerada uma resposta neutra, não sendo computada numericamente na avaliação.

O acesso ao site é frequente para 51% dos respondentes, sendo que 41% deles encontram informações com facilidade. As informações dos sites são consideradas relevantes para 61% e atualizadas para 46%.

No entanto, de acordo com a questão 5a que solicitou comentários a respeito do site do local ao qual estão vinculados, há necessidade de ampliar a frequência de atualização, comentário mencionado por 36% respondentes.

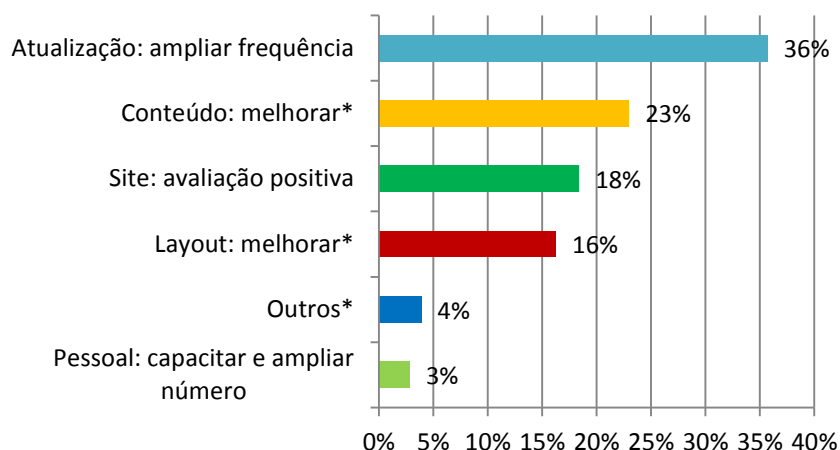


Gráfico 5: Comentários sobre o site do local de trabalho/estudo.

*Conteúdo: melhorar - ementa das disciplinas, nome dos professores, local da aulas, acesso ao histórico, lista de laboratórios, lista de exames, grupos de estudo, notícias, pesquisas, realizações, oportunidades, eventos, prazos, avisos, cursos, currículo lattes, atividades complementares.

* Outros - falta interatividade, divulgar o site, usar linguagem clara e objetiva.

* Layout: melhorar - acessibilidade, hierarquia de conteúdos, organização do conteúdo.

6 - Quais informações você acha que deveriam constar no site de sua coordenação geral/órgão/assessoria/unidade acadêmica/unidade acadêmica especial? 1.011 respostas

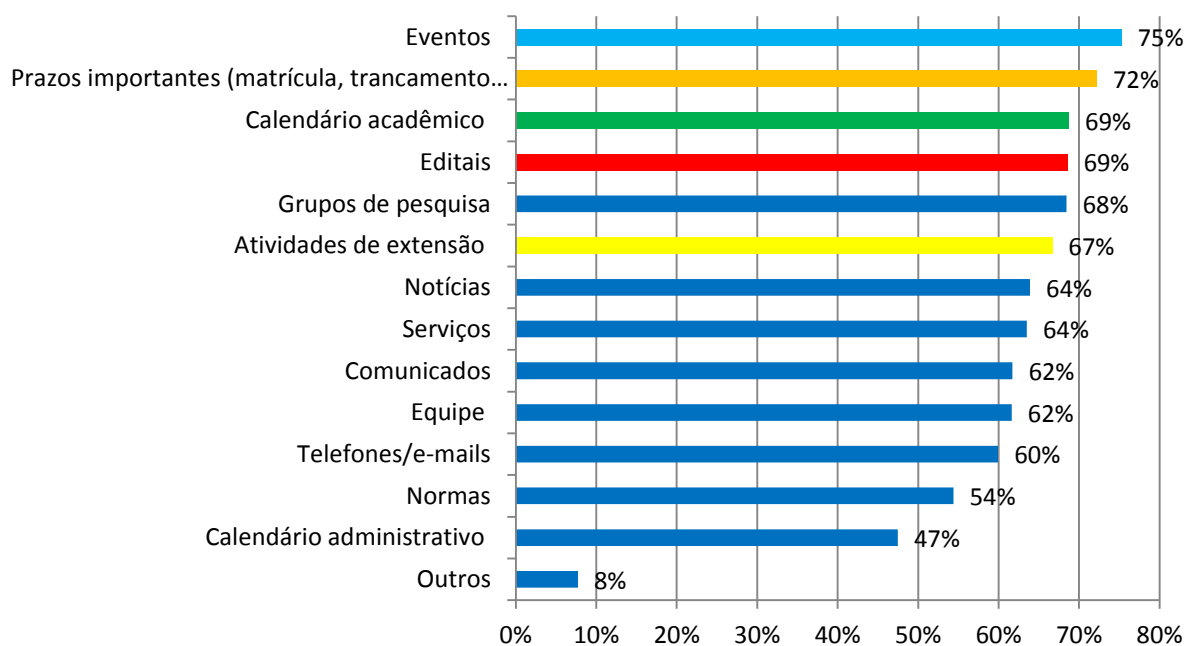


Gráfico 6: Informações consideradas indispensáveis nos sites da UFG.

