

UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA  
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO  
DEPARTAMENTO DE JORNALISMO  
MONOGRAFIA EM JORNALISMO

Camila Cortopassi Buso

Plataforma África-Brasil de Inovação Agropecuária:  
uma análise dos elementos da comunicação para cooperação organizacional e  
internacional

BRASÍLIA  
2011

UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA  
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO  
DEPARTAMENTO DE JORNALISMO

Plataforma África-Brasil de Inovação Agropecuária:  
uma análise dos elementos da comunicação para cooperação organizacional e  
internacional

Monografia apresentada à Banca  
Examinadora da **Faculdade de Comunicação,**  
**Universidade de Brasília - UnB**  
como exigência final para obtenção do  
título de Graduação em Jornalismo.

Orientadora: Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Dione Oliveira Moura (UnB)  
Co-orientador: Prof. Dr. Francisco José Becker Reifschneider (Embrapa)

Camila Cortopassi Buso

BRASÍLIA  
2011

**Plataforma África-Brasil de Inovação Agropecuária:  
um estudo de caso dos elementos da comunicação**

Camila Cortopassi Buso

BANCA EXAMINADORA

---

Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Dione Oliveira Moura  
(Orientadora)

---

Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Janara Sousa

---

Prof. Dr. Perci Coelho de Souza

## **AGRADECIMENTOS**

Primeiramente agradeço a Deus por sempre me surpreender, colocando em meu caminho pessoas que, além de serem fortes fontes de motivação, crescimento e de carinho em suas mais variadas formas, são formadores de caráter.

Agradeço à minha mãe pela presença constante no mau e no bom humor, na felicidade e na tristeza, na esperança e na angústia. Agradeço à Raimunda pelo apoio e carinho. Agradeço à minha avó pelas palavras de força, sabedoria e amor. Agradeço ao meu pai por, mesmo distante, me inspirar força nas horas de desespero. Agradeço ao meu avô que, mesmo não estando mais entre nós, sempre me ensinou a ter esperança, a ser alegre e utilizar todas as experiências para crescer e progredir.

Agradeço ao meu namorado Leonardo por revisar o meu trabalho, por ser carinhoso e consolar meu constante sofrimento e desesperança. Agradeço por revisar a ABNT e por ser extremamente paciente comigo.

Agradeço à professora Dione pela atenção e respeito.

Por fim, agradeço ao doutor Francisco Reifschneider pelo entusiasmo, por me garantir atenção em sua agenda super concorrida, por sua rigidez e disciplina e, sobretudo, agradeço-o por ser um excelente formador de seres humanos que aceitou colaborar com a minha.

## RESUMO

A plataforma digital criada pelo projeto África-Brasil de Inovação Agropecuária tem o propósito de dar suporte às atividades de pesquisa e desenvolvimento para solucionar problemas da agricultura africana. As atividades são realizadas a distância entre pesquisadores da Embrapa e das instituições africanas. A plataforma é um território de troca de conhecimentos que tem como base um suporte digital. Este trabalho tem como objetivo descrever o principal canal de comunicação da Plataforma África-Brasil de Inovação Agropecuária e avaliar sua funcionalidade com base na opinião dos usuários. A coleta e análise dos dados, feita por meio de um questionário, possibilitaram a identificação das principais falhas apontadas pelos usuários e a proposição de melhorias.

**Palavras-chave:** Cooperação Internacional, Embrapa, Plataforma África-Brasil de Inovação Agropecuária.

## ABSTRACT

The digital platform created by the project Africa-Brazil Agricultural Innovation Marketplace aims to support the research activities and development to solve problems of African agriculture. The activities are conducted from distance between researches from Embrapa and African's institutions. The platform is an area for knowledge exchange that is based on a digital supporter. The purpose of this work is to describe and evaluate the functionality of the main channel of the Africa-Brazil Agricultural Innovation Marketplace. The data collection and analysis conducted through a questionnaire allowed the identification of the major flaws pointed by users and help to propose improvements.

**Key words:** International Cooperation, Embrapa, Africa-Brazil Agricultural Innovation Marketplace,

## SUMÁRIO

Lista de Figuras .....	vii
INTRODUÇÃO.....	7
OBJETO .....	8
OBJETIVO GERAL.....	9
1. OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	9
JUSTIFICATIVA.....	10
REFERENCIAIS TEÓRICOS.....	11
2. Elementos da História da Cooperação Internacional para o Desenvolvimento.....	11
3. A Inserção do Brasil no Processo Mundial de Colaboração Mundial ....	12
4. Brasil, uma potência regional .....	14
5. Cooperação Brasil-África .....	15
6. Ação da Embrapa na África .....	17
7. Plataforma África-Brasil de Inovação Agropecuária .....	17
8. Processos de Comunicação.....	19
9. Comunicação Organizacional .....	20
10. Tecnologias de Informação e Comunicação.....	23
11. Plataformas Colaborativas .....	26
12. Usabilidade, Funcionalidade e qualidade de Conteúdo do Website ....	27
PROCEDIMENTO METODOLÓGICO .....	29
13. Descrição do website .....	30
14. Perfil do usuário do website .....	43
15. Aplicação do questionário e análise das respostas .....	43
1.15.1. Localização de parceiros pelo website .....	44
1.15.2. Preferência pelo e-mail .....	44
1.15.3. Funcionalidade .....	46
1.15.4. Relação com o comitê executivo .....	46
1.15.5. Formulário 'Contact us' .....	47
1.15.6. Conteúdo e facilidade de navegação.....	48
16. Proposição de melhorias.....	48
1.16.1. Sugestões apresentadas pelo usuário.....	50

CONSIDERAÇÕES FINAIS .....	47
BIBLIOGRAFIA.....	49
ANEXOS.....	57
Anexo 1 - Questionário .....	57
Anexo 2 – Representação Gráfica da Organização do Website da Plataforma África- Brasil de Inovação Agropecuária .....	59
Anexo 3 - Glossário .....	60



## LISTA DE FIGURAS

<i>Figura 1. Orientação para leitura da barra de menu.....</i>	<i>30</i>
<i>Figura 2. Texto What we do.....</i>	<i>30</i>
<i>Figura 3. Ferramenta Our Project .....</i>	<i>31</i>
<i>Figura 4. Ferramenta Find a Partner.....</i>	<i>31</i>
<i>Figura 5. Página acionada quando o cursor do mouse aciona o link “Productivity Enhancing Technologies” da área da homepage intitulada “Find a Partner” .....</i>	<i>32</i>
<i>Figura 6. Reprodução das nove fotos apresentadas no slideshow da homepage .....</i>	<i>32</i>
<i>Figura 7. Barra de menu .....</i>	<i>33</i>
<i>Figura 8. Menu suspenso acionado pela barra de menu.....</i>	<i>33</i>
<i>Figura 9. Menu suspenso que aparece quando o botão “Marketplace Program” é acionado na barra de menu .....</i>	<i>33</i>
<i>Figura 10. Menu suspenso que aparece quando o botão “Projects” é acionado na barra de menu.....</i>	<i>34</i>
<i>Figura 11. Página “General Information” .....</i>	<i>35</i>
<i>Figura 12. Página “Governance” .....</i>	<i>35</i>
<i>Figura 13. Página “Diplomatic Representation”.....</i>	<i>36</i>
<i>Figura 14. Página “Overview”, acessada pelo botão “Marketplace Program” da barra de menu.....</i>	<i>36</i>
<i>Figura 15. Página “Find a Partner” e ferramenta para comunicação entre parceiros de pesquisa .....</i>	<i>37</i>
<i>Figura 16. Visualização da página “Fórum” .....</i>	<i>38</i>
<i>Figura 17. Representação gráfica da página “Blog” .....</i>	<i>39</i>
<i>Figura 18. Representação gráfica da página “Blog” que apresenta as fotos e vídeos do fórum.....</i>	<i>39</i>
<i>Figura 19. Representação gráfica da página “Link”.....</i>	<i>40</i>
<i>Figura 20. Visualização da página “Contact Us” .....</i>	<i>40</i>
<i>Figura 21. Cross Content que aparece em quase todas as páginas do website .....</i>	<i>42</i>
<i>Figura 22. Logomarca dos parceiros do projeto Plataforma África-Brasil de Inovação Agropecuária .....</i>	<i>42</i>
<i>Figura 23. Visualização da página “Active Projects” .....</i>	<i>41</i>

## 1. INTRODUÇÃO

A Plataforma África-Brasil de Inovação Agropecuária, segundo Argollo (2011) foi concebida como um mecanismo capaz de envolver, de forma rápida, eficiente e sem grandes custos pesquisadores e técnicos brasileiros e africanos unidos em um esforço conjunto para solucionar os problemas da agricultura africana. O autor acrescenta que a iniciativa está inserida dentro de uma alternativa de cooperação bilateral entre países em que um deles possui nível de desenvolvimento distinto do outro, fato que torna a ação inovadora já que realoca a Embrapa não mais como doadora ou repassadora de conhecimento e inovação tecnológica, mas de parceira por meio da soma de competências para desenvolver estudos adaptativos de soluções já aplicadas no Brasil e de interesse comum para esses países.

Alicerçada na internet, em uma plataforma virtual, a cooperação entre pesquisadores africanos e brasileiros se dá através da criação de projetos no formato de duplas que contemplem um pesquisador de cada nacionalidade. Os projetos são lançados na plataforma e os parceiros são encontrados por meio do *Find a Partner*, um espaço no qual encontram-se as descrições das áreas de pesquisa e o contato dos pesquisadores. Cada dupla pôde desenvolver seu trabalho vinculado à quatro grandes áreas: tecnologia para aumento de produtividade, melhoramento do manejo de recursos naturais, fortalecimento de políticas, instituições e mercado e gestão do conhecimento ou tecnologia para pequenos produtores e alívio da pobreza(EMBRAPA, 2011).

A *Plataforma África-Brasil de Inovação Agropecuária* vale-se de um suporte tecnológico que, de acordo com Gama & Fernandes (2006), corresponde à etapa de criação de um território de conhecimento que, está inserido em um espaço coabitado pelo espaço físico e pelo espaço digital, onde, neste caso se verifica um desejo comum: é um território onde unem-se esforços de grupos de pesquisadores da África e do Brasil em prol da inovação da agricultura no continente africano. O contato inicial entre pesquisadores é feito por meio da página: <http://www.africa-brazil.org/marketplace-program/find-a-partner/contact/19> e por meio dos *fóruns* nos quais os pesquisadores se encontram.<sup>1</sup>

Esta monografia toma como objetivo descrever de forma detalhada o que é a Plataforma África-Brasil de Inovação Agropecuária através do detalhamento e avaliação do instrumento que é responsável por operacionalizá-la.

---

<sup>1</sup> Este texto foi redigido com base no documento: ARGOLLO, R. Plataforma África-Brasil de Inovação Agropecuária: Resenha da Primeira Fase, Disponível em <<http://www.africa-brazil.org/marketplace-program/forum>> Acesso em 22 de agosto de 2011

## 2. OBJETO

A Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa), de acordo com Argollo (2011), é uma das principais instituições protagonistas da cooperação entre Brasil e África no âmbito agrícola. A formulação e coordenação das políticas de interação com o continente africano são lideradas pela Agência Brasileira de Cooperação do Ministério das Relações Exteriores (ABC/MRE) desde 2009, quando a agência passou a ser o canal das necessidades dos países africanos para que a Embrapa orientasse e viabilizasse operacionalmente o que fosse demandado.

Embrapa (2011) afirma que a Empresa de Pesquisa Agropecuária executa o que é demandado através da ABC por meio de projetos de cooperação técnica, cursos, capacitação e estudos estratégicos, projetos estruturantes e por meio do *Africa-Brazil Market Place* ou Plataforma África-Brasil de Inovação Agropecuária. A Plataforma África-Brasil de Inovação Agropecuária é um sistema operacional<sup>2</sup> que corresponde a uma iniciativa de cooperação internacional da Embrapa utilizada para transcender a prática então adotada de transferir conhecimentos e tecnologia e prestar assistência técnica<sup>3</sup>.

A data oficial de lançamento do *website* foi no dia 10 de maio de 2010. O *website* foi criado para gerar parcerias entre a pesquisa agrícola e as organizações de desenvolvimento na África e no Brasil, através do mecanismo de busca chamado *Find a Partner*. A ferramenta pode ser acionada de várias formas e em vários locais do *website*, tal como através da página acionada pelo link “Home”, localizado na linha horizontal da *barra de menu*, o mecanismo de busca encontra-se em uma seção posicionada na segunda coluna da esquerda para a direita do *site* e o usuário o aciona localizando o país no qual gostaria de encontrar o seu parceiro de pesquisa ou o aciona clicando no *link* que representa a área de interesse na qual ele gostaria de trabalhar. Outra forma de encontrar um parceiro é através do link presente na *barra de menu* intitulado “Marketplace Program”, este link “abre” uma coluna de outros links cujo um deles chama-se “Find a Partner”, clicado o link será aberta uma nova página dedicada exclusivamente à página *Find a Partner*, nesta página, o usuário encontrará o tema de pesquisa seguido do país onde a pesquisa está sendo feita e poderá contatar o pesquisador que a está elaborando a través do link “Contact me”.

O “Find a Partner” não é o único aplicativo incorporado ao portal para, de acordo com Detlor (2000), auxiliar as rotinas de trabalho coordenado e colaborar com a identificação de especialistas e profissionais que possam cooperar na realização de determinada tarefa.

---

<sup>2</sup>O conceito *Sistema Operacional* foi retirado de: EMBRAPA. **África: um continente de oportunidades, de mais pesquisa agropecuária**. Brasília, DF, 2011, 8 p.

<sup>3</sup>ARGOLLO, R. Plataforma África-Brasil de Inovação Agropecuária: Resenha da Primeira Fase. Disponível em <<http://www.africa-brazil.org/marketplace-program/forum>> Acesso em 22 de agosto de 2011.

Neste sentido, o site oferece facilidades ao usuário tais como documentos em PDF para download disponíveis na página “Forum”, encontrada por meio do link “Marketplace Program” que está disponível na *barra de menu* e a possibilidade de contatar a equipe coordenadora do projeto por meio do aplicativo “Contact Us”, facilmente encontrado na barra de menu.

### 3. OBJETIVO GERAL E ESPECÍFICO

O objetivo deste trabalho é descrever o principal canal de comunicação organizacional utilizado durante toda a construção da Plataforma África-Brasil de Inovação Agropecuária e avaliar sua funcionalidade junto aos usuários.

Quanto aos objetivos específicos, estes são:

- 1) Avaliar a funcionalidade dos mecanismos de busca, links, *barra de menu* e conteúdo do site.
- 2) Identificar a existência de eventuais dificuldades de navegação no site da Plataforma África-Brasil de Inovação Agropecuária.
- 3) Propor melhorias com base nos problemas apontados pelos usuários.

#### 4. JUSTIFICATIVA

A adoção das tecnologias da informação e comunicação pelas comunidades científicas revolucionou as possibilidades de comunicação entre cientistas. A internet, nesse caso, oferece novas formas de organização da produção científica já que promove a colaboração entre cientistas, integração de comunidades científicas dispersas e o compartilhamento de idéias (WEITZEL, 2006). Exemplo deste fenômeno é a Plataforma África-Brasil de Inovação Agropecuária, estruturada na internet, a plataforma disponibiliza no *website* todas as informações sobre a iniciativa, uma página por meio da qual os pesquisadores africanos e brasileiros são estimulados a manter contato e formar parcerias, um espaço contendo instruções para formalização e encaminhamento de propostas para análise e a lista dos projetos aprovados (ARGOLLO, 2011). Para atingir esses objetivos, o *website* da plataforma oferece ferramentas aos usuários.

Este estudo de caso investiga junto ao usuário, por meio de um questionário de opinião, entrevistas e análise de documentos a satisfação do usuário quanto a funcionalidade das ferramentas disponíveis no *website* bem como quanto ao conteúdo oferecido por ele. Este estudo tem por objetivo sugerir melhorias para colaborar com a ferramenta de comunicação institucional elaborada para criar parcerias entre o público-alvo do projeto de cooperação internacional da Embrapa: os pesquisadores africanos e os funcionários da empresa e também pesquisadores. Este trabalho justifica-se na função do comunicador social como aquele “que é capaz de promover e potencializar a articulação” (PAIVA, 2003, p. 143).

## **5. REFERENCIAL TEÓRICO**

Este capítulo fornece a sustentação teórica que guiou o entendimento da pesquisa. Para o bom entendimento do percurso que virá a seguir, a opção foi dividi-lo em subcapítulos.

### **5.1. Elementos da História da Cooperação Internacional para o Desenvolvimento**

A História da Cooperação Internacional para o Desenvolvimento remonta à décadas de quarenta do século XX, quando foram realizadas várias conferências em torno do cenário mundial depois da II Guerra. O tratado de *Bretton Woods* (1944), por exemplo, resultou na criação do Fundo Monetário Internacional (FMI) e do Banco Internacional de Reconstrução e Desenvolvimento (Bird), organismos internacionais que, a partir daquele momento, tinham como objetivo promover a estabilidade financeira e facilitar o comércio financeiro internacional (LANDAU, 2008; AYLLÓN, 2006; CERVO; BUENO, 2010).

Após a Segunda Guerra, quando foram implementadas políticas como o Plano Marshall, considerado por Landau (2008) o maior plano de cooperação internacional até então formulado para a reconstrução da Europa Ocidental. Do outro lado do Atlântico, o Tratado Interamericano de Assistência Recíproca (Tiar) daria fomento à América Latina e Caribe. Em 1948, na IX Conferência Interamericana, realizada em Bogotá, estruturou-se a Organização dos Estados Americanos (OEA), na qual asseguravam-se a cooperação econômica como mecanismo essencial para garantir o bem-estar dos povos do continente, e foi estabelecido o Conselho Interamericano Econômico e Social com o fim de promover a cooperação efetiva entre seus membros (ARRIGHI, 2004). Alguns autores sublinham as intenções políticas e ideológicas por trás destes esforços: “O fato, contudo, é que o Tiar representou muito mais um instrumento formal de defesa contra o avanço do comunismo” (PAGLIAI, 2006, p.29).

Retomou-se o objetivo principal de acelerar o desenvolvimento econômico, individual e coletivo dos países-membros da OEA e, doze anos depois, foi adotado o Convênio Constitutivo do Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID), elaborado por um grupo de trabalho de Conselho Interamericano Econômico e Social da organização. Em 1961, foram aprovadas a Declaração dos Povos da América e a Carta de Punta Del Est, que estabeleciam “um crescimento substancial e sustentado da renda e sua distribuição mais eqüitativa, a diversificação da produção nacional e a eliminação do analfabetismo”. Desde a criação da OEA tenta-se estreitar os vínculos econômicos dos países membros e diminuir a dependência dos Estados Unidos (ARRIGHI, 2004).

#### **5.1.1. A Inserção do Brasil no Processo Mundial de Colaboração Internacional**

O Brasil contextualizava as ações de política externa conforme as afirmativas de cada governo. Nos anos trinta do século XX, Getúlio Vargas buscava tirar proveito dos posicionamentos ambíguos que assumia, ora apoiando o Eixo, ora apoiando os Aliados:

No entanto, e por força da lógica do próprio modelo de desenvolvimento vigente, como também dos desdobramentos da crise internacional que culminaram com a Segunda Guerra Mundial, o Brasil terminou por estreitar laços com os Estados Unidos (VAZ, 1999, p.56)

Nesse contexto, os Estados Unidos não colaboraram com as expectativas do Brasil de inaugurar um período de relações comerciais para o desenvolvimento. Neste sentido, de acordo com Cervo e Bueno (2010), o país havia redemocratizado suas instituições, foi colaborador na política latino-americana dos Estados Unidos e prestou auxílio no esforço de guerra.

No início dos anos 50 do século passado, a política econômica norte-americana de financiamento da América-Latina pautava-se no empréstimo recorrido ao capital privado para o desenvolvimento dos países latinos. Neste contexto de negligência, em 1958, durante o mandato do presidente Juscelino Kubitschek, foi idealizada e colocada em prática a Operação Pan-Americana (OPA), uma ação diplomática que passou a orientar a política exterior do Brasil na América Latina (ARRIGHI, 2004; CERVO; BUENO, 2010). Os objetivos da operação incluíam: aplicar capital privado e público em áreas atrasadas do continente, aumentar o volume de crédito das entidades internacionais filiadas, fortalecer as economias internas, firmar mercados regionais e diversificar programas de assistência técnica. O OPA culminou ainda, na criação da Associação Latino-Americana de Livre Comércio (ALALC), cujas propostas eram a estabilidade e a ampliação do intercâmbio comercial, o desenvolvimento de novas atividades comerciais dentro dos países latino-americanos e aumento da produção: “A OPA era mais intenção do que projeto concreto, pois carecia de consistência – não obstante alguns progressos – para a sua implementação” (CERVO; BUENO, 2010, p. 295).

