

# PRÊMIO ABAGRP DE **JORNALISMO** *JOSÉ HAMILTON RIBEIRO*

Coletânea  
de matérias  
Categoria  
Jovem Talento  
2013



158 estudantes de jornalismo participaram das atividades práticas da sexta edição do Prêmio ABAG/RP de Jornalismo José Hamilton Ribeiro: Seminário e Ciclo de Palestras e Visitas. Foram mais de 100 horas de “imersão” para conhecer ou entender melhor o agronegócio.

# PRÊMIO ABAG RP DE **JORNALISMO** JOSÉ HAMILTON RIBEIRO

Apesar de jovem o prêmio de jornalismo da ABAG/RP já figura entre os mais importantes do país. Sua categoria profissional entrou, em 2013, para a lista dos 116 prêmios que integram a pesquisa que a cada ano ajuda a formar o ranking dos maiores vencedores de prêmios de jornalismo no Brasil. O ranking dos “Mais Premiados Jornalistas Brasileiros” é feito pela Jornalistas & Cia, que é a newsletter do Portal dos Jornalistas. Para a ABAG/RP, é uma honra estar nesta lista ao lado de prêmios nacionais e internacionais como o Rei da Espanha, Esso, Vladimir Herzog e Líbero Badaró, entre tantos outros. É mais significativo ainda, pois seu Prêmio leva o nome do jornalista mais premiado de todos os tempos, José Hamilton Ribeiro.

Criado para reconhecer o trabalho jornalístico no agronegócio, o Prêmio ABAG/RP de Jornalismo José Hamilton Ribeiro teve, desde a sua primeira edição, o cuidado de também pensar nos futuros jornalistas, criando a Categoria Jovem Talento, com o diferencial de vincular a inscrição de trabalhos à participação dos estudantes de jornalismo em um Ciclo de Palestras e Visitas, para oferecer a eles a oportunidade de conhecer instituições e empresas de diversas cadeias produtivas e ter contato com lideranças do setor.

Com essa proposta, o Prêmio tem atraído cada vez mais jovens interessados em conhecer melhor o dinamismo do agronegócio. Em sua sexta edição, 158 estudantes de 11 instituições de ensino do estado de São Paulo participaram de mais de 100 horas de atividades, entre visitas e palestras.

Parte do resultado desse trabalho pode ser conferido nesta coletânea das melhores matérias inscritas na Categoria Jovem Talento, modalidade Escrita. Com temas transversais a todas as cadeias produtivas, abordando desde sustentabilidade até logística, os futuros jornalistas apresentam suas visões críticas, lastreadas em conhecimentos adquiridos a campo durante o Ciclo de Palestras e Visitas e no interesse que o setor despertou em cada um deles depois das visitas.

Boa leitura!

Equipe ABAG/RP

O Caderno Especial VI Prêmio ABAG/RP de Jornalismo José Hamilton Ribeiro é uma publicação da Associação Brasileira do Agronegócio da Região de Ribeirão Preto - ABAG/RP. Jornalista responsável: Valéria Ribeiro, MTb 15.626.  
Editoração: Fernando Braga. Tiragem: 500 exemplares

Os textos aqui publicados foram previamente autorizados no ato da inscrição de seus autores no VI Prêmio ABAG/RP de Jornalismo, conforme regulamento do mesmo.

# Alunos que participaram das atividades em 2013

Abner Amiel Carmo Dos Santos  
Adriana Campos Kimura  
Adriana da Silva Salgado  
Agnes Sofia Guimarães Cruz  
Aline Santos Antunes  
Alyssa Saldanha Lima  
Amanda Golizia  
Ana Caroline Caminha de Paiva  
André Luis Sousa Dias  
André Spigariol Rinaldi  
Barbara Figueiredo  
Bárbara Öberg Borralho  
Beatriz Rodrigues Vital  
Bruna Graziela do Carmo Togni  
Bruna Rodrigues Ligotti Carneiro  
Camila Dias Moura  
Carolina Santos Ferreira  
Caroline Alves Silva  
Clara Garcia Grizotto  
Deise Almeida dos Santos  
Diego Gomes da Silva  
Elio Thadeu Cabral de Paula  
Estevão Rinaldi Pereira  
Everton Antonio Sylvestre  
Felipe Eugênio Troiano de Godoy  
Fernanda Eid  
Fernanda Ferreira Francisco Santos  
Fernanda Gabrielle Lagoeiro  
Flávia Nosralla de Oliveira Caruso  
Flávia Venturi Rassi  
Flávio Alves Coelho  
Franciele Cristina Jaqueta Ferreira  
Francileide Cristina Prativiera  
Gabriela Campaner Petersen  
Guilherme Henrique Vicente  
Guilherme Santana Niero  
Gustavo Rozzanti Amorim  
Haichelin Duzzioni  
Helena Moro Montrimas  
Heloísa Souza dos Santos  
Hilgner de Almeida Silveira  
Igor Naves Calil Pereira  
Ileoni Santos de Jesus  
Ingrid Schulz de Souza  
Isabela Giordan Linhares  
Isabella Silveira Dias  
Isabella Uliani

Jaqueline Galdino dos Santos  
Jeferson Batista da Silva  
Jessica Lima Silva  
Jéssica Sumie Sumida  
Jéssika Elizandra Silveira de Oliveira  
João Pedro Ferreira de Paula  
Jorge Antonio Salgado Salhani  
Josevaldo Jesus dos Santos Rios  
Julia Bacelar Ferreira de Moraes  
Leonardo Alves  
Leonardo Ditomaso Zacarin  
Leonardo Villas Boas Gonçalez  
Letícia Ferreira Leite de Campos  
Leticia Maia da Silveira  
Lucas Fernandes Martins  
Lúcia Carolina Maroni  
Maizi Navarro  
Marcela Merigo Baggini  
Marcelo Mendes de Souza  
Marco Fábio de Castro Bigi e Bissi  
Maria Cecilia Tebet da Malta  
Maria Eduarda Amorim  
Maria Esther Castedo Valdiviezo  
Mariana Alves Tavares  
Mariana Gonçalves da Cruz  
Mayara Abreu Mendes  
Michael Dias Barbosa  
Nathalie Leme Bortolotti  
Nayara Aparecida Simonetto  
Nicholas Ciampaglia de Araujo  
Pamella Ferreira dos Santos Pinto  
Paulo Eduardo Palma Beraldo  
Paulo Helias de Almeida Júnior  
Regiane da Silva Sousa  
Rômulo Dawid Silva  
Sady Santana Ferreira  
Samantha Sasha de Andrade  
Susana Aparecida dos Santos  
Tatiana Carvalho da Silva  
Valéria Pilla Bretas  
Verônica Lambais de Souza  
Vinicius Ferreira Gomes  
Vinícius Gabriel Segundo Cabrera  
Vinicius Máximo  
Vitor Garbuio de Almeida  
Werlon Cesar Cruz Júnior

## ROTEIRO DE VISITAS 2013

20ª Agrishow (Ribeirão Preto)  
Laticínios Jussara (Patrocínio Paulista)  
Cocapec - Cooperativa de Cafeicultores e Agropecuaristas (Franca)  
Ourofino Agronegócio (Cravinhos)  
Fazenda Bom Jesus - Grupo Labareda Agropecuária (Cristais Paulista)  
Usina São Martinho (Pradópolis)  
Coplana - Cooperativa Agroindustrial (Jaboticabal)  
Case IH (Sorocaba)  
Baldan Implementos (Matão)  
Embrapa Pecuária Sudeste (São Carlos)  
Tour Ciência Universitário - Dow AgroSciences (Mogi Mirim)  
Ihara (Sorocaba), Syngenta (Holambra)  
Centro de Tecnologia Canavieira - CTC (Piracicaba)  
Cepea - Centro de Estudos Avançados em Economia Aplicada - Esalq/USP (Piracicaba)  
TV Bandeirantes (São Paulo)

## PALESTRANTES

Mônica Bergamaschi - Secretária de Agricultura e Abastecimento do Estado de São Paulo  
Natan Herszkowicz - Diretor da Abic (Associação Brasileira da Indústria do Café)  
Ricardo Boechat - Jornalista da TV Bandeirantes  
Antônio Carlos Moreira - Andef (Associação Nacional de Defesa Vegetal)  
Eduardo Camargo - Diretor da ABAG (Associação Brasileira do Agronegócio)  
Roberto Rodrigues - Coordenador do Centro de Agronegócio da Fundação Getúlio Vargas

## INSTITUIÇÕES DE ENSINO PARTICIPANTES

Centro Universitário Barão de Mauá - Ribeirão Preto / ESPM - São Paulo  
Mackenzie - São Paulo / Metodista - São Paulo / PUC - Campinas /  
Unaerp - Ribeirão Preto / Unesp - Bauru / Uniara - Araraquara / Unifran - Franca  
Unimep - Piracicaba / Uniseb COC - Ribeirão Preto / USP - São Paulo

# Fazenda aposta em qualidade de vida dos funcionários

## Grupo Labareda busca resultados através do bem-estar de seus colaboradores

**Hilgner Silveira**

Unifran - Franca

“Trabalho justo e boas condições de serviços”, este é o lema do grupo Labareda Agropecuária que atua na região de Franca, interior de São Paulo. Os trabalhadores recebem convênio médico, bônus por metas cumpridas, cestas básicas, refeições servidas na empresa, ginástica laboral, atendimento psicológico, entre outros benefícios.

