

Ano XXI, nº 167, janeiro de 2013

Folha da Embrapa

Um olhar sobre nós

Pesquisa mostra como a sociedade
avalia nossa empresa

(páginas 5, 6, 7 e 8)



Ministério da
Agricultura, Pecuária
e Abastecimento



Sumário

- 03 | Índice de Governança de Tecnologia da Informação avança na Embrapa
- 04 | Curtas
- 05 | Opinião do público, nossa bússola
- 09 | Quintais orgânicos, delícias à mesas
- 10 | Frutas para todos os gostos
- 12 | Nova era para a Fazenda Nhumirim

Caminhos para o futuro

A Pesquisa recente sobre a imagem da Embrapa realizada pela Meta Pesquisas de Opinião junto aos mais diversos públicos trouxe boas notícias, mas também indicou questões que merecem atenção.

Ao todo, foram ouvidos 123 dirigentes e supervisores, 600 empregados e 126 representantes de 14 segmentos de públicos externos definidos previamente por sua importância para a Empresa. Também foi realizada uma pesquisa quantitativa com 2.400 pessoas dos públicos externos.

Expressões como “motivo de orgulho”, “uma empresa que deu certo”, que “oferece produtos e serviços de qualidade”, “importante para o futuro do País”, “contribui para o desenvolvimento do País” e “competente para realizar pesquisa agropecuária” obtiveram alto grau de concordância entre a maioria dos entrevistados.

Os resultados são muito gratificantes para quem trabalha na Embrapa, mas por outro lado a pesquisa também mostrou que é preciso melhorar a comunicação e ampliar a interação com vários públicos relevantes para a Empresa, como agricultores familiares, órgãos de assistência técnica e extensão rural, parceiros como organizações estaduais de pesquisa e sementeiros.

Os resultados da pesquisa também indicam a necessidade de intensificar a transferência de tecnologia, atuar mais efetivamente no setor de sustentabilidade ambiental, aproximar-se da sociedade, em particular dos consumidores urbanos, fortalecer a comunicação com os públicos de interesse e reduzir a burocracia.

Confira os detalhes sobre esse trabalho, uma verdadeira bússola para orientar as ações da Empresa daqui por diante, nas páginas 5, 6, 7 e 8 desta edição do Folha da Embrapa. Boa leitura e até a próxima.

Os editores.

Correção



Na edição nº 166, na página 05, que traz um artigo de Frederico Ozanan sobre o pioneiro Eliseu Alves, foi publicado na sexta linha do sétimo parágrafo a seguinte frase: “... Eliseu afirmou o ‘amanhã a terra e a paz terás em vez de guerra’”. A frase correta é: “... Eliseu afirmou: ‘Amanhas a terra e a paz terás em vez de guerra’”

Participe do Folha da Embrapa

Pelo Malote

Envie sua sugestão para:
Editor-executivo do Folha da Embrapa
Secretaria de Comunicação (Secom) Sala
201, Sede da Embrapa

Por e-mail

Escreva para:
folhadaembrapa@embrapa.br



EXPEDIENTE - Folha da Embrapa é uma publicação editada pela Secretaria de Comunicação (Secom) da Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa), vinculada ao Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (Mapa). **Endereço:** Parque Estação Biológica s/nº Edifício Sede. **CEP:** 70.770-901 Brasília-DF. **Fones:** (61) 3448-4834 - **Fax:** (61) 3347-4860. **Presidente:** Maurício Lopes. **Diretores:** Waldyr Stumpf e Vania Castiglioni. **Chefe da Secretaria de Comunicação (Secom):** Gilceana Soares Moreira Galerani. **Coordenadora de Relações Públicas:** Tatiana Martins. **Coordenadora de Articulação e Estudos de Comunicação:** Heloiza Dias da Silva. **Coordenadora de Gestão da Marca e Publicidade:** Fernanda Muniz Junqueira Ottoni. **Coordenador de Jornalismo:** Jorge Duarte. **Supervisor de Divulgação Interna:** Fernando Gregio. **Fotolitagem, Impressão e Acabamento:** Embrapa Informação Tecnológica. **Fone:** (61) 3349-6530. **Editor-Executivo:** Eduardo Pinho Rodrigues, MTb/GO: 1073. **E-mail:** eduardo.rodrigues@embrapa.br. **Revisão final:** Marcela Esteves. **Editoreção Eletrônica:** André Scofano, Carlos Eduardo Felice Barbeiro, Roberta Barbosa e Lygia Akemi Kanegusuku.
Jornal impresso em papel feito a partir de madeira certificada e de fontes controladas.



Baixe o aplicativo QR Code no seu celular e fotografe o código ao lado para acessar o PDF online do jornal.

Índice de Governança de Tecnologia da Informação avança na Embrapa

Avaliação é feita pelo Tribunal de Contas da União e envolveu 337 instituições públicas

O Índice de Governança de Tecnologia da Informação (iGovTI) da Embrapa subiu de 0,54 (intermediário) em 2010 para 0,63 (aprimorado) em 2012. A avaliação é feita pelo Tribunal de Contas da União (TCU) e tem o objetivo de orientar as instituições públicas no seu esforço de melhoria em governança e gestão de TI. Esse resultado obtido pela Embrapa garantiu a 11ª colocação entre as empresas de economia mista ou públicas (50 órgãos) e o 40º lugar entre o universo de instituições públicas avaliadas (337 órgãos).

“O iGovTI foi criado para fornecer diagnósticos a essas instituições, permitir a comparação entre elas, estimular a melhoria da GovTI e criar estratégias de desenvolvimento em TI”, explica a chefe do Departamento de Tecnologia da Informação (DTI) da Embrapa, Edméia Leonor Pereira de Andrade. Na opinião dela, o bom resultado alcançado pela Embrapa na melhoria do iGovTI se deve à implantação do I Plano Diretor de Tecnologia da Informação (IPDTI) da Embrapa, que começou a ser executado em 2009.