Juscelino Kubitschek priorizava a relação inter-continental enquanto Jânio Quadros buscava cumprir os interesses do país sob uma ótica universal e, para isso, formulou a PEI (Política Externa Independente), segundo relata Sato (1998). O autor afirma que a política da PEI estruturava-se em uma postura desvinculada dos Estados Unidos e pautava-se na ideia de que os Estados Unidos deveria ser considerado apenas como um possível parceiro e fundamentava-se no princípio de que o Brasil deveria ampliar o foco das parcerias internacionais de forma a ausentar-se de qualquer compromisso ideológico e comprometer-



se com a retórica da cooperação internacional. No entanto, a PEI não seguiu adiante no governo João Goulart, pois, à medida que eram lançadas reformas estruturais e planos econômicos de origem do Estado, a desconfiança do governo dos Estados Unidos em um presidente brasileiro pró-comunista aumentava. Em 1964, João Goulart foi deposto do cargo de presidente por um golpe militar:

Os Estados Unidos organizou uma força-tarefa para atuar em águas brasileiras para dar apoio aos revoltosos, fornecendo-lhes armas, munições, combustíveis e lubrificantes (CERVO & BUENO, 2010, p. 362).

O regime militar (1964-1985) trouxe consigo o paradigma ‘americanista’ para a política externa, em conformidade com o desenvolvimento associado dependente que já há havia sido experimentado anteriormente, junto à abertura para o capital estrangeiro. No governo seguinte, a reincorporação de teses mais nacionalistas aos fundamentos da política externa buscaram dar um impulso ao crescimento econômico e inserir o Brasil no sistema internacional de cooperação, de forma a tornar o país estratégico em termos de trocas comerciais, repasse tecnológico e repasse de capital. A diplomacia concebida e mantida como instrumento do expansionismo econômico também foi mantida no governo de Ernesto Geisel, onde a política externa foi convertida em instrumento para a expansão do comércio (CERVO; BUENO, 2010).

Com o fim da ditadura militar, morte de Tancredo Neves e ascensão de José Sarney à Presidência, teve início a Nova República (1985 – Presente) e, novamente a política exterior do Brasil prosseguia voltada para questões econômicas em prol dos interesses internos. O desenvolvimento industrial, por exemplo, conduziu à política de apropriação de tecnologia por meio de pesquisa e cooperação internacional. O governo de Itamar Franco lançou “a idéia do Brasil como país continental e *global trader*, política que aproximou Brasília a outras *potências médias* como China, Índia e Rússia” (BERNAL-MEZA, 2002, p.39).

### **5.1.2. Brasil, uma potência regional**

Embora a aspiração de tornar o Brasil uma potência com hegemonia regional tenha surgido no Império (século XIX), ela foi intensificada ao longo do século XX quando foi sustentada pelo desenvolvimento industrial e agrícola. A política econômica desenvolvimentista por meio da cooperação internacional foi uma estratégia de uso contínuo para integrar o país no contexto econômico internacional inaugurada pelos tratados da Bacia do Prata e de Cooperação Amazônica, os primeiros acordos econômicos traçados entre Brasil, Argentina, Uruguai, Paraguai e Chile (SILVA, 2003).

No estudo de Vaz (1999), a perspectiva histórica que traçou o caminho brasileiro rumo à liderança regional começa com o país se vinculando à Associação Latino-Americana de Livre Comércio (ALALC) que, na década de oitenta foi transformada em Associação Latino-Americana de Integração (ALADI). Macadar (1991) reitera Vaz (1999), dizendo que a ALADI celebrou acordos no âmbito da abertura de mercados, preferência tarifária regional, cooperação científica e tecnológica, cooperação e intercâmbio em áreas da educação, cultura e ciência e superação de barreiras técnicas ao comércio. Em 1988, Argentina e Brasil assinaram o Tratado de Integração, Cooperação e Desenvolvimento no qual foi fixado o estabelecimento de um mercado comum, posteriormente chamado de Mercado Comum do Sul (Mercosul): “é um claro exemplo de uma experiência bilateral, amparada pela ALADI, transformando-se numa experiência multilateral e ao mesmo tempo sub-regional” (MACADAR, 1991,p.4).

Cervo e Bueno (2010) afirmam que o Mercosul foi criado em uma época de estagnação da economia mundial em que a solução encontrada pelos países centrais para amenizar suas crises foi elevar as taxas de juros sobre os serviços da dívida externa, o que poderia garantir a transferência de capital pelas economias dos países latino-americanos. Por aqui, os países latino-americanos sofriam com a desvalorização cambial que, por um lado auxiliava na resolução da questão da falta de demanda internacional, mas por outro, causava um aumento da dívida externa à medida que, com o incremento das taxas de juro da dívida externa os países devedores ficavam sobrecarregados, impedindo o Estado de investir na economia nacional e no bem-estar social da população:

Nessa perspectiva, para as teorias macroeconômicas, a cooperação internacional e a integração regional passaram a ser consideradas tendências para criar mercados de grande amplitude, por intermédio de mecanismos resultantes de uniões alfandegárias e de uniões econômicas (OLIVEIRA, 2003, p.58).

O Brasil é a maior potência regional do Mercosul, finalizando o ano de 2010 com o Produto Interno Bruto (PIB) em R\$3,675 trilhões e o PIB per capita em R\$19.016 (IBGE, 2010)<sup>4</sup>. “A dimensão comercial tem sido, até agora, a mais explorada das formas de inserção internacional do Brasil” (BERNAL-MEZA, 2002, p. 40) e por isso o país tem estabelecido parceiros como a África, Oriente Médio, Japão, China e Rússia no intuito de inserir-se na comunidade internacional e garantir presença em organismos multilaterais.

---

<sup>4</sup> Fonte: IBGE. **Em 2010, PIB varia 7,5% e fica em R\$ 3,675 trilhões.** Disponível em:<[http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/noticia\\_visualiza.php?id\\_noticia=1830&id\\_pagina=1](http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/noticia_visualiza.php?id_noticia=1830&id_pagina=1)>Acesso em 5 de setembro de 2011.

### 5.1.3. Cooperação Brasil-África

A cooperação em nível regional entre os países do sul é uma ação conjunta que busca dar ênfase ao poder de negociação das nações em desenvolvimento em um sistema de sujeição global controlado pelas nações desenvolvidas. Portanto, reforçar os laços econômicos entre os países do Sul apresenta-se como uma boa estratégia de desenvolvimento que, na literatura econômica é conhecida como relações Sul-Sul (AYLLÓN, 2006).

Historicamente, o Brasil intensifica a abertura econômica no continente africano em 1972, com a viagem do chanceler Gibson Barbosa a nove países africanos.

Para o Brasil, o mercado de consumo africano, que se imaginava de grande relevância, passou a ter importância estratégica na política de intensificação das exportações, originada não apenas da necessidade de aumentar o valor destas e de contribuir para o equilíbrio do balanço de pagamentos, mas também da pragmática deliberação de ampliar as fontes de aprovisionamento externo do país em face de uma situação mundial particularmente complexa, sobretudo depois da crise petrolífera de 1973 (SANTANA, 2003, p.117).

Segundo o trabalho de Santana (2003), em 1980 consolidaram-se os vínculos econômicos e políticos com a África já que o fluxo de autoridades e missões tanto africanas para o Brasil quanto do Brasil à África foi intensificado, aumentando a rede diplomática brasileira no continente africano. Nos anos oitenta do século passado, o Brasil também ampliou os acordos de cooperação com a África na perspectiva de inclusão de setores de tecnologia de ponta já que o país exportava manufaturas e serviços com tecnologia adaptada às condições dos sistemas produtivos dos países africanos enquanto importava matéria-prima, sobretudo petróleo.

Nos anos noventa do século passado, a política externa do governo do presidente Itamar Franco ampliou a cooperação entre a África austral e o Brasil na direção de empreendimentos privados conjuntos, de forma a aproximar o empresariado dos dois continentes: “as empresas prestadoras de serviços de engenharia destacaram-se em termos da dimensão da transferência de tecnologia, bem como pelo volume de divisas envolvido nas negociações” (SANTANA, 2003, p.124).

Penna Filho (2001) afirma que nas questões diplomáticas o Brasil apoiou a intervenção do Conselho de Segurança das Nações Unidas à ditadura angolana, o que também ocorreu em Moçambique. Em março de 1993, o Brasil lançou a proposta de criação da Comunidade dos Povos de Língua Portuguesa para o aprofundamento da amizade mútua entre os países falantes da língua portuguesa.

Ainda nos anos noventa, durante o governo Fernando Henrique Cardoso, a política externa brasileira não teve como prioridade o relacionamento com a África, mas apesar da retração, as parcerias pontuais do Brasil continuaram acontecendo com a África do Sul, Angola, Nigéria e os países da Comunidade dos Povos de Língua Portuguesa. Com relação à África do Sul, o Brasil realizou missões de cooperação técnica abordando as questões de saúde pública relacionadas à AIDS: “ofereceu às autoridades sul-africanas tecnologia para produção de AZT em laboratórios do país” (PENNA FILHO, 2001, p.85).

De acordo com Silva (2008), o Brasil enviou soldados em missão de paz à Angola pela Organização das Nações Unidas (ONU) em contribuição com o processo de pacificação do país após a guerra civil que durou vinte e sete anos. Com relação à Nigéria, o autor afirma que o país ocupou o posto de maior parceiro comercial do Brasil com a África Negra durante o governo Fernando Henrique Cardoso.

O período do governo Luiz Inácio Lula da Silva, de acordo com Faleiros (2011) adotou uma política externa menos dependente dos Estados Unidos ao defender mais articulações Sul-Sul, o que marcou o governo por uma melhor caracterização das instituições formuladoras e executoras da política exterior, um exemplo é o Itamaraty que, mesmo tendo suas atribuições divididas com outros órgãos do governo federal, continuou coordenando e executando todos os processos políticos referentes à política externa (RIZZI *et al.* 2011). No governo Lula, todos os projetos de cooperação do Brasil na África ocorreram por meio da Agência Brasileira de Cooperação (ABC), unidade subordinada ao Itamaraty: “Entre 2005 e 2009, o orçamento da ABC para projetos de cooperação com os países africanos foi aumentado em 1578%; onde a Agência deu especial atenção a projetos de agricultura” (RIZZI *et al.*, 2011, p.5).

A intensificação da cooperação internacional concedida à ABC legitimou a formulação e coordenação de políticas de interação com o continente africano, executadas em parceria de empresas públicas, como a Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa) (RIZZI; MAGLIA; PAES; KANTERO, 2011).

#### **5.1.4. Ação da Embrapa na África**

Lobo (2010) sustenta que no governo Lula, com a política externa de privilégio às ações de fortalecimento à cooperação com países em desenvolvimento, um escritório da Embrapa foi aberto na cidade de Acra, em Gana, em 2006. A autora reitera que a ação esteve vinculada à política externa do governo federal de auxílio, promoção e fomento do desenvolvimento social do continente africano por meio do compartilhamento de conhecimentos e de experiências no campo da transferência de tecnologia, o que Lobo (2010) conclui, dizendo que a Embrapa África coordena e monitora as atividades e projetos

de cooperação com os países do continente africano, interage com governos e entidades locais e articula-se com o “suporte técnico e científico dos quarenta e cinco centros de pesquisa com mais de dois mil pesquisadores da empresa no Brasil”.

As atividades da Embrapa podem ser operacionalizadas por meio de projetos de cooperação técnica pontuais, cursos, capacitações e estudos estratégicos, projetos estruturantes ou por meio do *Africa-Brazil Marketplace* ou a Plataforma África-Brasil de Inovação Agropecuária<sup>5</sup>.

#### **5.1.5. Plataforma África-Brasil de Inovação Agropecuária**

Anteriormente os projetos da Embrapa eram efetuados por meio de ações pontuais dos projetos de cooperação bilateral para transferência de tecnologia e prestação de assistência técnica. A cada demanda era feito um projeto pontual em que a negociação era presencial entre o enviado da Embrapa e o membro do país que demandou a tecnologia, ou seja, a cada negociação, eram inclusas passagens aéreas, seguro-saúde e hospedagem ao orçamento do projeto.<sup>6</sup>

Neste sentido, Argollo (2011) diz que a Plataforma África-Brasil de Inovação Agropecuária foi uma inovação à medida que foi criada para mobilizar mais países africanos em projetos com foco no atendimento às demandas de fortalecimento da agropecuária. A plataforma é um mecanismo arquitetado para agrupar pesquisadores e técnicos africanos e brasileiros em um esforço conjunto na busca por soluções para problemas que atingem a agricultura africana com a diferença de que a ação não se trata de transferir tecnologia e prestar assistência técnica, e sim, atuar em parceria com pesquisadores do continente africano. Argollo (2011) também diz que o *website* é o principal mecanismo operacional da Plataforma África-Brasil de Inovação Agropecuária.

A data em que foi lançado o projeto (10/05/2010) também foi a data da primeira chamada para apresentação de pré-propostas<sup>7</sup>. Os interessados tiveram três meses e vinte dias para encontrar um parceiro via o mecanismo de busca “Find a Partner”, escrever e enviar uma pré-proposta conforme as diretrizes apresentadas no site: <http://www.africa-brazil.org/projects/guidelines>. Argollo (2011) declara que os proponentes com pré-propostas selecionadas deveriam encaminhar propostas completas cujas diretrizes também estavam no site. Segundo o autor, o Comitê Diretor recebeu oitenta pré-propostas das quais sessenta

<sup>5</sup> Informações obtidas no folheto: EMBRAPA. **África: um continente de oportunidades, de mais pesquisa agropecuária**. Brasília, DF, 2011, 8 p.

<sup>6</sup> Parágrafo escrito com base em entrevista concedida por Ariadne Maria da Silva, membro do Comitê Executivo da Plataforma África-Brasil de Inovação Agropecuária, concedida no dia 29/09/2011, para fins da pesquisa

<sup>7</sup> AFRICA-BRAZIL Agricultural Innovation Marketplace: A partnership Between African and Brazilian Organizations to enhance agricultural innovation for development. Disponível em: <<http://www.africa-brazil.org/marketplace-program/faq>>. Acesso em 30 de setembro de 2011.

e uma foram selecionadas para receber o aprimoramento devido. O autor reitera que, de sessenta e uma, vinte propostas completas foram submetidas à análise e, das vinte novas propostas, seis foram aprovadas.

Scicco (2010) afirma que os projetos submetidos foram selecionados no fórum realizado no dia seis e sete de outubro de 2010 quando mais de cento e vinte pesquisadores africanos e brasileiros estiveram presentes para debater projetos referentes à área agrícola.

Além de pesquisadores, o evento, promovido pela Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa), contará com representantes do Banco Mundial, Agência de Desenvolvimento Internacional do Reino Unido, Fórum para Pesquisa Agrícola na África, Fundo Internacional para o Desenvolvimento Agrícola, Agência Brasileira de Cooperação, Ministério da Agricultura e Embrapa (SCICCO, C.<sup>8</sup>).

Ainda de acordo com a autora, os projetos selecionados estão sendo financiados por organizações internacionais que disponibilizarão US\$3 milhões nos três anos que seguirão ao lançamento do projeto. De acordo com o site: <<http://www.africa-brazil.org/projects/active>> os projetos aprovados são do Togo em parceria com a Embrapa Agropecuária Oeste; da Tanzânia em parceria com a Embrapa Algodão; do Quênia em parceria com a Embrapa Caprinos, com a Embrapa Cenargen e com a Embrapa Milho & Sorgo; de Moçambique em parceria com a Embrapa Solos; de Gana em parceria com a Embrapa Agrobiologia; da Etiópia em parceria com a Embrapa Gado de Leite e a Embrapa Acre; por último, o projeto aprovado é uma também parceria entre Burkina Faso e a Embrapa Amapá.

## 5.2. Processos de Comunicação

Esta seção busca esclarecer o conceito de *comunicação organizacional* junto à compreensão do que são os *elementos de comunicação*, já que o entendimento dessas definições é importante na avaliação e descrição do processo de comunicação presente na Plataforma África-Brasil de Inovação Agropecuária.

De acordo com Berlo (1985), os elementos do processo de comunicação podem ser compreendidos como variáveis que apresentam mudanças quando inseridos dentro do processo comunicativo. A comunicação é um processo porque não existe maneira de definir o início e o fim dela, desenvolvendo-se em um contínuo espaço-temporal em que coexistem múltiplos elementos que variam conforme interação uns com os outros.

---

<sup>8</sup>SCICCO, C. Embrapa promove Fórum África-Brasil de Inovação Agropecuária. EntrePosto.com.br, São Paulo, 3 de outubro de 2011. Disponível em: <<http://www.jornalentreposto.com.br/acontece/seminarios-e-palestras/2091-embrapa-promove-forum-africa-brasil-de-inovacao-agropecuaria>>. Acesso em 3 de outubro de 2011.

Comunicação implica a relação entre a parte que transmite e a parte que compreende. Quanto ao conteúdo, as informações transmitidas possibilitam a expressão das emoções, a explicitação dos valores sociais, a perpetuação da cultura de um grupo, o registro e a disseminação das descobertas e dos avanços tecnológicos. (CASADO, 2002, p.272)

A comunicação pode ser apresentada como processo em que são trocadas mensagens codificadas através de um canal, em um determinado contexto, assim como pode ser compreendida como uma atividade social onde pessoas de uma determinada cultura reagem à realidade à qual estão expostas. (SOUSA, 2006)

No entanto a comunicação interpessoal não é a única forma de comunicação humana que existe, Sousa (2006) reitera que há cinco grandes formas de comunicação humana:

- 1) Comunicação Intrapessoal: comunicação de alguém consigo mesmo, utilização de frases introspectivas e formas de pensamento automático;
- 2) Comunicação Interpessoal: quando o número de indivíduos envolvidos no processo de comunicação aumenta para dois ou mais, é mantida dentro de um grupo que almeja criar e manter relações;
- 3) Comunicação Grupal ou Organizacional: comunicação mantida por um grupo de média ou grande proporção;
- 4) Comunicação Social: comunicação desenvolvida para grupos heterogêneos e grandes de pessoas, também denominada de **comunicação de massa**;

#### **5.2.1. Comunicação Organizacional**

O conceito de Comunicação Organizacional, de acordo com Sanchez (2006) perpassa o conceito de organização, que tem em Parsons (1976 *apud* SANCHEZ, 2006, p.28) uma das visões mais clássicas. Parsons (Ibidem) afirma que uma organização é caracterizada por sua meta específica cuja consecução é capaz de representá-la frente à outras organizações, bem como, caso a meta qualifique-se no sentido de produzir algo, pode ser utilizada na produção de bens de outra organização. Neste sentido, para todas as organizações presume-se que exista um “mercado” ou algo análogo onde a meta da organização desempenha sua “função” na sociedade. A sociedade, segundo o autor, classifica uma organização de acordo sua meta. Etzioni (1989 *apud* SANCHEZ, 2006, p.29) acrescenta que uma organização é um grupo de pessoas cujas atividades podem ser coordenadas e cooperativas. O autor afirma que em uma organização existe a presença de um ou mais

centros administrativos para controlar os processos de trabalho, assim como existem divisões de trabalho e responsabilidade de comunicação. Neste sentido, Kunsch (2002) afirma que a comunicação é fundamental para integrar suas áreas ou departamentos, bem como processar suas funções administrativas. “A comunicação organizacional, como objeto de pesquisa, é a disciplina que estuda como se processa o fenômeno comunicacional dentro das organizações no âmbito da sociedade global” (KUNSCH, 2002, p.149).

Scroferneker (2006) afirma que a comunicação organizacional inclui todos os meios e formas de comunicação desenvolvidas e utilizadas pela empresa para interagir com o público. Goldhaber (1991 *apud* SCROFERNEKER, 2006, p.49), acrescenta que a definição de comunicação organizacional é como um fluxo de informações formulado em uma rede interativa. A organização, para o autor, é uma instituição formulada em rede e, portanto, em um sistema aberto, o que admite que coexistam outros sistemas que a afetam e são afetados pela empresa. Kunsch (2002) define comunicação organizacional como um fenômeno que é comum entre integrantes de uma organização e é formada por diferentes áreas tais como: a comunicação administrativa, a comunicação interna, a comunicação mercadológica e a comunicação institucional.

Comunicação administrativa é aquela que se processa dentro da organização, no âmbito das funções administrativas; é a que permite viabilizar todo o sistema organizacional, por meio de uma confluência de fluxos e redes (KUNSCH, 2002, p.152).

A Comunicação Administrativa aborda o fluxo de informação estabelecido por aqueles que ocupam os cargos administrativos de uma organização e são responsáveis pelo seu funcionamento. Comunicação Interna é um modo de difundir informações da instituição entre os funcionários de forma a estimular o debate dentro da organização por meio da disposição de canais de comunicação que, além de informar, são espaços para reivindicações dos funcionários (CRUZ, 2007; BAHIA, 1995; KUNSCH, 2002).

A Comunicação mercadológica, aquela projetada para ser persuasiva, para conseguir algum efeito calculado nas atitudes e/ou no comportamento do público visado, faz-se pela venda pessoal, promoção de vendas, *merchandising*, relações públicas, *marketing* direto, propaganda e publicidade (PINHO, 2002, p.40)

A Comunicação Mercadológica se encarrega de promover e manter a comunicação com o público-alvo da organização, enquanto a Comunicação Institucional visa a construção da identidade da organização de maneira a obter credibilidade, confiança e simpatia da opinião pública (KUNSCH, 1992).