Buscando se especializar cada vez mais, a Labareda implantou no ano 2000 o sistema de gestão “Qualidade Total” com o apoio do SEBRAE. Desde então passou a investir na qualidade de vida das pessoas e na qualificação profissional.

Flávia Lancha, proprietária do grupo, ressalta a importância de manter um bom relacionamento com os funcionários e oferecer oportunidades àqueles que se destacam: “Teve gente que começou de braçal e hoje está no escritório. Um exemplo é nosso colaborador o Leandro. Ele já foi tratorista e nós o ajudamos a fazer uma faculdade e hoje ele é administrador e cuida de toda a parte de máquinas da empresa”

O mercado de trabalho exige, cada vez mais, que os profissionais estejam atualizados e tenham no mínimo o ensino médio completo. Preocupados com essa situação, a Labareda implantou o programa “Ampliando Horizontes” que oferece aula aos funcionários em uma sala didática montada em uma das fazendas.

A psicóloga Maria Paula Araújo afirma que a Labareda está no caminho certo, mas que ainda existem muitos empresários que não enxergam os benefícios de um programa de qualidade de vida eficaz: “os trabalhadores precisam ser considerados como parceiros e não cumpridores de tarefas”, afirmou.

Com vários benefícios, a vontade de trabalhar no



*Foto de arquivo mostra viagem de funcionários paga pela empresa*

Foto: Grupo Labareda Agropecuária

grupo desperta o interesse. Porém, vale ressaltar que a responsabilidade do funcionário é uma das exigências para que o sistema funcione. Suspensão, advertência, falta ou atestado é sinônimo de perder a viagem oferecida aos trabalhadores no final do ano.

O grupo é formado por três fazendas, Bom Jesus, São Lucas e Lua Nova, e produz anualmente uma média de 25 mil sacas de café, a maior parte é exportada para países como Suíça, Itália, Alemanha, Japão, Holanda.

No ano de 2008 o Grupo Labareda Agropecuária conquistou a certificação Rainforest Alliance, cujo selo de reconhecimento internacional está ligado ao bem-estar da comunidade e o cumprimento das leis trabalhistas, entre outros requisitos. Além disso, o selo tem apelo ambiental que está diretamente ligado com a sustentabilidade.

Com esse propósito a Labareda lançou a Gincauna Intermunicipal pelo Meio Ambiente, que reúne, além de funcionários e seus familiares, estudantes do Ensino Fundamental. Eles participam de concursos, ganham prêmios e aprendem a respeitar o Meio Ambiente e conservá-lo para as próximas gerações.

# Bactéria transforma açúcar em plástico biodegradável

**Marcelo Mendes de Souza**

Unaerp - Ribeirão Preto

A evolução da ciência a cada dia traz novas descobertas, promovendo avanços em vários setores. Um estudo do Instituto de Pesquisas Tecnológicas (IPT) de São Paulo descobriu uma nova bactéria capaz de transformar açúcar em plástico biodegradável, chamado poli-hidroxitirato (PHB).

O plástico é aparentemente igual ao encontrado no mercado hoje, mas é de fácil decomposição e sem prejuízos à natureza. A espécie bacteriana *Burkholderia sacchari*, se alimenta do açúcar da cana e é seu metabolismo que faz a transformação desse açúcar em plástico, os polímeros.

Estes polímeros são materiais degradáveis, e o processo resulta primariamente da ação de microrganismos, tais como fungos, bactérias e algas de ocorrência natural, gerando CO<sub>2</sub> (gás carbônico), CH<sub>4</sub> (metano), componentes celulares e outros produtos se tornando rígidos. Estes materiais rígidos são o poliéster, naturalmente produzido por

um processo fermentativo da bactéria que consome glicose, e produz o PHB, como reserva energética.

Segundo pesquisadores do IPT, outra bactéria estava sendo usada para a mesma transformação, a *Ralstonia eutropha*, antes da nova descoberta. “O cultivo desta bactéria vem da queima do bagaço da cana, e o alimento é o próprio açúcar e seu solvente é usado para extração do polímero da bactéria”, explica Marina Dias, responsável pela comunicação do projeto PHB da Usina da Pedra, em Serrana no interior paulista.

“O grande potencial dessa nova bactéria é que ela pode metabolizar o açúcar diretamente. Já a *Ralstonia* não, pois sua sacarose (açúcar da cana), precisa ser dividida em moléculas menores, e ser absorvidas pelos microrganismos”, diz o responsável pelo projeto PHB da Usina da Pedra, Eduardo Brandi.

A grande vantagem apontada pelos estudiosos é que a pesquisa possibilita a produção de embalagens rígidas confeccionadas por um insumo renovável, neste caso, o açúcar, em substituição das embalagens produzidas com material fóssil, como o petróleo. Atrelado a isso, tem ainda a questão do ciclo de vida do material. “O impacto maior no meio ambiente em relação a isso, a partir do momento que deixa de emitir CO<sub>2</sub>, que é convencionalmente a partir do momento que você extraiu petróleo e transforma em materiais plásticos convencionais, resgatando CO<sub>2</sub> do meio ambiente”, explica Brandi.

É bom lembrar que são cerca de trezentos anos para o plástico comum se decompor na natureza. Uma poluição com prejuízos incalculáveis ao meio ambiente, bem diferente do que essa pesquisa pode trazer, já que o plástico produzido a partir da cana de açúcar se decompõe entre um e dois anos aproximadamente. “Quando chega no ciclo

“É bom lembrar que são cerca de 300 anos para o plástico comum se decompor na natureza...”



de vida final, este material biodegradável volta aos elementos naturais que o compõe, água e CO<sub>2</sub>”, conclui Eduardo.

Segundo Paulo Rodrigues, agrônomo da Usina Santa Izabel e conselheiro da Associação dos Fornecedores de Cana de Guariba (Socicana), existe uma discussão hoje muito importante dentro de todos os setores industriais que é a sustentabilidade e a cana-de-açúcar é uma matéria prima fantástica e pode representar esse avanço. “A cana é capaz de colher a energia solar e transformar em bioenergia, tendo também uma infinidade de produtos rígidos, que a partir das modernas tecnologias, que certamente contribui e contribuirá cada vez mais para a melhoria do meio ambiente no futuro”, conta.

Um exemplo deste projeto da Usina da Pedra é a existência da produção de tubetes em forma de cone, feitos de PHB para reflorestamento, na parte de aplicações para a agricultura, chamada plasticultura. Esses tubetes rígidos desenvolvidos na usina, podem ser inseridos ao meio ambiente e plantados diretamente junto com as mudas de eucaliptos, nas plantações. “Temos também outro exemplo que é a garrafa plástica, o PHB desta garrafa sustentável, encontra-

-se apenas na tampinha da garrafa”, fala Eduardo Brandi.

Segundo o professor universitário e químico Marcio Gomes, a vantagem destes materiais rígidos, é o preço do quilo do polímero de cana-de-açúcar: “Este preço que está na casa dos US\$ 5, enquanto o quilo de outros plásticos biodegradáveis provenientes, por exemplo, da beterraba ou do milho, custa US\$ 14”, diz. Gomes lembra ainda que o valor social é incalculável: “Além de promover a abertura de novos postos de trabalhos, também evita a importação de matéria prima, além de ser sustentável por usar uma fonte renovável”, conclui.

O projeto encontra-se sem escala comercial, desenvolvido através de uma produção piloto na Usina da Pedra, produção de PHB destinado a desenvolvimento de novas aplicações mais resistentes, e buscando parceiros que queiram utilizar os plásticos biodegradáveis no futuro, valorizando o meio ambiente, aumentando o potencial e inclusive competir no meio científico internacional e ainda poder comercializar esses materiais rígidos.