Uma das diretrizes do I PDTI foi justamente “estabelecer um modelo de governança de TI na Embrapa que seja alinhado aos objetivos e às diretrizes estratégicas da Empresa (PDEs e PDUs) e que também seja aderente aos modelos, às normas, aos padrões de referência em TI disponíveis no mercado e no governo e às legislações vigentes”.

Ao todo, foram definidas oito diretrizes para o Plano, entre elas desenvolver processos, projetos e ações de TI de forma integrada e colaborativa com as Unidades; garantir que o acesso, o tratamento e o armazenamento de informações na Embrapa ocorram em conformidade com políticas e normas

que assegurem confidencialidade e integridade; atualizar continuamente a infraestrutura tecnológica (hardware e software); prestar atendimento aos clientes de TI em conformidade com os padrões de qualidade estabelecidos na Empresa; e promover o uso da TI na prática de negócios pela internet.

Segundo Edméia, entre os principais resultados de melhoria da TI nesse período estão ações estratégicas como a formalização do Conselho Gestor de Tecnologia da Informação (CGTI), dos Núcleos de Tecnologia da Informação (NTIs), do orçamento de TI para as Unidades, o mapeamento das competências de TI, descrição de 14 processos de técnicos e gerenciais de TI, publicação de cinco normas, novos sistemas de informação, implantação da central de serviços de TI e e-mail corporativo.

Desafio é alinhar TI ao processo de produção da Embrapa

“Agora, queremos avançar ainda mais com a implantação do II PDTI a partir deste ano”, destaca Edméia, lembrando que esta implantação é um dos dez Projetos Especiais da Presidência, elaborados pela diretoria-executiva da Empresa. De acordo com ela, o objetivo geral do II PDTI é “promover a TI como um componente essencial na governança corporativa e na melhoria, integração e efetividade dos processos, produtos e serviços gerados pela Embrapa”.

Além desse objetivo geral, o Plano se propõe a promover a institucionalização e consolidação do modelo de governança de TI na Embrapa; consolidar a TI como geradora de soluções tecnológicas para a agropecuária brasileira; efetivar a TI como componente estratégico do processo de produção da Embrapa; efetivar a TI como instrumento promotor da inteligência competitiva, da gestão do conhecimento e da segurança da informação na Embrapa; e desenvolver e manter competências para atender as necessidades de TI da Embrapa.

“O maior desafio da TI continua sendo o alinhamento ao Processo de produção da Empresa. Sem conhecer as necessidades de P&D, TT e Gestão em relação à TI não temos como planejar e desenvolver soluções que agreguem valor a esse processo. Portanto, precisamos do envolvimento das Chefias, dos CTIs, dos líderes de projetos para encontrarmos uma forma de fazer esse alinhamento contínuo”, assinala Edméia.

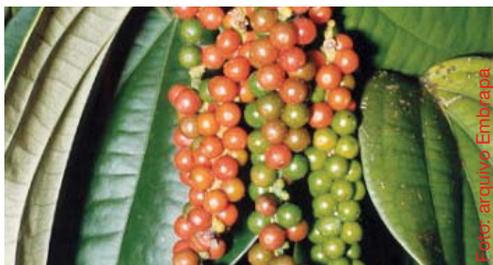
O II PDTI e o portfólio de ações de TI do II PDTI estão disponíveis em: https://intranet.embrapa.br/administracao_geral/tecnologia_da_informacao/pdti/ii_pdti/IIPDTI_Portfolio.pdf ■



Foto: Roger Crescencio

Criação de tambaquis

Pesquisas da Embrapa Amazônia Ocidental (Manaus, AM) com a utilização de aeradores na criação de tambaqui indicam que esse sistema pode aumentar a produtividade até quatro vezes em relação à média estadual. Os aeradores melhoram a qualidade da água, com maior disponibilidade de oxigênio, reduzindo o estresse dos peixes e evitando o surgimento de doenças e parasitos.



Pimenta-do-reino

Novo projeto da Embrapa Amazônia Oriental (Belém, PA) reúne dez tecnologias já existentes para a melhoria do sistema de produção de pimenta-do-reino no Pará. Durante os próximos três anos, técnicos e produtores vão ser capacitados para adoção das boas práticas nos municípios de Baião, Capitão Poço e Tomé-Açu (polo produtivo).



Indicação geográfica

A região da Campanha do Rio Grande do Sul, produtora de uva e de vinho há mais de 30 anos, teve o estabelecimento de um marco de diferenciação de sua vitivinicultura. Foi lançado, em Santana do Livramento, o projeto de desenvolvimento da Indicação Geográfica (IG) para vinhos finos e espumantes Vinhos da Campanha, a ser executado até 2015.

Conhecimento on-line

Toda a produção científica da Embrapa, além das coleções de periódicos e de e-books disponíveis nas 46 bibliotecas da instituição, agora está reunida em um único portal de busca. A nova Base de Dados da Pesquisa Agropecuária (BDPA) oferece 746.815 mil documentos indexados, entre livros, folhetos, capítulos de livros, separatas e artigos de periódicos, anais de eventos publicados nas últimas três décadas.

Empresa Cidadã

A Embrapa recebeu o Certificado Empresa Cidadã pelas informações sociais, ambientais e contábeis apresentadas em relatório ano-base 2011. O prêmio foi cedido pelo Conselho Regional de Contabilidade do Estado do Rio de Janeiro, Federação das Indústrias do Estado do RJ e Federação do Comércio do Estado do RJ. Agora, a Empresa se junta a outras grandes do mercado brasileiro, tais como Petrobrás, Vale, Gerdau.

Estudante do ano

O pesquisador da Embrapa Algodão (Campina Grande, PB) Liv Soares Severino recebeu o prêmio Estudante do Ano, concedido pela Associação para o Avan-

ço das Culturas Industriais – AAIC (sigla em inglês), em Sonoma, Califórnia. Estudante de doutorado em Agronomia na *Texas Tech University*, Liv foi indicado ao prêmio pela universidade, em reconhecimento pela pesquisa que vem desenvolvendo com a cultura da mamona.

