



INOVAÇÃO AUXILIA NA SEGURANÇA ALIMENTAR PARA AS CIDADES

Inovação é introduzir alguma melhoria em técnicas e práticas que já existem e esta melhoria passar a ser usada por várias pessoas. Num dia de campo sobre produção de silagem, comentei com um colega que, nos meus tempos de universidade, fiquei surpreso ao ler, num velho livro em inglês, que a técnica da ensilagem era parte da estratégia militar dos povos mongóis. O famoso Gengis Khan, por exemplo, e outros conquistadores avançavam através de milhares de quilômetros para conquistarem territórios do leste asiático até a Bulgária, na Europa. Suas campanhas militares incluíam a cavalaria, com animais de reposição, e também uma grande estrutura de apoio, composta de famílias inteiras e carros puxados pelos fortes iaques, ruminantes dos quais consumiam leite, carne, couro, e se valiam de sua força de tração. Enquanto os mongóis avaçavam, informava o velho texto, iam cavando buracos onde enterravam e em seguida cobriam o capim fresco produzido durante a primavera e o início do verão, de modo que ao regressarem no outono, encontravam forragem conservada, suficiente para os animais. Pois a técnica da ensilagem é relativamente simples, consistindo na conservação da forragem em ambiente sem ar, isolado do ambiente natural.

Espero que o livro ainda esteja bem conservado naquela enorme biblioteca, porque procurei esta história na internet, e não a encontrei. O site em inglês da enciclopédia Wikipedia informa outra parte da história, bem mais recente, na qual a técnica da ensilagem foi desenvolvida na Europa, com relatos da Alemanha desde os anos 1800, seguida por franceses e ingleses, e mais tarde, foi usada na América do Norte, para a conservação de milho verde. O princípio permanece o mesmo, e melhorias foram desenvolvidas como resultado de pesquisas, para permitir o uso de outros alimentos, como grãos úmidos, e também a melhor preservação do alimento, via inoculantes e substâncias preservantes.

Entretanto, para muitos produtores, a tecnologia de produção de silagem de milho ou de sorgo é ainda de alto custo. Com poucas opções até pouco tempo atrás, na época seca o gado de pequenos e médios produtores ficava submetido a uma alimentação de pior qualidade. Ocorre então o "efeito sanfona", no inverno o gado emagrece, e nas chuvas, volta a engordar. Este quadro é um enorme risco para o produtor, pois perde dinheiro e compromete todo o manejo do rebanho.

Neste cenário, em 2016 a variedade de capim-elefante BRS Capiacu foi entregue à sociedade num dia de campo. Hoje, mudas de Capiacu estão disponíveis para venda através de uma rede de viveiristas credenciados, cujos endereços estão no site da Embrapa Gado de Leite. O Capiacu é uma bem-sucedida inovação, planejado para ser usado na ensilagem. Esta variedade é resultado do trabalho de quase 30 anos de cruzamentos entre plantas de capim-elefante e posterior seleção, para se obterem as características desejáveis para a técnica da ensilagem. É,

portanto, uma ótima alternativa para todos os tipos de produtores que queiram evitar o "efeito sanfona": a capineira é perene, seu custo de produção é bem menor do que o da silagem de milho, a produção de volumoso é de 50 toneladas de matéria seca para cada hectare, em até três cortes por ano, a depender de adubação e chuvas ou irrigação.

Com isso, sua produção pode equivaler ao valor nutritivo de um hectare de silagem de milho. Como é um capim, pode aguardar o melhor momento para ser ensilado. Foram selecionadas plantas que não abrissem muito a touceira, permitindo que o Capiacu seja cortado com ensiladeira por anos seguidos, reduzindo ainda mais os custos de produção. E o corte manual é muito menos penoso, não causa coceiras, pois o Capiacu não tem pelos, ou joçal. Existem outras forrageiras inovadoras, frutos da ciência brasileira, várias com uso nos sistemas de integração lavoura-pecuária. Daí a importância de os investimentos em ciência serem valorizados, e os recursos para as pesquisas não serem interrompidos.

