

Eventos: ferramentas estratégicas de comunicação

Andressa Daisy Teixeira¹

Maria Giulia Croce²

A Comunicação Organizacional na Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa) é definida, em sua política, como um processo gerencial permanente e sistêmico, que integra as atividades de relacionamento entre organização e públicos, tendo como objetivo criar e manter os fluxos de informação. Nesse contexto a promoção e realização de eventos é uma das ferramentas de comunicação usadas estrategicamente com o objetivo de criar e reforçar relacionamentos entre empresa e públicos de interesse, bem como apoiar o processo de transferência de tecnologia na Embrapa.

É significativo o número de eventos que a Embrapa Informática Agropecuária promove e participa. O Núcleo de Comunicação Organizacional (NCO) possui uma equipe que, com a ajuda de outros setores, é responsável pela organização de workshops, reuniões técnicas, seminários, simpósios, feiras, entre outros. Cada tipo de evento mencionado possui um objetivo específico e é direcionado, estrategicamente, a um determinado público.

O planejamento de um evento pode parecer simples, mas requer conhecimentos específicos, principalmente no setor público, onde a ocorrência de eventos que demandam conhecimento de normas protocolares e cerimonial é maior. Nesse contexto sobressai o trabalho do relações públicas, profissional responsável e habilitado para desempenhar tal função.

No que tange a comunicação organizacional existem três níveis de planejamento a serem trabalhados: o estratégico com objetivos a longo prazo

¹ Pontifícia Universidade Católica, t.andressa@hotmail.com

² Embrapa Informática Agropecuária, maria-giulia.croce@embrapa.br

e, geralmente, estabelecidos pela alta cúpula da empresa; o tático com objetivos a médio prazo e estabelecidos por departamentos ou áreas e o operacional com objetivos a curto prazo, envolvendo tarefas cotidianas e imediatas.

Os eventos relacionados ao processo de transferência de tecnologia se enquadram no nível de planejamento operacional, pois apoiam o que já está em andamento. O envolvimento do estagiário de eventos nesse processo operacional é total, sendo o responsável, juntamente com seu supervisor e outras áreas de apoio, por executar as atividades demandadas no processo. Alguns exemplos de atividades operacionais são a providência de recursos materiais e humanos e inserção de eventos no Sistema de Eventos da Embrapa (Sieve).

Tem-se no planejamento estratégico a oportunidade de decidir com mais autonomia. Quando se trata de um evento institucional, o relações públicas da Unidade pode determinar, estrategicamente, as ações necessárias para obter o objetivo traçado, como estabelecer o público de interesse e os canais que serão utilizados para contato, estratégias de promoção e divulgação de eventos, entre outros.

Organização, coordenação, controle, implantação, acompanhamento e avaliação são etapas do planejamento que devem ser seguidas para o sucesso da ação. Os envolvidos, promotor e organização, precisam estabelecer um contato contínuo desde o planejamento até a realização. É fato que o sucesso do evento não depende somente dessas duas partes, mas envolve também uma gama de setores que dão suporte às decisões. Na Embrapa Informática Agropecuária depende-se especialmente do Setor de Gestão de Infraestrutura e Logística (SIL), Setor de Gestão de Patrimônio e Suprimentos (SPS) e Núcleo de Tecnologia da Informação (NTI).

É importante mencionar ainda que há, no NCO, um trabalho conjunto dos profissionais do núcleo, envolvendo relações públicas, jornalismo, criação e editoração e apoio a eventos, que torna possível a realização dessas atividades demandadas pela Unidade ou pela Sede, zelando pela marca Embrapa.

Torna-se imprescindível que a comunicação seja contínua e que a sinergia entre os setores aconteça, pois só assim será possível estabelecer o caráter estratégico para os eventos realizados.

Referências

FERREIRA, V. R. **Eventos**. Disponível em: <<http://www.mundorp.com.br/rp.glossario-efgh.htm#e5>>. Acesso em: 24 set. 2012.

EMBRAPA. Assessoria de Comunicação Social. **Política de comunicação**. 2 ed. rev. ampl. Brasília, DF, 2002. 99 p. Disponível em: <http://bbeletronica.sede.embrapa.br/bibweb/bbeletronica/versaomodelo/html/2002/inst/inst_05.shtml>. Acesso em: 24 set. 2012.

SANTOS, L. de S. **Manual de eventos**. Brasília, DF: Embrapa, Assessoria de Comunicação Social, 2006. 139 p.

