

RÔMULO SERPA

LANÇAMENTO DA CROPLIFE BRASIL

CROPLIFE BRASIL É LANÇADA PARA FOMENTAR A INOVAÇÃO E O USO DAS MAIS MODERNAS TECNOLOGIAS NAS LAVOURAS BRASILEIRAS

Entidade que representa algumas das principais tecnologias utilizadas no campo, a CropLife Brasil foi apresentada em 31 de outubro último, em Brasília, com a presença da ministra Tereza Cristina, do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA), e do ministro Ricardo Salles, do Ministério do Meio Ambiente (MMA).

INSTITUIÇÃO COM mais de cinquenta anos de história e, atualmente, com escritórios nos Estados Unidos, no Canadá, na Austrália, na África e no Oriente Médio, a CropLife, finalmente, desembarcou no Brasil, com a missão de fomentar a inovação e o uso das mais modernas tecnologias nas lavouras brasileiras. A nova entidade, pioneira na integração das principais ferramentas tecnológicas para o agricultor, foi lançada em 31 de outubro último, em Brasília, numa cerimônia que contou com a presença de autoridades como os ministros do MMA, Ricardo Salles, e do MAPA, Tereza Cristina, além de dezenas de políticos e profissionais ligados ao setor.

A CropLife Brasil terá como missão fomentar a inovação e o uso das mais modernas tecnologias nas lavouras brasileiras, além de produzir e disseminar conhecimento tanto para os produtores rurais – por meio de ações de educação e treinamento que contribuam para promover as boas práticas agrícolas –, quanto para a sociedade – por meio da divulgação de informações de qualidade sobre a importância da tecnologia para a produção sustentável de alimentos.

Na sua fala durante o lançamento, o presidente executivo da instituição, Christian Lohbauer, destacou a importância do agronegócio para a economia do País e a necessidade de fortalecer a representatividade do segmento, o que será possível a partir da criação da CropLife Brasil. "Não perdemos o que já foi feito, mas iniciaremos uma fase com atuação mais abrangente. Agora, juntando as instituições que já atuavam no setor, teremos voz e imagem únicas. Vamos debater e trazer fatos, dados e esclarecimentos.

O executivo afirma que a atuação da CropLife no Brasil será diferenciada da das demais por incorporar todas as tecnologias ligadas aos defensivos agrícolas e às sementes.



RÔMULO SERPA

Para ele, como o Brasil é o maior mercado dessas áreas de negócio, nada mais natural que o País se apresente como pioneiro para construir uma missão ainda mais ambiciosa do que as de outras CropLifes.

O membro do Conselho de Administração da CropLife Brasil, Eduardo Leduc, deu mais detalhes sobre a criação da instituição. "Não nascemos do zero. Existem a inspiração e a busca de sinergias com a CropLife International, criada para defender a inovação e a proteção de cultivos e biotecnologia há quase vinte anos", disse o executivo. "Desenvolvemos um trabalho para criar uma nova associação única, um agrupamento com visões diferentes para representar os interesses das empresas de tecnologias de defensivos agrícolas convencionais, dos produtos biológicos, das sementes, dos germoplasmas e das biotecnologias", concluiu.

Segundo Leduc, os produtores já fazem a integração dessas tecnologias em cada hectare cultivado, mas o discurso segmentado para falar com o setor produtivo e a sociedade era um complicador. "Isso explica a união da Associação Nacional de Defesa Vegetal (Andef), do Conselho de Informações sobre Biotecnologia (CIB), da Associação Brasileira das Empresas de Controle Biológico (ABCBio) e da Associação das Empresas de Biotecnologia na Agricultura e Agroindústria (AgroBio) na formação da CropLife Brasil. Consolidamos as associações para ganhar eficiência e ter mais impacto sobre as atividades de educação para boas práticas agrícolas e na comunicação. Estávamos todos fazendo cada um o seu pedaço, sem conseguir angariar o mérito para muitas realizações feitas", concluiu o presidente do Conselho.