Uma parceria entre os grupos Pedra e Balbo, desenvolve o PHB, o plástico biodegradável extraído a partir do açúcar da cana, que se decompõe em até 195 dias.

# Desperdício diário de alimentos no Brasil alimentaria 19 milhões de pessoas

Quantidade seria suficiente para acabar com o problema da fome no País, que atinge 13,6 milhões de brasileiros

**Jessica Lima Silva**

UniSEB COC - Ribeirão Preto

No começo de outubro a FAO (Organização das Nações para Alimentação e Agricultura) informou que o Brasil atingiu as Metas do Milênio impostas pela ONU (Organização das Nações Unidas) para reduzir o índice de fome no mundo. Em 20 anos, o número de pessoas que passam fome no País caiu de 22,8 milhões para 13,6 milhões. Quem não fica orgulhoso ao ler uma notícia dessas? Mas a realidade, infelizmente, é outra.

O País que produz 25,7% de alimentos a mais do que precisa para alimentar a sua população, segundo dados da ONG Banco de Alimentos, é o mesmo País que desperdiça 39 mil toneladas de alimentos por dia, quantidade que daria para alimentar cerca de 19 milhões de brasileiros. E este número assustador não é só no Brasil. Em setembro a FAO fez denúncia de que 1,3 bilhão de toneladas de alimentos é desperdiçada anualmente no mundo, no qual 870 milhões de pessoas passam fome.

A preocupação com o desperdício de alimentos é antiga, mas o assunto está sempre se renovando e em destaque na mídia. Neste ano, por exemplo, o tema da campanha do Dia Mundial do Meio Ambiente, comemorado no dia 5 de junho, foi: “Pensar, comer e conservar - Diga Não Ao Desperdício”. Lembrando que o desperdício de alimentos acontece ao longo da cadeia produtiva.

A Embrapa Hortaliças desenvolve, desde 1996, um projeto de redução de perda de alimentos, transferência de tecnologia para agricultores, desenvolvimento e comunicação. “O desperdício é um problema muito grave que prejudica, além da parte econômica, a social e a ambiental. O objetivo da Embrapa é atingir todas as fases da cadeia produtiva, orientando desde o produtor que colhe e não consegue vender até o consumidor que compra e não consegue consumir”, diz Milza Moreira Lana, pesquisadora do centro de pesquisa.

Segundo ela, durante a produção se gasta uma quantidade enorme de água, insumo e petróleo, entre outros recursos naturais. Isso, se feito de maneira incorreta, acaba degradando o meio ambiente. “Quanto menos se desperdiça, menos tem que produzir. O planeta não tem recursos suficientes para produzir alimentos e jogar fora”, alerta. É preciso ter conscientização e saber reaproveitar.

## O PRODUTOR

O Grupo Matsusako, que há 30 anos atua no mercado de hortaliças na Grande São Paulo, contribui para o não desperdício de alimentos. Segundo Andréia Azuma Matsusako, diretora da área administrativa da empresa, apenas as partes deterioradas, quebradas e manchadas são descartadas. “A empresa não descarta em lixo comum as sobras alimentares provenientes de sua produção. Todos os resíduos orgânicos são reutilizados por meio de compostagem para a produção de novas mercadorias”, conta.

Os funcionários da empresa são orientados sempre sobre a forma correta de seleção dos produtos e separação do lixo gerado, principalmente o orgânico. “As orientações ocorrem diariamente, com a entrada de funcionários novos e em treinamentos anuais sobre a correta manipulação dos produtos”, diz. Além de todo esse cuidado com o lixo, o Matsusako reaproveita as sobras limpas nas refeições dos colaboradores como saladas e guarnições.

## O VAREJO

Segundo a nutricionista Pâmela C. Monteiro Coelho, do Varejão Cenourão de Ribeirão Preto, a margem de desperdício da empresa é quase nula. “O varejão recebe os produtos previamente selecionados por isso a margem de desperdício é muito pequena. Os produtos que são retirados da área de venda por motivos somente de aparência são doados a entidades sociais”, conta.

## “... O planeta não tem recursos suficientes para produzir alimentos e jogar fora”

Os funcionários, segundo ela, recebem orientações no dia a dia do trabalho em relação ao desperdício. “Estamos com um projeto no papel de aproveitamento dos alimentos, afinal, os vegetais guardam seus mais importantes nutrientes nas folhas, cascas, talos e sementes.”

Para Pâmela, utilizar o alimento em sua totalidade vai além de economizar. “Significa usar os recursos disponíveis sem desperdício, reciclando e respeitando a natureza, além de alimentar-se bem”, fala.

A nutricionista também deu dicas aos consumidores. “É importante higienizar os vegetais e guardá-los no refrigerador, acondicionados em recipientes tampados. Se você perceber que exagerou na hora da compra, congele-os para evitar o desperdício. Os vegetais podem ser congelados por um processo chamado branqueamento, que consiste em mergulhá-los em água fervente, esperar que a água volte a ferver, retirar os vegetais da água fervente e proceder imediatamente ao resfriamento, mergulhando-os em uma vasilha com água gelada. Esse processo protege o vegetal por um longo tempo, além de evitar o desperdício. Atenção: os alimentos congelados conseguem manter o sabor, a cor, o aroma e a consistência do produto fresco”, finaliza.

### O CONSUMIDOR

Quantas vezes compramos alimentos por impulso e eles acabam esquecidos na geladeira? Ou quantas vezes exageramos na quantidade e acabamos jogando grande parte fora? Isso, sem sombra de dúvidas, acontece no dia a dia da maioria das pessoas de classe média e alta. Talvez seja por falta de orientação, por falta de conscientização ou até mesmo acomodação, mas de qualquer forma não nos damos conta de que os alimentos desperdiçados na nossa casa fazem parte das 39 mil toneladas de alimentos que o Brasil desperdiça por dia.

O chefe de cozinha Tiago Caparroz Lopes,

dono de três restaurantes que servem comida francesa, conta que as hortaliças são extremamente perecíveis. “A melhoria na forma de armazenagem e manipulação é a principal arma contra a perda em massa dessa matéria-prima”, diz.

Ele conta que sempre orienta seus funcionários em relação aos alimentos para que eles saibam receber, manipular e melhor armazenar. Além do conceito de aproveitamento, que é levado muito a sério e nada deve ser desperdiçado, tem a questão financeira, que também é afetada.

Lopes fala que, apesar de não ser um consumidor comum e fazer as refeições nos restaurantes, ele leva a mesma regra dentro de casa e dá dicas de como evitar o desperdício. “Penso que a primeira etapa é comprar somente o que se for consumir em um período curto.” O chefe de cozinha também diz que o comércio tenta “empurrar” o que já nas prateleiras, e o consumidor deve exigir produtos mais frescos. “Também acho a manipulação dos produtores muito ruim, precisa ser cobrada”, finaliza.

A consultora óptica Yeda de Paula Silva, que mora sozinha, conta que não sabia do número assustador do desperdício. “Eu, muitas vezes, compro a mais do que vou consumir e acabo jogando alimentos no lixo. Não tinha ideia do número do desperdício. Realmente é muito preocupante. Falta conscientização.”

Se falta conscientização, é preciso pensar urgente no que fazer. O problema do desperdício, no qual muitos têm a mais do que precisam e acabam jogando fora, enquanto outros morrem de fome, é tão sério quanto assuntos de corrupção ou falta de acesso à educação. Sem esquecer que o desperdício também afeta a parte econômica e principalmente a ambiental. É preciso motivação e força de vontade.

Afinal, como disse a pesquisadora Milza Moreira Lana: “O planeta não tem recursos suficientes para produzir alimentos e jogar fora”.

# Logística: a pedra

Brasil investe oito vezes menos em infraestrutura que países concorrentes

**Paulo Palma Beraldo**  
FAAC - Unesp – Bauru

“No meio do caminho tinha uma pedra...”. Assim o escritor mineiro Carlos Drummond de Andrade começa um de seus mais famosos poemas. O texto foi publicado em 1930 e desde então traduzido para dezenas de idiomas. Afinal, cada um tem a sua pedra no meio do caminho. E a do agronegócio atende por um nome grego: logística. Mas, o que significa exatamente isso?