As informações consideradas imprescindíveis no site de unidades acadêmicas, unidades acadêmicas especiais e órgãos da UFG foram eventos (75%), prazos importantes (72%), calendário acadêmico (69%), Editais (69%), grupos de pesquisa (68%), atividades de extensão (67%), notícias e serviços (64%), Comunicados e equipes (62%), telefones/e-mails (60%), Normas (54%).

7 - Quais os meios mais utilizados na comunicação em sua coordenação geral/órgão/assessoria/unidade acadêmica/unidade acadêmica especial? 1.011 respostas

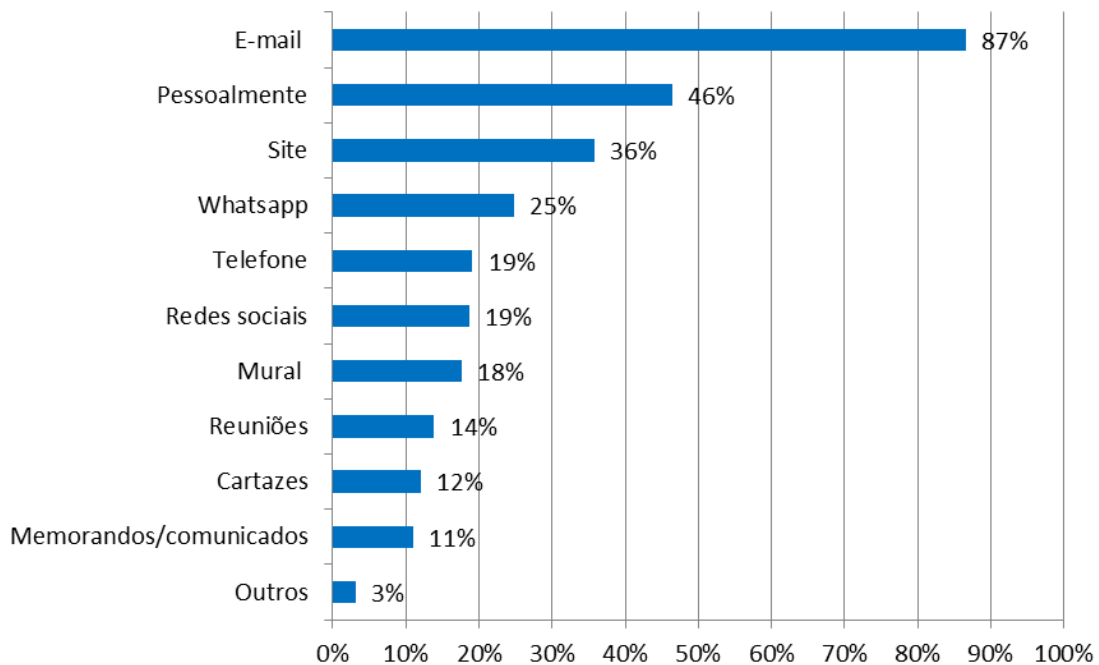


Gráfico 7: Meios de comunicação mais utilizados nos ambientes de trabalho da UFG.

Dentre os meios utilizados na comunicação interna de unidades e órgãos, destaca-se na UFG o uso de e-mail (87%) e comunicação pessoal (46%).

8 - Avalie os eventos da UFG que você já participou em relação a:

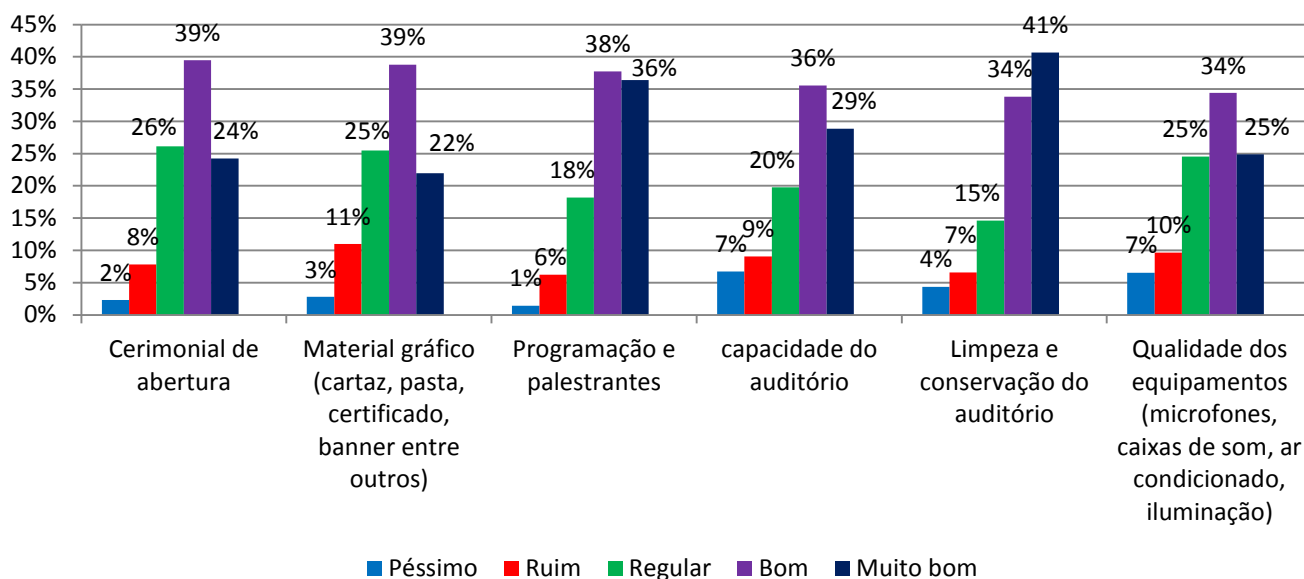


Gráfico 8: 1ª Parte - Avaliação dos eventos da UFG.

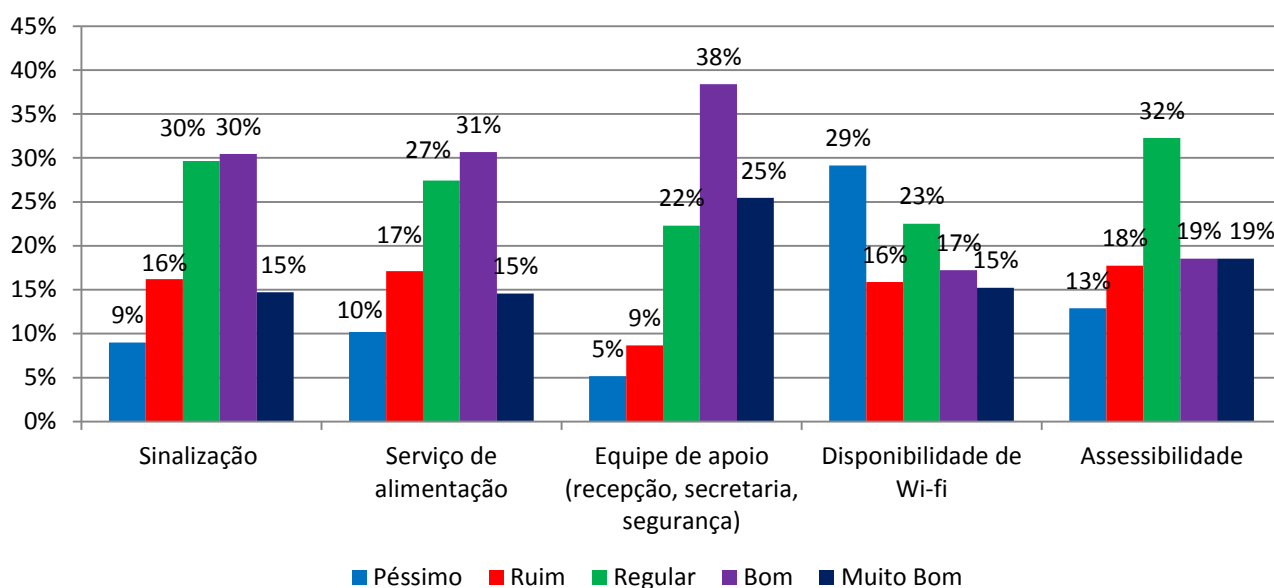


Gráfico 9: 2ª Parte - Avaliação dos eventos da UFG.

Os eventos foram avaliados pela Escala de Likert. Assim, avaliação foi considerada positiva quando os itens bom e muito bom foram superiores a 50%; negativa, quando bom e muito bom foram inferiores a 50%. A resposta 'regular' foi considerada como resposta neutra.

Foram avaliados positivamente os itens: cerimonial de abertura (63%), material gráfico (61%), programação e palestrantes (76%), capacidade do auditório (65%), limpeza e conservação do auditório (75%), qualidade dos equipamentos (59%) e equipe de apoio (63%).

A avaliação foi considerada negativa quanto à sinalização (45%), serviço de alimentação (46%), disponibilidade de wi-fi (32%) e acessibilidade (38%).

