



UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS (UFG)
INSTITUTO DE ESTUDOS SOCIOAMBIENTAIS (IESA)
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM GEOGRAFIA (PPGEO)

JÉSSYCA TOMAZ DE CARVALHO

AGRO:
A síntese das ações das corporações de *commodities* nos
territórios brasileiros

GOIÂNIA
2022

Processo:

23070.018121/2022-01

Documento:

3067592

*No caso de mestrado/doutorado profissional, indique o formato do Trabalho de Conclusão de Curso, permitido no documento de área, correspondente ao programa de pós-graduação, orientado pela legislação vigente da CAPES.

Exemplos: Estudo de caso ou Revisão sistemática ou outros formatos.

2. Nome completo do autor

Jéssyca Tomaz de Carvalho

3. Título do trabalho

AGRO: a síntese das ações das corporações de commodities nos territórios brasileiros

4. Informações de acesso ao documento (este campo deve ser preenchido pelo orientador)

Concorda com a liberação total do documento SIM NÃO¹

[1] Neste caso o documento será embargado por até um ano a partir da data de defesa. Após esse período, a possível disponibilização ocorrerá apenas mediante:

a) consulta ao(à) autor(a) e ao(à) orientador(a);

b) novo Termo de Ciência e de Autorização (TECA) assinado e inserido no arquivo da tese ou dissertação. O documento não será disponibilizado durante o período de embargo.

Casos de embargo:

- Solicitação de registro de patente;
- Submissão de artigo em revista científica;
- Publicação como capítulo de livro;
- Publicação da dissertação/tese em livro.

Obs. Este termo deverá ser assinado no SEI pelo orientador e pelo autor.



Documento assinado eletronicamente por **JESSYCA TOMAZ DE CARVALHO, Discente**, em 28/07/2022, às 11:57, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por **Adriano Rodrigues De Oliveira, Professor do Magistério Superior**, em 28/07/2022, às 21:33, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).

JÉSSYCA TOMAZ DE CARVALHO

AGRO:

A síntese das ações das corporações de *commodities* nos territórios brasileiros

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Geografia, do Instituto de Estudos Socioambientais, da Universidade Federal de Goiás (UFG) como requisito para a obtenção do título de Doutora em Geografia.

Área de Concentração: Natureza e Produção do Espaço
Linha de Pesquisa: Dinâmica Socioespacial

Orientador: Professor Doutor Adriano Rodrigues de Oliveira

GOIÂNIA
2022

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor, através do Programa de Geração Automática do Sistema de Bibliotecas da UFG.

CARVALHO, Jéssyca Tomaz de

AGRO: [manuscrito] : A síntese das ações das corporações de commodities nos territórios brasileiros / Jéssyca Tomaz de CARVALHO. - 2022.

366 f.: il.

Orientador: Prof. Dr. Adriano Rodrigues de Oliveira.

Tese (Doutorado) - Universidade Federal de Goiás, Instituto de Estudos Socioambientais (Iesa), Programa de Pós-Graduação em Geografia, Goiânia, 2022.

Bibliografia. Anexos.

Inclui siglas, mapas, fotografias, gráfico, tabelas, lista de figuras.

1. Agronegócio. 2. Ideologia. 3. Discurso. 4. Corporações de Commodities. 5. Territórios Bloqueados. I. Oliveira, Adriano Rodrigues de , orient. II. Título.

CDU 911



UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS
INSTITUTO DE ESTUDOS SÓCIO-AMBIENTAIS
ATA DE DEFESA DE TESE

Ata Nº 50 da sessão de Defesa de Tese de **Jéssyca Tomaz de Carvalho** que confere o título de Doutora em **Geografia**, na área de concentração em Natureza e Produção do Espaço.

Aos vinte e oito dias do mês de junho do ano de dois mil e vinte e dois, a partir das 13:30 horas, no auditório "Maria Geralda de Almeida", realizou-se a sessão pública de Defesa de Tese intitulada "AGRO: a síntese das ações das corporações de commodities nos territórios brasileiros". Os trabalhos foram instalados pelo Orientador, Professor Doutor Adriano Rodrigues de Oliveira (IESA/UFG) com a participação dos demais membros da Banca Examinadora: Professor Doutor Nelson Rodrigo Pedon (IFSP), membro titular externo; Professora Doutora Sônia de Souza Mendonça Menezes (UFS), membro titular externo; Professor Doutor Denis Castilho (IESA/UFG), membro titular interno; Professor Doutor Marcelo Rodrigues Mendonça (IESA/UFG) membro titular interno. Durante a arguição os membros da banca **não fizeram** sugestão de alteração do título do trabalho. A Banca Examinadora reuniu-se em sessão secreta a fim de concluir o julgamento da Tese tendo sido a candidata **aprovada** pelos seus membros. Proclamados os resultados pelo Professor Doutor Adriano Rodrigues de Oliveira, Presidente da Banca Examinadora, foram encerrados os trabalhos e, para constar, lavrou-se a presente ata que é assinada pelos Membros da Banca Examinadora, aos vinte e oito dias do mês de junho do ano de dois mil e vinte e dois.

TÍTULO SUGERIDO PELA BANCA



Documento assinado eletronicamente por **Adriano Rodrigues De Oliveira, Professor do Magistério Superior**, em 28/06/2022, às 20:46, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por **Dênis Castilho, Professor do Magistério Superior**, em 28/06/2022, às 20:55, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por **Marcelo Rodrigues Mendonça, Professor do Magistério Superior**, em 30/06/2022, às 14:32, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por **NELSON RODRIGO PEDON, Usuário Externo**, em 30/06/2022, às 15:00, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por **SONIA DE SOUZA MENDONÇA MENEZES, Usuário Externo**, em 30/06/2022, às 16:32, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site https://sei.ufg.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **2889528** e o código CRC **B73FE874**.

Referência: Processo nº 23070.018121/2022-01

SEI nº 2889528

JÉSSYCA TOMAZ DE CARVALHO

AGRO:

A síntese das ações das corporações de *commodities* nos territórios brasileiros

Tese de Doutorado apresentada ao Programa Pós-Graduação em Geografia da Universidade Federal de Goiás, como requisito para obtenção do título de Doutora em Geografia, defendida no dia 28 de junho de 2022, na presença da Banca Examinadora constituída pelos seguintes professores doutores:

PROF. DR. ADRIANO RODRIGUES DE OLIVEIRA
PPGEO/UFG
Presidente da Banca

PROF. DR. MARCELO RODRIGUES MENDONÇA
PPGEO/UFG
Membro Interno

PROFA. DR. DENIS CASTILHO
PPAGEO/UFG
Membro Interno

PROF. DR. NELSON RODRIGO PEDON
IFSP/SP
Membro Externo

PROFA. DRA. SÔNIA DE SOUZA MENDONÇA MENEZES
NPGEU/UFS
Membra Externa

Aos meus pais **Arlete** e **Valdimilson**, meu irmão **Gabryel** e meu esposo **Tardely** – alicerces de amor e signos de sentido e companheirismo em minha vida.

Às minhas avós **Odete** e **Jurandina** – camponesas portadoras de tanta sabedoria, provedoras de fartura e cuidado, mulheres fortes, guardiãs da memória da terra.

Ao meu orientador (acadêmico e de vida) professor Dr. **Adriano** – a quem tenho uma gratidão inenarrável por nunca ter permitido a minha desistência e por sempre semear semente de vida ao meu modo automático.

Ao **Carlos Vinhandele** (*in memoriam*) – que sempre apresentou profundo respeito pela ciência e pela minha profissão, acreditando em minha capacidade de intervenção na sociedade; defensor das políticas públicas e do bem comum; uma existência ceifada entre as milhares de trajetórias vítimas da COVID-19. Meu sogro, que se foi tão jovem, com a esperança de doses de uma vacina que já existia!

À professora Dra. **Maria Geralda de Almeida** (*in memoriam*) – quem pintou de várias cores o LABOTER e deu vários tons aos sorrisos pelo IESA e pelo mundo adentro; ensinou-nos sobre os enfrentamentos de nossas inseguranças e vive em seu legado científico inigualável na valorização dos saberes, identidades e territórios dos povos tradicionais.

AGRADECIMENTOS

Entre as nuances das formas mais óbvias do amor, compreende-se minha expressão mais profunda do sentimento: a gratidão. Na intensidade do que isso representa em minha vida, encontro motivações que me permitem seguir mesmo em momentos de tanta dor – como esses que enfrentamos, coletivamente, com a pandemia da COVID-19.

O amor e a gratidão me levam do sobreviver ao viver, desde a gratidão pelas coisas mais simples do cotidiano; passando pelos pequenos momentos que Deus me oportuniza viver na grandiosidade dos detalhes; ao conhecer mais seguro que tenho: a certeza de que sozinha de nada eu seria capaz e de que sem as pessoas nada seria o amor.

A construção de uma dissertação ou tese, pelo espectro das emoções, é um movimento pendular entre o sentimento de solidão e a gratidão pelo coletivo; entre a segurança nas escolhas e as inseguranças pessoais; entre a dedicação ao exercício e a exaustão mental; entre a sede de luta e o esgotamento emocional.

Estes movimentos de conforto e desconforto, pulsam a vida pela qual sou grata a Deus e Nossa Senhora, por me permitir saboreá-la, inclusive emaranhada em bastantes privilégios os quais reconheço e busco utilizá-los para além da minha própria existência. À Ele e à Santíssima Maria, agradeço também por todas as pessoas que me significam diferentes sentidos.

Pela construção conjunta desta tese agradeço meus pais Arlete e Valdimilson. Agradeço-os também por quem eu e o Gabryel – meu amado irmão, somos. Estes três corações que me alimentam e batem fora do meu peito são aqueles a quem dedico, diariamente, toda minha existência. Sou grata por todo carinho e zelo que sempre tiveram comigo, buscando, prioritariamente, o nosso bem-estar – que para nós significa viver plenamente o amor uns pelos outros, pelas pessoas que cruzam nossos caminhos e pelas diferentes formas de vida.

Por falar em amor, agradeço ao maior amor que a Geografia me deu: meu esposo Tardely. Caminhamos juntos na construção de um lar e da nossa família: este espaço signo de acolhimento ao qual, especialmente nos últimos 2 anos, eu me reservei na escrita desta tese – enquanto chorava, lavava o

rosto e tentava mais uma vez. Agradeço especialmente, por toda a compreensão, paciência e cuidado que teve em nossa fase mais intensa de adaptação, à qual, concomitante, ocorria a conclusão desta etapa acadêmica tão importante para mim.

Agradeço-o também pelo segundo pai que me emprestou, meu querido sogro, Carlos Vinhandele (*in memoriam*). A dor da sua perda física é algo que ainda não cicatrizou e que juntos estamos enfrentando. Esta dor se multiplica diariamente em nós, por ser impraticável a aceitação de que o perdemos para uma doença a qual já existia as contribuições científicas para prevenir sua letalidade (a vacina).

Devo dizer que o “aprender na dor” passou a significar para mim, a insistência com o doutorado mesmo com tanto sofrimento e revolta, por lembrar diariamente o quanto ele acreditava em mim e se orgulhava das minhas escolhas. Não o ter testemunhando e me abraçando na defesa desta tese me dilacera, mas dialeticamente me faz agradecê-lo por eu ter conseguido chegar até este momento.

O chegar aqui, sem dúvidas, também não o seria se não fosse meu orientador acadêmico e de vida, professor Adriano Rodrigues de Oliveira. Com todos os desafios que também enfrentou nos últimos anos, Adriano *nunca soltou minha mão*. Não sei dizer o quanto sou grata por tudo o que aprendi, cotidianamente, nesta caminhada juntos por esses quase 10 anos. Devo à sua sabedoria e seu conhecimento, boa parte da formação da visão de mundo que possuo hoje. A gratidão, a admiração e o respeito que tenho por sua trajetória, somada a sua dedicação ao aprendizado e ao emocional de todos seus orientandos, foi também o que me trouxe até aqui.

Da construção ao momento da defesa desta tese, Adriano dirige uma banca, pela qual sou muito grata também. Ao professor Marcelo Mendonça, por tudo o que me ensinou no âmbito da coordenação do TRAPPU e por ser ao lado do professor Adriano, minhas principais referências de geógrafos; a professora Sônia Menezes e a professora Dinalva Ribeiro (banca no exame de qualificação), por tudo que me somaram em aulas, diálogos, textos e exemplos enquanto pesquisadoras atentas e justas às demandas do empírico; ao professor Denis Castilho, que me inspira e ensina desde os meus primeiros passos pela Geografia, quem tanto me acrescenta a cada

encontro em sala de aula e nos tão importantes grupos de estudos que coordena; ao professor Nelson Pedon por suas ricas contribuições para a Geografia e para os debates que estímulo em sala de aula sobre a importância dos sujeitos de luta.

Sem estes sujeitos esta pesquisa não se realizaria e a eles – alguns engajados e outros não em movimentos sociais, mas todos mediando uma força política tão necessária – sou muito grata por tudo o que aprendi com suas *(Re)Existências*, seus *saberes* e *fazer*es cotidianos e locais, nas especificidades dos seus espaços de vivência. Aos camponeses, indígenas e todos sujeitos que contribuíram para esta pesquisa e para o meu crescimento pessoal, minha eterna gratidão.

Na figura de grandes mulheres como a professora Maria Geralda de Almeida (*in memoriam*) e a geógrafa Lara Cristine Ferreira, agradeço a todos os professores e colegas do LABOTER. O LABOTER por muitos anos foi minha segunda casa, meu lugar de encontro e aprendizado. Estas mulheres deram e dão o tom da vida e dos propósitos deste espaço de construção de diálogos e de conhecimento.

Nas figuras dos professores Leandro Lima, Luís Cherem, Tadeu Arrais e das assistentes em administração Nilvete Cardoso e Fernanda Azevedo, agradeço ao PPGeo, ao IESA e a UFG: este *lócus* de tantos acessos, ao conhecimento e às pessoas e lugares que tanto somaram em minha trajetória; espaço onde construí relações de afeto com tantas pessoas que contribuíram com esta tese e trouxeram sorrisos a minha rotina acadêmica e parágrafos importantes a minha trajetória pessoal, a saber: agradeço as amigas Ângela Maria, Jéssica Soares e Ludimila Lelis, pelo companheirismo em toda caminhada, inclusive aquela que transcende o espaço universitário.

Agradecendo aos parceiros Flávio Marcos, Rodrigo Gonçalves e Aline Nascimento, estendo meus agradecimentos a todos os colegas do TRAPPU, que sempre se dispuseram a contribuir e com os quais tanto aprendi nestes anos; agradeço inclusive ao Gabriel Galvan, que antes do TRAPPU, tive a oportunidade de conhecer no Programa de Pós-Graduação em Agronegócio da UFG, onde encontrei outras pessoas, às quais também tenho muita

gratidão por tudo o que me provocaram acerca do debate proposto nesta pesquisa.

Aos professores que ministraram as disciplinas cursadas ao longo de minha formação e colegas que compartilharam comigo estes momentos, na figura do professor Agustín Ávila, com quem realizei o estágio docência e tanto aprendi, meu muito obrigada! Contudo, sem dúvidas, minha condição discente é eterna.

Ao amigo João Neto que divide comigo o espaço da sala de aula, onde engendramos nossas reflexões com a educação básica, agradeço e estendendo meus agradecimentos à Moniki Mesquita, coordenadora da escola que hoje trabalho, quem sempre, teve muita compreensão sobre as demandas do Doutorado. No tocante à sala de aula, agradeço também as turmas de graduação em Geografia as quais realizei o estágio docência e aprendi com todas as discussões e leituras ali situadas.

Agradeço a Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes) pelo suporte financeiro em alguns anos do desenvolvimento da pesquisa, este apoio foi imprescindível para minha dedicação à pesquisa e à minha formação profissional.

Nas figuras das minhas avós Odete e Jurandina e minha sogra Luiza, estendo meus agradecimentos a minha família e amigos por toda compreensão sobre minhas ausências nestes 5 anos. Certamente deixei de mencionar muitos nomes que contribuíram nestes passos, mas todos eles que estiveram ao meu lado ou que de algum modo sentiram minha falta nesses anos, sabem da minha gratidão pelo papel que cumprem em minha vida, afinal, manifestar cotidianamente meu apreço pelas pessoas é uma das maiores satisfações que tenho na vida.

Jéssyca Tomaz de Carvalho

Licenciatura em Geografia (março de 2010 / dezembro de 2013)

Universidade Federal de Goiás

Título TCC: A territorialização do agronegócio e os impactos da produção de melancia em Uruana/GO

Orientador: Prof. MSc. Ricardo Júnior de Assis Fernandes Gonçalves

Bolsista do Programa de Educação Tutorial, PET – Tutor: Prof. Dr. Eguimar Felício Chaveiro

Mestrado em Geografia (março de 2015 / março de 2017)

Universidade Federal de Goiás

Título Dissertação: Os efeitos do Agronegócio Canavieiro e da Mobilidade Espacial do Trabalho no Centro-Norte goiano a partir do Plano Nacional de Agroenergia (2006 - 2011)

Orientador: Prof. Dr. Adriano Rodrigues de Oliveira.

Bolsista da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior, CAPES

Doutorado em Geografia (março de 2017/ maio de 2022)

Universidade Federal de Goiás

Título da Tese: “AGRO” A síntese das ações das corporações de commodities nos territórios brasileiros

Orientador: Prof. Dr. Adriano Rodrigues de Oliveira.

Bolsista da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior, CAPES

Representação discente PPGeo-UFG: (2017/1 - 2019/1)

Professora na Educação Básica

Ensino Fundamental – anos iniciais (2014/1 – 2015/1)

Ensino Fundamental – anos finais (2019/2 – 2022)

RESUMO

Todo conceito requer uma base empírica e está imerso em disputas, traços manipulatórios e noemas culturais. Sua formulação ou ressignificação se projeta pelo intuito de manutenção ou reestruturação dos territórios. No Brasil o conceito de agronegócio, e suas nuances, se projeta por uma ideologia, enquanto fabricação de uma unidade em divisa (disputada por diferentes frações de classes) a respeito dos interesses das classes dominantes, constituindo-se como uma importante estratégia de ocultamento da realidade resultante das ações territoriais das Corporações de *Commodities* - frações de classes reinantes no país, em consonância com aquelas frações de classe que se apresentam politicamente como reinantes (Latifundiários, Burguesia Agrária, Burguesia Interna e Burguesia Associada). Com a privatização dos meios de produção e dos direitos sociais, e a sociabilidade dos efeitos deletérios da comoditização dos territórios, torna-se importante compreender a construção e sedimentação político-ideológica do agronegócio, desconstruindo-se narrativas que no jogo da linguagem viabilizam e buscam legitimar a hegemonização dos projetos de acumulação via espoliação, no Brasil, contextualizados no Consenso das *Commodities*. Por meio de revisão bibliográfica, levantamento de dados primários e secundários, análises de peças publicitárias a partir da década de 1970 – sob os discursos da Revolução Verde, da Segurança Alimentar, do Desenvolvimento Sustentável e outros –, e investigação em campo – enquanto síntese material dos cursos teóricos intentados neste texto –, analisamos o engendramento do conceito de agronegócio no Brasil, sua centralidade nos discursos e o não dito de sua ideologia. Identificamos algumas estratégias semânticas e retóricas, sob a tese de que estas se reverberam espacialmente na marcha de captura, controle, espetacularização, aceleração e apropriação dos territórios; especialmente pelas dimensões alimentares, tecno-produtivas, energéticas e dos novos elementos culturais em disputa. Consideramos, deste modo, o ataque aos Territórios Bloqueados – aqueles não livremente disponíveis ao processo de acumulação ampliada, e aos sujeitos que ameaçam a hegemonia das classes dominantes, como as manifestações materiais da face ideológica atual das ações territoriais deste projeto que atualmente se sintetiza no campo conceitual “agro” nos discursos ideológicos estabelecidos junto aos trabalhadores, camponeses e comunidades tradicionais.

Palavras-chave: Agronegócio; Ideologia; Discurso; Frações de Classe; Corporações de *Commodities*; Territórios Bloqueados

RESUMEN

Todo concepto requiere una base empírica y está inmerso en disputas, rasgos manipuladores y noemas culturales. Su formulación o resignificación se proyecta con la intención de mantener o reestructurar los territorios. En Brasil, el concepto de agronegocio, y sus matices, es proyectado por una ideología, mientras que la fabricación de una unidad *in divisa* (disputado por diferentes fracciones de clase) al respecto de los intereses de las clases dominantes, se constituye en una importante estrategia de ocultamiento de la realidad resultante de las acciones territoriales de las Corporaciones de *Commodities* - fracciones de las clases dominantes en el país, en consonancia con aquellas fracciones de clase que se presentan políticamente como dominantes (Latifundistas, Burguesía Agraria, Burguesía Interna y Burguesía Asociada). Con la privatización de los medios de producción y los derechos sociales, y la sociabilidad de los efectos nocivos de la mercantilización de los territorios, se vuelve importante comprender la construcción y sedimentación político-ideológica del agronegocio, deconstruyendo narrativas que en el juego del lenguaje posibilitan y buscan legitimar la hegemonización de proyectos de acumulación vía desposesión, en Brasil, contextualizados en el Consenso de *Commodities*. Con revisiones bibliográficas, levantamiento de datos primarios y secundarios, análisis de piezas publicitarias a partir de la década de 1970 - bajo los discursos de la Revolución Verde, de Seguridad Alimentaria, Desarrollo Sostenible y otros -, e investigación de campo- como síntesis material de los cursos teóricos propuestos en este texto, analizamos la generación del concepto de agronegocio en Brasil, su centralidad en los discursos y lo no dicho de su ideología. Identificamos algunas estrategias semánticas y retóricas bajo la tesis de que se reproducen en la marcha de captura, control, espectacularización, aceleración y apropiación de los territorios; especialmente por las dimensiones alimentaria, tecnoproductiva, energética y los nuevos elementos culturales en disputa. Consideramos el ataque a los Territorios Bloqueados -aquellos que no están libremente disponibles al proceso de acumulación - y a los sujetos que amenazan la hegemonía de las clases dominantes, como las manifestaciones materiales del actual rostro ideológico de las acciones territoriales de este proyecto que actualmente se sintetiza en el campo conceptual "agro" en los discursos ideológicos establecidos con los obreros, campesíndios y las comunidades tradicionales.

Palabras Clave: Agronegocio; Ideología; Discurso; Fracciones de Clase; Corporaciones de *Commodities*; Territorios Bloqueados.

