

Santo Antônio da Alegria "Cidade Folclore"

Santo Antônio da Alegria nasceu onde existia um pouso para os viajantes no caminho entre São Paulo e Minas Gerais, em uma região onde um morro em forma de um cuscuz deu o primeiro nome ao povoado, Cuscuzeiro. Muito próxima a Minas Gerais, durante a revolução constitucionalista de 32 foi campo de operação bélica. A sede do município ficou dividida entre os dois estados até 1937.

De origem agropecuária, Santo Antônio tinha até os anos 50 uma população rural maior que a urbana. Hoje o quadro é inverso, perto de 70% dos cerca de 6.200 moradores vivem na cidade, mas a economia ainda depende fortemente do campo. Café, leite, cana, carne bovina, tomate, soja, frutas diversas. São produtores orgulhosos de sua atividade, alguns, mais ainda, como seu Divino Maia, cujo café foi considerado o 2º melhor do Estado na categoria "natural" no Concurso de Qualidade de Café Regional, divulgado no final de 2006.

O município possui 100% de água e esgoto tratados. A coleta de lixo é seletiva e o aterro considerado um dos melhores da região. Na área da saúde os programas preventivos colocam Santo Antônio entre as melhores nos atendimentos prestados. Nunca foi registrado um caso de dengue, se orgulha a administração municipal.

Uma escola estadual e uma municipal atendem os estudantes da cidade. No período inverso ao das aulas os alunos participam do Projeto Alegria que oferece aulas de pintura, culinária, marcenaria, horta, esporte, bordado, costura, dança e coral, além de acom-



Foto: Prefeitura Municipal

Congada na Praça do Rosário

panhamento de psicólogo, nutricionista e fonoaudiólogo.

Os alegrienses se orgulham também da sua riqueza cultural, folclórica e religiosa. As famílias passam de geração para geração as crenças e os costumes que são acompanhados por diversos turistas durante suas famosas festas. O Reisado acontece no mês de janeiro com muita cantoria e comida em homenagem aos Três Reis Magos. Em maio, a festa em louvor a Santa Cruz leva toda cidade em romaria ao

pé do Morro onde a cidade foi formada. Em junho, durante os festejos em homenagem ao Santo que dá nome à cidade, a festa mais famosa é a Mesa Comunitária. A Festa do Congo é outro evento imperdível. No mês de setembro, mais de 40 grupos tradicionais se apresentam durante quatro dias na praça central. E, para os turistas que gostam de aventura, o bóia cross e a asa delta estão garantidos nos rios e montanhas que cercam a cidade.

Ninguém sai de Santo Antônio da Alegria sem comprar os famosos queijos e doces caseiros que garantem um complemento de renda a diversas famílias. A geléia de mocotó e o canudinho de doce de leite estão entre os preferidos, mas tem o doce de leite cremoso e em pedaços, os doces cristalizados, as compotas, o doce de figo e de abóbora. Todos aqueles que o pessoal do sul de Minas e do interior de São Paulo sabe fazer como ninguém.



Agronegócio é uma publicação oficial, mensal, da Associação Brasileira do Agronegócio da Região de Ribeirão Preto - ABAG/RP, Av. Presidente Vargas, 2.001, sala 87, CEP 14020-260, Ribeirão Preto-SP. Fones: (16) 3623-2326 e 3620-9303. Site: www.abagr.org.br. E-mail: abag.rp@netsite.com.br. Diretora-executiva: Mônica Bergamaschi. Jornalista responsável: Valéria Ribeiro, MTb 15.626. Editoração: Fernando Braga. Impressão e fotolito: Gráfica São Francisco. Tiragem: 2.800 exemplares



Editorial

De volta ao começo



O ano de 2006 terminou trazendo um fio de esperança para o agronegócio brasileiro. A seqüência de duas frustrações de safra apenas materializou aquilo que, há muito, lideranças Brasil afora têm alertado, dito e repetido: se não houver renda no campo, não apenas a produção agropecuária fica comprometida, mas toda a cadeia de negócios que gira em torno dela.

Um setor de tamanha pluralidade e complexidade não permite generalizações, tampouco análises simplistas. E ao assistir segmentos importantes minguem, a olhos vistos, fica difícil comemorar os bons resultados alcançados por outros segmentos, não raro, vizinhos de cerca.

O desempenho das exportações do agronegócio foi extraordinário. Bem verdade que reflexo direto de um mercado internacional aquecido, demandante, de estoques mundiais reduzidos, oferta limitada, embargos sanitários, que levaram à elevação dos preços de alguns produtos e ao aumento das quantidades exportadas de outros. A participação do agronegócio no saldo da balança atingiu nada menos do que 93%. Excelente resultado, apesar do câmbio, dos juros, da carga tributária, da falta de políticas públicas setoriais, da legislação obsoleta, da burocracia, da inexistência de marcos regulatórios, contratos, logística ineficiente etc etc etc.

