ROBERTO RODRIGUES

Agricultura e Internet



Dois assuntos ligados com agricultura e agronegócio parecem emergir dos últimos eventos internacionais.

O primeiro: os ricos do mundo desenvolvido não estão preocupados com agricultura; comer e beber não é problema para eles. É um assunto de pobres, não entra nas agendas dos discursos econômicos privados. É problema dos governos, cuja função é gastar dinheiro de contribuintes para garantir o abastecimento de todos, venha de onde vier a comida. Claro que, por motivos logísticos ou estratégicos, defendem a proteção aos agricultores, mesmo os de países ricos, até para evitar que criem problemas sociais nas cidades ao disputar empregos urbanos.

Os ricos gastam parcela tão pequena do orçamento para comer que a agricultura não entra na pauta de suas discussões. Entende-se a vigorosa ação protecionista de seus governos. Ao proteger os agricultores, mesmo à custa de subsídios imensos (pagos pelos ricos cidadãos urbanos), governos asseguram abundância de comida, renda para os produtores rurais, defesa da paisagem e tranqüilidade social. As preocupações se transferem então para a qualidade da comida, a rastreabilidade, se é transgênica ou orgânica etc.

Tão elaboradas convicções não servem para os países em desenvolvimento, onde a agricultura emprega grande parte da população economicamente ativa, é parcela preponderante nas exportações e fator determinante para a ocupação e a integridade territorial. A exclusão da agricultura das agendas privadas dos ricos representa a exclusão social de milhões de agricultores em países como o Brasil. Nas negociações internacionais visando a abertura dos mercados agrícolas, a prepotência da riqueza esmaga o anseio da pobreza. Os ricos pagam o que for preciso para não ter problemas na área porque podem pagar – e fim de papo.

Por outro lado, instigante é o avanço da Internet. São recorrentes os discursos sobre a mudança paradigmática que esse extraordinário instrumento representa para a comunicação e o comportamento humano. Nem o rádio, nem o telefone, nem a televisão tiveram efeitos semelhantes. Com um computador ligado na Internet, qualquer pessoa do planeta pode receber informações sobre qualquer assunto. A facilidade para se comunicar, negociar e até namorar multiplicou-se exponencialmente.

Que tem isso a ver com agricultura e agribusiness? Muito, especialmente em duas áreas: a comercial e a institucional. Qualquer agricultor pode comprar adubo, semente ou trator através do computador ou vender sua produção em bolsa sem sair de casa. O que vai acontecer com as cooperativas ou as casas especializadas em insumos? O tempo das cotações de preços em envelopes lacrados já passou. Os velhos departamentos comerciais perderam a importância. O cooperativismo do futuro se ocupará da logística do processo comercial. O produtor de Rio Vermelho poderá comprar seu adubo no Canadá, mas o problema é fazer o adubo chegar a sua fazenda nas condições e prazo adequados.

O papel das cooperativas pode vir a ser organizar o meio-campo entre fornecedor de insumos e produtor e entre produtor e consumidor (indústria, atacadista, exportador etc.). Também aí há uma mudança de paradigma e quem não entrar nesse trem ficará na estação do passado.

E a parte institucional? Quem representará quem? A legitimidade de representação de organismos privados e públicos será questionada.

O individualismo que a Internet favorece e o isolamento do indivíduo com sua máquina superinformada podem levá-lo a imaginar que não precisa de instituições para representá-lo.

Logo, logo votaremos pelo computador sem sair de casa. É preciso rever os mecanismos de representação, porque, no limite, a própria democracia está em jogo.

Mas isso já é outra história.

Roberto Rodrigues é engenheiro agrônomo, agricultor, presidente da ACI – Aliança Cooperativa Internacional –, presidente da Abag – Associação Brasileira de Agribusiness – e professor de economia rural da Unesp.