A CropLife Brasil representará, no País, algumas das principais empresas especializadas em pesquisa e desenvolvimento de novas soluções nas áreas de sementes, biotecnologia, defensivos químicos e biológicos. "Vamos representar todas as tecnologias disponíveis para os agricultores. Trabalharemos para que eles possam utilizar todas elas, conforme a sua necessidade, para produzir alimentos com segurança e alta produtividade", afirmou Christian Lohbauer. "A CropLife Brasil já nasce com o DNA da Ciência e comprometida com a inovação na produção de alimentos, fibras e biocombustíveis", completou.

O evento de lançamento contou, ainda, com o convidado internacional Jack Bobo, profissional que trabalhou por treze anos no Departamento de Estado dos Estados Unidos como consultor sênior para políticas alimentares e é considerado pela Scientific American uma das cem personalidades mais influentes do mundo na área de Biotecnologia. Ele falou sobre a importância da pesquisa científica para informar melhor a população sobre segurança alimentar e, assim, evitar boatos e desconhecimento.

ENTREVISTA: CHRISTIAN LOHBAUER

VAMOS DESFAZER OS MITOS DO MEDO


RÔMULO SERPA

O presidente executivo da CropLife Brasil prega o diálogo com a sociedade e afirma que a Ciência deve prevalecer sobre as percepções. “Vamos, de forma cordial e inteligente, conversar com as pessoas”.

Na sua visão, a comunicação é o grande desafio do agronegócio hoje?

Este é um momento importante para uma série de instituições em torno da CropLife. Queremos construir um projeto de dimensão importante; um desafio bonito de trabalhar. Juntos, iniciaremos um processo de convencimento e conexão de confiança. Vamos desfazer os mitos do medo. A Ciência deve prevalecer sobre as percepções e as versões. Há um paradoxo neste tempo: existe mais informação disponível e rápida, mas cada vez mais gente desinformada. Como reverteremos isso? Enquanto trabalhamos de forma assídua para o bem da sociedade, grupos nos criticam. Nossa autocrítica é a de que ficamos omissos e deixamos isso acontecer. Vamos, de forma cordial e inteligente, conversar com as pessoas; mostrar os enganos em relação àquilo que fazemos. Apesar de tentarmos o bem para a sociedade na contribuição para um mundo melhor, estamos perdendo a guerra. Existem várias narrativas para dificultar o nosso progresso.

Por que se decidiu pela criação de uma nova associação?

Vivemos um momento de grande transformação nos negócios de defensivos, biodefensivos e biotecnologia. Com a CropLife Brasil, construiremos um modelo regulatório mais sofisticado e consciente. Há um amadurecimento empresarial e político para desenvolvermos essa agenda. Existe uma renovação no Congresso Nacional, com parlamentares comprometidos com uma pauta de futuro. Participamos das audiências públicas. Sentimos um governo com postura de administração pública, inclusive nos escalões intermediários. O nosso trabalho terá uma só voz e uma só cara para debater, trazer fatos e apresentar dados. No entanto, o legado das quatro entidades que se unem – a Andef, o CIB, a AgroBio e a ABCBio – não será esquecido nem modificado, mas sim incorporado à nova entidade. Formamos uma nova governança sem perdermos as realizações feitas.

Por que usar o nome CropLife Brasil?

A marca vem de fora, é bem conhecida, mas precisamos usar da melhor maneira possível. A ambição brasileira, porém, é colocar essas divisões de negócio dentro do mesmo chapéu. Nem todas as CropLifes internacionais fizeram isso. Mas nada mais natural do que essa iniciativa sair do Brasil, tendo em vista o seu tamanho em todos os seus produtos e serviços. De uma maneira simples, queremos adotar um conteúdo direto e fácil para as pessoas entenderem quem somos: uma instituição representativa das tecnologias voltadas ao produtor para que ele possa usá-las na propriedade, na cultura e na região que desejar. Aqui, estão representados as sementes, os defensivos, os biodefensivos e todo o universo da biotecnologia disponível.

