

II Plano Diretor da Embrapa Informação Tecnológica

2004–2007



Embrapa

República Federativa do Brasil

Luiz Inácio Lula da Silva
Presidente

Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento

Roberto Rodrigues
Ministro

Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária

Conselho de Administração

Luis Carlos Guedes Pinto
Presidente

Silvio Crestana
Vice-Presidente

Alexandre Kalil Pires
Cláudia Assunção dos Santos Viegas
Ernesto Paterniani
Hélio Tollini
Membros

Diretoria-Executiva

Silvio Crestana
Diretor-Presidente

José Geraldo Eugênio de França
Kepler Euclides Filho
Tatiana Deane de Abreu Sá
Diretores-Executivos

Embrapa Informação Tecnológica

Fernando do Amaral Pereira
Gerente-Geral

Marlene de Souza Costa de França
Gerente-Adjunta de Administração

Lillian Alvares
Gerente-Adjunta de Produção

Mayara Rosa Carneiro
Gerente-Adjunta de Organização da Informação

*Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária
Embrapa Informação Tecnológica
Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento*

II Plano Diretor da Embrapa Informação Tecnológica

2004–2007

*Brasília, DF
2005*

Exemplares desta publicação podem adquiridos na:

Embrapa Informação Tecnológica

Parque Estação Biológica (PqEB), Av. W3 Norte (final)
70770-901 Brasília, DF
Fone: (61) 3440-9999
Fax: (61) 3272-4168
vendas@sct.embrapa.br
www.sct.embrapa.br

Coleta, compilação de dados e redação

Comissão de Avaliação Estratégica (Cave)
Marlene de Sousa Costa de França (coordenação)
Allert Rosa Suhet
Maria José de Oliveira
Osmar Rodrigues de Faria
Rúbia Maria Pereira

Colaboração

Comitê Assessor Externo (CAE)
Tatiana Deane de Abreu Sá
Fernando do Amaral Pereira
Eduardo Paulo de Moraes Sarmiento
Aparecida Matos
Elenara Almeida
Emir Suaiden
Sandra Recaldi
Guido Heleno
Hamilton Pereira
José Hamilton Ribeiro
José Rincon
Rodrigo Assumpção

Coordenação editorial

Lillian Alvares
Lucilene Maria de Andrade

Revisão de texto e tratamento editorial

Raquel Siqueira de Lemos

Projeto gráfico e capa

Carlos Eduardo Felice Barbeiro

Fotos da capa

Feliciano Alves de Araújo

1ª edição

1ª impressão (2005): 400 exemplares

Todos os direitos reservados.

A reprodução não autorizada desta publicação, no todo ou em parte, constitui violação dos direitos autorais (Lei nº 9.610).

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
Embrapa Informação Tecnológica

Embrapa Informação Tecnológica.

II Plano Diretor da Embrapa Informação Tecnológica :
2004-2007. Brasília, DF : Embrapa Informação Tecnológica,
2005.

42 p.

1. Informação científica. 2. Informação tecnológica.
3. Pesquisa agropecuária. 4. Planejamento. 5. Publicação.
I. Título.

CDD 070.594

Apresentação

Este II Plano Diretor da Embrapa Informação Tecnológica (II PDU/SCT 2004-2007), pautado no IV Plano Diretor da Embrapa: 2004-2007 (IV PDE 2004-2007), bem como em diretrizes do governo federal, estabelece as grandes linhas de orientação para as atividades a serem desenvolvidas por esta Unidade no referido quadriênio.

No âmbito dessas orientações, a Embrapa Informação Tecnológica planeja, fundamentalmente, dar continuidade a diversas ações já em andamento, as quais, no decorrer de sua existência, resultaram em reconhecimento público interno e externo e contribuíram para alçar o conhecimento gerado pela excelência da pesquisa da Embrapa em informação disponível para públicos acadêmicos e técnico-científicos. Planeja, ainda, criar e potencializar ações de organização e de disseminação da informação para populações excluídas, como forma de contribuir para a democratização do acesso ao conhecimento. Agindo assim, estará impulsionando a formulação e execução de políticas públicas voltadas ao desenvolvimento de imensas parcelas da população.

Para agir contra o círculo vicioso da exclusão tecnológica, que gera, numa relação perversa de causa e efeito, a exclusão social, a Embrapa Informação Tecnológica pretende disponibilizar informações editadas em linguagem, estilo, mídia e suporte adequados a diversos segmentos da sociedade, priorizando públicos que se encontram excluídos do processo de acesso ao conhecimento.

Esta Unidade se propõe a buscar o fortalecimento das parcerias: internas à empresa, numa relação de co-responsabilidade e de respeito mútuo que valorize o conhecimento gerado pela pesquisa científica da Embrapa ao torná-lo público e acessível, bem como a conquistar o reconhecimento de seus profissionais como integrantes do processo de difusão democrática do conhecimento; e externas, buscando, incrementando e envolvendo os mais diversos setores governamentais e da sociedade, numa estratégia de congregação de esforços.

Além disso, a Embrapa Informação Tecnológica conta também com o apoio do Comitê Assessor Externo (CAE), integrado por 13 especialistas de instituições públicas, privadas e do terceiro setor, o qual a assessora no planejamento, no acompanhamento e na avaliação de suas metas.

A Embrapa Informação Tecnológica pretende assumir os desafios aqui registrados, contando fundamentalmente com a vontade coletiva de contribuir e com o espírito público de sua equipe.

Fernando do Amaral Pereira
Gerente-Geral
Embrapa Informação Tecnológica

Sumário

7	Introdução
9	Visão de futuro
19	Missão, visão, valores e foco de atuação
23	Objetivos estratégicos e metas
31	Diretrizes estratégicas e metas
39	Projetos integrativos e estruturantes

Introdução

Organização e finalidades

Com vistas a tendências nacionais e mundiais da hipermodernidade, o Serviço de Informação Científica e Tecnológica, que adota a assinatura síntese Embrapa Informação Tecnológica, apresenta aqui o seu segundo plano diretor como um dos passos para a concretização dos objetivos constantes no IV Plano Diretor da Embrapa – IV PDE 2004-2007.

No IV PDE, além de traçar diretrizes que buscam manter e ampliar o sucesso dos seus 31 anos de pesquisa, a Embrapa alinha suas prioridades àquelas definidas pelo atual governo federal, quais sejam: redução de desequilíbrios regionais e de desigualdades sociais, culturais e econômicas via criação de empregos, crescimento sustentável e inclusão social.

Elaborado com base nos elementos antes referidos, assim como a partir da avaliação de fatores ambientais internos e externos (que negativa e positivamente podem influir em seu desempenho) de diferentes agentes da Empresa e de outras instituições direta ou indiretamente envolvidas na área de atuação desta Unidade, este II Plano Diretor da Embrapa Informação Tecnológica – II PDU/SCT 2004-2007 – tem por finalidade definir os rumos e as estratégias de ação desta Unidade para o período compreendido entre 2004 e 2007.

Portanto, além desta introdução, este documento engloba a descrição das expectativas da Embrapa Informação Tecnológica quanto ao seu futuro; a revisão da missão, da visão, dos valores e do foco de atuação; a descrição dos objetivos estratégicos, dos objetivos específicos e das diretrizes – com respectivas metas – que lhe competem; bem como a explanação de projetos integrativos e estruturante a que se propõe desenvolver no quadriênio em questão.

Antecedentes e justificativa

O primeiro plano diretor desta Unidade foi também formulado a partir de uma revisão analítico-institucional da Embrapa, que buscava então se reorganizar conceitual e estruturalmente para atender às demandas da década de 1990.

Assim, depois de 17 meses de sua criação, ou seja, em 1993, a Unidade redefiniu, no seu primeiro PDU, objetivos, diretrizes e estratégias de ação que ora em diante lhe competiriam, de modo que também se alinhassem à nova proposta da Empresa, incumbindo-se, ao mesmo tempo, de conferir tratamento editorial diferente à informação, entendida, a partir de então, como algo acessível a todos os segmentos do mercado e, portanto, apta a ser disponibilizada

somente depois de “qualificada”, ou seja, após editada em “linguagem, forma, conteúdo e veículo adequados” a cada um dos públicos a que se destinava.

Do processo anteriormente referido resultou a formulação da missão desta Unidade – à época denominada Serviço de Produção da Informação, qual seja: “Promover e qualificar a informação – oriunda da geração dos conhecimentos agropecuário, agroindustrial e florestal para o mercado de informação, em benefício da sociedade”.

Hoje, mais de uma década depois, num principiar de século considerado por muitos como o início da “Era da Informação”, mudanças de natureza social, econômica, política, cultural e tecnológica impõem – de forma especial à Embrapa: empresa de pesquisa cujo principal produto é a informação científica, tecnológica e arquivística, e mais especificamente à Embrapa Informação Tecnológica: Unidade Descentralizada de Serviço diretamente envolvida com a execução e a coordenação da gestão, da edição, da publicação e da disseminação da informação – desafios múltiplos, e, com eles, a necessidade de revisão do referencial de seu atual planejamento estratégico, considerando-se também cenários futuros.

Visão de futuro

Fatores ambientais externos

Por estar comprometida com a organização e a disseminação de informações Embrapa, empresa pública de direito privado cuja estrutura compreende 11 Unidades Centrais, 3 Unidades de Serviços e 37 Unidades Descentralizadas de Pesquisa distribuídas pelo Brasil, as quais, embora se ocupem de temas distintos de pesquisa trabalham todas em sintonia com a visão estratégica que orienta o IV PDE: “gerar tecnologias e conhecimentos que atendam às demandas da terra, da economia e da sociedade, para que, dessa forma, a ciência cumpra seu potencial transformador”; a Embrapa Informação Tecnológica busca para si um propósito primeiro – conjugar seus esforços em prol da democratização do acesso à informação pari passu com os avanços da sociedade globalizada e, assim, contribuir com políticas públicas voltadas para a inclusão social.