9 - Como você avalia a comunicação dentro de sua coordenação geral/órgão/assessoria/unidade acadêmica/unidade acadêmica especial? 942 respostas

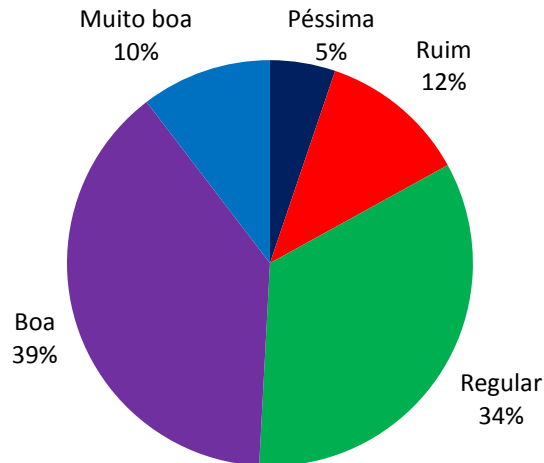


Gráfico 10: Avaliação da comunicação interna no local de vínculo do respondente.

A comunicação interna foi avaliada de forma positiva por 49% dos respondentes e negativa por 51%, o que demonstra que cerca da metade das pessoas está insatisfeita com a forma como a comunicação é conduzida na UFG, dentro do seu universo de estudo/trabalho.

10 - Avalie a relevância dos veículos de comunicação da UFG em sua rotina.

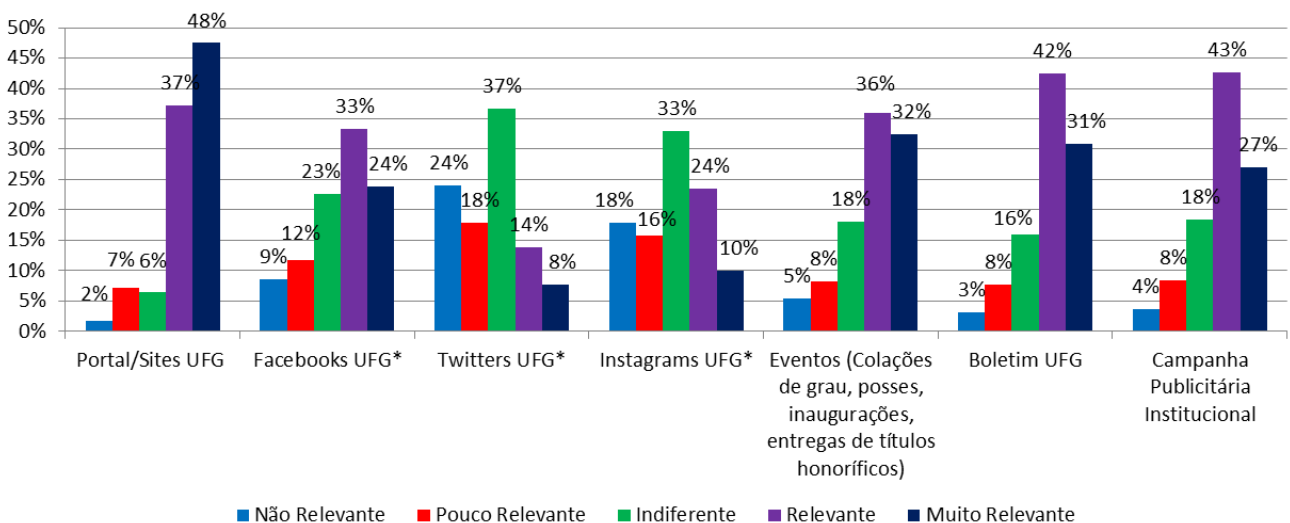


Gráfico 11: Relevância dos veículos de comunicação da UFG

Dentre os veículos de comunicação da UFG, foram avaliados positivamente como relevante ou muito relevante: Portal/Sites UFG (85%), Facebooks UFG (57%), Eventos (68%) e Boletim UFG (73%).

Foram considerados de baixa relevância os perfis do Twitter UFG (42%) e os perfis do Instagram UFG (34%). A Regional Goiás não utiliza essas duas redes sociais.

O item campanha publicitária institucional obteve uma avaliação positiva, sendo considerado por 43% dos respondentes como relevante e muito relevante por 27%. Esse serviço é desenvolvido apenas pela Regional Goiânia, que atende as demais regionais.

Observações:

Facebook UFG*: Facebook UFG; Facebook UFG – Regional Jataí; Facebook UFG – Regional Catalão; Facebook UFG – Regional Goiás.

Twitter UFG*: Twitter UFG; Twitter UFG - Regional Jataí; Twitter UFG - Regional Catalão.

Instagram UFG*: Instagram UFG; Instagram UFG - Regional Jataí; Instagram UFG - Regional Catalão.

11 - Avalie os serviços/produtos dos veículos de comunicação da UFG que você já solicitou.

