

A FAO, O G8 E A ÚNICA

*** Roberto Rodrigues**

Nesta discussão infundável sobre o falso dilema dos efeitos dos biocombustíveis na redução da produção de alimentos, ouve-se de tudo. Cada ator usa diferentes aproximações, atendendo a interesses de nações ou de grupos privados para se posicionar. Enquanto isso, agricultores do mundo todo se movimentam para aproveitar os bons preços das principais commodities, aumentando as áreas de plantio. E não falta quem afirme que os preços agrícolas nunca mais serão baratos, esquecendo-se das melhores tecnologias que aumentam a produção e a oferta.

Na recente cúpula sobre alimentação, da FAO, realizada em junho passado em Roma, o tema foi “Mudança climática, energia e alimentos”. Depois de intensos debates e estudos prévios, a recomendação da FAO foi direta, reiterando que alimento não pode ser usado como instrumento de pressão política e econômica, e que a comunidade internacional deve tomar medidas urgentes para combater a alta dos alimentos, sem perder de vista a questão dramática do aquecimento global e o uso de biocombustíveis...

Mas, isto tudo depende da ação de cada governo e a FAO só pode recomendar.

Por outro lado, na reunião do G8, em julho, no Japão, teve até a fala de Robert Zoellik (o mesmo que chefiava a Área de Comércio Americana nas discussões sobre Doha em Cancun, o que quis nos impingir goela abaixo um acordo USA/UE que mataria qualquer abertura comercial agrícola), hoje no FMI, que fez uma previsão confusa sobre o aumento da fome no mundo como consequência da produção de biocombustíveis. Com isso, atçou atores, como a própria EU, que vem discutindo sua diretriz de mistura de álcool à gasolina.

Confusões, interesses e ignorâncias a parte, o que nos compete, no Brasil, é esclarecer à exaustão a todos os agentes mundiais, as vantagens do nosso etanol de cana que não concorre com alimentos, mesmo considerando que nos Estados Unidos a produção de etanol de milho é uma questão estratégica.

E a Única, associada à APEX, entrou com competência nesta seara,

fazendo campanhas publicitárias na Europa e nos Estados Unidos, abordando a sustentabilidade do nosso modelo de produção e a tarifa imposta pelos americanos ao nosso etanol.

Na Europa, a campanha começou em junho, através do jornal semanal European Voice que pertence ao mesmo grupo da revista The Economist, e que circula nos meios políticos de Bruxelas. Foram feitos dois anúncios de página inteira, um destacando a redução das emissões de gases de efeito estufa com o uso do etanol e outro mostrando que, com 1% das terras aráveis do Brasil plantadas com cana, foi possível reduzir em 50% o uso da gasolina. A campanha será mantida até dezembro.

Nos Estados Unidos a campanha se concentrou no feriado da Independência, 4 de julho, em 3 jornais, 55 emissoras de rádio da Flórida, da Califórnia e de Washington, e ficará na internet.

Isto é maturidade: defender com vigor e audácia aquilo em que se acredita e em que se aposta como benefício mundial. Sem discursos vazios.

*** Coordenador do Centro de Agronegócio da FGV, presidente do Conselho Superior de Agronegócio da FIESP e professor de Economia Rural da UNESP/Jaboticabal**