Quem conta mais sobre o assunto é Renato Pavan, que tem mais de 30 anos de experiência com logística. Ele já foi presidente da Ferrovia Paulista S.A (Fepasa) e trabalhou com projetos de infraestrutura e transporte no governo. Hoje, é presidente da consultoria Macrologística. Pavan afirma que os investimentos logísticos brasileiros ainda são baixos em comparação com outros países, o que atrapalha o país no comércio internacional. “O Brasil investe em infraestrutura de transporte apenas 0,5% do PIB, enquanto a Rússia e China, cerca de 4%. Isso coloca o Brasil no 114º lugar em competitividade da infraestrutura de transporte entre 142 países pesquisados pelo Fórum Econômico Mundial”.

Renato Pavan relata que um dos maiores problemas da safra brasileira é a falta de capacidade de armazenagem nas propriedades. O Brasil tem capacidade de armazenagem dez vezes menor que os Estados Unidos, nosso principal concorrente. O especialista afirma que nos EUA é possível armazenar uma safra e meia. No Brasil, o número é bem inferior: apenas 15% de uma safra.

O revendedor de insumos agrícolas e agricultor Rogério Oliveira, de Novo Horizonte-SP, viajou para os Estados Unidos em 2013. Ele visitou diversas propriedades rurais e cidades agrícolas nos Estados Unidos e comenta que lá a utilização de ferrovias e hidrovias é muito grande. “Alguns trens carregam mais de 300 vagões, algo impressionante. Eu nunca tinha visto nada parecido”, relembra.

Rogério tem uma propriedade rural no centro do estado paulista e sofre com o preço do transporte de alguns insumos, como o calcário,

necessário para corrigir a acidez do solo. “O preço do frete até a minha propriedade é de 70 reais. O preço da tonelada de calcário não passa de 35 reais”, diz o agricultor, insatisfeito. Com o gesso, a situação é semelhante. Para o produto vir de Santos até Novo Horizonte, o frete passa dos 60 reais, enquanto o produto custa 40.

A logística ineficiente é a pedra no caminho do agronegócio. A produção de grãos aumentou 47 milhões de toneladas nos últimos cinco anos. A infraestrutura do país - para a exportação e para o mercado interno - no entanto, não acompanhou o ritmo. Nos principais portos do país, filas de navios esperam muitos dias para carregar, com grandes prejuízos e multas para os exportadores.

Gilson Pinesso, presidente da Associação Brasileira dos Produtores de Algodão (Abrapa), questiona a falta de uma infraestrutura que permita que as safras sejam exportadas por portos das regiões Norte e Nordeste e não apenas pelos do Sul e Sudeste. Ele comenta que isso diminuiria o congestionamento dos portos, encurtaria consideravelmente a distância percorrida pelo transporte e reduziria seu custo. “É inconcebível que o algodão produzido no oeste da Bahia tenha que percorrer cerca de dois mil km para ser exportado pelo porto de Santos”.

Os ganhos trazidos pela alta produtividade e qualidade do produto acabam se perdendo em razão do preço do transporte para comercialização. E os resultados aparecem nos números. Nos Estados Unidos, o preço médio para transportar uma tonelada de soja em 2012 foi de 20 dólares. No Brasil, o preço foi quase cinco vezes maior: 98 dólares, segundo dados da Associação Nacional dos Exportadores de Cereais.

Desde o produtor de arroz do Sul ao exportador de carne de Minas Gerais, até quem compra um tecido numa loja da Bahia, todos são afetados pela logística ineficiente do país. De acordo com o Ministério da Agricultura, o agronegócio representa mais de um terço das riquezas do país. Poderia ser mais. E por diversos fatores. Gilson Pinesso, da Abrapa, comenta sobre estudos mostrando que melhorias na logística levariam os produtores de algodão a economizar cerca de R\$ 160 milhões por ano.

# dra no caminho

es - quem paga a conta são os produtores, empresários e consumidores

***Brasil privilegia uso de rodovias desde os anos 1960. Transporte rodoviário é mais caro, prejudica mais o meio ambiente e é mais suscetível a acidentes.***

Foto: Paulo Palma Beraldo



Por que os preços de transporte são mais caros aqui do que no exterior?

Quem responde é Daniel Furlan Amaral, gerente de economia da Associação Brasileira das Indústrias de Óleos Vegetais (Abiove). “Um dos pontos desfavoráveis é que o Brasil privilegia o uso de rodovias para transportar grãos, ao contrário dos Estados Unidos”.

Amaral afirma ainda que no Brasil 72% da distribuição de soja é feita por rodovias, enquanto nos EUA, apenas 9%. Amaral comenta que há estradas em péssimas condições, mal sinalizadas e que o setor rodoviário é o menos adequado para transportes em longas distâncias.

A segunda forma de transporte mais utilizada é a ferrovia, com 22%. Nos Estados Unidos, a participação é o dobro: 44%. Porém, a questão é outra. Segundo Daniel Amaral, da Abiove, “dos 28.700 km de malha ferroviária, apenas um terço vem sendo efetivamente utilizado pelas concessionárias”. Ele defende que é necessário

recuperar trechos e cobrar das concessionárias a efetiva operação da malha concedida.

E a terceira opção de escoamento da produção - e mais barata - usada no Brasil é a que faz uso das hidrovias, contabilizando 6%. Nos Estados Unidos, o número chega a 47%. “Daí podemos ver quão mais competitivos são os EUA, ao utilizarem em larga escala os rios próximos às plantações de soja e milho”, comenta o gerente de economia da Abiove. Ele acredita que faz falta uma política de planejamento em infraestrutura e logística alinhando as três esferas do governo: municipal, estadual e federal. O objetivo disso é impedir “que se criem obstáculos aos empreendimentos, sejam eles burocráticos ou de falta de pessoal”. Além disso, traria benefícios como o planejamento declusas na construção de hidrelétricas a fim de usar as águas dos rios não apenas para fornecimento de energia elétrica, mas para possibilitar o escoamento das safras de grãos. No Brasil há cerca de 42.000

quilômetros navegáveis, mas apenas 13 mil km são efetivamente utilizados.

Quem concorda que a infraestrutura logística é precária no Brasil é Fernando Sampaio, diretor executivo da Associação Brasileira das Indústrias Exportadoras de Carnes (ABIEC). “Nosso transporte rodoviário é abaixo da crítica, o que faz com que seja mais caro transportar o container da indústria ao porto do que do porto a Hong Kong”. E, em termos de competitividade, o Brasil perde para Estados Unidos, Austrália, Uruguai e Argentina, já que todos têm maior facilidade e menor custo para escoar suas produções.

O analista em infraestrutura do Ministério do Transporte, Artur Limaverde, explica que há projetos para equilibrar o uso entre ferrovia, rodovia e hidrovía nos próximos anos. Ele afirma que o Brasil passará de um país que utiliza mais as rodovias para “uma matriz de transporte, em 2031, muito mais equilibrada com o modal ferroviário assumindo o papel principal com 43%, seguido pelo rodoviário com 38% e o aquaviário com 15%”. Além disso, o Departamento Nacional de Infraestrutura de Transporte (DNIT) está desenvolvendo obras no norte do país para descongestionar os portos das regiões Sul e Sudeste.

O escoamento da produção de carne bovina, algodão, soja entre outros produtos é dependente da qualidade das rodovias, que influenciam no tempo e no custo do frete ao porto. “A manuten-

ção destas estradas, bem como a construção de novas opções de vias seria de grande valia. O problema é agravado pelo fato de carne, soja e outras commodities terem praticamente as mesmas rotas de escoamento” lamenta Fernando Sampaio, da ABIEC.

A pedra no caminho da logística brasileira é mais pesada do que parece. Com a produção batendo recordes de um lado, de outro temos imensas filas nos portos, congestionamentos, atolamentos de caminhões, pontes inacabadas, atrasos, desperdícios, acidentes e prejuízos. Ela não atinge apenas agricultores e pecuaristas. Também chega à casa de milhões de brasileiros que consomem produtos mais caros e produtores que perdem até um terço da renda com transporte.

Países de grande extensão como Canadá, Rússia, Estados Unidos e China, priorizam o uso de ferrovias, o que ainda não acontece no Brasil. Isso está ligado ao histórico do país, que inicialmente investiu em ferrovias e, a partir do governo Juscelino Kubistchek (1956-1961), deu prioridade para as indústrias automobilísticas e para a abertura de rodovias. Os setores ferroviário, aquaviário e rodoviário devem subsistir, em paralelo, e não excluir um ao outro, como foi feito no passado. O preço disso é cobrado até hoje não só para quem produz, mas também para quem consome.



