



Sustentabilidade: Um Desafio aos Rizicultores do Vale do Paraíba

Elaine Cristina VALÉRIO¹

Débora CAVALHEIRO, Ellen CURSINO, Helena BONÉSIO, Marcelo CAMONT
Martha BÜHLER, Maxwell SOUZA, Nilson SILVEIRA, Priscila ROMAN,

Renan FORTES, Ricardo BARROS, Thaís BONFIM, Thales SOARES

Orientadora: Profa. Ms. Aline Fernanda Lima

Universidade de Taubaté, São Paulo, SP

RESUMO: O Grupo Guarani através dos recursos da comunicação integrada, visa incentivar o uso consciente da água nas plantações de arroz na região do Vale do Paraíba. Sendo esta a maior produtora do estado e que apresenta riscos de poluição e desperdício das águas do rio Paraíba do Sul e seus afluentes. Por meio de ações dirigidas a equipe oferece aos produtores uma alternativa de plantio e de cooperativismo que vai permear o relacionamento entre eles e garantir a sustentabilidade da sua plantação. Esta realizar-se-á através da campanha de sustentabilidade e do produto Selo Verde que servirá para medir as ações realizadas nas plantações e certificá-las de sua consciência ambiental. Oferecendo aos consumidores a liberdade de escolha por um produto sustentável.

PALAVRAS-CHAVE: sustentabilidade; rizicultura; comunicação integrada; selo.

1. INTRODUÇÃO

Sustentabilidade é tema constante no dias atuais, inclusive em ações de comunicação que têm por objetivo agregar valor à marca. Porém, usar a palavra sustentabilidade para promover a marca não é suficiente, é necessário que a empresa realmente seja sustentável. Com esse objetivo, O Grupo de Comunicação Integrada GUARANI sentiu no mercado a necessidade de lançar um produto que ateste a verdadeira atividade sustentável dos produtos alimentícios do Vale do Paraíba. Baseados no fato de que a orizicultura é a atividade agrícola que consome mais água, o grupo GUARANI voltou o “Selo Verde” para incentivar o consumo consciente nas plantações de arroz da região. O Selo Verde tem por objetivo levar aos consumidores a informação de que aquele produto foi produzido de forma sustentável, e conseqüentemente, trazer valor à marca.

O grupo GUARANI desenvolveu o Selo Verde e em um grande projeto de comunicação integrada divulga o produto para os produtores de arroz do Vale do Paraíba, em parceria com o Comitê de Bacias Hidrográficas da Região, organização que fornece água para as plantações.

¹ Aluno líder do grupo e estudante do 4º. Ano do Curso de Relações Públicas, email: elainevalerio_cs@yahoo.com.br



O grupo tem o objetivo de divulgar o Selo Verde para os produtores e os consumidores finais, por meio de ações de publicidade, relações públicas, jornalismo e *webdesign*. As peças publicitárias são usadas para levar o Selo ao conhecimento do público. As ações de jornalismo levam informações mais detalhadas e técnicas sobre o produto, além de estimular os meios de comunicação da região a falar sobre o produto. Os profissionais de relações públicas trabalham para levar o Selo Verde aos produtores e consumidores por meio de eventos e têm a tarefa de auditar as plantações e garantir que são sustentáveis. As ações de *webdesign* utilizam os benefícios da Internet para divulgar e falar sobre o projeto.

2. PLANO DE COMUNICAÇÃO INTEGRADA

2.1 Pesquisa de mercado

Das 590 milhões de toneladas de arroz produzidas no mundo, anualmente, mais de 75% são de cultivo irrigado. O Brasil, hoje, está entre os 10 maiores produtores de arroz do mundo. No Estado de São Paulo, maior consumidor do país, O sistema de cultivo irrigado, que ocupa cerca de 1/3 da área plantada no Estado, responde por 2/3 da produção total, cerca de 100 mil toneladas.