Delega-se tal propósito por integrar um complexo sistema produtivo, ou seja, o mercado da informação, do conhecimento e da tecnologia, mais especificamente o editorial, representado por: identificação de demandas de informação (marketing: pesquisa do interesse e da necessidade do público por determinado tipo de informação, sondagem do perfil do provável consumidor dessa informação e verificação da preferência dele pelo meio de comunicação em que ela pode ser veiculada) para posterior negociação (formulação de contratos e previsão de prazos, de custos e de ganhos) e providências (elaboração de projetos e de cronograma de trabalho, tratamento editorial e gráfico, publicação, divulgação, comercialização e distribuição).

Além de contar com a atuação de equipes de apoio, compostas por administradores, divulgadores e distribuidores, por suas especificidades tal mercado exige também a ação conjunta de diferenciados atores: contratantes – pessoas, órgão ou instituição cuja iniciativa desencadeia o processo de gestão e de edição de determinada obra a ser publicada; geradores – autor ou adaptador (tradutor, organizador, etc.); editores e gestores – integrantes do corpo e da equipe editorial (conselheiro, editor, supervisor, coordenador, comunicador visual, ilustrador, fotógrafo, revisor, bibliotecário, profissional de informática: analista, programador, desenvolvedor e digitador; e profissional de outras áreas tecnológicas: cinegrafista, diretor, iluminador, locutor, apresentador, etc.); público-alvo – leitor, usuário, consumidor; e concorrentes de geração, de gestão, de edição e/ou de publicação de informação.

Por sua complexidade, esse mercado requer, por vezes, também a parceria de patrocinadores e de apoiadores, cuja participação no

processo editorial se efetiva, respectivamente, com recursos financeiros e com recursos materiais e humanos.

Em vista do exposto, a Embrapa Informação Tecnológica opta aqui por apresentar suas expectativas para o presente quadriênio por meio de breve discussão de fatores ambientais externos, explanando, para tanto, algumas tendências mundiais e nacionais – levantadas tanto nos estudos prévios de elaboração do IV PDE, quanto no desempenho das atividades desta Unidade ao longo desses últimos anos – passíveis de suscitar questões críticas, bem como de afetar, negativa e/ou positivamente, o processo de gestão, de edição e de publicação de informação arquivística, científica e tecnológica gerada e/ou adaptada pela Empresa.

Tendências mundiais e respectivas implicações para a organização da informação

Evolução acelerada do conhecimento científico, com articulação interdisciplinar crescente, e aplicação mais intensiva de tecnologia em todas as categorias do agronegócio e no desenvolvimento sustentável do espaço rural.

Num mundo globalizado, a minimização da barreira de tempo e de espaço favorece hoje a integração de sociedades, de culturas e de economias distintas, e, conseqüentemente, intensifica o círculo de trocas globais, nas quais se reveste de importância tanto o giro de um maior capital financeiro, como o de um outro ativo, intangível e difícil de ser contabilizado, mas produtivo por excelência: o capital intelectual – aqui compreendido como a soma do conhecimento de todos os trabalhadores de uma entidade, órgão, empresa ou instituição, acrescida da eficácia de seus sistemas gerenciais e de seu bom relacionamento com o público-alvo dos produtos ou dos serviços da organização na qual exercem suas atividades.

Além de sinalizar a passagem de tempos predominantemente industriais para o início da “Era da Informação” – em que urge a aplicação de novas e avançadas tecnologias em todos os setores – a importância atualmente dada ao capital intelectual enfatiza também a necessidade de, numa perspectiva plural, investir-se ainda mais no potencial humano de: adquirir, organizar, utilizar, reutilizar, produzir, inovar e compartilhar conhecimentos específicos de sua formação e experiência profissional, somados àqueles oriundos de outras áreas profissionais e do saber. No entanto, o êxito de tal processo requer políticas de gestão de competências voltadas para a atualização profissional, a valorização pessoal e a interação – via permuta interna e externa de saberes e de experiências – dos participantes efetivos e não efetivos (bolsistas, estagiários, etc.) do quadro de pessoal de determinada organização.

Essas estratégias devem identificar, tanto entre geradores, como junto a consumidores, demandas de informação cuja publicação, editada em linguagem, estilo, mídia e suporte adequados a funções e

a públicos previamente determinados, possam subsidiar o desenvolvimento sustentável do espaço rural, com foco no negócio agrícola.

Nesse sentido, para atuar com mais competitividade e eficiência a Embrapa Informação Tecnológica pretende aumentar o número de parcerias com as demais Unidades da Empresa, com universidades e com outras instituições, com o objetivo de atender às plurais demandas – sobretudo a demanda de segmentos excluídos do acesso à informação – com maior oferta de produtos e de serviços; de incrementar seus recursos tecnológicos e de mídias; bem como de desenvolver um sistema de monitoramento das exigências e dos interesses decorrentes tanto da globalização como da crescente e intensiva aplicação de tecnologias nas diversas categorias do negócio agrícola que, com certeza, continuará buscando inovações da produtividade via a melhoria da qualidade de produtos e de processos.

Preocupação crescente do público e das políticas governamentais no que se refere à sustentabilidade ambiental, econômica e social da produção do negócio agrícola e do espaço rural, bem como no que diz respeito à qualidade e à contribuição dos alimentos para a nutrição, a saúde e a qualidade de vida.

Com o atual fortalecimento de organizações internacionais de arbítrio no comércio, na justiça e na ética, a integração mundial traz consigo a emergência de uma sociedade global preocupada com a qualidade de vida, a longevidade e os efeitos negativos dos impactos ambientais de atividades agropecuárias. Sociedade essa que exigirá ainda maior responsabilidade econômica, social e ambiental por parte das organizações públicas e privadas nacionais, estaduais e municipais.

Contudo, essa sociedade mais cidadã demandará, principalmente nos países desenvolvidos, maior oferta de produtos do negócio agrícola em razão de mudanças de hábitos, principalmente alimentares, e de novas preferências por produtos mais saudáveis, funcionais, diferenciados, naturais e orgânicos; o que naturalmente favorecerá a biodiversidade nativa do Brasil e requererá a pesquisa e a publicação de tecnologias ambientalmente corretas.

Cabe à Embrapa, portanto, atender a essa nova demanda com a geração de produtos a serem editados e publicados por esta Unidade, os quais, além de conscientizarem produtores rurais sobre conservação e manejo racional dos recursos ambientais no processo produtivo, possam também propiciar maiores ganhos econômicos e sociais.

Particularmente, além de privilegiar, em suas atividades de gestão, de edição e de publicação de obras cujo conteúdo esteja voltado para a sustentabilidade ambiental e socioeconômica, a Embrapa Informação Tecnológica poderá contribuir mais ainda para isso desenvolvendo programas interativos direcionados ao produtor rural, com serviços do

tipo "Resposta Técnica", ou "Dicas", por exemplo, por meio do rádio, da televisão ou do Portal Embrapa.

Atenção à gestão do conhecimento como instrumento viabilizador do acesso à informação, bem como de seu compartilhamento, no competitivo mundo globalizado.

Hoje muito se fala sobre a necessidade de Gestão do Conhecimento (GC): aqui entendida como um conjunto de processos sistematizados e articulados, apto a promover e a incentivar habilidades de busca, de organização, de assimilação, de transferência e de partilha de dados e de informações, de modo que isso possa favorecer tomadas de decisão e beneficiar a inclusão, do cidadão, no processo de aquisição e de geração de conhecimento, e é também comum a proposição de receitas prontas para implantá-la com ferramentas tecnológicas de última geração.

Todavia, a tecnologia apenas promove e torna mais eficiente o acesso, a utilização e a disseminação do conhecimento explícito, produzido por pessoas no processo de relacionar conjuntos de dados e, a partir daí, depreender conjuntos de informações cuja interpretação possa ser descrita de forma verbal e/ou não verbal (documentada em forma de texto e/ou de imagens, por exemplo).

Logo, em um projeto de GC de determinada organização, não basta estruturar um sistema. É necessário revisar e mapear processos organizacionais que possibilitaram tal conhecimento. Enfim: é imprescindível a integração dos três elementos: pessoas, processos e tecnologia. Como fazer isso é, portanto, o fator-chave de todo o processo, com o qual esta Unidade pretende cooperar.

Assim, para colaborar com as Unidades diretamente envolvidas com a implantação de GC na Empresa, de sua parte a Embrapa Informação Tecnológica vem envidando esforços nesse sentido com o desenvolvimento do projeto, em mídia eletrônica, de construção do Portal Embrapa, cujos objetivos são polarizar e padronizar a organização da informação on-line, tornando-se, desse modo, porta central de acesso rápido, seguro e simples a conteúdos de todas as Unidades da Empresa.

Por sua abrangência, o Portal incluirá, entre os demais sistemas, redes tais como a Agência de Informação Embrapa, em que estarão disponíveis informações inter-relacionadas de produtos de várias Unidades da Empresa; bem como a Intranet (cuja reestruturação, de responsabilidade do Departamento de Tecnologia da Informação, conta com a parceria da Embrapa Informação Tecnológica), no qual serão disponibilizados mecanismos de gestão de recursos humanos, de processos e de comunicação interna.

Portanto, e paralelamente ao trabalho desenvolvido com o Sistema Embrapa de Bibliotecas (SEB) e o Sistema Embrapa de Arquivo (Searq), os quais objetivam preservar, classificar, indexar, armazenar, recuperar e disseminar informações arquivísticas, científicas e tecnológicas publicadas em mídias eletrônica e impressa, os projetos desta Unidade, ainda que não especificamente voltados para isso, convergem todos para a implantação de uma GC sistemática e eficaz.

Crescente preocupação e competitividade do mercado editorial da informação diante de questões como segurança da informação, direitos intelectuais, autorais e de propriedade.