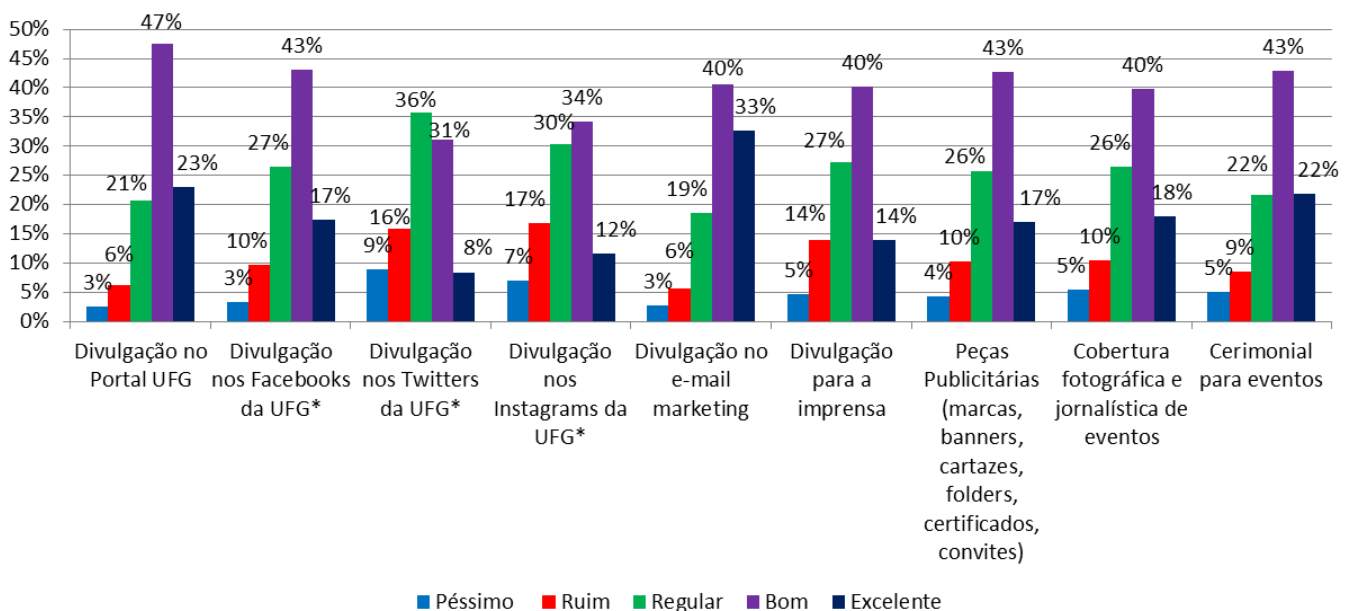


Gráfico 12: Relevância dos veículos de comunicação da UFG

Foram avaliados positivamente (bom e excelente) os produtos e serviços de comunicação utilizados pelos respondentes, com destaque para a divulgação do Portal UFG (70%), Divulgação pelo e-mail marketing (73%), cerimonial para eventos (65%), Divulgação via Facebook (60%) e Peças publicitárias (60%).

12 - Você já fez uso da marca UFG em:

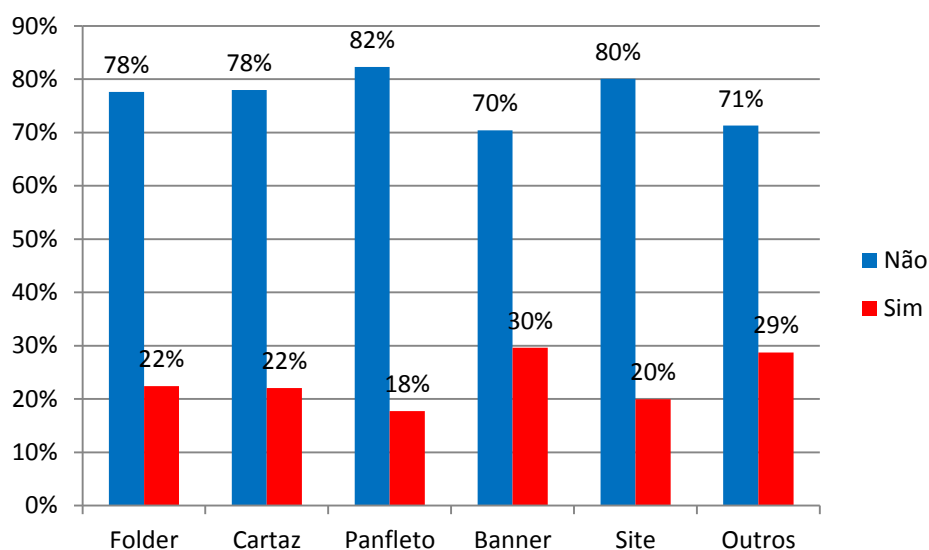


Gráfico 13: Uso da marca UFG em materiais impressos.

Cerca de 30% das pessoas já utilizaram a marca UFG em produtos impressos ou digitais. Do total de respondentes, cerca de 79% não conhecem o manual de uso da marca.

