

34º Congresso Brasileiro de Pesquisas Cafeeiras

REDE CAFÉS DO BRASIL: CONSTRUÇÃO PARTICIPATIVA DO CONHECIMENTO NO SISTEMA AGROINDUSTRIAL DO CAFÉ.

SP PEREIRA¹; CMG AGUIAR²; PH LEME³. 1- Instituto Agronômico de Campinas – IAC. sergiopereira@iac.sp.gov.br, 2- EMBRAPA Café, 3- P&A Marketing Internacional

A velocidade da comunicação no século XXI exige que as organizações modernizem o relacionamento com o seu público de referência, pois de nada adianta os investimentos em ciência e tecnologia que não chegam aos campos. Atento a estes novos desafios, o Consórcio Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento do Café (CBP&D/Café), em parceria com a empresa P&A Marketing Internacional, inovou mais uma vez ao participar da plataforma de redes sociais virtuais PEABIRUS (www.peabirus.com.br) uma rede de colaboração e conhecimento denominada “Rede Cafés do Brasil”.

A plataforma congrega redes virtuais que se articulam de diversas maneiras, num processo que permite o alinhamento estratégico dos atores que as compõem. Com os canais de comunicação destas redes integrados, chega-se a objetivos coletivos de forma mais sistematizada e com maior escala quando se comparada com meios tradicionais de interação entre os atores de determinado setor produtivo. Trata-se de uma revolução no modelo de comunicação entre os diversos agentes que compõe os segmentos do agronegócio café, pois ocorre uma troca dinâmica de informações que visam incentivar a incorporação das tecnologias geradas pela pesquisa e colocar a cadeia produtiva do café dentro do moderno contexto da sociedade da informação.

Sendo assim, o objetivo do presente trabalho é avaliar a utilização da plataforma de mídia social PEABIRUS pelos usuários membros da Rede Cafés do Brasil participantes das comunidades de Manejo da Lavoura Cafeeira e Marketing do Café no compartilhamento de informações técnicas e científicas relacionadas a temas relevantes ao agronegócio café.

Para o presente estudo adota-se a pesquisa exploratória. O objetivo principal deste tipo de pesquisa é possibilitar a compreensão do problema enfrentado pelo pesquisador. A pesquisa exploratória é usada em casos nos quais é necessário definir o problema com maior precisão e identificar cursos relevantes de ação ou obter dados adicionais antes que se possa desenvolver uma abordagem. Desse modo, por se tratar de um estudo exploratório, realiza-se uma análise do desempenho geral das principais comunidades que compõe a Rede Cafés do Brasil. Os dados e informações analisados foram obtidos por meio de pesquisa documental, registros de tráfego nas comunidades através da ferramenta do “Google Analytics” e do próprio conteúdo disponibilizado no PEABIRUS.

Dentre as comunidades da Rede Cafés do Brasil ligadas ao CBP&D/Café, será objeto deste estudo a comunidade de Manejo da Lavoura Cafeeira, que após quase dois anos de sua implantação conta atualmente (09/2008) com mais de 800 membros. Alguns temas ganham destaque crescente nessa comunidade, tornando-se referência de leitura e estímulo para novas postagens e participações. Ganham ainda destaque na mídia especializada e de massa tradicional, multiplicando ainda mais o conhecimento debatido. Com estas abordagens, a Comunidade de Manejo consolida-se como espaço virtual para integração dos agentes do agronegócio e fórum para discussão de temas relevantes ao sucesso da atividade.

O presente trabalho tratará do estudo exploratório de uma das mais de 920 postagens de tópicos no fórum de discussão da comunidade Manejo da Lavoura Cafeeira, cujo título foi “A FRUSTRAÇÃO DAS FLORADAS DOS CAFEZAIAS NO ANO DE 2006”. O tema foi postado por um Engenheiro Agrônomo, consultor em café que declara: “... frustração de floradas em importantes regiões produtoras. Lavouras bem preparadas, com projeção de safra alta ou pelo menos média, apresentando floradas tímidas e irregulares com pouca diferenciação de gemas. Questiona-se principalmente, as reais causas e se há tempo ou condições de recuperação em futuras floradas e a consequência do fenômeno no montante da safra.”

Durante o período de discussão foram 30 postagens sobre o tema proposto e mais de 1000 visitas dos membros da comunidade. A análise do tópico revela a participação de um público heterogêneo, entre consultores, engenheiros agrônomos, pesquisadores, professores, cafeicultores e analistas de mercado. Foram relatadas experiências de campo das principais regiões produtoras, revelando um quadro atual e dinâmico da real situação das floradas na época. A relevância dos temas propostos e dos depoimentos subsequentes incentivam a participação de um número cada vez maior de usuários da Comunidade.

