

teriorarão na Bolsa de Chicago, deixando o horizonte ainda mais nebuloso.

Avalio que o sojicultor terá prejuízo na safra 2009/10. Em março, quando o produtor for vender a soja, ela deverá estar valendo por volta de R\$ 31 a saca, usando como referência o preço médio de dezembro do ano passado. Hoje, o hectare de soja custa ao produtor R\$ 1,6 mil, ou seja, para equiparar com a produção seria necessário que ele vendesse cerca de 40 sacas, cada uma valendo R\$ 40 e isso não irá acontecer.

Esse cenário de perda de receita poderá impactar negativamente também no endividamento rural. Sem ter como pagar, o produtor vai ter de renegociar a dívida mais uma vez. O produtor está cansado disso. O Brasil precisa, com urgência, de uma política de Estado para a agricultura, que proteja o segmento. Massificar o seguro rural é um investimento mais inteligente do que anualmente ter de ficar lidando com a dívida agrícola.

Se não bastassem os desafios estruturais e conjunturais, 2010 é ano de eleições, situação que por si só provoca certo nervosismo, engaveta projetos, põe todos na defensiva, desenhando um quadro que pede prudência. É natural.

Falaremos muito sobre eleições no nosso encontro mensal. Como recado inicial, é importante que o produtor conheça os candidatos de sua região, que tenham identidade com o setor rural. Para viabilizarmos políticas públicas favoráveis ao agronegócio, precisamos eleger representantes competentes e ligados à agricultura e à pecuária. Sem qualquer vínculo partidário, a Sociedade Rural Brasileira defende a bandeira do produto rural nacional.

Ao longo de três anos, fizemos deste espaço um painel de críticas e principalmente de propostas para o desenvolvimento socioeconômico do Brasil, impulsionado pelo agro. Com base neste material, iremos preparar um documento com o pensamento da SRB sobre o futuro do setor, que entregaremos aos candidatos. Convidamos o caro leitor a colaborar. ■

Opinião

As cidades nos conhecem?



João Sampaio*

AS PERSPECTIVAS e oportunidades para 2010 se apresentam melhores. Pelos números apurados no agronegócio, comparados ao quadro pessimista que se desenhara em outubro de 2008, auge da crise econômica mundial, 2009 foi além das expectativas. Alguns setores obtiveram bons preços internacionais, caso do açúcar e de madeiras. O câmbio castigou outros de forma dolorosa, particularmente, café, citros, grãos e carnes. A renda do produtor ficou prejudicada, entretanto nos superamos e oferecemos ao consumidor produtos de qualidade a preços competitivos.

Apesar da constante superação do agronegócio, a sociedade eminentemente urbana não nos percebe. O último censo do IBGE aponta que 81% dos brasileiros vivem nas zonas urbanas e só 19% em áreas rurais. Claro que essa leitura soa simplista, uma vez que boa parte dos produtores vive em pequenas cidades do interior. Mesmo assim, as metrópoles e as regiões metropolitanas concentram o grosso da população.

Mesmo com sucessivos recordes de exportação e garantia de *superavits* para a balança comercial brasileira, internacionalização e competitividade das empresas do setor e de 37% dos empregos gerados no País virem do agronegócio, a maioria da população desconhece o que fazemos no campo. Entramos na casa de todos,

diariamente, e permanecemos distantes. A imagem é de um grupo de “reclamações” aos olhos da sociedade e das classes políticas. Essa incompreensão deve ser debitada também em nossa conta.

O nosso reconhecimento como um dos setores responsáveis pelo desenvolvimento socioeconômico do País apenas virá se as entidades que representam os produtores forem conhecidas e respeitadas além das fronteiras do segmento. Para isso, nossa ação política é fundamental. Em 2010, teremos eleições para presidente da República, governadores e a escolha dos nossos parlamentares. Não podemos fingir que não há nada a ver com a gente. Nas assembleias legislativas e no Congresso ocorrem debates e decisões sobre assuntos que interferem na nossa produção diretamente. Agora mesmo, estão sendo discutidas a reforma do Código Florestal e questões tributárias relevantes. Contar com representantes do setor depende de nossa organização.

Além disso, o conteúdo programático para agropecuária dos candidatos a cargos executivos deve ser exigido pela classe produtora, não podemos ser mais um item indefinido no emaranhado de tratativas, mas temos de ser “o” capítulo. Cobrar posicionamentos daqueles que pretendem ser os mandatários do País é nossa função. A mudança de imagem do campo para toda a sociedade passa pela nossa interferência e representatividade política.

Da mesma forma que acredito ser informação o maior ativo do produtor rural, também creio que investir na imagem do setor e na formação da opinião pública se configura como nosso maior desafio. Para 2010, vale repetir, considerando que alguém de fora do agronegócio leia este artigo, que além de todas as outras barreiras que enfrentamos - falta de política de crédito moderna e seguro rural popular, problemas com infraestrutura e logística precárias, tributação e legislação ambiental exacerbadas -, também teremos de nos comunicar melhor. ■

* Presidente da Sociedade Rural Brasileira (SRB)

* Produtor rural e secretário de Agricultura e Abastecimento do Estado de São Paulo