ABSTRACT

Every concept request an empirical basis and is immersed in disputes, manipulative traces and cultural conceptions. In yours formulation or resignification is projected with the intention of maintaining or restructuring the territories. In Brazil, the concept of agribusiness, and its nuances, is projected by an ideology, as the making of a unit in dispute regarding the interests of the ruling classes, constitutes as an important strategy of hiding the reality resulting from the territorial actions of commodity corporations - fractions of the ruling classes in the country, in line with those class fractions that present themselves politically as ruling (Landowners, Agrarian Bourgeoisie, Internal Bourgeoisie and Associated Bourgeois). Due to the privatization of the means of production and social speech, and the deleterious sociability effects of the commoditization of territories, it becomes paramount to understand the construction and political-ideological sedimentation of agribusiness. Deconstructing narratives that in the game of language enables and seek to legitimize the hegemony of Dispossession accumulention projects in Brazil, contextualized in the Commodities Consensus. By using bibliographic reports, survey of primary and secondary data, analysis of advertising pieces from the 1970s onwards - under the speeches of the Green Revolution, in the food security, in the sustainable development and others-, and field investigation - as a material synthesis of the theoretical courses proposed in this text, we analyze the engendering of agribusiness concept in Brazil, its centrality in the speeches and the unsaid of its ideology. Identifying some semantic and rhetorical strategies on the thesis that these reverberate in the path of appropriation of territories through capture, control, spectacularization, acceleration and appropriation marches; especially for the foods speeches, techno-productive speeches, energy dimensions and the new cultural elements in dispute. We understand the attack on blocked territories - those not freely available to the process of enlagerd accumulation, and to the subjects that threaten the hegemony of the dominant classes, as the material manifestations of the current ideological face of the territorial actions of this project that is currently synthesized in the conceptual field “*agro*” in the ideological speeches established with the workers, peasants and traditional communities

Keywords: Agribusiness; Ideology; Speech; Class Fractions; Commodity Corporations; Blocked Territories

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Noções analíticas das transformações do campo brasileiro a partir da década de 1960.....	44
Figura 2 - Do Agribusiness ao AGRO: a conceptualização do agronegócio ..	49
Figura 3 - O campo conceitual <<agronegócio>>	51
Figura 4 - Monumento do Agronegócio - Rio Verde (GO)	60
Figura 5 - Estudantes do curso de Agronomia com camiseta "-amor +glifosato, por favor"	62
Figura 6 - Anúncio da Copersucar – 1972.....	75
Figura 7 - Anúncio da Copersucar – 1970.....	76
Figura 8 - Anúncio da Copersucar – 1971.....	76
Figura 9 - Anúncio da Copersucar 1974.....	77
Figura 10 - As vantagens do carro a álcool - publicidade COPERSUCAR anos 1970	79
Figura 11 - Propaganda Fiat 147 movido a álcool.....	80
Figura 12 - Anúncio rede de combustíveis Esso - sobre as bombas de abastecimento de álcool no início da década de 1980.....	81
Figura 13 - Anúncio Volkswagen – 1978.....	82
Figura 14 - Mapa CPI venda de terras a estrangeiros na Amazônia - Relatório Velloso	85
Figura 15 - Criação de gado bovino pela Volkswagen entre as décadas de 1970 e 1980	87
Figura 16 - Comissão de deputados conversando com trabalhadores da fazenda da Volkswagen em 1983	88
Figura 17 - SUDAM e Volkswagen - anúncio da década de 1970.....	91
Figura 18 - Anúncio de Leilão Liquifarm Agropecuária Suiá Missú S/A - Década de 1970	92
Figura 19 - Anúncio OLEMA e BANCO HALLES – 1972	93
Figura 20 - Anúncio Banco do Brasil – 1974	95
Figura 21 - Anúncio Banco do Brasil – 1978	96

Figura 22 - Anúncio Banco Real – 1975.....	101
Figura 23 - Anúncio Banco Comind – 1979.....	103
Figura 24 - Anúncio sobre exportações, Banco do Brasil - 1971.....	105
Figura 25 - Anúncio Sanbra – 1971.....	108
Figura 26 - Anúncio Taurus – revólveres esportivos 1973	109
Figura 27 - Anúncio Taurus - Revólver e Coldre – 1976	109
Figura 28 - Anúncio mortadela SWIFT - 1971	112
Figura 29 - Anúncio Nestlé XI Congresso Internacional de Nutrição - 1978	113
Figura 30 - As mulheres das décadas de 1960-1970 e os contextos discursivos da Nestlé	115
Figura 31 - Anúncio leite em pó desnatado Molico - 1970	116
Figura 32 - Anúncio leite em pó Ninho – 1971	116
Figura 33 - Anúncio I alimentos infantis Nestlé - 1972	118
Figura 34 - Anúncio II alimentos infantis Nestlé – 1972	119
Figura 35 - Anúncio leite condensado Moça - Década de 1970.....	121
Figura 36 - Anúncio Nestlé - 1971	122
Figura 37 - Anúncio logurte de Fruta Chambourcy – 1974	124
Figura 38 - Anúncio logurte Natural Danone - 1974.....	125
Figura 39 - Anúncio logurte Danone - 1976	126
Figura 40 - Anúncio óleo de milho Pérola - Sanbra – 1978.....	128
Figura 41 - Anúncio óleo de origem vegetal Primor - Sanbra - 1975.....	128
Figura 42 - Anúncio óleo Salada - 1973	129
Figura 43 - Anúncio óleo Salada – 1977	130
Figura 44 - Anúncio Presunto Perdigão – 1979.....	131
Figura 45 - Anúncio margarina Delícia – 1970-A.....	133
Figura 46 - Anúncio margarina Delícia – 1970-B.....	133
Figura 47 - Anúncio margarina Mila - 1976	134
Figura 48 - Anúncio margarina Mila - 1978	134

Figura 49 - Anúncio margarina Becel - 1978.....	136
Figura 50 - Anúncio Miojo Lámen - 1972	136
Figura 51 - Mercado Ilegal em Tóquio 1946.....	138
Figura 52 - Anúncio Miojo Turma da Mônica 1989.....	139
Figura 53 - Anúncio BASF - 1974.....	141
Figura 54- Anúncio Bayer - 1975.....	143
Figura 55 - Anúncio Bayer - 1976.....	144
Figura 56 - Anúncio Ciba-Geigy - 1973.....	146
Figura 57 - Anúncio Ciba-Geigy - 1972.....	147
Figura 58 - Anúncio Union Cabride - 1977	148
Figura 59 - Propaganda Tetra Pack (A vaca).....	153
Figura 60 - Propaganda Mastercard (caipira) anos 2000	155
Figura 61 - Propagandas Etanol - anos 2000.....	157
Figura 62 - Cartilha "Etanol uma atitude inteligente" – capa	158
Figura 63 - Cartilha "Etanol uma atitude inteligente" - ações individuais.....	159
Figura 64 - Cartilha "Etanol uma atitude inteligente" – “pequenas grandes atitudes”	161
Figura 65 - Uso da água no Brasil (consumo total em m ³ /s)	162
Figura 66 - Cartilha "Etanol uma atitude inteligente" – etanol e a produção de alimentos.....	163
Figura 67 - Peça Publicitária "Etanol, combustível completão" - 2014	164
Figura 68 - Peça Publicitária "Coloca Etanol, o combustível completão"	166
Figura 69 - Propaganda Sou Agro - Fazenda.....	176
Figura 70 - Logo Campanha Time Agro Brasil 2012 - 2014	178
Figura 71 - Peça Publicitária Time Agro Brasil - CNA e Sebrae.....	179
Figura 72 - Propaganda Agro é TUDO – Conceito.....	183
Figura 73 – Mosaico - propaganda mulher é agro - especial de março - 2018	186
Figura 74 - Propaganda Cana é Agro	188

Figura 75 - Movimento segunda com carne (Goiânia – 2022).....	208
Figura 76 - Movimento segunda com carne (Pará e Tocantins – 2022).....	209
Figura 77 - Interface gráfica do site BOM FUTURO	217
Figura 78 - Momentos da live "O Embaixador no Agronegócio" - Gustavo Lima (2021)	220
Figura 79 – Presidente da república segurando picanha do frigorífico Goiás Carnes em sua homenagem	224
Figura 80 – Outdoor de Paulo Trabalho em apoio ao presidente e ao Agro na rua 83 no setor Sul – Goiânia.....	225
Figura 81 – Publicação de deputado sobre ocupação de terras nos mandatos presidenciais	225
Figura 82 – Outdoor do agro em apoio ao atual presidente da república – 2020	226
Figura 83 – Outdoor Movimento Brasil que cresce	227
Figura 84 – Exemplos de outdoors do Agro em apoio ao atual presidente ..	227
Figura 85 - Mapas área plantada (ha) de soja 1974 - 2018	232
Figura 86 - Rebanho de gado por milhões de cabeças nas regiões brasileiras	232
Figura 87 - Base de Conhecimento FPA 2020 – aba I.....	247
Figura 88 - Base de Conhecimento FPA 2020 – aba II.....	247
Figura 89 - Outdoor agro anti-PT disposto em Goiânia - GO em março de 2016	255
Figura 90 – Área em hectares de Florestas Públicas Não Destinadas ilegalmente cadastradas como propriedade privada no Cadastro Ambiental Rural (CAR) – 2020.....	268
Figura 91 - Mapa dos territórios bloqueados	270
Figura 92 - Parceria EMBRAPAII - EMPRESA – IFGoiano	274
Figura 93- Estandes de corporações agrícolas na TECNOSHOW COMIGO 2018 (Monsanto)	276
Figura 94 - Stands de corporações agrícolas na TECNOSHOW COMIGO 2018 (Syngenta).....	276
Figura 95 - Escola Municipal Rural São José do Pontal.....	312

Figura 96 - Fazenda Brasilanda, Montividiu - GO (2017)	313
Figura 97 - Cereal Ouro - Rio Verde (GO) - 2017	314
Figura 98 - Distrito Agroindustrial - Rio Verde (GO)	315
Figura 99 - Outdoor Dow Agronegócios em Cristalina (GO)	317
Figura 100 - Mesa do fogão a lenha no sítio Nossa Senhora da Aparecida em assentamento em Cristalina-GO	320
Figura 101 - Sítio Nossa Senhora da Aparecida em assentamento em Cristalina-GO, parcela Dona Maria (2018)	322
Figura 102 - Parcela Pedro e Família - assentamento em Cristalina (GO) ..	323
Figura 103 - Pivô central em Cristalina – GO	324
Figura 104 - Propriedade com produção de orgânicos Cristalina – GO	324

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Área colhida por tipo de produção agrícola, 1950 - 2006	229
Gráfico 2 - Área plantada ou destinada à colheita (ha) - 2020	230
Gráfico 3 - Censos Agropecuários (Brasil), 1975 - 2017: utilização das terras (ha).....	231
Gráfico 4 - Número de deputados que compõem a FPA (2015 – 2019 – 2022)	244
Gráfico 5 - Número de senadores que compõem a FPA (2015 - 2018) (2019)	244
Gráfico 6 - Evolução do Financiamento Agrícola no Brasil 2003 a 2020 (Bilhões de R\$).....	255
Gráfico 7 - Atos publicados pelo atual governo sobre meio ambiente.....	265
Gráfico 8 - Crescimento de normas sobre o meio ambiente em outros ministérios (2019- 2020).....	266
Gráfico 9 - Censo agropecuário de 2006	288
Gráfico 10 - Comparação das estimativas de Segurança/Insegurança Alimentar (Brasil: 2004-2020).....	292
Gráfico 11 - Distribuição percentual da insegurança alimentar no Brasil nas áreas urbanas e rurais - 2021/2022	294
Gráfico 12 - Distribuição percentual da insegurança alimentar no Brasil por regiões oficiais do IBGE - 2021/2022	294
Gráfico 13 - Distribuição percentual da insegurança alimentar no Brasil quanto a situação de trabalho - 2021/2022	295
Gráfico 14 - Gráfico produção agrícola em Rio Verde (GO) - Área colhida.	310

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Agronegócio Desenvolvimento e Sustentabilidade – Plano de Ação 2014/2018/2020 (ABAG/FIESP).....	168
Quadro 2 - Quadro de transcrição das campanhas “Agro é TECH, Agro é POP, Agro é TUDO”	189
Quadro 3 – Efeitos discursivos do agronegócio	212
Quadro 4 - Patrocínio do agronegócio à times de futebol no Brasil	215
Quadro 5 - Sistemas de fracionamento da classe dominante	238
Quadro 6- Caminhos para desbloqueios dos territórios no Brasil no âmbito do governo federal em 2020	264
Quadro 7 - Projetos educacionais do Agronegócio no Brasil	277
Quadro 8 - Valores aplicados via lei Rouanet por algumas Corporações de Commodities	278
Quadro 9 - Palavras hegemônicas pelo agro	280
Quadro 10 - Abordagens teóricas sobre a mobilidade espacial da população	281
Quadro 11 - Composição da Bancada Ruralista 2022 (Senadores).....	339
Quadro 12 - Composição da Bancada Ruralista 2022 (Deputados).....	340
Quadro 13 - As 25 maiores corporações de commodities, por receita (2022)	346
Quadro 14 - Os 50 maiores tomadores de recursos do BNDES (2014 - 2018)	347
Quadro 15 - Os 50 maiores tomadores de recursos do BNDES (2019)	349

LISTA DE SIGLAS

ABAG – Associação Brasileira do Agronegócio
Abef – Associação Brasileira dos Produtores e Exportadores de Frangos
Abiec – Associação Brasileira das Indústrias Exportadoras de Carnes
ABIA – Associação Brasileira da Indústria de Alimentos
Abipecs – Associação Brasileira da Indústria Produtora e Exportadora de Carne Suína
Abrasem – Associação Brasileira de Sementes e Mudas
AMPA – Associação Matogrossense dos Produtores de Algodão
Aprosoja – Associação brasileira dos produtores de soja
ARES – Instituto para o Agronegócio Responsável
BNDES – Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social
CAI – Complexos Agroindustriais
CAPES – Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior
CCC – Commodity Credit Corporation
CNA – Confederação Nacional de Agricultura
CNC – Conselho Nacional do Café
CNPJ – Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica
Coalização Brasil – Coalizão Brasil Clima, Florestas e Agricultura
COMIGO – Cooperativa Agroindustrial dos Produtores Rurais
Contag – Confederação Nacional dos Trabalhadores na Agricultura
CPT – Comissão Pastoral da Terra
CVRC – Companhia Vale do Rio Cristalino Agropecuária Comércio e Indústria
DOPS – Departamento de Ordem Política e Social
EMATER – Agência de Assistência Técnica, Extensão Rural e Pesquisa Agropecuária
EMBRAPA – Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária
EMBRAPII – Empresa Brasileira de Pesquisa e Inovação Industrial
EMBRATER – Empresa Brasileira de Assistência Técnica e Extensão Rural
Esalq – Escola Superior de Agricultura Luiz de Queiróz
FAAB – Frente Ampla da Agricultura Brasileira
FAEG – Federação da Agricultura e Pecuária de Goiás
FAPEG – Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de Goiás

FERAB – Fórum das Entidades Representativas do Agronegócio
FIESP – Federação das Indústrias do Estado de São Paulo
FNA – Fórum Nacional da Agricultura
FUNAPE – Fundação de Apoio a Pesquisa
GO – Goiás
IA – Insegurança Alimentar
IAA – Instituto do Açúcar e do Alcool
IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IESA – Instituto de Estudos Socioambientais
IPA – Instituto Pensar Agropecuária
LABOTER – Laboratório de Estudos e Pesquisas das Dinâmicas Territoriais
LGBTQIA+ – Lésbicas, gays, bissexuais, transgêneros, queer, intersexuais, assexuais e outros
MAPA – Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento
MDB – MOVIMENTO DEMOCRÁTICO BRASILEIRO
MST – Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra
OCB – Organização das Cooperativas Brasileiras
PCA – Paradigma do Capitalismo Agrário
PL – Partido Liberal
PNA – Plano Nacional de Agroenergia
PP – Partido Progressistas
PPGEO – Programa de Pós-Graduação em Geografia
PQA – Paradigma da Questão Agrária
Proálcool – Programa Nacional do Alcool
PRONAN – Programa Nacional de Alimentação e Nutrição
PSL – Partido Social Liberal
PT – Partido dos Trabalhadores
SA – Segurança Alimentar
SNA – Sociedade Nacional de Agricultura
SRB – Sociedade Rural Brasileira
TECNOSHOW – Feira de Tecnologia em Agronegócio
TELESP – Telecomunicações de São Paulo S/A
TI – Terra Indígena

TRAPPU – Grupo de Estudos e Pesquisas Trabalho, Território e Políticas
Públicas

UBA – União Brasileira de Avicultura

UC – Unidade de Conservação

UDR – União Democrática Ruralista

UFG – Universidade Federal de Goiás

UNICA – União da Indústria de Cana-de-açúcar

USP – Universidade de São Paulo

SUMÁRIO

RESUMO.....	14
RESUMEN	15
ABSTRACT	16
LISTA DE GRÁFICOS.....	22
LISTA DE QUADROS	23
LISTA DE SIGLAS	24
1. INTRODUÇÃO.....	30
2. A MARCHA DA CAPTURA: CAMINHOS CONCEITUAIS E MOVIMENTOS PELA HEGEMONIZAÇÃO DO AGRONEGÓCIO.....	38
2.1. A construção do metametaconceito “agronegócio”	39
2.1.1 <i>Agribusiness, Complexos Agroindustriais, Agroindústrias, Cadeias Produtivas e Agronegócio no Brasil: um preambulo teórico conceitual.....</i>	<i>39</i>
2.1.2 – <i>Dos noemas culturais a formulação do conceito: as etapas de conceptualização do Agronegócio.....</i>	<i>44</i>
2.2. A (des)construção do campo conceitual agro: odor de veneno versus cheiro de dinheiro.....	51
2.2.1 – <i>Desenvolvimento, Modernização e o campo conceitual do agronegócio.....</i>	<i>51</i>
2.2.2 – <i>Contradições do campo conceitual <<agronegócio>>.....</i>	<i>56</i>
3. A MARCHA DO CONTROLE: MOVIMENTOS IDEOLÓGICOS A PARTIR DA DIMENSÃO DISCURSIVA ALIMENTAR E TECNO-PRODUTIVA.....	68
3.1 – A ideologia lançada pelo projeto-projétil agronegócio e as plataformas discursivas do <<agro>>	68
3.2 – O projeto- projétil lançado nos anos 1970	73
3.2.1 – <i>Narrativas e retóricas alimentares da década de 1970</i>	<i>111</i>
3.2.2 – <i>Algumas Corporações de Commodities na década de 1970.....</i>	<i>140</i>
4. A MARCHA DA ESPETACULARIZAÇÃO: MOVIMENTOS IDEOLÓGICOS A PARTIR DA DIMENSÃO DISCURSIVA ENERGÉTICA E NOVOS ELEMENTOS CULTURAIS	151
4.1 – Matrizes discursivas do agronegócio nos anos 2000	151

4.1.1 – <i>Novos hábitos ao século XXI</i>	151
4.1.2 - <i>Reverendo conceitos: Do Agronegócio ao Sou Agro</i>	158
4.2 – <i>Agro: a síntese discursiva da ideologia do agronegócio na atualidade</i>	181
4.2.1 – <i>Agro é tech, Agro é pop, Agro é tudo? Algumas considerações</i>	181
4.2.2 – <i>Agroboys, caminhonete, ostentação, do sertanejo ao futebol: as relações de desejo e poder</i>	209

5. A MARCHA DA ACELERAÇÃO: A BURGUESIA BRASILEIRA, OS PROPRIETÁRIOS DE TERRAS E AS CORPORações DE *COMMODITIES*

234

5.1. “Injustos fazem leis e o que resta ‘pro cês’ é escolher qual veneno te mata”	235
5.1.1– <i>As frações de classe dominantes</i>	235
5.1.2 – <i>A Frente Parlamentar da Agropecuária (FPA)</i>	242
5.1.3 – <i>Discursos políticos na TECNOSHOW COMIGO em Rio Verde (GO)</i>	250
5.2. Os territórios bloqueados ao agronegócio.....	260
5.2.1 – <i>Os discursos de ódio aos guardiões dos territórios</i>	260
5.2.2 – <i>As tentativas de desbloqueio dos territórios às corporações de commodities</i>	262
5.3 – “Em colapso o planeta gira”	270
5.3.1 – <i>A busca por avanços em 360º</i>	270
5.3.2 – <i>Desconstruindo e reconstruindo termos e conceitos</i>	280

6. A MARCHA DA APROPRIAÇÃO: NOVOS CONTEÚDOS TERRITORIAIS DA QUESTÃO AGRÁRIA BRASILEIRA

6.1. O marco regulatório: A busca pela legitimação das ações territoriais do agronegócio.....	301
6.2. As existências marcadas: sínteses empíricas das discussões teóricas nos campos dos/nos Cerrados.....	306
6.2.1 – <i>Os Cerrados, seus povos e disputas territoriais: alguns pressupostos</i>	306
6.2.2 – <i>Rio Verde – GO e TecnoSHOW COMIGO: o signo da hegemonização das corporações de commodities no Cerrado</i>	308

6.2.3 – <i>Cadê o conflito que estava aqui? Cristalina (GO)</i>	316
7. CONSIDERAÇÕES	327
ANEXOS	339
REFERÊNCIAS.....	351

1. INTRODUÇÃO

Desde a formulação do projeto desta tese vimos com significativa inquietação o contexto agrário brasileiro atrelado ao fazer-se agrícola hegemônico. O recorrente distanciamento destas pautas, com o abandono das discussões sobre a questão agrária por parte da academia, em um esquecimento estruturante das matrizes basilares do agronegócio, sempre nos provocou profunda aflição. Contudo, os olhos atentos ao componente agrário, fundamentado por tantos autores de denso reconhecimento científico, provocava-nos sobre os efeitos acerca de uma dimensão simbólica a qual têm-se notado bastante investimento por parte dos agentes que defendem veementemente o projeto do agronegócio.

Estes efeitos foram calhados ainda na construção da dissertação de mestrado cujo tema perpassava a exploração de trabalhadores do corte manual de cana-de-açúcar e os efeitos socioambientais da territorialização do agronegócio canavieiro no centro-norte goiano. Naquele contexto (2015-2017) estes trabalhadores, por sua maioria oriundos da região Nordeste do país, duramente explorados pelo árduo trabalho do corte manual de cana e ainda que intensamente afetados pelos efeitos da mobilidade espacial do trabalho, manifestavam afeição com os elementos simbólicos do agro: figuras políticas, o sertanejo, o conservadorismo, o machismo etc.

Estas questões estruturantes, bem como a questão agrária, longe de estarem equacionadas acenam para componentes fundamentais quanto ao aspecto fundiário do país. Associado a isso, o sucesso nos últimos anos da peça publicitária “Agro é TECH; Agro é POP; Agro é TUDO” também nos provocava bastante preocupação sobre a captura da subjetividade dos trabalhadores do campo e da cidade.

Ao que concerne a dimensão simbólica, desde o processo de modernização da agricultura, emaranhado na tecnificação do campo a partir das décadas de 1960 e 1970, assiste-se no Brasil a constante metamorfose da imagem do bioma Cerrado. Neste processo, o sufocamento dos *saberes e fazeres* camponeses se evidenciam, e concomitante a isso, há um considerável negligenciar dos conflitos, e, portanto, da dimensão territorial do

Cerrado nas análises estabelecidas por aqueles que defendem o agronegócio enquanto projeto para nação.

A imagem do Cerrado é, não por acaso, reduzida à compreensão de sua fitofisionomia, como se vazio de gentes. Na reestruturação das relações de produção, trabalho e consumo, a partir da década de 1960, a intensa transformação das paisagens e a crescente dependência externa, com a expansão dos espaços e mentes homogêneos pelos monocultivos se multiplicam (SHIVA, 2003). Nesta ressignificação, o Cerrado é colocado em uma posição global e discursiva de celeiro agrícola, projetado como responsável e potencial produtor de alimento e energia para o país e para o mundo.

Delgado (2012) ao analisar o processo de transição da modernização da agricultura para o projeto agronegócio, identifica a tríplice aliança formada pelo Estado, academia e pela mídia, que se constituem enquanto os principais tentáculos do agronegócio. Por sua vez, este tripé se estabelece como a principal base (i)material de desenvolvimento rural no Brasil. Cabe assim a ponderação de que o desenvolvimento rural se orienta por uma proposta prioritariamente, se não exclusivamente, econômica.

As pautas ambientais e sociais, quando aparecem são quase por imediato, capturadas pelas estratégias de reprodução do capital. A exemplo da crescente cooptação dos saberes locais com a produção de orgânicos, aos padrões do processo de *commoditização*, ocorridas sob as mesmas matrizes estruturais e econômicas de acumulação.

Desse modo, a relevância da pesquisa se firma na possibilidade de se esmiuçar as implicações da territorialização do agronegócio, pautando-se as demandas dos circuitos de resistências de produção, considerando-se suas especificidades na construção de políticas públicas que ponderem a diversidade, mas sobretudo, as diferenças existentes entre as frações de classe. Logo, o desnudar conceitual e discursivo do agronegócio joga luz à esta realidade, identificando-se as principais contradições na dinâmica espacial do agrário e do agrícola brasileiro.

É válido destacar também, que desde a construção do projeto (2016-2017), a agenda de pesquisa já se constituía enquanto atualidade política, mediante não somente a posição brasileira na dinâmica econômica mundial,

mas também pelos ataques e desmontes do Estado Social em uma crise política e financeira oportuna às corporações que denominamos aqui de Corporações de *Commodities*.

Estas empresas, mergulhadas na ideologia neoliberal, veem nestas crises uma latente oportunidade de privatização dos bens comuns presentes como componentes territoriais, sobretudo em países tão marcados pela extensão territorial e pela tropicalidade e sua conseqüente diversidade, como é o caso do Brasil.

O discurso homogeneizador de que “tudo é agro” fortalece uma identidade que lembra o país o papel que lhe foi designado na divisão internacional do trabalho, criando representatividades. As transformações observadas do ponto de vista produtivo significam uma constante ameaça aos componentes naturais remanescentes do bioma Cerrado e aos sujeitos que nele e dele vivem.

Uma abordagem crítica desta realidade, requer a compreensão do discurso do desenvolvimento, para que este conceito não acortine pelo viés econômico as demandas ambientais e sociais, inseridas na complexidade das contradições espaciais do Capitalismo. Entendamos, que enquanto geógrafos precisávamos estar atentos à articulação entre os interesses fundantes do desmonte social nas ações políticas da atualidade e o intenso investimento na mídia e no discurso “agro”.

Tais angústias nos impacientaram diante das seguintes perguntas: Como se dá a formação do conceito de agronegócio no Brasil? Quais as estratégias de manutenção e fortalecimento desse conceito? Quais as mediações usadas para o processo de captura da subjetividade? Quais os efeitos (i)materiais da territorialização do agronegócio na atualidade? Quais os agentes envolvidos nesse processo?

Acreditávamos que o agronegócio se tratava de uma expressão conceitual, territorial e ideológica do crescimento econômico no Brasil, manifesto no Cerrado, com implicações do aniquilamento da diversidade (dos sujeitos e da biodiversidade) por um reduzido número de agentes que se se pautam por estratégias políticas, econômicas e discursivas sustentadas pelo Estado, pela academia e pela imprensa, como já apontava Delgado (2012). Constituindo-se como uma fábrica de senso comum, a qual por meio desses

aparatos legitima os projetos de desigualdade social e a questão agrária no Brasil, garantindo neste cenário a apropriação da renda da terra pelas corporações.

A partir destas hipóteses traçamos originalmente o seguinte objetivo de pesquisa: analisar a territorialização do agronegócio nos Cerrados, pelo espectro das estratégias conceituais e discursivas. Sendo nossos objetivos específicos:

1) Avaliar como se dá a construção e o fortalecimento do conceito “agronegócio” no Brasil;

2) Investigar o processo de persuasão e subordinação camponesa, analisando os discursos engendrados pelos principais agentes hegemônicos do agronegócio;

3) Analisar os efeitos socioambientais decorrentes da territorialização do agronegócio nos Cerrados, e os resultados do sucesso retórico do agronegócio.

Elencamos como procedimentos metodológicos fundamentais: a revisão bibliográfica sobre o tema; a análise de peças publicitárias como testemunho material das estratégias retóricas¹ do agronegócio; o levantamento de dados primários e secundários; as visitas em campo para a fundamentação prática; o diálogo com experiências de defesa do agronegócio.

Do ponto de vista bibliográfico, nosso primeiro contato com as discussões sobre a construção conceitual a partir de Barbosa (2001; 2004), se deu em um texto de Bezerra (2009) sobre a ideologia do agronegócio. Buscamos a autora para entendermos de forma mais aprofundada o que Bezerra (2009) trouxe em seu artigo enquanto uma proposta da análise conceitual a qual consideramos bastante pertinente.

Entendendo os conceitos manifestados em seu campo conceitual a partir dos discursos, buscamos as análises sobre o tema a partir de Foucault (1969; 1975; 1978), Orlandi (2005) e outros autores que pautam discussões sobre discurso. Em seguida, em contato com a produção teórica de Poulantzas (1977; 1980) sobre o Estado e as classes sociais, identificamos

¹ Por retórica compreendemos as eloquências persuasivas, do convencimento.

suas críticas sobre estes autores ou suas bases teóricas, a qual concordamos dentro das análises que nos propomos a desenvolver. Suas críticas se davam ao papel do Estado (em seu caráter relacional) e da luta de classes (em suas frações) na edificação dos discursos-ações de matriz territorial. Concomitante, realizávamos nosso embasamento teórico a partir de Marx e Engels (1845-1846) e Eagleton (1997) sobre ideologia, enquanto a cristalização das ideias das classes dominantes.