Almeida e Andonova (2008) acrescentam que a comunicação organizacional engloba dispositivos, práticas e processos comunicacionais que fazem parte de uma organização. As



autoras afirmam que o jornal interno, a intranet, as ferramentas de gestão eletrônica de documentos, bem como a internet são alguns dos vários instrumentos técnicos disponíveis para aprimorar a comunicação e os fluxos de informação dentro da empresa já que “é graças à utilização dos sistemas e da Tecnologia da Informação e da Comunicação (TIC) que a atividade informacional se torna mais ampla e duradoura” (ALMEIDA; ANDONOV, 2008, p.37). Sanchez (2006) acrescenta que as TIC podem ser usadas como instrumento básico de comunicação entre os membros de uma instituição o que contribui para a mudança nos padrões de trabalho e nas respostas às modificações estratégicas de uso das tecnologias. A autora acrescenta que não basta mudar a tecnologia de comunicação, é necessário gerenciá-la.

A gestão do processo comunicativo nas organizações ocorre quando existe a intermediação das barreiras comunicacionais, das redes de comunicação e dos meios de comunicação: “As organizações, para viabilizar a comunicação com os mais diferentes públicos valem-se de meios ou veículos orais, escritos, pictográficos, escrito-pictográficos, simbólicos, audiovisuais e telemáticos” (KUNSCH, 2002, p. 87).

1) Meios orais:

- a) Diretos: conversa, diálogo, entrevistas, reuniões, palestras, encontros;
- b) Indiretos: telefone, rádio, auto-falante;

2) Meios escritos: instruções e ordens, cartas, circulares, quadro de avisos, panfletos, boletins, manuais relatórios, jornais, revistas;

3) Meios pictográficos: mapas, diagramas, pinturas, fotografias, desenhos, ideografias;

4) Meios escrito-pictográficos: cartazes, gráficos, diplomas, filmes com legenda;

5) Meios simbólicos: insígnias, bandeiras, luzes, flâmulas, sirenes, sinos;

6) Meios audiovisuais: vídeos institucionais, televisão corporativa, clipes eletrônicos, documentários, filmes;

7) Meios telemáticos: intranet, internet, correio eletrônico (e-mail), terminais de computador, telões, telefones celular;

Nas organizações, os problemas de comunicação, de acordo com Thayer (1976 *apud* KUNSCH, 2002, p.78), são de nível intrapessoal, organizacional e tecnológico. O autor afirma que os problemas em nível intrapessoal requerem um estudo da subjetividade do indivíduo, para cuja estratégia de comunicação da empresa estaria voltada ao fortalecimento da auto-estima, do orgulho e fidelidade para com a organização. Os problemas em nível interpessoal dizem respeito à comunicação entre os indivíduos, o que requer da instituição uma postura de valorização da articulação e consolidação das relações entre os grupos por meio do oferecimento de cursos de capacitação, treinamentos, oficinas, gestão de negócios e avaliação dos processos de trabalho. Os problemas a nível de comunicação organizacional deveriam ser solucionados com base em uma gestão participativa e

articulação com membros de outras organizações com vistas à criação de parcerias. Por fim, os problemas de comunicação organizacional em nível tecnológico compreendem a usabilidade dos meios mecânicos e eletrônicos onde se dão as interações comunicacionais.

Neste sentido, o *website* da Plataforma África-Brasil de Inovação Agropecuária pode ser considerado uma ferramenta de comunicação organizacional “telemática” (KUNSCH, 2003, p.87) à medida que todos os contatos entre pesquisadores africanos e brasileiros e entre estes e os organizadores, assim como o esclarecimento de dúvidas e encaminhamentos de propostas de projetos se deu através do *website* (ARGOLLO, 2011). O *website* configura-se como ferramenta de comunicação organizacional externa, já que veicula “todos os comunicados emitidos pela organização para um público fora dos limites internos” (BAHIA, 1995, p.33). No caso da Plataforma África-Brasil de Inovação Agropecuária, o público externo são os pesquisadores africanos e colaboradores. O *website* da Plataforma África-Brasil de Inovação Agropecuária também está disponível para os pesquisadores brasileiros e funcionários da Embrapa (ARGOLLO, 2011), o que configura o *website* também, como uma ferramenta de comunicação organizacional interna, já que “a comunicação interna é um modo de difundir entre os empregados a realidade da empresa, de ampliação dos laços de identidade funcional, de prestação de informações e do estímulo ao debate da realidade social sem intermediários” (BAHIA, 1995, p.32)

### **5.3. Tecnologias de Informação e Comunicação**

O termo Tecnologia da Informação e Comunicação (TIC) designa um conjunto de recursos tecnológicos usado para produzir e disseminar informações, esses recursos são ferramentas que permitem arquivar e manipular textos, sons e imagens que possibilitam a comunicação interpessoal. Exemplos de recursos de TIC são o telefone (fixo e celular), o fax, a televisão, as redes (de cabo ou fibra ótica) e, principalmente, o computador (SANCHEZ; ARAÚJO, 2003). Para Kenski (2007), a base das TICs é imaterial, pois elas não existem como máquinas e sim como linguagem. Santaella (2003) reitera que os veículos de comunicação seriam tecnologias vazias em sentido caso não fossem as mensagens que nelas se configuram:

Quaisquer mídias, em função dos processos de comunicação que propiciam, são inseparáveis das formas de socialização e cultura que são capazes de criar, de modo que o advento de cada novo meio de comunicação traz consigo um ciclo cultural que lhe é próprio (SANTAELLA, 2003, p.3).

Bolaño (2002) adiciona uma compreensão à afirmação de Santaella (2003) ao dizer que o atual desenvolvimento das Tecnologias de Informação e Comunicação apresenta o paradigma da informatização geral da sociedade, época em que todos os processos produtivos e comunicativos, domésticos e institucionais passam a ser mediados pelas TICs. O autor afirma que uma das conseqüências desse processo é a constituição de uma nova base para a esfera pública global chamada de *ciberespaço*.

Lévy (1999) descreve o *ciberespaço* como espaço virtual de trabalho e comunicação independente do suporte, o que faz do computador apenas um terminal, um componente da rede universal, da Internet. O autor afirma que a internet tornou-se hoje símbolo do grande meio heterogêneo e transfronteiriço que é chamado *ciberespaço*. Anders (2003) compartilha a mesma idéia de Lévy (1999) ao anunciar que o *ciberespaço* é a referência espacial evocada nas mídias eletrônicas, sendo este um espaço virtual disponibilizado pelos meios técnicos para possibilitar a comunicação. Segundo Jungunblut (2004), a internet é o centro do ciberespaço:

Assim, se poderia dizer que atualmente existe a web, como o principal ambiente do ciberespaço, e os ambientes marginais a ela. A web passou a incorporar muitos desses ambientes marginais e que antes eram totalmente autônomos. Como se trata de um poderoso recurso de interatividade, ela permite simular, por exemplo, recursos de correio eletrônico (e-mail) e algumas de suas utilizações coletivas como o grupo de notícias (newsgroup) sob o formato do que é chamado no Brasil de “fórum”; permite conversas em tempo real (antes só possível fora da web) em “salas” de bate-papo de múltiplos usuários (chats) que estão alojadas em suas páginas, bem como simular e permitir o acesso a sistemas de chats que funcionam por procedimentos exteriores a ela (servidores de IRC, por exemplo); permite consultas a banco de dados que outrora só era possível acessar por mecanismos tipo “telnet”; etc.

De acordo com Doria (1995), a internet surgiu por volta dos anos cinqüenta, quando a IBM, Internacional Business Machine, passa de fabricante de máquinas de perfurar cartões à fabricante de computadores financiada pelo governo. Nessa época, o mundo estava na Guerra Fria e os Estados Unidos conviviam com a realidade de que os russos podiam “soltar” uma bomba em Washington. Para evitar a bomba era necessário um sistema de radar eficaz que “cobrisse” o país inteiro: “Esse sistema não podia ser centralizado em Washington. Porque se um computador caísse, outros precisavam continuar funcionando e se comunicando” (DORIA, 1995, p. 15).

Doria (1995) afirma que um sistema de *teia* foi pensado em substituição ao funcionamento de um sistema *linear*, ou seja, todos os computadores seriam ligados entre si através do sistema SAGE (*Semi-Automatic Ground Enviroment*). O SAGE quebrava a informação em vários “pacotes” que seguiam para a capital dos Estados Unidos usando

diferentes caminhos e, ao chegar em Washington, eram reagrupados e “lidos” pelo computador.

O SAGE ficou inútil rápido. Ainda era um esquema de comunicação eficiente. O Departamento de Defesa e sua Agência de Pesquisa em Projetos Avançados (ARPA) continuaram usando a rede para trocar informações. Agora, era a ARPAnet, que estava sob responsabilidade de várias grandes universidades (DORIA, 1995, p.27).

Castells (2003) ressalta que o passo seguinte à criação da ARPAnet foi ampliar a conexão desta com outras redes de computadores, introduzindo o conceito de uma rede de redes. Para “falar” umas com as outras, foram idealizados *protocolos de comunicação*. “Os protocolos são como ‘frases’ que uma interface de rede tem de dizer para poder se comunicar com as outras” (ULBRICH, 2006, p. 42).

Ulbrich (2006) acrescenta que uma *interface de rede* é um *hardware* ou dispositivo eletrônico existente em computadores responsável pela conexão entre as máquinas, agindo como porta de entrada e saída para acesso ao espaço público da rede. Castells (2003), em seu livro, conta que na década de noventa, a tecnologia de redes de computadores estava encaminhada à privatização. O autor acrescenta que à altura da década de noventa muitos provedores de serviços da Internet montaram suas próprias redes e estabeleceram suas próprias portas de comunicação em bases comerciais. O que permitiu à Internet avançar o mundo todo foi o desenvolvimento da WWW (world wide web), a rede mundial que, dotada de uma arquitetura técnica aberta permite a interconexão de todas as redes de computadores em qualquer lugar do mundo sendo necessário apenas, um software adequado e um navegador.

Com relação ao conteúdo, Cordeiro (2011) conceitua a Internet como um Cérbero coletivo que é enriquecido a partir da doação do que há de melhor em seus usuários. Neste contexto, Nepomuceno (2010) acrescenta que a internet é como uma *plataforma*: um conjunto de códigos que estabelece um parâmetro de comunicação e informação construída de forma coletiva, a partir do esforço de toda a sociedade, ele ainda salienta que a internet, diferente do que muitos pensam, não é uma mídia e sim, uma plataforma cognitiva na qual as mídias digitais rodam. Partindo deste princípio, as plataformas virtuais potencializam a colaboração, mesmo que os envolvidos estejam fisicamente distantes, estreita relações sociais ao mesmo tempo em que auxilia na transmissão e acesso à informação e colaboram para a formação de redes sociais nas mais diversas atividades humanas.

Como já mencionado anteriormente por Sousa (2006): a comunicação é um processo compreendido como uma atividade social integrada à um contexto cultural. Quiroga (2011) acrescenta uma interpretação à afirmação do autor ao dizer que estamos

inseridos em um contexto social que centra a produção sobre os suportes comunicacionais, fundamentado na operatividade das redes informacionais. “Falamos, pois, da vida em sociedade crivada pelo vínculo agora denominado tecno-social, cujos laços sociais dão lugar às estruturas de conexões” (QUIROGA, 2011, p.20). Castells (2003) reitera Quiroga (2011, p. 287) ao afirmar que esta sociedade é construída em: “torno de redes de informações microeletrônicas estruturada na internet”, ou seja, a internet é o meio de comunicação que constitui a forma organizativa de nossa sociedade. A internet, como defende Sheizaf (1988 *apud* RODRIGUES, 2009, p.15) é constituída por plataformas interativas e o fator de interação exerce o poder de influenciar o usuário da internet a repassar informações.

### **5.3.1. Plataformas Colaborativas**

Dias (2004) conceitua plataforma como uma interface cognitiva e social para o desenvolvimento das redes de relação entre as representações de conhecimento e os processos colaborativos de aprendizagem. Nesse sentido, a internet não é somente uma tecnologia e plataforma para a transmissão e acesso à informação, mas é uma interface para as interações e a construção colaborativa do conhecimento. Neste sentido, as empresas, de acordo com Lévy (2010), tendem a organizar-se de tal forma que possam se conectar a todo o momento de forma a estabelecer parcerias e alianças. Lázaro (2010) reitera Lévy (2010) ao afirmar que as plataformas fornecem recursos para a troca de informações e documentos, mantêm funcionalidades que permitem a implantação de diversos fluxos de trabalho, possuem recursos que permitem a comunicação entre os usuários e permitem o agendamento centralizado de reuniões e compromissos. Acessar todas essas facilidades é possível através de um navegador de internet comum. “Um navegador de Internet ou Browser é o software que interpreta os códigos responsáveis pela geração das páginas Web e mostra o conteúdo gráfico ao usuário” (LIMA; HEIDRICH; GUEDES, 2007, p.2).

As páginas web, de acordo com Spyer (2007), interligam-se por meio de links formando os *sites*. Um *site* ou *website* é composto de páginas e links dispostos em uma hierarquia que facilita a movimentação do usuário pelo espaço. São presentes também, três substratos de informação: a *home* ou área central, as seções internas ou canais e o conteúdo. Szeto (1997) afirma que o conteúdo é a principal informação comunicada pelo site, juntamente com o *slogam* e a tecnologia utilizada por ele. O conteúdo deve guiar os recursos utilizados pelo *site* e deve também, especificá-lo.

O *site* permite que a ligação do usuário para com a exibição da informação seja realizada através de uma *interface*, que é conceituada por Rocha e Baranauskas (2003: p.8) “como um lugar onde o contato entre duas entidades ocorre”, um exemplo de interface é a

maçaneta de uma porta projetada para se adequar à natureza da mão que irá utilizá-la. Neste sentido, as autoras citam o caso de empresas produtoras de softwares que têm despontado para a idéia de que a melhora no aspecto físico da interface apresentada pelo *website* proporciona maiores chances de mercado e, auxilia as pessoas na execução de suas atividades:

Deve ser possível projetar boas interfaces cujos controles têm operações de efeitos relativamente óbvios e que também provêem um *feedback* imediato e útil (ROCHA; BARANAUSKAS, 2003, p.16)

### 5.3.2. Usabilidade, Funcionalidade e Qualidade de Conteúdo do *Website*

Carvalho, Simões e Silva (2005) afirmam que um grande interesse por um *site* não é sinônimo de qualidade e, quanto a isso não existe nenhuma norma internacional de qualidade destinada à avaliação de um *website*, o que existem são algumas organizações e empresas independentes e particulares que sugerem listas de indicadores para que se possa reconhecer um tipo de qualidade em uma *página da internet*. Sendo assim, o usuário não pode esperar um “símbolo que autentique a qualidade e/ou confiança em um *site*” (CARVALHO; SIMÕES; SILVA, 2005, p. 21) e sim, deverá identificar os indicadores de credibilidade através da observação e resposta intuitiva às questões:

1. O *site* é fácil de usar?
2. A informação tem qualidade?
3. A autoria da informação é de confiança?

Nielsen e Loranger (2007) conceituam *usabilidade* como um atributo de qualidade relacionado à facilidade no uso de algo. Atribui-se à *usabilidade* a identificação da rapidez da interface, a eficiência do usuário para com ela e o quanto o usuário gosta de utilizá-la. Winckler e Pimenta (2002) consideram que a interface tem um problema de *usabilidade* quando o usuário encontra dificuldades para realizar uma tarefa no *site*. Um dos problemas relacionados com a interface dos *sites* tem haver com a navegação, ou seja, os usuários têm dificuldade para encontrar a informação desejada ou não sabem retornar à página anteriormente visitada. Outros problemas são o uso de recursos multimídia de maneira inadequada; o uso abusivo de muitas cores numa mesma página, o que pode causar fadiga visual, desviar a atenção do usuário do conteúdo retornar a página ilegível; o funcionamento inadequado de um componente da interface, entre outros. “Funcionalidade diz respeito à estrutura de apresentação, sem considerar o conteúdo ou tipo de ferramenta oferecida” (PASSARELLI, 2007, p. 62).

A funcionalidade pode ser avaliada na forma como o *site* identifica o seu público-alvo, se e como são oferecidas atualizações de conteúdo, se são oferecidas ferramentas de interação entre os usuários e se existem meios de avaliar a receptividade do público (PASSARELLI, 2007). Segundo Rosenfield e Morvile (1998 *apud* FURQUIM, 2004, P. 48) os usuários da internet não gostam de não encontrar no *website* a informação que eles sabem que está lá, bem como não gostam de *navegar* por uma *interface* que se utiliza de um projeto gráfico pobre em que o uso gratuito da tecnologia torna o *website* mais pesado e não agrega conteúdo. O uso de jargões onde uma linguagem que o usuário não considera apropriada também desagrada, assim como: avisos de páginas *web* “em construção”, links que não funcionam, conteúdo desatualizado, falta de datas e programas que executam com mensagem de *erro*.

A qualidade da informação em um *website*, segundo Carvalho, Simões e Silva (2005), depende da finalidade da utilização da informação porque este indício mostra o que o usuário poderá fazer com ela. Os autores também identificam um bom *website* quando a *homepage* vem com referências ao conteúdo que o usuário verá quando navegar pelas outras páginas dele.

## 6. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O trabalho foi desenvolvido em três etapas:

### **Etapa 1: Descrição**

O *website* da Plataforma África-Brasil de Inovação agropecuária foi descrito com base na observação do funcionamento dos links, *barra de menu* e ferramentas interativas. Para melhor entendimento da estrutura do *website* foi desenvolvido um organograma, anexo 2.

### **Etapa 2: Aplicação do questionário e análise das respostas**

O questionário foi escolhido como instrumento de pesquisa para avaliar a funcionalidade da plataforma junto aos pesquisadores brasileiros e africanos. A elaboração dos questionários e publicação na internet foi realizada através da ferramenta *Survey Monkey*<sup>9</sup>.

O questionário, vide Anexo 1, foi dividido em três partes: contato entre parceiros, contato com a coordenação do projeto e funcionalidade do *website*. O questionário foi elaborado em inglês e apresentava questões fechadas com alternativas de múltipla escolha, seguidas de espaço para especificações, caso nenhuma das alternativas satisfizesse o usuário questionado e uma questão totalmente aberta.

Os questionários foram enviados no dia 23 de setembro de 2011 em formato eletrônico por e-mail e seus resultados foram coletados tratados estatisticamente pelo *Survey Monkey*. Posteriormente, as questões foram traduzidas livremente para o português em seguida da construção de gráficos utilizando-se as respostas coletadas. Os gráficos foram utilizados para ilustrar as análises quantitativas e qualitativas deste trabalho.

### **Etapa 3: Proposição de Melhorias**

Com base no resultado das análises quantitativa e qualitativa dos questionários e nas respostas dos usuários, algumas propostas foram feitas com o propósito de melhorar o principal canal de comunicação da Plataforma África-Brasil de Inovação Agropecuária.

O *website*, tal como é dito em Argollo (2011) é o principal canal de comunicação do projeto de cooperação internacional Plataforma África-Brasil de Inovação Agropecuária. O projeto utiliza-se da internet como meio de ampliar-se, visto o grande número de países africanos envolvidos no projeto.

Tendo a internet como base de operação, foi criado um espaço virtual ou um "website" ([www.africa-brazil.org](http://www.africa-brazil.org)) para fomentar o diálogo, acolher idéias para incrementar a iniciativa da Plataforma, promover a discussão em torno de temas de interesse prioritário para a agricultura africana e estimular a formulação de propostas de ação conjunta. Aí estão disponibilizadas todas as informações sobre a Plataforma, um "link" por meio do qual pesquisadores africanos e brasileiros são estimulados a manter conversações visando formação de parcerias, instruções para

---

<sup>9</sup>SurveyMonkey: <http://www.surveymonkey.com>. Acessado em 21/09/2011



formalização e encaminhamento de propostas para análise, incluindo esboço, prazos e critérios de análise, e a lista dos primeiros projetos aprovados. O "website" é o principal mecanismo operacional da Plataforma África-Brasil de Inovação Agropecuária, e com ele o fator distância deixou de ser obstáculo (ARGOLLO, 2011, p. 2).

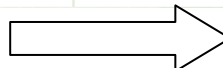
A análise dos elementos de comunicação da plataforma foi iniciada pela descrição daquele que é apresentado como o principal canal de comunicação: o *website*, seguido da análise dos dados coletados com o questionário, anexo1, e é finalizada com algumas propostas de melhorias e como realizá-las.

## 7. Descrição do *website*

Este item descreve o principal canal de comunicação da Plataforma África-Brasil de Inovação Agropecuária com base na forma em que estão dispostas as informações no canal. Para maior organização e melhor entendimento optou-se por descrever o *website* utilizando-se a ordem prevista pela *barra de menu*, ou seja, cada página será apresentada conforme a ordem em que aparece na *barra de menu* sendo esta visualizada da esquerda para a direita:

HOME	ABOUT US	MARKETPLACE PROGRAM	NEWS	PROJECTS	CONTACT US
------	----------	---------------------	------	----------	------------

Figura 1. Orientação para leitura da *barra de menu*.



A *homepage* do *website* possui um texto de apresentação do projeto cujo título é "What we do". Este texto apresenta o objetivo do projeto Plataforma África-Brasil de Inovação Agropecuária e os atores envolvidos nele.

**WHAT WE DO**

The Marketplace aims to benefit primarily smallholder producers. The objective of this initiative is to enhance agricultural innovation for development on the African continent through the establishment and strengthening of partnerships between African and Brazilian organizations.

