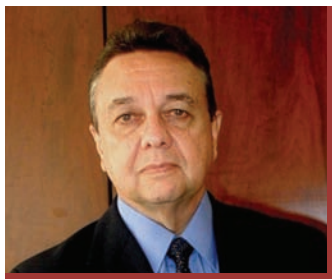


## Diário de bordo

## Economia verde



Roberto Rodrigues\*

EM SEU discurso no Congresso norte-americano, o primeiro-ministro britânico Gordon Brown deu contornos mais nítidos à tese de o mundo aproveitar a crise financeira atual para mergulhar em um vigoroso projeto de economia verde. A idéia não é nova, e vem crescendo no tema da sustentabilidade (nas suas três vertentes, econômica, social e ambiental) e sob a recorrente perspectiva do aquecimento global.

O presidente Barack Obama, afinado com a tese, vem colocando como condição aos financiamentos de projetos na área de energia que a renovável seja ampliada na matriz energética. É o mesmo conceito de desenvolvimento verde, com energia limpa.

O tema é do maior interesse para o agronegócio brasileiro.

Abre uma oportunidade imensa para a agroenergia e para os biocombustíveis. O etanol, cujos produtores estão envolvidos em uma crise profunda – que o governo finalmente compreendeu e começa a ajudar a resolver com “warrantagem” e capital de giro – pode ganhar no projeto de economia verde um espaço muito maior que o imaginado, particularmente na Europa de Brown.

A bioeletricidade também cresce de importância no sistema, de modo que os horizontes para a agroenergia

se ampliam, incluído o conceito que vimos difundido na mudança da geopolítica global, definido pela produção de agroenergia pelos países pobres nos trópicos.

De outro lado, a idéia da economia verde tromba, em boa parte, com as tecnologias convencionais para a produção agrícola em geral. O uso de adubos químicos, de defensivos, de transgênicos, entre outros insumos, será mais questionado no modelo proposto. E, sem dúvida nenhuma, crescerá a demanda por produtos rastreados e certificados pelo novo padrão.

É preciso olhar tudo isso com bom senso. A busca de novas tecnologias, mais sustentáveis, será uma necessidade, e precisamos investir recursos vultosos nessa direção. O Brasil tem competência para surfar esta onda contemporânea, criando mais riquezas para seus cidadãos e dando exemplo ao mundo.

Vivem nos imputando lá fora a destruição da Floresta Amazônica.

Vamos revidar, comandando, com agroenergia e tecnologias sustentáveis na produção rural, a nova economia verde. ■

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

## Produzir

## Agrishow é tecnologia



Cesário Ramalho da Silva\*

FUI CONVIDADO para assumir a presidência da Agrishow pelas entidades realizadoras da feira - Abag (Associação Brasileira de Agribusiness), Abimaq (Associação Brasileira da Indústria de Máquinas e Equipamentos), Anda (Associação Nacional para Difusão de Adubos) e a própria Sociedade Rural Brasileira (SRB). Senti-me honrado pela oportunidade, principalmente, porque presenciei o nascimento da feira na sede da SRB, quinze anos atrás. Assumo com o intuito de fortalecer a cooperação e a confiança entre os atuais sócios realizadores da feira.

O Brasil precisa de um evento como a Agrishow, que tenha a capacidade de mostrar a grandeza e a força do País no agro. A feira é um *show* de tecnologia. Uma vitrine para fabricantes de máquinas, equipamentos para irrigação, implementos agrícolas e rodoviários, fertilizantes, sementes, defensivos e de outros insumos exporem suas evoluções tecnológicas. Um dos meus objetivos à frente do conselho consultivo da Agrishow é trazer novos setores ligados ao agronegócio que ainda não participam do evento.

É neste momento de crise que o produtor tem mais necessidade de compair à feira, para tomar conhecimento das novidades tecnológicas, que podem fazer a diferença na sua atividade. A terra é apenas um dos insumos da produção. Sem tecnologia, a terra não basta para a

## Opinião

## Nossa janela de oportunidades

agricultura e pecuária serem competitivas e sustentáveis.

Também, mais do que nunca, é hora das empresas investirem na divulgação de seus produtos e serviços, na interação com os clientes, a fim de criar um ambiente favorável a novos negócios. Com os pés no chão, claro, de acordo com a realidade atual, mas sempre com otimismo. A Agrishow não é mercado, é tecnologia. Se vendermos um pouco menos nesta edição, é natural, pois significa o amadurecimento e o conhecimento de gestão do produtor.