O advento da Internet, conforme explanado mais detalhadamente no item a seguir, tornou ainda mais complexa a questão da segurança da informação, haja vista a carência de leis que regulamentem, com maior precisão e rigor, a matéria pertinente a direitos autorais, intelectuais ou de propriedade relativos a publicações on-line.

Esse problema, no entanto, pode ser provisoriamente contornado com a utilização de tecnologias como a criptografia, por exemplo, com seus mecanismos de assinatura digital e de interdição de acesso a conteúdos restritos; ou então minimizado com a publicação (em manuais específicos, em sites e em portais) de normas, de padrões e de políticas de privacidade e de condições de uso que advirtam o leitor sobre a ilegalidade de ele copiar, comercializar, distribuir e/ou adulterar informações sem que esteja previamente autorizado para isso.

No que concerne especificamente à informação on-line sem restrição de acesso, há também a possibilidade de se adotar a iniciativa do copyleft, ou seja, a licença que permite, com, e, às vezes, sem prévia autorização formal, a cópia, o uso, a distribuição não comercial, e, conforme o caso, até mesmo alterações de publicações, desde que citados respectivos créditos editoriais e fonte do original.

Ainda que em menor grau, posto haver mais leis que a protejam, a segurança de informações publicadas em mídia impressa também preocupa o mercado editorial, até mesmo pela dificuldade de acesso a toda legislação que lhe é pertinente. Neste particular, em parceria com outras Unidades da Empresa, e com o apoio da Assessoria Jurídica, a Embrapa Informação Tecnológica pode contribuir mediante a intensificação de suas atividades de pesquisa, de análise, de síntese, de aplicação e de disponibilização de dispositivos legais, normas e padrões referentes à publicação impressa, em manuais específicos da área de gestão, de edição e de publicação de informação.

Contudo, como Unidade de uma empresa de pesquisa compromissada com os processos de segurança, de controle e de pagamento de direitos autorais, intelectuais e de propriedade da informação científica e tecnológica, cabe-lhe, além da possibilidade de propagar a imagem da Embrapa como referência de instituição atenta a tais questões, a oportunidade de ofertar produtos, ou serviços, que direta ou indiretamente forneçam orientações sobre tal matéria sobretudo para aqueles consumidores de informação Embrapa que ou a ignoram ou pouco sabem sobre ela.

No caso específico de produtores rurais excluídos desses processos, tal iniciativa (que pode vir a ser veiculada tanto em serviços de utilidade pública de programas radiofônicos e televisivos como em páginas on-line editadas por esta Unidade, ou mesmo em mídia impressa: cartilhas, livros, pôsteres) poderia estimulá-los a

providenciar o registro de metodologias, de técnicas no manejo da terra, de práticas agropecuárias, etc., por eles próprios desenvolvidas.

Além de poder contribuir para o acesso desse público-alvo a informações pertinentes à defesa de seus direitos, tal iniciativa de esclarecimento público certamente marcaria um diferencial da Embrapa Informação Tecnológica em sua atuação no mercado editorial, com grande possibilidade de lhe trazer mais ganhos sociais, haja vista tratar-se de uma forma de promover-se incorporação do saber e da experiência local à pesquisa, à segurança da informação e à questão de direitos sociais.

Aumento acelerado do público de produtos e de serviços veiculados em meio eletrônico.

Entende-se por mídia eletrônica os meios de comunicação como, por exemplo, o rádio, a televisão e, por senso comum, a Internet, além de certos tipos de luminosos e de outdoors eletrônicos.

Já a mídia impressa, essa é consensualmente concebida como um meio de comunicação em que estão incluídos a revista, o jornal, o folheto, o livro e o outdoor não eletrônicos; enfim: todo tipo de publicação impressa.

Atuante já há 13 anos no mercado de publicações editadas em mídia impressa, e, mais recentemente, em meios televisivo e radiofônico, a Embrapa Informação Tecnológica depara-se hoje com o aumento rápido de um público de mídia eletrônica ávido por informações mais objetivas e por tecnologias cada vez mais modernas, as quais lhes satisfaçam uma multiplicidade de urgências e de necessidades exigidas pelo mundo globalizado: comercialização eletrônica (e-commerce) sem intermediários e em curto prazo; expansão de mercados; diminuição de custos; possibilidade de trabalho, de estudo, de entretenimento, de comunicação e de efetuação de transações bancárias de forma rápida e prática tudo isso com o conforto de não ter de se deslocar.

Em face de tais exigências globais, cumpre a esta Unidade reconhecer que, depois dos progressos das últimas três décadas, os quais têm como carro-chefe o computador, a miniaturização dos chips, assim como a descoberta das fibras óticas e de tudo aquilo hoje denominado tecnorrônico, a Internet, com o seu veículo multimídia – o Word Wide Web: WWW – é, e com certeza continuará sendo, cada dia mais, um fantástico meio de intercâmbio de informações, por abranger um leque crescente de atividades e de áreas do conhecimento, além de possibilitar a realização de operações há 30 anos inimagináveis sem a direta intervenção humana. Trata-se, de fato, de uma invenção que veio para revolucionar a difusão da informação e derrubar conceitos e paradigmas.

Ademais, a engenharia de tráfego on-line, criada para solucionar problemas de busca e de intercâmbio de informações na Internet, prevê que, sem uma análise e um monitoramento adequados de acessos, a possibilidade de essa infra-estrutura continuar crescendo e

se desenvolvendo poderá ser seriamente comprometida: o que também pode consistir num entrave a requerer a imediata solução por parte daqueles que nela publicam.

Paralelamente a isso, o fato de a rede das redes não oferecer total segurança de privacidade é também uma séria ameaça à publicação de informações de uso restrito. Daí a polêmica sobre a validade ou não de documentos, de dados e de informações on-line, dada a possibilidade de riscos de sua manipulação: esse um grande problema a ser minimizado com a disponibilização on-line de políticas de privacidade e de condições de uso, bem como com a adoção de tecnologias seguras de criptografia para interditar acessos não permitidos, com respectivos mecanismos de assinaturas digitais aptas a conferir autenticidade e integridade legais a documentos eletrônicos.

Nesse particular de segurança da informação, especial atenção deve ser dada, por esta Unidade, à publicação de documentos legais e científicos, cuja fidedignidade deve ser resguardada como forma de se proteger direitos intelectuais, autorais e de propriedade, e, com isso, garantir a ética e o rigor científico devidos ao cidadão.

Atenta às atuais mudanças também nos modos de leitura, cabe ainda à Embrapa Informação Tecnológica considerar questões práticas que já estão acenando preferências do público por publicações veiculadas em uma mídia ou noutra.

No que se refere à mídia eletrônica, por exemplo, os recursos de multimídia (som, links, imagens dinâmicas, etc.), a interatividade e a não linearidade da forma especificamente on-line – o hipertexto – conferem a este último uma estrutura mais próxima à da memória humana: esse um dos fatores que contribuem para tornar mais fácil e sedutora a leitura da informação on-line. Em contrapartida, a publicação impressa tem a vantagem de não exigir nenhum dispositivo eletrônico para o seu acesso, bem como a de oferecer maiores garantias quanto à veracidade de sua autoria, à integridade e à autenticidade de seu conteúdo.

Ciente dos pontos negativos e positivos anteriormente citados, a Embrapa Informação Tecnológica reafirma aqui o compromisso de propor e de dar seqüência à execução de projetos seus já em andamento em mídia eletrônica, dentre os quais se destacam: a construção do Portal Embrapa, que inclui a da Agência Embrapa de Informação, assim como a edição de programas televisivos e radiofônicos.

A Unidade dará continuidade também à edição e à publicação impressa de periódicos, de livros e de material institucional de divulgação, assim como à gestão dos procedimentos de aquisição, tratamento técnico, armazenamento e disseminação e preservação dos documentos impressos e eletrônicos armazenados no Sistema Embrapa de Bibliotecas (SEB) e no Sistema Embrapa de Arquivos (Searq).

Assim, registra-se, por último, que, no quadriênio em questão, esta Unidade se empenhará em fazer que as mídias eletrônica e impressa coexistam em suas atividades editoriais, por pressupor que, além de mantê-la atualizada com os novos tempos, isso lhe trará ainda outras vantagens, tais como: redução de despesas com compra e armazenamento de papel, possibilidade de veicular informação também em tempo real, conquista de novos mercados, maior competitividade, aumento de público e, principalmente, de ganhos sociais.

Tendências nacionais e respectivas implicações na organização da informação

Proposição governamental, sobretudo via normas, diretrizes e recomendações do Governo Eletrônico, de mais eficiência e transparência na publicação de informações destinadas ao cidadão, principalmente por parte de órgãos oficiais direta ou indiretamente vinculados ao poder público, assim como maior empenho no cumprimento da política de inclusão social e digital.

Em meio às atuais desigualdades socioeconômicas, culturais e regionais brasileiras, o acesso à informação e ao conhecimento fortalece um novo projeto do governo federal: o Governo Eletrônico, cujo comitê-executivo (Cege) é integrado por autoridades de vários ministérios e presidido pelo chefe da Casa Civil.

O objetivo do Governo Eletrônico é possibilitar e simplificar, para todos – inclusive para os portadores de limitação física ou de necessidades especiais – o acesso à informação e à oferta de serviços públicos eletrônicos, via a adoção – por parte da Administração Pública (federal, estadual e municipal), e dos demais Poderes (Executivo, Legislativo e Judiciário) – de padrões, de diretrizes e de métodos propícios à interoperabilidade, à integração, à transparência e à universalização de conhecimento corporativo público. Em virtude disso, o Governo Eletrônico vincula-se a programas de incentivo à cultura popular, de combate à fome, à violência e à erradicação da pobreza, otimizando recursos, racionalizando custos, tempo e volume de documentos e favorecendo as inclusões digital e social.

