

Implantação do fluxo de comunicação da Fapesc: avanços e desafios para uma lógica local e digital de divulgação

Gisele Krama¹, Caroline Westerkamp Costa², Milena Spilere Nandi³ e Sharlene Melanie Martins de Araújo⁴

E-mail para contato: gisele.krama@fapesc.sc.gov.br; caroline.costa@fapesc.sc.gov.br; milena.nandi@fapesc.sc.gov.br; sharlene.araujo@fapesc.sc.gov.br.

Resumo: Neste relato de experiência, apresentaremos os processos de implantação do fluxo de comunicação da Fundação de Amparo à Pesquisa e Inovação do Estado de Santa Catarina (Fapesc), o que inclui a expansão da assessoria de imprensa com foco na mídia hiperlocal e regional; a criação de redes sociais, a formulação de mailings; desenvolvimento de audiovisuais e materiais gráficos. O processo impactou na ampliação da comunicação com pesquisadores, empreendedores e comunidade, tornando-se referência em informações sobre ciência, tecnologia e inovação.

Palavras-chaves: comunicação; estratégia; divulgação

Introdução

A Fapesc é o principal órgão estadual de apoio à pesquisa, à formação de profissionais especializados (mestres, doutores e pós-doutores) e incentivo ao desenvolvimento de novas tecnologias e inovações. Tem como público-alvo pesquisadores, estudantes de pós-graduação, empresários, empreendedores e instituições públicas e privadas sem fins lucrativos.

Até 2019, a comunicação com o Ecosistema Catarinense de Ciência, Tecnologia e Inovação (CTI) era feita de maneira unidirecional. Os interessados buscavam informações sobre chamadas públicas no site institucional (www.fapesc.sc.gov.br)⁵. Não era dado destaque a pesquisas ou ações da comunidade científica. Foi realizado, a partir de então, um reposicionamento que a comunicação se tornasse multidirecional, não apenas recebendo a demanda, como também divulgando de maneira ativa os editais e os programas e os resultados de pesquisa.

Para isso, foi criada uma nova estrutura de comunicação que possibilitou a execução de assessoria de imprensa, branding, atuação nas redes sociais, listas de WhatsApp, Grupos de Telegram, mailings para distribuição de e-mails, contato direto e digital com a imprensa nacional, local e hiperlocal, criação de newsletter e participação no YouTube com vídeos e séries.

Assessoria de imprensa

A assessoria de imprensa da Fapesc foi ampliada com a criação de mailing próprio e listas de distribuição, contemplando a mídia nacional e local. Temos o contato por e-mail de 1 mil jornalistas de Santa Catarina e

1 Coordenadora de Projetos de Comunicação da Fapesc. Doutoranda e mestre em Literatura pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Graduada em Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo pela Associação Educacional Luterana Bom Jesus/Ielusc.

2 Coordenadora de Projetos de Comunicação da Fapesc. Mestranda em Jornalismo pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Graduada em Relações Públicas pela Universidade do Vale do Itajaí (Univali).

3 Coordenadora de Projetos de Comunicação da Fapesc. Especialista em Jornalismo e Mídia pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Graduada em Jornalismo pela Universidade do Sul de Santa Catarina (Unisul).

4 Coordenadora de Projetos de Comunicação da Fapesc. Doutora e mestre em Design pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Graduada em Design pela Universidade Federal do Amazonas (UFAM).

5 As notícias do site da Fapesc estão temporariamente fora do ar para atender a legislação eleitoral. Por enquanto, a home temporária terá a divulgação somente de editais e comunicados. Após as eleições, os links serão restabelecidos. Por isso, não foram incluídos aqui direcionamentos para matérias e releases.

3 mil contatos da imprensa nacional. Já nos grupos de WhatsApp são cerca de 600 contatos de repórteres e editores.

