

## Opinião

## Capacitação do produtor

Uma carga tributária asfixiante, próxima a 38% do PIB do País, complexa, marcada pelas diferentes alíquotas de ICMS, também assume o papel de grande vilão para o agronegócio. Não podemos esquecer da segurança sanitária pois, mesmo passado tanto tempo, a defesa animal ainda se mostra vulnerável.

Na questão do comércio agrícola internacional, a Rodada Doha não dá sinais de retomada, e a crise traz o risco de aumento do protecionismo. Em face dos inúmeros desafios do tema, desponha como prioridade a necessidade de o Brasil investir em acordos bilaterais.

No campo da administração pública, permanecemos com a estranha divisão da agricultura em duas, a familiar e a empresarial. A agricultura é uma só. A diferenciação ideológica sobrepõe ações, gera burocracia, aumenta gastos, distorce políticas e dilui objetivos.

Continuamos a patinar também com relação a novas fontes de crédito, A abrangência do seguro rural é pequena. Com a proximidade do pico da colheita da safra de grãos de verão é imprescindível que o governo injete recursos para comercialização.

O País tem de investir em ciências agrárias, para desenvolver tecnologias e elevar a produtividade da agropecuária. Outra ameaça é a dependência da importação das matérias-primas para produção de fertilizantes.

Por fim, outro grande desafio passa pelo equilíbrio entre produção, preservação ambiental e respeito social. É urgente a necessidade de revisão das legislações ambiental e trabalhista, adequando-as tecnicamente à realidade do agronegócio brasileiro. Ambas estão defasadas, assim como a reforma agrária distributivista de terras. Aliás, esse assunto de tão atrasado, anacrônico, não tem que constar de uma agenda de trabalho de 2009. Ficou no século passado. ■



João Sampaio\*

EM UMA recente pesquisa realizada pela Secretaria de Agricultura e Abastecimento, produtores rurais paulistas foram indagados sobre as principais reivindicações e ações por eles desejadas para o setor de uma lista de dez temas. Tivemos uma certeza e uma surpresa com as respostas. No topo da lista, a sempre presente solicitação de acesso ao crédito, seja na forma de financiamento ou por meio de políticas de garantia de renda ou de preços mínimos. Surpreendente mesmo foi o segundo item da pauta: capacitação e acesso à informação – uma solução em comunicação.

O inesperado se dá por dois motivos. Na era *online* de compra e venda de *commodities* agrícolas, no tempo do acesso total e irrestrito às informações pela *internet*, é instigante que o produtor tenha essa carência. Surpreendente é que diante da falta de logística, seguro de renda, tributação, a segunda reivindicação do agricultor paulista resida na sua sede de aprender e se desenvolver.

Talvez a explicação para tal deficiência esteja na gênese (formação) da agricultura brasileira, assim como na relação entre campo e cidade. Os economistas e sociólogos muito analisaram as transformações promovidas pelo modo de produção sob a ótica da cidade, sem o olhar do meio rural. Quando transferimos as análises para os domínios da comunicação, a teoria da

difusão tecnológica, desenvolvida por estudiosos norte-americanos, trata a adoção das novas idéias com características de uma mercadoria, ou seja, podem ser distribuídas aos clientes e não transformadas e adaptadas no seu processo de adoção. O papel passivo do produtor, nesse modelo de extensão rural muito adotado no País, é que nos deixa surpresos com a reivindicação dos produtores paulistas.

Sabemos que a tecnologia e a inovação têm sido o centro dinâmico das mudanças sociais e econômicas, portanto novos modelos interativos de difusão devem ser incorporados na agricultura, tornando indispensável o estreitamento nas relações entre pesquisadores, instituições e produtores.

Diferentemente dos EUA, onde o agricultor e a sociedade civil compreendem mutuamente o seu papel econômico, no Brasil refletimos uma outra imagem à sociedade. Um reflexo é que o assistencialismo, oferecido ao campo por meio dos órgãos de extensão rural e assistência técnica, projeta um agricultor incapaz de escolher o que quer conhecer.

O agricultor solicita capacitação para aplicar a inovação, a nova tecnologia na sua atividade e não recebê-la pronto. As ferramentas já existentes de garantia de preços na comercialização lançadas pelo governo, as transações *online* de ações e opções de compra e venda no mercado futuro são algumas das necessidades de que os produtores carecem e querem utilizar. O papel da cadeia produtiva do agronegócio e do Poder Público é oferecer esse conhecimento em uma comunicação horizontal, clara e transparente, repassando a informação de igual para igual, para que o agricultor seja o agente da transformação no uso dos novos instrumentos e da tecnologia dentro da sua atividade.

*O primeiro passo nesse caminho está na popularização da internet no meio rural. O segundo passo é a capacitação, conforme a demanda e realidade regional. O terceiro passo está na acessibilidade e popularização dos instrumentos de seguro de renda.* ■

\* Presidente da Sociedade Rural Brasileira (SRB)

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