Reconhecimento internacional

A pesquisadora Jalusa Deon Kich, da Embrapa Suínos e Aves (Concórdia, SC), recebeu do USDA (*United States Department of Agriculture*, equivalente ao Ministério da Agricultura brasileiro), uma premiação pelos projetos que desenvolveu entre 2011 e 2012 sobre salmonela em suínos. Jalusa foi para os Estados Unidos em maio de 2011 por intermédio do Labex-EUA. No programa de pesquisa desenvolvido por ela estão estudos sobre vacinas contra a salmonela e descobertas de antagonistas naturais à bactéria dentro do intestino dos suínos.

Monitoramento da seca premiado

Estudo desenvolvido pela equipe da Embrapa Monitoramento por Satélite (Campinas, SP), apresentado durante o VI Geonordeste, foi escolhido como o melhor trabalho do evento na área profissional. O estudo verificou o compor-

tamento da cobertura vegetal no Nordeste em relação ao padrão histórico da região e comparou os dados com as estimativas de chuva.

Nanotecnologia em debate

Foi realizada em Brasília a primeira reunião do Comitê Interministerial de Nanotecnologia (CIN), criado para assessorar os ministérios na integração da gestão, na coordenação e no aprimoramento das políticas, diretrizes e ações voltadas ao desenvolvimento do tema no Brasil. A Embrapa é a representante do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (Mapa) no comitê.

Nanopartículas de própolis

A tecnologia de nanopartículas de própolis, desenvolvida pela Embrapa Gado de Leite (Juiz de Fora, MG) – com apoio da Rede Agronano e colaboração de outras Unidades da Embrapa e universidades – obteve a terceira colocação mundial da competição *Idea to Product* (I2P), realizada no *Royal Institute of Technology*, na Suécia. A tecnologia serve como plataforma para desenvolvimento de outros produtos e potencializa seus efeitos farmacológicos com benefícios para a saúde humana e animal.

Opinião do público, nossa bússola

Jorge Duarte

Durante 2011 e 2012, pesquisadores da empresa Meta Pesquisas de Opinião foram a campo caracterizar a imagem da Embrapa junto a diferentes públicos. O objetivo foi buscar subsídios para compreender as percepções e demandas dos públicos de interesse, de modo a planejar o atendimento de suas expectativas.

A pesquisa foi a segunda desse porte (a primeira é de 2001) e envolveu dois tipos de públicos, externo e interno. Foram realizadas entrevistas em profundidade com 193 dirigentes e 30 supervisores dos NCOs, 600 empregados – inclusive lotados no exterior – e, ainda, 126 representantes de 14 segmentos de públicos externos definidos previamente por sua importância para a empresa.

Também foi realizada pesquisa quantitativa, mediante questionário estruturado (survey), com 2.400 pessoas dos públicos externos. Os entrevistados foram selecionados de forma aleatória a partir de um perfil determinado e de uma lista prévia de indivíduos e organizações, exceto a amostra de consumidores urbanos, cuja seleção foi feita a partir do cadastro do IBGE.

A pesquisa trouxe boas notícias, mas indicou questões que merecem atenção. Entre os aspectos mais positivos estão o fato de que há bastante similaridade entre a percepção dos públicos internos e externos sobre a Em-

brapa. Isso significa que a visão que a Embrapa tem de si e sua imagem pública estão alinhadas.

Especificamente nos 14 públicos externos, ficou claro que a avaliação é majoritariamente positiva. Na pesquisa quantitativa, quando o entrevistado era solicitado a indicar, de 1 a 5, o grau de sua satisfação com a Embrapa, a grande maioria dos entrevistados registrou avaliação acima de 4.

Trabalhar na Embrapa é motivo de orgulho

Para os entrevistados a Embrapa é “motivo de orgulho”, “uma empresa que deu certo” e que oferece produtos e serviços de qualidade, afirmativas com índice de concordância maior que 4,5. Mesmo as afirmativas que obtiveram menor concordância alcançaram índices entre 4 e 4,1.

As afirmativas com as quais os públicos concordam menos referem-se a Embrapa “ser uma fonte de informação acessível a todos”, “estar preocupada em ajudar as pequenas empresas”, “responder às expectativas da sociedade” e “sempre ter uma solução adequada para os problemas que surgem na agricultura”.

Em outra série de perguntas, as afirmativas relacionadas à Embrapa “é importante para o futuro do País”,

“contribui para o desenvolvimento do País” e “é competente para realizar pesquisa agropecuária” foram destaque, com concordância superior a 4,45. Nesse bloco, a afirmativa de menor concordância foi “contribui para a sustentabilidade da agricultura brasileira”, com 4,23, ainda bastante alta.

“Muitas das pesquisas que a Embrapa faz hoje são com culturas e atividades que não têm uma lucratividade e por isso não são áreas de atuação por instituições privadas, mas têm um papel fundamental no desenvolvimento da sociedade, na agricultura familiar, nas pequenas comunidades trazendo melhorias na qualidade de vida dessas famílias”, disse um entrevistado de Belo Horizonte, de 44 anos, que trabalha em um instituto de pesquisa.

De forma geral, a atuação da Embrapa foi bem avaliada, com média 4,14, de um teto de 5. “Falou em Embrapa, falou em credibilidade de quadro técnico”, comentou um entrevistado de Porto Alegre, de 61 anos, assistente técnico estadual de reforma agrária e engenheiro agrícola.

A melhor avaliação veio dos órgãos de fomento, com 4,55. Os atributos com aprovação menos positiva foram a comunicação com os públicos, e a realização de pesquisa e geração de tecnologia na área de energia (agroenergia/energia renováveis).

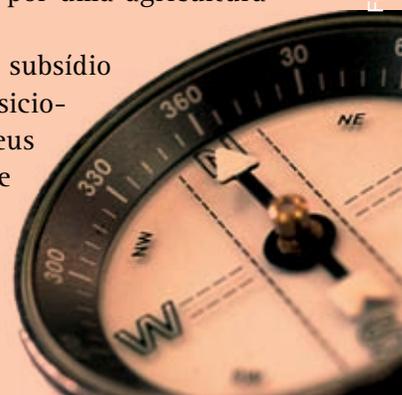
► O que é preciso melhorar?

