

GEOCIÊNCIAS NO SHOPPING: ALCANCE DAS MÍDIAS

Morais, J.L.L.¹; Sander, A.¹; Rahel, A.¹; Montanari, N.²

¹Serviço Geológico do Brasil; ²Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

RESUMO: Dentre as ações promovidas pelo Serviço Geológico do Brasil - SGB/CPRM (anteriormente Companhia de Pesquisa de Recursos Minerais) na área de geociências, destaca-se, na superintendência regional de Porto Alegre, a atuação do Museu de Geologia do SGB em exposições diversas com este foco em áreas de grande circulação de pessoas. Este trabalho apresenta os resultados obtidos pelas atividades da Assessoria de Comunicação da CPRM na produção de conteúdo, relacionamento com a imprensa e mensuração de resultados de mídia espontânea, audiência e das mídias sociais relacionadas ao evento. A exposição intitulada “Serviço Geológico do Brasil – CPRM: 50 anos com você”, se realizou entre 22 de agosto e 1º de setembro de 2019, no shopping Boulevard Assis Brasil, zona norte de Porto Alegre, RS. A exposição abordou temas como: “A geologia das coisas”, mostrando minerais relacionando-os com materiais cotidianos como fluorita e creme dental, calcopirita e fios de cobre, entre outros; “O geólogo e a geologia”, apresentando bússola, martelos, GPS (Global Positioning System), mapas; Produtos do vulcanismo no RS, expondo gemas e rochas vulcânicas da Formação Serra Geral; “A rocha do seu bairro”, abordando a geologia de Porto Alegre e uma *sandbox*, para modelagem de relevos, visualização de curvas de nível e simulação de chuvas. A exposição atraiu a atenção dos clientes do shopping, dos moradores do bairro, das escolas do entorno e do público em geral, sendo que a Assessoria de Comunicação da CPRM teve um papel preponderante nesta divulgação, apoiando o museu na promoção dessa mediação científica. Nas publicações relacionadas à exposição, a conta do *Facebook* do shopping Boulevard Assis Brasil alcançou 2.751 curtidas e 431 comentários, já a conta de *Instagram* do shopping Boulevard Assis Brasil contou com 7.978 visualizações e 1.470 curtidas. No mesmo período, nos meios de comunicação tradicionais ocorreram duas matérias em jornais impressos de grande circulação (Zero Hora e Metro), com chamada de capa; três inserções em televisão (TVE, TV Brasil e Record) e quatro inserções em veículos *on-line*, totalizando um público potencial de audiência e circulação de 3.653.992 de pessoas. Toda esta visibilidade gerou interesse pelo tema que se refletiu em *e-mails* para o Museu de Geologia, solicitando informações sobre diversos temas em geociências e sobre a confecção e funcionamento da *sandbox*; maior demanda por visitas de escolas de cerca de 20% e solicitações de doações de coleções didáticas, que saltaram de cerca de 20 pedidos mensais para 300 pedidos. Estes resultados mostram que é grande o interesse do público leigo pelas geociências e que a aproximação entre ciências e sociedade são necessárias, já que os resultados são positivos. Adicionalmente cabe salientar que o valor de mídia espontânea foi de R\$ 1.271.562,06, evidenciando que ações deste tipo, apoiadas por uma boa divulgação, trazem benefícios às instituições que ganham visibilidade para o conhecimento geocientífico produzido, com importante valor público para a sociedade.

PALAVRAS-CHAVE: DIFUSÃO DAS GEOCIÊNCIAS, EXPOSIÇÃO, AVALIAÇÃO MIDIÁTICA.