

O AGRO É NOSSO

Roberto Rodrigues *

A campanha " Agro é Tech, Agro é Pop, Agro é tudo " comandada pela TV Globo tem levado ótima informação para o público em geral quanto ao papel da agropecuária e do agronegócio brasileiros na economia do país. Adicionalmente tem mostrado a clara relação entre o rural e o urbano no que diz respeito ao dia a dia de cada cidadão: o campo não produz só comida, ele tem responsabilidade também na produção de energia e fibras que contribuem para confecção de vestuário, calçados, combustíveis, madeira para papel e construção civil e assim por diante. E ainda contribui para formar uma mídia mais esclarecida para os assuntos do campo, abrindo espaço para discussões essenciais para o avanço da economia nacional.

Com isso, e com a permanente ação das entidades que representam as cadeias produtivas baseadas no agro, já está consolidada na opinião pública a impressão positiva quanto ao papel desse setor, seja na sua participação no PIB, seja na formação do saldo comercial, seja até mesmo na geração de empregos: nesse doloroso cenário de 14 milhões de brasileiros desempregados, o campo segue empregando, e em contínua geração de trabalho mais qualificado, exigência da mecanização e dos avanços tecnológicos decorrentes.

Essa visão difusa que vai sendo construída traz uma mudança de patamar na avaliação da atividade rural (e de seu agente, o agricultor), perante a sociedade urbana: já não é mais considerada uma função de segunda classe, inferior. O agro passou a ser até mesmo admirado e entrou na agenda de eventos que tratam da inserção internacional do Brasil.

Mas esse novo entendimento ainda não incorporou uma questão fundamental: falta o sentido de pertencimento. Vemos o agro com certa admiração, mas de longe. É como se disséssemos que o agro vai bem, "mas não é nosso, é deles", os agropecuaristas.

E, na verdade, o agro é de todos. Sem aço, não existiriam máquinas agrícolas, caminhões de transporte, vagões e locomotivas, silos, trilhos e navios. A indústria de alimentos e a de embalagens se somam aos serviços de distribuição para que todos sejam servidos. E tudo isso é urbano. Como também são urbanas as fábricas de defensivos, de fertilizantes, de equipamentos, as sementeiras, como urbanos são os bancos que fornecem crédito rural, e as seguradoras. Urbanas são as Universidades que formam os recursos humanos para a pesquisa, o ensino e a extensão rural. Urbanas são as tradings que exportam nossa produção ou importam insumos; também o são as empresas de propaganda e de marketing que difundem nossas marcas; e os diplomatas que negociam tratados que abram mercados. E toda a mídia, escrita, falada, da TV.

Em outras palavras, o sucesso do agro é também o sucesso urbano, e um não seria nada sem o outro. Ambos são gêmeos siameses. Portanto, o orgulho por causa deste sucesso deve ser de todo o povo brasileiro, e não apenas da turma da roça.

Quando defendemos uma estratégia nacional que faça do Brasil o campeão mundial da segurança alimentar, estamos defendendo uma estratégia

que gera riqueza, renda, empregos para todo mundo. Quando defendemos a montagem de infraestrutura para escoamento das safras, estamos criando empregos na construção civil esparramada por todo o território. São necessários ferrovias, rodovias, hidrovias, portos, armazéns, e isso tudo gerará trabalho para urbanos. Precisamos de uma moderna indústria de insumos, equipamentos, de alimentos, uma ágil rede de distribuição, e suporte de crédito para isso: tudo urbano!

Este é nosso desafio, de todos os brasileiros: e vencê-lo será nosso orgulho, também de todos.

*** Coordenador do Centro de Agronegócio da FGV, Embaixador Especial da FAO para as Cooperativas e Presidente do LIDE Agronegócio.**