

Noite Europeia dos Investigadores

Como medir o seu impacto?

Catarina Ramos

Fundação Champalimaud - Lisboa
Consórcio RAISE - Researchers in Action for Inclusion in Science and Education



Mariana
Ferreira

Moderação

Mariam Debs

Laboratório Internacional Ibérico de Nanotecnologia - Braga
Consórcio SCIEVER - "Science for Everyone - Sustainability and Inclusion"



Sílvia Socorro

Universidade da Beira Interior - Covilhã
Consórcio U-NIGHT



Rita Patarra

ExpoLab - Centro Ciência Viva - São Miguel, Açores
Consórcio MACARONIGHT_IV - The Researchers' Night of the Macaronesia



Daniela Figueiredo

Universidade de Aveiro
Consórcio BlueNIGHTs





<https://www.menti.com/alido6w2oumg>



1. Já esteve envolvido(a) em medição de impacto?

- Desenho da ferramenta
- Aplicação da ferramenta
- Análise de dados
- Comunicação/reporting dos dados
- Preenchimento (enquanto participante)
- Todas as referidas
- Nenhuma

2. Qual a forma mais criativa que experimentou em questionários de impacto?

Objetivos da medição de impacto

Aprender e melhorar. Adaptar/alterar estratégias.

1 Organização

Recolher dados para analisar e perceber se os objetivos das iniciativas estão a ser concretizados junto do público-alvo.

Caracterizar e auscultar o público-alvo para perceber de que forma valorizam a experiência.

2 Ações junto do público-alvo

...

Ferramentas e estratégias utilizadas

Ferramentas

Questionários em papel



UNIGHT



Questionários digitais

Entrevistas



Focus groups



Mais clássicas

Mais criativas

Estratégias

Possibilidade de prémio como incentivo



Caça ao Tesouro

Interação nas redes sociais e/ou outros canais onde a NEI seja disseminada



Passaporte



Question wall

Estratégias que funcionaram

- Oportunidades de **adaptação**: instrumentos e estratégias foram sendo adaptados com a experiência de edições anteriores, tanto para melhorar as ferramentas de recolha de dados (ex: perguntas que não foram bem interpretadas, etc.) como para usar a informação recolhida (o que foi identificado como aspeto a melhorar)
- **Visibilidade** sobre os dados que não estamos a recolher e poderíamos: o que os dados não nos dizem (ex: (falta de) representatividade, i.e. a quem não estamos a chegar)
- Ter uma **pessoa dedicada** à aplicação de questionários/entrevistas.
- **Simplificação/gamificação**, incentivos como prémio
- Ter previamente definido uma **Teoria de Mudança**

Estratégias que devem ser melhoradas

- **Desenho das perguntas** e diversidade do público-alvo: nem todas as perguntas desenhadas funcionam para todos os participantes (ex.: Canárias vs. Açores)
- **Dimensão/Número de perguntas**: questionários muito longos tendem a ser menos bem recebidos
- Dificuldade em obter respostas para **alguns elementos do público-alvo**: sociedade em geral



SciComPt 2024, Braga | 8 a 10 de maio 2024

Obrigada!