QUEM TEM BOCA VAI A MILÃO

O MUNDO DO ALIMENTO REÚNE-SE NA EXPO 2015

FLAVIO AZEVEDO
Sócio e diretor de Planejamento em Comunicação da Global Intelligence Group (wearegig.com | fhprole@gmail.com)

DEPOIS DE debater o futuro das cidades em Xangai, em 2010, a Expo mundial debruça-se, agora, sobre um tema que une o rural e o urbano: como vamos comer e beber daqui em diante?

A Expo Milano (que vai até 31 de outubro de 2015) pode ser uma fonte de respostas e inspirações. Em resumo, trata-se de um programa fascinante para qualquer brasileiro, mas é uma missão imperdível para aqueles que têm relacionamento com a cadeia produtiva de alimentos.

Na sua essência, o *marketing* busca valorizar as histórias de produtos, marcas, lugares. Apesar dos grandes avanços do agro brasileiro nas últimas quatro décadas, saindo de importador para líder exportador de alimentos, o Brasil conhece pouco desta saga e de seus heróis.

Nas escolas, nossas crianças aprendem sobre os astronautas norte-americanos e a NASA – ainda jovem, visitei fascinado Cabo Canaveral, em 1985 –, mas por que não ensinamos sobre a Embrapa e os "astronautas" que deram ao nosso País liderança na corrida alimentar? Onde estão as estátuas e as homenagens a estes reinventores tão fundamentais?

Milão pode dar algumas dessas respostas. Em 2009, conduzimos uma pesquisa sobre a imagem do agro brasileiro, com o renomado antropólogo Roberto DaMatta. O objetivo era saber por que nosso campo sofria tanto preconceito se comparado ao orgulho com que os EUA falam de seus caubóis e os europeus de seus vinhos e queijos.

Analisando a literatura, o cinema e, até mesmo, as telenovelas brasileiras, a pesquisa revelou que há cinco séculos somos bombardeados por um imaginário explorador, com raízes históricas verdadeiras, mas que não valoriza a recente Revolução Verde brasileira. Entre as telenovelas "Escrava Isaura" e "Rei do Gado", nossos contadores de histórias passam batido pelos Pelés e Garrinchas do campo brasileiro.

Como, por exemplo, somos "os desmatadores" se temos mais de 60% de nossas florestas nativas de pé, enquanto europeus e norte-americanos têm menos de 1%? Segundo o professor DaMatta, a resposta é simples: "os estrangeiros entenderam a importância de contar suas histórias. Os brasileiros, não. Contem as histórias". Desde 2009, temos ajudado a contar casos reais de sucesso de líderes como Blairo Maggi, passando por associações como CitrusBR, Abiec, UNICA e Andef e empresas como BRF, Monsanto e Grupo Roncador.

Em 2013, foi lançado o projeto Desafio 2050, com coordenação da FAO-ONU, da Embrapa, da Andef e da ABAG, para esclarecer nossos formadores de opinião sobre os desafios e as conquistas da produção de alimentos no Brasil. Foi criado, também, o Prêmio Revolução Verde, com o qual celebramos os "astronautas" brasileiros, que reinventaram o nosso campo (http://revolucaoverde.org).

Hoje, não existe *marketing* eficiente sem histórias reais, celebradas todos os dias. É isso que procuramos fazer aqui e encontramos em Milão. Do "*food diplomacy*" norte-americano (reafirmando a importância estratégica do "conquistar pela boca"), passando pelo milenar e robótico espaço da Coreia do Sul, pelo didatismo israelense da produção sem água e pela valorização da ciência russa, chegando ao lúdico pavilhão brasileiro, são dezenas de atrações imperdíveis que a Expo 2015 oferece. Bom apetite! ■