As áreas terão o mesmo peso dentro da associação?

Trata-se de um passo novo. Alguns anos atrás, isso era difícil. Ficava a ideia de que a semente e o biodefensivo talvez substituíssem os defensivos tradicionais. Isso não acontecerá. Há uma complementação e uma integração entre as áreas. Isso é inovador para dar sustentação à existência da CropLife. Estabelecemos, também, uma governança inédita. Precisamos colocar essas instituições com tamanhos e negócios ainda que um pouco diferentes dentro de um mesmo modelo de decisão. Montamos um conselho com participação ponderada por membro. Existem objetivos transversais e horizontais, comuns ou não, para viabilizar uma agenda coordenada.

E quais serão os principais focos de atuação da CropLife Brasil?

A CropLife demanda dois tipos de trabalho: primeiro, uma comunicação diferente na qual podemos colocar as nossas energias criativas; e, segundo, um processo de aliança profunda entre os negócios, com um projeto de boas práticas para ensinar e treinar diferentes públicos – produtores, revendas e a sociedade como um todo. A pretensão é ambiciosa. Teremos divisões com profissionais qualificados para cuidar desses assuntos. Como todo negócio, as empresas investem e esperam retornos. Existe muito recurso investido em pesquisa, desenvolvimento e inovação, com propriedade intelectual para ser respeitada e aferida. Também trabalharemos intensamente para combater as práticas ilegais – um problema brasileiro crônico em todas as atividades –, que envolvem cifras bilionárias e precisam ser coibidas.

MINISTROS PRESTIGIAM O LANÇAMENTO DA CROPLIFE BRASIL

Os ministros do MMA, Ricardo Salles, e do MAPA, Tereza Cristina, marcaram presença no lançamento da CropLife Brasil, em Brasília. Em seus discursos, ambos destacaram a importância de uma boa comunicação para reforçar a imagem da agricultura.



RÔMULO SERPA

Na sua fala no evento, Ricardo Salles destacou que plataformas como a CropLife Brasil são uma grande oportunidade de esclarecer e levar para a sociedade elementos, dados e fatos provenientes da pesquisa científica que são capazes de dar fundamento para todas as colocações, as narrativas e as análises essenciais ao desenvolvimento do agronegócio. Segundo o ministro do MMA, "o Brasil é modelo de sustentabilidade e boas práticas no campo em estados diversos e culturas variadas".

Salles destacou, ainda, que o País é exemplo sob qualquer ótica, até mesmo na quantidade de defensivos usados – tema que é constantemente debatido pela imprensa brasileira. "A tecnologia mais nova substitui a mais antiga, e protelar a análise e a utilização de soluções mais modernas acaba por prejudicar o meio ambiente, a qualidade de vida e a saúde das pessoas", pontuou. Para ele, o MMA, junto ao Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis (Ibama), ao MAPA e ao Ministério da Saúde, tem o papel fundamental de esclarecer, levar dados e informar a população.



RÔMULO SERPA

Já Tereza Cristina lembrou que o desejo de se ter uma instituição única do segmento já era uma ideia discutida quando ela liderava a Frente Parlamentar da Agropecuária (FPA). "Era um sonho que começa a ser verdade agora. Tenho certeza de que estamos no caminho certo", afirmou.

A ministra do MAPA destacou, ainda, o potencial agroambiental do Brasil, mas disse que é preciso investir na comunicação entre esse segmento e a sociedade. "A comunicação como norte será um grande ganho da associação. Pensando juntos, com certeza, vamos ter sucesso", ressaltou.

A CIÊNCIA E A TECNOLOGIA PODEM SALVAR O PLANETA

JACK BOBO
Membro do Conselho da Indiana University e CEO da Futurity

Considerado pela Scientific American uma das cem personalidades mais influentes na área de Biotecnologia, Jack Bobo afirma que a agricultura pode se tornar uma oportunidade para proteger as florestas.

