



COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA APLICADA NO PROJETO LAC- BIOSAFETY NO BRASIL.

TATIANE O. DE **SOUZA**¹; DEISE M. F. **CAPALBO**²; OLIVIA M. N. **ARANTES**^{2,3}

Nº12409

RESUMO

O projeto LAC Biosafety é constituído por dois componentes “América Latina: construção de capacidade multipaíses para atendimento ao Protocolo de Cartagena sobre Biossegurança” e “Capacitação para comunicação e percepção pública”. O projeto vem sendo desenvolvido em conjunto com pesquisadores do Brasil, Colômbia, Costa Rica e Peru e financiado pelo GEF/Banco Mundial. O componente “Capacitação” teve como objetivo desenvolver uma comunicação estratégica para sanar dúvidas e divulgar o conhecimento científico sobre os organismos geneticamente modificados (OGM) e sua biossegurança. Numa primeira etapa avaliou o nível de conhecimento do público sobre os OGM e o Protocolo de Cartagena e identificou conflitos e necessidades de informação. Para isso foi utilizado um questionário online (aberto ao público em geral) e realizadas entrevistas estruturadas aplicadas a representantes da sociedade civil organizada. Com base nos resultados obtidos nessa etapa foram elaborados, numa segunda fase, alguns produtos de comunicação como folders educativos, página em redes sociais (ex. Facebook), realização de entrevistas e programas em televisão e rádio além de palestras em congressos. Esses produtos responderam, assim, as dúvidas mais freqüentes indicadas na primeira fase do trabalho.

ABSTRACT

¹ Bolsista CNPq: Graduação em Ciências Biológicas, PUCC, Campinas-SP, tatyoliveira-2009@hotmail.com.

² Orientadora: Pesquisadora, Embrapa Meio Ambiente, Jaguariúna-SP.

³ Colaborador: Pesquisadora e Consultora, Embrapa Meio Ambiente, Jaguariúna-SP.



The LAC Biosafety Project consists of two subprojects " Latin America: multi-country capacity-building for compliance with the Cartagena Protocol on Biosafety" and "Communication and public awareness capacity-building for compliance with the Cartagena Protocol on Biosafety". The Communication subproject aimed at developing a strategic communication to answer questions and disseminate scientific knowledge on genetically modified organisms (GMOs) and their biosafety under the Cartagena Protocol. The project was developed in conjunction with researchers from Brazil, Colombia, Costa Rica and Peru and funded by the GEF / World Bank. In a first step this subproject evaluated the level of knowledge of the public regarding GMOs and the Cartagena Protocol, and identified the perception of conflicts and needs of information. Two approaches were utilized: an online questionnaire (open to the general public) and structured interviews applied to representatives of the organized civil society. Based on the results obtained some communication products were elaborated in a second phase, such as educational brochures, posts at social networks (ex. Facebook), interviews, and television and radio programs in addition to lectures at conferences. These products have responded to the most frequently asked questions presented by the public during consultation serving also to dissemination of information to a diverse audience.

INTRODUÇÃO

Comunicação Estratégica leva a uma percepção de identidade e imagem de determinada informação a ser disseminada, resultando em uma visão integrada e de credibilidade, na validação pública deste objeto da comunicação. Consultas, questionários e entrevistas voltados a estudar a percepção e os padrões de comunicação em relação a uma determinada tecnologia são de grande utilidade se forem anteriores à implantação da tecnologia. A comunicação estratégica feita, assim, a partir da perspectiva da sociedade que será afetada por uma dada tecnologia, constrói a comunicação para o desenvolvimento. É uma tentativa de explicitação da ciência e seus pontos de vista; essa explicitação contribui, portanto para o debate, a confiança, o esclarecimento e a transparência necessários ao fortalecimento da percepção e opinião públicas sobre uma inovação tecnológica a ser introduzida.

A Comunicação Estratégica observa e analisa os fatores internos, que incluem vários aspectos humanos, como a psicologia, cultura, comportamento e atitudes, como também os fatores externos que são, por exemplo, os veículos de comunicação tecnológicos e não tecnológicos tais como mídia impressa e televisiva, meios de comunica-

ção populares, e interpessoais, face-a-face ou em grupo. A Comunicação Estratégica é, portanto, muito mais do que simplesmente disseminar informações para as pessoas para informá-las sobre o assunto. É a solicitação ativa de considerar sua perspectiva para moldar a formulação de políticas. Este processo assegura um fluxo bidirecional de informações que podem construir um consenso entre partes interessadas sobre a agenda de desenvolvimento. Para garantir este fluxo bidirecional de informação, é necessário considerar fatores internos e externos que influenciam a comunicação humana, entender os desafios de comunicação em processos de tomada de decisão.

