

Os Veículos de Comunicação Dirigida da Embrapa Soja

FERREIRA, L.L.¹, GALERANI, G.S.M.², ¹Universidade Estadual de Londrina – UEL, Cx. Postal 6001 CEP 86051-990 - Londrina - PR, ²Embrapa Soja

O profissional de Relações Públicas adquire conhecimentos fundamentados na Ciência da Comunicação, visando a correta utilização dos recursos e técnicas comunicacionais para planejar, de forma global e unificada, a comunicação organizacional, com a finalidade de melhorar o relacionamento entre a organização e seus múltiplos públicos.

Cândido Teobaldo de Andrade, em seu livro “Curso de Relações Públicas”, afirma que “o fato determinante para o sucesso das organizações com o seu público interno é que tenham um processo de comunicação de qualidade, pelo qual as informações fluam intensamente desde a alta direção da companhia até o pessoal do chão de fábrica” (Andrade, 2003).

Com o crescimento das instituições e do seu quadro de funcionários, a comunicação interpessoal perde espaço gradualmente, devido à hierarquização da empresa. Por isso, direcionar a comunicação passa a ser fundamental para o bom andamento das relações entre os públicos da instituição.

A Embrapa Soja, uma das 41 unidades da Embrapa, dispõe de uma estrutura denominada Área de Comunicação Empresarial que se responsabiliza por administrar as ações de Comunicação entre a Instituição e seus Públicos estratégicos.

Uma Pesquisa de Opinião Interna realizada em dezembro de 2004 e uma outra Pesquisa de Clima realizada em outubro de 2005, além da Política de Comunicação da Embrapa e do Plano de Trabalho da Chefia, serviram de base para que a Área de Comunicação Empresarial (ACE) desenvolvesse um Plano de Comunicação Interna, que tem como principal objeti-

vo propor melhorias no processo de comunicação interna, considerando as necessidades levantadas nas duas pesquisas realizadas.

Dentre as principais ferramentas utilizadas pela ACE da Embrapa Soja para manter a qualidade no relacionamento com os seus diversos públicos e atingir os objetivos do Plano de Comunicação Interna estão os veículos de comunicação dirigida que são definidos por Andrade como um “processo que tem por finalidade transmitir ou conduzir informações para estabelecer comunicação limitada, orientada e frequente com determinado número de pessoas homogêneas e identificadas” (Andrade, 1985, p.24).

Fortes (2003) explica que esses veículos têm o papel principal na atividade de Relações Públicas e os classificam em comunicação dirigida escrita, oral, auxiliar e aproximativa.

Veículos de comunicação dirigida escrita

Os veículos de comunicação dirigida escrita usam uma linguagem adequada ao público que desejam atingir. Os materiais escritos certificam uma maior durabilidade às informações veiculadas e servem como material de referência para vários grupos. Esse veículo é muito utilizado na Embrapa por meio dos murais, que são estrategicamente distribuídos em todos os prédios para a fixação de periódicos, cartazes, agenda de eventos, entre outros. Os principais periódicos são o “todos.com”, veículo de comunicação eletrônico editado, principalmente, pela Embrapa Sede (Brasília/DF) e o “Em dia”, também eletrônico, editado diariamente pela ACE da Embrapa Soja.

O Mural Temático, fixado em frente ao restaurante, é um outro veículo de comunicação extremamente importante. Sempre com textos sucintos, informações completas e bem ilustrado, tem uma resposta muito positiva dos públicos da Unidade. Os temas são alternados semanalmente e variam entre Institucionais, Divulgação de Eventos que a Embrapa participa, Campanhas Internas e Datas comemorativas. Como exemplo

de murais já desenvolvidos, pode-se citar:

Institucionais: Semana Nacional de Ciência e Tecnologia; Formação de um profissional de Pesquisa & Desenvolvimento; Produção Orgânica x Produção Convencional de soja; Processo de Seleção de Nova Chefia.

Datas comemorativas: Dia dos Pais; Semana do Livro; Aniversário da Embrapa; Dia das Crianças; Semana da Pátria.

Divulgação de eventos que a Embrapa Soja participa: Congresso Brasileiro de Soja; Curso de Tetrázólio; Semana Interna de Prevenção de Acidentes do Trabalho; Exposição Agropecuária de Londrina; Show Rural da COOPAVEL.

Campanhas Internas: Embrapa contra a dengue; Campanha de arrecadação de brinquedos; Maratona Solidária; Reciclagem de resíduos.

As publicações na Embrapa Soja também são exemplos da utilidade da comunicação dirigida. Têm papel fundamental para a comunicação, pois direcionam corretamente as informações que contêm. São exemplos de publicações da Unidade livros, anais de eventos, boletins de comunicação administrativa, manuais, folder institucional, cartazes, avisos, cartas, entre outros.

Veículos de comunicação dirigida oral

Os veículos de comunicação dirigida oral exigem a proximidade entre as pessoas, a interatividades e a troca de idéias. A comunicação oral proporciona um estreitamento de relações e um *feedback* imediato, dando oportunidade de respostas ao receptor.