Nos últimos vinte anos, visitei quase sessenta países ao redor do mundo, mas nunca estive no Brasil. Trabalhei treze anos com política governamental no governo dos Estados Unidos e acredito que a ciência e a tecnologia podem salvar o Planeta. A questão é se teremos a permissão para utilizá-las, já que a Ciência diz o que podemos fazer, mas o público é quem aponta o que devemos fazer.

Falarei, aqui, com base em lições aprendidas, sobre como dialogar com o público e encontrar pontes para resolver os problemas da agricultura. Vital para a sobrevivência humana, a atividade agrícola está ligada à natureza a ao Planeta. Para mostrar os seus benefícios, precisamos compartilhar valores com o consumidor.

Atualmente, cerca de 40% da terra está sendo usada para agricultura. Em termos de tamanho, as culturas e as pastagens equivalem, respectivamente, à América do Sul e à África. E isso é muito. Se falarmos sobre a água, o mar de Aral, na Ásia Central, que era o maior lago de água salgada do mundo, ficou diminuto. O rio Colorado, quinto maior rio dos Estados Unidos, não desemboca mais no mar. Tudo isso deve-se à retirada de água para agricultura. Na questão das mudanças climáticas, uma parcela importante dos gases do efeito estufa é proveniente da agricultura e do desmatamento.

Se perguntarmos se prefeririam pagar mais por energia ou alimentos para ter um meio ambiente mais limpo, os consumidores ficariam com o segundo. Então, a nossa conversação deve fazer as pessoas entenderem melhor as oportunidades e os desafios da agricultura.

Passaremos de 7 bilhões de pessoas para 9,5 bilhões até 2050. Esse desafio representa um problema não percebido. Temos

RÔMULO SERPA



850 milhões de pessoas que vão para cama com fome todo dia. Esse número supera as mortes por acidentes de trânsito, malária e outras. Mas quantas manchetes tratam dessa situação?

Sobre o futuro da agricultura, muitos indicarão um sistema alimentar quebrado. Mas, há trinta anos, 24% das pessoas dormiam com fome. Há cinquenta anos, eram 36%. Hoje, essa parcela reduziu para 12%. Então, a maneira como conduzimos a conversação pesa. Houve, sem dúvida, uma melhoria. Embora os recursos tenham evoluído, deveremos melhorar a eficiência produtiva.

Entre 1980 e 2011, os EUA reduziram a emissão de gases do efeito estufa em 35% utilizando menos terra (-40%), energia (-40%) e água (-50%) para produzir a mesma quantidade de alimentos. De maneira geral, desconhecedores de onde vêm os alimentos, os consumidores apenas veem onde estamos no presente. Então, vamos esquematizar a nossa conversação com eles.

Quais são as perspectivas de como os alimentos serão produzidos? De um lado, o movimento *slow food* olha para cem anos atrás. De outro, tem-se a aplicação da agricultura intensiva, de alta tecnologia. Como mostrar essas tendências? Não se trata de uma questão de bem e mal, de certo e errado, mas de escolhas e consequências.

Sem utilizar muitas tecnologias novas, a Europa importa ração animal. Com isso, estabelece exigências ambientais e reclama das formas de produção da agricultura dos países fornecedores, como o Brasil.

Perigo x risco

Tanto quanto detestam a mudança, as pessoas amam a inovação dos alimentos. Quando reúnem amigos e familiares, predomina certa rejeição. A nossa conversação deve levar as pessoas a pensarem os alimentos como usam os *smartphones*.

Os consumidores também se preocupam com como os alimentos são produzidos, sobre o que pouco sabem. Algumas questões sobre o meio ambiente e a saúde humana podem ajudar ou não os agricultores a alcançarem seus objetivos. Muito disso dependerá da maneira como os alimentos são comercializados.