Fizemos o levantamento de peças publicitárias de 1970 a 2022, entendendo a década de 1970 enquanto um marco histórico sobre o fortalecimento do discurso da Revolução Verde no país. Neste levantamento identificamos um determinado padrão discursivo que nos levou à novas perguntas e a reestruturação de nosso plano de redação e nossa escolha quanto ao recorte espacial. Além disso, percebemos 4 matrizes de narrativas importantes: uma matriz alimentar, uma matriz tecno-produtiva, uma matriz energética e uma matriz com novos elementos simbólico-culturais.

No âmbito do Programa de Pós-Graduação e do Grupo de Estudos e Pesquisas que compomos denominado “Trabalho, Território e Políticas Públicas” (TRAPPU), buscamos a participação no maior número de investigações em campo possível, como estratégia de diálogo constante com os sujeitos do campo situados em diferentes contradições e sob diferentes demandas. Destacamos as discussões estabelecidas em Cristalina (GO) e Rio Verde (GO). Nestes campos, buscamos diálogos com sindicatos rurais, instituições de ensino e edições do evento TECNOSHOW COMIGO em Rio Verde, para a interpretação sobre os discursos do agronegócio.

Neste mesmo sentido, julgamos pertinente a participação em uma disciplina obrigatória para o Programa de Pós-Graduação em Agronegócio da Universidade Federal de Goiás (UFG) denominada “Desenvolvimento Conceitual e Metodológico do Agronegócio”, bem como a oportuna participação na composição da mesa sobre a temática no curso de Agronomia da Universidade do Estado de Minas Gerais (UEMG). Nestas oportunidades identificamos a matriz discursiva e curricular do agronegócio no âmbito acadêmico, entendendo que a ciência não é neutra e que fazer uma leitura de mundo que não é a nossa exige de nós nos colocarmos o mais próximo possível do outro.

Por fim, no contexto pandêmico, substituímos o levantamento de dados primários por dados secundários, com o olhar voltado ao atual contexto do governo federal, cujas raízes se sedimentam desde o golpe político parlamentar em 2016, ao qual muito bem se dedicou a entender Pompeia (2018) quanto à concertação política do agronegócio.

Ao decorrer da execução destes procedimentos, ao lugar de respostas, nos deparamos com mais perguntas, e com a conseqüente reformulação das perguntas já estabelecidas: Qual o papel dos conceitos e da sua bagagem sócio-histórica na edificação dos discursos? Quais são os interesses materiais da posição discursiva do agronegócio? Quais são as práticas veladas por estes discursos ideológicos? Quais os efeitos do desprezioso uso acadêmico dos conceitos que são capturados no âmbito do projeto do agronegócio? Quais são os principais territórios, afetados atualmente, na lente dos interesses das classes dominantes?

Estas perguntas nos cercaram quando percebemos que os discursos ideológicos, se manifestam sob uma base conceitual, mas não teórico científica, que usa da ambigüidade e dos semas eufóricos e disfóricos (positivos e negativos) para criar a imagem de um bloco monolítico totalizante no campo, em que tudo e todos são Agro, não havendo espaço para o debate, o diálogo e o enfrentamento das desigualdades.

A busca material por integrar os espaços e sujeitos à um mesmo modelo agrícola de produção, não anula, mas captura os saberes locais em um processo de apropriação dos espaços e dos conhecimentos, ampliando-se a acumulação sobre os componentes territoriais e por meio de nichos de mercado criados e conceitos manipulados a partir de pautas que se tentam contra hegemônicas.

Tal fato nos preocupou ainda mais quanto ao movimento à um ponto de não retorno do controle ideológico e territorial no Brasil pelas frações de classe reinante, cuja racionalidade capitalista resulta em desigualdades sociais e de renda e suas conseqüências, bem como no processo de desfiguração do Estado Capitalista Democrático por um Estado Capitalista de Exceção, com a gradativa perda da garantia dos direitos, movimento que já se anunciava de forma evidente desde 2016.

No processo da escrita, sob a soma das contribuições do exame de qualificação, reformulamos nossos objetivos que se apresentam, inclusive, no mesmo sentido da estrutura do nosso texto:

1) No primeiro capítulo (seção 2) buscamos analisar a projeção do conceito de agronegócio no Brasil; compreendendo o processo de construção e sedimentação conceitual (conceptualização) do agronegócio, analisando as estratégias de legitimação das narrativas estabelecidas a partir desta centralidade conceitual e identificando algumas contradições semânticas e espaciais desse processo.

2) No segundo capítulo (seção 3) buscamos analisar alguns movimentos da ideologia do agronegócio no Brasil; identificando alguns discursos e narrativas situados, especialmente a partir da década de 1970, sob o escudo discursivo da Revolução Verde.

3) No terceiro capítulo (seção 4) ainda pensando os movimentos ideológicos e suas matrizes discursivas, nosso objetivo foi identificar as novas plataformas acessadas para interpelação das narrativas do agronegócio a partir dos anos 2000 e analisar os principais caminhos retóricos engendrados pelo agronegócio no século vinte e um - XXI.

4) No quarto capítulo (seção 5) tivemos por objetivo compreender sobre o atual grupo que hegemoniza os espaços de poder e decisões, identificando as principais estratégias e ações de controle territorial, a partir de sistematizações sobre algumas investidas das corporações de *commodities* nos territórios brasileiros; avaliando a consolidação conceitual e ideológica do agronegócio no âmbito acadêmico e da educação básica.

5) No quinto capítulo (seção 6) trouxemos uma breve discussão sobre algumas estratégias de legitimação da territorialização das corporações de *commodities* utilizadas no bojo dos marcos regulatórios do Estado capitalista brasileiro, apresentando algumas espacialidades das discussões teóricas engendradas a partir de experiências identificadas nos territórios dos Cerrados.

Por fim, ou início de novas agendas, chegamos às considerações de que:

A) Todo conceito ideológico requer sua base empírica e está sempre em divisa, imerso em disputas e traços manipulatórios, além dos noemas

próprios de cada cultura. A formulação ou ressignificação de um conceito, como do *arquiconceito* agronegócio ao *metametaconceito* agro, se projeta assim pelo intuito de manutenção das estruturas que guardam os interesses das classes dominantes ou pela reestruturação dos territórios a possibilitar a acumulação ampliada do capital.

B) No Brasil, o campo conceitual agro, se lança pelo movimento do capital, na ideologia que manifesta a cristalização das ideias das classes reinantes, as quais correspondem às Corporações de *Commodities* sob a égide do mercado financeiro. Estas Corporações atuam em consonância política e territorial com as frações de classe politicamente reinantes ou que se apresentam como reinantes, que correspondem (na multiplicidade da coexistência) às frações dos latifundiários, da burguesia agrária, da burguesia interna e da burguesia associada.

C) As estratégias semânticas e retóricas, estabelecidas nas narrativas dos discursos ideológicos do agro, alimentam as marchas de captura, controle, aceleração e apropriação dos territórios no Brasil, especialmente desde a década de 1960 e com muita força, instrumentalizadas por diferentes plataformas discursivas nos dias atuais, velando os interesses das frações de classe reinante sobre os territórios bloqueados, a partir de discursos estabelecidos junto aos trabalhadores, camponeses e comunidades tradicionais.

2. A MARCHA DA CAPTURA: CAMINHOS CONCEITUAIS E MOVIMENTOS PELA HEGEMONIZAÇÃO DO AGRONEGÓCIO

Buscamos neste capítulo analisar a projeção do campo conceitual do agronegócio no Brasil enquanto núcleo da hegemonização da fração de classe reinante no país:

1) compreendendo o processo de construção e sedimentação conceitual (conceptualização) do agronegócio;

2) analisando as estratégias de legitimação das narrativas² estabelecidas a partir desta centralidade conceitual;

3) identificando algumas contradições semânticas e espaciais;

O acesso aos textos de Barbosa (2001; 2004) sobre conceptualização, a partir das análises desenvolvidas por Bezerra (2009) foram essenciais para as agendas que estabelecem o diálogo da Geografia Agrária com alguns fundamentos da linguística e da linguagem, com o pressuposto de que os códigos linguísticos assumem múltiplas significações, que são historicamente e socialmente constituídas.

É evidente que a conceptualização³, a argumentação e o discurso têm se constituído como objeto legítimo de investigação linguística; logo, nos dedicaremos ao diálogo com a complexidade destes estudos com vistas tão somente a entender o seu papel na compreensão sobre a territorialização do agronegócio sob a trama do discurso “agro” e a materialidade das ações territoriais das **corporações de commodities**.

Não nos propomos, portanto, à centralidade de uma análise léxico-semântica⁴ ou discursiva com vistas à avanços sobre as pesquisas em linguística, argumentação e discursos. Mas sim, encontramos nesta apreciação, instrumentos para a compreensão do processo de espacialização, no bojo dos conflitos e relações de poder, de um movimento ideológico que sedimenta a territorialização dos interesses das frações de classe burguesas brasileiras e de proprietários de terras, também

² Compreendemos por narrativa o jogo de linguagem que se engendra pelas intencionalidades que dão corpo ao discurso.

³ O caminho do engendramento do conceito.

⁴ Das palavras enquanto signos e dos seus sentidos.

subordinados a hegemonia do capital monopolista transnacional - que sintetizamos a partir das corporações de *commodities*.

Bem como Svampa (2013) entendemos o conceito de *commodities* em seu sentido mais amplo: como produtos homogêneos (matérias primas a granel, produtos semielaborados ou industriais) cujos preços se fixam internacionalmente ou produtos de fabricação e disponibilidade e demanda mundial, cuja fabricação e processamento não requer tecnologia avançada, podendo ser desde produtos alimentares, gás, petróleo, metais e minerais.

Já por “corporações de *commodities*” entendemos as corporações com fins lucrativos intimamente ligadas à produção, extração e processamento de *commodities*: das indústrias químicas às mineradoras, das multinacionais às empresas de especulação do mercado de terras.

Os olhares que lançamos ao agronegócio com esta finalidade se fundamentam teoricamente e metodologicamente em Barbosa (2001; 2004) para instigar a leitura sobre os caminhos da construção conceitual e a consolidação semântica do agronegócio; Poulantzas (1980) entendendo o discurso, enquanto um discurso da ação sobre uma matriz espacial territorial, contextualizado na ossatura do Estado Capitalista.

2.1. A construção do metametaconceito “agronegócio”

2.1.1 *Agribusiness, Complexos Agroindustriais, Agroindústrias, Cadeias Produtivas e Agronegócio no Brasil: um preambulo teórico conceitual.*

Assim, como foi na formulação do conceito de *Agribusiness* (DAVIS e GOLDBERG, 1957) em Harvard nos Estados Unidos, com a importação conceitual para o Brasil, as etapas de enunciação do termo agronegócio em seu destino fim também manifestou novos hábitos e padrões de produção e consumo (MENDONÇA, 2013) – ainda que nenhum conceito importado seja territorialmente aplicado da mesma forma que em seu lugar de origem, o que será discutido à luz do debate sobre a ideia de “desenvolvimento” mais adiante.

Até se chegar à consolidação do conceito de agronegócio no Brasil, diferentes interpretações sobre o campo foram se reconfigurando, a partir das demandas teóricas inerentes à complexidade da realidade brasileira -

sobretudo com a influência da incorporação da lógica industrial à agricultura, na transformação do campo brasileiro a partir da década de 1960/70, a qual Davis e Golberg (1957) buscavam conceitualizar como projeto nos Estados Unidos em meados da década de 1950.

Logo, diferentes olhares se lançaram sobre o fenômeno da territorialização do capital no campo, gestando-se considerações do ponto de vista das relações sociais, do trabalho, da produção, da economia, do conflito, da questão agrária entre outros. Isso se deu a partir de diferentes teorias, em muito centralizadas em paradigmas específicos que buscavam designar e explicar a modernização da agricultura no Brasil.

A matriz conceitual do agronegócio que sustenta um conjunto de análises sobre as relações agrícolas de produção no Brasil se liga ao conceito de *agribusiness* (DAVIS e GOLDBERG, 1957) como já mencionado e o conceito se nacionaliza diante a necessidade de se diminuir a resistência dos grandes proprietários conservadores do país. Esta significação do *agribusiness* foi primeiramente traduzida como Complexo Agroindustrial por Alberto Passos Guimarães em 1976 e difundida pela Agrocereis por meio do engenheiro agrônomo Ney Bittencourt de Araújo e pela Associação Brasileira do Agronegócio (ABAG) com a institucionalização dos interesses do empresariado no Brasil (LACERDA, 2011).

Lacerda (2011) destaca como a centralidade argumentativa da ABAG se encontrava na pauta da “segurança alimentar” e em um segundo momento no discurso do “desenvolvimento sustentável”. E em nome da solução de um problema, criaram-se vários outros: ambientais, sanitários, sociais etc. Ainda que todo modelo de organização da sociedade gere passivos, esta nova ordem técnica, política e econômica, passa a ser legitimada pelos discursos das classes dominantes que já buscavam consolidar narrativas de que no modelo agrícola importado não havia problemas, mas sim soluções.

Com a tradução “Complexo Agroindustriais” na década de 1980 Geraldo Müller (1989) identificava as transformações na regulação das atividades agrícolas brasileiras, denunciando a manutenção de um padrão agrário mesmo com as modificações das relações entre agricultura e indústria.

Sob a ótica de Marcuse (1964) e a teoria do homem unidimensional, avalia-se que a sociedade industrial, orquestrada pela racionalidade tecnológica e o positivismo, tem forjado os sujeitos a condição existencial de consumidor, com tendências a não se opor ao sistema que os controla. Mais uma vez, percebe-se o papel ideológico na intenção de criar um sentido hegemônico, uma universalização das ideias dominantes cristalizadas, um consenso.

Fora da racionalidade positivista, passiva à neutralização conceitual, Müller (1980) apontava para a discussão sobre a pobreza como componente do padrão de desenvolvimento imposto no país. O autor colocava em pauta a compreensão de desenvolvimento como tragédia, se opondo à significação de desenvolvimento hegemônica no processo de territorialização dos Complexos Agroindustriais. Convidava assim a questionar: desenvolvimento às custas do quê e de quem? Suas interpretações contribuíram para um discurso científico atento à contradição do movimento do capital e ao “ponto cego” da ideologia do agronegócio que se configurava a partir das décadas de 1960/70 no Brasil.

Silva e Kageyama (1987) estruturavam suas análises dos chamados Complexos Rurais aos Complexos Agroindustriais, dimensionando as novas complexidades da relação agricultura-indústria, do uso de máquinas no campo, às articulações da produção. Sobre o termo Agroindústria, Page (1996) afirmava que envolvia aspectos que perpassam a racionalização do trabalho, a mecanização e o controle dos produtores pelo processo de produção no campo em que submerge a lógica industrial: sintetizando que se trata de um modo de produzir que sai da fábrica e vai para o campo.

Marafon (2014) pontua as diferentes concepções sobre o Complexo Agroindustrial destacando autores que consideram o Complexo Agroindustrial como uma nova fase, após a consolidação dos Complexos Rurais, como é o caso de Graziano da Silva; e aqueles que consideram o Complexo Agroindustrial como um macro de integração entre agricultura e indústria, composto por diferentes cadeias. A respeito do conceito de cadeia, este foi grosseiramente, traduzido no Brasil a partir do conceito de *filière* - conceito francês que também teve influência do norte-americano *agribusiness* mas

que, todavia, partia do princípio da linearidade, conforme evidenciava Malassis (1973).

Para Marafon (2014) essa relação agricultura e indústria se dá de maneira intersetorial, de modo que a absorção de inovações tecnológicas na agricultura ocorre à montante e à jusante. O setor a montante seria aquele fornecedor de bens e insumos para a agricultura, ou seja, da indústria para a agricultura; já o setor a jusante, corresponderia à agroindústria: indústria processadora de matéria-prima. Juntas, estas formam o Complexo Agroindustrial.

A centralidade da fundamentação do que hoje denomina-se por agronegócio, nem em sua essência esteve, portanto, circunscrita a fazenda. Este espaço é apenas o *locus* de aplicação, movimento e acumulação do capital: um fragmento por onde transita o capital transnacional, o que Heredia; Almeida e Leite (2010) denominaram de imagnetização do capital pelo agronegócio.

Oliveira (2017) salienta que na leitura dos autores que sustentam o projeto do *agribusiness* brasileiro, para a agricultura camponesa, não cabia o lugar se não o de submissão ou integração. Conforme o autor, a realidade, contudo, contraria esta ideia, com a continuidade da produção e reprodução camponesa. Assistindo-se conseqüentemente os conflitos no campo e a permanência da barbárie, com a pauta agrária entendida como esgotada pela maioria dos autores que defendem o projeto político-ideológico do agronegócio.

Com a integração da análise de mercado, distribuição, processamento, política, consumo, para além da agricultura e indústria, chegou-se nos anos 2000 ao termo agronegócio. Delgado (2012) analisa que esta década com a antecedente crise cambial do final da década de 1990, foi uma importante oportunidade para o agronegócio lançar-se discursivamente como possibilidade de superação da crise.

Mendonça (2013) evidencia que o conceito de *agribusiness* diz respeito a um modo de produzir e consumir, pautado na lógica capitalista que hoje fundamenta o conceito de agronegócio, e envolve aspectos materiais e imateriais. A tese da autora considera que a construção conceitual se deu de forma tão articulada que se propagou no meio acadêmico, na mídia e no

âmbito político. Delgado (2012) aponta justamente a academia, a mídia e o Estado, como os braços desse projeto.

Por sua vez, Heredia; Palmeira e Leite (2010, p.161) compreendem que há uma série de “indefinições conceituais” em torno do agronegócio que “refletem em larga medida, disputas políticas de natureza diversa e a falta de um consenso em torno de sua localização geográfica e dos segmentos sociais por ele envolvidos”. Tal leitura, se equaciona na compreensão de Poulantzas (1980) sobre o caráter relacional do Estado, o qual entende que a ossatura do Estado capitalista, não se medeia pelas relações de poder de um bloco monolítico.

Mendonça (2013) e Heredia; Palmeira e Leite (2010) também identificam a década de 1950 como um marco na industrialização da agricultura, em um contexto de crise de superacumulação de capital em escala mundial; de modo que o modelo ganhou força, sobretudo, na década de 1960, aumentando-se a integração e dependência entre agricultura e indústria, havendo uma macro incorporação de todos os momentos da cadeia produtiva, o qual o controle da matéria-prima, a circulação e o capital financeiro, tornam-se imprescindíveis; sendo a própria dívida o basilar desse projeto.

Atualmente, portanto, em diferentes etapas de enunciação, a diferença entre Agroindústria e Agronegócio se estabelece. Em um momento há a compreensão da relação da agricultura com a indústria, em outro, um todo que envolve sobretudo, a força política para além da dimensão produtiva do Complexo Agroindustrial, que se dá pelo conjunto de relações que se estabelecem a partir da indústria.

Dos Complexos Agroindustriais ao Agronegócio, têm-se diferentes etapas da conceptualização do << agronegócio >>⁵ no Brasil. Analisar o conceito de << agronegócio >>, seus campos lexicais⁶ e semânticos⁷ e seu

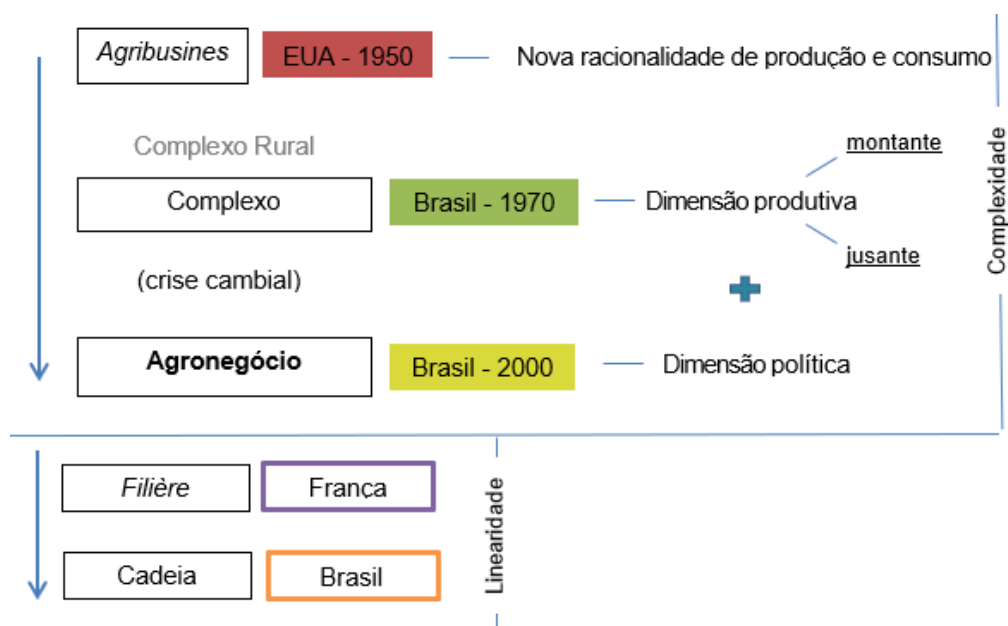
⁵ Usaremos “<< ... >>” para isolar os conceitos em debate sobre o processo de conceptualização.

⁶ Acervo de palavras de determinada língua que se relacionam em uma área do conhecimento ou se derivam. Exemplo1: Trabalho - trabalhador, trabalhar, salário, férias, patrão, chefe, funcionário, profissão... Exemplo 2: Profissão - profissional, profissionalizante, profissionalmente...

⁷ Relação que as palavras estabelecem em seus contextos ou possibilidades de significação. Exemplo 1: Trabalho - a) Eu estou em um novo trabalho. b) Eu não entreguei o trabalho na

cerne no debate ideológico brasileiro, trata-se de um dos possíveis percursos para evidenciar as dimensões da sua territorialização, anunciada (i)materialmente nos discursos ideológicos. Considerando-se assim a seguinte síntese acerca das transformações do campo brasileiro:

Figura 1 – Noções analíticas das transformações do campo brasileiro a partir da década de 1960



Elaboração: A autora (2020).

2.1.2 – Dos noemas culturais a formulação do conceito: as etapas de conceptualização do Agronegócio

A legitimação dos discursos retira do caminho obstáculos que dificultam - embora não impeçam - a expansão deste projeto de efeitos deletérios ao bem comum, por meio da retórica. Isso se estabelece à medida que “as ideias dominantes não são nada mais do que a expressão ideal das relações materiais dominantes [...]; portanto, são a expressão das relações que fazem de uma classe a classe dominante, são as ideias de sua dominação” (MARX e ENGELS, 1845-1846, p.47).

data correta. c) Seu filho dá muito trabalho? d) O candidato desempenhou um bom trabalho no último ano. e) Esse discurso de que “Ana fez um trabalho para se casar com o João” além de machista é preconceituoso. Exemplo 2: Trabalho - ocupação, afazer, ofício, tarefa, emprego, serviço, cargo, labor, labuta, lida, bico, feitiço...

Toda essa leitura é pautada na envergadura da concentração de terras no Brasil que viabiliza, materialmente, a expansão hegemônica do modelo vigente de produção agrícola e de apropriação dos territórios - já que “enquanto existir poder tem de existir a propriedade privada” (MARX e ENGELS, 1845-1846, p. 52). Há assim, a manutenção da concentração, dos processos de privatização e a comercialização de bens comuns a garantir o modelo capitalista dependente (FERNANDES, 1973) sempre revigorado no Brasil.

A formulação de conceitos possibilita a reinvenção simbólica pelo papel ideológico e, por conseguinte a reconfiguração territorial pelas transformações no uso e apropriação do espaço. Entende-se, portanto, que as reinvenções conceituais e seus projetos, evidenciam as reinvenções espaciais de modo a tornar-se importante para a Geografia o estudo das disputas imateriais existentes que influenciam dialeticamente os arranjos espaciais.

Hartshorne (1978) – ao pensar os conceitos da ciência geográfica – já elucidava que a formulação de um conceito passa necessariamente pelo conhecimento empírico, constituído de fenômenos diversos, complexas inter-relações, e das especificidades dos lugares no espaço e dos momentos na história. Sua finalidade é explicar em uma totalidade as complexas inter-relações dentro das especificidades, permitindo intervir na realidade. Do mesmo modo, em outras ciências e em discursos não científicos, percebe-se que a formulação de conceitos assim se estabelece.

Esses aportes teóricos, políticos e ideológicos, são abstrações que servem como chaves de interpretação ou representação da realidade e que como dito podem influenciar a dimensão material, todavia, são as experiências reais que revelam as especificidades do espaço. O valor conceitual está alocado na possibilidade de sua aplicação na realidade, apesar de poder ser forjado ou dissimulado a atender orientações que corroborem a significações específicas que não evidenciem as contradições do real, nas estratégias retóricas⁸, mas que dialeticamente servem à projetos

⁸ Estratégias de persuasão, convencimento.

de controle territoriais com interesses específicos que não se manifestam de forma evidente nos conceitos mobilizados nos discursos.

Logo, o conceito de agronegócio se constitui enquanto ferramenta eficaz na legitimação da apropriação territorial e à serviço do movimento do capital, embora não possua amparos teóricos para sua consolidação enquanto uma categoria analítica. Em outras palavras ao querer se universalizar e negar o contraditório, o complexo, o não dito, o empírico, o <<agronegócio>> reforça semas que o consolida como conceito e categoria funcional a um projeto específico, mas manifesta fragilidade teórico analítica. Favorece assim à uma distorção da realidade ou visão ilusória: ideológica (MARX e ENGELS; 1845-1846) à serviço de um projeto invertido de valores por uma dominação territorial.