No caso do projeto LAC Biosafety essa Comunicação estratégica foi utilizada para entender os processos de comunicação sobre biossegurança de OGM. O desafio apresentado para o componente de Comunicação e Percepção Pública do projeto LAC-Biosafety foi estruturar uma comunicação estratégica que fortalecesse a percepção do público e que contribuísse para a sustentabilidade da percepção pública sobre os OGM.

OBJETIVO

O objetivo foi propor um modelo de consulta social, anterior ao planejamento de estratégia de comunicação, no assunto controverso do uso da inovação tecnológica - no caso as plantas geneticamente modificadas. O modelo estabeleceu os seguintes objetivos específicos:

1. Identificar as necessidades de informação dos atores envolvidos, suas percepções, medos e expectativas, utilizando o processo de entrevista e/ou questionário.
2. Delinear a comunicação estratégica para fortalecer a capacidade de tomada de decisões, tanto individual como coletivamente, com base nas necessidades identificadas no item anterior. Em nenhuma das ações o conflito deveria ser eliminado, mas sim explicitado.

MATERIAL E MÉTODOS

Foram realizadas pesquisas de informação através de dois métodos: uma enquete online, que constou de um questionário de 15 perguntas de múltipla escolha no período de Fevereiro a Julho de 2010; e realização de entrevistas estruturadas, individuais e presenciais, aplicadas a representantes da sociedade civil organizada, contemplando tomadores de decisão pertencentes a instituições públicas, organizações não governamentais, jornalistas, associações de agricultores, dentre outros. Com base

nos resultados obtidos nos dois métodos, foram elaborados materiais de comunicação segundo as necessidades, características e expectativas dos participantes das pesquisas.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Com base nos resultados obtidos nos dois métodos indicados anteriormente, foram elaborados materiais de comunicação como folders educativos, página da web em rede social, programa de televisão, programas de radio, palestras informativas, visando atender às demandas e expectativas dos participantes das pesquisas.

Elaboração da página na Rede Social *Facebook*. Esse instrumento de comunicação bastante atual de muita permeabilidade nos diferentes níveis de público foi iniciado no formato de GRUPO (Grupo LAC Biosafety Brasil) em 2 de Abril de 2012, e ampliado para PERFIL em 17 de Abril de 2012. A criação inicial de um grupo no facebook foi utilizada pela facilidade em adicionar informações e facilidade de comunicação entre os participantes deste grupo, porém algumas informações que seriam de extrema importância se mostraram de difícil visualização na página de cada membro. Desta forma decidiu-se por aderir a um perfil, pois nesse formato a informação inicial sobre o projeto estaria muito mais evidente e com fácil visualização por todos que acessassem a página. Além disso, o perfil dá maior flexibilidade e facilidade de controle e manutenção das atualizações na página.

Em maio de 2012 o grupo contou com 21 seguidores e o perfil com 17 amigos. Esse número de “likes” ou “curtir” obtidos em cada página indica que as pessoas que chegaram à página (grupo ou perfil) têm interesse no projeto, gostaram das páginas e seus conteúdos. Também se percebeu que as informações de maior interesse foram aquelas que abordavam os resultados obtidos no projeto - folders e links que direcionavam a vídeos e apresentações de palestras realizadas.

De forma geral, a iniciativa de utilizar Redes sociais pode promover a divulgação da proposta de um projeto e dos progressos que o mesmo for obtendo numa linha do tempo. Isso favorece a percepção do público sobre como e onde estão sendo aplicados os esforços do grupo de pesquisa, qual a dinâmica envolvida nos estudos técnico-científicos e pode, ainda, oferecer uma melhor percepção do assunto técnico pelo público leigo. Ao mesmo tempo os especialistas podem se utilizar desse formato para receber a resposta obtida a partir dessas páginas, utilizar tais respostas ou comentários para melhorar suas atitudes como especialistas, refletindo sobre como melhorar a

linguagem utilizada por eles em suas apresentações e elaboração de documentos. Essa nova forma de comunicação com a população interessada no assunto é ainda pouco utilizada pelos grupos de pesquisa nos países membros do projeto, mas mostrou ser uma forma interessante de divulgação de projetos nos países que utilizaram tal estratégia (Brasil e Costa Rica). Como nem todos os brasileiros tem acesso à internet, outras formas mais tradicionais de divulgação foram também utilizadas e variaram segundo o tipo de público a ser atingido. Os seguintes materiais de comunicação foram produzidos:

- 4 folhetos eletrônicos (iniciada distribuição em Maio de 2010) – com fluxograma da estrutura da regulamentação dos OGM no Brasil, Composição da CTNBio, Protocolo de Cartagena (2); materiais esses utilizados para o público leigo em geral e para o público que participou das entrevistas estruturadas e da enquete online.
- Material Educacional – (distribuição iniciada em Julho de 2011) - CD: *Uma fascinante viagem ao mundo da biotecnologia* (produzido pela Embrapa Recursos Genéticos e Biotecnologia); utilizado para o público leigo em geral e para o público que participou das entrevistas estruturadas e da enquete online.
- Folder de divulgação do projeto – distribuição iniciada em Julho de 2011 - *América Latina: Construção de capacidades multi-países para o atendimento ao Protocolo de Cartagena sobre biossegurança*; para o público leigo em geral e para o público alvo das entrevistas e enquete online.
- Boletim Técnico – distribuído a partir de Novembro de 2011 - *Biotecnologia Agropecuária* (produzido pelo Ministério da Agricultura e Pecuária); utilizado junto às Associações de Agricultores, Associação das Indústrias de Alimentos e para extensionistas.
- Livreto para jornalistas – divulgado a partir de Maio de 2012 – Tradução de livreto desenvolvido pela GTZ/Universidade Nacional da Colômbia intitulado *Biossegurança e bioética em biotecnologia: um guia para jornalista*; disponível impresso apenas para os jornalistas entrevistados pelo projeto e todas Unidades da Embrapa, e eletrônico na página da Embrapa Meio Ambiente (www.cnpma.embrapa.br).
- Programa de TV – levado ao ar em Maio de 2012 – da série “Dia de Campo na TV”, divulgada pelo Canal Rural com o título “*O projeto LAC-Biosafety*”; divulgação para o público em geral. O programa é transmitido pelo Canal Rural (Sky/Net), às sextas-feiras, a partir das 9h. Em outros dias da semana é transmitido também pelas TVs NBR (TV do Governo Federal, captada por cabo ou parabólica), TV Edu-

cativa de São Carlos/SP (canal 48), TV Sete Lagoas/MG (canal 13), TV Itararé Campina Grande/PB, TV Agromix - MS (www.agromix.tv), TV Coop Fecoagro – SC, TV Rio Preto - Unai/MG, Programa Semanagro (Canal Sembrando Satelital /Argentina), entre outras.

- 6 Programas de Rádio – iniciada distribuição em Junho de 2012 – para rádios públicas do país, com os seguintes temas: *divulgação científica, questões controversas, comunicação e risco, ciência e sociedade, escolha e consumo e biossegurança e biodiversidade*; atende ao público leigo em geral.
- Artigo: *Desenvolvimento de comunicação estratégica sobre biossegurança de plantas geneticamente modificadas – o caso do projeto LAC-Biosafety no Brasil*, publicado como Série Documentos nº85 da Embrapa Meio Ambiente (disponível em www.cnpma.embrapa.br; para o público em geral e para o público alvo das entrevistas e enquete.

CONCLUSÃO

Observou-se que a comunicação baseada nas necessidades detectadas diretamente junto ao público que será afetado por uma nova tecnologia – nesse caso tal tecnologia foram os OGMs - é essencial para que a comunicação atenda corretamente a sua função de esclarecimento de dúvidas, integrando de forma assertiva o conhecimento técnico-científico às informações divulgadas. Independentemente de qual o instrumento de comunicação utilizado - seja ele impresso, palestras, programas de televisão ou até mesmo páginas em redes sociais, é essencial que se conheça previamente a expectativa do público, pois apenas assim a comunicação poderá agregar adequadamente o conteúdo científico às respostas necessárias.

AGRADECIMENTOS

Ao CNPQ – PIBIC, pela bolsa concedida.

A Embrapa Meio Ambiente, pela oportunidade de estágio.



REFERÊNCIAS

- ARANTES et al. 2011. **Desenvolvimento de comunicação estratégica sobre biossegurança de plantas geneticamente modificadas - o caso do projeto LAC Biosafety no Brasil.** Disponível em: <
<http://www.infoteca.cnptia.embrapa.br/handle/doc/898401>>. Acesso em 25 jun. 2012.
- Mozammel et al, **PRSP Sourcebook** (Washington, DC: World Bank, 2002). p.3.
- Mefalopulos, P., **Development Communication Sourcebook.** Washington, DC: World Bank, 2008. Disponível em: <
<http://siteresources.worldbank.org/EXTDEVCOMMENG/Resources/DevelopmentComSourcebook.pdf> >. Acesso em 27 jun. 2012.