

CAPÍTULO 4

Inovação na comunicação das tecnologias dos núcleos temáticos de P&D com o público externo da Embrapa Suínos e Aves

Anelise Sulzbach
Monalisa Leal Pereira

Introdução

As deficiências da estratégia de comunicação, como falta de definição e estruturação, dificultava o contato da Embrapa Suínos e Aves com os públicos de interesse e a sociedade em geral, bem como reduzia significativamente a divulgação de informações técnicas de assuntos importantes de maneira eficiente nos meios de comunicação. Um trabalho conjunto entre a área de comunicação, os gestores dos Núcleos Temáticos, a Chefia Adjunta de Pesquisa, Desenvolvimento & Inovação, Chefia Adjunta de Comunicação e Negócios e a Chefia Geral era necessário para a implementação de estratégias de comunicação definidas, que resultaram no projeto “Inovação na comunicação das tecnologias dos Núcleos Temáticos de P&D com o público externo da Embrapa Suínos e Aves”. Por meio deste projeto, estabeleceram-se quais tecnologias/conhecimentos seriam apresentados, de que forma, quando e para quem. A ampliação de conhecimentos sobre os mecanismos das diferentes mídias (escrita, falada e televisionada) aos pesquisadores e técnicos da transferência também se fez necessário, bem como a disponibilização de ferramentas que auxiliariam o público interno a ter um discurso institucional íntegro sobre as tecnologias e os conhecimentos gerados na Embrapa Suínos e Aves.

São muitos os conhecimentos e tecnologias produzidos na Embrapa Suínos e Aves, porém não existia uma estratégia clara que norteasse as ações de comunicação e de transferência para a divulgação dos mesmos. A falta de uma estratégia bem definida e estruturada de quais tecnologias divulgar dificultava o contato com os públicos de interesse e a sociedade em geral, bem como reduzia significativamente a divulgação de informações técnicas de assuntos importantes de maneira eficiente nos meios de comunicação. Aliava-se a este fato o reduzido conhecimento dos pesquisadores aos aspectos peculiares que envolvem o relacionamento com a mídia. Deveria se ter mais atenção para o tratamento de informação sobre assuntos estratégicos: quais informações devem e podem ser divulgadas, a quem e como divulgar, como lidar com os profissionais das redações, entre outros pontos.

Além disto, o público interno não tinha um conhecimento mais amplo sobre a vasta gama de tecnologias e conhecimentos produzidos por cada um dos núcleos. Partindo do princípio de que os empregados são parte da imagem institucional da Unidade e são porta-vozes dos conhecimentos produzidos, estes também merecem atenção nas estratégias de comunicação a serem adotadas.

Para viabilizar o conhecimento das tecnologias produzidas/desenvolvidas por cada um dos NTs fez-se necessário implantar uma estratégia de comunicação permanente que facilitasse a interação entre a ACE, os NTs e os diferentes públicos. A estratégia a ser implantada foi um showroom de tecnologias/conhecimentos onde os conteúdos a serem divulgados foram elencados semestralmente através das sugestões dos gestores dos NTs e pelas principais demandas do Serviço de Atendimento ao Cidadão (SAC) da Unidade.

Desta forma a Área de Comunicação Empresarial tem um leque de conteúdos que nortearão quais informações deverão ser mais fortemente divulgadas em cada semestre do ano para os públicos de interesse da Embrapa Suínos e Aves. O público interno também fica a par das principais tecnologias/conhecimentos, pois o showroom fica em área de grande circulação. Ressaltando que os públicos de maior interesse da Unidade são os produtores rurais e técnicos agrícolas, verificou-se que ao criar uma parceria com a rede FECOAGRO, levar partes do showroom a feiras e exposições era importante para a divulgação das informações.

Já para ampliar o conhecimento dos pesquisadores e dos técnicos da área de transferência com relação à imprensa, um seminário de Media Training foi eficiente, por ser a forma mais rápida e com menos desperdício de tempo de transmitir os conteúdos necessários.

Objetivos

Geral

Criar, fortalecer e monitorar estratégias de comunicação para ampliar o relacionamento da área de PD&I da Embrapa Suínos e Aves com o público interno e externo, através da disponibilização de informações sobre prioridades definidas pela ACE e NTs.