Se, por um lado, essa iniciativa de padronização e de integração proposta pelo Governo Eletrônico exige da Embrapa Informação Tecnológica agilização e investimentos imediatos para ampliação e capacitação de equipe, e mesmo para aquisição e manutenção de novos equipamentos, uma vez que pressupõe a rearranjo de todo o conteúdo Embrapa editado na Internet, bem como a necessidade de reprogramação dos Sistemas de Informação (software, aplicativos, sistemas legados, etc.) que dão suporte à sua edição, por outro lado ela prestigia e subsidia a Unidade.

Prestigia-lhe por preconizar como pilares tanto a gestão democrática do conhecimento quanto a adoção de software livre em projetos de

mídia eletrônica, ou seja, os mesmos em que se apoia um projeto integrativo que vem sendo desenvolvido pela Embrapa Informação Tecnológica: a construção do Portal Embrapa; e subsidia-lhe por propor normas, diretrizes, padrões técnicos, integração e capacitação de empregados e de servidores públicos para a utilização de ferramenta free na gestão, na edição e na publicação on-line de informação e de serviços públicos.

A expectativa da Unidade em relação a projetos futuros afetos à área de mídia eletrônica é, tal qual a do Governo Eletrônico (projeto ao qual pretende continuar integrando as suas atividades), facilitar e democratizar, cada vez mais, o acesso interativo do cidadão à informação gerada e/ou adaptada pela Empresa, contribuindo, concomitantemente, para o êxito das políticas de inclusão digital e social promovidas pelo governo federal e apoiadas pela Embrapa como um todo.

Evolução quantitativa e qualitativa da participação da agricultura familiar no agronegócio brasileiro que, além de englobar atividades agrícolas e não agrícolas no espaço rural, por meio de arranjos produtivos locais com forte articulação territorial, promove também a inclusão social.

No Brasil atual, os pequenos municípios, ou seja, aqueles mais relacionados ao setor rural, são os que mais crescem, e, paralelamente a isso, intensifica-se a demanda de educação para filhos de pequenos produtores rurais¹.

Tal processo indica a possibilidade de desenvolvimento de uma agricultura familiar com nova dinâmica, na qual o agricultor incluirá, junto à agrícola, também a prática de atividades não típicas e não agrícolas, tais como hotéis fazenda, pesque-pague, turismo ecológico, entre outras.

Como responsável pela gestão, edição e publicação de informação adequada, quanto à linguagem, ao estilo, à mídia e ao suporte, para diversificados públicos, em parceria com outras instituições a Embrapa Informação Tecnológica pode contribuir com a política governamental de inclusão social sobretudo por meio de projetos que objetivam promover a melhoria na qualidade de vida mediante a disponibilização de publicações impressas e eletrônicas especialmente editadas para regiões brasileiras em que grande parte da população ou não dispõe de acesso à informação científica e tecnológica, ou tem dificuldades para isso.

Ressalte-se, aqui, que com o desenvolvimento de tais projetos esta Unidade objetiva colaborar com políticas públicas voltadas para a reversão das precárias condições estruturais dos municípios mais pobres do país, como forma de "permitir o acesso dos agricultores à tecnologia e aos serviços do setor agropecuário, visando aumento de produção, produtividade e acesso aos mercados²."

¹ Embrapa. Secretaria de Gestão e Estratégia, Cenários 2001-2012. Brasília, DF, 2003. p. 37-39.

² Embrapa. Secretaria de Gestão e Estratégia, FASIBEN. Brasília, DF, 2005. (Série Documentos 10)

Missão, visão, valores e foco de atuação

Missão

A missão³ da Embrapa Informação Tecnológica no quadriênio de 2004 a 2007, a seguir destacada, será cumprida em consonância com a missão da Empresa, de modo que complementar e/ou seja compatível com a missão de todas as demais Unidades da Embrapa, principalmente com a do Departamento de Tecnologia da Informação e com a da Embrapa Informática Agropecuária, dada a missão do Departamento estar comprometida com “formalização de política de informação e de informática” e, a da Embrapa Informática Agropecuária, com “geração, promoção, difusão e aplicação de tecnologias de informação e de comunicação no domínio do agronegócio”.

Propor, coordenar e executar, em benefício dos diversos segmentos da sociedade, estratégias e ações relativas à gestão⁴, à edição⁵ e à publicação⁶, em mídias impressa e eletrônica, de informações arquivísticas, científicas e tecnológicas⁷ geradas e/ou adaptadas pela Embrapa.

³ No contexto da Embrapa, entende-se por missão o “motivo pelo qual uma determinada organização foi criada, e ao qual ela deve servir” (Embrapa. Secretaria de Gestão e Estratégia, IV Plano Diretor da Embrapa 2004-2007. Brasília, 2004, p. 14).

⁴ Gestão é aqui definida como o processo que envolve desde atividades relacionadas às operações de marketing, à submissão e à aprovação de material a ser publicado, até as atividades de normalização, de catalogação, de indexação, de armazenamento e de recuperação realizadas por bibliotecários. Em outros termos: trata-se de ação organizacional que engloba, entre outras coisas, sondagem de demanda por informação, identificação, aquisição, classificação, manuseio, armazenamento e recuperação da informação.

⁵ Comumente entendida como a ação que envolve todas as atividades de um editor, na Embrapa Informação Tecnológica edição se restringe ao tratamento editorial propriamente dito, de determinado material a ser publicado. Assim, em se tratando de material impresso e on-line, por exemplo, edição inclui o desempenho, por parte de integrantes de uma equipe editorial, das seguintes atividades: registro, conferência e avaliação editorial de originais já aprovados para publicação, análise e desenvolvimento de projeto gráfico, revisão gramatical, estilística, de diagramação de texto, de imagens, acompanhamento, registro de ISSN ou de ISSN, validação das revisões, arte-final, e impressão, ou formatação eletrônica, desse material. No caso de publicação eletrônica em outros suportes, por exemplo, o rádio, de maneira geral edição diz respeito à seleção e à coordenação de montagem de material previamente gravado para realização de programa radiofônico. No que se refere a programa televisivo, edição inclui, grosso modo, desde a seleção de tema a ser gravado, até a direção, a seleção e a montagem final de cenas gravadas.

⁶ Em sentido amplo, publicação é o ato de tornar público, por qualquer que seja o meio ou o suporte, dados ou informações; incluídas aí as atividades de divulgação e de distribuição. Diz-se também publicação uma obra, eletrônica ou impressa, já finalizada e disponível no mercado de informação.

⁷ Informação é aqui compreendida como o resultado da leitura – análise e interpretação – feita de um ou de mais conjuntos de dados que, por sua vez, consistem em qualquer indício (som natural, data de nascimento de alguém, peso de algo, etc.) ou registro, físico ou memorizado, relacionável a alguma entidade (objetos, idéias, fatos, situações, etc.). Já o conhecimento, este difere da informação por tratar-se da capacidade, adquirida por alguém,

Visão

No período compreendido entre 2004 e 2007, a Embrapa Informação Tecnológica buscará tornar-se referência por sua capacidade em:

- Atender demandas por novos produtos e serviços de informações mediante a proposição, a coordenação e a execução de estratégias e de ações relativas à gestão, à edição e à publicação, em linguagem, estilo, mídia e suporte adequados, de informações cuja leitura atenda às necessidades de diversos segmentos da sociedade, principalmente daqueles excluídos do processo de acesso à informação tecnológica e científica.
- Desenvolver e disponibilizar, em parceria com as demais Unidades da Empresa, principalmente com a Embrapa Informática Agropecuária e o Departamento de Tecnologia da Informação, metodologias que integrem, na Web, de forma consistente e padronizada, estoques de documentos, bases de dados e serviços passíveis de ser simultânea e interativamente utilizados.
- Promover arranjos editoriais que favoreçam processos e instrumentos de inclusão social e, logo, contribuam para a redução de desequilíbrios regionais, desigualdades sociais, bem como para a sustentabilidade ambiental e socioeconômica.
- Obter, no desempenho de suas atividades de organização e de disseminação da informação, soluções e resultados eficazes com custos competitivos.
- Realizar atividades pertinentes à gestão de bibliotecas e de arquivos, de modo que assegurem a integridade e o acesso facilitado a informações claras, confiáveis, precisas, relevantes e concisas.

Valores

São valores da Embrapa Informação Tecnológica:

- Responsabilidade social como fator prioritário de todas as suas ações e políticas, explicitado tanto em seu compromisso com o rigor científico, quanto em seu propósito de contribuir para o desenvolvimento ambiental e socialmente sustentável do negócio agrícola brasileiro, assim como para o progresso da inclusão social.
- Ética e transparência como imprescindíveis em todas as atividades desempenhadas pela Unidade em prol da organização e da disseminação da informação.

de interpretar, de apreender, as relações de um conjunto de informações. Entende-se por informação arquivística aquela de natureza específica, registrada em suporte definido e acumulada por um organismo que é, ao mesmo tempo, seu produtor e receptor. É original e única, e pode ser avaliada em termos de idade e utilização. Já a informação tecnológica, essa é aqui concebida como aquela utilizada na aquisição, inovação e transferência de tecnologia, na certificação de qualidade e em processos de produção, para possibilitar solução de necessidades técnicas e tecnológicas referentes a produtos, serviços e processos, bem como para promover a melhoria do setor produtivo. Por informação científica entende-se aquela resultante de pesquisa científica, sistematicamente codificada e absorvida.

- Respeito à interdisciplinaridade e à diversidade cultural via execução de atividades de uma organização (gestão, edição e publicação) da informação cônica das diferenças sociais, lingüísticas e econômicas dos diversos segmentos da sociedade brasileira.
- Competência na organização da informação, para que de seu acesso possam ser apreendidos conhecimentos aptos a viabilizar soluções para o desenvolvimento sustentável do espaço rural, com foco no negócio agrícola.
- Credibilidade no mercado editorial a ser conquistada via o desempenho de atividades de organização e de disseminação da informação pautadas no compromisso com o rigor científico e com a observância de leis protetoras tanto do direito universal de acesso à informação, como dos direitos intelectuais, autorais e de propriedade.
- Valorização do conhecimento e do capital intelectual a ser obtida mediante uma execução de atividades de gestão, de edição e de publicação de produtos que favoreçam o reconhecimento de técnicos e de cientistas pela sociedade do conhecimento.