De acordo com dados do Instituto de Economia Agrícola (IEA), a região do Vale do Paraíba possui 45.000 hectares de várzeas com terras planas e férteis disponíveis e sua produção de arroz ultrapassa as 790.000 sacas, o que é referente a 50% da produção estadual. O cultivo de arroz na região é feito por cerca de 200 produtores de Jacareí até Cruzeiro e predomina o cultivo irrigado, demandando a necessidade de utilização de água.

O Setor Agrícola e o Consumo de Água

O setor agrícola é um dos maiores consumidores de água do mundo. No Brasil, o índice já ultrapassa os 60%. Das sementes cultivadas no país, o arroz é a que utiliza maior quantidade de água no seu processo de cultivo, principalmente o de irrigação. No território nacional este sistema ocupa só 30% da área, mas responde por mais de 70% da produção.

Esta forma de cultivo apresenta altos níveis de desperdício de água, além de problemas de contaminação do solo pelos fertilizantes. Estudos feitos a respeito do volume de água utilizada para a irrigação do arroz, estimaram que este equivale cerca de 53% do reservatório da Hidroelétrica de Itaipu. Isso evidencia a proporção do consumo de água nas lavouras de arroz e a necessidade de maximizar a eficiência do uso da água nesta atividade.



Para isso, os produtores devem buscar reduzir os impactos ambientais. No Brasil, diversos estados possuem seus Comitês de Bacias Hidrográficas, que são órgãos responsáveis pela regulamentação do uso de recursos hídricos e que buscam apoiar os ruricultores, podendo, assim, obter controle da utilização da água nas produções.

2.2. Briefing

O Comitê de Bacias Hidrografias do Rio Paraíba do Sul

Os Comitês de Bacias Hidrográficas são órgãos colegiados, compostos por representantes do poder público, usuários das águas e organizações da sociedade com ações na área de recursos hídricos, onde são debatidas as questões referentes à gestão das águas. Eles têm como objetivo: promover o debate das questões relacionadas aos recursos hídricos da bacia; articular a atuação das entidades que trabalham com este tema; arbitrar, em primeira instância, os conflitos relacionados a recursos hídricos; aprovar e acompanhar a execução do Plano de Recursos Hídricos da Bacia; estabelecer os mecanismos de cobrança pelo uso de recursos hídricos e sugerir os valores a serem cobrados; estabelecer critérios e promover o rateio de custo das obras de uso múltiplo, de interesse comum ou coletivo.

O Comitê das Bacias Hidrográficas do Rio Paraíba do Sul (CBH/PS) foi o quarto órgão instalado em São Paulo pela Lei 9034/94. Inaugurado na cidade de Taubaté no prédio do Departamento de Águas e Energia Elétrica de São Paulo (DAEE/SP) em 25/11/1994, o Comitê, atualmente, possui 36 representantes e 5 Câmaras Técnicas: Educação Ambiental e Mobilização Social, Cobrança, Institucional, Planejamento e Saneamento.

Nesses últimos anos de atuação, o CBH/PS tem trabalhado em prol da conservação e recuperação das águas do Rio Paraíba do Sul em parceria com órgãos da região, entre eles, Sistema Integrado de Gerenciamento de Recursos Hídricos de São Paulo (SIGRH); Universidade de Taubaté (UNITAU); Departamento de Águas e Energia Elétrica (DAEE); Agência Nacional de Águas (ANA); Companhia de Tecnologia de Saneamento Ambiental (CETESB); Além de ONGs, como a Vale Verde e a Rede Brasil de Organismos da Bacia.

Como órgão intermediador, o CBH tem contato direto com os produtores de arroz, porém em alguns aspectos essa comunicação é falha. O relacionamento entre eles não é satisfatório, o que reflete diretamente no processo de controle de consumo de água, já que, para tal, é necessário ambos estarem em constante contato e sintonia.

2.3. Justificativa



A falta de conscientização dos agricultores no manejo da água levou a Secretaria da Agricultura, a especular sobre a diminuição da produção de arroz no Vale do Paraíba alegando o alto índice de captação da água retirada do rio Paraíba e que essa retorna ao mesmo de forma poluída no fim do processo de produção.

