

A agenda internacional do agronegócio*

*Mario Garnero***

O agronegócio brasileiro posiciona-se nos três eixos fundamentais da inserção externa contemporânea do Brasil. Tem de lidar com os processos de integração regional sob o guarda-chuva da Área de Livre Comércio das Américas (Alca); da negociação Mercosul-União Européia; das tratativas no âmbito da Organização Mundial do Comércio (OMC) e do fortalecimento de nossa promoção comercial.

Assim, num plano mais geral, o agronegócio brasileiro situa-se no âmbito da definição de regras que permitam o acesso desimpedido a mercados. Busca-se, portanto, a derrubada das barreiras protecionistas que tanto obstaculizam o desempenho econômico brasileiro e de outras nações em desenvolvimento. Em razão dos turbinados subsídios agrícolas europeus, por exemplo, chegamos ao absurdo de constatar que é mais barato fazer voar uma vaca de classe executiva do Brasil ou da Austrália rumo a França ou Inglaterra do que produzi-la nestes países.

No entanto, o desafio do agronegócio brasileiro é imediato. Não se pode prostrar à espera do estabelecimento de regras do jogo mais justas. É neste contexto que aparece a questão da promoção comercial brasileira, ou seja, o jogo em si. E o Brasil participa deste jogo numa posição altamente competitiva.

Há já muito tempo que o Brasil deixou de ser o país da monocultura exportadora do café. O agronegócio brasileiro representa 27% do PIB brasileiro e 25% dos postos de trabalho. É o setor responsável pelo maior superávit de nossa balança comercial - US\$ 14 bilhões, num universo de cerca de 40% das exportações do Brasil. Somos, ademais, os maiores exportadores mundiais de café, açúcar, suco de laranja e fumo. Além disso, estamos em segundo lugar na venda de soja e frango. A safra de 2001 foi de 98 milhões de toneladas em uma área plantada de 37 milhões de hectares, ou seja, 10% a menos do que na década de 80. Trata-se, em síntese, de uma agricultura de qualidade e escala. Alcançamos tal posição com grandes desgastes sociais e ante um cenário internacional nem sempre favorável aos países detentores de vantagens comparativas no setor primário.

A história econômica da última metade de século assistiu à apreciação internacional dos bens de alto agregado tecnológico e à queda relativa do preço das commodities. Ainda assim, ao contrário de outros países latino-americanos, como a Argentina, a expansão do perfil agropecuário brasileiro deu-se em paralelo a um vigoroso, embora caótico, processo de industrialização.

Hoje, os desafios mostram-se cada vez mais complexos. O processo de criação da Alca apresenta riscos e oportunidades. Não pode, portanto, ser considerado bom ou ruim. É ao longo da dinâmica negociadora que poderemos obter mais ou menos vantagens. Não participar desse processo é tecer elogios ao status quo, em que o Brasil não exerce plenamente seu potencial exportador agrícola. No entanto, além do próprio acesso abrangente ao mercado norte-americano, o Brasil pode juntar forças com os EUA no combate aos subsídios europeus.

Assim, para o Brasil e os demais países do Mercosul, é vital tratar do alcance e da metodologia para eliminação dos subsídios às exportações de modo a evitar práticas que distorçam o comércio nesta área, como as chamadas "barreiras sanitárias e fitossanitárias". Estas por vezes são apenas invocadas para disfarçar e proteger, mediante critérios supostamente técnicos, setores ineficientes ou em que particularmente os Estados Unidos não apresentam vantagens comparativas.

Os EUA são muito ciosos de sua produção agrícola. E a importação norte-americana no setor primário historicamente jamais superou 3% do PIB.

Esta percepção se confirma pelo modo como se deu a aprovação da Trade Promotion Authority, favorável à versão que exclui a concessão para negociação dos produtos agrícolas do cronograma da Alca.

Isto demonstra seguramente uma posição defensiva. Não obstante, uma agenda de compromissos pode ser desenhada, se Brasil e EUA costurarem estratégias conjuntas para lidar com o protecionismo europeu. E a própria TPA pode ser moldada até 2005 ao passo que evoluírem os interesses norte-americanos.

Já na OMC, tiveram início em março deste ano as negociações do Comitê de Agricultura. O fórum é presidido pelo embaixador Stuart Harbinson, de Hong Kong, e no qual o Brasil tem particular interesse. O mandato definido na Reunião Ministerial de Doha reconfirmou o objetivo de longo prazo estabelecido no Artigo 20 do Acordo sobre Agricultura, alcançado durante a Rodada Uruguai do Gatt. Trata-se de estabelecer um sistema comercial justo e orientado ao mercado através de uma reforma fundamental.

O mandato, no entanto, foi além do previsto ao estipular prazos para a adoção das fórmulas de negociação e dos compromissos dos países. Incluiu, destarte, a agricultura como parte de um acordo único através do mecanismo de single undertaking, segundo o qual "nada está acordado até que tudo esteja acordado". De forma geral, as negociações agrícolas pós-Doha apoiar-se-ão no tripé delineado no Acordo: acesso a mercados através de reduções tarifárias, corte dos subsídios à exportação e diminuição do apoio doméstico.

A tarefa do Brasil, na OMC, será a trabalhosa coordenação da ofensiva contra o protecionismo europeu, sobre o alicerce das posições do País na condição de membro do Mercosul e do Grupo de Cairns. Já no caso dos subsídios, o País saiu em posição vantajosa ao, juntamente com outros países em desenvolvimento, incluir no texto final de Doha a "visão de eliminação (phasing out)", sem no entanto estipular prazos. Por fim, a validade da Cláusula de Paz do Acordo até dezembro de 2003 dificultará as negociações referentes à diminuição das distorções causadas pelo apoio interno, particularmente em relação à Política Agrícola Comum da União Européia.

Vemos, em síntese, que existe uma complicada "gramática diplomática" no entorno do agronegócio. O governo brasileiro tem envidado seus melhores esforços para a criação de um ambiente comercial internacional mais justo e favorável às nossas exportações. Isto contudo não basta. O próprio setor privado brasileiro tem de correr atrás de seus interesses. Infelizmente, a qualidade e variedade do produto agropecuário brasileiro ainda são, em grande medida, desconhecidas de mercados consumidores externos. São poucos os pontos de difusão de oportunidades comerciais brasileiros no exterior.

Ademais das feiras internacionais, em que empresas brasileiras têm participado de forma tímida, não contamos com um apoio substantivo das embaixadas e consulados. Estes, se por um lado não conhecem o negócio, por outro vêm-se limitados em sua atuação pelos poucos recursos que o Orçamento federal reserva para atividades de promoção comercial. Isto para não mencionar o sempre penoso "custo Brasil", que deprecia a competitividade de nossos agroprodutos com condições inadequadas de transporte, armazenagem e outros serviços portuários.

O horizonte para o agronegócio brasileiro é, portanto, de grande potencialidade e marcada vulnerabilidade. A busca da superação desta dicotomia pautará as discussões de hoje. Trabalhar com esta complexa equação, propondo soluções e discutindo problemas - reforçando, enfim, nossas capacidades e diminuindo nossas deficiências -, determinará as chances de êxito do País no comércio internacional do século 21.

* Este artigo foi originalmente publicado em O Estado de S. Paulo, 15.7.2002.

** Mario Garnero é presidente do Fórum das Américas e do Grupo Brasilinvest.