Para Barbosa (2001) a definição refere-se ao plano das grandezas sígnicas; enquanto a conceptualização está associada à interpretação de fatos, sejam eles naturais ou culturais. Ao passo que o significado está associado às unidades lexicais – acervo de palavras –, os conceitos estão voltados às construções de modelos que partem de escolhas. Justifica-se assim a atenção aos conceitos e as suas possíveis significações.

Por exemplo <<agro>> significa agronegócio, enquanto unidade léxica. Embora, as significações do conceito <<agronegócio>> no campo semântico, são diversas e se justificam a partir dos contextos discursivos. Conceituar é o processo de construção de um modelo mental que corresponde a um recorte cultural e, em seguida de escolha/engendramento da estrutura léxica que pode manifestá-lo de maneira mais eficaz” (BARBOSA, 2001, p. 76 - 77).

Os conceitos, portanto, são funcionais nas construções discursivas que se geram no tempo e no espaço. É nesse sentido que se torna importante desvelar as intencionalidades que habitam as concepções político-ideológicas as quais resultam na consolidação dos conceitos como <<agronegócio>>, <<desenvolvimento>>, <<sustentabilidade>>, <<êxodo rural>>, <<agricultura de subsistência>>⁹ e etc.

⁹ O professor e pesquisador Dr. Marcelo Rodrigues Mendonça, há mais de 10 anos tem manifestado oralmente em suas contribuições no âmbito dos eventos acadêmicos, sua

Como sugere Bezerra (2009), estas análises ancoram-se na compreensão sobre os constructos¹⁰ conceituais, a partir da teoria de Barbosa (2001; 2004), visando reconstituir o percurso político-discursivo do <<agronegócio>> no Brasil. Barbosa (2001;2004) estabelece três etapas de um primeiro nível deste processo de estruturação de um conceito: o *arquiconceito*, o *metaconceito* e o *metametaconceito* que por fim formam o conceito *lato sensu*:

1) Arquiconceito – possui como característica principal a natureza mais universal e explicativa, que é o conceito *stricto sensu* - “resultante da neutralização existente entre concepções diferentes de um mesmo ‘fato’ (BARBOSA, 2001, p. 80)”. Neste nível o agronegócio é “simpliciter” entendido como “negócio do campo”. Trata-se da percepção dos fatos, sendo identificados, por exemplo, os semas [+campo] [+negócio] [+monocultura]. A tradução de *agribusiness* se daria de forma literal, sem as especificidades locais.

2) Metaconceito – define-se pela identificação dos contrários e opostos, a partir dos traços culturais (noemas) de cada língua, os “noemas culturais, específicos de cada cultura” (BARBOSA, 2001, p. 82). Neste nível o agronegócio é associado às novas percepções, podendo ser questionado. Essas nuances culturais acentuam também alguns semas conceptuais, [+produtividade], [+dinheiro], [+defensivos agrícolas], [+tecnologia] e outros. Por outro lado, há a compreensão de outros modos do “se fazer agrícola” delineados pela prática e os saberes e fazeres camponeses, e pela interpretação teórica de alguns sujeitos de luta, cientistas, pesquisadores, profissionais que apontam as ineficiências e que reforçam outros semas para esse conceito [-vida], [-bio], [-alimento], [-soberania], [-igualdade social], [-natureza], [-tradição], correspondentes ao oposto e contraditório legível;

3) Metametaconceito: é a fase mais elaborada, com a finalidade de uma significação específica. Aqui já é possível a identificação dos processos manipulatórios de escolhas, por quem pauta o conceito – este é o nível *lato sensu*, no qual a *conceptualização* está cristalizada e consolidada perante a

preocupação sobre estas alocações conceituais nos espaços formativos. O próximo capítulo se dedicará a este debate de forma mais verticalizada.

¹⁰ Exemplificação simples na descrição de uma teoria.

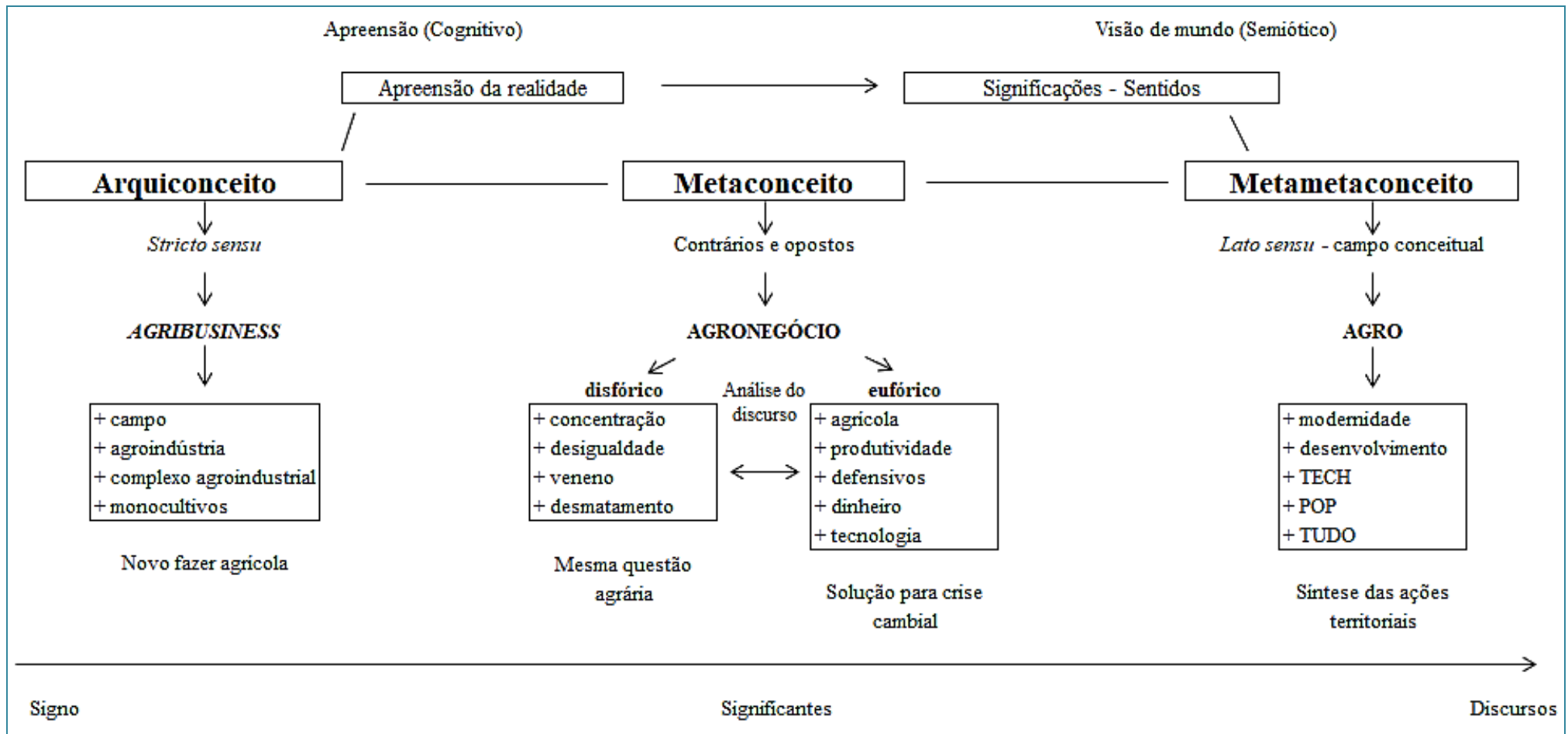
sociedade, do fato ao conceito, trazendo os discursos favoráveis ou contrários e carregando semas conceptuais intencionais em seu campo conceitual, exemplo: [+modernidade], [+desenvolvimento], [+tech], [+pop], [+tudo]. Portanto, o *metametaconceito*, revela-se enquanto “conjunto de traços intencionais, modalizadores, manipulatórios (dos discursos científicos, favorável e contrário)” (BARBOSA, 2001, p.87). A figura 2 apresenta o processo de conceptualização do agronegócio, da apreensão dos fatos à sedimentação do campo conceitual <<AGRO>>.

Percebe-se, que no nível *lato sensu* o <<agronegócio>> se torna um campo conceitual que carrega semas como a <<modernidade>>, o <<desenvolvimento>>, o <<agrícola>>, a <<produtividade>> e outros já consolidados que possuem suas significações. As diferentes etapas de enunciação evidenciam intencionalidades específicas de maneira que subsidiam a estruturação e manutenção do alcance e mobilização dos interesses hegemônicos por meio das construções conceituais centrais de cada discurso.

Barbosa (2004) enfatiza que na análise do discurso, é possível detectar as tensões e conflitos em jogo. Ao se considerar o *metametaconceito* central, ou seja, o campo conceitual dorsal do discurso, identifica-se, por conseguinte, quase intuitivamente, os semas carregados naquele contexto, que podem ser reforçados ou desconstruídos nas distintas narrativas.

A formulação conceitual inicia-se com a percepção dos fatos inicialmente universais, a partir da diversidade linguística e sociocultural, passa por um segundo processo de conceptualização e por fim culmina na produção de um modelo mental: conceito. “No interior de uma mesma cultura, os discursos políticos eufóricos ou disfóricos sobre o mesmo fato, engendram o *metametaconceito*, subconjunto dos traços semânticos-conceituais modalizadores” (BARBOSA, 2001, p. 81).

Figura 2 - Do Agribusiness ao AGRO: a conceptualização do agronegócio



Fonte: Barbosa (2004) e Bezerra (2009).
Elaboração: a autora (2021).

Assim, as palavras possuem valores semânticos que indicam emoções positivas (eufóricos) ou negativas (disfóricos).¹¹ A autora elucida que esse processo corresponde ao próprio percurso da cognição: da apreensão e construção de uma visão de mundo. Quando o conceito se converte em grandeza-signo ele deixa o nível cognitivo (de apreensão da realidade) para passar para o nível semiótico (de significações e sentidos). Um conceito liga-se necessariamente a outro conceito gerando um microssistema conceitual. O conceito *lato sensu* é então um campo conceitual.

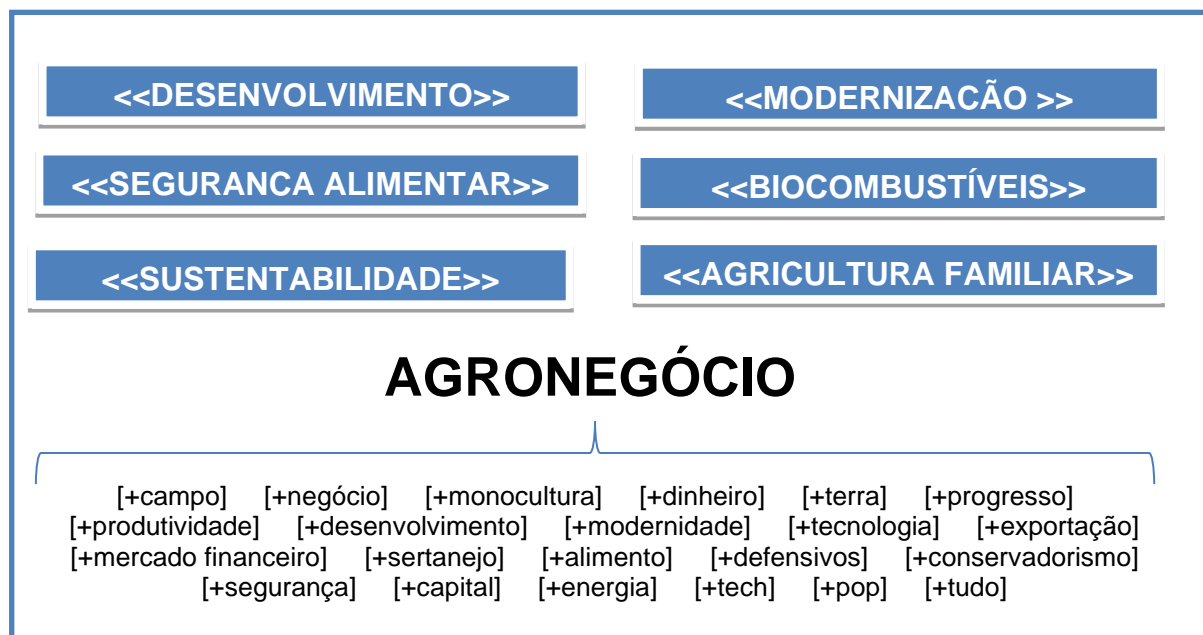
Para Bezerra (2009, p. 118), geógrafo que se dispõe a este diálogo sobre o processo de *conceptualização* a partir de Barbosa (2001), “as palavras guardam um conteúdo histórico e social em constante movimento”. As transformações do ser humano e da realidade são peças-chave, já que se busca a compreensão da linguagem - o que é falado pelo ser humano, enquanto um ser social. Costa (2000) entende que:

falar é construir, interagindo com os outros, um espaço de significação do ser, de suas práticas cotidianas (políticas, econômicas, ideológicas etc.). Ao se organizar socialmente, esse espaço se intersecciona com o espaço dos outros e de acordo com as práticas e ideologias que se inter-relacionam na formação social. E, ao mesmo tempo em que esse espaço é trabalhado em cotejo com espaços já-construídos, ele mesmo se constitui como espaço já-construído com o qual se confrontarão discursos futuros, constituindo-se, portanto, como intrinsecamente histórico. (COSTA, 2000, p.53).

Na relação conceito-espaço, inscrita nos e pelos discursos e nos e para os sujeitos, outros semas se incorporaram ao campo conceitual de <<agronegócio>>. Em seu constructo *metametaconceitual* se sedimenta o projeto ideológico, de modo que, o campo conceitual <<agro>>, se fortalece por outros conceitos já consolidados que se associam. A figura 3, intenciona um ensaio sobre o que seria o *metametaconceito* ou campo conceitual do agronegócio, apresentando seus principais <<conceitos>> e [semas]:

¹¹ Por exemplo: o termo “fenômenos naturais” pode assumir um tom positivo se valorizados os semas <<natureza>> <<vida>> <<sinergia>> ou pode admitir uma interpretação de emoções negativas como <<desastres>>, <<perigo>>, <<ameaça>>.

Figura 3 - O campo conceitual <<agronegócio>>



Elaboração: A autora (2022).

2.2. A (des)construção do campo conceitual agro: odor de veneno versus cheiro de dinheiro

2.2.1 – *Desenvolvimento, Modernização e o campo conceitual do agronegócio*

O microssistema ou campo conceitual configura-se enquanto uma trama. A cristalização das ideias dos detentores do capital transnacional e da burguesia agrária conservadora, vem se dando em consonância às **ações territoriais** do agronegócio (que hoje recebe o título síntese de “agro”), no seio do Estado capitalista brasileiro. Este campo conceitual vestido pelos semas do avanço e progresso, manifesta materialmente os efeitos deletérios e equações mal resolvidas que se arrastam há longos anos na contradição do próprio modo de produção capitalista.

Nos pares semelhantes e opostos do *metaconceito* e nas nuances culturais, identifica-se o conceito de <<agricultura familiar>>, o qual aparece se aproximando enquanto um sema do agro, por vezes compreendida enquanto um estágio inferior ao agronegócio. Nesta posição a ideia de agricultura familiar possibilita o fortalecimento do projeto hegemônico ao reforçar entre os camponeses todos os semas defendidos no campo

conceitual do <<agronegócio>> e seus *modus operandis* e ao ler os sujeitos inseridos em uma lógica etapista.

Assim, a valorização dos agricultores familiares (sujeitos), é transformadora, mas a conceitualização ou o forjar de uma categorização que se aproxima ou é apropriada pelo agro não é contra-hegemônica ou revolucionária, à medida que fortalece e cria identidades que servem ao campo conceitual <<agronegócio>>.

Por isso encontra-se a leitura sobre os <<camponeses>>, vistos como outro conceito *lato sensu*, ou *metametaconceito*, o qual designa uma fração de classe social de proprietários de terra lida por dentro do próprio modo de produção capitalista, mas que carregam em seus usos territoriais valores que não se encontram entre os semas que sustentam o <<agronegócio>>, manifestando assim as especificidades de sua racionalidade. Enquanto para os latifundiários ou empresários (sujeitos misteres na defesa do agro) se reforçam os semas [+terra de negócio], para os camponeses - sujeitos da (Re)Existência¹², há os semas [+terra de trabalho] (MARTINS, 2000).

Essas leituras sobre as ações territoriais e os sujeitos sociais, se constituem no plano do *metametaconceito*, ao se definir a intenção de demarcação política a qual o conceito se propõe. É nesse nível de análise que se consegue identificar o <<agronegócio>> enquanto um conceito *lato sensu* e seus respectivos confrontos ou contra-hegemonias, diferente da neutralização presente no nível do *arquiconceito*.

Em um cenário de expropriação no campo e automação dos processos, com a concentração dos meios de produção, cabe a pergunta: que sociedade está sendo construída? Se como resposta tem-se as ideias de desenvolvimento e modernização, o caminho é mesmo o que está sendo

¹² Vale lembrar que a significação de (re)existência abordada neste texto, elaborada pelo professor Marcelo Rodrigues Mendonça, busca não museificar o camponês à concepção exclusiva de modo de vida e não reduz o campesinato a uma teimosia que resiste, guardada as críticas desenvolvidas pela professora Delma Pessanha Neves. A partir de Thompson (1987), Marcelo Rodrigues Mendonça engendra o conceito de (Re)Existências – citado em: MENDONÇA e PELÁ, 2010 – enquanto processos de permanências modificadas que se dão em ações construídas em processos de luta, ainda que os sujeitos sociais não estejam engajados em movimentos políticos articulados. Desse modo os sujeitos do campesinato em oposição às opressões do agronegócio, se fazem classe em um fenômeno que é histórico, não em uma estrutura ou uma categoria, mas em suas ações políticas.

percorrido. Afinal, <<modernização>> e <<desenvolvimento>> são mesmo conceitos a serviço do modo de produção capitalista e sua lógica reprodutiva.

Entende-se por <<modernização>> a expansão do próprio capitalismo, como evidencia Castilho (2010). O autor explica que a modernização é um projeto da modernidade, o qual carrega a ideologia desenvolvimentista que a coloca como algo necessário para o progresso social e que evidentemente foi produzido e reproduzido pelas classes dominantes.

O conceito de <<modernização>> também carrega os pares contraditórios, manipulatórios e modalizadores, por essa razão, têm-se a partir dos noemas culturais brasileiros os opostos moderno/atrasado que promovem a confusão no senso comum entre os conceitos de <<modernização>> e os termos [avanço], [progresso] e [inovação].

O fortalecimento desses semas no campo conceitual da modernização são, portanto, intencionais. Além disso, quando interligados ao campo conceitual do <<agronegócio>> passam a sucumbir nos discursos tudo aquilo que não corresponde a sua racionalidade, colocando como atrasado. Leia-se por exemplo a ideia de <<agricultura de subsistência>>.

O não dito nos discursos em que se emprega este microsistema conceitual é o fato de que sendo a modernização a territorialização das relações de produção capitalista, esta é, por conseguinte, carregada de contradições e desigualdades. Tais ausências são necessárias no discurso. A pobreza e a concentração são, portanto, componentes da própria modernização. Estes esquecimentos discursivos são basilares para reprodução das narrativas que legitimam as ações territoriais dos detentores do capital.

A perda do sentido teórico do conceito de modernização, leva a uma ideologização tornando-o uma palavra de *marketing* de cunho retórico, ao colocá-la em sua definição como sinônimo de melhoria, desconsiderando-se, por exemplo, as profundas alterações das relações de trabalho intrínsecas a esse projeto e a construção de um novo comportamento e de um modo de vida baseado na lógica unidimensional do consumo, conforme as análises de Marcuse (1964).

A esse respeito Berman (1986) inspirado no Manifesto Comunista de Marx, já explicava a partir da análise da modernidade que “tudo que é sólido se desmancha no ar” (MARX e ENGELS, 1848 / 1998). O autor pondera que essa unicidade que se quer parecer inerente ao que é moderno, promove uma desunidade, ou suscetibilidade, por seu caráter paradoxal. Desse modo, ao passo que a modernidade e seu caráter industrial transforma conhecimento científico em tecnologia criando espaços humanos, também destrói e anula espaços já criados. Corroborando assim na ordem e na desordem (SANTOS, 1996).

Os vetores hegemônicos, criam localmente uma desordem, já que seus interesses se aproximam mais do mercado global e de uma mais-valia universal do que da racionalidade local. Ainda que as corporações de *commodities* necessitem da mediação do local para se realizarem, elas impõem uma única racionalidade que não corresponde a estas especificidades, de modo que o local pode responder a ordem global de diversas maneiras (SANTOS, 1996).

A vida moderna, como problematiza Marx e Engels (1848 / 1998), Berman (1986) e traz para o debate atual Castilho (2010) é, portanto, radicalmente contraditória e precisa ser lida de maneira crítica, para que a captura dos lugares por um modelo burguês e a imposição das relações sociais pelas classes opressoras não sejam por completo naturalizadas; para que não haja conforme os pressupostos de Fernandes (1978) a naturalização da desigualdade social, a qual corresponde à um problema estrutural que diz respeito à própria expansão da modernidade.

Graziano da Silva (1982) faz a análise sobre as mudanças geradas pela modernidade no campo brasileiro, a partir da década de 1960, engendrando o conceito de <<Modernização Dolorosa>> identificando como esta ocorre de forma lenta e restrita, continuando seu caminho guiado e acompanhado por capitais monopolistas que controlam a venda de adubos, sementes, agrotóxicos e meios de produção como máquinas e equipamentos, além da produção e comercialização. “E será cada vez mais submetido a esse estreito controle oligopolista-monopsônico que o pequeno agricultor terá de organizar a sua produção de modo a conseguir obter o sustento da sua família aí empregada”. (GRAZIANO DA SILVA, 1982 p. 124)

Mantendo intacta a concentração fundiária no Brasil, este processo é analisado por Martins (1999), considerando-se o poder do atraso na manutenção destes territórios. É o velho se reinventando para reprodução de seus interesses. Trata-se da síntese da desordem gerada no campo pela ordem das corporações em uma <<Modernização Conservadora>>.

A necessidade de adjetivação dos conceitos como <<Modernização Dolorosa>>; <<Modernização Conservadora>>; <<Desenvolvimento Sustentável>> e outros, revelam uma ressignificação intencional, identificando os traços opostos no constructo *metaconceitual* e atribuindo novos semas modalizadores de um novo campo conceitual - *metametaconceito*. Isso porque as faces da materialidade revelam que os conceitos se tornam insuficientes por não contemplarem as contradições e complexidades estabelecidas na dinamicidade do espaço.

Faoro (1992) identifica que o Brasil se avulta por atropelos de modernizações que anulam ou desviam o país de um caminho do desenvolvimento por não seguir as etapas necessárias para tal. Para o autor, a modernização é dirigida por uma classe que nunca ou nem sempre corresponde ao grupo sobre o qual ela atua. Destaca ainda que este processo ocorre com a modernidade em maturação no Brasil.

Para o autor, que analisava o conceito de modernização na pujança territorial do neoliberalismo e na força ideológica das premissas postuladas no Consenso de Washington naquele momento da história, a modernização era entendida contextualizada a partir de uma leitura etapista do desenvolvimento. E se o desenvolvimento para ser alcançado demanda a obediência de um receituário convencionado por países imperialistas (ESCOBAR, 2014), essa obediência das etapas do desenvolvimento não foi possível no país, de modo que as modernizações foram se atropelando em suas diferentes fases (FAORO, 1992).

Mas nem enquanto prática, nem enquanto constructo conceitual, o lugar do <<desenvolvimento>> no Brasil e nos Estados Unidos da América, por exemplo, é o mesmo, como já assinalava Oliveira (2003) que percebia uma modernidade pela acumulação garantida pelo Estado no Brasil. Tal realidade se edifica no bojo da Divisão Internacional do Trabalho. Retoma-se a ideia de que todo conceito possui uma base territorial.

Svampa (2013) atenta-se ao que chama de “El Consenso de los Commodities”. Para a autora, e com ela há de se concordar, a América Latina de modo geral, insere-se, desde os anos 2000, em uma nova ordem econômica, político-ideológica sustentada pelos preços internacionais das matérias-primas e bens de consumo demandados pelos países centrais e emergentes. Esta ordem consolida um desenvolvimento neoextrativista que acena para o crescimento econômico com vantagens comparativas, as custas das contradições e conflitos sociais, ambientais e político-culturais.

Há neste contexto a passagem do Consenso de Washington para o Consenso das Commodities com a supervalorização da financeirização (SVAMPA, 2013). Em outras palavras, passa-se da proposição e sedimentação do conceito de <<Desenvolvimento>> apresentada pelo Consenso de Washington, para a aplicação deste conceito e a instrumentalização de sua leitura etapista enquanto um sema do <<Agronegócio>> nos países “subdesenvolvidos”; para se garantir a realização do projeto hegemônico das corporações, regulado pela demanda dos multimilionários que se beneficiam no mercado financeiro.

Assim, os interesses dos multimilionários que gerenciam e direcionam os projetos das corporações de *commodities* se fazem reinantes na ossatura do Estado Capitalista brasileiro.

2.2.2 – Contradições do campo conceitual <<agronegócio>>

Localmente, as políticas macroeconômicas voltadas ao projeto de modernização, sempre foram forjadas no Brasil de maneira setorial para beneficiar o setor agrícola capitalista, composto por diferentes sujeitos sociais que se fazem classe na unidade do discurso “agro” enquanto ação territorial e luta política. De tal modo entende-se as razões pelas quais estudos como as “7 teses sobre o mundo rural brasileiro” (BUAINAIN, 2013) foram encomendados, apresentando a pauta agrária como superada e associada a vários outros esquecimentos intencionais.