Redes sociais

A Fapesc tinha apenas um perfil nas redes sociais, no Facebook. Com a mudança de estratégia, as redes se tornaram ferramentas importantes para aproximar o conteúdo de CTI da sociedade catarinense. Para isso, foi ampliada a participação em redes como Instagram, Twitter, LinkedIn e até no TikTok.

No Facebook, são 5,2 seguidores da página @fapesc.gov. O Twitter @fapesc é o mais recente, criado em fevereiro de 2021, conta com 551 seguidores. Já o Instagram @fapesc.sc é a rede com maior alcance e relevância com quase 8 mil seguidores. No LinkedIn, são 3 mil seguidores, com participação mais intensa de entidades, empresas, empresários e pesquisadores.

Mailings

O envio de e-mail é uma das mais relevantes ferramentas na divulgação de conteúdos da Fapesc. Temos um mailing de aproximadamente 50 mil endereços, que são cadastrados em grupos de disparo do Google. Referem-se a pesquisadores, universidades, empresas e pessoas que tiveram alguma relação com a Fapesc, sejam candidatos de edital ou avaliadores.

Grupos de WhatsApp e Telegram

Outra ferramenta que, apesar de não ser tão ampla, tem permitido comunicar-se com o ecossistema de CTI e, principalmente, com a sociedade é o WhatsApp. Hoje temos 30 listas de disparo, totalizando 1600 contatos que atuam como propagadores de conteúdos e oportunidades. No Telegram, temos uma lista de distribuição com quase 200 contatos. Essas ferramentas não eram utilizadas anteriormente.

Site

O site da Fapesc é a plataforma mais institucional de divulgação de informações. Lá estão todos os editais, resultados e notícias da fundação. Até 2019, era praticamente a única via de divulgação das chamadas públicas.

Audiovisual

A produção audiovisual da Fapesc é recente, começando no final de 2020. Hoje, os vídeos são referência para divulgação de cases, editais e programas, além de indicadores e serviços como prestação de contas. São três formatos: promocional, teaser e séries, com inserção de QR Codes na tela que facilitam e direcionam o acesso às informações mais detalhadas no site.

A maior preocupação na comunicação audiovisual, então, é o desafio de transmitir as mensagens em um minuto, 30 ou 15 segundos, vídeos curtos que garantam maior retenção de audiência.

Design

As estratégias de comunicação passaram a ser em conjunto com o pensamento e expressão do design, que se preocupa em alinhar o conteúdo textual com o visual. Na prática, toda a equipe de comunicação passou a voltar seu olhar para o fortalecimento da nova marca da Fapesc, aplicando em seus materiais institucionais e assim começar a publicar de forma online, trazendo uma identificação do público com as cores e formas

que são propostas pela marca gráfica, além de uma comunicação mais descontraída e que se aproximasse de seus seguidores.

Pode-se perceber isso nos cards criados especialmente para Instagram, Twitter, LinkedIn e Facebook são utilizadas ilustrações, fotografias e textos curtos que deixam o conteúdo mais dinâmico e instigam a curiosidade (Fig. 01).



Fig. 01: Card para Instagram com ilustração e aplicação da marca da Fapesc.

Além dos cards, outra ação estratégica de comunicação foi a criação do “Circuito Fapesc” (Fig. 02), uma *newsletter* com uma marca gráfica específica e uma diagramação autoral para que facilmente fosse percebido do que se tratava o informativo, que traz imagens e manchetes com hiperlinks direcionados para as matérias que se concentram no site da Fapesc e vídeos com conteúdo exclusivos.



Fig. 02: Newsletter, Circuito Fapesc.

Dessa maneira, percebe-se como se faz necessária uma identidade visual que contemple os inúmeros materiais da Fapesc e que gere identificação dos usuários que a seguem nas redes sociais, proporcionando uma abrangência e popularização cada vez maior do nosso ecossistema.

