

Auxílio no Desenvolvimento de Projetos para Melhoria do Relacionamento da Embrapa Soja com seus Públicos Interno e Externo

FIGUEIREDO, H.V.¹, GALERANI, G.S.M.², ¹Universidade Estadual de Londrina – UEL, Rodovia Celso Garcia Cid PR 45 Km 380 Cx. Postal 6001 CEP 86051-990 - Londrina - PR, ²Embrapa Soja

Gerenciar os processos de relacionamento entre as organizações e seus públicos é função das relações públicas, que usam estratégias e meios comunicacionais como instrumentos no seu exercício profissional. Baseado no pensamento de Kunsch (2003, p.105), entende-se que uma organização só terá condições de atingir os seus diferentes públicos com o uso de diversos meios de comunicação massiva e dirigida, priorizando a necessidade e o alcance para cada público específico. É importante que não haja apenas a mediação e a passagem de informações, mas também a comunhão de idéias. Nesse contexto, a Embrapa Soja procura desenvolver técnicas de comunicação junto a dois segmentos distintos de público: o interno e o externo.

Como público interno entende-se todo agrupamento espontâneo que esteja ou não no mesmo espaço físico, originário de pessoas ou grupos ligados à empresa por relações funcionais (Fortes, 2003, p.72). Empregados, parceiros e estagiários formam o público interno da Embrapa Soja.

O público externo é definido por Fortes (2003, p.77) como “agregado perfeitamente identificável proveniente dos grupos que têm expectativas em uma instituição, com o qual é estabelecida uma rede de relacionamentos dependentes dos interesses mais ou menos prementes”. Na Embrapa Soja, o público externo é composto por profissionais da assis-

tência técnica, governos estadual e federal, empresas e profissionais do ramo agropecuário, universidades e demais instituições de ensino, comunidade em geral, produtores, entre outros.

Na Embrapa Soja, a Área de Comunicação Empresarial é a responsável por planejar e executar as diversas ações específicas entre a empresa e seus públicos, de forma a construir um relacionamento positivo e uma comunicação estratégica. O objetivo do trabalho de estágio em Relações Públicas na Unidade é contribuir no desenvolvimento de ações que primem por esse bom relacionamento, usando as estratégias da profissão, com esses dois públicos essenciais. A seguir, relatam-se algumas atividades desenvolvidas junto ao público externo e interno da Unidade.

As atividades voltadas para o público externo seguem o Padrão de Qualidade do Atendimento definido pelo Decreto nº 3.507, no qual todos os órgãos e entidades da Administração Pública Federal direta, indireta e fundacional, que atendem diretamente aos cidadãos, devem ter como base o bom atendimento telefônico, pessoal, por cartas e e-mails, conforme a necessidade e acessibilidade da pessoa a ser atendida. O Padrão de Qualidade do Atendimento engloba as normas a serem seguidas para que não falte no atendimento a devida assistência e informação.

Em 2006 foi implantado, para a maior segurança dentro da Unidade, um sistema para cadastramento dos visitantes. Além do uso de crachá especial e do registro eletrônico que já existiam, foi desenvolvida uma ficha de papel, nos moldes da eletrônica (contendo dados pessoais, quem será visitado, horário de entrada e de saída, entre outros) a ser levada pelo cliente ao empregado visitado que deve assiná-la comprovando a visita. Essa ficha deve ser entregue na recepção, no momento da saída do visitante.

Também focado no público externo, existe o Sistema de Cadastro de Clientes da Embrapa Soja, que contém os dados de empresas relacionadas com o ramo de pesquisa e agricultura ou ligadas de alguma forma à Unidade, formando um *mailing* para o envio de correspondências, informações sobre eventos e outros dados interessantes relacionados à

Unidade e às novidades agropecuárias. A revisão desses dados, junto com a inclusão de novos clientes, são ações desempenhadas durante todo o ano para que esse Sistema esteja sempre atualizado.

As atividades com o público interno têm como objetivo inserir melhorias no processo de comunicação interna, considerando o atendimento de demandas diagnosticadas por meio de pesquisas internas de opinião e de clima organizacional, periodicamente realizadas. A partir das demandas das últimas pesquisas elaborou-se um Plano de Comunicação Interna, que conta com 31 projetos e procura atender aos diferentes segmentos de público interno da Unidade: empregados, parceiros e estagiários. Nesses projetos são descritas as atividades que devem ser executadas e os veículos de comunicação usados para cada circunstância. Dois veículos de comunicação bastante utilizados para integrar e informar o público interno são o mural temático e o jornal eletrônico *Em Dia*.

O mural temático, instalado ao lado do restaurante, faz parte do projeto “ACE Comunica” e segue uma agenda anual abordando assuntos de interesse geral e a divulgação de eventos e atividades que acontecem na empresa. Sua periodicidade é semanal, sendo trocado todas as terças-feiras. Desde fevereiro de 2007 ocorreram 18 edições desse mural, com a seguinte divisão de temas:

- Seis foram festivos: 32º Aniversário da Embrapa, Dia das Mães, Comemoração do Meio Ambiente, Dia do Trabalho, Dia Mundial da Saúde e Dia dos Pais
- Nove foram informativos: Embrapa & Escola, Uso Correto do e-mail, Jornada Técnica, Jornada COEP, Informações sobre a Jornada Acadêmica, Inscrição da Jornada Acadêmica, Reunião Geral da Chefia (Julho), CAE Semana SIPAT
- Três podem ser classificados como temas variados de interesse geral: Elegância no comportamento, Expo Londrina e a Campanha do Almoço Tranquilo.