As disputas e conflitos manifestados na desordem local marcam um novo ciclo de luta dos sujeitos que se fazem classe na defesa do território e do meio ambiente (SVAMPA, 2013). Vale destacar a complexidade histórico-

espacial ainda latente da realidade agrária brasileira; a escravidão, a exploração e expropriação da natureza e dos sujeitos, a concentração de terras e a produção de excedentes para exportação em detrimento da soberania alimentar, como alguns desses vários esquecimentos das narrativas do agro.

No Brasil não houve um rompimento com as oligarquias agrárias (MARTINS, 1999), o passado, por vezes, se esconde mal por trás do ambíguo discurso do moderno. E os discursos, portanto inscritos nos sujeitos e para os sujeitos que compõe esses territórios, são em si contraditórios, pela ideologia que os sustentam.

Tais contradições são explicadas e desnaturalizadas, pela superação de uma leitura dualista ou etapista, a partir da teoria de Léon Totsky sobre o Desenvolvimento Desigual e Combinado, aborda por Smith (1988) que explica como a materialização deste curso territorial retroalimenta as desigualdades espaciais. Como entende Löwy (1973, p.73): “A teoria do Desenvolvimento Desigual e Combinado é interessante não apenas por sua contribuição à reflexão sobre o imperialismo, mas também como uma das tentativas mais significativas de romper com o evolucionismo, a ideologia do progresso linear e o euro-centrismo.”

Em uma abordagem crítica sobre a modernização da agricultura, cabe ponderar que a modernização tem sido assimilada à introdução da mecanização e de insumos que possibilitaram a incorporação de áreas que agora passam a ser consideradas improdutivas (IBGE,1982). Outra característica da modernização do/no campo é o incentivo de produção de lavouras específicas. Essas leituras não podem ser feitas de modo isolado, cabendo considerar as políticas de créditos e os respectivos tipos de estabelecimentos que tem acesso a esse incentivo.

A própria narrativa da produtividade se aloca discursivamente no campo conceitual da modernidade – é produtivo aquilo que traz em seu destino fim a lógica cerne do modo de produção capitalista: a acumulação ampliada (LUXEMBURG, 1972). Melo (2018) evidencia como os argumentos da incorporação das áreas improdutivas, a partir do discurso da produtividade com o investimento técnico, foi utilizado no Brasil para dar novo sentido aos

debates sobre os latifúndios, conquistando assim os grandes proprietários de terra sobre o convite à aceitação do projeto das corporações transnacionais.

Esses ideais se manifestam discursivamente em relações de desejo e poder, que mascaram o que poderia ser dito e não foi (FOUCAULT, 2014). A superestrutura e os aparelhos ideológicos e aparelhos de Estado mediam as relações de classe criando verdades. Faz-se pertinente o questionamento sobre os mecanismos e posicionamentos jurídicos e políticos, dos meios de comunicação, educação, religião, família, arte e outros que reforçam a positividade sobre o que é o <<moderno>>, esvaziando a discussão sobre os efeitos disso. Poulantzas (1980), contribui, portanto, fazendo esta leitura por dentro da ossatura do Estado capitalista, o que para Foucault (2014) não é determinante.

O projeto do agronegócio e sua expansão traduzida na territorialização, não ocorre em um espaço vazio de significado. Fosse isso não seria eficiente. Algumas cidades brasileiras foram, de certo modo, portadoras desse projeto. Elias (2011), por exemplo, reconhece muitas dessas como “cidades do agronegócio”. Historicamente essa resignificação, pode-se dizer, a expansão da fronteira, se deu em regiões que atendem às demandas do movimento do capital. No Cerrado, por exemplo, é o caso do Luís Eduardo Magalhães no Oeste Baiano; Lucas do Rio Verde, Sinop, Primavera do Leste em Mato Grosso; Chapadão do Céu, Jataí, Rio Verde, Mineiros em Goiás.

As também chamadas regiões produtivas do agronegócio, contemplam cidades pequenas e médias que são as mais frágeis quanto aos problemas do campo e da cidade advindos do movimento do capital em uma rede de governança que é global mas que possui influências locais. Na ausência de uma heterogeneidade de grupos para pressionar a governança local sobre as possíveis problemáticas, os efeitos deste movimento são ainda maiores.

Em síntese, a partir do exemplo das áreas de Cerrado, a rede de governança global, sem fronteiras rígidas, se apropria do local, resultando em regiões que expressam o agronegócio globalizado, com alterações da paisagem, do solo, do manejo, mudanças genéticas e outros mais aspectos que compõem o pacote de modificações com nuances inclusive no urbano.

Analisando-se de forma mais específica pode-se observar, por exemplo, o município de Rio Verde em Goiás, como uma expressão territorial local de um capital transnacional globalizado, com uma dinâmica particular entre os municípios do estado, que apresenta características territoriais distintas frutos deste rebatimento.

Bem como analisa Elias (2011), *shoppings centers*, agência de viagens, aeroporto, grifes, são observados atribuindo ao município as características de uma cidade funcional, no contexto da globalização como fábula (SANTOS, 2001). Por outro lado, a globalização como perversidade (SANTOS, 2001) manifesta os sujeitos sem teto, sem terra, sem água, sem comida, nas paisagens globais.

Em trabalho de campo realizado no município em 2017, com alunos de graduação e pós-graduação do curso de Geografia da Universidade Federal de Goiás, no encerramento de todas as visitas programados para a incursão em campo, discentes e docentes presentes reuniram-se em roda de conversa na Alameda da Barrinha, aos pés do monumento do Agronegócio (Figura 4), para discutir sobre as impressões do campo e as contradições percebidas na cidade, no campo e no distrito agroindustrial do município.

Muitas dessas contradições serão discutidas no último capítulo. Por enquanto, vale a digressão para analisar alguns elementos muito significantes e emblemáticos deste momento de reflexão em específico. Ao fim da tarde, diante o monumento, enquanto cada um dos presentes apresentava suas considerações entre os barulhos dos motores das caminhonetes que desciam e subiam a alameda, um homem muito sutilmente se aproximava do grupo. Perguntou: “Alguém de vocês poderia me ajudar, para eu conseguir comprar um pouco de comida?”.

Todos se calaram, olharam uns aos outros com certo nó na garganta bastante indigesto por sinal. Ali estava a síntese empírica de tudo o que havia sido discutido. Ali estava a contradição materializada entre nossos olhos e o monumento repleto de imagens em homenagens aos monocultivos e narrativas do agronegócio.

Figura 4 - Monumento do Agronegócio - Rio Verde (GO)



Fonte: Trabalho de campo (2017).

Autora: Jéssyca Tomaz de Carvalho (2017).

Enquanto fábula, as cidades globalizadas, positivam o discurso do agronegócio por meio do não dito sobre os (des)envolvidos no processo. Ou seja, aqueles que deixaram de ser envolvidos, como bem defende (MONTENEGRO GÓMEZ, 2006).

Para Mendonça (2004, p.75) “o termo (des)envolvimento significa tirar daquela comunidade e/ou área de interesse, as condições intrínsecas, ou seja, próprias, que lhes assegura o envolvimento construído historicamente”; impondo ações nos termos resultantes da luta de classes no nível do Estado-Nação e no nível das mediações do mercado e o que denomina de burguesia internacional, efetivando-se o controle sobre trabalhadores e tornando os territórios em frações integradas ao capital industrial e financeiro mundializado.

Manifesta-se assim também a contradição seleção-exclusão ou dentro-fora do desenvolvimento agrícola regional conforme Ribeiro (2005). No contexto dos discursos lançados pelo agronegócio, vários são os não ditos e as positavações que sedimentam as ideias fundantes das classes dominantes do agronegócio como as que serão apresentadas para exemplificar esta realidade no próximo subtópico.

Antes, como toda desconstrução requer uma construção, cabe pautar a leitura crítica que aqui se estabelece sobre o <<agro>> a partir da compreensão deste conceito como palavra síntese das ações territoriais das corporações de *commodities*, que se apropriam dos territórios criando paisagens essencialmente contraditórias. Paisagens essas estéreis, homogêneas, uniformes, padronizadas; desde a perspectiva visual à perspectiva sonora e olfativa.

A exemplo destas percepções da paisagem reforçadas retoricamente pelo campo conceitual <<agro>>, tem-se a fala do estudante de agronomia, registrada em evento realizado para o curso de Agronomia da Universidade Federal de Goiás, Campus Samambaia – Goiânia em 2016: no evento cujo tema era o aproveitamento dos resíduos dos monocultivos de cana-de-açúcar para “fertirrigação” e produção de “bioenergia” (sic), a palestrante foi questionada sobre o odor evidente ao se transitar próximo aos monocultivos, especialmente as lavouras de cana-de-açúcar. Imediatamente após a pergunta direcionada à palestrante, escutou-se da plateia, especificamente de um jovem que vestia a camisa do curso de agronomia: “Fedor nada! Cheiro de dinheiro!”

No ano seguinte, estudantes do curso se tornaram pauta de repertório jornalístico (G1, 2017), (Alceu Luiz Castilho no DE OLHO NOS RURALISTAS, 12/07/2017 4:16), ao utilizarem em um evento acadêmico e destinado a comunidade de agricultores familiares (camponeses), uma camiseta escrita “menos amor, mais glifosato, por favor”.:

A Associação Atlética Acadêmica Agronomia, que confeccionou as vestimentas, informou ao G1 que o intuito não era fazer apologia ao herbicida, e que foi criada uma "polêmica sem sentido" sobre o caso. Segundo o grupo, o "glifosato" da camiseta faz referência ao nome de uma bebida preparada pelos estudantes há anos, e não ao agrotóxico. (G1, 2017)

O uso da camiseta, ganhou repercussão após em palestra da Agência Goiana de Assistência Técnica, Extensão Rural e Pesquisa Agropecuária (Emater), na Agro Centro-Oeste Familiar (2017) sediada em Goiânia, estudantes do curso aparecerem à frente em uma foto, publicada no site e nas redes sociais da Emater. No evento o assunto da palestra se tratava justamente sobre o uso da soja na alimentação humana. Após repercussão, a foto e a reportagem foram excluídas pela agência (Silvio Túlio no G1 GOIÁS, 13/07/2017 06:35).

O então presidente da Associação Atlética, criticou a repercussão criada sobre o caso e disse que a camiseta “não tem como ideia fazer qualquer tipo de apologia ao uso da substância”. Ao G1, ele afirmou que “a polêmica foi criada pelo politicamente correto, que pegaram apenas um lado da história” e acrescentou “Vamos tomar mais cuidados. Estamos em um período que qualquer coisa que você diz ou faz, tomam partido e acabam te prejudicando”. No posicionamento do estudante, as narrativas em defesa dos discursos apolíticos já se estabeleciam.

Figura 5 - Estudantes do curso de Agronomia com camiseta "-amor +glifosato, por favor"



Fonte: G1 (2017).

Ao observatório (Alceu Luiz Castilho no DE OLHO NOS RURALISTAS, 12/07/2017 4:16) o estudante, que apareceu em foto

viralizada, “diz que tem horta orgânica, defende banimento do agrotóxico e reclama do MST, que associa a ‘vagabundos’.”:

“Aí, Alceu, para sua surpresa, nosso objetivo foi atendido, sim, fizemos uma camiseta para provocar pensamento e discussões e, principalmente, anunciar para toda faculdade que alguns querem mais cachaça do que às vezes estar namorando! E outra, cara, são pensamentos distintos, já tem mais de mês que eu estou passando por críticas nas redes sociais, gente querendo me jogar em uma piscina de glifosato, kkkkkkkk. Convido a qualquer um saber da minha vida, para os que não têm nada pra fazer é só ficar postando merda, eu possuo uma horta orgânica e gasto muito com cursos de (agricultura) sintrópica e estudos direcionados para o nosso futuro, que é orgânico. Eu sei quem fez o primeiro post da foto, o incrível é que ninguém comentou que na mesa do evento não estava um grande apoiador (inclusive financeiro) e deram lugar para um cabeça dessa organização muito ‘fraudável’ que é o MST. Agora, se a feira da Agro Centro-Oeste pode receber de braços abertos vagabundos que não querem saber de trabalhar, só de ganhar terra dos outros, por que a nossa Atlética não pode tirar uma ondinha do glifosato!? Eu só não havia respondido às provocações porque estava em semana de provas, e eu tenho o que fazer! Ah, eu sou esse gordim loirim modelo da camiseta, agro estaremos contigo, com o glifosato na mão. O paieiro me espera, vai começar a festa. Agro dos loucos!” (sic) [Resposta do estudante ao repórter Alceu Luís Castilho] – (Alceu Luiz Castilho no DE OLHO NOS RURALISTAS, 12/07/2017 4:16)

Sem o menor critério de formalidade, o estudante em 2017 se posicionava com narrativas em um tom muito próximo ao utilizado pelo atual presidente do Brasil (2019-2022). Manifesta em sua fala, inclusive, um discurso de ódio, desrespeito e falta de (re)conhecimento sobre os sujeitos sociais que produzem e lutam pela reforma agrária no Brasil, assim como o atual presidente fez no mesmo ano (2017) sobre as comunidades Quilombolas. Da Revolução Verde ao atual Governo, estes discursos serão discutidos no próximo tópico.

Antes, cabe lembrar que a questão ambiental, a qualidade do alimento frente ao uso desregulado de venenos e a questão do trabalho estão entre as principais contradições identificadas no projeto de territorialização das corporações de *commodities* agrícolas ou minerais. Logo, a discussão ampla acerca do modelo agrícola, a concentração de terras, a disputa entre as correlações de forças do Estado são eminentemente algumas das pautas centrais da questão agrária.

Todavia, no processo de territorialização das corporações de *commodities*, somam-se à essas pautas, novos componentes territoriais desta questão, colocando em disputa a água, o subsolo e o que mais for passível de “acumulação por espoliação” (HARVEY, 2003). Em uma nova ordem econômica, política e ideológica, consolida-se globalmente o que Svampa (2013) denomina por “o Consenso das *Commodities*”: um estilo de desenvolvimento neoextrativista que gera vantagens comparativas levando ao crescimento econômico ao passo que produz assimetrias e conflitos.

Como discutido anteriormente, em uma matriz espacial, territorial, fragmentada, banhada por correlações de forças e contextualizada em um Estado capitalista, coloca-se em tensão, portanto, aspectos econômicos, ambientais, políticos e culturais, que ganham esses ou aqueles sentidos, a depender daqueles que hegemonizam o Estado (POULANTZAS, 1980); (SVAMPA, 2013), mas que encontram uma centralidade no projeto da elite agrária local e das corporações globais. Em outras palavras, as burguesias internas e associadas alinham seus interesses, como será discutido no próximo capítulo.

Neste recorte, analisando a realidade brasileira, destaca-se a execução do PRODECER - 1979, comparado ao projeto executado entre 2013 e 2015 em Moçambique: ProSavana (Programa de Cooperação Tripartida para o Desenvolvimento Agrícola da Savana Tropical no norte de Moçambique). Em ambos se assiste ao processo de financeirização empreendido pelo Japão em países que dispõe de terra e mão de obra; verificando-se no corredor de Nacala, assim como em várias redes do Cerrado brasileiro, a materialização do que a antropologia tem denominado por *Plantationocene* - *Plantationoceno* (HARAVAY e TSING, 2019).

A partir das análises desenvolvidas por Haravay e Tsing (2019), Magalhães (2019), que analisa as narrativas da crise ecológica e climática na modernidade, explica como as relações do ser humano com a natureza foram nos últimos anos tornando-se cada vez mais complexas, demandando-se novos conceitos e tornando alguns conceitos como “antropoceno” totalizantes ou, para alguns autores, genéricos em seu emprego enquanto categoria analítica. É no bojo desta narrativa que Haravay e Tsing (2019) empregam o conceito de *Plantationoceno*.

O *Plantationoceno* para as autoras, demarca o [cenário histórico-espacial] das consequências do sistema de *plantation* implementado pelos europeus nas Américas, desde os períodos de colonização aos dias atuais. Magalhães (2019) identifica nas narrativas sobre a crise ecológica, que o conceito das autoras foi concebido, enquanto uma categoria analítica adicional, não excludente das outras, o qual coloca-se atento às crises ecológicas, climáticas, ao trabalho escravizado, ao desmantelamento das organizações agrícolas indígenas e de vários ecossistemas, enquanto implicações do sistema de *plantation*.

Assim, se o Antropoceno pauta os efeitos do ser humano no planeta o *Plantationoceno* supera o vácuo de relações de poder e desigualdades, considerando-se o poder, a hegemonia, a desigualdade, o racismo, a escravidão e o tipo de uso da terra.

Pelas análises de Haravay e Tsing (2019) entende-se que do período colonial ao despolitizado desenvolvimento sustentável dos dias atuais, o *Plantationoceno* tem sido marcado pela superexploração dos seres humanos e da natureza, com a descolonização apenas formal, mas com a permanência de trabalhadores restritos a liberdade de escolha. Para Anna Tsing trata-se de uma conjuntura que em síntese simplifica os ecossistemas, disciplina as plantas e os seres humanos, traz desequilíbrios e transforma a vida em bens (HARAVAY e TSING, 2019).

Shiva (2003) e Carson (1962) já se atentavam para estes aspectos, apontando respectivamente os efeitos dos monocultivos do ponto de vista ecológico, científico, ideológico e cultural em “Monoculturas da mente” e os efeitos do uso de agrotóxicos, principalmente o Dicloro-Difenil-Tricloroetano (inseticida - DDT) para os ecossistemas nos Estados Unidos em “Primavera Silenciosa”.

A toxidade dos insumos químicos utilizados na agricultura e na mineração, as crises hídricas, a perda de solos e de biodiversidade, os conflitos territoriais, entre outros colapsos estão, portanto, diretamente contextualizados no *plantantionoceno* (HARAVAY e TSING, 2019). Em seu recorte analítico, Svampa (2013) explica que todos estes conflitos convidam a novas discussões sobre modelos de desenvolvimento e até mesmo sobre as fronteiras da democracia.

Assim, considerando-se a agroecologia como o atual paradigma contra hegemônico, tornar os sujeitos partícipes das decisões políticas, promover renda aos agricultores, garantir o mercado e estruturas de produção de insumos por um outro fazer-se agrícola, fortalecer os circuitos curtos da economia e as redes de cooperação, promover assistência técnica ampla e atenta as diversidades regionais, estimular debates e formação de base para quem produz e para quem consome e proporcionar o acesso de projetos aos espaços essenciais de produção de ciência e tecnologia, são passos fundamentais.

Também no plano contra hegemônico é válido destacar o *metametaconceito* de <<modernização do território>> engendrado por Mendonça (2004). Na identificação do contrário visível do *metaconceito* de <<modernização da agricultura>> a partir das nuances territoriais do Cerrado goiano, ao analisar a conceituação de modernização o autor aponta que costumeiramente a matriz explicativa do que é moderno se associa a adoção das inovações técnicas e tecnológicas, em uma transmutação do progresso, no seio da compreensão de desenvolvimento. Deste modo, o movimento do capital, suas motivações e implicações não são problematizados.

Tal fato, evidencia a natureza ideológica do conceito de modernização da agricultura, por meio dos não ditos no ocultamento da realidade material contraditória. Mendonça (2004) joga luz à compreensão da modernização capitalista (MESZÁROS, 2002) e do território usado (SANTOS; SILVEIRA, 2003) para defender que estas são importantes chaves interpretativas para as transformações sociais e espaciais no Cerrado. Transformações que se constituem como a <<modernização do território>> goiano, em que se assiste à incorporação destes territórios aos interesses dos centros hegemônicos nacionais e internacionais de forma subordinada, não em um desenvolvimento etapista universal que é inaplicável pela estrutura da dependência.

Para o autor, neste processo de modernização do território há a hibridagem das imposições técnicas e da força da tradição (manifestações e componentes culturais) que produz singularidades. “A produção das singularidades assegura a profícua complexidade das tramas sociais envoltas na produção dos territórios.” (MENDONÇA, 2004 p.173). Isto faz da

modernização capitalista uma configuração incompleta, diante seu caráter conservador, em que se mantém as estruturas agrárias, com a recriação de conflitos pela posse da terra.

A utilização da chave conceitual de modernização do território, manifesta, portanto, o movimento do capital, entre um padrão de acumulação e múltiplas formas de trabalho precário, como uma pertinente ferramenta analítica para desvelar o caráter perverso da modernização da agricultura. Mendonça (2004) analisa nestas singularidades identificadas nos diferentes territórios, o que denomina de “ilhas de modernização”, afirmando que negar esta realidade é aceitar a tese da homogeneização.

Por sua vez, Castilho (2014) assinala para os sentidos da modernização, elucidando que sob os imperativos da unidade da modernidade em escala mundial, dialeticamente, a modernização varia no tempo e no espaço, de modo que não há uma única modernização, trazendo ao debate os contextos internos e externos ao local que resultam nas diversas especificidades das modernizações em diferentes territórios, de modo que estes contextos internos e externos, não se limitam há uma universalização europeia ou estadunidense da modernidade.

3. A MARCHA DO CONTROLE: MOVIMENTOS IDEOLÓGICOS A PARTIR DA DIMENSÃO DISCURSIVA ALIMENTAR E TECNO-PRODUTIVA

Buscamos neste capítulo analisar alguns movimentos ideológicos do agronegócio no Brasil: Identificando alguns discursos situados, especialmente a partir da década de 1970, sob o escudo discursivo da Revolução Verde.

Partimos da compreensão de ideologia enquanto cristalização das ideias das classes dominantes, as quais se fundamentam nas práticas [espaciais] dessas classes, conforme Marx e Engels (1845-1846): o pensamento sempre tem o fundamento em uma materialidade que o é também histórica.

Os olhares que lançamos ao agronegócio com esta finalidade se fundamentam teoricamente e metodologicamente em Marx e Engels (1845-1846) e Gramsci (1982), sobre ideologia enquanto hegemonização do pensamento das classes dominantes.

O **projeto-projétil (i)material do agronegócio**, lançado pelo movimento do capital sobre os territórios, não pode ser negligenciado ou subestimado. Fosse isso, não seriam tantas as investidas de *marketing* em ideias tanques e retóricas, estabelecidas pelos agentes do capital industrial e financeiro do agronegócio. Ideias essas ainda defendidas por frações da classe trabalhadora, inclusive aquela diretamente atingida ou marginalizada no processo de *comoditização* dos territórios.

3.1 – A ideologia lançada pelo projeto-projétil agronegócio e as plataformas discursivas do <<agro>>

Os campos conceituais possibilitam o acesso a novas plataformas discursivas. Barbosa (2001), enfatiza que os campos conceituais se significam dentro de seus contextos discursivos. O discurso produzido, em que se sedimenta um determinado campo conceitual, revela um projeto-projétil, que no caso do agronegócio se lança pelo movimento do capital.

Descarta-se aqui portanto, entre tantas concepções, a concepção de ideologia como enunciado, mas a entende-se como discurso orientado por

uma prática (ações territoriais – que contemplam instâncias e estruturas de poder). Fosse apenas um enunciado, a produção de sentido estaria sustentada apenas no plano das ideias, ou da linguagem, outrora, enquanto discurso entende-se que há uma dimensão material que o é histórica, contraditória e que determina as possibilidades de produção deste enunciado (deste sentido).

Com este pressuposto, reforça-se a ideia de que os conceitos (ou campos conceituais) possuem trajetórias materiais: “a ideologia é antes uma questão de ‘discurso’ que de ‘linguagem’ – mais uma questão de certos efeitos discursivos concretos que de significação como tal.” (EAGLETON, 1997, p.194). Conforme o autor, entende-se que o discurso sob a pauta ideológica, de uma teoria crítica, não se limita ao viés retórico (do convencimento), mas o ultrapassa em uma relação entre o enunciado e a materialidade, as condições materiais ou possibilidades territoriais.

Na perspectiva de Foucault (2014) o discurso é uma reverberação da verdade, que, não pode ser reduzida exclusivamente a ideologia ou a mentira, já que na aproximação saber e poder gera-se o que se passa a considerar como verdade, sendo a verdade uma produção histórica. Por esse motivo, atinge a todos: campo, cidade, sujeitos, imaginários, fazendo no caso do agronegócio aparecer como uma positividade ou necessidade. O discurso e a verdade são assim práticas de poder disseminadas no tecido social por meio dos micropoderes (FOUCAULT, 1978).

Foucault (1978) conceitua as micro-relações de poder, entendendo-as a partir de múltiplas possibilidades de relações de poder - essência que atravessa as relações humanas na sociedade, não só pelas instituições, mas também pelos indivíduos, na tessitura de experiências de regulação e de disciplina. A disciplina do corpo, que por meio de hábitos, discursos etc. possibilitam o controle exercido na vida cotidiana dos sujeitos afetados por práticas e relações de poder. A escola e a família, por exemplo, constituem-se, portanto enquanto dispositivos disciplinares, ascendentes as relações de poder os quais, por conseguinte, produzem o saber.

Poulantzas (1980), por sua vez, analisa essas relações, no seio do Estado, de modo que este corresponde à um campo de correlação de forças, sempre com vistas a divisão social do trabalho. As noções de saber e poder

que para Foucault estão difusas na sociedade, são utilizadas em Poulantzas, para pensar a individualização e a normalização, na materialidade institucional do Estado.

Isto ocorre sempre com vistas ao poder estabelecido pelas frações de classe capitalistas sobre os trabalhadores. Logo, “traduz-se na materialidade de suas técnicas de exercício de poder, consubstancial à sua estrutura própria: técnicas que moldam os sujeitos sob os quais se exerce o poder até mesmo em sua corporeidade” POULANTZAS, 1980, p.78).

A individualização se designa nas divisões e no isolamento gerado pela ideologia (enquanto prática material do Estado, não restrita as ideias) que tem por finalidade mascarar e ocultar as relações de classe, de modo que o Estado capitalista não se apresente como um Estado de classe; e contribuir ativamente para gerar mais divisões e isolamento, na ausência de consciência.