Heloiza Dias da Silva, coordenadora de Estudos e Articulação em Comunicação (CEC) da Secretaria de Comunicação (Secom), afirma que “os resultados são muito gratificantes para quem trabalha na Embrapa, uma Empresa hoje muito bem avaliada por todos os públicos”.

Há, entretanto, sinalização de exigências. “Precisamos fortalecer os aspectos positivos e qualificar os atributos em que não fomos tão bem”, destaca. Para ela, é preciso melhorar a comunicação e realizar ações técnicas e gerenciais com vários públicos relevantes – em particular com agricultores familiares, órgãos de assistência técnica e extensão rural, parceiros como organizações estaduais de pesquisa e consumidores.

A chefe da Secom, Gilceana Galerani, ressalta que um dos desafios indicados pela pesquisa é o reforço da imagem da Embrapa como empresa de inovação, que trabalha em parceria com diversas instituições por uma agricultura sustentável e competitiva.

“A pesquisa é um importante subsídio para redirecionar a atuação e o posicionamento da Embrapa diante de seus públicos e ajuda na definição de ações de comunicação, pesquisa e desenvolvimento, transferência de tecnologia e de desenvolvimento institucional”, avalia.



O desafio da agricultura familiar e dos pequenos produtores

A maioria dos entrevistados, em todos os públicos, considera o trabalho da Embrapa como ótimo (55%) ou bom (29%). As melhores avaliações partem, pela ordem, da imprensa, órgãos de fomento, institutos de pesquisa agropecuária, estudantes e poderes Executivo e Legislativo.

O que preocupa é que parte de importantes públicos consideram o trabalho da Embrapa apenas como regular. São as ONGs, pequenos produtores rurais e cooperativas, consumidores urbanos e grandes e médios produtores rurais.

Boa parte dos entrevistados dos públicos externos disse não conhecer a atuação da Embrapa no exterior (53,4%), mas considera importante a presença internacional (72,1%). Uma das perguntas para os públicos externos era sobre em que áreas a Embrapa deveria aumentar a atuação. O resultado indica que deve ser junto à agricultura familiar (35%), aos pequenos produtores rurais (18,1%), no setor de agricultura em geral (11,3%) e em sustentabilidade ambiental (9,1%).

Em outra série, que avaliou a percepção geral sobre a Embrapa, a maioria dos entrevistados concorda que a Empresa é idônea e atuante. O número que chama a atenção é o comparativamente alto índice de pessoas que veem a Embrapa como burocrática (43,6%). Os maiores índices, nesse caso, estão entre os estudantes (62% a veem assim), multiplicadores de sementes e

mudas (57,5%) e comunidade científica e acadêmica (50,7%).

“Ela fica muito dispersa. Quando você quer acessar uma informação sobre agricultura você tem que primeiro identificar qual Embrapa, se é a do feijão ou a do semiárido. Então é um ambiente muito difícil pra quem tá de fora achar a informação que precisa”, justifica um entrevistado de uma ONG de São Paulo, que é pesquisador socioambiental.

Acho que a questão é que a pesquisa é muito fechada na Empresa”

Estudante de Agronomia, 23 anos

Um dos principais desafios sinalizados pelos públicos é fortalecer a imagem da Embrapa como uma Empresa ligada à inovação. Para os profissionais do setor, a inserção da Embrapa é apenas boa (66,7%) enquanto 16,7% consideram ótima e 12,2% acham que é regular.

Os resultados da pesquisa também indicam a necessidade de intensificar a transferência de tecnologia por meio do fortalecimento dos órgãos de assistência técnica e extensão rural, atuar mais efetivamente no setor de sustentabilidade ambiental, aproximar-se da sociedade, em particular dos consumidores urbanos,

fortalecer a comunicação com os públicos de interesse e reduzir a burocracia.

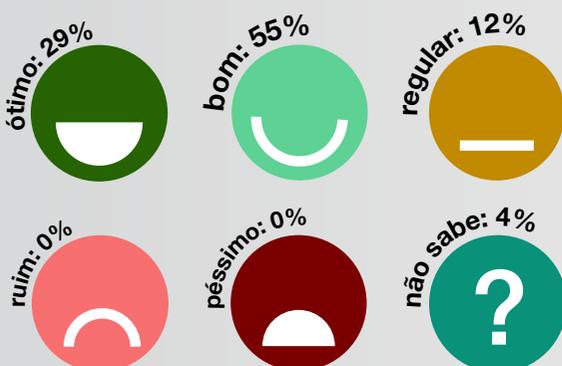
Agentes de transferência de tecnologia, organizações estaduais de pesquisa, multiplicadores de sementes e pequenos produtores rurais deveriam, segundo os pesquisados, receber atenção especial neste momento, mantendo-se, claro, a atuação com os demais.

Os entrevistados entendem ser necessário focar melhor a geração de tecnologia para viabilizar a sustentabilidade dos agricultores familiares e, ao mesmo tempo, criar mecanismos eficientes para que os produtos e serviços da Empresa cheguem até esse público.

A dificuldade de a Embrapa alcançar os produtores rurais é atribuída ao pouco apoio, fomento e parceria com órgãos de assistência técnica e extensão rural. Segundo os entrevistados “embora a transferência de tecnologia diretamente ao produtor não seja vista como atribuição da Empresa, o sucesso da aplicação das tecnologias e conhecimentos desenvolvidos pela Embrapa depende da atuação dos órgãos de transferência”.

“O ponto negativo é a parte que essa pesquisa tem que passar pela parte da extensão, e muitas vezes ela não chega até o produtor, não chega até a faculdade, ou demora muito pra chegar. Acho que a questão é que a pesquisa é muito fechada na Empresa”, avalia um estudante de Agronomia, de 23 anos, que mora em Porto Alegre.