O tópico analisado, por meio de artigo publicado originalmente no site da Embrapa Café e CBP&D/Café ganhou destaque na mídia tradicional, especializada e de massa, com significativa multiplicação do conhecimento técnico e científico e da realidade enfrentada pelo cafeicultor. A reportagem foi veiculada em sites especializados em agricultura como: Ministério da Agricultura, Embrapa, ABIC, Agrosoft, Cafepoint, Agrolink, Agroagenda, Página Rural, Revista Cafeicultura, Zoonews, CNC-CAFÉ, entre outros não listados. Também foi tema de reportagens em mídia impressa como: Folha Agrosul, Revista Agronegócios e jornais das principais cooperativas de cafeicultores. Foi possível realizar um diagnóstico da situação das floradas nas principais regiões cafeeiras.

Outra comunidade dentro da Rede Cafés do Brasil com sucesso entre o público que acessa o Peabirus é a comunidade de Marketing do Café. A comunidade tem como função unir os atores do agronegócio café que queiram debater temas relacionados ao marketing do café, da semente à xícara. A integração pode ocorrer tanto dentro das áreas dedicadas à publicação de conteúdo, como diretamente entre os próprios participantes, gerando conhecimento e negócios.

Os tópicos mais visualizados pelos visitantes da comunidade de Marketing do Café na Rede Cafés do Brasil estão ligados fortemente ao consumidor final: são os tópicos com informações sobre cafeterias. Sendo que destes tópicos, dois são coletâneas de informações e notícias sobre cafeterias, em um deles o assunto são cafeterias brasileiras e no outro a Starbucks, juntos são responsáveis por mais de 4000 visualizações na comunidade. Alguns tópicos foram acessados pelos usuários e realmente promoveram a interação com o público e obtiveram sucesso ao envolver uma dinâmica proposta pelo mediador que instiga a participação do usuário.

A grande interação ocorreu no tópico: “QUESTIONAMENTO: Produção de cafés especiais”, com mais de 1000 vistas e 28 comentários de usuários. O tema foi proposto por um usuário que questionava a viabilidade econômica de se produzirem cafés especiais. O grande resultado do tópico é que os participantes passaram, mesmo sem a intenção prévia, por todos os pontos fundamentais que envolvem a produção de cafés especiais: qualidade, padrão de qualidade, sustentabilidade (ambiental, social e econômica), certificação, alternativas de comercialização e a percepção do consumidor sobre cafés especiais. O mediador da comunidade elaborou uma resenha dos assuntos abordados e postou em um novo tópico: “RESENHA DO

QUESTIONAMENTO: Produção de cafés especiais”, que também atraiu debate e interação, com 700 vistas e 8 comentários.

Atendendo ao objetivo de avaliar a utilização da plataforma de mídia social Peabirus pelos usuários membros da Rede Cafés do Brasil, pode-se constatar que um dos principais fatores que promove a interação em uma rede social virtual é o mediador das comunidades.

Os artigos e matérias veiculados no site da EMBRAPA Café apresentam os pareceres técnicos científicos da comunidade em relação às demandas de informações. A mídia especializada, principalmente via Internet, dissemina ao grande público informações idôneas e de qualidade. Os produtores e técnicos ao tomarem conhecimento destas informações têm subsídio para tomadas de decisão e aumento da competitividade. As informações sobre temas relevantes ao setor produtivo chegam a um número exponencial de leitores, tornando o PEABIRUS forte ferramenta de articulação entre os agentes do agronegócio café e de integração de informações entre as regiões produtoras. Os temas debatidos ganham destaque na mídia nacional e contribuem para construção coletiva e difusão do conhecimento, objetivo maior da “Rede Cafés do Brasil” e do CBP&D/Café.

Conclui-se, portanto, que as novas ferramentas de mídia social podem promover a interação entre agentes dispersos, romper as barreiras e gerar conhecimento coletivo.

A experiência de sucesso da Rede Cafés do Brasil na articulação virtual dos agentes do agronegócio café serviu de inspiração para que a Organização Internacional do Café (OIC) contrata-se as empresas P&A Marketing Internacional e RadiumSystems para criar e mediar uma nova rede mundial do café, voltada para a integração dos agentes do Agronegócio, o CoffeeClub Network (www.coffeeclubnetwork.com). A nova rede foi lançada oficialmente em setembro de 2008, na sede da OIC em Londres.