

Reconstruir pilares

O Brasil precisa reagir e deixar de desperdiçar suas potencialidades.
E às cadeias produtivas resta assumir seu protagonismo nessa luta

O Brasil é o quinto maior país em extensão territorial, após Rússia, Canadá, China e EUA. Ocupa a sexta posição em número de habitantes, após China, Índia, EUA, Indonésia e Paquistão. É o maior produtor mundial de soja, cana-de-açúcar, laranja, café... Trata-se do maior produtor mundial de alimentos.

O Brasil é atualmente o único lugar do mundo que ainda possui abundância de terras, água, clima, luz, topografia etc. Tem tudo para “decolar” e se tornar definitivamente um dos países mais prósperos do planeta.

As exportações de produtos agropecuários crescem sem parar e poderiam crescer muito, mas muito mais. O mundo está cada vez mais faminto e a população mundial não para de aumentar.

As produtividades praticamente dobraram na última década, a mecanização é de primeiro mundo e sobra tecnologia. Os preços dos produtos de exportação sobem sem parar, às vezes por sorte, mas na média, o lucro tem sido mantido há mais de uma década.

Mas apesar dos ventos estarem soprando favoravelmente, a situação do Brasil é a pior de sua história. As exportações poderiam ter sido muito maiores se rodovias, ferrovias, portos tivessem sido construídos.

As cadeias produtivas que abastecem o mercado interno poderiam ter prosperado como nunca se importações totalmente desnecessárias não ocorressem. A legítima agricultura familiar (família que ama trabalhar na roça) poderia ter enriquecido e adquirido novas áreas para seus descendentes continuarem produzindo.

A agricultura poderia continuar a gerar muitos empregos a dezenas de milhões de trabalhadores rurais e contribuído para evitar o crescimento desordenado das cidades.

As instituições de ensino, pesquisa e extensão deveriam ter sido fortalecidas para contribuir com a sustentabilidade e modernização das cadeias produtivas do Brasil. Não foram, e praticamente estão destruídas.

O que foi bom poderia ter sido excelente e o ruim, ótimo, mas a situação atual é preocupante e dramática.

O Brasil está em promoção. Estão comprando tudo de bom que há e dominando áreas estratégicas. As maiores redes de supermercados do país não são brasileiras e vendem a maior parte de verduras produzidas no Brasil da forma mais lucrativa possível – pagam “merreca” ao produtor e vendem a “preço de ouro” aos consumidores.

As indústrias de insumos estão cada vez mais “concentradas” e as revendas passando para as mãos de asiáticos. Alguns países estão investindo pesado no Brasil, comprando terras e empresas para produzir e alimentar seu povo. Raramente utilizam produtos nacionais ou empregam brasileiros.

O que ocorre no Brasil também é observado em vários países africanos e latino-americanos. Percebe-se que se trata da evolução da globalização, ou seja, não basta vender seus produtos no exterior, é necessário continuar vendendo, mas também conquistar e dominar a produção para alimentar sua população.

O êxito de alguns países que estão conquistando o planeta está amparado em pilares extremamente resistentes como competência, patriotismo, di-

nheiro, tecnologias, justiça etc. O sucesso é questão de tempo e beneficiará imensamente seu povo.

Por incrível que pareça, o Brasil se encontra na outra extremidade, ou seja, o alvo a ser atingido. Há abundância de tudo, do bom e do melhor – mas inacreditavelmente os pilares foram “corruptuídos” por “vermes” e apodreceram.

Apesar da dificuldade em construir novos pilares, é preciso lutar para mudar o jogo. A Cadeia brasileira da batata vem trabalhando há mais de 20 anos e tem conseguido vitórias importantes, com destaque para o sucesso da indústria de processamento de batata, que lidera o mercado nacional com mais de 30% das vendas. Outro exemplo é a adequação das legislações inerentes à batata para evitar a introdução de novos problemas fitossanitários, bem como a exibição na mídia de matérias reais e verídicas sobre a batata.

A luta continuará e, com mais experiência adquirida, as atividades se tornaram mais focadas em busca de resultados positivos. As prioridades da Associação Brasileira da Batata (ABBA) estão distribuídas em três áreas:

1- Estratégicas - Associativismo profissional, assessoria de imprensa, integração dos segmentos da cadeia da batata, fortalecimento da indústria de processamento de batata.

2- Técnica – Defesa fitossanitária, pesquisas, introdução de novas variedades e capacitação dos profissionais.

3- Política – Legislações inerentes à batata, comércio internacional, sensibilização dos políticos da importância social, econômica e cultural da batata.



Natalino Shimoyama,
ABBA