*Ferrovias são  
uma forma  
de baratear  
o transporte  
realizado  
em grandes  
distâncias.*

Foto: Paulo  
Palma Beraldo

# Pouco investimento na infraestrutura compromete o escoamento de grãos

Ileoni Santos de Jesus  
Uniará - Araraquara

O cultivo dos grãos vem crescendo nas últimas décadas. Há 36 anos, o país produzia em uma área plantada de 40 milhões hectares, cerca de 38 milhões de toneladas; na safra de 2012/13 esses números chegam a 186 milhões ha/ton, segundo dados da Companhia Nacional de Abastecimento (CONAB).

Com o interesse crescente das indústrias de óleo e a demanda do mercado internacional, o complexo soja (grão, farelo e óleo) representa 27% das exportações do agronegócio brasileiro.

O progresso na cultura da soja foi o principal responsável pelo crescimento do agronegócio no país; não obstante o desenvolvimento nacional, a ineficiência da logística brasileira dificulta o escoamento dos produtos.

No ranking de 144 países realizado pelo Fórum Econômico Mundial, o Brasil aparece em 135º na qualidade dos portos, 123º na qualidade das estradas, 100º na qualidade das ferrovias. Fica assim provado que a infraestrutura é um problema visível.

As dificuldades do sistema logístico mudam de região para região. A dependência de rodovias e a falta de investimentos nas ferrovias e hidrovias fazem com que produtores do centro-oeste encontrem maiores dificuldades para escoar a colheita.

As causas de tais problemas são as condições precárias das rodovias. Estradas sem acostamentos, cheias de buracos, ondulações e o congestionamento quilométrico. Nas poucas ferrovias disponíveis, os vagões e locomotivas encontram-se mal conservados e em quantidades insuficientes; a desorganização dos portos, entre o que chega e o que vai ser exportado, acaba gerando tempo de espera. Tudo isso mostra que a logística preocupa pelo baixo desempenho.

Por causa da deficiência logística os produtos saem das propriedades rurais com preços baixos e chegam ao destino com custos altíssimos; os custos da lavoura ao porto de embarque são uma aberração. O Departamento de Agricultura dos Estados Unidos (USDA) revela que os pro-

dutores brasileiros acabam sofrendo impacto do frete na receita, chegando a perder R\$ 4,10 por saca de soja em relação aos Estados Unidos e Argentina.

Esse cenário provém de uma política econômica adotada pelo governo brasileiro, que não se preocupa com a qualidade, custos e produtividade. Devido a isso, o setor produtivo, diante da deficiência crônica da infraestrutura, terá de pagar preços cada vez mais altos.

Sabemos que o Brasil é um país caracteristicamente rodoviário, no entanto, a ferrovia e a hidrovia são grandes modais mais hábeis para a exportação da soja produzida no país e deveriam receber insumos e serem ampliadas.

De acordo com estatísticas da Agroconsult, uma consultoria especializada em agronegócio, a China investe 8,3% do produto interno bruto (PIB) em infraestrutura, o México 3,6%, Estados Unidos 2,3%, ao passo que o Brasil emprega somente 1,7% do seu PIB no seguimento.

Nós, brasileiros, temos uma das maiores extensões de rios navegáveis do mundo e o frete hidroviário é mais barato em comparação com o ferroviário, rodoviário e o aéreo, este extremamente caro. Entretanto, o país não dá prioridade para a hidrovia.

A verdade é que teremos de ingressar numa constante crítica ao governo para acelerar obras, projetos e propostas eficientes como investir no modal hidroviário, concretizar as concessões rodoviárias, abrir as vicinais, revitalizar o sistema ferroviário e realizar uma reorganização portuária.

Assim, percebe-se que uma melhoria nas rodovias, ferrovias e o melhor aproveitamento do transporte hidroviário serão essenciais para o rápido escoamento dos grãos, procedendo a um valor agregado relativamente baixo. A perspectiva de expansão do setor produtivo é legítima; portanto, a esperança de melhorar a logística no país é grande. Ter uma logística eficiente permitirá que o Brasil apresente vantagens em relação a outros produtores mundiais.

Desse modo as exportações do agronegócio contribuirão para o desenvolvimento interno ao tornarem o país o maior fornecedor do mercado internacional.

# Mesmo com o aumento da produtividade, aeronaves ainda não se estabeleceram no mercado agrícola

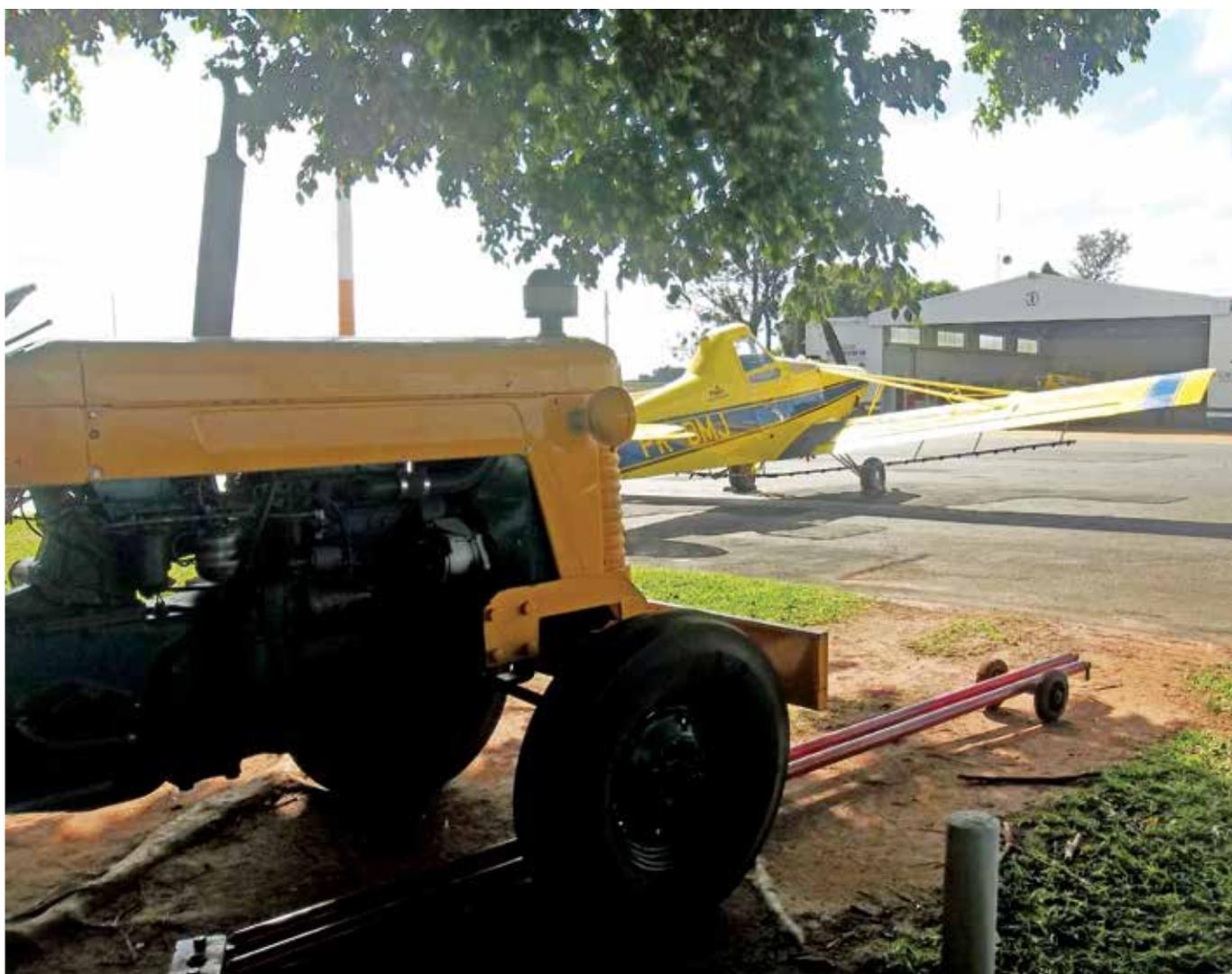
**Marcela Merigo Baggini** - Unaerp - Ribeirão Preto

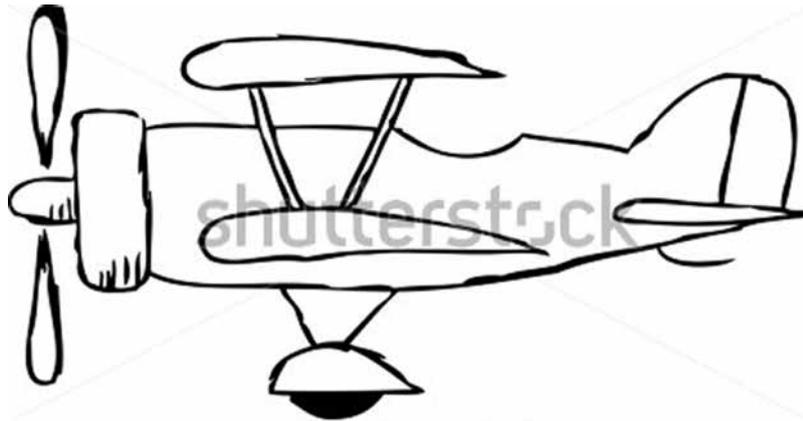
Em busca de uma solução mais eficaz para as atividades do campo, sementes, adubos e agrotóxicos começaram a cair do céu com as aeronaves agrícolas. O trabalho dessas máquinas podem substituir o do trator, que, segundo agrônomos, tem algumas desvantagens como a perda de 4% da produção devido ao seu amassamento.