Específicos

- Instituir um mecanismo de permanente comunicação e interação entre os NTs, área de comunicação e a Unidade com seus públicos de interesse;
- Disponibilizar ferramentas que auxiliem o público interno a ter um discurso institucional íntegro e com uma leitura única e atualizada sobre as tecnologias e conhecimentos desenvolvidos na Unidade;
- Ampliar o conhecimento dos pesquisadores e técnicos de transferência sobre os mecanismos/ferramentas de comunicação com as diferentes mídias (escrita, falada e televisionada);
- Melhorar o atendimento, por parte dos pesquisadores e técnicos da transferência, com relação às demandas das diferentes mídias;
- Levar informações sobre as tecnologias geradas pela Embrapa Suínos e Aves e outras Unidades a produtores rurais através da rede de comunicação que a Federação das Cooperativas Agropecuárias de Santa Catarina mantém com seus cooperativados.

Resultados e discussão

Ações como mídia training, criação de um showroom permanente das tecnologias desenvolvidas por cada NT e a implementação de uma rede de informações em parceria com a FECOAGRO, que já possui uma ampla rede de jornais cooperativos e programas de rádio, auxiliaram no alcance dos objetivos.

Um dos principais resultados do projeto foi a organização da “Vitrine de Tecnologias”, um espaço que possibilita a apresentação dos diversos resultados de pesquisa da Embrapa Suínos e Aves de maneira mais

atrativa, com painéis, maquetes e publicações. Também neste espaço é possível atender os diversos públicos, seja imprensa, técnicos, crianças e público em geral.

Desde a inauguração do espaço da Vitrine, em junho de 2008, até o final de 2010, o número de visitas orientadas foi de 41, num total de mais de 1.200 pessoas. Além disso, todos os visitantes que passam pelo showroom são apresentados às tecnologias.

É importante destacar que o projeto melhorou também a apresentação da Embrapa Suínos e Aves em feiras e exposições, o que representa uma nova maneira de interagir com o público. A forma de apresentação do trabalho da Unidade ficou mais inovadora e criativa, com maquetes, protótipos e materiais impressos. Em 2009, as tecnologias do showroom foram apresentadas em seis feiras e uma mostra científica. Em 2010 foram nove feiras.

O discurso único sobre o “que” a Unidade tem e faz de pesquisa é outro resultado apontado. Agora, tanto os profissionais envolvidos com a comunicação e a transferência de tecnologia quanto os demais empregados têm a visão e conhecimento sobre o que se desenvolve de pesquisa na Unidade.

Outro item atendido pelo projeto foi a atualização dos pesquisadores sobre as ferramentas e mecanismos das diferentes mídias. No treinamento, realizado em setembro de 2008, 70,5% dos pesquisadores da Unidade participaram, além de 100% dos supervisores e dos técnicos que atuam com Transferência de Tecnologia.

Ainda no item mídia, foram produzidos materiais para emissoras de rádio, num total de 50 emissoras. Em 2010, o material produzido foi apenas para veículos impressos.

Das metas definidas, todas foram atingidas, superando as expectativas.

Considerações finais

O projeto “Inovação na comunicação das tecnologias dos Núcleos Temáticos de P&D com o público externo da Embrapa Suínos e Aves” foi um marco na melhoria das estratégias de comunicação da Unidade. Ele foi resultado de grande envolvimento de uma equipe de pesquisa, de comunicação e de transferência. A troca de informações, o planejamento e a ampla discussão foram fundamentais no início da execução do projeto. Ele aliou conhecimento técnico das diversas áreas e uma execução adequada, inovadora.

A Vitrine de Tecnologias, principal resultado do projeto, se mostra muito dinâmica, com inclusão de novas tecnologias. Ela iniciou com 13 tecnologias, divididas entre os cinco Núcleos Temáticos: Biodigestor; Kit Biogás; Qualidade da água (influência da mata ciliar e contaminação invisível); Controle de moscas; Compostagem de carcaças; Biossegurança na avicultura; Suíno Light Embrapa MS 115; Diagnóstico da evolução quantitativa e espacial da suinocultura e avicultura nos últimos 15 anos; Avicultura alternativa: inclusão social com a Poedeira Colonial Embrapa 051 e Frango de Corte Colonial Embrapa 041; Kit Elisa; Salmonella em suínos; Micobacteriose em suínos; Mapeamento de QTL´s em galinhas.

Em 2009 a Vitrine de Tecnologias fechou com 15 tecnologias, quando foram acrescentados os protótipos do Incinerador de Animais e do Misturador de Rações. Em 2011 mais duas foram acrescentadas, o controlador automático de luminosidade em aviário - Dimmer IEM-LUX e o Sistema de Tratamento de Efluentes da Suinocultura - Sistrates. A Vitrine é um espaço que ainda irá crescer e se adaptar às necessidades de comunicação da Embrapa Suínos e Aves.