2.4. Stakeholders: Produtores de arroz, Maquinistas (compradores/ distribuidores) e Consumidores Potenciais (indivíduos que vão ao supermercado e têm acesso às diversas marcas que vendem o arroz cultivado nas fazendas regionais) da região do Vale do Paraíba.

2.5. Objetivo Geral

Conscientizar os produtores de arroz da região do Vale do Paraíba sobre a necessidade do plantio com formas sustentáveis de utilização dos recursos hídricos em suas plantações, de forma a incentivá-los a buscar novos conhecimentos e estratégias de plantio.

2.6. Competências

Jornalismo: As atividades de jornalismo têm por objetivo levar informação sobre o projeto desde os produtores até os consumidores finais. O grupo GUARANI fará um trabalho de assessoria de imprensa que levará aos meios de comunicação da região informações sobre o produto. Utilizando *press releases*, buscará despertar nestes meios o interesse sobre o projeto, incentivando-os a gerar notícias sobre o mesmo, além de divulgar os eventos e atividades de implantação do Selo, o que auxiliará no processo de divulgação. Tais atividades serão colocadas em práticas tanto por meio impresso como por meio digital.

Publicidade e Propaganda: Dentro do projeto, esta competência assumiu a responsabilidade de criar peças, como instrumentos estratégicos para auxiliar o plano de campanha visando atingir seus *stakeholders*. Em cima do produto desenvolvido para o Projeto, o Selo Verde, foram desenvolvidas todas as outras peças, como filipetas, *banners*, cartazes, pastas, convites, blocos para suporte aos eventos; e *stopper*, boletim informativos e uma campanha televisiva em rede nacional como ações complementares na divulgação do conceito proposto.

Relações Públicas: A competência de Relações Públicas vem, com apoio das outras áreas da Comunicação, iniciar um trabalho de conscientização junto aos stakeholders. As ferramentas como eventos, auditorias e acompanhamento em reuniões a serem desenvolvidas, buscarão aprimorar o relacionamento entre os produtores de arroz, monitorar suas ações nas plantações, apresentar o Selo Verde, e acima de tudo, trabalhar o



tema sustentabilidade, destacando a necessidade da melhor utilização da água e do reconhecimento desta por parte dos maquinistas e consumidores.

Web Design: A utilização de ferramentas que possam facilitar a comunicação entre produtores, maquinistas e consumidores é fundamental para integrar esses públicos e tornar o completo o processo de comunicação.

2.7. Cronograma

Ações / Datas	2009								2010						
	Maio	Junho	Julho	Agosto	setembro	Outubro	Novembro	Dezembro	Janeiro	Fevereiro	Março	abril	Maio	Junho	Julho
Reunião Mensal	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X			
Simpósio							X								
Auditoria									X	X	X	X	X	X	X
Evento											X				
Lançamento da Campanha												X			

2.8. Orçamento

Produtor	Maquinista	Consumidor
Simpósio	Evento	Campanha
Folder	Cartas de Agradecimento	Comercial de TV
Filipeta (Simpósio)	Convite	Stopper
Boletim Informativo	Pasta	Website
Coffebreak	Bloco (brinde)	Press Release
Recursos Humanos	Cartaz (Evento)	Boletim Informativo
Limpeza	Banner	
Aluguel Salão	Filipeta (Evento)	R\$ 95.686,00
R\$ 6.290,00	Recursos Humanos	
Auditoria	Aluguel Salão	
Recursos Humanos	Limpeza	
Viagens	Coffebreak	
Refeições	R\$ 5.250,00	
R\$ 24.000,00	Website	
Website	R\$ 1.500,00	
Placa	R\$ 6.750,00	
R\$ 1.500,00		
R\$ 31.790,00		
		Executores R\$ 70.000,00
		TOTAL
		R\$ 204.226,00

2.9. Executores

A equipe Guarani nasceu de um desafio proposto pela UNITAU (Universidade de Taubaté), cuja proposta era desenvolver um projeto de Comunicação Integrada a nível Profissional em apenas quatro dias.