Atendimento presencial

No final de 2021, a Fapesc deu início às atividades no Espaço de Atendimento e Conexão no Oeste. A ação, inédita na história da fundação, resultou no seu primeiro espaço fora da sede, em Florianópolis. A sala localizada no Pollen Parque Científico e Tecnológico foi criada para ser uma ponte para se conectar ao Oeste de Santa Catarina. A escolha por Chapecó levou em consideração a distância geográfica entre a sede da fundação e a região e o fato do município ser o maior entre 118 cidades. A sala realiza atendimentos de forma presencial e on-line para divulgação das atividades, projetos e ações da fundação.

Impactos

A pandemia causada pela Covid-19 desafiou a equipe da Fapesc a acelerar as novas políticas de comunicação. Enquanto a comunidade e a imprensa ansiavam por respostas, a fundação contava com informações sobre pesquisas e um time de fontes especializadas da comunidade científica catarinense.

Coube à Fapesc ligar estes extremos, que até então não tinham tanta afinidade, e tornar mais próximo esse diálogo. Passou-se a dar destaque às pesquisas realizadas na área de saúde e com impacto na mitigação da pandemia e dos seus efeitos. O resultado foi maior circulação de informações com fontes confiáveis e a partir do rol de pesquisadores apoiados ou não pela fundação.

Também foi possível divulgar os bastidores da produção científica, tornando mais próxima a realidade acadêmica da comunidade em geral. Para isso, contamos tanto com a imprensa nacional - algo inédito para a Fapesc - quanto a mídia hiperlocal, como pequenos portais de notícia e, principalmente, emissoras de rádio.



Fig. 03: Notícia divulgada nacionalmente a partir de release da Fapesc.



Fig. 04: Levantamento da Fapesc mapeou ações de pesquisadores em SC.

6 CBN. SC possui pelo menos 188 pesquisas e projetos relacionados ao combate da Covid-19. Disponível em: </https://www.nsctotal.com.br/noticias/sc-possui-pelo-menos-188-pesquisas-e-projetos-relacionados-ao-combate-da-covid-19/>. Acesso em 25 Jul. 2022.



Fig. 05: Editais da Fapesc ganham destaque na mídia local.

Cada uma das três matérias divulgadas respectivamente em mídia nacional, estadual e local mostram os novos objetivos da fundação em dar amplo destaque às pesquisas e aos resultados delas decorrentes (fig. 3), fazer um panorama do trabalho desenvolvido pela comunidade científica (fig. 4) e também destacar as chamadas públicas de apoio a novos estudos (fig. 5).

Conclusão

A parceria entre profissionais de comunicação, pesquisadores e inovadores é fundamental para que o conhecimento científico e tecnológico se torne acessível à sociedade. Entretanto, a divulgação científica para o público em geral exige uma comunicação integrada que valorize a diversidade de linguagens, plataformas e profissionais que se complementam. O objetivo é descentralizar a informação, atingir novos públicos, de diferentes cidades, idades, escolaridades e condições sociais.

O resultado de três anos de mudança e ampliação foi maior participação na imprensa local e nas redes sociais, o lançamento de novos produtos e a divulgação de conteúdos inéditos, democratizando o acesso aos recursos públicos e aos investimentos realizados.

Contudo, ainda necessitamos de mais ações como o monitoramento do impacto gerado, com mais indicadores, principalmente da divulgação na imprensa. Como órgão público, a Fapesc tem restrições legais quanto à contratação de sistemas e serviços externos. Alguns desses serviços são incorporados ao dia a dia da equipe. Outros, não são possíveis, como a clibagem de notícias veiculadas em emissoras de rádio, veículos fundamentais para o contato com o público regional e hiperlocal.

7 Jornal NorteSul. Pesquisas beneficiarão a Lagoa da Conceição. Disponível em: </https://www.jornalnortesul.com.br/geral/pesquisas-beneficiar%C3%A3o-a-lagoa-da-concei%C3%A7%C3%A3o-1.2434232>. Acesso em 25 Jul. 2022.