The Marketplace focus on agricultural innovation thus potentially engaging the full range of actors involved in the generation of agricultural knowledge (research, academia, extension, private sector, NGOs, producers, policy makers).

This initiative lead to the generation of concrete and productive partnerships between agricultural research and development organizations in Africa and Brazil, initially through Embrapa, supporting smallholders. Ultimately, it will support the development of a mutually agreed framework for sustainable Africa-Brazil collaborations. The Marketplace will open a new source of expertise to Africa to identify and target pro-poor, smallholder-based projects utilizing Brazilian innovation research.

Figura 2. Texto *What We Do*.

Ainda na *homepage*, existe um mapa que apresenta o Brasil e a África. Os países representados “tem” pontos que, quando acionados pelo *mouse*, mostram um “balão” na representação do Brasil ao mesmo tempo que na representação da África. Ao surgirem os balões, os nomes dos centros de pesquisa parceiros em ambos os continentes aparecerá de forma simultânea tal como mostra a figura 3. Outra ferramenta presente na *homepage* é a ferramenta de busca *Find a Partner* que se apresenta tal como mostra a figura 4. Tal como apresentada na Figura 4, utiliza-se a ferramenta *Find a Partner* buscando por área temática ou por país de interesse. Em se tratando de buscar um parceiro por país, os países possíveis são escolhidos apertando a seta direcionada para baixo que está ao final da frase “Select the country”.



**Figura 3.** Ferramenta *Our Project*.

**Figura 4.** Ferramenta *Find a Partner*.

Caso a busca se dê pelas áreas temáticas o usuário será enviado para quatro opções de páginas parecidas com a representada pela figura 5.

## FIND A PARTNER

Please take a moment to read the description of the research areas of interest expressed by various colleagues. If you identify common interests, click on the "contact me" button and enter the necessary information. An email will be sent directly to his/her email and will connect you and the respective colleague.

We expect this to help you initiate a dialogue which could be useful in developing proposals for future calls from this initiative.

By Country:

By Priority Area:  
[Productivity Enhancing Technologies](#)  
[Natural Resource Management Improvement](#)  
[Policy, Institutional, Market Strengthening and Knowledge Management](#)  
[Smallholder and Poverty-Alleviation Targeted Technologies](#)

**88 Researchers interested in Productivity Enhancing Technologies**

Priority Areas				Country / Detail
Productivity Enhancing Technologies	Natural Resource Management Improvement	Policy, Institutional and Market Strengthening	Smallholder and Poverty-Alleviation Targeted Technologies	<p><b>Uganda</b></p> <p>grassland science, pasture legumes-grasses for regenerating degraded grasslands - rangelands for livestock production; grazing systems, integration of crop-livestock production systems; Organic farming using agricultural waste; nutrient cycling in pasture systems; germplasm conservation and management; agrobiodiversity conservation for food security in small scale farms.</p>

**Figura 5.** Página acionada quando o cursor do mouse aciona o link "Productivity Enhancing Technologies" da área da homepage intitulada de "Find a Partner".

A homepage do website possui também um *slideshow* no qual nove fotos são apresentadas quando acionadas pelo *mouse* do usuário. As fotos estão representadas na figura 6:



**Figura 6.** Reprodução das nove fotos apresentadas no *slideshow* da homepage



Além do *slideshow* outro recurso visual presente é um vídeo institucional da Embrapa que tem a possibilidade de ser visualizado em tela inteira. O vídeo é narrado em inglês, mas os entrevistados falam português sem legenda em inglês para esclarecer o usuário que não entende português.

O *website* da Plataforma África-Brasil de Inovação Agropecuária apresenta em sua *homepage* a *área barra de menu* que estará presente em todas as visualizações tal como apresentada na figura 7:



Figura 7. Barra de Menu.

O usuário, ao navegar pela *barra de menu* encontra botões em vermelho que, ao serem acionados pelo cursor abrem *menus suspensos* tal como os que aparecem na figura 8; figura 9 e figura 10:

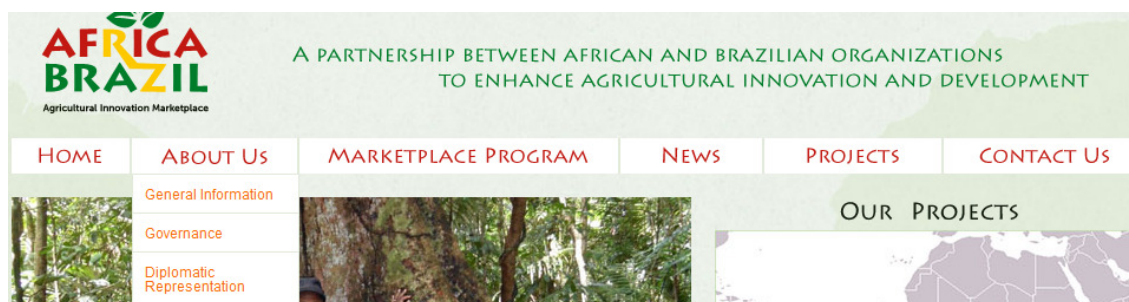


Figura 8. Menu suspenso acionado pela barra de menu.

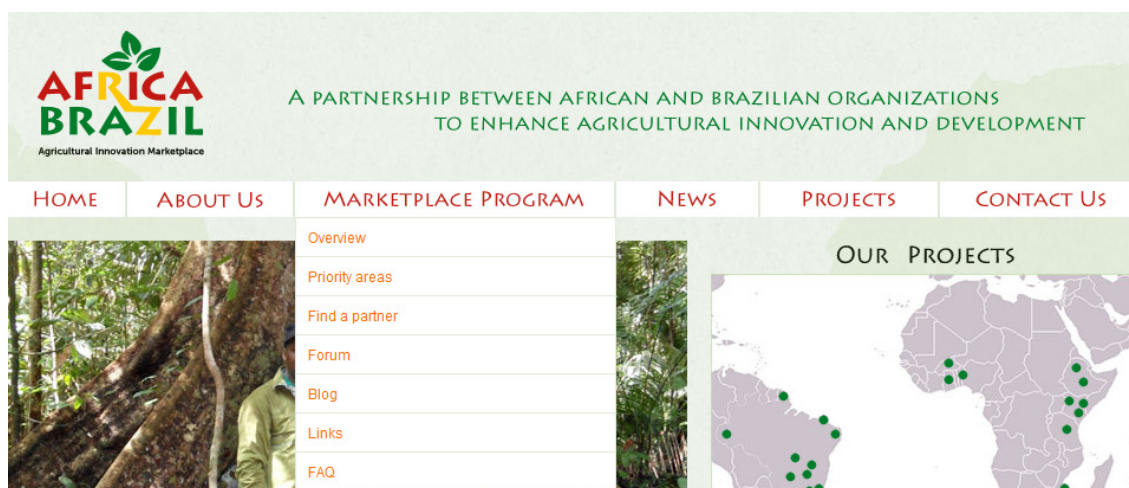


Figura 9. Menu suspenso que aparece quando o botão "Marketplace Program" é acionado na barra de menu.

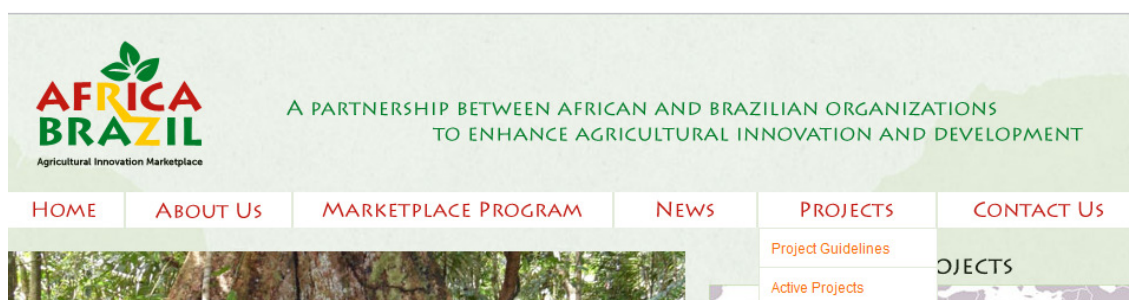
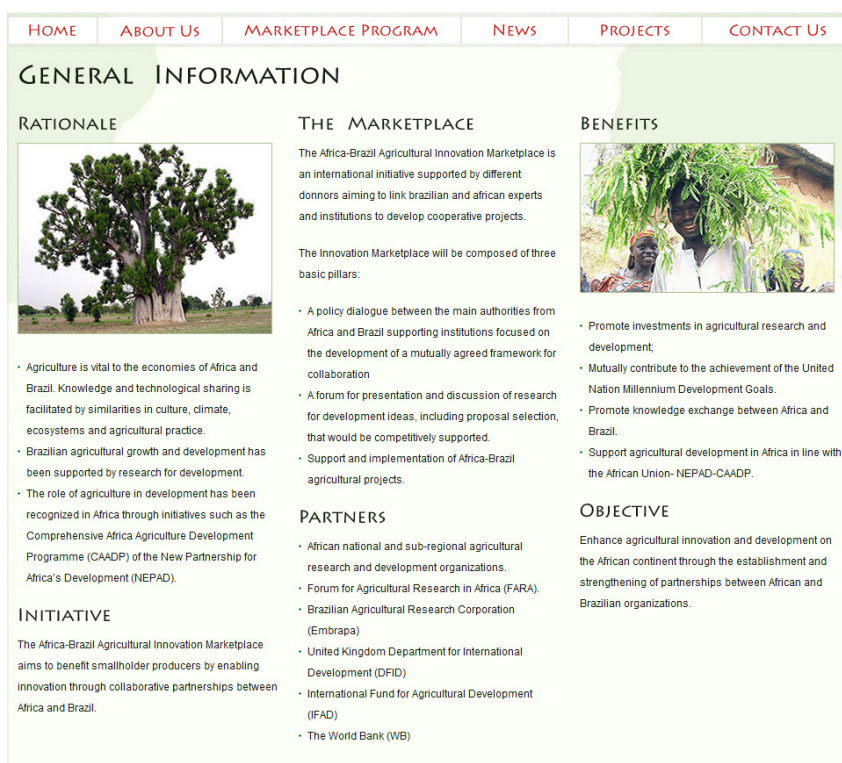


Figura 10. Menu suspensos que aparece quando o botão "Projects" é acionado na barra de menu.

O usuário do website da Plataforma África-Brasil de Inovação Agropecuária pode optar por navegar pela *barra de menu* onde ele encontrará uma ordem que começa pela apresentação do *website* através da *homepage*, seguido da apresentação do Comitê Diretor que se dá pelo *link* “General Information” presente no *menu suspenso* acionado pelo cursor quando este se aproxima do botão “About Us” da *barra de menu*. A página “General Information” apresenta um texto em tópicos, dividido em seis tópicos sobre qual é a razão da existência do projeto, qual é a iniciativa que o direciona, o que ele é, quais são os parceiros e quais são os benefícios estimados. A página se apresenta tal como a figura 12.

A *barra de menu* tal como apresentada na figura 7, possui seis *botões* que podem apresentar *menus suspensos* ou não. O botão “About Us” apresenta um *menu suspenso* com três *links*: o “General Information”, o “Governance” e o “Diplomatic Representation”. O *link* “Governance”, quando acionado pelo *cursor*, através do *botão* “About Us” da *barra de menu*, abre uma *página* tal como apresentada pela figura 11 em que explica o que é o comitê de direção, quais são as instituições parceiras do projeto e as pessoas que fazem parte do quadro institucional de cada uma. O *link* “Diplomatic Representation”, quando acionado pelo *cursor*, através do *botão* “About Us” da *barra de menu*, abre uma *página* tal como a figura 13 em que exhibe as representações diplomáticas dos países africanos que possuem trabalhos selecionados pelo projeto Plataforma África-Brasil de Inovação Agropecuária no Brasil e as representações diplomáticas brasileiras nos países africanos.



**Figura 11.** Página “General Information”

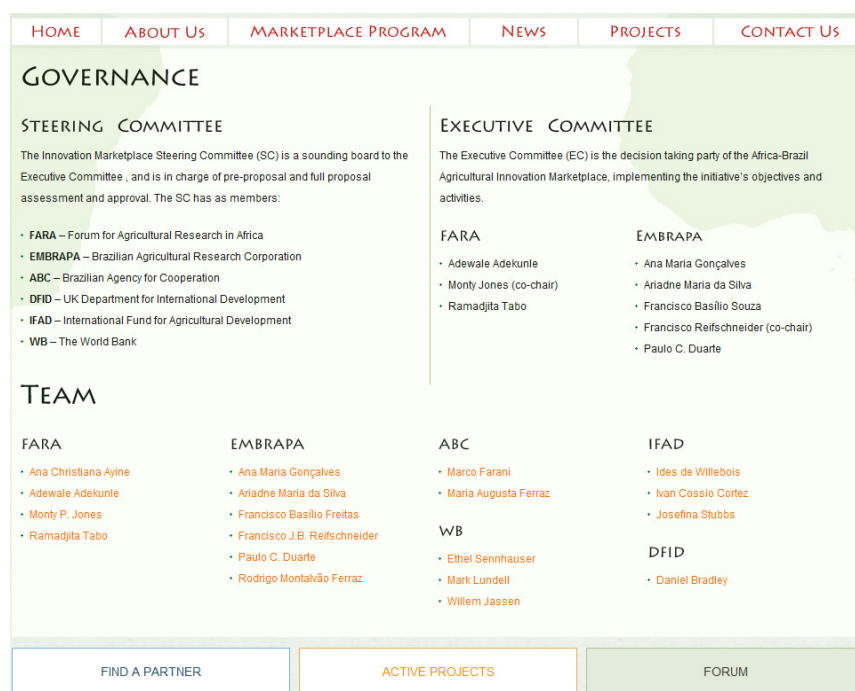


Figura 12. Página “Governance”.





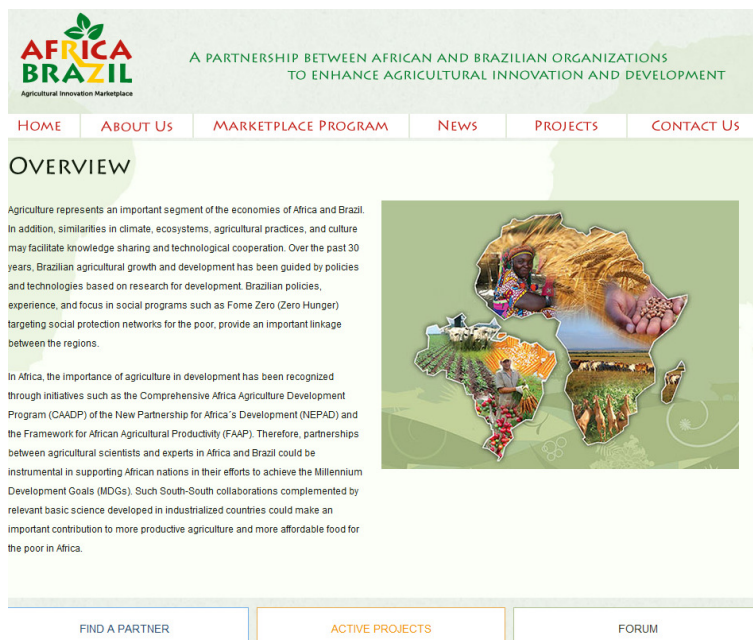
DIPLOMATIC REPRESENTATION	
Africa in Brazil	Brazil in Africa
 <p><b>Algeria</b></p> <p>Brasília, SHIS QI 9, Conjunto 13, Casa 1, Lago Sul, CEP: 70.472-900 Brasília / DF, Brasil  00**55.61.3248-4039 / 1949 - FAX: 00**55.61.3248.4691  <a href="mailto:sanag277@terra.com.br">sanag277@terra.com.br</a></p>	<p>Alger, 55 bis - Chemin Cheikh Bachir El-Ibrahimi - El-Biar - Alger - Algerie - B.P. 246  00**21321.92.4437 / 92.4319 - FAX: 00**21321.92.4125  Website: Under construction  <a href="mailto:brasilia@wissal.dz">brasilia@wissal.dz</a>  Jurisdiction: Whole country</p>
 <p><b>Angola</b></p> <p>Brasília, SHIS QI 6, Conjunto 5, Casa 1, Lago Sul, CEP: 71.620-055 Brasília / DF, Brasil  00**55.61.3248.4489 / 2999 - FAX: 00**55.61.3248.1567  Website: <a href="http://www.angola.org.br">www.angola.org.br</a>  <a href="mailto:embangola@embaixadadeangola.com.br">embangola@embaixadadeangola.com.br</a></p> <p>Rio de Janeiro, Av. Rio Branco, n° 311, 2o Andar, Centro - CEP 20040-009 - Rio de Janeiro - RJ, Brasil  00**55.21.3526.9439 FAX: 00**55.21.2220.8063  Website: <a href="http://www.consuladodeangola.org">www.consuladodeangola.org</a>  <a href="mailto:consuladoangola@consuladodeangola.org">consuladoangola@consuladodeangola.org</a></p>	<p>Luanda, Av. Presidente Houari Bouedienne - 132 - C.P. 5428 - Miramar - Luanda - Angola  00**244222.44.1307/ 44.2010 - FAX: 00**244222.44.913  Website: <a href="http://www.brasemb-luanda.org">www.brasemb-luanda.org</a>  <a href="mailto:embaixada@brasemb-luanda.org">embaixada@brasemb-luanda.org</a>  Jurisdiction: Whole country</p>
 <p><b>Benin</b></p> <p>Brasília, SHIS QI 9, Conjunto 11, Casa 24, Lago Sul - CEP: 71.625-110 Brasília DF, Brasil  00**55.61.3248.2192 - FAX: 00**55.61.3263.0739  <a href="mailto:ambabeninbrasilia@yahoo.fr">ambabeninbrasilia@yahoo.fr</a></p>	<p>Cotonou, Lot 653 - Rue 373 - Zone Cocotiers - 01BP534 - Cotonou - Republique Du Benin  00**229. 2130.5516 - FAX: 00**229.2130.9114  Website: Under construction  <a href="mailto:brasembcotonou@mre.gov.br">brasembcotonou@mre.gov.br</a>  Jurisdiction: Whole country</p>
 <p><b>Burkina Faso</b></p> <p>Brasília, SHIS QI 14, Conjunto 3, Casa 6, Lago Sul - CEP: 71640-035 Brasília/DF, Brasil  00**61.3366.4636 FAX: 00**61.3366.3210  Website: <a href="http://www.burkina.org.br">www.burkina.org.br</a></p>	<p>Ouagadougou, 10 B.P. 13571- Ouagadougou 10, Burkina Faso - Parcelle 20, Lot 38, Section F, Zone A - Bogodogo Ouaga 2000  00**226.5037.6030</p>

Figura 13. Página “Diplomatic Representation”

Caso opte-se pela navegação utilizando-se a *barra de menu*, o *botão* em seguida do *botão* “About Us” é o “Marketplace Program” e apresenta um *menu suspenso* com sete links. O primeiro *link* chama-se “Overview” e, ao ser acionado, abre uma página com um texto em que contextualiza as possibilidades do desenvolvimento do projeto Plataforma África-Brasil de Inovação Agropecuária. A figura 14 representa a página em questão:



**Figura 14.** Página “Overview”, acessada pelo botão “Marketplace Program” da *barra de menu*.

O segundo *link* do *menu suspenso* do *botão* “Marketplace Program” chama-se “Priority Areas” e, quando acionado, abre uma página com exemplos de abordagens para as quatro principais áreas temáticas que foram prioritárias na elaboração dos projetos. Em seguida, o terceiro *link* do *menu suspenso* do *botão* “Marketplace Program”, chamado “Find a Partner”, quando acionado, apresenta uma página com um resumo em formato de tabela dos cento e cinquenta e dois pesquisadores, as áreas em que cada um trabalha, o país de origem e, no final de cada “célula” da tabela presente na *página* havia um *link* intitulado Contact Me que, ao ser clicado com o cursor, enviava o usuário à outra página onde ele podia enviar uma mensagem para o pesquisador com o qual escolhesse trabalhar através da ferramenta representada na figura 15.



**AFRICA BRAZIL**  
Agricultural Innovation Marketplace

A PARTNERSHIP BETWEEN AFRICAN AND BRAZILIAN ORGANIZATIONS  
TO ENHANCE AGRICULTURAL INNOVATION AND DEVELOPMENT

HOME ABOUT US MARKETPLACE PROGRAM NEWS PROJECTS CONTACT US

## FIND A PARTNER

Please take a moment to read the description of the research areas of interest expressed by various colleagues. If you identify common interests, click on the "contact me" button and enter the necessary information. An email will be sent directly to his/her email and will connect you and the respective colleague.

We expect this to help you initiate a dialogue which could be useful in developing proposals for future calls from this initiative.

Write your message briefly describing your area of activity, current projects and scientific research, and related topics that might be interesting to this participant.

Your interest detail/message

Your name

Your e-mail address

Your country

\* Try not to mention any hyperlinks, otherwise the automated mail-server might filter it as junk mail.