A origem do nome veio do tema “Água e Sustentabilidade”, representado pela equipe como "Guarani", o nome do aquífero de maior reserva de água do Brasil. A partir desta definição, a equipe buscou o segmento de maior consumo de água no mundo: a



agricultura. Após muitas pesquisas e estudos, o trabalho foi desenvolvido no tema proposto, finalizado e entregue no prazo estipulado.

Com múltiplas competências, espírito de equipe e muito trabalho, o Guarani se consagrou vencedor, com a maior nota da história do Desafio (9,67).

A maturidade da equipe se consolidou de vez, quando apresentou (comercialmente) a proposta do projeto ao CBH/PS. No momento, o projeto está em fase de aprovação, se aceito, será, posteriormente, implantado a nível Regional (Vale do Paraíba).

O GUARANI Comunicação Integrada, enquanto agência, divide seus integrantes dentro das competências da área da seguinte forma:

Elaine Cristina Valério, estudante do 4º ano de Relações Públicas
Débora Cavalheiro, estudante do 4º ano de Relações Públicas
Ellen Cursino, estudante do 4º ano do curso de Jornalismo
Helena Bonésio, estudante do 4º ano do curso de Jornalismo
Marcelo Camont, estudante do 3º ano do curso de Jornalismo
Martha Bühler, estudante do 4º ano do curso de Relações Públicas
Maxwell Souza, estudante do 4º ano do curso de Relações Públicas
Nilson Silveira, estudante do 4º ano do curso de Publicidade e Propaganda
Priscila Roman, estudante do 4º ano do curso de Relações Públicas
Renan Fortes, estudante do 4º ano do curso de Relações Públicas
Ricardo Barros, estudante do 4º ano do curso de Publicidade e Propaganda
Thaís Bonfim, estudante do 4º ano do curso de Publicidade e Propaganda
Thales Soares, estudante do 4º ano do curso de Relações Públicas

3. PROJETO SUSTENTÁVEL

Ao conhecer o setor agrícola do Vale do Paraíba, é possível notar a importância da rizicultura nas comunidades onde são cultivadas em termos sociais, econômicos, e culturais e sua relação direta no curso e sobrevivência do rio Paraíba do Sul e seus afluentes.

Utilizando-se dos métodos de observação em visitas a plantações, da participação em encontros dos produtores, e entrevistas com profissionais da área foi possível observar ainda um problema de comunicação e convivência entre os produtores.

Desta forma o projeto vem propor um conjunto de ações estratégicas de comunicação que visa aproximar esses produtores para ajudá-los na sua organização e desenvolver um trabalho eficaz de conscientização no trato do consumo e cuidado com a água em suas plantações, quebrando barreiras de relacionamento e de cultura.

3.1. Informações Técnicas



O arroz é uma gramínea adaptada ao meio ambiente aquático, por isso, as culturas irrigadas, dependentes de maior quantidade de água, são mais desejáveis. Elas resultam numa maior produção e em um arroz de melhor qualidade, ao contrário das lavouras de sequeiro, dependentes das águas das chuvas. Para a cultura irrigada, as melhores várzeas são as que oferecem um subsolo impermeável, pois possibilitam grande economia de água.

O solo apropriado para o plantio de arroz deve ser plano, com pequena declividade suficiente para evitar a estagnação de água. Mas também, pode ser cultivado em terrenos altos, desde que os regimes de chuva favoreçam.

Para melhorar a qualidade do arroz nas plantações, são utilizados fertilizantes que, posteriormente, são decantados, deixando a água com quantidade mínima de impureza. A água usada na plantação vem dos rios ou represas e é regulada por uma “comporta” que controla a vazão de água. Alguns produtores, numa atitude ambientalmente responsável, controlam essa “comporta” de modo que economizem água.

3.2. Proposta do Projeto

É notável que o volume de água utilizado nas plantações de arroz pode ser reduzido, trazendo benefícios a todos os interessados, desde os produtores até os órgãos estaduais responsáveis pelo seu controle e consumidores que terão a certeza de um produto de qualidade e produzido de forma sustentável.

Para tanto se faz necessária a criação de novas alternativas simples e rentáveis para o uso da água nas plantações e a conscientização dos produtores de arroz e dos maquinistas, mediadores do processo de compra e venda do arroz, e por fim, dos consumidores finais.