Avaliação do trabalho da Embrapa



Avaliação das áreas de atuação da Embrapa



Áreas em que Embrapa deve melhorar*

3+ indicados

- 35,5%** Agricultura familiar
- 11,3%** Pesquisa no setor da agricultura
- 18,1%** Pequenos produtores rurais

3- indicados

- 1,7%** Auxílio a países subdesenvolvidos
- 1,5%** Apoio à comunidades tradicionais
- 0,5%** Publicação de artigos científicos

*Os entrevistados puderam escolher mais de uma opção

Dirigentes avaliam os últimos 10 anos

Na primeira etapa da pesquisa foram entrevistados 193 empregados em cargos de chefia de todas as unidades centrais e descentralizadas, inclusive líderes de projetos. Entre os resultados obtidos estão a percepção desses dirigentes sobre as principais mudanças sofridas pela Empresa nos últimos 10 anos: Lógica da pesquisa – era mais básica, hoje é mais focada na aplicação e em resultados práticos; aumento das demandas; aumento da burocratização; internacionalização; envolvimento da Embrapa com programas governamentais e políticas públicas; foco nas questões de sustentabilidade e meio ambiente; estrutura organizacional; melhoria na comunicação com os públicos externos.

Para seus dirigentes, a Embrapa constitui-se hoje em uma Empresa sólida, com grande atuação e importância no contexto da pesquisa e desenvolvimento de tecnologia no setor agropecuário e com muitas oportunidades no País e no exterior. Destacam, entretanto, que a Empresa deve manter o foco e a objetividade de sua atuação e ganhar agilidade para implementar e desenvolver projetos no atual ambiente competitivo.

Para seus dirigentes, a Embrapa constitui-se hoje em uma Empresa sólida, com grande atuação e importância no contexto da pesquisa e desenvolvimento de tecnologia no setor agropecuário e com muitas oportunidades no País e no exterior. Destacam, entretanto, que a Empresa deve manter o foco e a objetividade de sua atuação e ganhar agilidade para implementar e desenvolver projetos no atual ambiente competitivo.

Nossos Desafios

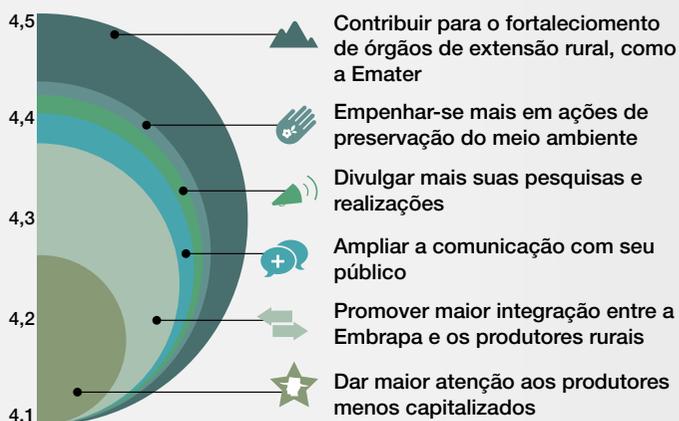
Chama a atenção, na avaliação conjunta dos resultados, a percepção sobre os principais desafios da Empresa. Dentre os entrevistados dos públicos externos, 35,5% acreditam que a Embrapa deve aumentar seus esforços a favor da agricultura familiar e 18,1% dizem que a Embrapa deve atuar mais fortemente junto aos pequenos produtores rurais.

Os públicos externos também entendem ser necessário que a Embrapa invista mais na área de agricultura familiar destacam-se os agentes de transferência de tecnologia, a comunidade científica, a imprensa, os poderes Executivo e Legislativo e os produtores rurais.

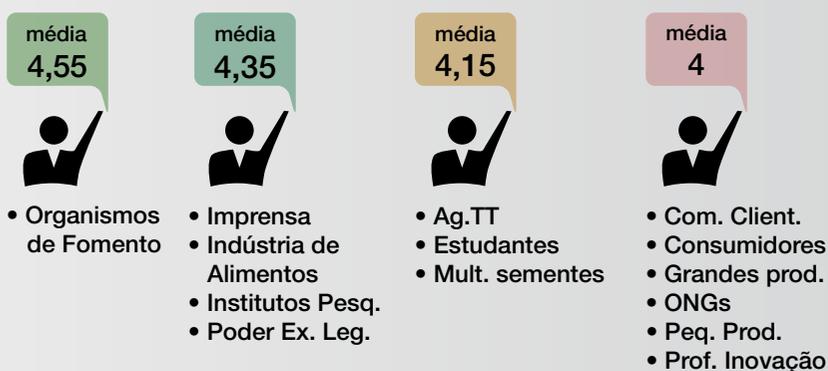
De forma geral, públicos internos e externos consideram como desafios atuais para a Empresa:

- Atuação mais efetiva junto à agricultura familiar e pequenos produtores rurais;
- Intensificação da transferência de tecnologia por meio do fortalecimento dos órgãos de assistência técnica e extensão rural;
- Ênfase maior em pesquisas e geração de tecnologias voltadas para a sustentabilidade ambiental;
- Maior aproximação com a sociedade, em especial com os consumidores urbanos;
- Fortalecimento da comunicação com os principais segmentos de públicos;
- Redução da burocracia institucional.

Atribuições da Embrapa (grau: 1 a 5)



Avaliação da Embrapa por segmento de público (grau: 1 a 5)



É bom saber!

Do total de 2.696 pessoas contatadas pelos pesquisadores, apenas 1,9% declararam não conhecer a Embrapa. Destes, 37,5% pertencem ao grupo público urbano, 10,8% às ONGs, 8,4% aos produtores rurais e cooperativas e 8,2% à indústria transformadora de alimentos.

As mídias sociais mais utilizadas pelos públicos da Embrapa são Facebook (37%), Twitter (11%) e YouTube (10%).