Na contramão, o real valorizado favoreceu as importações. O salutar crescimento do comércio internacional pressupõe tanto o aumento das exportações quanto das importações, evidentemente que perseguindo metas superavitárias. No entanto, a supervalorização de nossa moeda favorece a entrada de produtos a preços inferiores, inundando nossos mercados. A sobrevivência de um sem número de empresas, dentro e fora do agronegócio, que não encontraram meios de adaptação, está seriamente comprometida.

O futuro desenha um cenário de recuperação. Ainda que isso não signifique a solução de todos os problemas decorrentes da brutal perda de renda no setor, mas já é um bom começo.

Entretanto, é preciso ter vontade e fazer mais. A experiência mostra que não basta que os problemas sejam superados. As lições precisam ser aprendidas, para que o mesmo filme não seja repetido tantas vezes.

A melhor organização do setor e a unificação dos discursos são primordiais em um momento crucial da economia brasileira. Remar na mesma direção será a única arma que levará à consolidação de bases fortes para a competitividade do agronegócio. Ganhará o setor, ganhará o Brasil.

Mônica Bergamaschi

2006: ano de enxergar longe

A pesar da desesperança que marcou o início de 2006, dos sucessivos problemas e do desinteresse político pelo setor, em pleno ano eleitoral, mais uma vez o agronegócio brasileiro mostrou sua competência. Fechou o ano, de novo, salvando a pátria. Representou incríveis 93% do superávit da balança comercial brasileira.

A visão de médio e longo prazo norteou o trabalho da ABAG/RP no ano, afinal, a miopia de grande parte do setor público se revela no tratamento usualmente dispensado ao setor. Ainda não descobriram sua importância econômica, social e ambiental.

Em um dos primeiros eventos apoiados pela Associação, o workshop regional da RIPA, Rede de Inovação e Prospecção do Agronegócio, representantes de diversos setores de todos os estados da região sudeste discutiram a oferta e a demanda das inovações tecnológicas para o setor.

A discussão sobre os Planos Diretores das cidades da região também mereceu apoio da ABAG/RP. Pela primeira vez houve a preocupação de incluir a área rural no plano, afinal, na grande maioria dos municípios é impossível separar o campo da cidade.



Comissário de Comércio Europeu, Peter Mandelson, em visita à região de Ribeirão Preto

O planejamento também foi levado em conta na ampliação do Sistema de Gestão Territorial feito em parceria entre a ABAG/RP e a Embrapa Monitoramento por Satélite. O novo estudo foi ampliado para toda a região do nordeste paulista, atingindo 20,84% da área do estado.

Todos os anos a ABAG/RP coordena a visita de grupos estrangeiros interessados em conhecer o agronegócio regional. Em 2006 não foi diferente. O

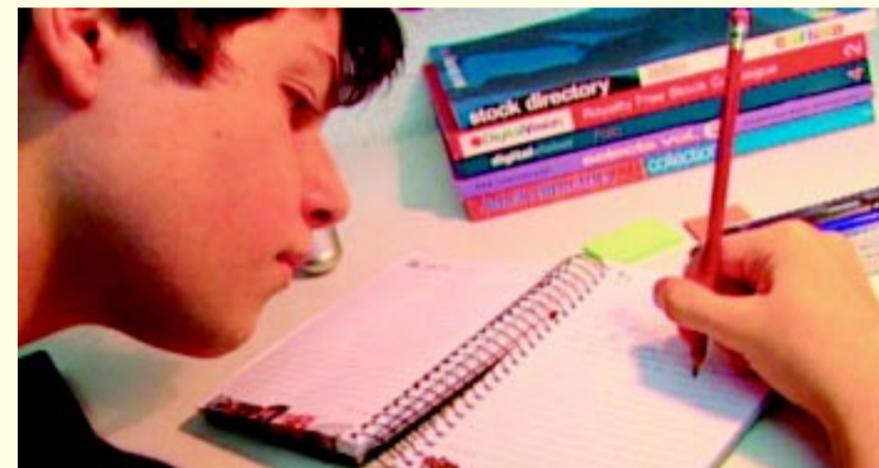
mundo está com os olhos voltados para o Brasil. Em abril, o Comissário de Comércio Europeu, Peter Mandelson, mobilizou as atenções. Antes de reunir-se com representantes do governo brasileiro para discutir a liberalização do comércio mundial, ele visitou a região de Ribeirão Preto para conhecer a força do agronegócio brasileiro, principalmente a agroenergia.

A questão energética também foi a tônica da visita do Ministro da Agricultura, Silvicultura e Pesca do Japão, Shoiichi Nakagawa. O Japão enviou seu ministro para conhecer o programa brasileiro de produção deste combustível antes de implementar a adição de 3% de etanol à gasolina.