Assim, se Foucault (1969; 1975;1978) trazia a noção de socialização dos corpos por meio da disciplina, Poulantzas (1980) explica que estes sujeitos são moldados por meio do exercício de poder que é empregado até mesmo em sua corporeidade, mas cujo Estado Capitalista possui um papel organizacional em que o seu discurso é o discurso da ação que se efetua na junção saber-poder e se operacionaliza pelos aparelhos de Estado:

Esse Estado afirma assim um papel organizacional particular em relação às classes dominantes e um papel de regulação face ao conjunto da formação social. Seu discurso é um discurso da ação. [...] Esse discurso se efetua por excelência na junção saber-poder, não tem unidade própria e intrínseca. (POULANTZAS, 1980, p.65).

Compreende-se segundo Poulantzas (1980) que a matriz espacial (territorial) é essencialmente política diante a tendência de o Estado monopolizar os meios de organização do espaço, a partir de suas técnicas de exercício do poder ou dos aparelhos de Estado. Ao pensar o Território enquanto uma matriz espacial da Nação, Poulantzas (1980) explica que esse existe segundo o modo de produção em pauta. O autor acrescenta que as descontinuidades são decisivas na análise na matriz espacial, que se especificam em cada modo de produção. Sob a ótica do capitalismo, a centralidade da análise, se encontra, portanto, na divisão social do trabalho.

Assim, se na nação moderna o trabalhador direto é totalmente separado dos meios de trabalho - não detêm o “controle, o domínio, nem o poder econômico real” (POULANTZAS, 1980, p.61 e 62), isso implica em afirmar que a matriz espacial da modernidade é: “seriada, fracionada, descontínua, parcelada, celular e irreversível” (POULANTZAS, 1980, p.118).

Todavia, essa fragmentação é homogeneizada no deslocamento das fronteiras, que se ressignificam nos movimentos do capital e na sua reprodução ampliada, dando origem as fronteiras no sentido moderno. Ou seja, várias classes exercem o controle, pelo poder garantido nas correlações de força do Estado. No Brasil, por exemplo: grandes corporações e grandes proprietários de terra.

Nas fronteiras do poder no sentido moderno, apesar das contradições internas a essas classes, elas se homogeneízam nos movimentos do capital, na apropriação da renda e na reprodução ampliada. Encontra-se nesses interesses, a unidade de discurso (discurso da ação) que sustenta suas ideologias (cristalização de suas ideias) nos territórios.

O Estado para Poulantzas (1980) institucionaliza a individualização, fabricando a individualidade por meio de um conjunto de técnicas de saber (ciência) e de práticas de poder, denominadas por Foucault (1987) de disciplinas e reconhecido por Poulantzas (1980) no seio do Estado como o procedimento de normalização.

Parte-se dessa compreensão para ponderar o Estado enquanto este lugar do conflito entre as correlações de forças do agronegócio que não atuam nem entre si enquanto um bloco monolítico, mas que objetivam os procedimentos de normalização e por conseguinte o controle para legitim(ação) de sua territorialização. Denominando por disciplina, Foucault (1987) explica que as intencionalidades capitalistas, demandam essas estratégias de disciplina, já que nem sempre podem se aproveitar da força física.

É nesse sentido, que se observa a aproximação do agronegócio com o que Foucault (1987) chamaria de dispositivos disciplinares. De forma elucidativa, pode-se exemplificar as peças publicitárias veiculadas em revistas da década de 1970, a campanha publicitária televisionada em “horário nobre” na rede Globo de televisão com o discurso “Agro é TECH, Agro é POP, Agro

é TUDO” nos anos 2000 e os *outdoors*, *hashtags*, *Fake News*, uso das redes sociais e algoritmos que alavancam a campanha política do candidato na atual presidência (2019 – 2022), por meio das plataformas discursivas do agro utilizadas atualmente.

Eagleton (1997), analisa o conceito de ideologia ao longo da história, sob uma perspectiva teórica, concluindo que não vivemos em tempos pós-ideológicos, mas ao contrário, apesar das tentativas de esvaziamento teórico do conceito, passamos enquanto sociedade por tempos em que precisamos enfrentá-las. Sob uma análise da teoria crítica, o enfrentamento da ideologia se daria justamente pela consciência de classe:

Nenhum radical que examine friamente a tenacidade e a penetração das ideologias dominantes pode sentir-se esperançoso quanto ao que seria necessário para afrouxar seu domínio letal. Mas há um lugar, acima de todos, em que tais formas de consciência podem ser transformadas, quase literalmente, da noite para o dia, e esse é a luta política. Isso não é uma carolice de esquerda, mas um fato empírico. Quando homens e mulheres, engajados em formas locais, inteiramente modestas de resistência política, vêm-se trazidos, pelo ímpeto interior de tais conflitos, para o confronto direto com o poder do Estado, é possível que sua consciência política seja definitiva e irreversivelmente alterada. Se uma teoria da ideologia tem algum valor, este consiste em auxiliar no esclarecimento dos processos pelos quais pode ser efetuada praticamente tal libertação diante de crenças letais. (EAGLETON, 1997, p.195).

Logo, é na ação política que as ideologias são desveladas. Entendendo a ideologia enquanto a consolidação do pensamento das frações de classe dominantes, que legitimam a materialização dos interesses destas classes, percebe-se como a construção do conceito de agronegócio no Brasil, é funcional aos interesses dos latifundiários e da burguesia ligados às corporações de *commodities* no país desde a Revolução Verde.

Os sujeitos diretamente atingidos pela materialidade que a plataforma discursiva do <<agronegócio>> acessa, defendem este projeto, muitas vezes sem perceberem que o faz. Sendo o campo conceitual o ponto cego da ideologia que inviabiliza o reconhecimento das estratégias de dominação é a materialidade a condição que os leva à subordinação.

O projeto de *commoditização* dos territórios brasileiros, é um dos nós da complexa rede de interpretação sobre a pluralidade desses territórios. Compreender, a incapacidade de reconhecimento do conjunto de ideias reproduzidas em defesa das práticas de apropriação dos territórios é recorte

de análise a medida que a tomada de consciência sobre esse processo faz emergir: os questionamentos a respeito destas dominações e a mudança de práticas que sucumbem os discursos estabelecidos.

Assim, é necessário atentar-se ao conflito e à contradição:

em geral, confundimos contradição e oposição, mas ambos são conceitos muito diferentes. Na oposição existem dois termos, cada qual dotado de suas próprias características e de sua própria existência, e que se opõem quando, por algum motivo, se encontram. Isto significa que, na oposição, podemos tomar os dois termos separadamente, entender cada um deles, entender por que se opõem se se encontrarem e, sobretudo, podemos perceber que eles existem e se conservam, quer haja ou não haja a oposição. [...] A contradição, porém, não é isto. Na contradição só existe na relação, isto é, não podemos tomar os termos antagônicos fora dessa relação. São criados por essa relação e transformados nela e por ela. (CHAUI, 1980, p.15).

Outrossim, a partir deste entendimento, percebe-se que analisar a hegemonização das ideologias por uma perspectiva crítica, requer atentar-se as relações que se estabelecem entre a cristalização das ideias dominantes e a sua base real, naquele momento histórico, que não o é etapista ou linear, mas sim, complexo e materialista sobre uma realidade social contraditória.

Por exemplo: o contraditório da ideologia desenvolvimentista é o subdesenvolvimento. O subdesenvolvido só existe pela existência do desenvolvido e vice-versa. Na câmara invertida, que distorce a realidade, o ponto cego desta base ideológica, é a não percepção da condição de subdesenvolvido que garante a manutenção do desenvolvido. O ponto cego é o momento em que se nega a contradição – a luta de classes e se realiza na mobilização dos campos conceituais que carregam nos discursos os semas estritamente técnicos, esvaziados de sentidos sociais e políticos. Sendo que, o próprio esvaziamento do debate político é por si um ato político.

3.2 – O projeto- projétil lançado nos anos 1970

No contexto da chamada Modernização da Agricultura e da Revolução Verde, no Brasil, na década de 1960/70, os discursos estratégicos de um vazio econômico no Cerrado e a captura pela honra e pelo medo camponês, a partir de pacotes de tecnificação do campo que não eram para todos, foram cruciais em um novo movimento de expulsão das pessoas do campo (IBASE, 1986). A partir do Sistema Nacional de Créditos Rural (SNCR)

os pequenos e médios proprietários de terra se endividaram ao ponto de perder suas terras.

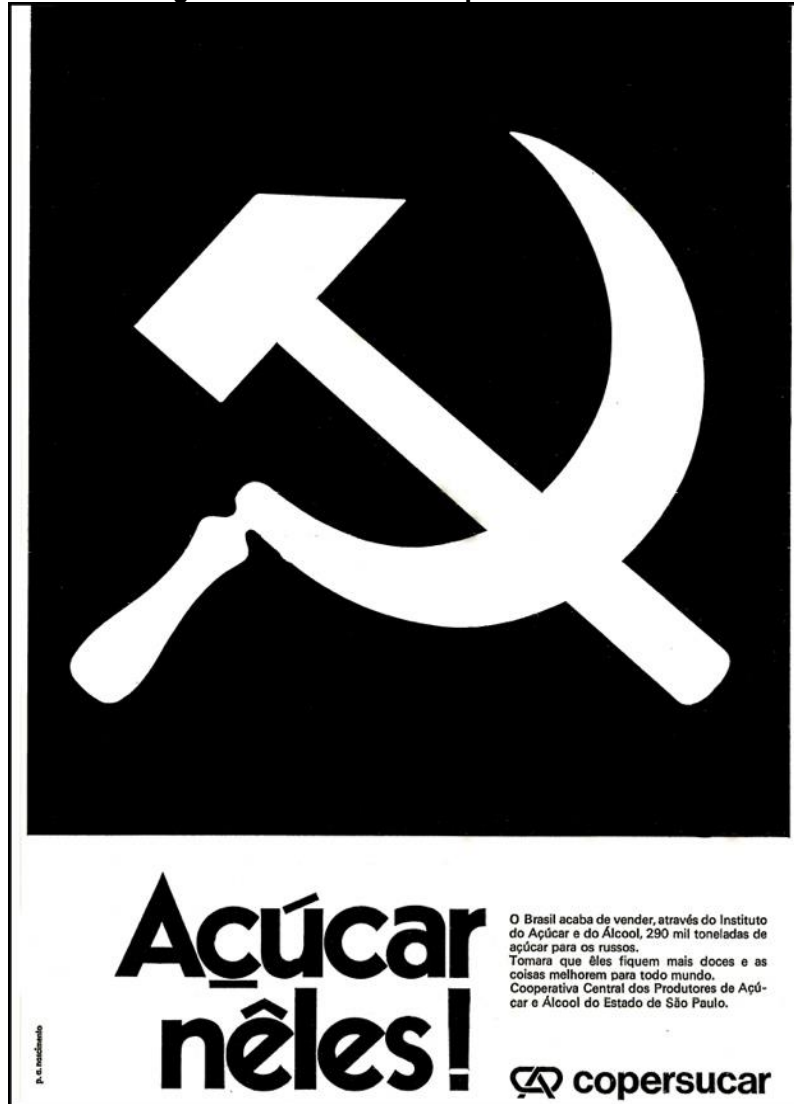
É válido lembrar, que o contexto da 2ª guerra mundial, marcou a polarização ideológica e a insegurança alimentar entre os países europeus, o que justificou a ênfase nas relações de poder por meio das tecnologias, conceptualizado como Revolução Verde. A fome e destruição das redes de comunicação e transportes, os homens ativos convocados à guerra e a polarização ideológica, tornavam as lutas de classes especialmente explosivas naquele período (PORTO-GONÇALVES, 2004).

A elaboração do próprio conceito <<Revolução Verde>> se deu por um caráter político e ideológico que visava o esvaziamento das discussões sobre a fome e a miséria. Em combate ao sentido social das lutas, especialmente após a Revolução Chinesa, Camponesa e Comunista de 1949, o conceito se propunha a pautar o problema da fome por uma perspectiva estritamente técnica. “O verde dessa revolução reflete o medo do perigo vermelho, como se dizia à época. Há, aqui, com essa expressão Revolução Verde, uma técnica própria da política por meio da retórica.” (PORTO-GONÇALVES, 2004, p.8).

Percebe-se que ao longo dos anos o *metametaconceito* <<Revolução Verde>> foi se consolidando e entre seus semas há apenas aqueles que dizem respeito aos aspectos agrícolas em detrimento do agrário. E o “medo do perigo vermelho”, ainda hoje disseminado no tecido social, já o era fomentado no Brasil desde a década de 1970. A retórica mencionada pelo autor, pode também ser identificada no anúncio da figura 6.

A eloquência do “fantasma comunista” é evidente no anúncio, contextualizado na maturação da ditadura militar brasileira: “O Brasil acaba de vender [...] açúcar para os russos”; “Tomara que eles fiquem mais doces e as coisas melhorem para todo mundo”. Aristóteles (384-322 a.C./2011) já indicava o papel da cólera na sustentação do discurso da intimidação, em que se incita o medo e o contém com a confiança, pela esperança anunciada “tomara”, [+doce], [+melhorias].

Figura 6 - Anúncio da Copersucar – 1972



Fonte: Anúncios anos 70 – Hernandez (2012).

Percebe-se a eminência da narrativa bélica “nós *versus* eles”, nós brasileiros, produtores de toneladas – símbolo do capitalismo, produtivos, de sucesso, contextualizados no discurso da sedução, ao qual se evoca o sentimento de comunhão, *versus* os russos comunistas - ameaça, fragilidade, contextualizados no discurso da intimidação, no contrário, opositor, ou seja, na cólera. Trata-se do “nós *versus* eles” enquanto uma narrativa de territorialização, uma estratégia de hegemonia.

O bordão “Açúcar Nêle!”, bem como o discurso ancorado em um nacionalismo a partir da ideia do sema [+doce] já era utilizado no início da década como pode ser identificado nos seguintes anúncios:

Figura 7 - Anúncio da Copersucar – 1970



Fonte: Hernandez (2012) - Anúncios anos 70.

A retórica colérica tomada pelo “medo do fantasma comunista”, evidentemente se manifesta nos dias atuais, especialmente nos últimos anos com os discursos “anti-petistas” permeados pelas narrativas de “nossa bandeira jamais será vermelha”. Assim, como foi na década de 1970 perceber-se no cenário político atual o resgate simbólico das cores da bandeira e da bandeira em si nos textos empregados pela defesa do atual governo, muitos deles assinados pelo “agro”.

Figura 8 - Anúncio da Copersucar – 1971



Fonte: Hernandez (2012) - Anúncios anos 70.

Ferreira (2016) analisa o desempenho do Instituto do Açúcar e do Alcool (IAA) desde o início da década de 1930, no governo de Getúlio Vargas, com a reorganização da estrutura produtiva do monocultivo de cana-de-açúcar de cerne no período colonial. Evidencia a ação do Estado no arranjo da produção, comercialização, fixação de preços, exportação e importação; e do IAA no incentivo ao consumo e regulação da produção, com a implementação de cotas por estado que tinha por objetivo estabelecer a divisão regional do trabalho no segmento e que teve como resultado o comando da produção do açúcar na região industrial de São Paulo.

Além disso Ferreira (2016) discorre sobre a criação da Copersucar em 1959, pelos usineiros paulistas. A cooperativa negociava empréstimos e ajudava na comercialização do açúcar. Além disso, empreendia na década de 1970 importantes e hegemônicas narrativas pela aceitação do projeto de expansão do que mais tarde seria o Agronegócio Canavieiro (CARVALHO, 2017).

Figura 9 - Anúncio da Copersucar 1974



Fonte: Hernandez (2012) - Anúncios anos 70.

Em resposta à crise mundial do Petróleo e a crise do Açúcar, em 1975 foi instituído no Brasil o Programa Nacional do Álcool (Proálcool), com incentivos fiscais e empréstimos bancários com baixa taxa de juros, para incentivo aos monocultivos de cana-de-açúcar e carros *flex*. Tal realidade, se manifestou enquanto a materialidade da ideologia cristalizada na eloquência do cartaz acima. Observa-se o nascimento do discurso da <<Agroenergia>>, que se sedimenta em 2006 no Plano Nacional de Agroenergia (PNA 2006 – 2011) e 10 anos depois é reconfigurado e reforçado com o Renovabio (2016).

Houtart (2010) explica que o discurso sobre a solução para o clima, nada mais é que uma saída para a crise do capital, já que a energia tem centralidade nas principais atividades da economia: produção e transporte e se faz necessário transformar comportamentos sem jamais se questionar a acumulação do capital.

O anúncio da Copersucar de 1974, ano anterior à implementação do Proálcool, marca o período de fundamentação desses discursos. Na imagem lê-se a sentença: “Sabendo usar não vai faltar”. Como explica Houtart (2010) e já evidenciava Marcuse (1964), anuncia-se a narrativa de responsabilização individual dos sujeitos por seus hábitos de consumo em detrimento dos questionamentos sobre os efeitos do processo de espoliação dos territórios (HARVEY, 2003) à serviço da acumulação do capital.

A mobilização de desejos era também na década de 1970 uma das preocupações nas narrativas da Copersucar que logo em seguida a implementação do Proálcool investiu em peças publicitárias com o incentivo também à aquisição de carros movidos a álcool. A exemplo, têm-se a seguinte propaganda publicada na revista VEJA-SP com o clássico *slogan* “Carro a álcool. Você ainda vai ter um”.

A propaganda (Figura 10) apresenta algumas vantagens elencadas pela Copersucar para persuadir o consumidor a adquirir carros a álcool: “59% DO PREÇO DA GASOLINA.”; “FORNECIMENTO GARANTIDO.”; “POSTOS ABERTOS AOS SÁBADOS”; “20.000 KM OU 1 ANO DE GARANTIA”; “TRU MUITO MAIS BARATA NO LICENCIAMENTO”; “MAIS BARATO, SAIU DA LISTA DE SUPÉRFLUOS”.

Figura 10 - As vantagens do carro a álcool - publicidade COPERSUCAR anos 1970

AS VANTAGENS DO CARRO A ÁLCOOL:

59% DO PREÇO DA GASOLINA.
"Eu sinto a economia quando encho o tanque."



Leandro Almeida e Filipe Almeida - São Paulo, SP.

FORNECIMENTO GARANTIDO.
"O álcool é nosso, não depende dos outros."



Edo Alencar - Teresopolis de Campos, RJ.

POSTOS ABERTOS AOS SÁBADOS.
"Eu posso ir à praia, posso sair no fim de semana."



Antonio Carlos de Souza - Sumaré, SP.

20.000 KM OU 1 ANO DE GARANTIA.
"Além de todas as vantagens eu tenho essa garantia. Tá bom demais."



Antonio Carlos de Souza - Sumaré, SP.

TRU MUITO MAIS BARATA NO LICENCIAMENTO.
"A taxa rodoviária é bem mais barata, é uma boa."



Edo Alencar - Teresopolis de Campos, RJ.

MAIS BARATO, SAIU DA LISTA DE SUPERFLUOS.
"Paguei menos pelo carro, com maiores facilidades no financiamento."



Edo Alencar - Teresopolis de Campos, RJ.

Estes depoimentos são a prova das boas qualidades do carro a álcool. Gente que manifestou suas impressões espontaneamente, com o coração e a razão. Gente satisfeita, que optou pelo carro a álcool porque suas vantagens são incontestáveis na ponta do lápis. São palavras de quem fez as contas na hora da compra, na hora de encher o tanque, de fazer o licenciamento, e na hora dos quilômetros rodados.

na estrada e no trânsito da cidade. É a confirmação do sucesso do carro a álcool. E do sucesso do Proálcool, que viu no álcool hidratado a grande saída energética. Nós, da Copersucar, estamos trabalhando para que esse sucesso seja ainda maior. Hoje somos responsáveis por mais de 50% da produção de álcool do país. Estamos trabalhando e desenvolvendo em nosso Centro Tecnológico, em Piracicaba, novas variedades de cana que consigam produzir ainda mais álcool. Assim o Brasil não vai parar, nem os brasileiros. Aconteça o que acontecer lá fora, a Copersucar garante o álcool para seu carro. acredite. E logo, logo, você também estará dando aqui o seu depoimento.

COPERSUCAR 

CARRO A ÁLCOOL. VOCÊ AINDA VAI TER UM.

Fonte: VEJA – SP (2018).

Na sequência das vantagens, apresentam também as imagens de algumas pessoas e alguns depoimentos sobre cada tema: “Eu sinto a economia quando encho o tanque.”; “O álcool é nosso não depende dos outros”; “Eu posso ir à praia, posso sair no fim de semana”; “Além de todas as vantagens, eu tenho essa garantia. Tá bom demais.”; “A taxa rodoviária é bem mais barata, é uma boa”; “Paguei menos pelo carro, com maiores facilidades no financiamento.”.

Logo, percebe-se uma narrativa de legitimação e defesa do Proálcool e da COPERSUCAR. Apresentando-se o Proálcool como um programa que se constitui como uma saída energética e afirmando-se que a Copersucar é responsável por 50% da produção de álcool do país, reforçam também semas [+trabalho], [+tecnologia], [+produtividade] e evidenciam o nacionalismo caro àquele período no Brasil.

O incentivo aos carros a álcool na década de 1970 é notado também nas propagandas da FIAT, com evidência ao lançamento do modelo FIAT 147

no Brasil (Figura 11). Na peça publicitária da empresa, lê-se: “Na corrida do álcool, a Fiat está na frente desde 1976.”.



Fonte: Reis (2018) – Propagandas Históricas.

Na sequência, mostra-se em uma linha do tempo as seguintes informações: “JULHO DE 1976, o presidente da república é apresentado, na inauguração da Fiat Automóveis, ao primeiro carro a álcool do Brasil: o Fiat 147.”; “SETEMBRO DE 1978, o Fiat atravessa o Brasil inteiro sem uma gota de gasolina”; “JULHO DE 1979, o Fiat recebe o seu atestado de competência: é o primeiro carro movido a álcool aprovado pelo STI.”; AGOSTO DE 1979, a Telesp [Telecomunicações de São Paulo S/A] compra 517 Fiat 147 a álcool, fabricado em série, para a ampliação de sua linha.”; SETEMBRO DE 1979; O Fiat 147 movido a álcool foi aprovado em Interlagos após 15 dias de testes da revista 4 Rodas.”. Conclui-se: o primeiro carro nacional produzido em série e homologado para venda e frotas governamentais.

Esta adaptação era evidenciada nos anúncios do início da década de 1980, assim como no anúncio da rede Esso: “Temos álcool e o maior prazer em receber você”:

Agora tem bomba Esso com álcool logo ali na esquina. E o que é melhor: de segunda a sábado. Você não precisa entrar mais na fila das sextas, nem passar o fim de semana preocupado com o que resta no tanque. Esse novo combustível faz você rodar tranquilo. (Anúncio Rede Esso – 1980).

No âmbito automobilístico, em 1978, a Volkswagen também estabelecia publicamente sua interface com o agro no anúncio “Volkswagen movido a capim.”:

Figura 13 - Anúncio Volkswagen – 1978



Volkswagen movido a capim.

Foram dois os fatores importantes que levaram a Volkswagen a diversificar suas atividades e se iniciar na agropecuária: ajudar o Brasil na criação de novos pólos de progresso, e ganhar dinheiro - o que, convenhamos, é o objetivo de toda empresa capitalista.

O sudeste do Pará foi a região escolhida para a implantação de um projeto que ocupa uma área de 139.640 hectares de terras.

50% dessas terras estão sendo utilizadas para a formação de pastagens, construção de unidades industriais - como matadouro e frigorífico - construção de residências para os funcionários e suas famílias etc.

Os outros 50% estão sendo conservados na sua forma original de florestas.

Até o final de 77 já tinham sido feitos na área: 47 diques, 12 km de arruamento, 132 km de cercas, 6,9 mil m² de área coberta, 3 invernadas. E, um ponto alto: a formação de uma pastagem experimental, com capim de todas as partes do mundo - num dos projetos mais sofisticados no gênero.

Que estamos fazendo um ótimo negócio, não temos dúvidas. E também não temos dúvidas de que tudo isso ainda é pouco perto das necessidades que o Brasil tem para integrar a região Norte-Nordeste ao nível de desenvolvimento do sul do País.

Por isso mesmo, vamos fazer um convite a você que é empresário e empreendedor: utilize o programa de Incentivos Fiscais proporcionado pela Superintendência do Desenvolvimento da Amazônia - Sudam. E, na sua próxima declaração de rendimentos, faça também uma declaração de amor a este País. Opte Sudam.



Fonte: Hernandez (2012) - Anúncios anos 70.

No texto, a empresa associa de forma explícita os semas [+sucesso] e [+dinheiro] à agropecuária e orgulhosamente declara sua racionalidade capitalista:

Foram dois os fatores importantes que levaram a Volkswagen a diversificar suas atividades e se iniciar na agropecuária: ajudar o Brasil na criação de novos pólos (sic) de progresso, e ganhar dinheiro – o que convenhamos é o objetivo de toda empresa capitalista. O Sudeste do Pará foi a região escolhida para implantação de um projeto que ocupa uma área de 139.640 hectares de terras. 50% destas terras estão sendo utilizadas para a formação de pastagens, construção de unidades industriais – como matadouro e frigorífico – construção de residências para funcionários e suas famílias etc. Os outros 50% estão sendo conservados na sua forma original de florestas. (ANÚNCIO VOLKSWAGEN, 1978)

Em seguida, continuam apresentando a SUDAM (Superintendência do Desenvolvimento da Amazônia) e especificando o caráter desenvolvimentista de seu projeto, manifestando sua concepção de integração territorial pautada exclusivamente nos critérios econômicos, fazendo um convite ao público-alvo do anúncio e do programa (empresários e empreendedores):

Até o final de 77 já tinham sido feitos na área: 47 diques, 12 km de arruamento, 132 km de cercas, 6,9 mil m² de área coberta, 3 invernadas. E, um ponto alto: a formação de uma pastagem experimental, com capim de todas as partes do mundo – num dos projetos mais sofisticados do gênero. Que estamos fazendo um ótimo negócio, não temos dúvidas. E também não temos dúvidas de que tudo isso ainda é pouco perto das necessidades que o Brasil tem para integrar a região Norte-Nordeste ao nível de desenvolvimento do sul do País. Por isso mesmo, vamos fazer um convite a você que é empresário e empreendedor: utilize o programa de Incentivos Fiscais proporcionado pela Superintendência do Desenvolvimento da Amazônia – Sudam. E, na sua próxima declaração de rendimentos, faça também sua declaração de amor a este País. Opte Sudam. (ANÚNCIO VOLKSWAGEN, 1978).