Para os públicos externos, a Embrapa melhorou sua atuação nos últimos 10 anos – 67,7% acreditam nisso. Os públicos que têm opinião mais forte nesse sentido são, pela ordem, estudantes, imprensa, poderes Executivo e Legislativo e agentes de transferência de tecnologia – 75% deles, pelo menos, interpretam deste modo. Os segmentos em que os índices são menores são os multiplicadores de sementes (12,5% acreditam que piorou) e ONGs (11,1%).

Dos entrevistados ligados à órgãos estaduais de pesquisa, assistência e extensão (OEPAs) 57% avaliam que a relação é boa ou ótima, mas 26% dizem que é regular, ruim ou péssima. Para 75,5% dos entrevistados do Poder Legislativo, a relação com a Embrapa é ótima ou boa. Para 80%, a contribuição para as discussões no Congresso Nacional é ótima ou boa.

Para 77,8% dos entrevistados do Poder Executivo, a inserção da Embrapa nos programas de governo é ótima ou boa.

Seriedade, idoneidade e eficiência da atuação são destacados como pontos positivos da Embrapa, por todos os segmentos. Atributos como modernidade, inovação, agilidade, dinamismo e rapidez são presentes e positivos, mas menos associados à Empresa pelo público externo.

Há um empate entre as duas principais fontes de acesso a informações da Embrapa: TV (44%) e Internet (43%). Logo depois vêm jornais (22%), técnicos (12%), revistas (11%) e material de divulgação (9%).

Entre os desafios de comunicação estão trabalhar de maneira segmentada com os públicos e incorporar mais efetivamente as novas mídias e plataformas.

Para 64% da comunidade acadêmica a produção científica da Embrapa é ótima ou boa. Apenas 9,3% acham que é regular.

O público que mais acessa regularmente o site da Embrapa são os agentes de transferência de tecnologia, mas o que mais utiliza as informações são os organismos de fomento.

A Embrapa é vista como uma empresa que atua em diversos segmentos da agricultura. Grande parte dos entrevistados acredita que a Embrapa contribui para que a sociedade consuma produtos mais saudáveis e baratos.

Os jornalistas consideram que a qualidade de informação da Embrapa é Boa (54%) e Ótima (34%).

Cerca de 80% dos consumidores urbanos não percebe os impactos da Embrapa no seu dia a dia.

A relação com a Embrapa é boa ou ótima para 71,9% dos jornalistas ouvidos, mas 65% do total de todos os entrevistados acreditam que a imprensa divulga o trabalho da Embrapa apenas eventualmente.

► Públicos Externos Pesquisados

- Agentes de Transferência de Tecnologia
- Comunidade Científica e Acadêmica
- Consumidores Urbanos
- Estudantes da área correlatas à atuação da Embrapa
- Grandes e médios produtores rurais e Cooperativas
- Imprensa
- Indústria de alimentos
- Institutos de Pesquisa Agropecuária
- Multiplicadores de Sementes e Mudanças
- ONGs
- Organismos de Fomento
- Pequenos produtores rurais e cooperativas
- Poderes Executivo ou Legislativo
- Profissionais ligados à Inovação ■

Quintais orgânicos, delícias à mesa

Proposta é melhorar a saúde da população e a renda de comunidades carentes

Cristiane Betemps

Mais do que um quintal com frutas, o projeto *Quintais Orgânicos de Frutas*, da Embrapa Clima Temperado (Pelotas, RS), busca o princípio da produção orgânica, a segurança alimentar e ambiental de comunidades carentes em áreas rurais e urbanas, envolvendo os agricultores familiares, assentados da reforma agrária, quilombolas, indígenas e escolas do campo e cidade.

Cada quintal possui cinco mudas de 18 espécies de frutas, escolhidas em função de suas características nutricionais e medicinais e por se adaptarem bem aos solos e ao clima da região de clima temperado. A pitanga é uma das escolhidas, pelas suas propriedades medicinais, além do pêssego, figo, laranja, amora-preta, cereja-do-rio-grande, araçá, goiaba, caqui, videira, romã, tangerina, limão, guabiju, araticum, uvaia, jabuticaba e guabiroba.

Também são produzidas mudas de araucárias e distribuídas às comunidades indígenas guaranis no Estado do Rio Grande do Sul. Atualmente foram incluídos a produção de feijão, milho, hortaliças, abóbora, melancia e outros, totalizando 28 alimentos no interior de cada quintal.

Segundo o responsável pelo projeto, o analista Fernando Costa Gomes, a expectativa é de que os beneficiários apropriem-se das tecnologias e tenham

um comportamento empreendedor. “A intenção é contribuir com a segurança alimentar, com alimentos produzidos o ano inteiro, agregar valor aos produtos, incrementar os rendimentos e torná-los mais autoconfiantes em busca de desenvolvimento”, comentou.

De 2004 a 2012, foram implantados 1.348 quintais com mais de 269 mil plantas, sendo 101.100 frutíferas e o restante de quebra-ventos, atingindo 42.302 beneficiários diretos, em 115 municípios do sul do Brasil e também do Uruguai.

Pitanga pode ajudar no combate ao câncer

Resultados parciais de uma pesquisa desenvolvida pela Embrapa Clima Temperado e Faculdade de Farmácia e Bioquímica da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS) mostram que a pitanga, uma fruta nativa do Mercosul – Brasil, Argentina e Uruguai – pode funcionar como anti-inflamatório nas células.

Em busca de alternativas para a dieta das pessoas, o professor e pesquisador norte-americano Michael Wargovich, da Universidade da Carolina do Sul, é parceiro nas investigações. Segundo ele, a fruta diversos compostos bioativos, os quais podem reduzir o processo de disseminação de células cancerígenas no organismo.



O agricultor familiar Felix Duarte agora produz pitanga

As razões para o uso da pitanga são o seu baixo custo, a possibilidade de ser consumida diretamente, além da própria comercialização, suas variedades e seleções serem acessíveis ao estudo e posterior consumo.