Type both words:

Input error: Invalid referer

All fields are required

Send

Your areas of interest:

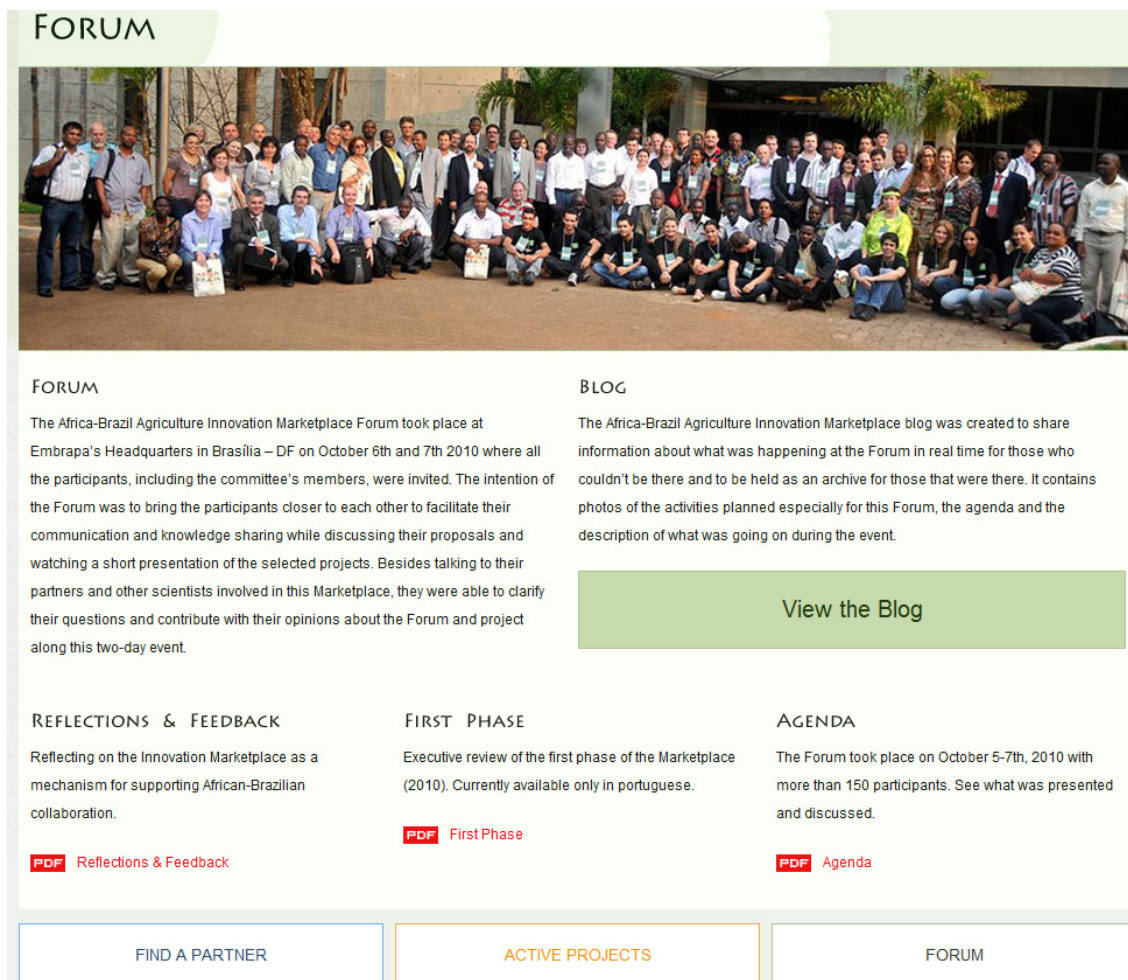
- ☐ Productivity Enhancing Technologies
- ☐ Natural Resource Management Improvement
- ☐ Policy, Institutional and Market Strengthening and Knowledge Management
- ☐ Smallholder and Poverty-Alleviation Targeted Technologies-Mechanization appropriate for smallholders

FIND A PARTNER ACTIVE PROJECTS FORUM

**Figura 15.** Página "Find a Partner" e ferramenta para comunicação entre parceiros de pesquisa.

O quarto *link* do *menu suspenso* ativado pelo botão "Marketplace Program" é o *link* "Forum". Este *link* abre a *página* "Forum" onde existem dois textos: o primeiro informa sobre o evento de mesmo nome, o segundo, sobre o blog que foi criado para compartilhar informações sobre o que estava acontecendo no evento. A página trás um link de acesso para o blog chamado de "View the Blog". Ainda nesta página foram disponibilizados três documentos para download dos usuários: uma pesquisa de opinião realizada no Fórum com os participantes do projeto e, conseqüentemente usuários do *site*; um documento que faz uma revisão executiva da primeira fase do projeto e a agenda do Fórum. A página "Fórum" pode ser visualizada abaixo, por meio da figura 16.





**Figura 16.** Visualização da página “Fórum”.

O link “View the Blog”, ao ser acionado pelo cursor do mouse, abre a página “Blog”. Esta página também pode ser aberta por meio do *menu suspenso* do botão “Marketplace Program” da *barra de menu*. A página “Blog”, representada pela figura 16, corresponde ao blog criado para compartilhar informações sobre o fórum de 6 e 7 de outubro de 2010. A página “Blog” possui dois links: um link intitulado “Photos & Videos” que dá acesso as fotos e vídeos do evento e outro, intitulado “News” que, quando acionado pelo cursor do mouse, abre a página “Blog” representada pela figura 18. O link “Photos & Videos”, quando acessado pelo cursor do mouse, abre uma página que também chama-se “Blog” que, neste caso, traz três colunas, intituladas com as datas do evento e, em cada uma delas, traz os nomes dos temas à que cada grupo de fotos pertence. Cada título que dá nome aos grupos das fotos vem seguido do número de fotos que o compões em parênteses. A página também traz uma agenda resumida do evento que ocorreu nos dias 6 e 7 de outubro de 2010 e uma coluna com opiniões dos participantes.

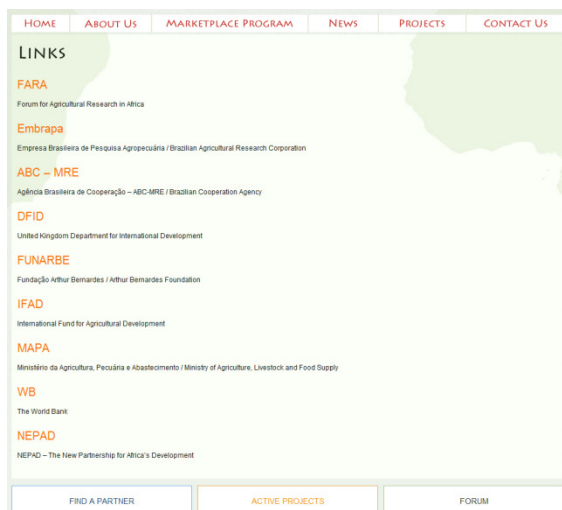


**Figura 17.** Representação gráfica da página “Blog”.

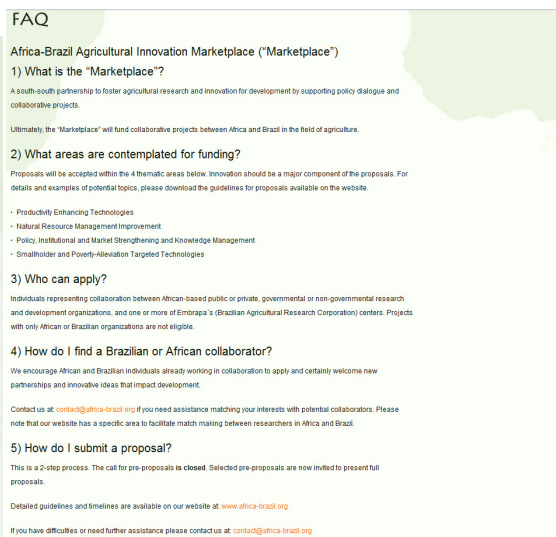
**Figura 18.** Representação gráfica da página “Blog” que apresenta as fotos e vídeos do evento.



Outro *link* que pode ser acionado pelo *menu suspenso* do botão “Marketplace Program” é o link cujo nome é “Links”. O *link* “Links”, quando acionado pelo cursor do mouse do usuário, abre uma página com uma lista com os nomes das entidades que são parceiras do projeto. Cada título em laranja corresponde ao nome de uma entidade parceira e é também, um *link* para o *site* da entidade. A figura 19 é a representação gráfica da página “Links”.



**Figura 19.** Representação gráfica da página “Link”



**Figura 20.** Representação gráfica da página “FAQ”

O último *link* do *menu suspenso* do botão “Marketplace Program” chama-se “FAQ” e, ao ser acionado pelo cursor do mouse, abre uma página de mesmo nome com as principais perguntas e respostas acerca do projeto. As perguntas estão numeradas e apresentam respostas curtas. Algumas respostas possuem o e-mail para contato com o comitê de direção em formato de *link*, o que permite que, ao ser acionado com o cursor, envie um e-mail pelo Outlook® para o comitê de direção do projeto Plataforma África-Brasil de Inovação Agropecuária. A página “FAQ” está representada graficamente pela figura 20.

O próximo *botão* da *barra de menu* é o botão “News” que, quando é acionado pelo cursor do *mouse*, abre uma página de mesmo nome: a página “News”. Nesta página são publicadas notícias do projeto. Cada notícia é separada da outra por meio de uma linha.

O *botão* que vem em seguida do botão “News” na *barra de menu* é o *botão* “Projects”. Quando o *botão* “Projects” é acionado pelo cursor do *mouse* ele exibe um *menu suspenso* com dois links: um chama-se “Project Guidelines” e o outro, “Active Projects” e é graficamente representado como a figura 22. Ao ser acionado pelo cursor do *mouse*, o *link* “Project Guidelines”, figura 23, abre uma página intitulada com o mesmo nome. Nesta página estão as instruções com as informações para apresentação das propostas dos projetos. As instruções em formato de documento e podem ser salvas no computador do usuário. Os documentos para download estão divididos em quatro grupos: o primeiro apresenta um modelo para o desenvolvimento e apresentação de pré-propostas; o segundo

para propostas; o terceiro é um modelo de acordo de cooperação técnica entre a Embrapa, a FUNARBE e a instituição da qual o pesquisador e usuário do *site* faz parte e a quarta é um modelo de relatório anual do projeto, um modelo de relatório do projeto final e um modelo de declaração de Gastos. O *link* “Active Projects”, quando acionado pelo cursor do *mouse*, abre uma página de mesmo nome na qual estão publicados uma ou duas frases sobre os projetos que foram selecionados pelo Comitê Diretor.



Figura 23. Visualização da página “Project Guidelines”.

Country	Embrapa	Project name
 Burkina Faso CRREA	Embrapa Amapá	Study of the ecology and nutritional potential of native food tree species used by local communities in Burkina Faso and Brazilian Amazon: a food security and conservation strategy in the context of climate change.
 Ethiopia M.U	Embrapa Acre	Bee diversity and honey production for food security
 Ethiopia ILRI	Embrapa Gado de Leite	Introduction of Napier grass elite lines for screening for stunt resistance to provide feed for improved smallholder dairy productivity
 Ghana SARI	Embrapa Agrobiologia	Enhancing small-holder cowpea legume production using rhizobium inoculants
 Mozambique ICRAF	Embrapa Solos	Fostering knowledge sharing for integrated natural resource management in agricultural landscapes of Southern Africa.
 Kenya PIPAL	Embrapa Milho e Sorgo	Sweet sorghum varietal adaptation for ethanol production.
 Kenya ICIFE	Embrapa CENARGEN	Developing a push-pull IPM strategy for smallholder cotton farms in Africa and Northeast of Brazil.
 Kenya VSFS	Embrapa Caprinos	Rehabilitation of degraded rangeland using planned grazing and animal impact in the arid and semi arid lands of Kenya.
 Tanzania UDS	Embrapa Algodão	Cotton varieties and pest management in Tanzania.
 Togo U.Lome	Embrapa Agropecuária Oeste	Pesticide leaching and loss to groundwater in coastal vegetable growers in Togo.

Figura 22. Visualização da página “Active Projects”.

O último *botão* da *barra de menu* é o “Contact Us” que, quando acionado pelo cursor do *mouse*, abre uma página de mesmo nome onde existe uma ferramenta para envio de

mensagens. O usuário do *site* preenche os espaços em branco com as informações solicitadas e, dessa forma, consegue enviar uma mensagem para o comitê diretor. A página “Contact Us” está representada graficamente pela figura 20.

**CONTACT US**

Name:  FARA  
PMB CT 173 / 12 Anmeda Street, Roman Ridge – Accra, Ghana  
Tel: 233 21 772823  
Fax: 233 21 773676  
[www.fara-africa.org](http://www.fara-africa.org)

E-mail:

Country:

Message:

Type both words:

**Figura 20.** Visualização da página “Contact Us”.

O website da Plataforma África-Brasil de Inovação Agropecuária apresenta um *cross content*, representado pela figura 21, que só não aparece na *homepage*.



**Figura 21.** *Cross content* que aparece em quase todas as páginas do website.

As logomarcas da Embrapa e dos parceiros do projeto estão presentes em todas as páginas do *website* tal como representado pela figura 22:



**Figura 22.** Logomarca dos parceiros do projeto Plataforma África-Brasil de Inovação Agropecuária.

## 8. Perfil do usuário do website

De acordo com os dados retirados da Resenha da Primeira Fase do Projeto África-Brasil de Inovação Agropecuária escrita por Argollo (2011), o perfil do usuário da plataforma é composto de 27% de mulheres e 63% de homens. Todos os participantes e, portanto, usuários da plataforma tem o título de PhD. Quanto à nacionalidade, 48,18% são do Brasil, 8,18% são do Quênia, 5,45% de Moçambique, 4,54% são da Nigéria e Uganda, 3,63% são da Etiópia e Gana, 2,72% são da África do Sul, 1,81% são da Tanzânia e do Zimbábue e, por fim, 0,9% dos pesquisadores são de Angola, Burkina Faso, Madagascar e Togo.

Neste sentido, os usuários da plataforma são cientistas, uma vez que, de acordo com Teixeira (2006), os cientistas constata regularidades através do registro verificado de propriedades de pesquisas observadas e nomeadas, ou seja, é alguém que identifica os aspectos da natureza que são “fixos” (TEIXEIRA, 2006, p.123) e podem ser reproduzidos. Este perfil, o cientista, é em Meadows (1999), pertencente a três grupos distintos: ao grupo das *hard science* (ciências naturais e tecnologia), *soft science* (humanidades) e as ciências sociais. O autor caracteriza o pesquisador da *hard science* como aquele que trabalha mais em equipe, publica com maior frequência em periódicos e são usuários mais assíduos de equipamentos tecnológicos.

## **9. Aplicação do questionário e análise das respostas**

A avaliação do principal canal de comunicação da Plataforma África-Brasil de Inovação Agropecuária foi feita por meio do questionário, anexo 1, elaborado e publicado pelo *Survey Monkey*. O questionário foi enviado por e-mail aos usuários do *website* no dia 23/09/2011. Ao todo, 112 pessoas receberam o questionário e destas, 31 responderam às perguntas, que estavam em inglês. A busca da opinião do usuário do *website* foi feita com base no que foi publicado inicialmente nos documentos do comitê executivo da Plataforma África-Brasil de Inovação Agropecuária. A avaliação buscou mostrar se o direcionamento inicialmente dado ao canal de comunicação foi alcançado ou não. As perguntas da avaliação em tradução livre:

- Você encontrou o seu parceiro pelo *website*?
- Se você respondeu sim à primeira pergunta, você teve dificuldade em encontrar um parceiro pela ferramenta de busca “*Find a Partner*”?
- Como você e seu parceiro se comunicam a maior parte das vezes?
- Se você respondeu que se comunica com o seu parceiro principalmente pelo *website*, você teve algum problema em enviar uma mensagem ao seu parceiro pelo *website*?
- Você já entrou em contato com o comitê de direção?

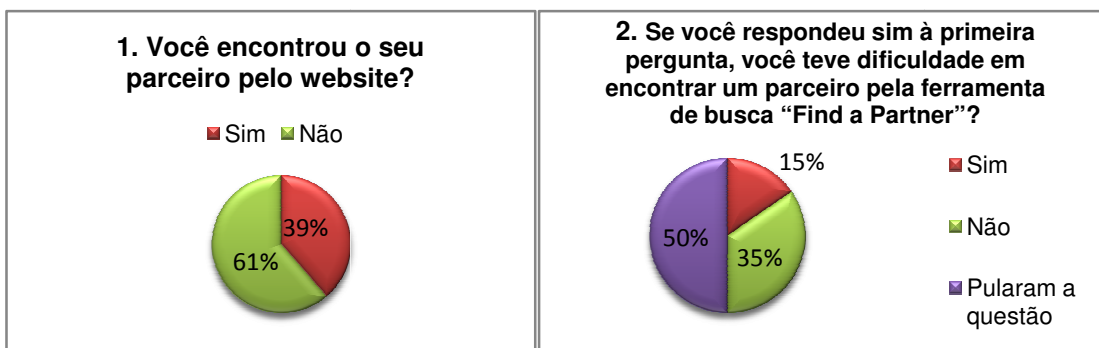


- Se você respondeu sim à questão anterior, qual foi a razão para você entrar em contato com o comitê de direção?
- Como você se comunicou com o comitê executivo do projeto?
- O conteúdo do site é suficiente para suas necessidades?
- Foi fácil *navegar* pelo *site*?
- Em sua opinião, como o site da Plataforma África-Brasil de Inovação Agropecuária poderia ser melhorado?

## 10. Localização de parceiros pelo *website*

Do total de entrevistados para a primeira pergunta, dezenove não encontraram os parceiros pelo *website* e, dos doze que encontraram os parceiros pelo site, nove não obtiveram dificuldades para o fazerem enquanto três tiveram.

Com base na observação dos resultados, a avaliação dos usuários não coincide com uma das expectativas de usabilidade da plataforma apontada por Argollo (2011), visto que a maioria não se utilizou do *website* para encontrar o seu parceiro de pesquisa. No entanto, entre os usuários que utilizaram-se da plataforma para encontrar uma parceria de pesquisa, a grande maioria não se queixou da *funcionalidade* da *interface*.



## 11. Preferência pelo e-mail

A terceira pergunta do questionário obteve trinta respostas e, em vinte e oito delas a alternativa escolhida foi o *e-mail* como interface utilizada para comunicação entre pesquisadores parceiros envolvidos em projetos vinculados à Plataforma África-Brasil de Inovação Agropecuária. Ou seja, os usuários apontam o e-mail como o principal meio de comunicação escolhido para se comunicar com os seus parceiros.

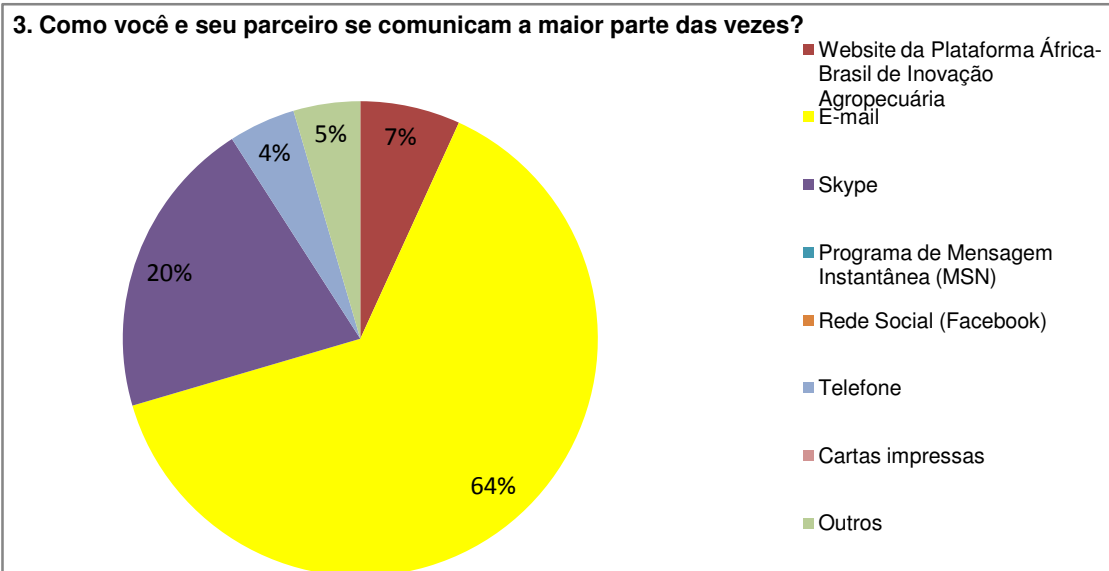
O perfil do usuário do *website* da Plataforma África-Brasil de Inovação Agropecuária é formado por pesquisadores que, de acordo com Eason (1997), pertencem ao grupo dos pesquisadores das ciências naturais: particularmente interessados na divulgação rápida e

eficiente de resultados oferecida pela internet, bem como são usuários constantes dos serviços eletrônicos disponíveis por ela. Para Pinheiro (2003), o serviço disponível pela internet mais utilizado por pesquisadores brasileiros é o correio eletrônico. Os usuários da Plataforma África-Brasil de Inovação Agropecuária são pesquisadores que, apesar de não serem somente brasileiros, também optaram por utilizar o e-mail como meio de comunicação entre seus pares.