O fato é que a crise não atingiu, com a mesma intensidade, o setor rural como um todo. Grãos e pecuária foram atingidos, mas em escala menor que o segmento sucroalcooleiro, por exemplo. O agronegócio da cana-de-açúcar (usinas e produtores) sofre mais com a falta de crédito, já que estava em um processo de grandes investimentos antes do agravamento da crise.

A maioria das usinas estava em processo de ampliação, em razão das boas expectativas de venda e exportação de álcool e açúcar. Agora, a coisa mudou. Nesta safra de cana, poderemos ter algumas dificuldades de pagamento aos produtores pela matéria-prima entregue à indústria. Usinas estão sem capital de giro e não têm garantias para dar aos bancos para captar novos recursos.

Em relação à mudança da feira para São Carlos em 2010, penso que, como presidente da Agrishow, devo adotar uma postura articuladora semelhante à que emprego no dia-a-dia dos trabalhos da SRB. A reivindicação de Ribeirão Preto, para que a feira permaneça na cidade, é válida e democrática. Porém, qualquer decisão depende do ponto de vista dos expositores e dos visitantes, os verdadeiros “donos” da feira. Portanto, a mudança de local é um processo que será avaliado tecnicamente, levando-se em conta a análise de todas as condições que implicam a realização da feira. ■



João Sampaio\*

O PENSAMENTO popular preconiza que o ser humano cresce e enobrece nas crises. Apesar de parecer incongruente, o momento econômico sugere aos otimistas como eu que devemos seguir a máxima, e absorver e aproveitar as oportunidades. O agronegócio brasileiro tem de focalizar os aspectos favoráveis, olhar o mercado interno como o principal ponto da discussão. Se mundo comercial inteiro cobra e está de olho na liberação do nosso mercado, por que nós não nos voltamos mais para dentro?

Segundo a Organização Mundial do Comércio (OMC), a participação do Brasil no comércio mundial é de apenas 1,16%, apesar do crescimento em relação há cinco anos, quando tínhamos uma fatia de 1,05%. Segundo ainda a OMC, o Brasil se beneficiou do ambiente econômico global até 2007, com uma média de crescimento da economia em torno de 4,5%. A nossa competitividade é maior hoje que no passado.

Focando na analogia recorrente entre 1929 e 2009, o Brasil produzia e exportava café, açúcar e minérios, sendo que o café representava 70% de nossas exportações, com um mercado restrito à Europa e aos Estados Unidos. Hoje, nosso leque de produtos é infinitamente maior, não só no ramo agrícola como também somos grandes exportadores de automóveis, aço, aviões e eletroeletrônicos. O nú-

mero de importadores também subiu e se diversificou.

Lá atrás, as crises econômicas eram transmitidas à nossa economia em boa parte pela redução dos fluxos das nossas exportações para os mercados europeu e norte-americano. A partir da estabilização da moeda brasileira na década de 90, quando o Brasil se integrou ao processo de globalização econômica e financeira, nossa susceptibilidade aos ciclos de prosperidade e de recessão no mundo dos países compradores aumentou. Mas, o que quero expressar é que as nossas oportunidades também cresceram.

Ao mesmo tempo em que o mercado internacional recrudescer o seu protecionismo diante da crise, o Brasil também é cobrado para resistir à tentação de se fechar, somos atacados pelo financiamento estatal aos macro projetos do País e aos preços mais competitivos de nossas mercadorias. De acordo com a OMC, houve crescimento nas taxas de importação brasileiras, mas, na totalização, a média tarifária passou de 10,4% em janeiro de 2004 para 11,5% em 2008, que é baixa, considerando que as importações para todos os setores cresceram 178% no período.

Hoje, o agronegócio repassa 18% do seu PIB às esferas governamentais, sem contar as distorções existentes entre os países do Mercosul, onde importar fica mais barato que exportar.

O consumo interno brasileiro está mais vigoroso graças a uma população compradora maior devido à distribuição de renda, resultado da estabilização da moeda e dos programas sociais, assim como os ganhos de produtividade. Estes componentes nos permitem a possibilidade de desenvolvimento e aquecimento econômico com menor dependência externa. O que vai prevalecer será a nossa capacidade de aproveitar as oportunidades juntamente com nossa capacidade de resolver os problemas estruturais internos. ■

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

\* Presidente da Sociedade Rural Brasileira (SRB)