Foco de atuação

Esta Unidade atua no mercado de informação como coordenadora e executora do processo de gestão, de edição e de publicação de informações Embrapa, com o objetivo de disponibilizar, em linguagem, estilo e suportes adequados e acessíveis, produtos veiculados em mídias eletrônica e/ou impressa, de forma que satisfaçam às funções e atendam às demandas do público a que se destinam.

Para a consecução de seus objetivos de gestão, de edição e de publicação de informações, a Embrapa Informação Tecnológica estabelece parcerias e dedica-se ao estudo de recursos tecnológicos, de marketing, de metodologias, de procedimentos, de leis e de normas que lhe sirvam de subsídios no processo de organização e disseminação da informação.

Já para atingir os alvos pertinentes à coordenação de atividades editoriais no âmbito da Empresa, a Unidade se propõe ainda ao estudo de leis e de normas que lhe sirvam de subsídios na proposição e na elaboração de manuais de normalização e de padronização de publicação impressa e eletrônica.

Mercado: a Embrapa Informação Tecnológica atua no mercado editorial brasileiro com o intuito de disseminar e de comercializar seus produtos e, com isso, aumentar ganhos sociais, principalmente aqueles pertinentes à sustentabilidade ambiental, econômica e social do espaço rural e do negócio agrícola, bem como os relativos à promoção da inclusão social.

Produtos de informação: no âmbito específico desta Unidade, são produtos tanto o material institucional de divulgação por ela gerado

e/ou editado, como também publicações Embrapa veiculadas em mídia impressa e/ou eletrônica, previamente editadas em linguagem, estilo, mídia e suporte adequados ao público a que se destinam, de maneira tal que sua leitura e aplicação possam favorecer a apreensão e a geração conhecimentos.

Público-alvo: a Embrapa Informação Tecnológica considera como seu público-alvo o indivíduo ou a entidade, pública ou privada, cujas atividades se beneficiem de seus serviços e/ou de informações veiculadas em seus produtos editoriais. Contudo, prioriza principalmente demandas de segmentos sociais ou excluídos do processo de acesso à informação científica e tecnológica, ou mesmo daqueles com maiores dificuldades de se manter nesse processo.

Parceiro: a Unidade considera como seu parceiro o indivíduo ou a instituição, pública ou privada, que com ela assumir e manter, de forma temporária ou permanente, uma relação de cooperação, de sorte que possam compartilhar riscos, custos, créditos editoriais e méritos pertinentes à execução, no âmbito da Empresa, da gestão, da edição e da publicação de informações Embrapa. Além de contratantes, de contratados e de consignatários; de geradores da informação; de componentes da equipe editorial, que nem sempre pertencem ao quadro da Empresa; integram essa categoria também os patrocinadores e os apoiadores de publicações da Empresa.

Objetivos estratégicos e metas

As ações da Embrapa Informação Tecnológica orientar-se-ão por objetivos estratégicos (e respectivas metas técnicas), voltados para as atividades de gestão, de edição e de publicação (distribuição e divulgação) da informação, ou seja, de organização da informação; tais como marketing, identificação, seleção, registro, tratamento editorial, normalização, catalogação, indexação, armazenamento, recuperação e disseminação da informação arquivísticas, científica e tecnológica em mídias impressas e eletrônica.

Objetivo estratégico 1

Adotar novas estratégias mercadológicas e promover arranjos institucionais adequados à competitividade e à melhoria da execução e da coordenação das atividades de gestão de informações arquivísticas, científicas e tecnológicas geradas e/ou adaptadas pela Embrapa.

Objetivo específico 1.1

Identificar, adotar e executar estratégias mercadológicas que possam contribuir para a melhoria das atividades de gestão de informações Embrapa.

Situação atual

Embora já venha desenvolvendo estratégias de sondagem do interesse e das necessidades do público por determinado tipo de informação, de pesquisa do perfil do provável consumidor dessa informação, e da preferência dele pelo meio de comunicação em que tal informação pode ser veiculada, como Unidade responsável pela edição de grande parte das publicações da Empresa (cerca de 60%), assim como pela distribuição, pela disseminação, pelo intercâmbio e pela comercialização delas e de outras editadas nas demais Unidades da Empresa, a Embrapa Informação Tecnológica não dispõe ainda de estratégias mercadológicas modernas e competitivas a ponto de propiciar não só um giro maior dos referidos produtos, como também o aumento do número de parcerias para a edição e a publicação conjuntas de mais produtos de informação Embrapa.

Metas

- Pesquisa veiculada em mídia impressa e/ou eletrônica, para a sondagem de necessidades e de preferências do público relativas à disponibilização de informações.

- Distribuição de 50 mil exemplares do *Guia da Terra* e de 500 mil pôlderes de divulgação de obras.
- Distribuição de mil cartazes de divulgação do programas televisivo (*Dia de Campo na TV*) e do programa radiofônico (*Prosa Rural*) transmitidos pela Unidade.
- Obtenção de mais espaço para divulgação dos produtos de informação Embrapa em eventos, em meios impressos e em meios eletrônicos.
- Atualização das peças publicitárias de divulgação dos produtos de informação a serem veiculadas nos programas televisivos e radiofônicos transmitidos pela Unidade. Ampliação e inovação das funcionalidades do sistema de e-commerce da Unidade, e, logo, maior eficiência no processo de alimentá-lo e melhoria no atendimento ao consumidor, com o desenvolvimento e a implantação de software que substitua aquele que atualmente dá suporte à Livraria Virtual.
- Aumento do número de parceiros retransmissores do programa televisivo (*Dia de Campo na TV*) e do programa radiofônico (*Prosa Rural*).
- Busca permanente de parcerias com as demais Unidades da Embrapa, tanto para prestação de serviços e para co-edição quanto para a comercialização, em consignação, de maior número de publicações impressas e eletrônicas.
- Atualização da tabela de comercialização de publicações Embrapa (cerca de 30% dos itens do estoque da Unidade) cujo preço esteja defasado.
- Desenvolvimento de estudo que viabilize a sistematização de uma política de comercialização de publicações Embrapa constantes do estoque da Unidade.
- Busca de parcerias com entidades como, por exemplo, Instituto Nacional de Tecnologia da Informação (ITI), Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia (Ibict), Sindicato Nacional dos Editores de Livros (SNEL), Associação Brasileira de Editoras Universitárias (Abeu), Coordenação de Aperfeiçoamento de Pesquisa de Nível Superior (Capes), Financiadora de Estudos e Projetos (Finep), e Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), para a execução conjunta de projetos e ações que visem ao aumento tanto do acervo de produtos de informação destinados à consulta técnica, como da co-edição e da disponibilização de produtos de informação.

Objetivo estratégico 2

Propor, coordenar e executar estratégias e ações necessárias ao desenvolvimento e ao fortalecimento do Sistema Embrapa de Bibliotecas (SEB), bem como do Sistema Embrapa de Arquivo (Searq).

Objetivo específico 2.1

Organizar, processar, disponibilizar e recuperar, no Sistema Embrapa de Bibliotecas (SEB), informações técnicas e científicas produzidas, adquiridas e adaptadas pela Empresa.

Situação atual

O Sistema Embrapa de Bibliotecas (SEB) vem desempenhando atividades de desenvolvimento de coleções, de tratamento técnico (catalogação, classificação, indexação e preparação para circulação), preservação, disseminação e recuperação de informações e do acervo. Contudo, tais atividades necessitam de ser constantemente aperfeiçoadas com a criação e a manutenção de instrumentos que lhes são essenciais, tais como políticas próprias, manuais, procedimentos, sistemas e bases de dados, tanto de informação técnico-científica produzida como adquirida e/ou adaptada pela Embrapa. O acervo documental das bibliotecas do SEB se encontra armazenado e disponível nas Bases de Dados da Pesquisa Agropecuária (BDPA).

Metas

- Revisão e atualização das normas, dos procedimentos, dos guias e dos padrões de organização da informação no SEB.
- Inserção de toda a produção técnica e científica nas Bases de Dados da Pesquisa Agropecuária.
- Digitalização e disseminação da produção técnica e científica.
- Disponibilização da Biblioteca Virtual da Embrapa na Internet.
- Avaliação da qualidade das Bases de Dados da Pesquisa Agropecuária.
- Atualização, manutenção e implementações de novas funcionalidades no software Ainfo: sistema gerenciador do acervo bibliográfico da Embrapa.
- Elaboração de um guia e de um manual de gestão da informação em mídia eletrônica.

Objetivo específico 2.2

Identificar, elaborar, disponibilizar e controlar serviços e produtos de informação que sirvam de suporte para as atividades de pesquisa, de desenvolvimento e de inovação na Embrapa.

Situação atual

O corpo técnico da Empresa tem acesso às informações armazenadas nos acervos das bibliotecas do SEB por meio da Base de Dados da Pesquisa Agropecuária (BDPA); de periódicos, nacionais e

internacionais, do Portal de Periódicos Capes. Embora seja grande o acervo hoje disponibilizado, parte dos títulos necessários à consulta de técnicos e de pesquisadores da Embrapa não consta nesse portal, o que implica a necessidade de adquiri-los.