O correio eletrônico ou e-mail tem a vantagem de ser um substituto para memorandos e correspondências internas em várias organizações, como também é um meio de base textual, o que auxilia a “habilidade cognitiva, reflexiva e analítica associadas à expressão de idéias sob forma escrita, aumentando a colaboração intelectual e afirmando-se como uma ferramenta de aprendizagem ativa ideal além de permitir a superação de barreiras comunicacionais” (MACEDO, 1999, p.4). Paiva (2004) acrescenta que o correio eletrônico possui vantagens na velocidade de transmissão e no preço de custo comparado a outros canais de transmissão tais como o telefone e o correio. O e-mail possibilita também, o envio de uma mesma mensagem para vários destinatários além de anexo em formato multimídia.

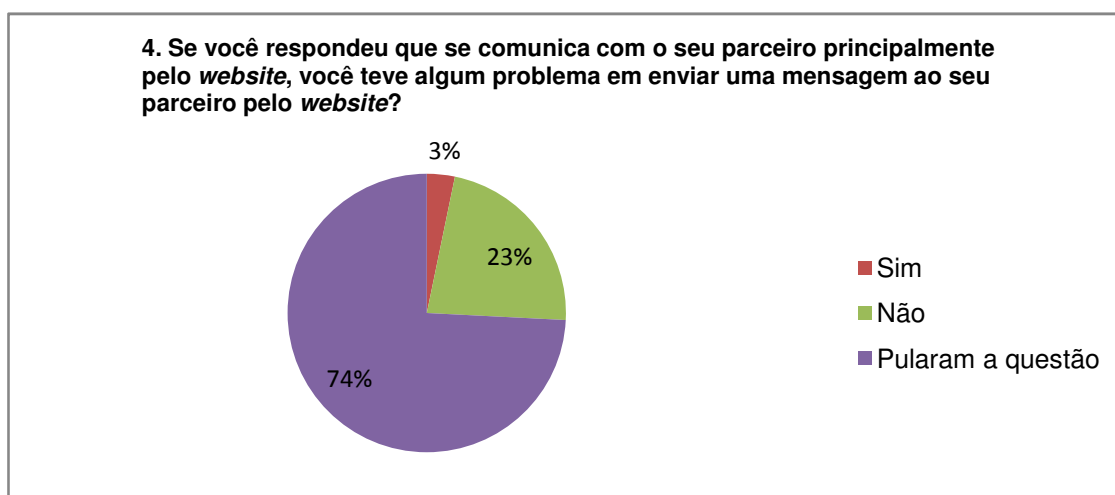
Já as desvantagens do e-mail, de acordo com Saikayasit (2011), são: a incerteza da velocidade da resposta, a propensão a interpretações textuais equivocadas, a dificuldade em se manter o controle de um grupo grande de e-mails e a facilidade de se esquecer uma mensagem importante entre várias que abarrotam a caixa de entrada. Haig (2001) acrescenta o Spam como outra desvantagem do uso do e-mail. Mensagens de spam são ‘propagandas’ enviadas às pessoas sem permissão e, como tal podem ser fraudulentas, conter material inapropriado ou vírus. O trabalho de Jones e Fox (2009) mostra o e-mail como uma tecnologia ultrapassada já que os usuários com mais de 64 anos faziam uso do e-mail corriqueiramente ao passo que os usuários adolescente e adulto (18-32 anos) preferem se comunicar por mensagens instantâneas.





## 12. Funcionalidade

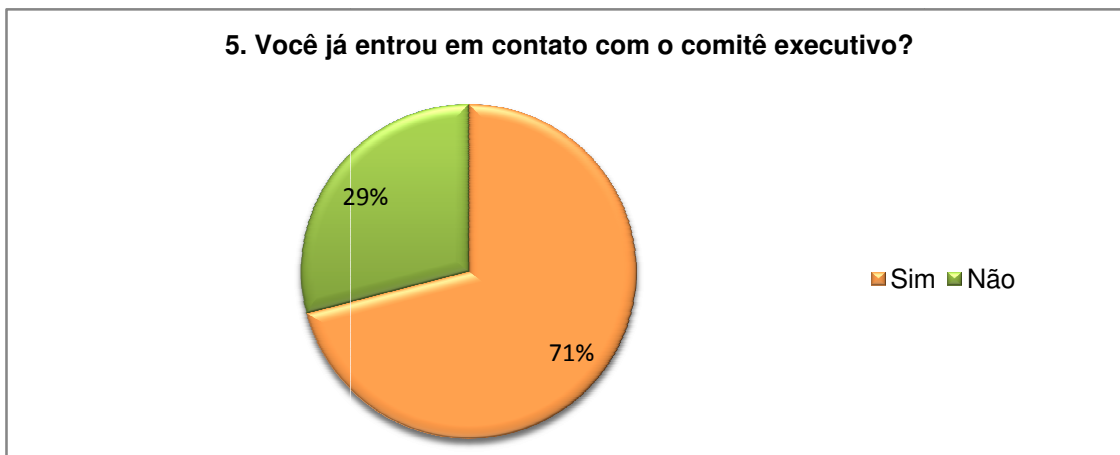
A quarta pergunta questionava os usuários a respeito da *funcionalidade* (PASSARELLI, 2007) do formulário ativado pelo link “Contact Me”. Este *link* é encontrado ao acionar, com o cursor do mouse, o *botão* “Find a Partner” da *barra de menu* do *website*. Esta pergunta obteve um resultado positivo em detrimento de sete resultados negativos, o que mostra que o formulário elaborado para o contato entre parceiro se elaborada para manutenção da “conversação” (ARGOLLO, 2011) entre os pesquisadores brasileiros e africanos, é eficiente para executar a tarefa para o qual foi desenvolvida.



## 13. Relação com o comitê executivo

A quinta questão propôs-se a testar a relação do usuário com o comitê executivo da Plataforma África-Brasil de Inovação Agropecuária. Todos os usuários do *site* que

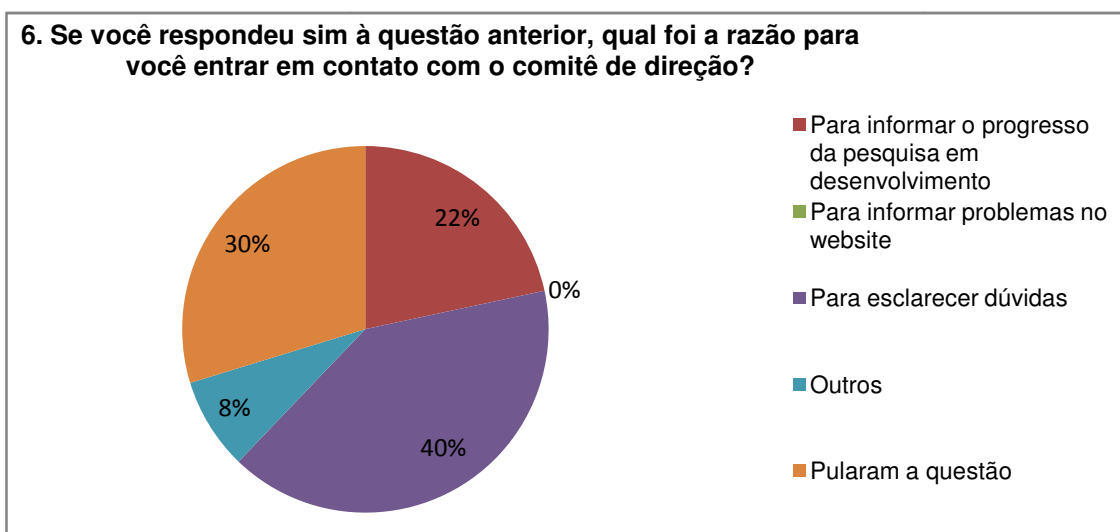
responderam ao questionário responderam a esta pergunta. A quinta questão obteve vinte e dois resultados positivos e nove negativos.



A sexta pergunta questionava o motivo do usuário do *website* da Plataforma África-Brasil de Inovação Agropecuária ter se comunicado com o comitê executivo. A sexta questão recebeu vinte e seis respostas entre as quais quinze manifestaram que entraram em contato com o comitê diretor do projeto para esclarecer dúvidas e oito responderam à questão informando que entraram em contato com o comitê executivo para avisar a respeito do progresso da pesquisa.

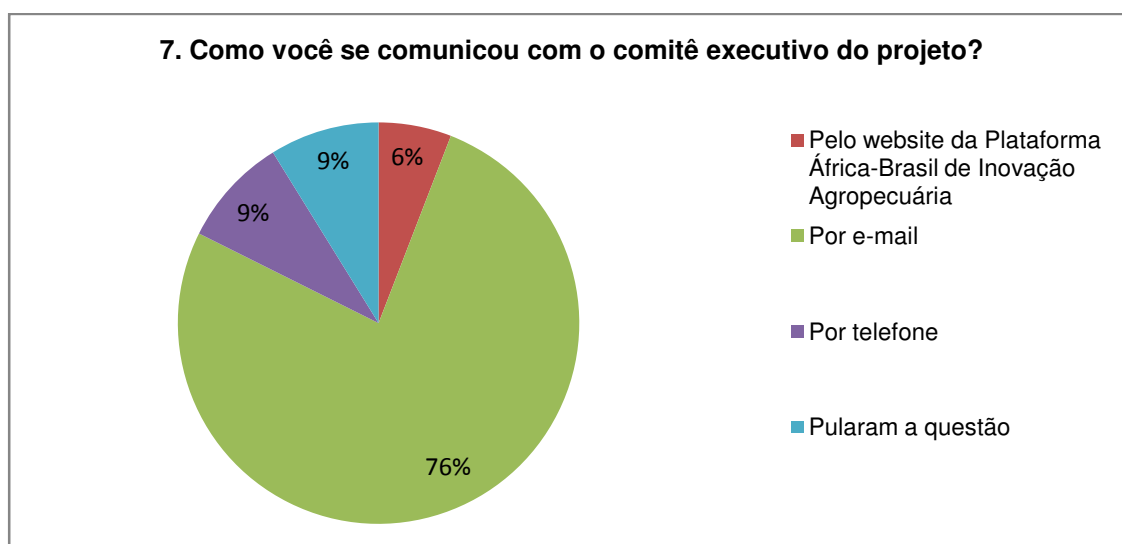
O propósito da sexta questão era quantificar o que levou os usuários a se comunicar com o comitê executivo, no entanto, o número de usuários que manifestou entrar em contato com o comitê executivo para esclarecer dúvidas evidencia que:

- 1) O *site* não oferece informações para esclarecer todas as dúvidas do usuário;
- 2) O usuário não é capaz de encontrar as informações que precisa no *site*;



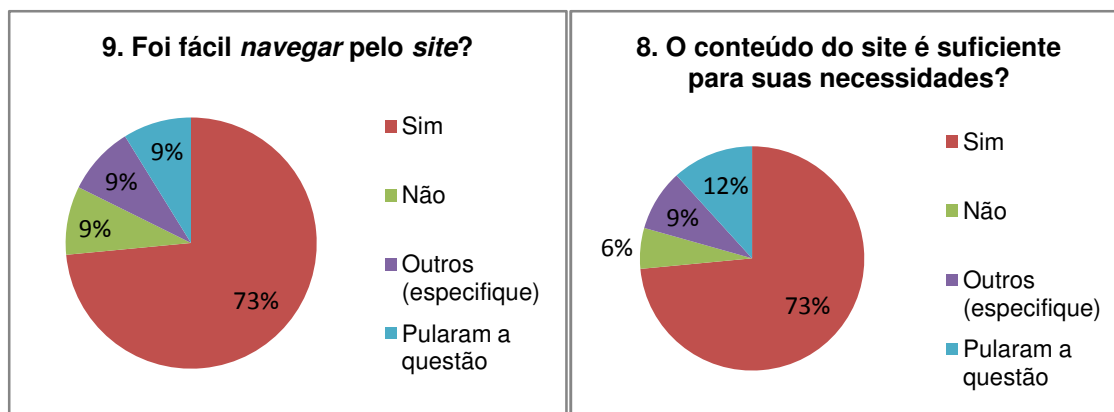
## 14. Formulário 'Contact Us'

A sétima questão procurou avaliar o uso do formulário *contact us* que é possível de ser encontrado na página “Contac tUs” do *website*. A pergunta questionava como o usuário entra em contato com o comitê executivo do projeto e apresentava sugestões possíveis de resposta. A sétima questão obteve vinte e oito respostas das quais vinte e seis mostraram que os usuários se comunicaram predominantemente por e-mail com o comitê executivo do projeto. Neste sentido, Nielsen e Tahir (2002 *apud* SILVA; SCROFERNEKER, 2010, p. 6) afirmam que incluir um link “Fale Conosco” na *homepage* estimula os visitantes do *site* a entrar em contato direto com a organização, porém, simplesmente disponibilizar um *link* não é suficiente, é preciso que esse *link* cumpra seu papel. Esta questão, portanto, mostra que a ferramenta é pouco utilizada e que os usuários preferem usar o e-mail também para se comunicar com o comitê executivo do projeto.



## 15. Conteúdo e facilidade de navegação

A oitava e a nona questão buscaram elucidar os resultados das questões anteriores, utilizando-se de respostas pontuais sobre o conteúdo e a facilidade de navegação. A oitava questão obteve vinte e sete respostas sendo que destas, vinte e cinco foram positivas, apesar de vinte e dois usuários manifestarem, na questão 6, que entraram em contato com o comitê executivo para esclarecer dúvidas. A nona questão obteve vinte e oito resultados e destes, vinte e cinco foram positivos e três foram negativos, apesar do pouco uso das ferramentas do *site* em comparação a preferência pelo uso do e-mail como meio de comunicação.



## 16. Proposição de melhorias

A décima questão, diferentemente das demais, foi uma questão discursiva cuja proposta era solicitar diretamente a opinião do usuário para melhorar o *website* da Plataforma África-Brasil de Inovação Agropecuária. Esta questão obteve vinte e uma respostas. Neste caso escolheu-se transcrever algumas respostas originais seguido das respectivas traduções livres.

### 10. Em sua opinião, como o site da Plataforma África-Brasil de Inovação Agropecuária poderia ser melhorado?(In your opinion, how could the Marketplace website be improved?)

"Email news to contacts"	Notícias em e-mail para os contatos.
"More information on running projects could be made available"	Mais informações sobre os projetos em curso.
"Regular updates are needed"	É necessário atualizar regularmente.
"Making it easy to find partners field anywhere in Brazil by"	Torná-lo fácil para encontrar parceiros <i>de campo</i> (técnicos agrícolas) em qualquer parte do Brasil.
"Update the news more frequently"	Atualizar as notícias com mais frequência.
"Portuguese version of the website"	Versão do <i>site</i> em português.
"It would be interesting if we could get from the website the approved project, in a pdf version, for instance"	Seria interessante se nós pudéssemos fazer o download dos projetos aprovados até agora pelo <i>website</i> .

“Being up to date and sending news to participants, even to the ones that don’t have approved projects”	Estar em dia e enviar notícias para os participantes, mesmo os que não têm projetos aprovados.
“Interactive tools like chats”	Ferramentas interativas como chats de bate-papo.

As respostas foram selecionadas com base no objeto de estudo e acabaram por ser retiradas aquelas que acabariam por adicionar outro problema à questão em estudo. Os temas retirados foram:

- Problemas com a conexão com a internet;
- Oferta de produtos agrícolas;
- Comentários que nada declaravam ou opinavam;

Algumas respostas colocam em evidência a insatisfação do usuário com relação à atualização do *website* e mostram que o usuário da plataforma tem interesse em se informar acerca do andamento dos projetos que foram aprovados, mesmo os usuários sem projetos nesta condição.

O número de usuários que respondeu à questão dez (21 em 31) e os temas que trouxe à tona mostra um perfil de usuário interessado em colaborar para o aperfeiçoamento da interface, bem como mostra um usuário interessado no andamento do projeto Plataforma África-Brasil de Inovação Agropecuária.

## 17. Sugestões apresentadas pelos usuários

Os dados do questionário de opinião do usuário do *website* da Plataforma África-Brasil de Inovação Agropecuária mostraram que existe a necessidade de atualização do canal de comunicação. A página “News” do *website* tem sua última atualização datada em 28 de março de 2011, quando lançou uma nota informando a seleção de quatro novas propostas para financiamento. A atualização e gestão de conteúdo são fatores importantes porque o valor da organização está diretamente relacionado ao nível de atualização do *website*. Dessa forma, o site na Internet que não está atualizado em termos de conteúdo tende a não motivar o seu uso (DORFMAN, 2002; FILHO, 2002).

O questionário mostra que o usuário solicita atualizações mais freqüentes, o que requer que a página “News” tenha um profissional ou um grupo de profissionais responsáveis para atualizá-la, o que não ocorre hoje com o projeto Plataforma África-Brasil de Inovação

Agropecuária cuja página “News” do *website* é atualizada por membros do comitê executivo cuja principal atividade não é ligada à comunicação. Para que a página “News” não fique desatualizada por tanto tempo, uma solução seria a adoção do envio das principais notícias por e-mail aos usuários. O *website* da Plataforma África-Brasil de Inovação Agropecuária hoje depende do comitê executivo para seu funcionamento, avaliação e atualização<sup>10</sup>, o que não integra em seu quadro a participação de profissionais de comunicação exclusivos para a atualização da página “Blog”, correspondente à página de notícias do *website*.

A adoção de um fórum virtual pode transformar o site em um “ponto de encontro entre os utilizadores” (CARVALHO, 2005, p. 22). A criação de um fórum de discussão também poderá se tornar uma opção de meio de comunicação substituta ao uso do e-mail. A adoção do fórum virtual “favorece a interação” (CARDOSO *et al*, 2001, p. 234) bem como poderá acrescentar contatos e tópicos de discussão à lista do pesquisador/usuário do *website*.

O projeto Plataforma África-Brasil de Inovação Agropecuária também pode adotar um *blog* como ferramenta de interação entre os seus usuários já que “um blog é como um fórum” (QUERIDO; ENE, 2003, p.14) e pode ser descrito como um *site* com hierarquia de conteúdo de texto, de imagem e de vídeo. Cada texto postado permite comentários de quem visita o *blog*, fazendo com que esses espaços sejam considerados de discussão (QUERIDO; ENE, 2003; TERRA, 2006). Dessa forma, o *blog* seria uma possibilidade à necessidade de atualização, comportando imagens, textos e vídeos, assim como poderia ser um espaço de discussão entre os pesquisadores da Embrapa e os pesquisadores africanos, público-alvo do *website* do projeto.

As ferramentas que exigem o preenchimento de formulário tais como “Contact me”, acionado pelo “Find a Partner” e o “Contact Us” poderiam ser monitoradas com mais frequência, já que os pesquisadores/usuários do *website* podem se utilizar delas para encontrar parceiros, comunicar-se com eles e com o comitê executivo. Uma opção de ferramenta digital para monitoramento “utilizada no marketing digital é o Google Analytics” (PUPO; BOTELHO, 2011, p.46), pois é uma ferramenta que pode ser adquirida de graça e apresenta um relatório com os registros das navegações incluindo a nacionalidade do usuário e o conteúdo mais visualizado (LOUREIRO, 2009). O monitoramento de ferramentas do *website* do projeto Plataforma África-Brasil de Inovação Agropecuária pode ser útil para relatar se e por quem estão sendo utilizadas e, neste sentido, o mapeamento pode resultar no aperfeiçoamento das ferramentas do *website*.

O questionário aplicado aos pesquisadores/usuários do *website* do projeto Plataforma África-Brasil de Inovação Agropecuária apresentou outra melhoria que, na

---

<sup>10</sup> Parágrafo escrito com base em entrevista concedida por Ariadne Maria da Silva, membro do Comitê Executivo da Plataforma África-Brasil de Inovação Agropecuária, concedida no dia 29/09/2011, para fins da pesquisa

opinião do pesquisador/usuário seria relevante: a disponibilização dos projetos aprovados. A disponibilização de projetos de pesquisa em um meio que não é caracterizado como periódico científico, compreendido “como veículo formal de comunicação em suas duas vertentes – a de comunicação do conhecimento e a de comunicação entre os pares da comunidade científica” (MIRANDA; PEREIRA, 1996 p.375) faz parte de apenas “20% de todas as comunicações no processo de geração do conhecimento” (BRAGA, 1985 *apud* LEITE; COSTA, 2007, p.93). Braga e Leite (2007) afirmam que as comunicações que utilizam os canais informais representam 80% de toda a comunicação científica, o que proporciona maior interação entre os membros de uma mesma comunidade científica que se “encontram” para trocar informações sobre a atividade científica. Os autores também afirmam que uso da internet proporcionou a ampliação destes “encontros”, bem como “modelos alternativos para comunicação científica tais como repositórios institucionais e temáticos e periódicos de acesso aberto” (LEITE; COSTA, 2007, p. 94). Para os autores, a criação de canais alternativos de veiculação de literatura científica é vantajosa à medida que aumenta a visibilidade da produção científica e possibilita que os pesquisadores a arquivem “Essas transformações incidem diretamente no modo como os indivíduos em uma comunidade científica criam, compartilham e utilizam o conhecimento” (Ibid. p. 95).