Segundo Neher na Carta Capital (27/06/2017 00:50), a fazenda-modelo da Volkswagen, foi criada no contexto da SUDAM sobre a égide do discurso integracionista militar “integrar para não entregar” e do discurso da segurança alimentar do agro, com a narrativa de se combater a fome do mundo, especialmente dos países do “terceiro mundo”, a partir da criação do “gado do futuro”.

Em diálogo com o historiador Antoine Acker, a jornalista apresenta que o plano de “modernização da região” na [ditadura] militar foi de uma

oportunidade de investimento e ramificação da empresa à uma tragédia socioambiental, comprometendo a imagem da alemã Volks, que ganhou os noticiários internacionais pelo desmatamento na Amazônia.

Oliveira (1991) explica que a ocupação da Amazônia pelos governos militares, perpassa algumas estratégias geopolíticas e de políticas territoriais de Estado em relação ao acesso e controle dos recursos naturais, que tem a ver com a história de exploração dos minérios no Brasil, o envolvimento dos Estados Unidos na política interna e com o papel de uma fração da burguesia nacional que se associou aos grupos estrangeiros.

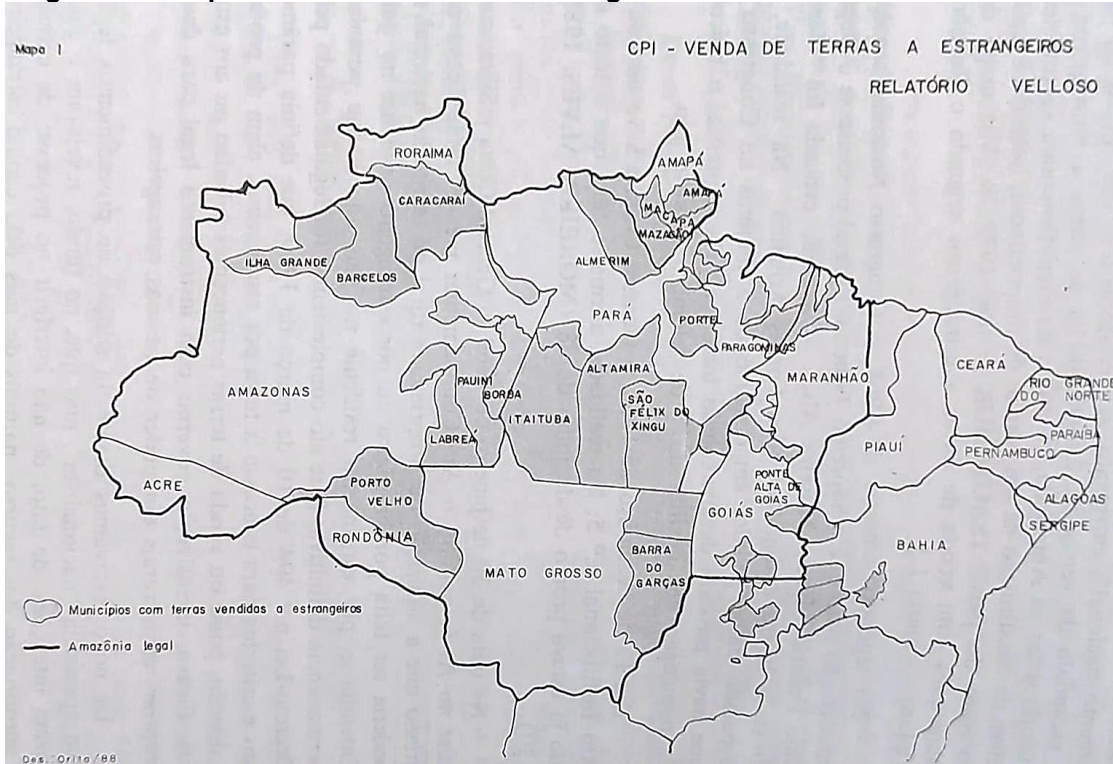
Percorrendo uma trajetória de leis e políticas territoriais do regime militar, Oliveira (1991) evidencia que em discursos ideológicos anticomunistas e nacionalistas, os militares, se posicionavam em defesa do capital estrangeiro como algo benéfico ao desenvolvimento nacional, em um entreguismo territorial.

Na “legalização” dos escândalos de terras para estrangeiros, os militares engendravam leis que garantiam legalmente que a aquisição da propriedade rural só poderia ser feita por brasileiros ou estrangeiros residentes no país (AI-5 Ato complementar nº45), por outro lado, quando estas aquisições fossem necessárias à execução de empreendimentos industriais considerados de interesse para a economia nacional, aprovado por órgãos competentes isso poderia se realizar (Artigo 1º, Decreto-Lei nº924 de 10/10/69). Em 1971, há a regularização da aquisição de terras por estrangeiros residentes no país ou pessoa jurídica estrangeira autorizada a funcionar no Brasil (Lei nº. 5.709 de 07/10/71). Estabelecia-se assim uma simbiose entre o capital industrial com o agro, no contexto da política territorial da SUDAM.

Neste cenário, Oliveira (1991) assinala para um cordão de propriedades estrangeiras que isolava a Amazônia do restante do país, como evidenciado no mapa da figura 14, do Relatório Velloso.

Segundo o autor, a passagem de uma ideologia fundada nas fronteiras geográficas, para uma ideologia sedimentada nas fronteiras ideológicas, projetou o processo de internacionalização da economia brasileira e dos recursos naturais do país, sem que se fizesse necessária a internacionalização jurídica das frações do território brasileiro.

Figura 14 - Mapa CPI venda de terras a estrangeiros na Amazônia - Relatório Velloso



Fonte: Relatório Velloso *apud* Oliveira (1991)

Neste processo Oliveira (1991) chama atenção para Daniel Ludwig no Projeto Jari, para aliança entre o grupo Azevedo Antunes e a Bethlehem Steel, a Hanna, a Scott Paper, a Nippon Steel, a SKF e a Bruynzel, além da Companhia Vale do Rio Doce. Os grupos controlados pelo capital estrangeiro, controlavam 38% das áreas de ocorrência mineral, para não se mencionar a área controlada por empresas nacionais e estatais que se associavam ao capital estrangeiro.

Em 1974 o governo brasileiro aprovou o projeto da Companhia Vale do Rio Cristalino (CVRC), que objetivava a criação de bovinos em uma extensa área no Araguaia como os municípios Conceição do Araguaia e Santana do Araguaia. Em 1975 a Agência Espacial Norte-Americana (Nasa) identificou por imagens de satélite um incêndio no sudeste da Amazônia Legal. Naquele ano ocorria no Brasil o 27º Congresso da Sociedade Brasileira para o Progresso da Ciência (SBPC) e Paulo Nogueira Neto (Secretário de Meio Ambiente) no governo do general Ernesto Geisel, foi pressionado por cientistas brasileiros, alemães e norte-americanos a responder sobre o incêndio na propriedade da Volkswagen, acusada de montar o “projeto mais

antiecológico do mundo”. Joana Monteleone e Haroldo Ceravolo Sereza no Brasil de Fato (21/08/2019 11:39):

“Esse discurso [das mudanças ambientais] era particularmente significativo na medida em que expressava a sobreposição de escalas que caracterizava o problema do desmatamento tropical. Kerr – ao lado de outros membros da SBPC – acusou especificamente as multinacionais de serem corresponsáveis por um fenômeno regional de degradação ambiental na Amazônia. Ele alertou que essa degradação regional poderia, por sua vez, ter consequências climáticas globais, e desse risco de desregulação global [...]” (ARCKER, 2017 apud Joana Monteleone e Haroldo Ceravolo Sereza no Brasil de Fato (21/08/2019 11:39).

A legislação do período permitia o desmatamento de metade do território, e apesar de a empresa não ser a única a provocar o desmatamento, era na época o nome mais conhecido. Além disso, vale destacar que mesmo apresentando um discurso de proteção da Amazônia sobre a internacionalização, os militares faziam vista grossa e, inclusive, contribuíam para esse processo. (Neher na CARTACAPITAL, 27/06/2017 00:50). Joana Monteleone e Haroldo Ceravolo Sereza no Brasil de Fato (21/08/2019 11:39) analisam como desde este período as imagens dos “ecologistas” e “ambientalistas”, foram forjadas como as imagens dos “inimigos”, assim como era a imagem dos “comunistas”.

Rudolf Leiding, presidente do grupo Volks no Brasil, alegou na época que o empreendimento foi um pedido dos militares e uma grande oportunidade de investimento. O administrador comprou parte do terreno sem consultar o conselho. Como a compra já havia sido realizada, foi validada. Nesse interregno a CVRC se operacionalizava e traçava seus planos de exportação de gado pela Volks para a Europa, Japão e Estados Unidos. (Neher na CARTACAPITAL, 27/06/2017 00:50).

Os planos de exportação contestavam a retórica de alimentação do mundo, especialmente os “países de terceiro mundo”, evidenciando a contradição sempre latente da ideologia do agronegócio. Além das polêmicas ambientais, a empresa alemã foi também protagonista em situações de trabalho escravo identificados desde aquele período pela Comissão Pastoral da Terra (CPT).

Figura 15 - Criação de gado bovino pela Volkswagen entre as décadas de 1970 e 1980



Foto: picture-alliance/dpa.

Fonte: Clarissa Neher na Made for Minds (26/06/2017).

Segundo a CPT – Araguaia-Tocantins, para Neher na CartaCapital (27/06/2017 00:50) a Volkswagen agenciava trabalhadores por meio da figura do “gato” que prometia emprego no polo de desenvolvimento e mantinha esses sujeitos presos ao espaço por endividamento e em condições insalubres de moradia. O atraso, vestido de moderno (MARTINS, 1999) se materializava na fazenda-modelo com altos investimentos em pesquisa, tecnologia, e como pôde se observar em *marketing*, tudo isso concomitante às situações de trabalho escravo:

À boca miúda, entre os defensores de direitos humanos e membros da resistência aos grupos contra a ditadura, sabia-se que a Volkswagen torturava trabalhadores dentro de suas instalações em São Bernardo do Campo, como ocorreu com o metalúrgico Lucio Bellantani, em 1972. A fábrica também havia empregado um ex-comandante dos campos de extermínio de Treblinka e Sobibór na Polônia, Franz Paul Stangl, entre 1959 e 1967. Stangl foi o responsável por montar o sistema de monitoramento e vigilância dos trabalhadores na fábrica de São Bernardo, segundo a Comissão Nacional da Verdade. Qualquer suspeita de alguma atividade política ou sindical duvidosa era imediatamente avisada ao posto do Departamento de Ordem Política e Social (DOPS), que possuía uma delegacia só para isso na época, em Santo André. Com o desmatamento na Amazônia, todos esses elementos ajudaram a destruir a reputação da empresa, que teve que responder inquéritos e questionamentos, tanto na Alemanha como no Brasil. [...] Uma comissão de deputados estaduais de São Paulo [foi estruturada] para visitar a fazenda entre os dias 5, 6 e 7 de julho de 1983. A comitiva era encabeçada pelo deputado do Partido dos Trabalhadores (PT) Expedito Soares Batista [ex-operário da fábrica da Volkswagen no ABC Paulista], que fez um relatório sobre o que viu lá. Ele conta que, ao chegar à região, num avião particular disponibilizado pela própria Volks, a comitiva pegou um caminhão para a sede da fazenda. No caminho, os deputados, de diferentes tendências políticas, cruzaram com uma caminhonete com alguns trabalhadores amarrados na caçamba. Questionadas sobre a prática, os capatazes afirmaram que, se os trabalhadores não

fossem amarrados, não trabalhariam direito. Foi mais um escândalo na história das terras da Volks. (BRASIL DE FATO, 2019)

Figura 16 - Comissão de deputados conversando com trabalhadores da fazenda da Volkswagen em 1983



Foto: Clovis Cranchi – Estadão Conteúdo.
Fonte: Alessandro Reis no Uol (2022).

Alessandro Reis no UOL (2022) afirma que por denúncias realizadas pelo padre Ricardo Rezende Figueira em 1983, na época coordenador da CPT, e documentos e testemunhos reunidos pelo hoje coordenador do Grupo de Pesquisa de Trabalho Escravo Contemporâneo da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ) em 2019, o Ministério Público do Trabalho (MPT) convocou a Volkswagen a participar de audiência no dia 14 de junho deste ano, em Brasília, sob a acusação de tortura e trabalho escravo na fazenda.

Ricardo Figueira para Alessandro Reis no Uol (2022) afirmou que entre os seus testemunhos, há o relato de 3 trabalhadores que lhe concederam depoimento, após fugirem da fazenda. Segundo o padre e pesquisador:

Esses três jovens que fugiram da 'Fazenda Volkswagen' ficaram apenas um mês no local e logo na primeira noite já começaram a se apavorar. Eles presenciaram fiscais armados espancando um 'peão' que tentou fugir. Conforme disseram, outro trabalhador foi amarrado nu em uma árvore no meio da floresta e também sofreu agressões. A mulher dessa pessoa teria sido estuprada. (Ricardo Nogueira para Alessandro Reis no UOL, 2022).

Os três trabalhadores relataram também que havia assassinatos na fazenda e que os corpos eram jogados no rio Cristalino. Segundo eles, estes trabalhadores em situação de escravidão, eram contratados para o desmatamento da fazenda - acusações as quais a Volkswagen também nega desde o início das denúncias.

O padre relata também que, em visita à fazenda à época, ao chegar ao local, não havia funcionários, exceto por um trabalhador que parecia doente e dizia ter sido impedido de sair de lá por estar devendo dinheiro à administração da fazenda. Para Nogueira, os trabalhadores, na circunstância foram escondidos na mata. No local, segundo seus relatos, havia clube e hotel de luxo “tudo bancado com a ajuda de dinheiro público [e] os ‘peões’ ficam em casas de madeira” (Ricardo Nogueira para Alessandro Reis no UOL, 2022).

Em setembro de 2020 a Volkswagen Brasil assinou um Compromisso de Ajustamento de Conduta (TAC) com o Ministério Público Federal, o Ministério Público do Estado de São Paulo e a Procuradoria do Trabalho, em que destinou o valor de R\$16,8 milhões à Associação dos Trabalhadores da fábrica. A maior parte da verba foi direcionada a ex-funcionários que manifestaram ter sofrido violações dos direitos humanos, resultando em um TAC de mais de R\$36 milhões. (Alessandro Reis no UOL, 2022).

As informações apresentadas no noticiário indicam também o envolvimento da Volkswagen com situação de trabalho escravo na Alemanha durante a Segunda Guerra Mundial. Além disso, a reportagem indica que o departamento de assuntos jurídicos da Volks, lamenta pelo ocorrido no passado e se dispõe a lidar com a investigação sobre a violação dos direitos humanos.

Em 1986 a Volkswagen colocou a fazenda-modelo no Brasil, a venda por 80 milhões de dólares, para se livrarem do problema-modelo, que não atingiu seus objetivos econômicos e era financiada pelo Estado por meio de incentivos fiscais. Afirmando não terem alcançado os lucros esperados venderam a CVRC, no mesmo ano, por 20 milhões de dólares à família japonesa Matsubara, residentes no Paraná, que plantavam algodão e criavam gado e que não arcaram com todos os pagamentos, ficando a Volkswagen com a hipoteca da mesma. (Neher na CARTACAPITAL, 27/06/2017 00:50).

Somente em 1997 a Volks se livrou por completo da fazenda que foi leiloadada a empresários brasileiros. Partes da CVRC em 1998 e em 2015 foram desapropriadas para fins de Reforma Agrária. O território, ainda hoje é palco de violentos conflitos agrários, incluindo mortes como a de 4 pessoas em 2017. (Neher na CARTACAPITAL, 27/06/2017 00:50).

Joana Monteleone e Haroldo Ceravolo Sereza no Brasil de Fato (21/08/2019 11:39) também resgataram importantes anúncios financiados pelo governo sobre este projeto da Volkswagen na Amazônia. Na figura 17, a imagem de um boi aparece sob o título: “Volkswagen produzido na Amazônia”, fazendo-se referência aos carros produzidos no ABS paulista.

Aspectos como o papel da SUDAM e do Estado no financiamento do projeto, o público-alvo e o modelo agropecuário valorizado na época, associado a concepção de desenvolvimento, são destacados no texto:

A Volkswagen já está na Amazônia participando de projetos agropecuários e industriais aprovados pela Sudam, e colaborando mais ainda com o desenvolvimento do Brasil. Mas ela não foi para lá sozinha. Ao seu lado na Amazônia encontram-se alguns dos mais poderosos grupos deste país: Mappin, Searpa, Casparian, Alcântara Machado, Swilt, Lunardelli, Camargo Corrêa, Villares, Finasa, Germaine Burchard, Levy, Junqueira Vilela, Meinberg, Avelar Assumpção, Ometto. Nem todos vão criar gado, embora os maiores pastos do mundo estejam na área da Sudam. Centenas de jazidas de manganês, ferro, estanho, ouro, tório, urânio, zinco, bauxita, chumbo, níquel, já foram descobertas. E milhares de produtos diferentes já podem ser fabricados. Para garantir o seu lucro o Banco da Amazônia dá toda cobertura financeira. E o Governo Federal e os Governos Estaduais da região fazem tudo que podem. Nada de pagar Imposto de Renda durante 10 anos. Em algumas regiões você não paga nem Impostos Estaduais, nem Impostos Municipais, e até o terreno você pode receber de graça. Se fôr preciso importar equipamento você não paga Taxas nem Impostos de Importação. Mostre o seu espírito pioneiro: Procure os escritórios da Sudam, as agências do Banco da Amazônia ou dos bancos autorizados. Escolha um dos projetos já aprovados pela Sudam, ou elabore o seu próprio projeto. E vá para a Amazônia. (ANÚNCIO SUDAM, década de 1970).

A Ometto, referenciada no texto como uma das grandes empresas que usufruíam das benesses da Sudam, esteve envolvida no sequestro de crianças e adolescentes no regime militar e promoveu nos anos 1970 a desterritorialização de indígenas, provocando-se epidemias que mataram centenas de pessoas. (REINA, 2019).

Bampi et. al. (2017) sobre a atuação da Ometto no norte do estado do Mato Grosso, já destacavam que o grupo instalou a Fazenda Suiá Missú com aquisição de 695.843 hectares sobre a sede do território Xavante, usufruindo dos incentivos financeiros da década de 1970. Em seguida, venderam a maior parte da fazenda para a Liquigás, do grupo italiano Ursini. Em 1981 com a falência do grupo a fazenda ficou sob o controle da estatal ENI/Agip Petroli AS.

Figura 17 - SUDAM e Volkswagen - anúncio da década de 1970

Volkswagen produzido na Amazônia.

A Volkswagen já está na Amazônia, participando de projetos agropecuários e industriais aprovados pela Sudam, e colaborando mais ainda com o desenvolvimento do Brasil.

Mas ela não foi para lá sózinha. Ao seu lado na Amazônia encontram-se alguns dos mais poderosos grupos deste país: Mappin, Scarpa, Gasparian, Alcântara Machado, Switt, Lunardelli, Camargo Corrêa, Villares, Finza, Germaine Bouchard, Levy, Junqueira Vilela, Meinberg, Avelar Assumpção, Ometro.

Nem todos vão criar gado, embora os maiores pastos do mundo estejam na área da Sudam.

Centenas de jazidas de manganês, ferro, estanho, ouro, tório, urânio, zinco, bauxita, chumbo, níquel já foram descobertas. E milhares de produtos diferentes já podem ser fabricados.

Para garantir o seu lucro, o Banco da Amazônia dá toda cobertura financeira. E o Governo Federal e os Governos Estaduais da região fazem tudo o que podem. Nada de pagar Imposto de Renda durante 10 anos.

Em algumas regiões você não paga nem Impostos Estaduais, nem Impostos Municipais, e até o terreno você pode receber de graça.

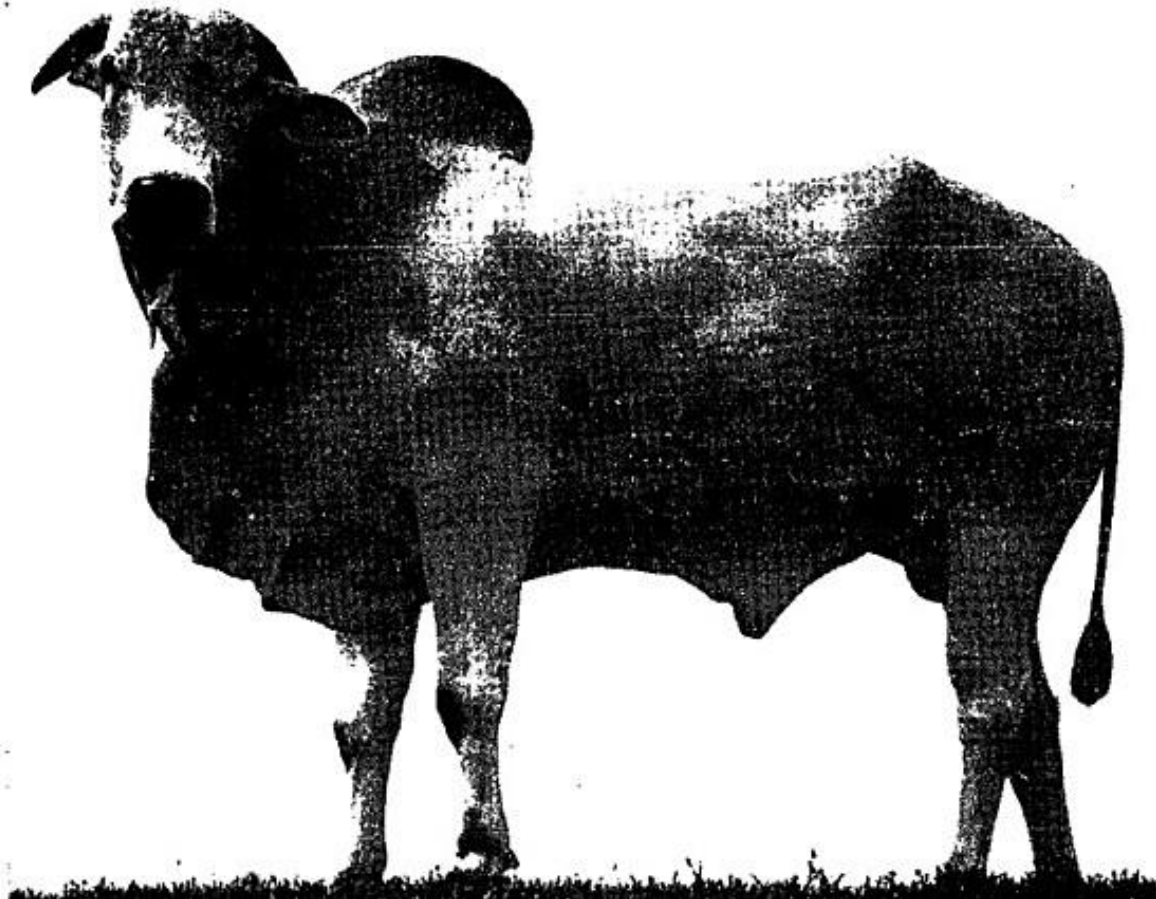
Se for preciso importar equipamento, você não paga Taxas nem Impostos de Importação.

Mostre o seu espírito pioneiro: Procure os escritórios da Sudam, as agências do Banco da Amazônia ou dos bancos autorizados.

Escolha um dos 500 projetos já aprovados pela Sudam, ou elabore o seu próprio projeto. E vá para a Amazônia.

ADMINISTRAÇÃO FEDERAL DO DESENVOLVIMENTO DA AMAZÔNIA SUDAM

BANCO DA AMAZÔNIA S.A.



Com a repercussão do caso da desterritorialização do povo Xavante responsabilizando a atuação dos italianos na Amazônia, em 1990 iniciaram-se pressões políticas e ambientais pela devolução das terras. “Na Conferência Rio-92, o presidente da ENI, pressionado por entidades brasileiras e italianas, “comprometeu-se, a devolver aos Xavante parte do que lhes pertenceu: uma área de 165 mil ha” (CANUTO, 2012).

Tal fato não ocorreu pela resistência dos acionistas brasileiros sobre a pressão e pelo conflito de interesses da subsidiária italiana entre o politicamente correto e os interesses econômicos. 250 mil hectares já haviam sido vendidos em 1989 ao grupo Garavelo e 65 mil hectares foram colocados à leilão em 1992 (BAMPI *et al.*, 2017).

O cartaz do leilão, ocorrido no Castro's Park Hotel em Goiânia (GO), apresentado na figura 18, evidencia os lotes da área sobre a Terra Indígena. Segundo Bampi *et al.* (2017) a área foi adquirida por terceiros em leilão e recortada para revenda e ocupação. Logo, desencadeou-se estímulos para a entrada de não indígenas na terra, atingindo inclusive a reserva legal, prevista em 50% pela legislação da época.

Figura 18 - Anúncio de Leilão Liquifarm Agropecuária Suiá Missú S/A - Década de 1970



Fonte: Moreira, 2012 *apud* Bampi *et al.* (2017).

Os autores destacam ainda que sem-terras, posseiros e pequenos proprietários foram arrebanhados e incentivados para ocupação na área em específico, buscando-se uma justificativa social. Posteriormente, por meio da pistolagem, tais posseiros foram também desterritorializados. “Se na década de 1960 houve o processo de instalação do latifúndio sobre território indígena de Marãiwatsédé, em 1992 se estabeleceu a grilagem e a ocupação com drástica transformação da paisagem.” (BAMPI, *et al.*, 2017, p.354).