As reuniões são exemplos de veículos de comunicação dirigida oral e têm uma tarefa fundamental a cumprir diante das estratégias de Relações Públicas. Sua participação programada é um método excelente para democratizar os relacionamentos das organizações. A Embrapa Soja utiliza as reuniões em muitas circunstâncias. Um exemplo é o **Programa Chefia Presente**, uma das ações previstas no Plano de Comunicação

Interna. Todos os anos, desde 2004, são realizadas quatro reuniões da Chefia Geral com o público interno. Essas reuniões são precedidas de convites, abertura para o envio de perguntas e sugestões de temas pelos empregados, organização e divulgação de pauta. As reuniões devem ser participativas, garantindo oportunidade de cada empregado se expressar e opinar, inclusive criticando e sugerindo novos temas por meio de formulário de avaliação entregue durante os eventos. A Chefia discute com seu público interno propostas de melhorias, projetos, recursos, balanço orçamentário, etc. Nessas reuniões, os representantes de AEE, CIPA e SINPAF, assim como gerentes e membros de comitês internos, também têm espaço para falar sobre suas atividades e esclarecer dúvidas ao público interno.

Outro exemplo de comunicação oral é o alto-falante, também muito utilizado na Embrapa Soja como sistema de som interno, com caixas de som localizadas em todas as salas. Os alto-falantes são utilizados para convocar reuniões, divulgar eventos ou até mesmo localizar um funcionário ausente de sua sala habitual. Esse sistema promove fluxo de informações e proporciona resultados imediatos.

Veículos de comunicação dirigida auxiliar

Os veículos de comunicação dirigida auxiliar são privilegiados em vários tipos de programas e abrangem o conjunto dos recursos audiovisuais. Nas relações com os públicos, a comunicação auxiliar tem função complementar, e seus meios constituem um apoio para que a instituição alcance seus objetivos de trabalho.

Em apresentações, palestras, reuniões ou aulas realizadas no auditório da Embrapa Soja, a comunicação recebe auxílio de recursos audiovisuais como: projetor de multimídia, DVD, videocassete, televisão, som e outros. Esses recursos facilitam a assimilação das idéias transmitidas pelo expositor, ilustrando a apresentação e prendendo a atenção de seu receptor.

Veículos de comunicação dirigida aproximativa

Os veículos de comunicação dirigida aproximativa permitem estabelecer relações pessoais diretas entre a instituição e um público, ou segmento de público, além de integrar a empresa com a comunidade na qual ela se situa.

O auditório é um importante exemplo dessa categoria de veículo de comunicação dirigida. A Embrapa Soja recebe cerca de 8 mil visitantes por ano em seu auditório. De pesquisadores e produtores do exterior a alunos das comunidades próximas à Unidade, todos encontram uma empresa de portas abertas quando visitam a Embrapa.

O Programa “Embrapa e Escola” existe desde 1989 e atende alunos da terceira série do ensino fundamental até a terceira série do ensino médio. Os estudantes são recebidos às quartas-feiras para uma visita dirigida a algumas das instalações da Unidade. Essas visitas ajudam os alunos a conhecer mais sobre os trabalhos e as pesquisas científicas realizados na Embrapa, assim como a influência dessas atividades na vida de cada cidadão. A Embrapa Soja ainda oferece estágio a dezenas de alunos universitários de diferentes áreas de atuação, por isso também recebe um grande número de visitantes com esse interesse.

Por ser um centro de referência tropical na pesquisa científica das culturas de soja, girassol e trigo, produtores e pesquisadores da região e de todo o mundo visitam a Embrapa Soja em busca de informações com os cientistas e técnicos que atuam na Empresa.

É de responsabilidade da ACE fazer com que essas visitas recebam todo o suporte e atenção devidos, pois entende-se que o bom atendimento e a prestação de contas ao cidadão é uma obrigação de uma instituição pública como a Embrapa.

O primeiro passo do setor de Relações Públicas é determinar e identificar seus públicos. Assim “a mensagem, bem planejada e estruturada, e a escolha adequada dos veículos de comunicação dirigida proporcionarão um *feedback* mais rápido, que por sua vez, permite uma análise imediata dos efeitos produzidos”. (FERREIRA, 1997).

Como apoio à formação de um profissional de Relações Públicas, o estágio na ACE da Embrapa Soja proporciona aos estudantes um completo aprendizado por meio de experiências em diversos campos da Comunicação Social. Como exemplos de trabalhos desenvolvidos por estagiários de Relações Públicas na Embrapa Soja pode-se citar o apoio à organização e à execução de eventos técnicos, trabalhos realizados junto à comunicação interna, desenvolvimento de projetos direcionados ao público interno, produção de murais temáticos, corbetura fotográfica de eventos, trabalhos de comunicação visual, organização de campanhas internas, suporte técnico a eventos institucionais, entre outros.

Referências

ANDRADE, C. T. de S. **Para entender relações públicas**. 3ª ed. São Paulo: Biblos, 1985.

ANDRADE, C. T. de S. **Curso de Relações Públicas – relações com os diferentes públicos**. 6.ed. São Paulo: Pioneira Thomson, Learning, 2003.

FERREIRA, W. Comunicação dirigida: instrumento de relações públicas. In: KUNSCH, M. M. K. (Org.). **Obtendo resultados com relações públicas**. São Paulo: Pioneira, 1997.

FORTES, W. G. **Relações Públicas - Processo, funções, tecnologia e estratégias**. 2.ed. São Paulo: Summus, 2003.

KUNSCH, M. M. K. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada**. São Paulo: Summus, 2003.