O *website* do projeto Plataforma África-Brasil de Inovação Agropecuária poderia ser disponibilizado em outras línguas que não só o inglês já que o pesquisador/usuário é falante de outras línguas como o português e o francês. A vantagem de se traduzir o *website* para outras línguas é que o usuário compreenderá aquilo que poderia estar impedido de entender por desconhecimento da língua. A desvantagem seria o trabalho dobrado ou triplicado que a equipe executora do *website* viria a fazer para traduzi-lo para outras línguas e colocá-lo na internet.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A Plataforma África-Brasil de Inovação Agropecuária, segundo Argollo (2011), foi pensada de forma a mobilizar todo o continente africano (53 países) para execução de projetos para sanar os principais problemas da agricultura africana. A plataforma foi estruturada na internet para, por meio do *website* <<http://www.africa-brazil.org/>> estabelecer parcerias entre organizações brasileiras e africanas e, por meio dessas parcerias, criar propostas de ação conjunta que visassem a solução de problemas envolvendo a agricultura nos países africanos. A plataforma tem o *website* como principal mecanismo operacional, mas não foi o único, existindo o fórum, realizado dias seis e sete de outubro de 2010 para apresentação e discussão de idéias e propostas de pesquisa, bem como apresentação das propostas selecionadas (ARGOLLO, 2011).

O *website* da plataforma atingiu o seu objetivo de ampliar o número de países com os quais a Embrapa tem projetos de cooperação internacional e, de acordo com Argollo (2011) é um espaço onde as informações acerca do projeto são armazenadas, no entanto, o questionário mostrou que a maior parte dos usuários que se comunicou com o comitê executivo o fez para esclarecer dúvidas. O dado oferece três interpretações:

1. É possível que o *website* da Plataforma África-Brasil de Inovação Agropecuária não ofereça todas as informações que o usuário precisa;
2. É possível que o usuário encontre problemas em entender o *website* porque não está familiarizado com a língua inglesa;
3. É possível que o usuário identifique a existência de maior facilidade em enviar um e-mail ao comitê executivo no intuito de esclarecer dúvidas do que ele mesmo procurar saná-las sozinho.

O questionário mostra que 61% dos usuários não encontrou seus parceiros pelo *website* do projeto, o que indica que os pesquisadores brasileiros e africanos já se conheciam anteriormente.

As primeiras propostas de projetos foram aprovadas e apresentadas no fórum que aconteceu nos dias seis e sete de outubro de 2010 (ARGOLLO, 2011). No entanto, os projetos selecionados não estão disponíveis integralmente, nem em partes para os usuários do *website*. Pesquisadores ou futuros usuários que pudessem desejar participar do Projeto África-Brasil de Inovação-Agropecuária poderiam se basear nas propostas já selecionadas como exemplos para seus trabalhos futuros.

A plataforma atingiu o seu objetivo de ampliar o número de países com os quais a Embrapa tem projetos de cooperação internacional já que Argollo (2011) afirma que anteriormente as ações da Embrapa eram de caráter pontual e hoje, com o *website*, atingem vários países africanos como a Nigéria, a Etiópia, Moçambique, Gana, o Quênia,



Madagascar, Uganda, Angola, Zimbábue, África do Sul, Tanzânia, Togo e Burkina Faso. No entanto, o *website*, como ferramenta de comunicação organizacional para uso dos colaboradores e membros da Embrapa, não substituiu o uso do e-mail já que 64% dos usuários se comunicam com seus parceiros por correio eletrônico e 76% o faz para se comunicar com o comitê executivo.

Para as ciências da comunicação, o estudo do *website* da Plataforma-África Brasil de Inovação Agropecuária mostra que novos instrumentos de comunicação organizacional tem seu direcionamento voltado tanto para o público externo quanto interno, ao mesmo tempo que incentivam o trabalho em equipe dentro das organizações. Por outro lado, a falta de atualização e monitoramento das principais ferramentas de comunicação do *website* colocam em discussão se a falta de um profissional de comunicação exclusivamente responsável pelo *website* não seria capaz de otimizar a qualidade das informações desta ferramenta, que é útil em transmitir informações mas, sendo assim torna-se obsoleta, assim como a falta de um estudo prévio, também feito por um profissional da comunicação, para caracterizar os usuários do *website* poderia evitar a criação de ferramentas que são pouco utilizadas.

## REFERÊNCIAS

AFRICA-BRAZIL Agricultural Innovation Marketplace: A Partnership between African research and development organizations and Embrapa to enhance agricultural innovation for development, 2011. Documento do projeto Plataforma África-Brasil de Inovação Agropecuária, Brasília, 2011.

AFONSO, Carlos. Internet no Brasil: o acesso para todos é possível? *Policy Paper*, São Paulo, n. 26, setembro, 2000. Disponível em: <http://www.fes.org.br/publicacoes.htm>. Acesso em 30 de outubro de 2011.

ALMEIDA, N; ANDONOVA, Y. A Comunicação das organizações. **Anuário Unesco/Metodista de Comunicação Regional**, ano 12, n. 12, p. 31-42, dezembro/janeiro, 2008.

ANDERS, P. Ciberespaço antrópico: definição do espaço eletrônico a partir das leis fundamentais. In: DOMINGUES, D. (Org.). *Arte e vida no século XXI: tecnologia, ciência e criatividade*. São Paulo: Editora UNESP, 2003. p. 47-63

ARGOLLO, R. Plataforma África-Brasil de Inovação Agropecuária: Resenha da Primeira Fase. Disponível em: < <http://www.africa-brazil.org/marketplace-program/forum>>. Acesso em 23 de agosto de 2011.

AROSO, I; CORREIA, F. A Internet e os novos papéis do jornalista e do cidadão. *Revista Temática*, Paraíba, n.7, agosto, 2007. Disponível em: < <http://www.insite.pro.br/2007/35.pdf>>. Acesso em 3 de novembro de 2011.

ARRIGHI, J. OEA, Organização dos Estados Americanos; traduzido por Sérgio Bath. v.4 Barueri: Manole, 2004.

AYLLÓN, B. O Sistema Internacional de Cooperação ao Desenvolvimento e seu estudo nas Relações Internacionais: a evolução histórica e as dimensões teóricas. *Revista de Economia & Relações Internacionais*. Higienópolis, v.5(8), p. 5-23, janeiro, 2006.

BAHIA, J. **Introdução à comunicação empresarial**. Rio de Janeiro: Mauad, 1995, 67 p.

BANCO Interamericano de Desenvolvimento. Disponível em: <<http://www.iadb.org/pt/banco-interamericano-de-desenvolvimento,2837.html>> Acesso em 31 de Agosto de 2011.

BERLO, D. **O Processo da Comunicação**. 5. ed. São Paulo: Livraria Martins Fontes, 1985, 296p.

BERNAL-MEZA, R. A política exterior do Brasil: 1990-2002. *Revista Brasileira de Política Internacional*, Brasília, vol. 45, n. 1, p. 36-71, junho, 2002.

BERNAL-MEZA, R. As relações entre Argentina, Brasil, Chile e Estados Unidos: política exterior e Mercosul. *Revista Brasileira de Política Internacional*, Brasília, vol. 41, n. 1, p. 90-108, junho, 1998.

BOLAÑO, C. Trabalho Intelectual, Comunicação e Capitalismo: a reconfiguração do fator subjetivo na atual reestruturação capitalista. *Revista da Sociedade Brasileira de Economia Política*, n.11, p. 53-78, dezembro, 2002.

BRANDÃO, M. *Um modelo de avaliação de programa de inclusão digital e social*. 2009. 136 f., il. Tese (Doutorado em Psicologia Social, do Trabalho e das Organizações). Universidade de Brasília, Brasília, 2009.

CARDOSO, E.; PIMENTA, P. Uso de fórum no ensino cooperativo de programação. In: SIMPÓSIO INTERNACIONAL DE INFORMÁTICA EDUCATIVA, 3., 2001, Viseu. *Anais...* Viseu : ESEV, 2001. CD-ROM. Disponível em: <<http://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/2306/1/USO%20DE%20FORUM%20NO%20ENSINO%20COOPERATIVO%20DE%20PROGRAMACAO.pdf>>. Acesso em 9 de novembro de 2011.

CARMO, L. *Perfil motivacional e percepção de políticas de gestão de pessoas dos servidores da Embrapa*. 2011. Monografia (Bacharelado em Administração) -Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, Universidade de Brasília, Brasília, 2011.

CARVALHO, A.; SIMÕES, A.; SILVA, J. Indicadores de qualidade e de confiança de um site. In ALVES, M.; MACHADO, E. (Orgs.) Avaliar as aprendizagens. *Actas das Jornadas ADMEE*. Braga: Cied, 2005. p. 17-28.

CASADO, T. O papel da comunicação interpessoal. In: FLEURY, M (Org.). As pessoas na organização. São Paulo: Gente, 2002. p. 271-282.

CASTELLS, M. **A Galáxia da Internet**: reflexões sobre a internet os negócios e a sociedade. Tradução Maria Luiza Borges. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2003. 243p.

CERVO, A; BUENO, C. **História da Política Exterior do Brasil**. 3.ed. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2010. 560 p.

CORDEIRO, R. A Colaboração na Internet Enquanto Gênese do Cérebro Coletivo. Trabalho apresentado no XIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, Maceió, 2011. Disponível em: <<http://intercom.org.br/papers/regionais/nordeste2011/resumos/R28-1088-1.pdf>>. Acesso em 20 de setembro de 2011.

**CPLP: Comunidade dos Países de Língua Portuguesa. Objectivos**. Disponível em: <<http://www.cplp.org/id-46.aspx>> Acesso em 8 de setembro de 2011.

CRUZ, C. A Comunicação Organizacional e a Formação da Opinião Pública. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 30., 2007, Santos. *Anais...* Santos: Intercom, 2007. 1-CD-Rom. Disponível em: <[http://www.fca.pucminas.br/saogabriel/ci/cmercadologica/textos\\_novos/comunicacao\\_organizacional/CRUZ\\_a\\_comunicacao\\_organizacional\\_formacao.pdf](http://www.fca.pucminas.br/saogabriel/ci/cmercadologica/textos_novos/comunicacao_organizacional/CRUZ_a_comunicacao_organizacional_formacao.pdf)>. Acesso em 16 de novembro de 2011.

Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação  
XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Santos – 29 de agosto a 2 de setembro de 2007

DETLOR, Brian. Towards a framework for Government Portal design: The case of the Government of Canada's Youth Cluster Project. In: Electronic government: Design, applications, and management. A. Gronlund (Ed.), Hershey, Pennsylvania: Idea Group, 2000.

DIAS, C. Comunicação científica. 1999. Disponível em: <<http://www.reocities.com/claudiaad/comunica.pdf>> Acesso em 02 de novembro de 2011.

DIAS, P. Desenvolvimento de objectos de aprendizagem para plataformas colaborativas. In: BARRIENTOS, X.; ZÚÑIGA, V.; ORTIZ, J.; ISAÍAS, L.; GUERRA, S.; GARZA, R.; CANTÚ, M.; HINOJOSA, S.; (Org.), Actas do VII Congreso Iberoamericano de Informática Educativa, 2004, Monterrey: Universidad de Monterrey, p. 3-12.

DORFMAN, P. *Atributos favoráveis à motivação para visitação de um site: estudo de um portal educacional*. 2002. 93 f. Disserta o (Mestrado em Administra o) Centro Universitário Positivo – escola de Administra o, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Curitiba. 2002.

DORIA, P. *Manual Para a Internet: uma visão brasileira*. Rio de Janeiro: Revan, 1995. 126 p.

EASON, K.; CARTER, C.; HARKER, S.; PHILLIPS, K.; RICHARDSON, J. A Comparative Analysis of the Role of Multi-Media Electronic Journals in Scholarly Disciplines. final report, Loughborough: HUSAT Research Institute; Department of Human Sciences. Loughborough University, 1997.

EMBRAPA. *África: um continente de oportunidades, de mais pesquisa agropecuária*. Brasília, DF, 2011, 8 p.

FILHO, J. Comunidades virtuais: como as comunidades de práticas na internet estão mudando os negócios. Rio de Janeiro: Senac, 2002.

FONSECA JÚNIOR, W; FRAGALLE, E; SILVA, H; FILHO, R. A Comunica o na Embrapa: do difusionismo   comunica o como inteligência organizacional. *Revista de Ciências da Informa o e da Comunica o do Centro de Estudos em Tecnologia, Artes e Ciências da Comunica o*, Porto, n. 8, julho, 2009. Disponível em: <[http://prisma.cetac.up.pt/77\\_Comunicacao\\_na\\_Embrapa\\_do\\_difusionismo\\_a\\_comunicacao\\_como\\_inteligencia\\_organizacional\\_Wilson\\_Junior\\_et\\_al.pdf](http://prisma.cetac.up.pt/77_Comunicacao_na_Embrapa_do_difusionismo_a_comunicacao_como_inteligencia_organizacional_Wilson_Junior_et_al.pdf)> Acesso em 19 de novembro de 2011.

FURQUIM, T. Fatores motivadores de uso de site web: um estudo de caso. *Ciência da Informa o*, Brasília, vol. 33, n. 1, p.48-54, 2004.

HAIG, M. E-mail Essentials: how to make the most of e-communication. London: Kogan page, 2001. 159p.

IBGE. Em 2010, PIB varia 7,5% e fica em R\$ 3,675 trilhões. Disponível em: <[http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/noticia\\_visualiza.php?id\\_noticia=1830&id\\_pagina=1](http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/noticia_visualiza.php?id_noticia=1830&id_pagina=1)> Acesso em 5 de setembro de 2011.

JONES, S.; FOX, S. *Generations online in 2009*. Washington: Pew Internet & American Life Project, 2009. 7 p.

JUNGBLUT, A. A heterogenia do mundo on-line: algumas reflexões sobre virtualiza o, comunica o mediada por computador e ciberespaço. *Horizontes Antropológicos*. Porto Alegre, v. 10, n. 21, Junho, 2004.

KENSKI, V. *Educa o e Tecnologias: o novo ritmo da informa o*. Campinas, São Paulo: Papirus, 2007. 147 p. (Cole o Papirus Educa o).

KUNSCH, M. Universidade e comunica o na edifica o da sociedade. São Paulo: Edi es Loyola, 1992. 201 p.

KUNSCH, M. *Planejamento de relações públicas na comunicação integrada*. 2. ed. São Paulo: Summus Editorial, 2002. 424 p.

LANDAU, G. O Brasil e a cooperação internacional para o desenvolvimento. *Revista de Economia & Relações Internacionais*. Higienópolis, v.6, n.12, p.103-116, janeiro 2008.

LÁZARO, P. *Gestão da Informação na Construção – Aplicação de ferramentas colaborativas no desenvolvimento de Projetos de Construção*. 2010. 83 f. Tese (Mestrado em Engenharia). Departamento de Engenharia Civil, Faculdade de Engenharia da Universidade do Porto, Porto, 2010.

LEITE, F.; COSTA, S. Gestão do conhecimento científico: proposta de um modelo conceitual com base em processos de comunicação científica. *Ciência da Informação*. Brasília, v. 36, n.1, p.92-107, janeiro/abril, 2007. Disponível em:<<http://www.scielo.br/pdf/ci/v36n1/a07v36n1.pdf>>. Acesso dia 08 de novembro de 2011.

LÉVY, P. *Cibercultura*. Tradução Carlos Irineu da Costa. 1. ed. São Paulo. Ed. 34, 1999.

LÉVY, P. *A inteligência coletiva: por uma antropologia do ciberespaço*. 6. ed. Tradução de Luiz Paulo Rouanet. São Paulo: Loyola, 2010. 212 p.

LIMA, D.; HEIDRICH, F.; GUEDES, A. Classificação de representações digitais: um estudo sobre a visualização de marcas na Internet. In: SIMPÓSIO NACIONAL DE GEOMETRIA DESCRITIVA E DESENHO TÉCNICO, 18, Curitiba, 2007. *Livro de resumos*. Curitiba, 2007. Livro de resumos disponível em <[http://www.degraf.ufpr.br/public\\_graphica.htm](http://www.degraf.ufpr.br/public_graphica.htm)>. Acesso dia 7 de outubro de 2011.

LOBO, L. *A Internacionalização das Empresas Brasileiras: a nova geografia internacional e suas implicações na política de internacionalização da Embrapa, a partir de 2003*. 2010. 54 f. Monografia (Especialização em Relações Internacionais) – Instituto de Ciência Política e de Relações Internacionais, Universidade de Brasília, Brasília. 2010.

LOUREIRO, G. Tutorial: Google Analytics. *Webdesign*, Rio de Janeiro, n. 63, p. 62-64, fevereiro, 2009.

MACADAR, B. Mercado comum do sul (Mercosul): o multilateralismo na ALADI. *Indicadores Econômicos FEE*, Porto Alegre, v. 19, n. 19, p. 14-27, 1991.

MACEDO, T. Redes informacionais nas organizações: a co-gestão do conhecimento. *Ciência da Informação*. Brasília, v. 28, n.1, janeiro, 1999. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ci/v28n1/28n1a13.pdf>>. Acesso em 28 de outubro de 2011.

MEADOWS, A. *A comunicação científica*. Tradução de Antônio Agenor. Brasília: Briquet de Lemos, 1999. 268 p.

MIRANDA, D.; PEREIRA, M. O periódico científico como veículo de comunicação: uma revisão de literatura. *Ciência da Informação*, Brasília, v. 25, n. 3, p. 375-382, setembro/dezembro, 1996. Disponível em: <<http://revista.ibict.br/index.php/ciinf/article/view/462/421>>. Acesso em 8 de novembro de 2011.

MORO, C; KLEIN, T, Mulher e ciência: a influência do ensino de ciências. In: ENCONTRO REGIONAL DE ENSINO DE BIOLOGIA, 2., Florianópolis, 2006. **Anais...** Florianópolis: Associação Brasileira de Ensino de Biologia (SBEnBio), 2006. Disponível em: <

[http://www.erebiosul2.ufsc.br/trabalhos\\_arquivos/paineis%20mulhereciencia.pdf](http://www.erebiosul2.ufsc.br/trabalhos_arquivos/paineis%20mulhereciencia.pdf)>. Acesso em 17 de novembro de 2011.

MURAD, A. Oportunidades e desafios para o Jornalismo na internet. *Ciberlegenda*, Niterói, n. 2, 1999.

NEOPOMUCENO, C. A internet não é uma mídia, é uma plataforma [online]. Disponível na Internet via <http://webinsider.uol.com.br/2010/12/31/a-internet-nao-e-uma-midia-e-uma-plataforma/>. Acessado em 21 de setembro de 2011.

NIELSEN, J.; LORANGER, H. *Usabilidade na web*. Tradução de Edson Furmankiewicz & Carlos Schafranski. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007. 409 p.

OLIVEIRA, M. *Mercosul: atores políticos e grupos de interesse brasileiros*. São Paulo: Editora UNESP, 2003. 211p.

OEIRAS, J; ROCHA, H. Uma modalidade de comunicação mediada por computador e suas várias interFACES. In: *WORKSHOP SOBRE FATORES HUMANOS EM SISTEMAS COMPUTACIONAIS*, 3, 2000, Gramado. *Anais...* Porto Alegre: Instituto de Informática da UFRGS, 2000. p. 151-160.

*Organização dos Estados Americanos: Democracia para paz, segurança e desenvolvimento*. Disponível em: <[http://www.oas.org/pt/sobre/organismos\\_especializados.asp](http://www.oas.org/pt/sobre/organismos_especializados.asp)>. Acesso em 30 de Agosto de 2011.

PAGLIAI, G. Segurança hemisférica: uma discussão sobre a atualidade de seus mecanismos institucionais. *Revista Brasileira de Política Internacional*. Brasília, v. 49(1), p. 26-42, 2006.

PASSARELLI, B. *Interfaces digitais na educação: @lucinações consentidas*. São Paulo: Escola do Futuro da USP, 2007. 200p.

PAIVA, R. *O Espírito Comum: comunidade, mídia e globalismo*. Rio de Janeiro: MAUAD, 2003. 179 p.

PAIVA, M. O monitoramento do correio eletrônico no ambiente de trabalho. In: CONGRESSO INTERNACIONAL DE DIREITO E TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO DO CEJ, outubro, 2002, Brasília. Disponível em: <http://www.cjf.gov.br/revista/numero19/artigo4.pdf>. Acesso em 30 de outubro de 2011.

PAIVA, V. E-mail: um novo gênero textual. In: MARCUSCHI, L.; XAVIER, A. (Org.). *Hipertextos e gêneros digitais*. Rio de Janeiro: Lucerna, 2004. p. 68-90.

PENNA FILHO, P. África do Sul e Brasil: diplomacia e comércio (1918-2000). *Revista Brasileira de Política Internacional*, Brasília, vol. 44, n. 1, p. 69-93, junho, 2001.

PINHEIRO, L. Comunidades científicas e infra-estrutura tecnológica no Brasil para uso de recursos eletrônicos de comunicação e informação na pesquisa. *Ciência da Informação*, Brasília, vol. 32, n.3, p.62-37, set./dez. 2003.

PINHO, J. *Jornalismo na Internet: planejamento e produção da informação on-line*. 2. ed. São Paulo: Summus Editorial, 2003. 283 p.

PINHO, J. *Comunicação em Marketing: princípios da comunicação mercadológica*. 6. Ed. Campinas: Papirus, 2002. 284 p.



PUPO, F.; BOTELHO, D. Conhecimento e uso de métricas de marketing. *Revista Pensamento Contemporâneo em Administração*, Niterói, vol. 5, n. 1, janeiro/abril 2011. p. 38-55.