14 - Como você se informa sobre a UFG?

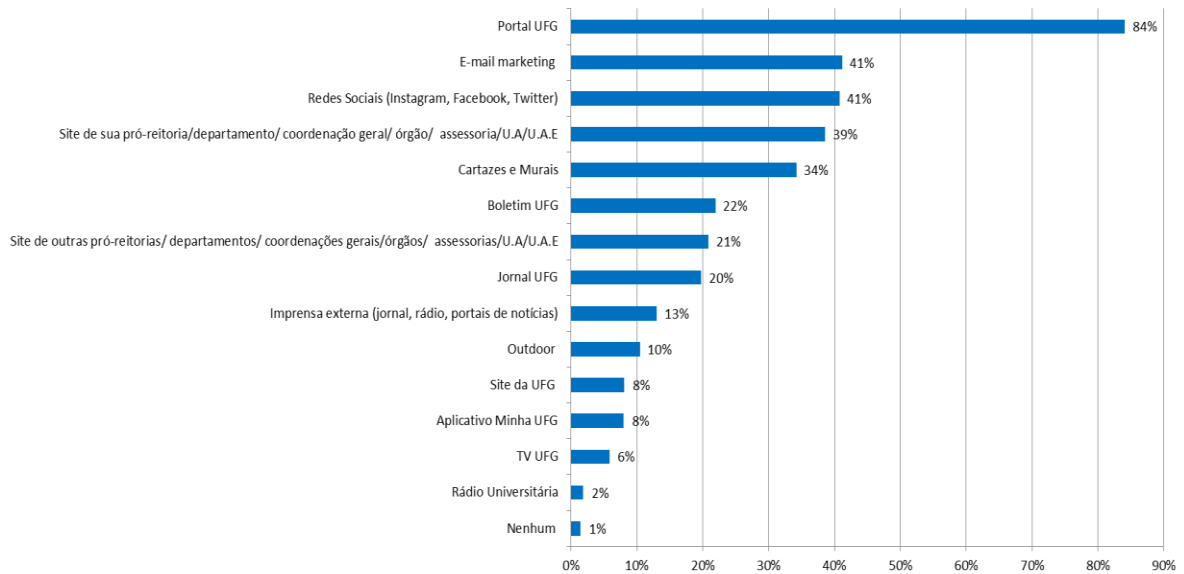


Gráfico 14: Meios de informação sobre a UFG.

Para se informar sobre a UFG, a maioria dos respondentes utiliza o Portal UFG (84%), e-mail marketing (41%) e redes sociais (41%) e o site do local a que está vinculado (39%).

15 - Como você avalia a comunicação da UFG com estudantes, docentes e técnicos-administrativos? 1011 respostas

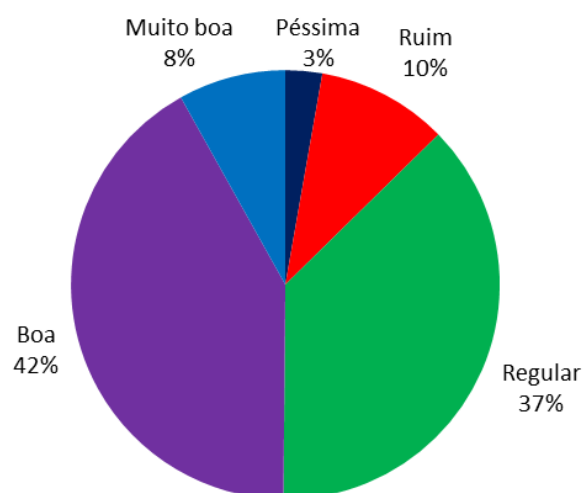


Gráfico 15: Avaliação da comunicação da UFG.

A comunicação da UFG foi avaliada de forma positiva por 50% dos respondentes. No entanto, a metade não está satisfeita com a comunicação da UFG, tendo avaliado como regular (37%), péssima (3%) ou ruim (10%).

16 - Sua contribuição é muito importante. Por favor, deixe-nos sua opinião, comentário ou reclamação sobre a comunicação da UFG. 222 respostas