Uma das pesquisadoras envolvidas nessa ação é Marcia Vizzoto, do setor de Fruticultura/Alimentos Funcionais. Ela explica que a sua tarefa é identificar material genético com potencial e fazer a extração dos compostos. A UFRGS realiza a identificação desses compostos e a universidade norte-americana faz os testes de laboratório *in vitro* em células de câncer em crescimento. Os compostos bioativos contidos em frutas vermelhas, como a pitanga, são sinalizadores para redução da proliferação das células cancerígenas em ratos geneticamente modificados (portadores da doença). “Na pesquisa em laboratório, os extratos reduziram as células cancerígenas, mas os resultados posteriores foram confusos e, por isso, os testes estão sendo repetidos”, conta a pesquisadora, que também desenvolve projetos com amora e mirtilo.

Conforme os resultados, a pesquisa deve recomendar o consumo de pitangas como parte de uma dieta equilibrada. ■



1

2

3

Frutas para todos os gostos

Embrapa apresenta novas variedades que devem conquistar produtores e consumidores nos próximos anos

A contribuição da Embrapa para a agricultura brasileira vai muito além de sua atuação no mercado de grandes commodities. Prova disso são as oito novas variedades de frutas apresentadas recentemente pela Empresa para produção em várias regiões brasileiras: o cupuaçu BRS Carimbó, a banana BRS Platina, o maracujá BRS Rubi do Cerrado, as cultivares de pêssego BRS Fascínio e BRS Regalo, as uvas BRS Vitória e BRS Magna, e o limão tahiti BRS Passos.

“Nossa atuação vai muito além de culturas como soja, algodão e milho. A Embrapa tem mais de 50 programas de melhoramento”, destaca o presidente Maurício Lopes. Na avaliação dele, poucas empresas no mundo têm a capacidade de apresentar oito cultivares de frutas num espaço de tempo tão curto, o que amplia as oportunidades não só para os produtores, mas também para os consumidores. “Afim, cada vez mais a sociedade está consciente sobre a importância para a saúde de se consumir frutas diariamente”, ressalta.

BRS Carimbó

Produz boa quantidade de frutos e serve tanto para produção de polpa quanto de sementes. A grande vantagem da nova cultivar de cupuaçu desenvolvida pela Embrapa Amazônia Oriental (Belém, PA) é sua resistência à vassoura-de-bruxa, doença que dizima pomares e pode causar prejuízos de até 70%.

Sua produtividade chega a ser 2,5 vezes maior do que a média de produtividade do Estado do Pará. Aos oito anos de idade, na fase adulta dos pomares, cada planta produzirá, em média, por safra, cerca de 18 frutos com 1.600 gramas cada. Isso significa um diferencial de 50% em relação à produção média paraense.

BRS Platina

Os frutos da BRS Platina - a primeira cultivar de bananeira do tipo Prata protegida pela Embrapa - são muito semelhantes aos da banana-prata Anã, tanto na forma quanto no sabor.

Desenvolvida pela Embrapa Mandioca e Fruticultura Tropical (Cruz das Almas, BA), a principal característica desta cultivar de banana é a resistência ao mal-do-Panamá e a tolerância à sigatoka-amarela. O rendimento de frutas de primeira qualidade é de aproximadamente 90%, o que representa maior lucratividade ao produtor.

BRS Rubi do Cerrado

Maior resistência ao transporte, coloração de polpa amarelo forte - o que representa maior quantidade de vitamina C -, maior tempo de prateleira e bom rendimento de polpa são algumas das características do híbrido de maracujazeiro azedo BRS Rubi do Cerrado, desenvolvido pela Embrapa Cerrados (Planaltina, DF).

A nova cultivar produz aproximadamente 50% de frutos de casca vermelha ou arroxeadas com peso de 120 a 300 gramas. Na região do Distrito Federal e Mato Grosso, dependendo das condições de manejo da cultura, pode atingir produtividades superiores a 50 t/ha no primeiro ano de produção.

A BRS Rubi do Cerrado apresenta maiores níveis de resistência às principais doenças do maracujazeiro (virose, bacteriose, antracnose e verrugose) e foi recomendada inicialmente para o estado do Mato Grosso e para o Distrito Federal, não se adaptando a regiões sujeitas a geadas e solos encharcados.



4

Foto: João Dimas Garcia Maia



5

Foto: arquivo Embrapa



6

Foto: arquivo Embrapa



7

BRS Fascínio

Esta cultivar de pêsego produz frutos grandes, de polpa branca, sabor doce, consistência firme e boa produtividade. As características mais importantes são o tamanho das frutas e a firmeza da polpa. Durante a fase de validação, a produção em plantas adultas chegou a cerca de 90kg/planta. A nova cultivar foi desenvolvida pela Embrapa Clima Temperado (Pelotas, RS) e seus frutos são recomendados para consumo in natura.

BRS Regalo

Também lançada recentemente pela Embrapa Clima Temperado, esta cultivar de pêsego tem polpa branca e doce, apresenta ótima estabilidade de produção e é indicada para o Sul do País. A cultivar atende a uma demanda de consumidores do centro do país, como São Paulo e Paraná, que têm preferência por pêsegos de polpa branca e doce. Além disso, contempla uma solicitação dos agricultores ao apresentar uma boa estabilidade de produção, um dos fatores importantes para o setor produtivo.

BRS Vitória

Cultivar de uva preta sem semente desenvolvida pela Embrapa Uva e Vinho (Bento Gonçalves, RS), de sabor aframbosado e agradável, sendo recomendada para o consumo in natura. Sua produção é vigorosa e fértil, seu ciclo de produção é precoce, e pode ser cultivada com sucesso nas regiões noroeste de São Paulo e Minas Gerais, norte do Paraná e no Vale do Submédio São Francisco. Além disso, é a primeira cultivar brasileira de uva sem semente tolerante ao mildio, principal doença fúngica da videira, que pode infectar todas as partes verdes da planta causando maiores danos quando afeta as flores e os frutos.