O trabalho realizado pelo trator chega a custar R\$ 45,00 por hectare (dez mil metros quadrados), enquanto o da aeronave não passa dos R\$30,00. Apesar disso, levantamento feito por um grupo de empresas do ramo aeroagrícola, aponta que o trator

está presente em 70% da atividade rural, atendendo parcialmente a demanda devido à longa duração do serviço. “Um dia de trator pode ser substituído por uma hora de aeronave”, salienta Thiago Magalhães, representante da Tangará Aeroagrícola.

As vantagens vão além das frentes do agronegócio: “Enquanto um trator gasta 300 litros de água para aplicar agrotóxico em um hectare, a aeronave agrícola gasta apenas 30 e ainda beneficia o meio ambiente com a redução no consumo de água”, explica o agrônomo Guilherme Rodrigues, especialista em tecnologia de aplicação.





“Outra ação ecologicamente correta, praticada por empresas desse ramo, é a descontaminação da água utilizada para a lavagem das aeronaves. Isso é uma exigência governamental”, lembra Magalhães.

Nos últimos quatro anos, a frota de aeronaves agrícolas no país cresceu somente 6,97%, segundo a ANAC (Agência Nacional de Aviação Civil) mesmo com as possibilidades produtivas oferecidas. Para Magalhães, esse número é reflexo da falta de pilotos e outros profissionais relacionados a atividade, além de incentivos e burocracias presentes na criação de uma empresa agrícola. “No passado, o governo oferecia o curso de piloto agrícola, hoje, isso não é mais oferecido, ainda estabeleceu uma série de burocracias para a criação de uma empresa agrícola, procedimento que pode durar até dois anos”, explica o representante da Tangará Aeroagrícola.

Para estar apto a pilotar uma aeronave agrícola, é necessário fazer curso de Piloto Privado e, em seguida, o de Profissional. Somente após cumprir determinada carga horária no céu, é possível fazer o curso de Piloto Agrícola, com duração de um mês, período no qual o profissional é treinado para dominar várias técnicas, dentre elas a melhor forma de distribuição da substância carregada.

Em 1988, a região do município de Orlandia, interior de São Paulo, não tinha nenhuma empresa atuante nesse ramo. O empresário Antônio Carlos da Silva percebeu a oportunidade e inaugurou a empresa Tangará Aeroagrícola, que faz referência a cidade de Tangará da Serra, no Mato Grosso, onde ele fez sua primeira aplicação de agrotóxico. Silva começou com uma aeronave nacional e, hoje, conta com dez importadas. A empresa conta com 50 funcionários, sendo dez deles, pilotos.

Com o aumento de pragas como a ferrugem na soja, broca e cigarrinha na cana-de-açúcar, o trabalho de empresas vem sendo mais requisitado e, segundo

Rodrigues, pode atender cerca de 90% das plantações mais comuns.

Para os mais realistas, que preferem deixar os pés no chão, Rodrigues aponta mais uma solução para reduzir a perda de produção, o chamado Autopropelido, maquinário que, em síntese, funde aspectos do trator com os da aeronave. Com rodas mais finas para diminuir o amassamento e asas, para jogar produtos, esse equipamento é totalmente automático e seu preço pode ultrapassar R\$ 120.000,00.

O valor de uma aeronave agrícola importada pode chegar a quase R\$ 2.000.000,00 e tem a vantagem de possuir maior capacidade de carga e potência, atrelados a um menor consumo de combustível. “Apesar disso, a maioria das empresas ainda prefere as nacionais, pois, além de custarem cerca de 800 mil reais, ainda há a facilidade de crédito fornecido pelo BNDES (Banco Nacional do Desenvolvimento)”, observa Magalhães.

Outra diferença entre as aeronaves está na mecânica: Enquanto a nacional possui pistão, a importada tem turbina. Com isso, também muda o tipo de combustível, sendo o Etanol e a Avgas (semelhante à gasolina) utilizados por modelos nacionais, e o JetA1, à base de querosene, utilizado nas turbinas.

Mais uma atividade importante desempenhada por aeronaves vindas do exterior é o combate a incêndios florestais, facilitado pelos mecanismos de armazenamento e dispersão de água dessas máquinas. Contratada pela Defesa Civil do Estado de São Paulo, a Tangará Aeroagrícola é a empresa que combate os incêndios em todo território paulista. “A maioria das ocorrências são perto da capital e nós temos duas horas para chegar até o local e resolver o problema”, explica Magalhães, que vê o combate ao fogo como uma forma de consolidar o nome da empresa, que também trabalha com manutenção de aviões e aluguel de hangares.

# Agronegócio: nosso pão de cada dia

**Abner Amiel Carmo dos Santos**  
*Uniara - Araraquara*

Era verão de março. Foi quando uma mulher de pele clara e cabelos castanhos, de meia altura, enveredou pela sala 4, 2º andar da Uniara. Valéria Ribeiro ficou posicionada na frente de todos os futuros jornalistas - do segundo ano até quarto - e, sem balbuciar, abriu a boca e começou a falar: "Quero convidá-los a participarem do Prêmio ABAG/RP Jornalismo", expressou enfaticamente. Ela explicou que o prêmio foi criado em 2008 com o objetivo de incentivar e reconhecer o trabalho jornalístico dedicado à divulgação de assuntos relacionados ao agronegócio regional e nacional. "Os alunos vão participar de um ciclo de palestras e visitas", explicou naquela ocasião.

No momento eu tinha dado pouca importância. Pensei como os norte-americanos quando não se importam com algo "I don't mind" (eu não me importo). Pois, agronegócio não é minha praia, não faz parte da minha vida, não traz nada para meu benefício, disse eu com meus conflitos internos. Não estava em minha agenda dos sonhos viajar por um mundo cujo cerne era o agrobusiness.

Assim como o orvalho da noite cai em uma simples planta e escorrega rapidamente no chão, assim também foram os dias. Chegou a data da inscrição do Prêmio e meus contemporâneos estavam exaltados por causa da viagem. Convenceram-me. "Eu vou", eu disse, sem saber o que ia encontrar e descobrir nessa viagem. Pois estava cansado do trivial.

O poeta Fernando de Andrade disse uma vez: "Há um tempo em que é preciso abandonar as roupas usadas, que já têm a forma do nosso corpo, e esquecer os nossos caminhos, que nos levam sempre aos mesmos lugares. É o tempo da travessia". Esse

era o meu tempo, eu pensei, o de travessia, de conhecer coisas hodiernas.

Chegou o dia, era de manhã, primeiro de maio, o sol estava estuando, saindo de trás das densas nuvens, igual um coelho saindo da toca. "Em todas as coisas da natureza existe algo de maravilhoso", disse uma vez o filósofo Aristóteles e, naquele dia, esse algo era o sol.

Alguns momentos depois a van abeirou. Era a nossa condução para a nova jornada. Na rodovia Antônio Machado de Santana, um conglomerado de carros moviam sinergicamente somente de um lado da pista - o direito, e para uma direção, a nordeste. Era como se eles estivessem sendo atraídos para um único lugar, para um só objetivo. "Vou dormir e descansar um pouco", disse Ileani Jesus, que estava com seu ray ban retangular de viagem.