Metas

- Definição de uma política de aquisição compartilhada.
- Manutenção da parceria com o CNPq/Capes para a continuidade do acesso ao Portal de Periódicos Capes.
- Aquisição e divulgação de informações produzidas pela comunidade científica nacional e internacional, não constantes no Portal de Periódicos Capes e necessárias ao atendimento do corpo técnico da Embrapa.
- Manutenção dos serviços de intercâmbio e de comutação bibliográfica.
- Manutenção, atualização e avaliação constante do Ainfo, do Cadastro Geral de Publicações Embrapa (CGPE), e de outros sistemas de gerenciamento dos acervos da Embrapa.
- Identificação, análise e adoção de métodos e técnicas de preservação do acervo documental.
- Desenvolvimento, a partir das atividades de transferência da informação, de serviços de documentação via redes, bem como de serviços de banco de imagem e de conteúdo especializado.
- Disponibilização, em redes digitais, de serviços integrados e de um banco de dados considerados sem restrições de sigilo.

Objetivo específico 2.3

Implantar o Sistema Embrapa de Arquivos (Searq), para melhoria do processamento, da preservação e da disponibilização dos documentos de valor administrativo, legal, fiscal e histórico produzidos e recebidos pela Embrapa.

Situação atual

Desenvolvido pelo Departamento de Tecnologia da Informação, o Sistema de Informações Arquivísticas (denominado Searq), cujo objetivo é organizar e disponibilizar informações administrativas e gerenciais da Empresa, é hoje utilizado apenas pelo Arquivo Central.

Metas

- Atualização da norma e do manual do Searq.
- Seleção, digitalização e disponibilização do acervo arquivístico de projetos de pesquisa.
- Disponibilização do Searq para as demais Unidades da Embrapa.

- Treinamento das Unidades Centrais e Descentralizadas dentro do Programa de Gestão de Documentos e Informações Arquivísticas da Embrapa.

Objetivo estratégico 3

Promover parcerias e melhorias passíveis de ampliar e de aprimorar a execução e a coordenação das atividades, em mídias impressa e eletrônica, de edição e de publicação de informações geradas e/ou adaptadas pela Embrapa.

Objetivo específico 3.1

Atender à pluralidade de demandas de consumidores de variados segmentos da sociedade, via execução de atividades de edição e publicação, eficientes, em quaisquer que sejam a mídia ou o suporte, de informações arquivísticas, científicas e tecnológicas geradas e/ou adaptadas pela Embrapa.

Situação atual

Para assegurar a credibilidade que vem conquistando no mercado editorial, faz-se necessário que a Embrapa Informação Tecnológica se mantenha atualizada com as tendências do mundo globalizado, via a adoção, em mídias eletrônica e impressa, de novos e seguros recursos técnicos e tecnológicos que garantam o rigor científico e protejam a propriedade patrimonial e autoral da informação; bem como mediante o aumento, com custos competitivos, da oferta de seus produtos, o que implica também a possibilidade de ampliação da diversidade temática de seus produtos.

Metas

- Edição quadrimestral, semestral e bienal de material de divulgação das publicações Embrapa: fôlder de lançamento de publicações, cartazes de divulgação dos programas televisivo e radiofônico, e catálogos de divulgação edições 2005 e 2007.
- Edição mensal da revista *Pesquisa Agropecuária Brasileira – PAB*, o que totaliza a publicação de 48 números no quadriênio, com o aumento paulatino da quantidade de artigos publicados em cada exemplar, para assim se chegar a 25 artigos por número da revista.
- Edição semanal do programa televisivo *Dia de Campo na TV*, o que totaliza a produção e a transmissão de 208 programas no quadriênio.
- Edição semanal do programa radiofônico *Prosa Rural*, o que totaliza a coordenação de 208 programas no quadriênio.
- Desenvolvimento, em ferramenta livre, da arquitetura de conteúdo para a construção do Portal Embrapa.

- Aperfeiçoamento do processo de tratamento editorial de informações Embrapa, em conformidade com instrumentos normativos (políticas, normas, guias, manuais, etc.) da Instituição, para que resultem em produtos publicados em linguagem, estilo, mídia (impressa e/ou eletrônica) e suporte adequados a funções e a públicos previamente determinados.
- Aquisição de novas tecnologias e recursos editoriais que reduzam custos, facilitem, agilizem e aprimorem o processo de edição de informação tanto em mídia impressa como eletrônica: desenvolvimento de sistemas em ferramentas livres, adoção de novos suportes em mídia eletrônica, assim como customização de páginas on-line.
- Aplicação e divulgação de dispositivos normativos que minimizem ameaças à proteção de direitos intelectuais, autorais e de propriedade (disponibilização de normas, de padrões e de política de privacidade e de condições de uso), bem como de recursos tecnológicos (interdição eletrônica de acesso a conteúdos restritos, sistemas de criptografia, copyleft) capazes de assegurar a autenticidade e a integridade de conteúdos e de créditos editoriais de publicações Embrapa.
- Manutenção de procedimentos de controle de impressão, de gravação, de armazenamento, de embalagem e de expedição que assegurem a qualidade tanto nas atividades de edição quanto de publicação de produtos de informação Embrapa.

Objetivo específico 3.2

Aperfeiçoar o processo de coordenação das atividades de edição e de publicação da informação a ser desenvolvido junto a todas as Unidades da Empresa, mediante proposição de modernas e diversificadas metodologias de trabalho que beneficiem o compartilhamento de conhecimento e, logo, o aumento do capital intelectual.

Situação atual

Embora a Deliberação nº 14, de 5.8.2003, determine, para esta Unidade, a função de coordenar, no âmbito da Embrapa, atividades de edição e de publicação de informações arquivísticas, científicas e tecnológicas, o desempenho de tal ação por parte da Embrapa Informação Tecnológica é ainda incipiente na Empresa, limitando-se apenas ao eventual repasse, para as demais Unidades, de um conjunto de procedimentos e de normas cuja adoção não dispõe de adequados mecanismos de orientações e de apoio sistemático.

Metas

- Atualização e divulgação, para todas as Unidades, da versão on-line do *Manual de Editoração Embrapa*, destinado à disseminação de

normas de inserção de marcas e de imagens, de correção estilística, gramatical, ortográfica e de padronização de publicações impressas.

- Atualização e divulgação, para todas as Unidades, *do Manual de Padronização da Embrapa na Internet*, destinado à disseminação de normas de inserção de marcas e de imagens, de composição de leiaute, de arquitetura de conteúdo, de correção estilística, gramatical, ortográfica, bem como de padronização de publicações on-line.
- Disponibilização de manuais de estilo e de padronização específicos para publicações Embrapa disseminadas em veículos eletrônicos como rádio e televisão, ou seja, em suportes como CD-ROM, DVD, fita de vídeo, etc.

Diretrizes estratégicas e metas

Para a consecução de seus objetivos no período de 2004 a 2007, a Embrapa Informação Tecnológica estabeleceu as diretrizes estratégicas – com respectivas metas de gestão – a seguir explicitadas.

Diretriz estratégica 1: Gestão da informação – Consolidação, inovação, competitividade e melhoria

Diretriz específica 1.1

Avaliação, proposição e desenvolvimento de procedimentos necessários à coordenação e à execução inovadoras, competitivas e eficientes de atividades de gestão de informações Embrapa.

Situação atual

Em seu atual esforço para manter-se atualizada na gestão de informações ante as transformações do mundo globalizado, cabe à Embrapa Informação Tecnológica definir medidas de gestão que consolidem e, ao mesmo tempo, tornem mais inovador, competitivo e eficiente o seu desempenho e, logo, apto à realização das metas técnicas de seus objetivos estratégicos. Para isso a Unidade estabelece as seguintes metas de gestão.

Metas

- Programação e execução de ações necessárias à identificação, à mensuração e à análise mercadológicas de público e de demandas de informação Embrapa, cujo processo editorial, em mídias eletrônica e/ou impressa, possa ser empreendido pela Unidade.
- Criação, conforme a demanda, de novas peças publicitárias a serem veiculadas no programa televisivo *Dia de Campo na TV*, para divulgação de lançamentos de publicações Embrapa editadas e/ou comercializadas pela Unidade.
- Análise e proposição, junto à Assessoria Jurídica, de dispositivos e emendas a serem incorporadas em normas internas da Empresa, tanto para sistematizar e diversificar o processo de distribuição, a título de divulgação, de publicações da Empresa, como para proporcionar maior segurança à disponibilização de informações Embrapa, assim como maior transparência e agilidade no processo de apuração e de pagamento de direitos autorais.
- Composição de equipe técnica e elaboração de estudos para a programação e o desenvolvimento, em ferramenta livre, de um

software, inovador em funcionalidades e em leiaute, que aperfeiçoe o atual Sistema Geral de Vendas (SGV).

- Adoção de estratégias de seleção para o estabelecimento de parcerias externas de comercialização, em consignação, de publicações Embrapa.
- Proposição, desenvolvimento e acompanhamento de projetos e de ações gerenciais integrados que aprimorem e mantenham atualizado o processo de gerir, em mídias impressa e/ou eletrônica, informações arquivísticas, científicas e tecnológicas produzidas e/ou adaptadas pela Embrapa.
- Estudos para a elaboração e a atualização de guia e de manual normativos voltados para a gestão de publicações Embrapa impressas e on-line.
- Elaboração de manuais de estilo e de padronização específicos para a gestão de publicações Embrapa disseminadas em veículos eletrônicos específicos como rádio e televisão, ou seja, em suportes como CD-ROM, fita de vídeo, etc.
- Desenvolvimento, implantação e supervisão de metodologias e de instrumentos que assegurem o cumprimento mais eficiente e ágil das atividades do Sistema Embrapa de Bibliotecas (SEB).
- Desenvolvimento, implantação e supervisão de metodologias e de instrumentos que garantam o desempenho mais eficiente das atividades do Sistema Embrapa de Arquivo (Searq).
- Elaboração de projetos de gestão e de socialização do conhecimento via a composição, para esse fim, de equipes técnicas interdisciplinares grupos de trabalho para a análise de assuntos diversos, tais como: direitos autorais, política de vendas, normas e diretrizes editoriais, concessões de licença de uso, etc.
- Organização de eventos voltados para a coordenação de atividades de gestão da informação: realização de seminários técnicos, de um encontro nacional para discussão de inclusão social, bem como de videoconferências para discussões relativas à construção do Portal da Empresa.
- Implementação das ações relativas à disseminação de informações Embrapa: Minibibliotecas do Semi-Árido e *Prosa Rural* integradas ao Programa Fome Zero do governo federal.