O jornal eletrônico interno *Em Dia* é elaborado pela equipe de jornalistas da Unidade, com colaboração da equipe de comunicação interna na sugestão de pautas e na disponibilização das edições para os empregados que não têm acesso a computadores. Essa disponibilização é feita por meio da exposição do *Em Dia* impresso em papel em oito murais de avisos pré-estabelecidos e estrategicamente posicionados. O jornal tem periodicidade diária e foi criado em 20 de março de 2002 e até o momento, 9 agosto de 2007, foram veiculadas 1303 edições.

As datas comemorativas também constituem importante fator de integração interna. A solenização dessas datas faz parte do Projeto Festejar e segue agenda anual que prevê a realização de atividades para marcar as seguintes comemorações: Dia Internacional da Mulher, aniversário da Embrapa Soja, Dia das Mães, Dia do Meio Ambiente, apoio à SIPAT, Dia dos Pais, Oficina Acadêmica e Jornada Acadêmica, aniversário do Bosque Verde Vivo, Semana Nacional de Ciência & Tecnologia e confraternização de fim de ano da Embrapa Soja. A participação nesses eventos é facultativa, mas de extrema importância para o cumprimento de sua finalidade junto aos colaboradores, parceiros e estagiários. Em 2007, foi dado apoio aos seguintes eventos comemorativos:

- Dia Das Mães: realizado em 10 de maio, contou com atividades especiais para as mães da Unidade, com o oferecimento de hidratação facial, alongamento, manicure e a distribuição de cartões.
- 32º Aniversário da Embrapa Soja: em 17 de abril foi realizada uma comemoração que contou com diversas homenagens (aos empregados com 10, 20 e 30 anos de carreira na Embrapa e também aos que se desligaram da Unidade no último ano), pronunciamentos da Chefia Geral da Embrapa Soja, do presidente da Associação dos Empregados da Embrapa – AEE, do Sindicato dos Trabalhadores – SINPAF e do representante de outra Unidade da Embrapa presente ao evento, o Serviço de Negócios Tecnológicos – SNT. Também, foi destaque no evento o lançamento de um vídeo sobre Monteiro Lobato – produzido e editado pela Área de Comunicação Empresarial, em homenagem ao pesquisador Léo Pires Ferreira, profundo conhecedor da vida e da obra do escritor.

- Dia do Meio Ambiente: em 5 de maio foi inaugurada a Alameda do Oiti, quando diversas árvores dessa espécie foram plantadas num espaço de ampla circulação na Unidade. A ACE também promoveu um mutirão no Bosque Verde Vivo, área de um hectare que contém árvores plantadas e mantidas por todos os empregados da Unidade.
- Dia dos Pais: em 10 de agosto foi programada, em parceria com a CIPA, uma apresentação de música popular com pesquisadores que também são músicos e instrumentistas. A chefe-geral da Unidade também cantou e tocou violão e, após o convite à platéia, vários outros empregados e estagiários subiram ao palco e se apresentaram tocando instrumentos. Ao final do evento, houve sorteio de brindes, incluindo diárias de hotéis em Londrina. Junto com a AEE, foi disponibilizado o serviço de engraxates para os pais que desejassem lustrar seus sapatos.

Outro projeto importante para empregados, parceiros e estagiários, é a Reunião Geral entre Chefia e Público Interno, que acontece quatro vezes por ano e tem como objetivo aproximar a Chefia dos diversos setores/ áreas por meio da apresentação de informações e da discussão aberta de temas de interesse geral. A reunião tem ampla divulgação prévia, montagem participativa de pauta e é avaliada pelos participantes por meio de questionário breve. Cabe ao estagiário de relações públicas auxiliar em todas as etapas dos projetos descritos acima: desde o planejamento das atividades até sua execução, acompanhamento e avaliação.

A partir do exposto, compreende-se que o trabalho com os públicos interno e externo da Embrapa Soja envolve algumas ações já estabelecidas em manuais de relacionamento e planos de comunicação, mas abertas a novas idéias e ajustamentos no intuito de sempre melhorar o convívio entre empresa e públicos essenciais.

Público e Organização, que são instâncias distintas (KUNSCH, 2003), têm nas relações públicas seu grande alicerce para que ocorram relacionamentos harmoniosos e, caso haja conflitos, sejam administrados por meio de estratégias e ferramentas de comunicação. O aperfeiçoamento e o desenvolvimento eficaz

das ações de comunicação facilitam e estimulam relacionamentos mais sólidos e promovem credibilidade entre as partes envolvidas.

Referências

FORTES, Waldyr Gutierrez **Relações Públicas** - Processo, funções, tecnologia e estratégias ,2.ed. rev. e ampl. – São Paulo: Summus, 2003.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada** – São Paulo: Summus, 2003.