Gostamos da inovação, da novidade, mas desconhecemos muitas vezes a importância de adotarmos produtos inovadores, exceto se por modismos ou apelo das redes sociais, ou de TV. Esta é uma das conclusões apresentadas pela pesquisa de opinião "Índice Anual da Situação da Ciência", realizada em 2017 pelo Instituto 3M, em 14 países, incluindo o Brasil. Outra conclusão é que o brasileiro "gosta de ciência, mas não conhece seu impacto". É importante observar que o resultado final do investimento em ciência e pesquisa que resultou no Capiacu é dirigido aos produtores, mas alcança, ou impacta, os consumidores na cidade, que terão leite e derivados produzidos o ano todo no Brasil, com preços estáveis.

Porém, este elo entre o investimento da sociedade em ciência de um modo geral e os resultados ou impactos na vida cotidiana dos cidadãos ainda não é percebido por dois entre três dos cerca de mil entrevistados pela empresa 3M aqui no Brasil. Mas há como melhorar: 80% dos pais gostariam que seus filhos conhecessem melhor as ciências e, ademais, a maioria dos entrevistados discorda de que, durante crises econômicas, como as que periodicamente assolam nosso país, os recursos destinados às pesquisas estejam entre as primeiras áreas a perderem recursos públicos.

Para evitar o antigo "efeito sanfona", o produtor tem à sua disposição, além do Capiacu, várias outras opções que os invasores mongóis jamais sonharam. Por outro lado, para a sociedade brasileira, ávida por inovações, garantir sua segurança alimentar e sua prosperidade, com sustentabilidade através de soluções inovadoras, é preciso dar condições para o sistema de instituições científicas, de ensino e de pesquisa trabalhar com estabilidade e qualidade. ■

Pedro Braga Arcuri é pesquisador da Embrapa Gado de Leite.

BALDE
BRANCO

Editor
João Antônio dos Santos
editor@baldebranco.com.br

Diagramação e arte
Casa da Arte
cdadesign.com.br

Colaboradores
Glauco Rodrigues Carvalho,
Rafael Ribeiro,
Duarte Vilela,

Romualdo Venâncio,
Denis Teixeira da Focha,
Paulo do Carmo Martins,
Débora Horn
João Cesar de Resende
Luiz H. Pitombo
Luiza Mahia
Paula Guatimozin
Rafael Ferraz

Diretoria Comercial
Marianna Correa
marianna.correa@terra.com.br
(11) 2081-2163 e (11) 9-9975-6429

Representante comercial
Viviane Rosa
(11) 99953-6952
comercial@baldebranco.com.br

Assinaturas
Escritório central – (11) 2081-3045 – 0800-7715181
Fax (11) 2081-3144
baldebranco@baldebranco.com.br
www.baldebranco.com.br
NB Comunicação (11) 9 5271 4488
naira.barelli@baldebranco.com.br

Coordenação Administrativa
Cristiane Melo – cristiane.melo@baldebranco.com.br – (11) 2081-2579

Assistente Administrativa
Paula Nocetti – paula.nocetti@baldebranco.com.br

Edição: 21.000 exemplares
Assinatura anual: R\$ 110,00
Exemplar atrasado: R\$ 11,00

• Autorizamos a reprodução total ou parcial de nossos artigos, desde que mencionada a fonte.

Redação, administração, publicidade e assinaturas: Rua Fernandes Sampaio, 25 – São Paulo, SP – CEP: 02041-010 – telefones: (11) 2081-3045 / 2081-2163 / 2081-2579 – fax: (11) 2081-3144.

• Os conceitos emitidos nos artigos assinados ou nos anúncios de publicidade são inteiramente de responsabilidade de seus autores, não traduzindo necessariamente a opinião da revista.

Balde Branco é uma publicação registrada no INPI - Instituto Nacional de Propriedade Industrial sob nº 006333770 de 10/6/86 e na Lei de Imprensa (6ª Ofício) sob nº 20963 de 12.01.90.

f facebook.com/revistabaldebranco

ENTREVISTA: JEFFREY BEWLEY FALA SOBRE COMPOST BARN E PECUÁRIA DE PRECISÃO

BALDE BRANCO



A melhor revista do setor leiteiro

Ano 53 - número 642 - maio/2018 - R\$ 11,00 - www.baldebranco.com.br



PRODUTIVIDADE E QUALIDADE

Evento em SC promove a troca de experiências entre a Nova Zelândia e o Brasil

MICOTOXINAS NO ALIMENTO

Um perigo invisível para os animais e o homem

ALTO DESEMPENHO

Equipe afinada garante bons índices e qualidade do leite

BEZERRAS

Pesquisa mostra que colostro protege contra o frio