QUERIDO, P.; ENE, L. *Blogs*. Lisboa: Centro Atlântico, 2003. 151 p. (Coleção: Sociedade da Informação).

QUIROGA, T. Cidadania em Tempos de Tecnologia. In: MOURA, D.; GERALDES, E.; PEREIRA, F.; CALAZANS, F.; PAULINO, F.; FREITAS, G.; GUAZINA, L.; SILVA, L.; LIMA, S. (Org.). *Comunicação e Cidadania: conceitos e processos*. Brasília: Editora Francis, 2011. p. 19-36

RABAÇA, C.; BARBOSA, G. *Dicionário de Comunicação*. 1. Ed. Rio de Janeiro: Campus, 2001, 792 p.

RIZZI, K. ; MAGLIA, C. ; PAES, L. ; KANTERO, M. O Brasil na África (2003-2010): política, desenvolvimento e comércio. *Conjuntura Austral*, Porto Alegre, vol. 1, n. 5, 2011. p. 61-81

ROCHA, H.; BARANAUSKAS, M. *Design e Avaliação de Interfaces Humano -Computador*. Campinas: NIED, 2003.

RODRIGUES, R. *A Admirável Nova Web – A Web 2.0 nas Agências de Comunicação*. 2009. 76 f. Tese (Mestrado em Ciências da Comunicação). Instituto de Ciências Sociais, Universidade do Minho, Braga, 2009.

SAIKAYASIT, R. The influence of communication modality and shared visual information on collaboration in virtual teams, 2011. 311f. (Thesis). Department of Mechanical, Materials and Manufacturing Engineering. University of Nottingham, Nottingham, 2011.

SCROFERNEKER, C. As organizações na Internet: um estudo comparativo. *Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação*, São Paulo, v. 4, dezembro, 2005. Disponível em: <<http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/viewFile/59/59>>. Acesso em 19 de novembro de 2011.

SANCHEZ, L. *A Comunicação Organizacional Interna e o Ambiente Virtual: novas tendências*. 2006. 334 f. Tese (Doutorado em Comunicação Social) – Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo. 2006

SANCHEZ, O; ARAÚJO, M. *O Governo Eletrônico no Estado de São Paulo*. São Paulo: Cedec, julho. 2003, 35p. (Série Didática, n° 7).

SANTAELLA, L. Da cultura das mídias à cibercultura: o advento do pré-humano. *Revista FAMECOS*, Porto Alegre, vol. 1, n° 22, p. 23-32, dezembro, 2003.

SANTANA, I. Notas e comentários sobre a dinâmica do comércio Brasil – África nas décadas de 1970 a 1990. *Revista Brasileira de Política Internacional*, Brasília, vol. 46, n. 2, p. 113-137, dezembro, 2003.

SATO, E. 40 anos de política externa brasileira, 1958-1998: três Inflexões. *Revista Brasileira de Política Internacional* [online], Brasília, vol. 41, n. spe, p. 8-28, 1998.

SAWAYA, M. *Dicionário de Informática & Internet*. São Paulo: Nobel, 1999. 545 p.

SCICCO, C. Embrapa promove Fórum África-Brasil de Inovação Agropecuária. EntrePosto.com.br, São Paulo, 3 de outubro de 2011. Disponível em:

<<http://www.jornalentreposto.com.br/acontece/seminarios-e-palestras/2091-embrapa-promove-forum-africa-brasil-de-inovacao-agropecuaria>>. Acesso em 3 de outubro de 2011.

SCROFERNEKER, C. Trajetórias teórico-conceituais da Comunicação Organizacional. *Revista FAMECOS*, Porto Alegre, vol. 1, nº 31, p. 47-53, dezembro, 2006.

SERRA, J. *Manual de teoria da comunicação*. Covilhã: Universidade da Beira Interior, 2007. 214 p. (Série Estudos em Comunicação)

SILVA, A. *Do otimismo liberal à globalização assimétrica: a política externa do governo Fernando Henrique Cardoso (1995-2002)*. 2008. 359 f. Tese (Doutorado em Ciência Política) – Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre. 2008.

SILVA, D; SCROFERNEKER, C. A ‘ouvidoria’ virtual como [nova] modalidade comunicacional nos sites/portais das universidades da região metropolitana de Porto Alegre/RS. *Iniciacom*, v. 2, n. 1, 2010. Disponível em: <<http://www.portcom.intercom.org.br/ojs-2.3.1-/index.php/iniciacom/article/view/659/611>>. Acesso em 30 de outubro de 2011.

SILVA, H. Deterioração dos termos de intercâmbio, substituição de importações, industrialização e substituição de exportações: a política de comércio exterior brasileira de 1945 a 1979. *Revista Brasileira de Política Internacional*. [online]. 2003, v. 46, n.1, pp. 39-65.

SOUSA, J. *Elementos de Teoria e Pesquisa de Comunicação e dos Media*. 2ª Ed. rev. e ampl. Porto: Edições Universidade Fernando Pessoa, 2006. 823 p.

SOUSA, J; GERALDES, E. As Contribuições de Karl Marx e Max Weber sobre a autonomia/não-autonomia da ciência e tecnologia. In: *Ciências & Cognição*, v.13, n.1, 2008, p. 163-174.

SOUTO MAIOR, L. Desafios de uma política externa assertiva. *Revista Brasileira de Política Internacional*, Brasília, vol. 46, n. 1, p. 12-34, junho, 2003.

SOUZA, L; BEZERRA, L; NETO, L; QUEIROZ, M; FERREIRA, M; FRANÇA, A. Redes Sociais como Ferramentas de Educação à Distância: Uma Pesquisa Quantitativa com Alunos e Professores. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE ENSINO SUPERIOR À DISTÂNCIA, 8, Ouro Preto, 2011. *Anais...* ESUD, 2011, disponível em: <[http://lite.dex.ufla.br/esud2011/index.php?option=com\\_abook&view=search&keyword=Redes+ Sociais+como+Ferramentas+de+Educa%C3%A7%C3%A3o+%C3%A0+Dist%C3%A2+e+mid=145](http://lite.dex.ufla.br/esud2011/index.php?option=com_abook&view=search&keyword=Redes+ Sociais+como+Ferramentas+de+Educa%C3%A7%C3%A3o+%C3%A0+Dist%C3%A2+e+mid=145)> Acessado em 30 de outubro de 2011.

SPYER, J. *Conectado: o que a internet fez com você e o que você pode fazer com ela*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2007. 259 p.

STRAUBHAAR, J. ; LAROSE, R. Comunicação, mídia e tecnologia. São Paulo: Thomson, 2004. 307 p.

SZETO, B. Interatividade na web: transforme o seu site em uma experiência inesquecível. São Paulo: Berkeley Brasil, 1997. p. 494.

TEIXEIRA, F. Fundamentos teóricos que envolvem a concepção de conceitos científicos na construção do conhecimento das ciências naturais. *Ensaio*, Belo Horizonte, v. 8, n. 2, p. 121-132, 2006.



TERRA, C. Blogs corporativos como estratégia de comunicação. *RP em Revista*, Salvador, n. 15, julho, 2006.

VAZ, Alcides Costa. Parcerias estratégicas no contexto da política exterior brasileira: implicações para o Mercosul. *Rev. bras. polít. int.* [online]. 1999, vol.42, n.2, pp. 52-80.

VIEIRA, J. Extensão do uso da comunicação eletrônica na comunidade científica. *Revista Múltipla*, Brasília, v. 6, nº 10, p. 153-176, 2001.

ZORZOS, G. *Wedge Documentary*. Seattle: Createspace, 2009. 26 p.

WEITZEL, S. Reflexões sobre os repositórios institucionais, 2006. In: Encontro Nacional de Informação em Ciências da Comunicação: 16. Brasília. *Anais...* Brasília: Intercom, 2006. p. 1-11

WINCKLER, M.; PIMENTA, M. Avaliação de Usabilidade de Sites Web. In: NEDEL, L. (Org.). *X Escola de Informática da SBC-Sul*. Porto Alegre: Ed. Porto Alegre, 2002, v.1, p. 85-137.

## ANEXO 1- QUESTIONÁRIO

**New Survey**

**The Africa-Brazil Agroculural Innovation Marketplace: contact between part...**

**1. Have you found your partner through the website?**

☐ Yes

☐ No

**2. If you answered yes to the previous question, have you had difficulty finding a partner through the search engine "Find a Partner"?**

☐ Yes

☐ No

**3. How do you and your partner communicate mostly? By...**

☐ The Marketplace (website)

☐ E-mail

☐ Skype

☐ Instant Messassing Program (MSN)

☐ Social Networking (Facebook, Orkut)

☐ Telephone

☐ Printed Letters

Other (please specify)

**4. If you answered that you and your partner communicate mostly by the website, did you have any problem sending a message to your partner through the website?**

☐ Yes

☐ No

If you answered yes to the previous question, please specify what problem did you had

**The Africa-Brazil Agricultural Innovation Marketplace: contact with the coo...**

**5. Have you been in touch with the Marketplace team coordinator?**

☐ Yes

☐ No

## New Survey

**6. If you answered yes to the previous question, what was the main reason for you to contact the Marketplace coordinator?**

- ☐ To inform the progress of the ongoing project
- ☐ To report problems on the website
- ☐ To clarify issues

Other (please specify)

**7. How did you communicate with the Marketplace team?**

- ☐ Through the Marketplace (website)
- ☐ By e-mail
- ☐ By telephone

Other (please specify)

## The Africa-Brazil Agricultural Innovation Marketplace: functionality of the...

**8. Is the content of the website sufficient for your needs?**

- ☐ Yes
- ☐ No

Other (please specify)

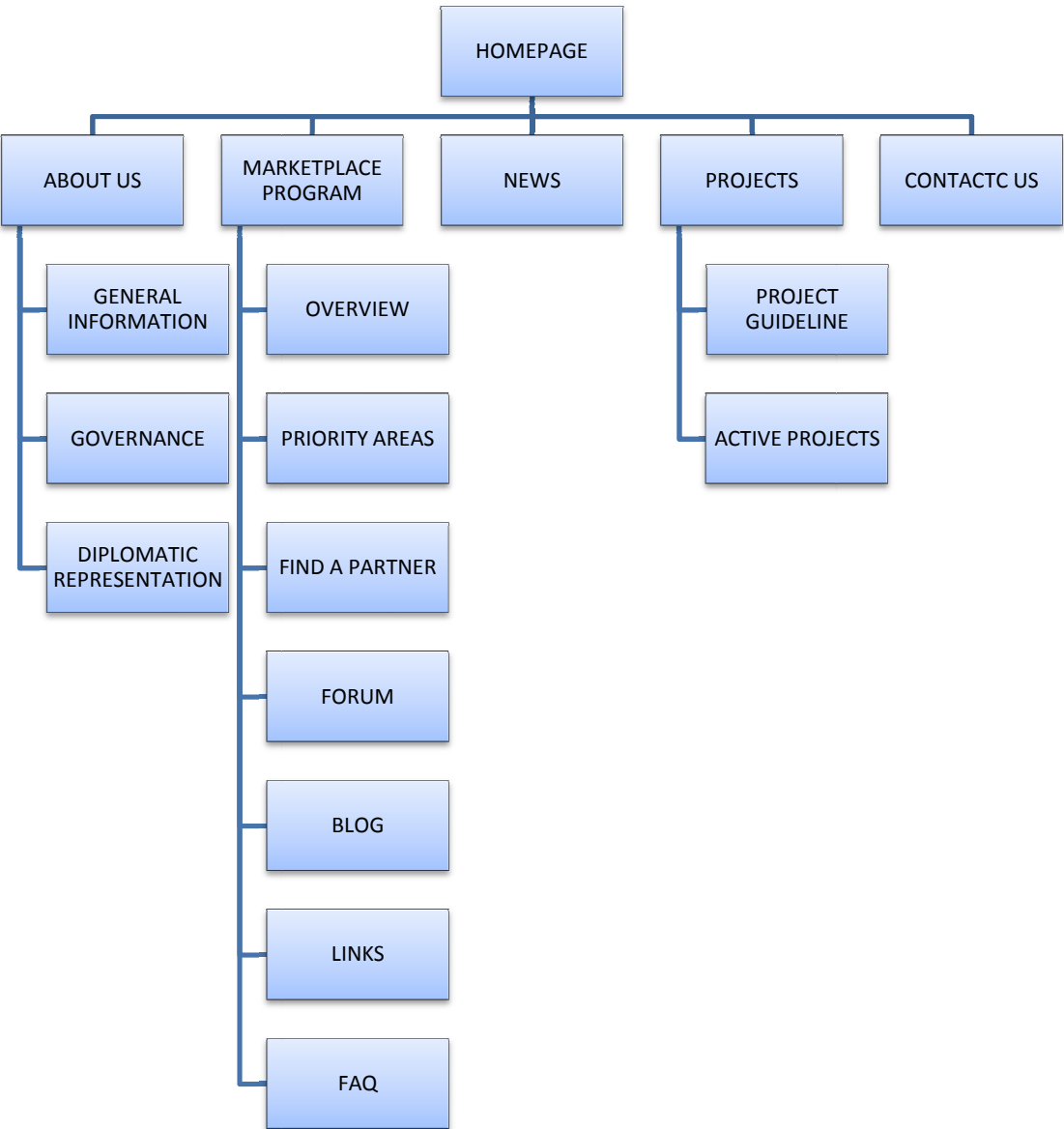
**9. Has it been easy to navigate through the website?**

- ☐ Yes
- ☐ No

Other (please specify)

**10. In your opinion, how could the Marketplace website be improved ?**

**ANEXO 2- REPRESENTAÇÃO GRÁFICA DA ORGANIZAÇÃO DO *WEBSITE* DA PLATAFORMA ÁFRICA-BRASIL DE INOVAÇÃO AGROPECUÁRIA**



### ANEXO 3- GLOSSÁRIO

**ARPAnet:** (Advanced Research Projects Agency Network) — Rede precursora da Internet, criada em 1969 pela Advanced Research Projects Agency (ARPA), do Departamento de Defesa dos EUA, como um experimento em rede de computadores de grande alcance (WAN) em consórcio com as principais universidades e centros de pesquisa dos EUA. O objetivo específico era investigar a utilidade da comunicação de dados em alta velocidade para fins militares. Desativada em 1990, foi a base tecnológica da Internet de hoje (AFONSO, 2000, p.25).

**Barra de menu:** região da *homepage* que apresenta *links* de acesso à páginas do *site* (AFONSO, 2000, p. 27)

**Blog:** página da *internet* atualizada com grande frequência com mensagens intituladas *posts*. Os *posts* podem ter imagens, textos e incluir *links* para *sites* que são do interesse do autor do *blog* (GOMES, 2005, p.8).

**Chat:** Forma eletrônica de diálogo ou bate-papo via Internet que se processa em tempo real. Existem *chats* de texto, de voz e de vídeo (SAWAYA, 1999, p. 76).

**Ciberespaço:** espaço de comunicação aberto pela interconexão mundial dos computadores e das memórias dos computadores. Essa definição inclui o conjunto dos sistemas de comunicação eletrônicos na medida em que transmitem informações provenientes de fontes digitais ou destinadas à digitalização (LÉVY, 1999, p. 92-93).

**Correio eletrônico (e-mail):** é um sistema de emissão por meio eletrônico cuja finalidade principal é a transmissão de conteúdo à distância. O funcionamento baseia-se na recepção de mensagens por intermédio da caixa de correio de uma pessoa até a caixa de correio de outra, similar ao correio postal (PAIVA, 2002, p. 25).

**Cross content:** lista de links relacionados ao conteúdo da página atual do *site* posicionada de forma estática (REIS, 2007, p.96).

**Download:** Processo de transferência de uma cópia de um arquivo presente em um computador para outro computador através da rede. O arquivo recebido é gravado em disco no computador local (SAWAYA, 1999, p. 146).

**Fórum (Fórum de discussão):** ferramenta para páginas da internet destinada a promover debates por meio de mensagens publicadas abordando uma mesma questão. Possui duas divisões organizacionais: a primeira por assunto e a segunda, uma divisão dos assuntos por tópicos. As mensagens são ordenadas por data, assim como os tópicos (VITOL, 2008, p.67).

**Funcionalidade:** estrutura de apresentação dos *sites* ou tudo o que possibilita avaliar a interatividade, navegabilidade, intertextualidade e parte estética de um *website* (PASSARELLI, 2007, p. 62).

**Hardware:** componentes eletrônicos, placas, *tempod*, CPU, tempo de canal, espaço de memória e outros equipamentos que formam um computador (SAWAYA, 1999, p. 210).

**Home (homepage):** página principal do *site* ou *website* cuja posição localiza-se no canto superior esquerdo da tela, no início de uma linha ou como o primeiro elemento de uma coluna (SAWAYA, 1999, p. 217).

**IRC:** Internet Relay Chat, desenvolvido na Finlândia por Jarkko Oikarinen em meados de 1980, é um serviços para comunicação em tempo-real na Internet. Consiste em um protocolo que permite a troca de mensagens textuais entre várias pessoas. Para ocorrer a comunicação, são necessários dois programas: o servidor e o cliente. Os servidores gerenciam o fluxo de mensagens, mantendo informações sobre o número de usuários, seus endereços eletrônicos, seus apelidos (nickname) e os canais nos quais estão ativos (OEIRAS; ROCHA, 2000, p.3).

**Interface de rede:** dispositivo que permite que duas ou mais unidades incompatíveis sejam interligadas em um sistema padrão de comunicação, permitindo que se transfiram dados entre eles (SAWAYA, 1999, p. 239).

**Internet:** Rede mundial de computadores e outros dispositivos interligados que possibilitam o acesso à informação nela disponibilizada (MAZONI, 2009, p. 61).

**Link:** ligação entre documentos e páginas da *internet*. Ligações entre páginas de um *site* (SAWAYA, 1999, p. 265).

**Menu suspenso:** representação gráfica que não ocupam espaço quando não são acionados (BATEIRA, 2009).

**Navegação:** ação de buscar recursos de informação ou realizar conexões por meio de diferentes computadores, acessando a Internet e utilizando-se de serviços como gopher, WWW e outros. O navegador viaja virtualmente pelo *ciberespaço* (AFONSO, 2000, p.32).

**Navegador de internet:** leitor gráfico de URLs ou *browser*. Qualquer programa utilizado para “leitura” de páginas WWW (World Wide Web). Exemplos: Netscape, Mosaic, Explorer, Google Chrome (AFONSO, 2000, p. 32).

**Newsgroup:** São grupos de discussões entre pessoas na Internet que compartilham interesses recíprocos e que trocam tráfegos regulares de mensagens. As mensagens trocadas por este grupo não são distribuídas via correio eletrônico, pois o acesso é possibilitado por um programa chamado *newsreader* (SAWAYA, 1999, p. 317).

**Newsreader:** é um programa que lê artigos em um sistema distribuído de discussões, que agrupa o conteúdo em uma hierarquia de assuntos relacionados com o *newsgroups*. O programa atua conectado a um servidor de notícias conectado à *Internet* e possibilita tanto o *download* quanto a divulgação de novos artigos. Sistema usado antes dos fóruns (SAWAYA, 1999, p.317).

**Protocolos de Comunicação:** Regras de procedimentos em formatos convencionais que, mediante sinais de controle, permitem transmissão ou recuperação de dados (SAWAYA, 1999, p. 375).

**Rede:** qualquer grupo de dois ou mais computadores interconectados (AFONSO, 2000, p.34).

**Redes Sociais:** Facebook (rede social geral), MySpace (rede social geral e de música), LinkedIn (rede social profissional), Flickr (rede social de compartilhamento de fotos), Doppl (rede social de viagens) e muitas outras são, de acordo com Boyd e Ellison (2007 apud SOUZA *et al*, 2011, p.4) sites que permitem a construção de uma personalidade através de um perfil ou página pessoal, a interação através de comentários e a exposição pública da rede social de cada pessoa .

**SAGE:** (Semi-Automatic Ground Environment), surgiu em 1955 para converter informações do radar em imagens para monitoramento e controle de vôos. Constitui-se como o primeiro sistema em larga escala de comunicação, controle e comando computadorizados (SAWAYA, 1999, p. 408).

**Salas de bate-papo:** “espaços” na internet onde os usuários podem conversar ao vivo por meio de mensagens escritas (SAWAYA, 1999, p. 76).

**Site** (*website*): local ou “endereço” onde um “certo” conteúdo está disposto na World Wide Web (WWW). Esse conteúdo é disponibilizado através de um ou mais arquivos feitos em linguagem HTML, interpretados pelos browsers e apresentados aos usuários através da interface gráfica do computador (SAWAYA, 1999, p. 432).

**Slide Show:** exibição de fotos conduzida por um computador que executa um *software* da apresentação (ZORZOS, 2009, p.3).

**Slogan:** frase concisa, marcante, geralmente incisiva, atraente, de fácil percepção e memorização que apregoa as qualidades e a superioridade de um produto, serviço ou idéia (RABAÇA; BARBOSA, 2001, p.435).

**Software:** Programas de computador ou instruções que o computador é capaz de entender e executar (MAZONI, 2009, p. 62).

**Telnet:** programa que oferece um meio de tornar o computador do usuário um terminal de forma a possibilitar a interação com qualquer computador compatível à *Internet* (PINHO, 2003, p. 88).