A ABAG/RP foi também uma das apoiadoras do 5º Congresso Brasileiro de Agribusiness, promovido pela ABAG Nacional. Foi discutido o futuro do Brasil face a sua potencialidade na produção de energia e alimentos. O Congresso também buscou o comprometimento dos candidatos com as propostas elaboradas pelo setor: 15 medidas fundamentais, verdadeiras bases para garantir o desenvolvimento do agronegócio e do país.

Ciclo de Debates

Dois importantes assuntos fizeram parte do Ciclo de Debates em 2006: Sistema de Gestão Territorial e a biotecnologia. O Ciclo, aberto a toda a população, tem por objetivo discutir assuntos que muitas vezes ficam circunscritos a gabinetes e laboratórios. O pesquisador Evaristo de Miranda, da Embrapa Monitoramento por Satélite, apresentou a ampliação do estudo de Gestão Territorial feito em parceria com a ABAG/RP, para toda a região nordeste do estado de São Paulo, 51.727,58km², 20,84% do Estado. A Dr^a Leila Oda, presidente da ANBio, Associação Nacional de Biossegurança, foi a convidada para falar sobre biotecnologia.



O agronegócio no dia-a-dia de um adolescente

Valorização

Desde setembro de 2001 a ABAG/RP mantém no ar a Campanha de Valorização Institucional da Imagem do Agronegócio. São filmes de 30, 45 e 60 segundos de cunho institucional, cujo objetivo é revelar para a população o tamanho e a importância do maior setor da economia brasileira, o agronegócio.

As veiculações se concentram em três emissoras regionais: TV Globo: EPTV São Carlos e EPTV Ribeirão, e TV Record, atingindo cerca de 120 cidades e uma população estimada em quase 4,5 milhões de pessoas. O número de inserções em 2006 foi de 2.157, sendo 1.149 comerciais e 1.008 vinhetas de patrocínio. Na TV Record os comerciais estão distribuídos por toda a programação, mas se concentram no principal programa jornalístico, o Jornal da Record, exibido todas as noites de segunda a sábado. Na TV Globo, o destaque fica para o patrocínio dos programas “Globo Rural” dominical e “Caminhos da Roça”,

que figuram entre as maiores audiências regionais.

Em 2006 o *slogan* da campanha foi “Agronegócio: todos fazem parte”. Quatro novos informes publicitários foram produzidos. Com a intenção de mostrar o quanto é intensa a interdependência campo/cidade, e como o agronegócio faz parte do dia-a-dia das pessoas; um dos filmes mostra a rotina de um adolescente. Outros dois filmes contestam a propalada idéia de que o pequeno produtor não faz parte do agronegócio. No quarto filme, o tema é a tecnologia, que é desenvolvida para todos que fazem parte do agronegócio, sem distinção.

Os filmes institucionais da Campanha, 28 no total, estão disponíveis na “homepage” da ABAG/RP: www.abagrtp.org.br.

A mídia espontânea em 2006 também foi significativa, constituindo-se em importante canal de comunicação com a população. Na média, a cada 7 dias do ano foi publicada ou veiculada uma matéria jornalística com citação à ABAG/RP.

Programa Educacional “Agronegócio na Escola”

Em 2006 o Programa Educacional “Agronegócio na Escola” chegou às 10 diretorias de ensino da região, cobrindo assim toda a área de abrangência da ABAG/RP. Foram incorporadas as diretorias de Barretos, Pirassununga, São Carlos e Taquaritinga. A parceria já existia com as diretorias de Araraquara, Franca, Jaboticabal, Ribeirão Preto, São Joaquim da Barra e Sertãozinho.

O balanço do ano mostrou um crescimento do número de alunos de cerca de 15%. 52 cidades foram atingidas, 114 escolas, cerca de 19.000 alunos e 1.430 professores. O número de visitas às empresas associadas à ABAG/RP foi de 341. Considerando-se que as visitas iniciam no mês de maio e terminam em novembro, excluindo o mês de julho, foram realizadas cerca de 3,5 visitas por dia.

O ano foi marcado pela oficialização da parceria entre a ABAG/RP e a Secretaria Estadual da Educação. Em um evento, que reuniu mais de 900 pessoas, foi assinado o convênio facilitando a participação de professores e alunos nas atividades do Programa. Para 2007 a meta é implantar o Programa em outras cidades da área de abrangência da associação que beneficia cerca de 23.000 alunos. Este crescimento é possível porque cada vez mais os professores, peças fundamentais no desenvolvimento do trabalho, estão enxergando na união da teoria, estudada em sala de aula, e da prática, das visitas, uma ferramenta de estímulo para os alunos, que conseguem perceber como os conceitos dados na escola são utilizados no dia-a-dia das empresas.



Visita à Agrishow: uma das atividades do Programa “Agronegócio na Escola”