

## ATÉ QUE ENFIM!

POR **PRISCILLA MAGALHÃES GOMES LINS**

Demorou mas aconteceu. Precisou chegar ao ponto de vivermos uma crise sem precedentes, para a sociedade brasileira conhecer, reconhecer e se orgulhar do agronegócio. Como pôde um setor tão dinâmico, emblemático e estratégico ter sido o patinho feio por tantos anos?

O produtor não ficou parado vendo a crise chegar, e o setor sentiu menos porque fez seu dever de casa. Como resultado, as exportações do agronegócio acumularam de janeiro a outubro de 2017 o equivalente a US\$ 82 bilhões (12,2% a mais do que no mesmo período de 2015), crescimento que possibilitou ampliar o superávit comercial brasileiro de US\$ 62,11 bilhões para US\$ 70,18 bilhões. Segundo o Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA), o PIB do setor deve fechar 2017 em 10,8%.

A boa nova veio de uma pesquisa recente da Plant Project-JH/B2F-Bridge Research, “A percepção do campo na cidade”, realizada nas principais capitais brasileiras, com 1.022 pessoas de todas as classes sociais e níveis de escolaridade. O setor foi considerado extremamente importante para o país, por 95% dos entrevistados. Além disso, 96% disseram que se sentiriam orgulhosos se o Brasil assumisse sua vocação de País do Agronegócio.

Parece existir um descompasso entre a percepção da sociedade e os tomadores de decisões das políticas públicas. Mesmo com essa vocação latente, agora reconhecida, a atual infraestrutura para escoamento e armazenamento da produção, as negociações internacionais, o sistema tributário, os investimentos em ciência e tecnologia e as questões sanitárias não têm dado prioridade ao agronegócio brasileiro, para que o setor seja mais competitivo.

A pesquisa mostra que a sociedade discorda da afirmação de que o produtor rural vive afastado da tecnologia e do conforto. Dentre os entrevistados, 67% consideram o agronegócio brasileiro, uma atividade moderna e o produtor rural atualizado. Já 75% acreditam que as profissões ligadas ao setor serão cada vez mais importantes para o país. É o enterro do Jeca Tatu e do rótulo “rural = atraso”.

Tudo isso abre espaço para que o setor crie estratégias de comunicação mais direta com a sociedade,

esclarecendo pontos ainda sensíveis na imagem do agronegócio, como as questões ambientais. Poucos sabem que o Brasil tem as leis ambientais mais rigorosas do mundo! Segundo o Cadastro Ambiental Rural (CAR), o país preserva mais de 66% da vegetação, mesmo sendo um dos maiores produtores de alimentos do planeta. Nossas reservas são maiores do que as exigidas por lei, que pede a preservação de 20% (temos 33%).

Parece faltar coragem ao Brasil para assumir sua vocação. A pesquisa mostra que as cidades consideram o Agro como o principal setor da economia brasileira (72%) e gerador de milhões de empregos (63%). São avaliações surpreendentes. Resta saber o que será feito para manter ou aumentar essa percepção positiva. O agronegócio precisa se mobilizar e ter uma agenda comum de desenvolvimento. Está na hora de parar de falar para si mesmo e assumir o protagonismo do discurso de valorização do produto agropecuário. A sociedade está pronta para isso. A empatia com o mundo urbano está criada e existe respeito pelo empreendedorismo dos produtores. O Agro deve consolidar essa posição e construir as bases para se tornar referência global, assumindo sua importante participação na produção mundial de alimentos que, segundo projeções, precisa crescer 60% para atender a todos.

O desafio ainda é grande. Há questões fora da porteira, como a viabilização de políticas nas áreas de gerenciamento de risco, mudanças climáticas, agricultura de baixo carbono e mitigação de emissões. Para dentro da porteira, é preciso melhorar a gestão das propriedades, a produtividade e a qualidade dos produtos.

É o momento de deixar as lamentações de lado, aproveitar o gostinho do reconhecimento nacional e praticar uma agenda positiva, para continuar merecendo essa avaliação favorável. Somente assim o agronegócio brasileiro deixará de ser visto como um setor que degrada, escraviza, não gera emprego e renda e – o que mais dói – que não agrega valor por ser *commodity*. Quem ainda pensa assim? Definitivamente, não é a sociedade brasileira.

**PRISCILLA MAGALHÃES GOMES LINS** é gerente da Unidade de Agronegócios do Sebrae Minas.