Este processo consiste na utilização das águas retiradas do rio em cadeia, ou seja, pela forma de cooperação dos produtores vizinhos que se dispõem a repassar aos próximos, a água captada do rio. Portanto, quando esta passar pelas demais plantações estará com um restante de fluídos agrotóxicos e fertilizantes, minimizando a ação do produtor na poluição do rio, diminuindo custos com pagamentos e transporte, e ainda facilitando o trabalho organizado e planejado. Esta forma de reutilização da água abrange uma série de valores éticos e de cooperatividade, do senso do coletivo e de responsabilidade sócio ambiental, apoiando-se no tema urgente: sustentabilidade.

Ao início e término de cada safra, serão realizadas visitas técnicas para análise da qualidade da água o que certificará a fazenda com o selo de sustentabilidade: O Selo Verde.



3.3. O Selo Verde

O selo verde foi um produto gerado a partir da necessidade de uma ferramenta para divulgação da proposta de uso sustentável da água e do controle das plantações.

A certificação será dada àqueles que trabalharem conforme a estratégia nova de plantio e que cuidarem da qualidade da água no momento de sua devolução às nascentes. Portanto, dentre os seus objetivos principais, o selo foi criado para propagar a idéia a outros produtores, promover a forma de cooperatividade, garantir aos produtores melhor posicionamento no mercado, conscientizar os maquinistas da importância da produção sustentável, e fomentar o busca dos consumidores por produtos sustentáveis.

3.4. Processo de divulgação e lançamento

- **PRODUTORES**

1) **SIMPÓSIO**: O Simpósio investigará o problema do uso de água nas produções de arroz sob os pontos de vista de diferentes profissionais das fazendas do Vale. Acontecerá durante o Encontro dos Produtores de Arroz do Vale do Paraíba, devido o grande fluxo do público alvo no evento, podendo, assim, fortalecer o conteúdo discutido e aproximar os produtores.

2) **FILIPETA**: A filipeta será uma ferramenta de apoio aos produtores e auxiliará na organização e divulgação do evento. Nela conterão informações como o horário e a data das palestras, o tema e quem serão os palestrantes, ou seja, toda a programação do evento.

3) **PLACA**: A placa servirá para a identificação das fazendas que possuem o sistema de utilização de água em cadeia, ou seja, os produtores sustentáveis.

4) **BOLETINS INFORMATIVOS**: Conterão informações sobre os eventos, economia do arroz e novas tecnologias. Serão distribuídos nas reuniões, auditorias e eventos e levarão aos produtores, os conhecimentos necessários para manter um plantio sustentável. Esta peça busca aproximar todos os produtores dos distribuidores e consumidores e informá-los sobre a importância da conscientização do uso da água no plantio de arroz.

4) **AUDITORIA DE QUALIDADE**: Essa auditoria busca monitorar os produtores e maquinistas para garantir que todos os produtores certificados continuam preservando e reutilizando a água em suas plantações de forma consciente.

5) **BLOG**: O *blog* é uma ferramenta do jornalismo digital onde serão expostas informações sobre os eventos, as notícias de mercado econômico e político para a melhoria da safra, a conscientização da água no plantio de arroz e o processo de implantação do Selo Verde.



6) **CONVITES:** Serão entregues aos produtores de arroz, convidando-os, de maneira formal, para as reuniões e para o simpósio “Sustentabilidade no Manejo da Água”.

- **MAQUINISTAS**

1) **VIDEODOCUMENTARIO:** O videodocumentário será apresentado nos eventos como meio de apresentar e levar informações sobre a importância da água no plantio de arroz nas várzeas do Vale do Paraíba. Essa peça visa garantir, por meio de imagens e depoimentos, a credibilidade das informações sobre a atitude sustentável na rizicultura, e apresentar a forma sustentável de manejar água aplicada na fazenda Crozariol, em Tremembé.