16. Opinião, comentário ou reclamação sobre a comunicação na UFG.	Goiânia	Catalão	Jataí	Goiás	TOTAL	%
Atas de reuniões: disponibilizar	1				1	0%
Colaões de grau: melhorar calendário	1				1	0%
E-mail institucional: disponibilizar para alunos (aluno@ufg.br)	1				1	0%
Interesse público: deve pautar a comunicação	1				1	0%
Jornal UFG: ampliar a cobertura para todas as áreas de conhecimento	1				1	0%
Manual de uso da marca: ampliar divulgação	1				1	0%
Painéis digitais: utilizar	1				1	0%
Parceria: Buscar parceria e apoio da FIC para desenvolver ações de comunicação com alunos	1				1	0%
Pessoal: ampliar número de profissionais			1		1	0%
Rádio Universitária: melhorar a assistência aos alunos	1				1	0%
Segurança de dados: observar	1				1	0%
Acessibilidade (Libras): ampliar	2				2	1%
Materiais impressos: diminuir uso	1		1		2	1%
Murais: disponibilizar/melhorar	2				2	1%
Sites: avaliação positiva	2				2	1%
Twitter UFG:avaliação positiva	2				2	1%
Capacitação em comunicação: oferecer aos servidores/gestores de unidades/órgãos	3				3	1%
Integração: melhorar, entre técnicos administrativos, professores e alunos	3				3	1%
Produtos/serviços de comunicação: divulgar	3				3	1%
Opinião da comunidade universitária: ouvir mais	4				4	2%
Pesquisa Comunicação UFG: avaliação positiva	4				4	2%
Sinalização: melhorar	3		1		4	2%
Gestão da comunicação institucional: Organizar/padronizar/uniformizar	6				6	3%
Minha UFG: avaliação positiva / melhorar e disponibilizar para IOS	5		1		6	3%
Recepção aos calouros: aprimorar	6				6	3%
E-mail institucional: avaliação positiva	7	1		1	9	4%
Atendimento ao público: melhorar, pessoalmente e por telefone	11				11	5%
Divulgação: melhorar divulgação de ações/realizações/eventos/datas acadêmicas/defesas de dissertações e teses/editais	3	3	8		14	6%
Infraestrutura de comunicação (telefone, internet, wi-fi): Melhorar	9	1	2	2	14	6%
Sites: melhorar atualização, conteúdo, layout e design	21		5	2	28	13%
Comunicação interna: melhorar	29		6	2	37	17%
Comunicação da UFG: avaliação positiva	37	7	2	3	49	22%
	173	12	27	10	222	100%

Tabela 2: comentários sobre a comunicação da UFG.

Os comentários sobre a comunicação da UFG foram diversificados (tabela 2). No entanto, alguns temas de comunicação se destacaram, como: avaliação positiva da comunicação da UFG (22%), necessidade de melhorar a comunicação interna (17%) e a atualização, conteúdo, layout e design (13%) dos sites da UFG (tabela 16).

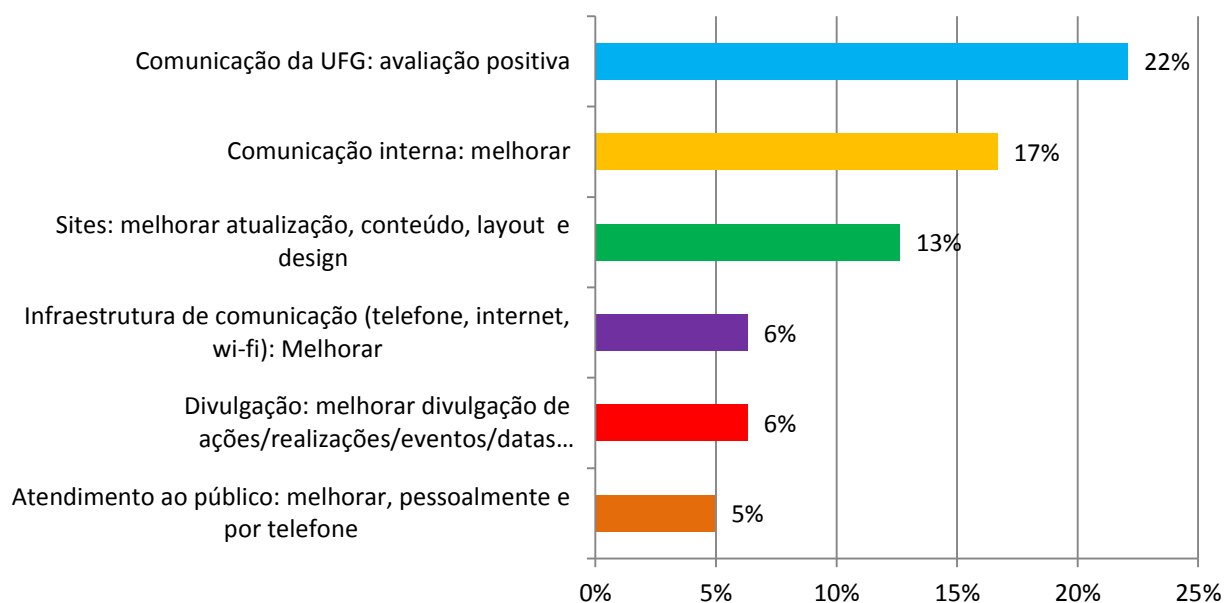


Gráfico 16: Contribuições sobre a comunicação da UFG.

