

## IMAGEM ERRADA

**\* Roberto Rodrigues**

O agronegócio representa mais de 1/4 do PIB brasileiro, gera mais de 1/3 de todos os empregos do país, é responsável por um saldo comercial na balança externa muito maior que o saldo do país todo (o que significa que os outros setores são deficitários). Cria demanda por insumos agrícolas, dando origem aos florescentes setores industriais de máquinas e implementos, fertilizantes, sementes, defensivos; demanda serviços, como crédito, planejamento, seguro, e ainda abastece a indústria de alimentos em geral, sem falar na área de roupas e calçados, celulose e papel, borracha, madeira para construção, etc.

Tem portanto, um peso notável na economia do país, mas não tem, nem de longe, a atenção política proporcional a esta importância. Ao contrário, é sistematicamente acusado de prejudicar o meio ambiente, usar trabalho escravo, fora o preconceito urbanóide que faz seu agente, o produtor rural, ser visto como atrasado, indolente, incapaz de competir.

Perdi a conta do número de vezes que tentei, nestes 45 anos de vida profissional em defesa do campo, criar programas de promoção do agronegócio, da agropecuária e do produtor rural, que mostrassem à toda a sociedade o imenso valor que temos nestes setores. Foi sempre muito desgastante esta luta, porque acabava por demandar recursos financeiros para campanhas promocionais e aí a coisa empacava.

Numa democracia, as políticas públicas são definidas acompanhando o pensamento dominante da sociedade. Se a maioria dos eleitores nos acham incapazes, é claro que nenhum governo vai nos apoiar com iniciativas positivas. Por isso é essencial realizar campanhas que mostrem a excelência e a eficiência do nosso agronegócio, primeiro internamente, para gerar uma onda capaz de mudar políticas governamentais a favor de demandas legítimas do campo; e depois, lá fora, para que nossos produtos ganhem mercados hoje resistentes, seja porque estamos “desmatando a Amazônia” ou, pior ainda, “usando crianças no trabalho pesado do campo”...

Outros países fizeram isto no passado, com grandes resultados positivos, como França, Estados Unidos e Canadá, onde o agricultor é respeitado e amado pela sociedade em geral que compreende a importância de sua atividade e, mais ainda, sabe que depende dela para seguir a vida.

Aqui, finalmente, um grupo de fortes instituições do agronegócio decidiu investir pesado nesta luta para esclarecer a opinião pública sobre a verdade. Parece que agora teremos recursos para mostrar ao nosso povo o valor do agropecuarista brasileiro.

Mas é preciso entender as origens desta má vontade geral em relação ao campo, manifestada até mesmo em rodas mais elitizadas que deveriam conhecer melhor o tema.

O primeiro passo negativo foi dado por Pero Vaz de Caminha, que escreveu ao rei de Portugal, logo após o descobrimento, em 1500, que “nesta terra, em se plantando, tudo dá” – assim é a interpretação de sua carta ao chefe.

E esta é uma das primeiras lições que todo brasileiro aprende na escola: “é moleza plantar no Brasil”. Pura ilusão: somos um país de terras pobres, e dependemos totalmente de calcário e fertilizantes (do que importamos mais da metade que consumimos). Todavia: no imaginário urbano brasileiro, ser agricultor é fácil demais.

Depois veio a história do Jeca Tatu, de Monteiro Lobato, estilizado numa figura meio ignorante, falando errado, e, embora esperto, inferior. Fazia sentido: nos tempos de antanho as famílias rurais eram grandes e os filhos mais inteligentes iam estudar na cidade, para serem advogados, médicos, engenheiros, padres. Ficavam os menos preparados para ajudar o pai a pagar os estudos dos outros.

Depois veio a urbano-industrialização, que o campo financiou. E, perdendo renda, reclamou com razão. Os governos que se seguiram, intolerantes com a legítima reclamação, passaram a desmoralizar e até punir os produtores com políticas inadequadas, criando um êxodo rural enorme, inclusive com os recentes Planos Collor e Real. Excluíram milhares, sobretudo pequenos.

São, enfim, razões compreensíveis, mas é preciso mudar isto tudo com uma forte campanha institucional que faça todo cidadão urbano compreender não apenas a importância do agronegócio, mas sua íntima dependência dele. Esta promoção deve atingir os 3 poderes da República com igual intensidade, bem como formadores de opinião qualificados para explicar e/ou ensinar a realidade.

Claro que isto custa caro, mas também é claro que devemos separar o joio do trigo: não podemos tolerar que uns poucos destruam os recursos naturais de maneira incoerente e muito menos que explorem trabalhadores rurais, porque isto custa muito mais caro.

Embora seja insignificante a minoria que faz isto, é preciso reduzir a zero esta parcela, porque ela dá ao adversário, que generaliza, o argumento que ele deseja, seja dentro de nossas fronteiras, por questões ideológicas ou conceituais, seja lá fora, por interesses comerciais.

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