BRS Magna

Também desenvolvida pela Embrapa Uva e Vinho, é recomendada para elaboração de suco varietal ou em corte com outras cultivares visando à melhoria do sabor, cor e doçura. Apresenta boa adaptação climática, podendo ser cultivada em condições de clima temperado e tropical úmido.

BRS Passos

A cultivar de limão tahiti é uma alternativa de produção para a entressafra no Distrito Federal e Entorno. Sua característica principal é a produção elevada na entressafra (julho até novembro), com adequado manejo de adubação para esta finalidade. No Distrito Federal, a produção do limão cai em até 80% na entressafra, e a caixa do produto já chegou a ser vendida por até R\$ 80,00, enquanto que na safra o preço é de cerca de R\$ 5,00. É boa alternativa para a agricultura familiar, já que, mesmo numa área de produção muito pequena, o limão gera lucro.

BRS 366

O clone de aceroleira BRS 366 (Jaburu) foi lançado pela Embrapa Agroindústria Tropical (Fortaleza, CE) em parceria com a empresa Nutrilite. A variedade é produzida pelo sistema de produção orgânica, uma inovação nessa área. Além disso, possui diversas vantagens aos produtores: a safra distribuída ao longo de todo o ano, com valores baixos apenas nos meses de junho e julho, e a precocidade na produção são algumas delas.

Confira na próxima edição do Folha da Embrapa uma reportagem mostrando como essa cultivar está beneficiando pequenos agricultores da Região Nordeste.

Nova era para a Fazenda Nhumirim

Campo Experimental da Embrapa Pantanal recebe benefícios como energia elétrica, internet e telefonia rural

Thiago Coppola

A Embrapa Pantanal (Corumbá, MS) entra em uma nova fase para as pesquisas de campo. É que o Campo Experimental da Unidade “Fazenda Nhumirim”, localizado no Pantanal da Nhecolândia, conta agora com luz, internet e telefonia rural. Com um investimento superior a R\$ 2 milhões, obtidos por meio do Programa de Fortalecimento e Crescimento da Embrapa – PAC Embrapa –, a energia e a comunicação já estão fazendo parte do cotidiano das pesquisas de campo.

O investimento também está beneficiando outras fazendas e comunidades por onde passa a rede de transmissão elétrica, pois para que a energia chegue até o campo experimental, uma rede de transmissão atravessa o Porto da Manga e segue pela Estrada Parque. “A constante busca pelo recurso foi fundamental para que o sucesso fosse atingido. O mais importante é saber que muitos serão beneficiados com a conquista, quer sejam funcionários, estagiários, pesquisadores, moradores da fazenda, pecuaristas e população que mora ao entorno”, comenta a chefe-adjunta de Administração da Unidade, Rivaldália Alencar.

Apenas agora é possível fazer alguns tipos de pesquisa

A Embrapa Pantanal mantém na sub-região de Nhecolândia, no Pantanal Sul-Matogrossense, pesquisas de campo relacionadas aos mais diversos

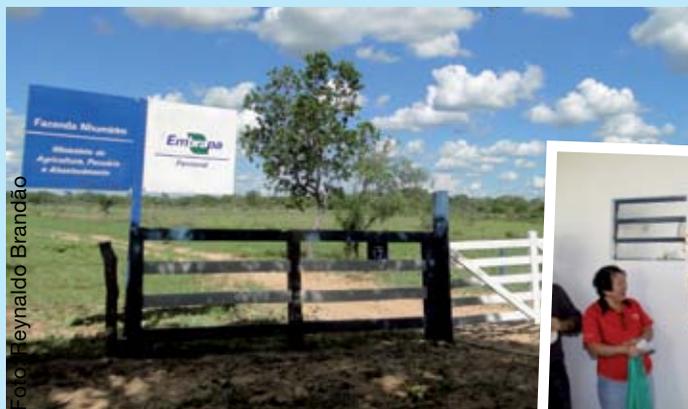


Foto: Reynaldo Brandão

temas para o desenvolvimento sustentado do Pantanal. Cerca de 20 pesquisadores transitam rotineiramente entre a sede e o campo experimental para realização de suas pesquisas.

Antes da energia elétrica, todo o material genético que deveria ser conservado era transportado até a sede da Unidade, a 160 quilômetros do campo experimental, em estrada de terra no meio do Pantanal, numa viagem de cerca de cinco horas. Com a chegada da energia elétrica, muitas pesquisas que não poderiam ser executadas agora passam a ser realidade, como a conservação de material genético em equipamentos refrigerados, instalação de estufas para secagem de material genético e moinhos para pesquisas, facilitando as pesquisas e trazendo resultados com maior qualidade e maior agilidade.

“A partir da entrega da energia elétrica, a fazenda parte para uma nova fase, com benefícios imensuráveis à pesquisa e aos colaboradores que lá vivem. Além disso, passa a pertencer ao mundo, devido à disponibilidade da internet e telefone rural, destaca a Chefe-Geral da unidade, Emiko Resende.



Foto: Thiago Coppola

“A comunicação vai ser muito importante para os que moram na fazenda, pois não podíamos nos atualizar, saber as notícias em primeira mão e realizar cursos oferecidos pela Embrapa. Agora com a internet e telefone, tudo vai ficar mais fácil. Podemos até fazer um curso de inglês on-line com esse novo recurso”, conta entusiasmado o assistente Cleomar Berselli.

Na Fazenda Nhumirim moram sete famílias e seis empregados solteiros que trabalham de forma integral na condução dos experimentos do campo, além de bolsistas, estagiários e professores parceiros de universidade. Com a energia, o acondicionamento das refeições se torna mais fácil.

Para o Núcleo de Comunicação Organizacional da Unidade (NCO), a conquista também é importante, pois agora o jornal interno online da Embrapa Pantanal poderá ser acessado também pelos funcionários da fazenda. Será possível ainda receber melhor jornalista e parceiros em quartos com ar-condicionado, o que facilita a recepção, uma vez que a temperatura em Corumbá varia entre 34 a 40 graus. ■