Depois de algumas horas de quietude, alguém exclamou: "Chegamos! É Ribeirão Preto". Era uma cidade bela com seu clima tropical. Uma vegetação original com fragmentos, tais como da floresta estacional semi-decidual - vegetação pertencente ao bioma Mata Atlântica. Podíamos ver longos edifícios retangulares um atrás do outro, como o jogo do dominó. "Sim, a cidade é linda", respondi no meu intelecto.

"Chegamos! Essa é a Agrishow ((Feira Internacional de Tecnologia Agrícola em Ação) e é considerada a segunda maior feira do mundo", disse uma voz na minha vanguarda. Alguns escorregaram para a janela da Van, pareciam o furão - animal conhecido por ser curioso. Do lado direito as ervas daninhas nos davam boas vindas, do outro lado havia filas, com uma pluralidade de pessoas, principalmente trajadas de "cowboys". Este seria o modo de defini-los, pois estavam à moda country: botas de couro, calças apertadas, fivela, camiseta listrada e um belo chapéu. Se

a cantora Ivete Sangalo estivesse ali, ela cantaria:

*É festa do agro pode vir pode chegar,  
Misturando o mundo inteiro  
Vamo vê no que é que dá...  
Tem gente de toda cor  
Tem raça de toda fé...*

Era uma "festa", todos sorriam, brincavam e as crianças que estavam acompanhadas de seus pais não se aquietavam. Aproveitamos o momento para tirar sessões de fotos para guardar de recordação. Um flash aqui, outro acolá, e todos sorriam.

Pegamos um ônibus que nos levou por uma porção de terra até a entrada da Feira. Com os ingressos que a ABAG nos forneceu, entramos na Agrishow. Aquilo não era uma feira, era uma cidade. Parecia um formigueiro, só que com pessoas. Existiam várias ruas, diversos quarteirões, lotadas de estandes e de indivíduos.

Conforme andávamos, recebíamos panfletos, revistas e outros informativos da Feira e das empresas ali alocadas, e íamos enfiando na bolsa para ler mais tarde, no retorno da viagem.

"Cuidado meninos, andem um pouco do outro" soou uma voz da frente. Pois estávamos dispersos olhando e parando em qualquer estande que víamos. Parecíamos crianças indo a primeira vez a um parque de diversão, querendo ver tudo sem perder nada de vista.

Teve um belo café da manhã e alguns minutos depois, conhecemos colegas de outras universidades. A secretária da agricultura, Mônica Bergamaschi, palestrou para os alunos e apresentou sua equipe de trabalho.

Então chegou a hora de conhecer os estandes das empresas que estavam com seus insumos agrícolas. Continuamos andando separados e

não deu outra: nós estávamos perdidos de toda a turma. Havia sobrado eu, o Ileani Jesus - colega de sala - e uma moça da Barão de Mauá, que não lembro o nome.

Olhávamos para todos os lados procurando pelo bando de camisetas amarelas - era a camiseta da ABAG que todos estavam vestindo -, porém, não achamos ninguém. Estávamos sozinhos graças a nossa distração e curiosidade de parar em qualquer lugar. Estamos perdidos, uivava meu íntimo, como lobo.

Naquele momento acredito que minhas glândulas supra-renais produziram adrenalina como nunca. Meu sangue fervia, pois estávamos perdidos, num mato sem cachorros - expressão das antigas caçadas a raposas na Inglaterra. Podia ser inserida o que disse Vinicius de Moraes certa vez: "No mar estou perdido...", entretanto, meu mar era gente, pessoas por todos os lados, e desconhecidas.

Avistei um senhor que estava dentro de um canteiro de milho. Ele estava dando orientações para um casal e parecia muito sábio no que dizia. Aproveitei que o par havia se retirado e fui conversar com aquele senhor encurvado com os joelhos no chão e amaciando a areia perto da planta.

Apresentei-me e falei que era aluno de jornalismo que estava visitando a Feira pela primeira vez e perguntei se ele tinha visto pessoas com camisetas amarelas iguais com os mesmo dizeres - ABAG Jornalismo. Ele olhou para mim, e notei que ele parecia o Liev Tolstói - escritor russo que pregava uma vida simples e em proximidade à natureza e tinha uma característica de ser recatado.

"Não os vi, meu jovem", respondeu coçando o bigode.

Percebi que ele era agricultor e como eu o tinha ouvido orientando um casal aproveitei para perguntar sobre

o agronegócio. Sempre ouvi falar que a agricultura é a mola propulsora do Brasil ou a força motriz. "Senhor, o agronegócio é isso que falam, é o que move o nosso país?", interoguei.

- O agronegócio é mais que isso, é o nosso pão de cada dia, respondeu com firmeza, sem medo de ter errado alguma palavra.

- Está vendo esse milho que estou tocando?, perguntou-me.

- Sim, vejo.

- O curau, a pamonha, o bolo de fubá e a pipoca derivam dele.

- Sim, mas...

Não esperou eu terminar e já emendou outra pergunta:

- Sabe os pães, macarrão e os bolos que você come?

- Sei.

- Vem do trigo. O açúcar é derivado da cana, que também é usada para fazer etanol e o arroz que está em nossas mesas todos os dias, também vem da agricultura.

Ele não parou. Continuou despendendo um monte de informação em mim. Até parecia que eu o tinha tirado do sério e que ele estava tentado provar algo.

- Sabe o queijo que você come no café da manhã?, vem do leite. Nós vestimos todos os dias roupas que são provindas do algodão. Tudo é agronegócio.

Ele parou e ficou me fitando, esperando um indagar. Parecia como os povos gauleses esperando o ataque de uma legião romana. Eu estava certo que se questionasse, ele iria atacar, ele já tinha as respostas.

- E é nesse ramo que trabalho. Acordo todos os dias e vou para o campo, explicou ele.

Eu sabia que ele estava certo, entretanto não queria dar o braço a torcer e não gosto de ser convencido tão facilmente.

Era verdade o que o agricultor disse. O agronegócio está nos alimentos, na nossa roupa, nos lugares

que frequentamos, no nosso dia a dia.

O meu orgulho caiu como neve. Eu pensava que sabia de tudo e minha jactância me consumia. Pensei como Sócrates: "Só sei que nada sei".

Percebi o quanto era ignorante no assunto que é de principal importância no país. Eu sabia que o arroz, a cana, o algodão, o milho eram plantados, mas não sabia que a atividade destes cultivos estava dentro do agronegócio.

Pegando um livro para ler descobri que, há 10 mil anos, um dos nossos ancestrais percebeu que um grãozinho caído no chão brotava e dava origem a novas plantas. Eles aprenderam a plantar e a colher e nós aprendemos a cultivar com estas pequenas histórias. Este agricultor aprendeu com a história.

Olhando para o agricultor percebi que o meu pensamento sobre o agronegócio era estava totalmente equivocado, estava cometendo um "sacrilégio". Pois, por trás de toda esta atividade de plantação e criação de animais, existiam trabalhadores como este modesto homem de barba branca na minha frente.

Conversamos mais um pouco e me despedi dele, sem saber seu nome. Havia aprendido muito naquele dia e com um homem simples, do campo. Como diz meu pai: "Nós que crescemos no campo não temos tato para essas invenções tecnológicas de hoje, mas sabemos muitas coisas que vocês (jovens de agora) não sabem".

Encontrei-me com os dois estudantes que estavam comigo. Eles tinham conseguido o telefone da Valéria e foi então que ligamos e ela nos reorientou para o lugar em que eles estavam.

Hoje, um pouco mais informado sobre este segmento, posso dizer com o agricultor: "Agronegócio, nosso pão de cada dia".



# Agrocomunicação

Paulo Palma Beraldo  
FAAC - Unesp - Bauru

Para fechar com sucesso a cadeia produtiva do agronegócio, investimentos em comunicação são fundamentais.

Uma fazenda, um touro de elite, uma boa safra e um trator. O que tudo isso tem em comum? Todos são produtos e precisam ser comercializados. “Não adianta nada você ter uma boa mercadoria e não mostrá-la para ninguém. Quem dá esse recado? Nós, da comunicação,” afirma Daniel de Paula, publicitário e repórter especial do Canal do Boi, o primeiro canal de TV voltado para o agronegócio no Brasil, criado em 1995. O repórter acredita que “as empresas estão descobrindo a importância da comunicação e as vantagens que ela pode trazer”.

Atualmente, existem no Brasil seis canais de TV dedicados ao tema (Canal do Boi, Agrocanal, Novo Canal, Conexão BR, Terraviva e Canal Rural) que somam mais de 600 profissionais. Entre eles está a TV Terraviva, criada em 2005. O canal tem parcerias com instituições de pesquisa, como a Empresa Brasileira de Agricultura e Pecuária (Embrapa). Graças a elas, Humberto Candil, diretor de Jornalismo da TV Terraviva, conta que pesquisas e indicadores econômicos marcam presença na programação.