Considerações

A pesquisa “Comunicação UFG: produtos e serviços”, realizada de 06 a 21 de abril, contou com 1011 respondentes, sendo 39 da Regional Catalão, 897 da Regional Goiânia, 18 da Regional Goiás, da 57 da Regional Jataí. Deste total, 38% são docentes, 30% discentes e 23% técnicos administrativos, dentre os quais 69% possuem vínculo com a UFG superior a 1 ano.

A partir da pesquisa foi possível avaliar produtos e serviços de comunicação da UFG, como sites, eventos e veículos de comunicação. Também foi possível identificar os meios pelos quais os respondentes se informam sobre a UFG e avaliar o uso da marca UFG, a comunicação interna e a comunicação em geral. Os respondentes também apresentaram opiniões, comentários e reclamações.

A comunicação interna é insatisfatória porque 51% considerou regular, ruim ou péssima. O e-mail é o veículo mais utilizado (87%), seguido da comunicação pessoal (46%) e dos sites (36%).

Os sites do local ao qual são vinculados os respondentes são pouco acessados (51%), as informações consideradas de difícil localização (41%) e desatualizadas (44%), embora as informações sejam consideradas relevantes (61%). De acordo com os comentários, os sites precisam ser atualizados com maior frequência e ter o seus conteúdos melhorados. As informações consideradas indispensáveis no site são: eventos, prazos importantes, calendário acadêmico, editais, grupos de pesquisa, atividades de extensão, notícias, serviços, comunicados, equipes, telefones/e-mails e normas.

Em relação aos eventos, esses foram bem avaliados quanto ao cerimonial, materiais, programação, espaço físico, equipamentos e equipe de apoio, mas foram desaprovados quanto a sinalização, serviços de alimentação, disponibilidade de wi-fi e acessibilidade.

Com exceção do Twitter e do Instagram, para de mais de 50% dos respondentes os demais veículos são considerados relevantes na rotina na UFG, sendo: Portal/Sites UFG, páginas de Facebook UFG, Eventos, boletim UFG e campanhas publicitárias institucionais.

Com exceção dos perfis no Twitter UFG e dos perfis no Instagram UFG, que foram avaliados positivamente por uma média de 42%, todos os demais serviços de comunicação disponibilizados pela UFG e utilizados pelos respondentes foram avaliados como bons ou excelentes por mais de 60% dos respondentes, sendo os seguintes os serviços: divulgação no Portal UFG, páginas de Facebook UFG, e-mail marketing, imprensa; cobertura fotográfica e jornalística de eventos, cerimonial de eventos, peças publicitárias.

A marca UFG, que deveria constar em todos os materiais de divulgação, tais como folder, cartaz, panfleto, banner, site e outros é pouco utilizada, tendo sido utilizada, na média, por 23% dos respondentes, sendo que 79% não conhece o manual da marca.

O Portal UFG é o meio mais valorizado para informações sobre a UFG (84%). E-mail marketing e redes sociais ficam em segundo, com 41% cada.

A comunicação da UFG com estudantes, docentes e técnicos administrativos é avaliada como boa ou muito boa por 50% dos respondentes. Esse índice é positivo, mas também indica que é necessário melhorar para atender melhor o conjunto de públicos da instituição, já que os outros 50% considerou ruim, regular péssimo.



Os comentários indicam que os sites devem ser melhorados em relação ao layout, design, conteúdo e atualização e a comunicação interna deve atentar para a divulgação de ações, realizações, eventos, datas acadêmicas, defesas de dissertações e teses/editais entre outras.

Os produtos/serviços de comunicação executados pelos órgãos de comunicação, que contam com profissionais especializados, foram bem avaliados. Já os sites e a comunicação interna, aos cuidados de unidades e órgãos, os quais não possuem profissionais capacitados, receberam avaliação negativa. Eis aí um indicativo dos principais pontos em que a comunicação da UFG deve empenhar-se em melhorar com a política de comunicação a ser construída e implementada.

Goiânia, Julho/2017.



Grupo de trabalho da Política de Comunicação da UFG

Profª Daiana Stasiak - Coordenadora Geral (FIC-Ascom UFG)

Suzy Meiry Silva - Coordenadora Executiva (Ascom UFG)

Luiz Felipe Fernandes Neves (Ascom UFG)

Leandro Pinho Rodrigues (Ascom UFG)

Nayara Letícia de Sousa Alves (Ascom UFG)

Amanda Alves Mota (FIC- Ascom UFG)

Michael Alessandro Figueira Valim (TV UFG)

Vanessa Bandeira Moreira (TV UFG)

Silvânia de Cássia Lima (Ascom/Rádio Universitária)

Márcia Boaratti (Rádio Universitária)

Ana Flávia Pereira dos Santos (Rádio Universitária)

Lilian Mariano Alves (Rádio Universitária)

Denise Barbosa Ribeiro de Castro (Ouvidoria)