



COMO A CRISE PODE AFETAR O AGRONEGÓCIO BRASILEIRO



Geraldo Barros*

Os canais pelos quais a crise pode afetar o Brasil são de várias naturezas. Em primeiro lugar, há a possibilidade de recessão com variado grau de intensidade só nos EUA, ou só nos países do primeiro mundo, ou envolver até os países emergentes. À medida que a crise evoluir em qualquer caso, devido sua conotação creditícia, os países envolvidos reagirão baixando os juros e/ou aumentando o déficit público. Como essas reações podem ser rápidas, a recessão poderá ser contida, ao menos parcialmente, no prazo de mais ou menos um ano. Poderá haver, assim, contenção de demanda mundial com variados graus nesse período.

O caso dos EUA tem um especial interesse: embora uma recessão contenha parte do seu déficit em conta-corrente, esse *handicap* deve permanecer enquanto o dólar não sofrer uma substancial desvalorização corretiva. Que o dólar deve se desvalorizar e o juro internacional baixar, parece quase uma certeza; esses dois fatores tendem a favorecer o mercado de *commodities*, podendo mesmo compensar uma recessão mais profunda.

Além disso, a menos que a crise se transforme num desastre, o crescimento dos emergentes e dos países menos desenvolvidos poderá assegurar uma demanda forte, especialmente naqueles cujas moedas tenham se valorizado em relação ao dólar, em que se denominam os preços das *commodities*.

É sabido, no entanto, que crise pega os agronegócios em geral, e o brasileiro em particular, sob *stress* decorrente da demanda acelerada por alimentos à qual se sobrepuseram os programas de agroenergia com etanol e biodiesel, agora sob emergência face à disparada do petróleo.

Assim, neste momento de crise, é bom ter em conta certas limitações do lado da oferta do agronegócio. Por um lado, há um verdadeiro “efeito manada” nas intenções de produção de etanol devido à abundância de recursos (inclusive externos) e pelos incentivos artificiais do governo nos EUA, União Européia e muitos outros países.

Neste momento de crise, é bom ter em conta certas limitações do lado da oferta do agronegócio

As iniciativas brasileiras ficam dificultadas, por um lado, pelos vícios protecionistas nos mercados internacionais e, por outro, pelo entrelaçamento de demandas: o etanol compete na produção com alimentos em geral e o biodiesel, para viabilizar-se, precisa vencer o mercado de óleos vegetais comestíveis em franca expansão mundial.

No Brasil, como em outros países, já se fala em uma volta da inflação devido à alta dos produtos agropecuários e ao petróleo. Aqui

parece residir um dos maiores desafios econômicos da atualidade. Por um lado, é incontestável a mudança de preços relativos a favor das *commodities*. Por outro, é necessário que as autoridades monetárias saibam administrar essa mudança de preços relativos sem dar ignição a um crônico processo inflacionário. Ou seja, trata-se de cortar a “correia de transmissão” das *commodities* para salários e para preços industriais e, numa seqüência fatídica, aos malfadados preços “administrados”. Aqui novamente os juros deverão desempenhar papel de relevo.

É uma pena que tal tenha de ser feito quando o Brasil novamente tentava emplacar dois anos de bom crescimento econômico. Fica claro também que a fase de alimentos e matérias-primas baratas parece ter ficado para trás. O Brasil valeu-se dela para melhorar a remuneração do trabalho e a distribuição de renda. Seria uma pena que a volta da inflação revertesse esse processo. O Brasil precisa, pois, manter um crescimento firme, mas cadenciado e sem inflação.

É preciso dar tempo para gerar uma redução da carga tributária, pôr em andamento os investimentos ligados ao PAC público e privado e, quanto ao agronegócio, permitir um maior espaçamento para os investimentos - em lavouras, pecuária e agroindústria - da ordem de quase 1 trilhão de reais que deverá fazer nos próximos 10 anos para poder atender sem pressão inflacionária suas múltiplas demandas. ◀

*Geraldo Barros é responsável pelo cálculo do PIB do agronegócio, índices de exportação do agronegócio e coordenador das pesquisas sobre comercialização agropecuária do Cepea (22 produtos). Contatos pelo e-mail cepea@esalq.usp.br