Candil ressalta que “o agronegócio merece mais presença na pauta das redações pelo resultado que gera para a economia do país”. Ele pontua que mais jornalistas especializados e editoriais dedicadas exclusivamente ao agronegócio seriam bem-vindas. “Falta uma editoria específica em boa parte dos jornais para cuidar

do assunto. Economia, política e esportes estão sempre presentes nos noticiários porque são tratados por jornalistas especializados”.

No Canal Rural, o diretor Júlio Cargnino conta que as empresas vêm apresentando cada vez mais interesse em associar suas marcas a produtos de conteúdo que tem grande credibilidade junto aos produtores. Ele comenta que conteúdos jornalísticos e de serviço são produtos editoriais que têm apelo junto aos anunciantes.

Cargnino argumenta que o agronegócio tem diversos públicos com linguagens específicas. “Nossos profissionais têm a obrigação de dominar a linguagem de cada tribo do setor”. O objetivo é claro, segundo ele: “falar de assuntos do nosso público para ele mesmo, como se um parceiro estivesse falando com o outro”.

## “O agronegócio não está só no campo”

Sérgio Andreucci, coordenador do curso de Relações Públicas da Faculdade Cásper Líbero-SP, trabalhou por 15 anos na Companhia Energética de São Paulo, a CESP, maior produtora de energia do estado. No ano de 2000, Sérgio abriu uma empresa de comunicação e desde então trabalhou com empresas como Monsanto, Bridgestone, Johnson & Johnson, Vivo e Usiminas.

Sérgio Andreucci acredita que não só o agronegócio, mas também outros segmentos específicos da economia ainda não são tão bem abordados em relação às estratégias de comunicação. Para ele, a razão disso é que “alguns ainda não perceberam a importância que a comunicação tem como efeito multiplicador em um setor”.

De acordo com Andreucci, investir em comunicação em qualquer setor é investir em desenvolvimento. Ele ressalta que o agronegócio não está só no campo; está nas grandes cidades também. “O produtor está totalmente integrado ao atacadista, ao varejista e também ao consumidor final”.

## Se há demanda, é preciso atendê-la

O jornalista Marcelo Pimentel criou o portal Dia de Campo em 2009. Anteriormente, havia trabalhado na Revista Manchete Rural e tem quase 18 anos de experiência no setor agrícola. A proposta do Dia de Campo é “fazer a ponte entre quem gera tecnologia e quem precisa dela para exercer sua atividade agrícola”.

Marcelo lamenta a dificuldade em fazer uma ligação entre as pesquisas desenvolvidas e os produtores rurais. Para ele, a extensão rural sempre esteve aquém da necessidade dos produtores. “Não se aplica boa parte das tecnologias porque essas informações não chegam aos produtores. Há, de um lado, uma pesquisa muito poderosa e, de outro, produtores que necessitam dessas informações, mas que não têm acesso na qualidade ou quantidade que deveriam”.

## Preconceito

Bruno Blecher, diretor de redação da revista Globo Rural aponta que a visibilidade do agronegócio “cresceu muito nos últimos anos, mas ainda não é proporcional à importância econômica do setor”. Ele enumera algumas razões para isso, como o fato de a imprensa brasileira ser excessivamente urbana, mesmo nas regiões agrícolas. “Prevalece no país certo preconceito contra o campo, resultado da visão ‘industrial’ das



elites, que consideram os agricultores caipiras e atrasados”. Além disso, boa parte do noticiário dá destaque a fatos negativos, como quebra de safras, alta de inflação e desmatamento.

Paulo Mesquita, da Associação Brasileira dos Produtores de Algodão (Abrapa), concorda que o agronegócio é visto de maneira equivocada por alguns setores da sociedade. Para ele, há um desconhecimento de boa parte das ações de sustentabilidade promovidas pelo agronegócio. “O setor é visto, em grande parte, como um setor que trabalha pelo desmatamento do Brasil. São agricultores que querem, apenas, mais terra pra plantar sem pensar nas consequências ambientais disto. Uma visão completamente errada”. No entanto, essa realidade mudou. Em várias culturas, o produtor deve seguir rígidos padrões e regras para ser certificado. “Os veículos de comunicação não acompanharam e o imaginário coletivo não mudou”, avalia.

#### **“Levar as notícias do setor é uma forma de ‘abastecer’ a máquina”**

Em Porto Alegre-RS, existe uma boa cobertura do agronegócio. Carolina Jardine, editora do jornal Correio do Povo explica que lá a realidade é um pouco diversa: há editorias especializadas e segmentos inteiros cuidando apenas dos interesses agrícolas. “Isso por tradição e pela relevância que o agronegócio tem na economia gaúcha e brasileira. Formamos gente para todos os grandes jornais do país”.

Carolina Jardine explica que “o agronegócio é o motor da economia gaúcha. Entender e levar as notícias do setor ao grande público é uma

forma de ‘abastecer’ a máquina”. Carolina acredita que a visibilidade na imprensa pode trazer “ganhos substanciais aos empresários do campo tanto em relação a novos negócios quanto em ganho de imagem”. Ela acrescenta que é necessário ir aos locais e falar com as pessoas para conhecer a realidade do setor. “É difícil ouvir a voz do campo na cidade. É preciso estar com o pé na terra para sentir o que o produtor quer e precisa. Cobrir agronegócio por telefone é mais fácil, mas muito menos rico.”

Outro jornal que dá bom espaço ao assunto é o Valor Econômico. Fernando Lopes é editor de agronegócio e trabalha lá há mais de dez anos. Ele conta que “a editoria é uma das mais importantes do jornal” e que “ocupa diariamente até duas páginas e na página principal está posicionada em um espaço nobre”.

Fernando acredita que na mídia em geral a cobertura do agronegócio é insuficiente, mas no Valor, não. “O peso do setor como um todo no PIB é superior a 30%, segundo estimativas, e por isso o espaço dedicado aos assuntos da área deveria ser maior nos jornais em geral”. Para Fernando, as dificuldades do setor são, principalmente, a amplitude de assuntos que compõe a agricultura e a distância geográfica entre a área rural e a urbana.

#### **“Noticiários sobre agro aparecem de forma direta ou indireta”**

Luiz Antonio Pinazza, editor-executivo da revista Agroanalysis (revista de agronegócios da Fundação Getúlio Vargas existente há mais de 30 anos), acredita que o setor é assunto na mídia de qualquer forma, mesmo que

isso não seja perceptível. De acordo com ele, “o agronegócio aparece em muitas notícias relacionadas aos setores industriais e de serviços. A biotecnologia, a logística e a tecnologia de informação são assuntos de fronteira na gestão das empresas do agronegócio, que ganham espaço nas mídias”.

Pinazza acredita que um melhor conhecimento dos produtos e serviços na cadeia produtiva do setor pode ajudar na criação de uma visão integrada do agronegócio. Para ele, é necessário “mostrar as atividades de pesquisa, desenvolvimento, inovação e gestão que o agronegócio espalha na economia e sociedade”.

“Quando falamos em comunicação, devemos lembrar que falamos de informação. Informação deve estar atrelada à melhoria nos processos de produção e tudo mais que envolve a produção agrícola”, diz Paulo Mesquita, da Abrapa. Com melhores resultados, melhor imagem do produtor perante a sociedade, o que traz benefícios para todos.

Até recentemente a comunicação do agronegócio ficava restrita ao próprio setor, ressalta Marcos Braga, da Associação Brasileira de Marketing Rural e Agronegócio (ABMR&A). “Hoje há uma conscientização maior e o marketing visa, como se diz, o antes da porteira, dentro da porteira, e depois da porteira”. Investir em comunicação é uma forma de se diferenciar. O escritor mineiro Guimarães Rosa, em seu conto ‘O Burrinho Pedrês’ afirma que “quem é visto é lembrado”. O mesmo pode ser dito do agronegócio: a comunicação é o caminho para aumento de ganhos, é o caminho para “ser lembrado”.



**abagr**

Associação Brasileira do Agronegócio da Região de Ribeirão Preto

Av. Pres. Vargas, 2001 - 8 andar - sala. 87 - Ribeirão Preto - SP  
Fone/Fax: (16) 3623-2326  
[www.abagr.org.br](http://www.abagr.org.br)