Diretriz estratégica 2: Edição e publicação de informação – Atualização, ampliação e aperfeiçoamento

Diretriz estratégica 2.1

Análise, proposição e desempenho de ações para coordenar e executar, de forma eficiente e atualizada, atividades de edição e publicação de informações Embrapa.

Situação atual

Ainda que venha editando e publicando informações da Empresa há 13 anos, a Embrapa Informação Tecnológica ainda não sistematizou medidas para, ante as novas exigências da globalizada “Era da Informação”, continuar garantindo sua notoriedade no mercado editorial. Portanto, com o propósito de promover a coexistência das mídias impressa e eletrônica em seu processo editorial, mantendo-se, ao mesmo tempo, atualizada e apta ao atendimento das novas e plurais demandas deste início de século, para cumprir as metas técnicas de seus objetivos de coordenação e de execução de atividades de edição e de publicação de informações esta Unidade define as medidas de gestão a seguir especificadas.

Metas

- Proposição e elaboração de instrumentos (enquete eletrônica e questionário impresso) de sondagem mercadológica mais aptos a identificar perfis, interesses, necessidades, preferências e atuais demandas do público-alvo de informações Embrapa.
- Avaliação, planejamento e implantação de atividades técnicas necessárias à coordenação e à execução de atividades de edição e de publicação de informações em mídia impressa.
- Celebração de, no mínimo, 60 parcerias internas para a edição e a publicação, conjuntas, de informações impressas Embrapa.
- Celebração de, no mínimo, 208 parcerias internas para a produção conjunta de matérias a serem veiculadas no programa televisivo *Dia de Campo na TV*, assim como a formalização de, no mínimo, 2 (dois) contratos com parceiros externos para a retransmissão desse mesmo programa.
- Celebração de, no mínimo, 208 parcerias internas para a produção conjunta de matérias a serem veiculadas no programa radiofônico *Prosa Rural*, bem como a formalização de, no mínimo, 300 contratos com rádios brasileiras para a retransmissão desse mesmo programa.
- Automação do processo editorial de publicações impressas via proposição, desenvolvimento e implantação de dois sistemas, integrados, de gerenciamento das atividades de edição: a Ficha Eletrônica de Produção Editorial (Fepe), e o Sistema de Gestão de Publicações Impressas (SGPI).
- Sistematização do processo de pesquisa, estudo e aplicação de leis, normas e padrões que assegurem tanto o rigor científico como direitos autorais e patrimoniais sobre informação.

Diretriz estratégica 3: Gestão de pessoas

Diretriz específica 3.1

Avaliação e redefinição de papéis de empregados, com vistas à valorização profissional e à socialização do conhecimento organizacional.

Situação atual

Embora considere importante o rodízio de seus colaboradores em funções diferenciadas, e seja constante a busca de atualização nas tecnologias e nos procedimentos por parte dos empregados, poucas vezes a Embrapa Informação Tecnológica pode oferecer oportunidades para que desempenhem diferentes atividades e, assim, ampliem seu conhecimento, aumentem o capital intelectual da Unidade e tornem-se cada vez mais aptos a suprir eventuais ausências de colegas.

Metas

- Oferta, sempre que possível, de oportunidades de execução de diferentes atividades, para que empregados possam desempenhar, de forma integrada e motivada, novos papéis no quadro de pessoal da Unidade.
- Promoção, mediante parcerias com outras instituições de ensino e com outras Unidades da Embrapa, da elevação do nível de conhecimento de empregados, facilitando, para tanto, a participação deles em cursos presenciais e a distância.
- Planejamento e execução, em parceria com a Embrapa Meio Ambiente, de ações que visem à participação de empregados em trabalhos pertinentes à educação ambiental.
- Busca de parcerias, em programas de qualificação profissional, para ações de elevação do nível de escolaridade de, pelo menos, 10% dos empregados.
- Mapeamento e disponibilização, via Intranet, das competências atuantes na Unidade, com o objetivo de fomentar, interna e externamente, integração social e profissional.

Diretriz específica 3.2

Reposição do quadro de pessoal da Unidade.

Situação atual

Para assegurar a reposição de seu quadro de pessoal, a Unidade define a meta a seguir especificada.

Meta

- Levantamento anual das vagas disponíveis para fins de solicitação de contratações que venham a preenchê-las integralmente.

Diretriz estratégica 4: Comunicação empresarial

Diretriz específica 4.1

Promoção, manutenção e ampliação de fluxos e de canais de diálogo e de influência recíproca com públicos externos.

Situação atual

Embora a Unidade já disponha de canais de comunicação com públicos externos, faz-se necessária a ampliação desses canais, bem como a obtenção de novas formas de interação com a sociedade, sobretudo em virtude de sua atuação no mercado editorial.

Metas

- Ampliação da rede de comunicação direta, assim como de meios eletrônicos e impressos, para estabelecer diálogo freqüente com públicos estratégicos, com as demais Unidades da Embrapa, com atores sociais organizados, e, sobretudo, com a imprensa, para identificar demandas, formar opinião, monitorar ambiente externo, promover arranjos e conquistar parcerias e, logo, divulgar e fortalecer a imagem da Unidade, em particular, e da Empresa como um todo.
- Incrementação dos sistemas de atendimento ao cidadão (telemarketing, SAC, correio eletrônico, cartas e 0800), para agilizar e tornar mais eficiente a busca de resposta e o fornecimento de informações solicitadas.

Diretriz específica 4.2

Incentivo da comunicação interna na Unidade, com a motivação de um relacionamento de transparência e de colaboração entre todos os empregados.

Situação atual

A Unidade dispõe de alguns canais para a comunicação interna de seus colaboradores, mas faz-se necessário ampliá-los e atualizá-los, bem como obter novas formas de interação.

Metas

- Incentivo constante à integração de todas as gerências, quer seja mediante a delegação de responsabilidades que requeiram esforço conjunto, quer seja mediante a promoção de eventos comemorativos que envolvam a participação conjunta de empregados da Unidade.
- Permanente atualização de expedientes de comunicação internas já existentes na Unidade, tais como mural, quadro de avisos e lista de discussão on-line.

Diretriz específica 4.3

Promoção e prestígio constante da imagem da Unidade, assim como da imagem da Empresa como um todo, com a disponibilização de produtos de qualidade, os quais preservem a marca e a identidade institucionais.

Situação atual

Dada a especificidade de suas atividades de editar e de publicar informações, a Embrapa Informação Tecnológica já vem se empenhando em publicar produtos de qualidade, nos quais esteja assegurada a padronização institucional, bem como a impressão da marca e da identidade institucionais. Cabe-lhe, portanto, continuar se empenhando nisso, bem como contribuir para a disseminação de tal prática na Empresa, sobretudo em suas atividades de coordenação.

Meta

- Disponibilização e atualização de manuais que disponham sobre normas asseguradoras da identidade visual da Embrapa Informação Tecnológica, em particular, e da Embrapa como um todo, como forma de colaborar para que a padronização e integridade da marca e da imagem de ambas, Unidade e Empresa, estejam sempre garantidas.

Diretriz estratégica 5: Gestão organizacional

Diretriz específica 5.1

Promoção de ações que integrem seus empregados, assim como esses a colaboradores das demais Unidades e, por extensão, também com parceiros das organizações do Sistema Nacional de Pesquisa Agropecuária (SNPA) e de outras instituições, públicas ou privadas, para o intercâmbio e a organização de informações científicas e tecnológicas.

Situação atual

Embora a Deliberação nº 14, de 5.8.2003, atribua-lhe a função de promover integração interna, bem como a de contribuir para a externa, a Embrapa Informação Tecnológica tem se restringido a executar ações de rotina para este fim. Portanto, para intensificar o processo de integração necessária à ampliação do intercâmbio de informações, esta Unidade se propõe à consecução da meta de gestão a seguir descrita.

Meta

- Promover parcerias e eventos, tais como encontros de bibliotecários, de editores, equipes responsáveis pelo portal ou

pelas agências de produtos, reuniões com diretores de escolas integradas a projetos de ação social, tais como Escola Digital Integrada e Minibibliotecas do Semi-Árido; reuniões com parceiros na veiculação do *Prosa Rural*, que, além de oportunidades e de espaços para a prática de ações de apoio técnico, consistam também em oportunidades e em espaços propícios ao compartilhamento de experiências e à articulação de novos arranjos institucionais.

Diretriz estratégica 6: Recursos financeiros

Diretriz estratégica 6.1

Adoção de atitude proativa e indutora de captação dos recursos financeiros provenientes tanto de comercialização de produtos como de repasses provenientes de patrocínios, convênios e/ou de outro tipo de parceria com iniciativa privada ou pública.

Situação atual

O esforço de captação de recursos desta Unidade tem sido significativo, e tem lhe rendido relativo sucesso. Contudo, para captar recursos que lhe permitam subsidiar o desenvolvimento de ações e projetos planejados, a Embrapa Informação Tecnológica se propõe a atingir as metas a seguir especificadas.

Metas

- Intensificação do processo de distribuição de material de divulgação.
- Participação em eventos cuja proposta seja oportuna para a divulgação e a comercialização de produtos de informação integrados no estoque na Unidade.
- Adoção de estratégias de marketing mais competitivas, tais como obtenção de maior espaço na mídia para divulgação de produtos, aumento do número de contratos promissores de venda em consignação, as quais viabilizem aumento anual (cerca de 60 mil itens em 2003) de 5% na venda de exemplares.
- Apresentação de propostas de patrocínio para empresas, públicas ou privadas, cujas atividades sejam afins ao conteúdo de publicações a serem lançadas, reeditadas ou reimpressas.
- Busca, entre entidades de fomento, de oportunidades de captação de recursos mediante a apresentação de ações e projetos a serem desenvolvidos conjuntamente.
- Celebração de maior número de contratos de prestação de serviços de editoração e de impressão gráfica.