Temos uma garrafa de água 100% natural para os veganos, sem conservante, glúten e organismos geneticamente modificados (OGMs). A área de Marketing pergunta: "como faremos para as pessoas beberem mais dessa água?". A autoridade sanitária responde: "fale que não tem OGMs nem glúten na água". O Marketing vai em frente para dominar o mercado de água. Um dia, os consumidores descobrem que toda água é vegana. Isso minará a marca.

Os consumidores querem produtos com valores subjacentes à saúde e à sanidade para a família, assim como a sociedade. O problema está nos motivos das escolhas. Existem os alimentos comercializados com rótulos de fazendas lindas, mas que são dedicadas à produção de ração para animais. Apesar da imagem não condizer com a realidade da agricultura, não nos surpreende que as pessoas não compreendem isso.

Assim, os consumidores ficam mais céticos em relação aos alimentos. Quando estávamos no governo, falava-se sobre perigos e riscos. Um acidente de avião representa menos risco; já um acidente de carro corresponde a um risco maior. Quando nadamos nos oceanos, a presença de tubarões pode passar de risco baixo para alto. Os consumidores estão pouco programados para entender isso.

Depois de um tempo, avançamos e aprendemos a falar sobre percepção de risco como o perigo *versus* a exposição. Muitas vezes, a nossa preocupação com as coisas aumenta, por um motivo ou outro. É a chamada "twittificação" de risco. Hoje, um caso ou um fato roda o mundo em menos tempo do que o necessário para se produzir um *press release*.

Quando o risco é alto, como a gripe em época de frio, mas com baixa atenção da mídia, o governo deve se envolver. Quando os consumidores sentem um problema e reclamam por tomadas de decisão dos governos, o risco tende a ser real.

O esquema de conversação varia conforme a situação. Embora o uso de chamadas como "estamos tentando alimentar o mundo" mostre segurança, as pesquisas apontam que essas informações alienam o público. A Ciência, por exemplo, polariza. Aqueles que discordam acabam decepcionando-se com quem acredita nela.

Nos Estados Unidos, existe uma preocupação com terrorismo, acidentes de avião ou de trânsito e câncer. Há pouca conexão entre aquilo com que as pessoas se preocupam e aquilo com que elas deveriam se preocupar, com bastante influência da televisão, do rádio e da internet.

Levar ciência e conhecimento é diferente quando as pessoas vêm até nós. Isso tem muito a ver com como será a CropLife Brasil.

Sempre me perguntam se o alimento amedronta. A melancia sem semente vem de uma série de cruzamentos com agentes mutagênicos e conjuntos de cromossomos. O seu cultivo é convencional, sem análise nutricional e de segurança. Tudo normal.

Não há medo quando os consumidores desconhecem as coisas. Com duas partes, o nosso cérebro mente o tempo todo. Uma parte é mais rápida, usada nas decisões do dia a

dia; outra é mais lenta, para fazer os cálculos mais difíceis. Os consumidores, quando vão ao mercado, se ouvem falar de OGMs, rejeitam os produtos com decisões rápidas. Como somos ocupados, muitas vezes, não fazemos o cálculo correto.

Pelo viés da confirmação, identificamos informações consistentes com as nossas crenças. Quando uma matéria cita que a agricultura orgânica é mais nutritiva do que a convencional, alguns procuram os autores e as bibliografias. Muitos outros desconsideram. Tendemos a fazer perguntas difíceis para as nossas discordâncias, e vice-versa.

O papel da comunicação

A Heurística explica o fato de vir à mente algo ao falarmos uma palavra. O termo "natureza" faz lembrarmos coisas bonitas, como pássaros e borboletas, e ruins, como a salmonela e o vírus ebola. Tudo isso nos ajuda a compreender como somos enganados todos os dias.

No passado, as pessoas ficavam satisfeitas se tinham o suficiente para comer. Já depois, na década de 1980, apareceram mais escolhas para o consumidor. Hoje, a preferência vai para produtos que sejam a extensão dos nossos valores, sejam ambientais, sociais ou relacionados ao bem-estar animal.

