

A abrangência da comunicação interna na Embrapa Clima Temperado

Manoela Nogueira Soares¹; Christiane Rodrigues Congro²; Margareth Michel³

¹UCPel; ²UCPel; ³Embrapa Clima Temperado. manusoares@gmail.com

A comunicação, conhecida como o quarto poder, devido à força que exerce na sociedade, se incorpora com esse mesmo poder dentro das organizações desempenhando uma função estratégica. Essa forma de comunicação, conhecida como comunicação interna, ocorre em um setor planejado, com objetivos e metas que proporcionam a interação e o diálogo entre a organização e seus funcionários. Se pensarmos que os empregados de uma instituição passam mais tempo em seu ambiente de trabalho do que em casa com sua família, veremos que essa integração é fundamental. Para que a comunicação interna seja eficiente é preciso, primeiramente, considerá-la como uma área estratégica e que, como tal, demanda planejamento. Na Empresa Brasileira da Pesquisa Agropecuária (Embrapa), a comunicação tem como principais objetivos do foco institucional, criar e reforçar relacionamentos para promover a legitimação da instituição junto a um conjunto diversificado de públicos de interesse. A comunicação interna tem como público de interesse, o público interno da empresa, composto por empregados, estagiários, bolsistas, terceirizados e familiares dos mesmos. Além disso, essa atividade tem como objetivo estabelecer e aperfeiçoar relacionamentos internos que privilegiem o diálogo, a informação objetiva e o pensamento corporativo orientados para a expressão do conhecimento tácito e o cumprimento da missão da Embrapa. A Embrapa Clima Temperado produz, através da equipe de comunicadores da Área de Comunicação Empresarial (ACE), o informativo semanal Linha Aberta. Esse *house-organ* tem o objetivo de divulgar em primeira mão para os funcionários, as notícias da Embrapa. Desta forma, quando a matéria é noticiada em veículos externos, o funcionário já tem previamente sua própria opinião formada a respeito do assunto divulgado. Esta é uma forma de valorizar o profissional, mostrando através de sua prioridade para receber informações, sua importância como profissional e enquanto ser humano para a instituição. Além do Linha Aberta, outro veículo que também pode ser considerado de comunicação interna é o programa de televisão semanal produzido também pela Área de Comunicação Empresarial (ACE), denominado Terra Sul. O programa destaca, entre muitos assuntos, eventos e reuniões sediados pela Embrapa, divulgando, para seu público interno, a imagem da empresa e dando destaque aos empregados através de entrevistas. Os programas são gravados pela equipe da ACE e entregues aos funcionários que, de alguma forma, ajudaram na produção das matérias. O objetivo principal deste artigo é descrever a importância da comunicação interna na Embrapa Clima Temperado, que conta com um público interno de cerca de 510 pessoas, divididas em três bases físicas e que demanda investimentos, capacitações e pesquisas sobre essa temática como forma de proporcionar resultados satisfatórios aos seus empregados, estagiários, bolsistas e terceirizados. Sabe-se que pessoas que trabalham com acesso a informações, sentem-se mais participantes do processo, se comprometem com os mesmos, são mais felizes e dão melhores resultados, contribuindo diretamente com a missão organizacional da Embrapa Clima Temperado e agregando valor para a melhoria da qualidade de vida da comunidade da região.

Palavras-chave: comunicação, Terra Sul, Linha Aberta.