- Economia de recursos com aquisição de acervo de produtos de informação para consulta técnica, por meio da celebração de parceria, para esse fim, com a Capes.
- Economia de recursos com retransmissão de programas radiofônicos e televisivos, mediante a celebração, para esse fim, de parcerias com canais de televisão e rádios nacionais.

Diretriz estratégica 7: Infra-estrutura

Diretriz específica 7.1

Ampliação e modernização tanto de dependências físicas como dos recursos tecnológicos disponíveis na Unidade.

Situação atual

Desde 2003 a Embrapa Informação Tecnológica se esforça para modernizar seus recursos tecnológicos e ampliar suas instalações físicas, proporcionalmente ao seu efetivo crescimento. Contudo, a aquisição de algumas máquinas e a construção do novo pavilhão para a acomodação das salas das quatro gerências e das supervisões de Compra e Licitação, de Recursos Humanos e de Produção não sintetizam todo o seu projeto de melhorias relativas à infra-estrutura, haja vista a Unidade se propor ainda ao cumprimento das seguintes metas neste sentido:

Metas

- Dar continuidade ao processo de expansão e de modernização de suas instalações físicas, priorizando-se as ampliações necessárias à expansão de espaço para a melhor acomodação do setor de Serviços Gráficos, almoxarifado e do estoque de produtos de informação, assim como para a instalação do estúdio para a gravação do programa de radiodifusão.
- Propor e executar melhorias na infra-estrutura organizacional da Unidade, via fusão, acréscimo ou racionalização de espaços e de atividades, para uma utilização mais efetiva dos recursos.
- Adquirir modernos equipamentos para todos os setores, com prioridade para os de serviços gráficos, de informática, de vídeo e de radiofusão.

Projetos integrativos e estruturantes

Para estruturar ações, captar e organizar recursos, e viabilizar a consecução de objetivos e de diretrizes definidos neste seu segundo plano diretor, garantindo, ao mesmo tempo, a sinergia de suas atividades, a Embrapa Informação Tecnológica dará continuidade à execução de projetos integrativos já em andamento – a seguir descritos – propondo-se a aprimorá-los, a adequá-los e a inová-los, bem como a desenvolver novos projetos sempre que necessário.

Projeto 1: Organização da informação impressa e eletrônica – Atualização e aperfeiçoamento

Este projeto integrativo, de gestão, de edição e de publicação de informação, tanto em mídia impressa como em mídia eletrônica, envolve esforços das quatro atuais gerências da Embrapa Informação Tecnológica e deve, neste quadriênio, ser aperfeiçoado e atualizado mediante a execução das seguintes ações:

- Priorização de disseminação de livros, de periódicos e de cartilhas, entre outras publicações impressas e/ou eletrônicas, cujo conteúdo enfoque questões relacionadas à multiplicidade de temas prevista tanto no atual plano diretor da Embrapa, como na pesquisa prospectiva da Embrapa. Secretaria de Gestão e Estratégia (2003) para este quadriênio.
- Veiculação de matérias interdisciplinares em programas televisivos, com o prévio processo de divulgação e de seleção, via edital, de temas prioritários a ser anualmente apresentados pelas demais Unidades e parceiras do Sistema Nacional de Pesquisa (SNPA), de forma que isso proporcione maior e mais variada oferta de informação.
- Transmissão de programas radiofônicos e televisivos em um maior número de emissoras, e/ou com maior periodicidade, para o aumento de audiência e a obtenção de mais ganhos sociais.
- Instalação de estúdio para a gravação do programa radiofônico coordenado pela Unidade.
- Execução de projetos comprometidos com a inclusão social de segmentos sociais para os quais o acesso à informação científica e tecnológica é difícil, ou mesmo inexistente, por meio da disseminação (em mídias eletrônica e/ou impressa) de informação sobre agricultura familiar e meio ambiente.
- Adoção e atualização de recursos e de dispositivos tecnológicos de segurança, os quais proporcionem maior segurança de redes, de gestão de processos, de sistemas e do correio eletrônico internos.

- Aplicação e disseminação de instrumentos e de dispositivos normativos e legais que assegurem direitos autorais, intelectuais e de propriedade, bem como a integridade e a autenticidade de publicações da Empresa.

Projeto 2: Disseminação e recuperação da informação – Revisão e inovação

Construção, com a parceria das demais Unidades da Empresa, principalmente da Assessoria de Comunicação Social e do Departamento de Tecnologia da Informação, do Portal Embrapa, cuja complexidade inclui, respectivamente, a reorganização e a implementação da Intranet e de todas as demais formas de organização e de disponibilização da informação. As ações prioritárias para o desenvolvimento do Portal Embrapa são:

- Acompanhamento e adoção de padrões, de diretrizes e de métodos propostos pelo Governo Eletrônico e, como tal, favoráveis à inclusão digital por pressuporem interoperabilidade, integração, transparência e universalização de informações e de serviços públicos.
- Análise de todo o conteúdo já disponibilizado, na Internet, pelas demais Unidades da Embrapa, com posterior proposição de fluxogramas, de mapeamento de conteúdo, de arquitetura da informação e de nova estrutura de navegação.
- Proposição e supervisão de desenvolvimento de leiautes a ser aplicado nas páginas on-line da Empresa para fins de padronização e de identidade visual.
- Seleção, estudo e desenvolvimento de códigos de ferramentas free a serem utilizadas na construção do Portal e, logo, na reorganização da Intranet e na implantação dos diversos sistemas usados na organização da informação.
- Participação, em parceria com outras Unidades, no projeto de reorganização da Intranet Embrapa, cuja execução, de responsabilidade do Departamento de Tecnologia da Informação, exigirá análise do material disponibilizado, para posterior proposta de fluxogramas, de mapeamento de conteúdo, de arquitetura da informação e de novas estruturas de navegação e de identidade visual das páginas online de acesso restrito da Empresa; assim como a proposição e o desenvolvimento de mecanismos e de sistemas de gestão de recursos humanos, de gestão de processos e de comunicação interna.
- Implantação, em parceria com várias outras Unidades de Pesquisa da Empresa, de sistemas de informação especializada (tais como a Agência de Informação Embrapa e os Sistemas de Produção) com o estudo prévio das cadeias produtivas para elaboração de fluxograma e proposição de mapeamento de conteúdo, de arquitetura de

informação e de novas estruturas de navegação e de identidade visual das páginas que integrarão o seu *hotsite*.

Projeto 3: Gestão de pessoas – Valorização e aperfeiçoamento

Gerir competências via reposição constante do quadro de profissionais, promoção da valorização pessoal e atualização profissional dos empregados efetivos ou não (bolsistas e estagiários) mediante a integração interna de pessoas. Para esse fim, as ações estratégicas da Unidade são:

- Promoção, anual, do mapeamento e do provimento de competências para implementar processos de reposição e de redefinição de empregados.
- Planejamento anual do processo de capacitação voltada para o desenvolvimento de competências específicas de empregados atuantes em áreas nas quais a oferta seja escassa.

Projeto 4: Infra-estrutura – Modernização e ampliação

Garantir boas condições físicas de trabalho, com vistas a aumentar a produção e a produtividade. As ações prioritárias deste projeto integrativo são:

- Continuidade do projeto de modernização do prédio da Unidade, priorizando-se as novas instalações previstas para os setores gráfico, de almoxarifado, de vídeo e de rádio.
- Reposição e aquisição de equipamentos para todos os setores, com prioridade para o de serviços gráficos, de informática e de radiofusão.

Projeto 5: Criação do núcleo de pesquisa em organização da informação

A missão de coordenar e de executar estratégias e ações relativas à gestão, à edição e à publicação, em mídias impressa e eletrônica, de informações arquivísticas, científicas e tecnológicas geradas e/ou adaptadas pela Empresa faz com que a Embrapa Informação Tecnológica busque desempenhar também atividades de pesquisa que possam facilitar e aperfeiçoar o processo de organização da informação. Diante disso, e considerando-se o avanço na área de Ciência da Informação, a Unidade se propõe a desenvolver este projeto estruturante de criação de um núcleo de pesquisa, cujo principal objetivo é contribuir para o desenvolvimento de novas técnicas, metodologias e conhecimentos com base nos

princípios da pesquisa científica. As ações previstas para a execução deste projeto são:

- Desenvolvimento de estudos teóricos, metodológicos e práticos sobre gestão da informação e do conhecimento em sistemas, bibliotecas, arquivos e outras unidades de informação.
- Análise de necessidades de informação, assim como do comportamento dos indivíduos e das comunidades na busca e no uso da informação.
- Elaboração de diretrizes teóricas, metodológicas e práticas sobre indexação, estruturas informacionais, representação do conhecimento e recuperação da informação.
- Desenvolvimento de estudos sobre modelos e processos da comunicação da informação científica, tecnológica, comunitária, arquivística, organizacional e de negócio.
- Análise de mídias e de suportes informacionais impressos e eletrônicos.
- Identificação de conteúdos necessários à formação de profissionais aptos ao desempenho de ações específicas de gestão da informação, aqui entendida como o conjunto de atividades e funções que vão da concepção e do planejamento até a responsabilidade pela organização de informação, armazenamento, preservação, recuperação e disseminação de informações, bem como pelo controle dos equipamentos, processos, procedimentos, regras, normas e instalações técnicas. E, assim, criar o ambiente necessário ao desenvolvimento de produtos e de serviços de informação.

Produção editorial, impressão e acabamento
Embrapa Informação Tecnológica

Embrapa

Informação Tecnológica

Ministério da Agricultura,
Pecuária e Abastecimento