2) **FOLDER:** O folder apresenta o selo e dá explicações referentes à sua aplicação. Ele é direcionado para os distribuidores, como uma forma de conscientizar, mostrando o porquê, os benefícios que ele pode trazer e a maneira de ingressar, também, no projeto.

3) **EVENTO:** Apresentará o Projeto “Selo Verde” aos maquinistas do Vale do Paraíba. No geral, fomentará a conscientização do uso adequado da água nas plantações de arroz, incentivará a cobrança das normas de enquadramento dos maquinistas com seus produtores e possibilitará a adequação do Selo Verde nos produtos finais para o mercado consumidor.

4) **CARTAZ e BANNER:** São peças essenciais para a divulgação do projeto. O *banner* e o cartaz são similares, contendo tema e arte dos eventos, firmando-se, sempre, com imagens.

5) **CONVITES:** Serão enviados aos maquinistas com objetivo de convidá-los, formalmente, para o Evento - “Sustentabilidade, da Produção ao Consumo Consciente”.

- **CONSUMIDORES**

1) **TAKE ONE (BOLETIM INFORMATIVO):** O *take one* é uma ferramenta que levará informação ao consumidor sobre o selo verde, além de explicações e curiosidades sobre temas específicos. Os mesmos serão expostos nas gôndolas com auxílio de um suporte.

2) **STOPPER:** O *stopper* conterá a imagem do selo verde e servirá para a identificação das gôndolas que possuem os produtos certificados como sustentáveis.

3) **COMERCIAL DE TELEVISÃO:** É composto por imagens que identificam a real situação das reservas de água do planeta. Ao som de “What a wonderful World” de Louis Armstrong, esta peça publicitária será mais uma ação para lançamento do selo, que integrada com as outras ações, farão o consumidor notar a presença do Selo Verde.

4) **SITE:** O site, ferramenta utilizada na internet para interagir e informar leitores, levará informações sobre o Selo Verde, esclarecendo o processo de implantação, quais são os produtores/mquinistas certificados e *links* sobre a sustentabilidade e a agricultura.



- **MÍDIA**

1) **PRESS RELEASE**. Sua função é divulgar à imprensa uma ação de âmbito social lançada pelo CBH. O *press release* divulga o projeto e seus eventos, mas sua principal função é gerar interesse na mídia em publicar informações detalhadas deste. Como aborda o bom uso da água, deve ser divulgado, despertando nos produtores o interesse na adoção do sistema.

4. CONSIDERAÇÕES

O desafio do grupo GUARANI não envolve apenas vender o Selo Verde, mas sim acompanhar as atividades dos rizicultores para garantir a sustentabilidade da produção e verificar se estão aptos a receber o Selo. O grupo GUARANI tem o desafio de contribuir para a perpetuidade do planeta por meio de ações de comunicação.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

LIVROS

MAXIMIANO, Antonio César Amaru. Administração de Projetos: como transformar idéias em resultados. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2006.

SITES

<http://www.mma.gov.br/> , acessado em 16 de outubro de 2008;

<http://www.ambientebrasil.com.br/composer.php3?base=./agua/doce/index.html&conteudo=./agua/doce/comite.html> , acessado em 16 de outubro de 2008;

http://www.paginarural.com.br/noticias_detalhes.php?id=93887 , acessado em 15 de outubro de 2008;

<http://jornal.valeparaibano.com.br/2003/03/16/tau/feijao.html> , acessado em 15 de outubro de 2008;

<http://emtaubate.blogspot.com/> , acessado em 15 de outubro de 2008;

<http://members.tripod.com/agropage/irriga.html> , acessado em 15 de outubro de 2008;

<http://www.agricultura.gov.br/> , acessado em 14 de outubro de 2008;

<http://www.embrapa.br/embrapa/imprensa/artigos/2007/artigo.2007-02-14.4893566264>,
acessado em 14 de outubro de 2008;

<http://www.embrapa.br/imprensa/noticias/2004/abril/bn.2004-11-25.8517929614/>, acessado em 13 de outubro de 2008;

<http://www.daee.sp.gov.br/cgi-bin/Carrega.exe?arq=/agualimpa/index.htm> , acessado em 13 de outubro de 2008;