A ênfase mudou de alimentar para nutrir o mundo. Devemos falar sobre as coisas esperadas pelo consumidor. Independentemente da profissão, precisamos ser bons contadores de histórias para nos conectarmos com os valores das pessoas.

Em vez de falarmos sobre as tecnologias incríveis das empresas, o foco deve ser despertar as motivações das pessoas, ou seja, personalizar as histórias e reconhecer as suas preocupações. Muitos desconfiam dos governos e das grandes empresas, mas não da Ciência. Então, trabalhemos a nossa conversação.

O que as pessoas querem dizer quando manifestam medo de OGMs e substâncias químicas? Para o cidadão, o importante são a saúde e a segurança da família. Esse é o valor comum para compartilhamos e conectarmos com as pessoas. A partir daí, se constrói a confiança para falar sobre Ciência.

Há alguns anos, estava numa conferência empolgante da American Meat Science Association (AMSA), com a presença de oitocentos cientistas especialistas. Falávamos que, se as pessoas não confiam no esquema das conversações, a Ciência não tem importância; se confiam, a Ciência tem importância.

Paremos de falar o que fazemos e comecemos a falar por que fazemos. Todos os cientistas, produtores e políticos que conhecemos fazem o que fazem porque se preocupam com o Planeta e as pessoas de maneira apaixonada.

As pessoas entendem isso, mesmo sem saber sobre a ciência por trás do que fazemos. É uma maneira de se conectar. Quando entendermos o que importa, desenvolveremos a conversação de maneira que todos a entendam. Teremos de encontrá-los no espaço deles, e não no nosso espaço.

Um relatório publicado pela World Wide Fund for Nature (WWF) mostra que mais de 50% de todas as populações de vida silvestre desapareceram desde 1970. Cerca de 80% dessa perda é devida à agricultura. Pensem nisso. Para eliminarmos esse problema, teremos de inserir na nossa conversação o tema da conservação. Em torno das florestas, podemos construir cercas para proteger os animais, mas não suficientemente altas para barrar o acesso de pessoas famintas.

Como as pessoas alimentadas não destruirão as florestas, não há necessidade de cercas. A agricultura pode se tornar uma oportunidade para proteger a floresta ao intensificar a produção de alimentos na mesma área de terra. Se chegarmos a 2050 sem reduzir a perda de alimentos e melhorar as dietas das pessoas, pelo menos teremos aumentado a produtividade da agricultura.

A preocupação com o aumento da população existe. O livro "The Population Bomb", publicado em 1969, previa a morte por fome e subnutrição de 1 bilhão de pessoas. Não percebeu a Revolução Verde em curso. Em 1970, Norman Borlaug, considerado o pai desse movimento, ganhou o Prêmio Nobel da Paz. A ciência e a tecnologia afastaram o medo do crescimento populacional.

Hoje, vivenciamos o fim desse processo. A mulher gerava, em média, cinco filhos em 1950, contra pouco mais de dois agora. Teremos mais crianças nascidas no mundo neste ano do que no próximo. A população mundial aumenta porque as pessoas vivem mais tempo, mas isso não será para sempre.

Se chegarmos aos próximos trinta anos com a produtividade em contínuo aumento, não precisaremos de mais alimentos pela primeira vez na história. Nesse aspecto, as coisas tornar-se-ão mais fáceis.

Sem desmatar florestas e esvaziar rios, lagos e aquíferos, a agricultura salvará o Planeta. Perguntamos se seremos permitidos a fazer isso. Enquanto cientista, sou otimista; acredito na ciência e na tecnologia. Mas, quando penso em termos de regulamentação, sou pessimista. Não tenho certeza se teremos a permissão para chegar lá.

O futuro do Planeta depende de conquistarmos ou não a confiança do público para levar essas tecnologias ao mercado. Esperamos que, por meio dessa nova organização, engajada com os nossos colegas ao redor do mundo, possamos contar melhor a nossa história. Precisamos de conversação com o público para salvar o Planeta. ■