Ainda no contexto da Sudam a Oleaginosas Maranhenses S.A. (OLEAMA) em parceria com o Banco Halles de Investimentos S.A. apresentava em 1972 o anúncio da figura 19:

Figura 19 - Anúncio OLEAMA e BANCO HALLES – 1972

PARA QUEM TEM APETITE DE LUCROS A OLEAMA OFERECE UMA SALADA BEM TEMPERADA.

Veja se não é uma linha de produtos de primeira que a Oleama serviu para o investidor que tem fome de rendimentos: óleo de coco para fins industriais; óleo comestível Cristal; sabões Rio-Anil, Polar e Tri; velas Marengo e União; higienizante União; Indústria de latas; enlatamento de soda cáustica e querosene.

A Oleaginosas Maranhenses S.A. - OLEAMA - conseguiu tudo isso em 10 anos de trabalho, com o babaçu do Maranhão.

De 1962 a 1971, exportou o equivalente a US\$ 3.525.877,00. Ainda neste período, vendeu Cr\$ 98.630.440,81. E em 1971, faturou no mercado interno, 362,5% sobre o seu capital.

E ainda vai conseguir muito mais com o seu Projeto de Expansão, já aprovado pela SUDAM.

Venha saborear conosco os apetitosos lucros do babaçu do Maranhão.

OLEAMA
OLEAGINOSAS MARANHENSES S.A.
Rua Cândido Mendes, 644 - São Luís - Maranhão

BANCO HALLES
DE INVESTIMENTOS S.A.

São Paulo - R. 24 de Maio, 77 - 15.º andar - Fones: 36-3248 - 36-6210 - 34-3443 - 37-2249 - R. Barão de Itapetininga, 88 - 5.º andar - Fones: 35-4680 - 36-0423 - 34-8739
Rio de Janeiro - R. 7 de Setembro, 48 - 6.º andar - Fones: 242-9751 - 252-7136 - 252-8349 - Salvador - Av. dos Estados Unidos, 18 - Fones: 2-3151 - 2-3153
Belo Horizonte - R. Tupinambá, 346 - Fones: 22-7339 - 24-2974 - 24-7435 - Recife - R. do Hospício, 89 - Fones: 22-5908 - 22-6425 - 22-4682 - Curitiba - R. Cândido Lopes, 446 - 2.º andar - Fone: 23-6436 - Porto Alegre - R. 7 de Setembro, 1.116 - Fones: 24-6825 - 24-1344

Fonte: Hernandez (2012) - Anúncios anos 70.

“Para quem tem apetite de lucros a Olema oferece uma salada bem temperada”. “*Olema é uma empresa do Grupo União Fabril Exportadora S.A.”. Os semas [+lucro] e [+alimentos] se reforçam no título do anúncio que segue com a seguinte apresentação:

Veja se não é uma linha de produtos de primeira que a Olema serviu para o Investidor que tem fome de rendimentos: óleo de coco para fins industriais; óleo comestível Cristal; sabões Rio-Anil, Polar e Tri; velas Marengo e União; higienizante União; Indústria de latas; enlatamento de soda cáustica e querosene. A Oleaginosas Maranhenses S.A. – OLEMA – conseguiu tudo isso em 10 anos de trabalho, com o babaçu do Maranhão. De 1962 a 1971, exportou o equivalente a US\$3.525.877.00. Ainda neste período vendeu Cr\$98.630.440,81. E em 1971, faturou no mercado Interno, 362,5% sobre o seu capital. E ainda vai conseguir muito mais com o seu Projeto de Expansão, já aprovado pela SUDAM. Venha saborear conosco os apetitosos lucros do babaçu do Maranhão. (Anúncio OLEMA, 1972).

A tardia industrialização brasileira se caracterizou a princípio pela indústria de alimentos e materiais de limpeza, especialidades as quais o Grupo União Fabril se dedicava, expandindo seu projeto no âmbito dos benefícios fiscais oferecidos pela SUDAM. A narrativa se desencadeia por palavras como fome, rendimentos, exportação, mercado, lucros e sabor. Nas nuances culturais deste período estas são recorrentemente evocadas para se anunciar os projetos de modernização da época.

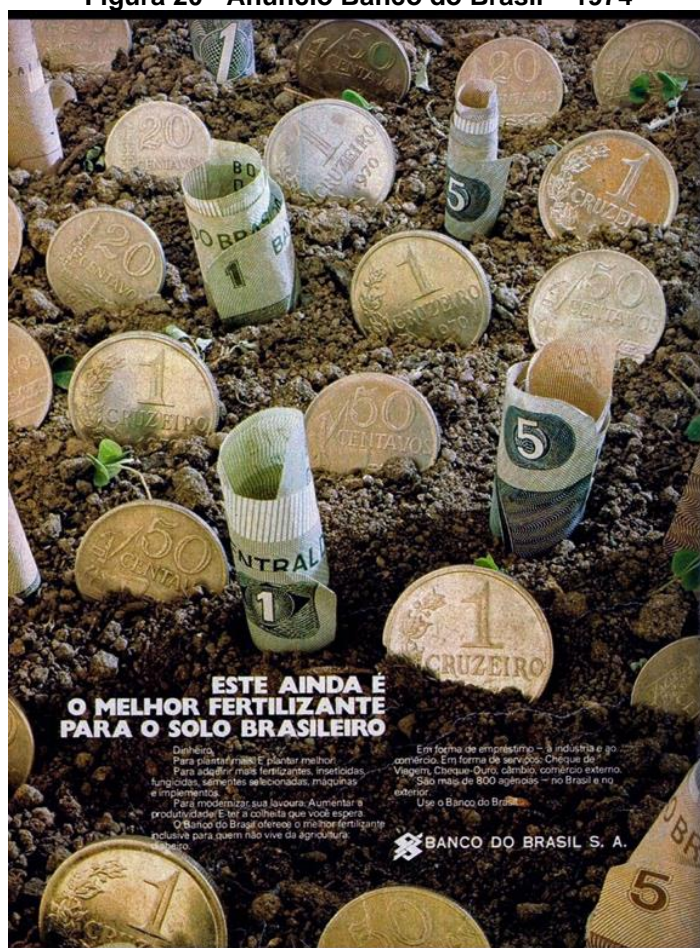
Ainda sobre os efeitos da Modernização da Agricultura, Mendonça (2010) analisa como as entidades patronais foram fundantes na manutenção da questão agrária, destacando o papel da Sociedade Nacional de Agricultura (SNA - RJ) e da Sociedade Rural Brasileira (SRB - SP) nas ações contrapostas a Reforma Agrária e na criação de discursos que legitimassem essas ações por uma identidade agro, propagados sobretudo por meio de assembleias, eventos e pelas revistas *Lavoura* e *Rural*, respectivamente.

A autora resgata também o papel da União Democrática Ruralista - UDR, nesse processo, a qual no campo de disputa do Estado fazia uso da violência direta e de outras técnicas de poder e controle para garantir os interesses dos ruralistas e cooptar outros sujeitos. Com a manutenção da questão agrária, o controle pelo uso de um pacote técnico - em que Mendonça (2015) aponta como um esvaziamento do campo de gentes e preenchimento de técnicas; mais um passo do agronegócio, para o controle das vidas objetivando-se o controle da renda.

O uso deste pacote técnico era garantido na lógica dos empréstimos, conforme manifestado no anúncio da figura 20.

No anúncio lê-se: “Dinheiro para plantar mais. E plantar melhor. Para adquirir mais fertilizantes, inseticidas, fungicidas, sementes selecionadas, máquinas e implementos.” O projeto de drenagem da renda dos territórios, sob a ossatura do Estado capitalista brasileiro, já se delineava e seu discurso se manifestava em anúncios como este.

Figura 20 - Anúncio Banco do Brasil – 1974



Fonte: Hernandez (2012) - Anúncios anos 70.

“Para modernizar sua lavoura. Aumentar a produtividade. E ter a colheita que você espera. O banco do Brasil oferece o melhor fertilizante. Inclusive para quem não vive da agricultura. Dinheiro.” Evidencia-se no discurso os arranjos conceituais do *metametaconceito* de agronegócio, já se constituindo. Os conceitos de <<modernização>>, <<produtividade>>, <<agricultura>> vão se interseccionando em uma mesma trama conceitual. Além disso é nítida a positividade semântica-ideológica [+crescimento], [+esperança], [+dinheiro].

Do ponto de vista da semiótica a imagem é também um código. Nota-se a alusão à ideia de que dinheiro se planta e por conseguinte, se colhe. E evidentemente a materialidade, ou solo fértil para tal racionalidade se encontra justamente no Estado, que neste caso se dispõe ao público rural e urbano do projeto hegemônico. “Inclusive para quem não vive da agricultura.” Já cristalizando a ideia de uma unidade de discurso ou de bloco.

“Em forma de empréstimos – à indústria e ao comércio. Em forma de serviços: Cheque de Viagem, Cheque-Ouro, câmbio, comércio externo. São mais de 800 agências, no Brasil e no exterior. Use o Banco do Brasil.” Pela perspectiva da retórica, compreende-se o discurso da sedução, gerando-se identidade com diferentes sujeitos e demandas.

Outro anúncio, do final da década de 1970, também evidencia a sedimentação da ideologia agro desde este período, o anúncio traz uma imagem futurista, de um trator em uma área sendo preparada para o monocultivo de trigo e dois homens. Em título destaque: “2008 A TERRA DEVOLVE TODOS OS DESAFIOS QUE FORAM SEMEADOS”. 2008 que, por ironia dos anos seguintes, foi o ano protagonista de uma das maiores crises do capital em conjuntura econômica global.

Figura 21 - Anúncio Banco do Brasil – 1978

2008

A TERRA DEVOLVE TODOS OS DESAFIOS QUE FORAM SEMEADOS.

HÁ 28 ANOS, EM 1978, O BANCO DO BRASIL AJUDAVA O BRASIL A SEMEAR DESAFIOS: TRIGO E SOJA NO CERRADO, CACAU NA AMAZÔNIA. ERA O PAÍS CONSOLIDANDO SUA VOCAÇÃO DE GRANDE SUPRIADOR DE ALIMENTOS.

O velho fazendeiro não consegue esconder sua emoção diante do trigo que se de encontra no horizonte, monótono, mas lindamente abastado, quilômetros após quilômetros.

Mesmo sem perceber, começou a lembrar para os mas novos como era o Cerrado dos velhos tempos. Uma paisagem de mais bravo e sequenas árvores recordadas.

Uma estação que não havia conhecido a mão do homem até a década de 70, quando o Brasil apesar de se ser um dos maiores exportadores de produtos rurais do mundo, só cultivava

20% do seu território. Mas o pródigo espírito do país, naquela época era o de sempre desafiar. E o seu maior agente financeiro – o Banco do Brasil – passou a desenvolver uma política de recall autoritativa para abrir à agricultura regiões até então desaproveitadas. Por que não trigo e soja no Cerrado? Por que não cacau na Amazônia?

O Banco do Brasil e apenas ele – era capaz de promover uma vida assim. O maior banco rural do mundo com 80% das quase 1200 agências que tinha em 1978, atuava no interior, era um profundo conhecedor da agricultura e da pecuária nacionais. O Banco do Brasil criou sua Carteira de Crédito Agrícola e Industrial em 1956, depois que a grande depressão espanhola afetava devastadora em todo o Ocidente, numa época em que aqui se esticava café e se consumiam esparganais na busca de uma saída. No seu segundo ano de funcionamento, esta carteira concedia R\$21 bilhões em financiamentos, somando 79 milhões de cruzados. Em 1978, mais de 60% de todo o crédito concedido no País a produtores rurais tinha origem do Banco do Brasil. E junto com o crédito vinha também assistência técnica, sementes e abrange. Orientação e estímulo à utilização racional do solo, combate a erosão, uso de defensivos e controle de pragas. Apoio à formação de cooperativas de produtores. Foi assim que no fim do Século XX o Brasil consolidou sua vocação natural de grande produtor de alimentos. Hoje trigo e soja no Cerrado, Cacau na Amazônia. Os baldios de terras férteis identificados no País e no Norte de Mato Grosso oferecem colheitas generosas. O Banco do Brasil com sua política de crédito permanente, auxilia a superar o preconceito de que um país agrícola é necessariamente um país pobre. Pelo contrário, agora em 2008, quando o Banco completo, das séculos de vida do velho fazendeiro do Cerrado tem muito orgulho do seu trigo e, como pioneiro de um novo tempo, sabe que o mundo olha para as safras brasileiras com esperança e admiração. É tempo de colher todos os desafios que foram semeados.

de cooperativas de produtores. Foi assim que no fim do Século XX o Brasil consolidou sua vocação natural de grande produtor de alimentos. Hoje trigo e soja no Cerrado, Cacau na Amazônia. Os baldios de terras férteis identificados no País e no Norte de Mato Grosso oferecem colheitas generosas. O Banco do Brasil com sua política de crédito permanente, auxilia a superar o preconceito de que um país agrícola é necessariamente um país pobre. Pelo contrário, agora em 2008, quando o Banco completo, das séculos de vida do velho fazendeiro do Cerrado tem muito orgulho do seu trigo e, como pioneiro de um novo tempo, sabe que o mundo olha para as safras brasileiras com esperança e admiração. É tempo de colher todos os desafios que foram semeados.

BANCO DO BRASIL
Um grande país precisa de um Banco assim.

Fonte: Hernandez (2012) - Anúncios anos 70.

Na descrição do título é projetado: “Há 29 anos em 1979 o Banco do Brasil ajudava o Brasil a semear desafios, trigo e soja no cerrado, cacau na Amazônia, era o país consolidando sua vocação de grande supridor de alimentos”.

O discurso da <<segurança alimentar>>, cerne das narrativas agro neste período, ganha destaque com a centralidade material de disponibilidade dos territórios com o conceito de <<vocação>>. Como Barbosa (2001) evidenciou, é nos discursos que se identificam as tensões e conflitos. O conceito de <<vocação agrícola>>, foi nesse contexto muito utilizado para se legitimar o consenso das *commodities* (Svampa, 2013) no Cerrado, especialmente aquelas *commodities* agrícolas estranhas às espécies endêmicas do bioma: [+soja], [+trigo].

Os esquecimentos estruturantes que se consolidavam giravam em torno do não dito sobre a contradição legível - o debate sobre a soberania alimentar e dos territórios brasileiros. Sob o discurso do medo da fome, a cólera era contida por meio do conceito de <<vocação>>, que seduzia à uma solução¹³.

No anúncio, segue-se: “O velho fazendeiro não conseguiu esconder sua emoção diante do trival que ia de encontro ao horizontal, monótono, mas lindamente dourado quilômetro após quilômetro.” e completa:

Mesmo sem perceber começou a lembrar para os mais novos como era o Cerrado dos velhos tempos. Uma paisagem de mato bravo e pequenas árvores retorcidas. Uma vastidão que não havia conhecido a mão do homem até a década de 70 quando o Brasil apesar de já ser um dos maiores exportadores de produtos rurais do mundo, só cultivava 26% do seu território. Mas o próprio estilo do país naquela época era o de semear desafios. E o seu maior agente financeiro – o Banco do Brasil - passou a desenvolver uma política de riscos suportáveis para abrir à agricultura regiões até então inaproveitadas. Por que não trigo e soja no Cerrado? Por que não

¹³ Não nos aprofundaremos no debate sobre a mobilização das paixões nos recursos retóricos, embora, seja pertinente salientar que nestas estratégias as incertezas são estimuladas e contidas com argumentos de esperança. Lembrando que “ninguém se encoleriza contra pessoas que não se prestaria a ser alvos de sua vingança, ou nossa cólera mostra-se relativamente diminuta, ou mesmo nenhuma diante de quem é muito mais poderoso do que nós.” (ARISTÓTELES, 384-322 a.C./2011, Livro I, p.95). Além disso Aristóteles (384-322 a.C./2011, Livro I, p.93) aponta para os desejos irracionais e os desejos racionais: “Por irracionais entendo os que não surgem de nenhuma opinião produzida pelo intelecto, [...] por exemplo o apetite por alimento (a saber, a fome e a sede) [...] Apetites associados à razão são aqueles à cuja posse somos induzidos: há muitas coisas que desejamos ver ou obter porque nos falaram delas e nos induziram a crer que são boas.”

cacau na Amazônia? O Banco do Brasil – e apenas ele – era capaz de promover uma virada assim. O maior banco rural do mundo com quase 80% das quase 1200 agências que tinha em 1978 situadas no interior era um profundo conhecedor da agricultura e da pecuária nacionais. (ANÚNCIO BANCO DO BRASIL; 1978).

É evidente a leitura das áreas de Cerrado como vazios a serem ocupados pela lógica produtiva inerente à modernização da agricultura e o potencial de apropriação dos territórios do Cerrado sob à égide do financiamento estatal.

Pires (2010) convida a pensar como tal realidade se deu em consonância à criação da Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária – EMBRAPA em 1973, com a domesticação de plantas para o cultivo no Cerrado e a criação da Empresa Brasileira de Assistência Técnica e Extensão Rural – EMBRATER em 1974, com a extensão rural, que por meio do Estado levavam os discursos do moderno, do progresso, do desenvolvimento ao interior do país, junto à reestruturação produtiva, pautada nas sementes híbridas, na formação de pastagens e nas gramíneas exóticas.

Junto a isso destacavam-se os programas federais, que na década de 1970 incentivaram e fomentaram este processo, a saber: os Planos Nacionais de Desenvolvimento (PND's), o Programa para o Desenvolvimento dos Cerrados (POLOCENTRO), Programa de Cooperação Nipo-Brasileiro para o Desenvolvimento Agrícola dos Cerrados (PRODECER).

Estes programas, associados aos créditos fornecidos, foram responsáveis pelas transformações e reconfigurações socioambientais e regionais observadas com a racionalidade empresarial se territorializando no campo brasileiro; sobretudo o PRODECER, com as análises e encaminhamentos a partir dos programas anteriores visando atender às demandas asiáticas pelos gêneros agrícolas e minerais de baixo valor agregado, como também analisa (PIRES, 2010) e (INOCÊNCIO, 2010).

É a partir dali que se fundamenta o discurso que coloca o Brasil e especialmente as áreas de Cerrado enquanto celeiro do mundo, a partir de constructos culturais, sociais, econômicos e políticos.

O Banco do Brasil criou sua Carteira de Crédito Agrícola e Industrial em 1930 depois que a grande depressão espalhou efeitos devastadores em todo Ocidente numa época em que aqui se estocava café e que se consumiam esperanças na busca de uma saída. No seu segundo ano de funcionamento esta carteira concedia 1021 financiamentos rurais num total de 80 mil contos de

réis. Quarenta anos depois em 1976 eram 2 milhões e 213 mil os financiamentos somando 79 trilhões de cruzeiros. Em 1978 mais de 80% de todo crédito concedido no país a produtores rurais vinha do Banco do Brasil. E junto com o crédito vinha também assistência técnica séria e abrangente, orientação e estímulo à utilização racional do solo, combate a erosão, uso de defensivos e controle de pragas. Apoio à formação de cooperativa de produtores. (ANÚNCIO BANCO DO BRASIL; 1978).

Associado aos créditos concedidos, com a criação da EMBRAPA então, as políticas de créditos bem como a assistência técnica oferecida pela EMATER a partir dos resultados das inovações e pesquisas desenvolvidas pela EMBRAPA, em muito estiveram limitadas às grandes propriedades, consideradas aptas ao processo de modernização (PIRES, 2010). Além disso, é importante lembrar o papel da EMBRAPA na adaptação dos solos ácidos dos Cerrados, por meio da adição de cal, à produção de *commodities* agrícolas como e especialmente a soja.

Tal “adequação”, como apresentado nas narrativas, possibilitou o aproveitamento das vantagens comparativas ambientais, especialmente as características edafoclimáticas do Cerrado, com o uso de máquinas agrícolas e a disponibilidade hídrica existente no bioma para os amplos sistemas de irrigação, afins do processo de acumulação por espoliação (HARVEY, 2003) nas áreas de Cerrado.

Tudo isso, se deu a partir de um modelo *paulistocêntrico*, que se apoiava no modelo eurocêntrico, capitaneado pelos interesses norte-americanos a partir da proclamada Revolução Verde. Em evento da USP (2021), o representante da Canaplan Consultoria declara:

Gente, na década de 70 se dizia que o Brasil tinha dois problemas graves: tinha a saúva, a saúva ia acabar com o Brasil e o outro é, tinha o Cerrado, que era uma coisa horrorosa, que era uma área enorme no Brasil e que não conseguia fazer nada com o Cerrado. Pois bem, a revolução se dá em cima desse Cerrado, é em cima dessa realidade que o Brasil muda e começa digamos a se caracterizar como um fenômeno do ponto de vista de agronegócio (Informação Verbal, CARVALHO, 2021)¹⁴.

Pires (2010) evidencia que o pacote tecnológico associado ao crédito rural como garantia do seguro agrícola, foi um dos fatores que promoveram o aumento do preço da terra, restringindo cada vez mais o acesso aos créditos

¹⁴ Luiz Carlos Corrêa de Carvalho (Canaplan Consultoria) em: O Agronegócio pelas Lentes da Economia Política: Desafios de Governança Democrática – Instituto de Estudos Avançados da USP. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=TKcBxyekHm0>. Acesso em: nov 2021.

e às terras, provocando a manutenção da concentração fundiária a partir do endividamento dos camponeses – o que conseqüentemente provocou a marginalização destes sujeitos nas periferias urbanas.

A desterritorialização dos povos cerradeiros (MENDONÇA, 2004) esteve em processo concomitante ao emprego dos insumos chamados pela peça publicitária de “defensivos para o controle de pragas” expulsando os saberes e fazeres da diversidade para as áreas urbanas, à medida que observa-se na análise dos equilíbrios dos ecossistemas locais, a fuga de insetos e lagartas dos grandes monocultivos para as pequenas propriedades, com o emprego dos inseticidas e outros químicos que comprometem a biodiversidade dos microrganismos adaptados à diversidade (IBASE, 1986).

O silêncio discursivo das projeções elencadas na peça publicitária do Banco do Brasil sobre tais contradições e desequilíbrios se sintetiza nas considerações do texto publicitário:

Foi assim que no século XX o Brasil consolidou sua vocação natural de grande supridor de alimentos. Havia trigo e soja no Cerrado, Cacau na Amazônia. Os bolsões de terras férteis identificados no Pará e no Norte do Mato Grosso ofereciam colheitas generosas. O Banco do Brasil com sua política de crédito permanente ajudou a superar o preconceito de que um país agrícola é necessariamente um país pobre. Pelo contrário, agora em 2008 quando o Banco completa dois séculos de vida o velho fazendeiro do Cerrado tem muito orgulho de seu trigal e como porteiro de um novo tempo sabe que o mundo olha para as safras brasileiras com esperança e admiração. É tempo de colher todos os desafios que foram semeados. (ANÚNCIO BANCO DO BRASIL; 1978).

Ao encontro do que explica Arrais (2013) sobre os resultados do processo de modernização da agricultura nas áreas de Cerrado, percebe-se que as projeções evidenciadas na propaganda, emudece as culturas tradicionais que deram lugar à produção de *commodities*, como negligenciam também as transformações nas relações de trabalho no campo, a perda da biodiversidade e os inchaços urbanos.

O Banco Real pertencente ao Grupo Santander também apresentava narrativas no campo discursivo, e especialmente persuasivo, do agro. No anúncio da figura 22, destaca-se: “Daqui 30 anos pode não existir mais terra para plantar. ou pode existir mais do que hoje.”:

Hoje um hectare de algodoal (sic) está perdendo 26 toneladas de terra, em cada estação de chuvas. A terra de que estamos falando é terra fértil, rica em nutrientes, matéria orgânica e minerais. De um cafezal, as chuvas estão levando por ano até uma tonelada por

hectare. Dos pastos, meia tonelada. E não adianta apenas jogar fertilizantes, que as chuvas vão continuar levando quase tudo embora. Com o tempo a terra empobrece, as plantações ficam raquíticas e deixam o solo mais desprotegido ainda. Então o sol bate direto sobre ele e mata seus micro-organismos. A chuva também bate direto, e carrega cada vez mais terra, e forma valas e a erosão toma conta de tudo. Grandes extensões do Norte e Noroeste do Paraná estão assim erodidas, e num passado recente eram uma das regiões mais férteis do Brasil. Já existem cálculos dizendo que, nesse passo, daqui a 30 e poucos anos não haverá terra verdadeiramente boa para plantar em muitos estados. Mas o Banco Real, como banco profundamente ligado ao campo, afirma que daqui 30 anos pode haver mais terra fértil do que hoje. (ANÚNCIO BANCO REAL, 1975).

A primeira parte da peça publicitária salienta desde já alguns problemas ambientais identificados no campo. Muito embora a pauta ambiental esteja em destaque com conceitos como <<erosão>>, <<fertilidade do solo>> e semas concernentes às condições do tempo e do clima, tais pautas são mobilizadas para sustentarem o discurso da produção e da <<produtividade>> que já se anunciavam.

Figura 22 - Anúncio Banco Real – 1975

Hoje, um hectare de algodão está perdendo 26 toneladas de terra, em cada estação de chuvas. A terra de que estamos falando é terra fértil, rica em nutrientes, matéria orgânica e minerais. De um cafezal, as chuvas estão levando por ano até uma tonelada por hectare. Dos pastos, meia tonelada. E não adianta apenas jogar fertilizantes, que as chuvas vão continuar levando quase tudo embora. Com o tempo a terra empobrece, as plantações ficam raquíticas e deixam o solo mais desprotegido ainda. Então o sol bate direto sobre ele e mata seus micro-organismos. A chuva também bate direto, e carrega cada vez mais terra, e forma valas, e a erosão toma conta de tudo.

Grandes extensões do norte e noroeste do Paraná estão assim erodidas, e num passado recente eram uma das regiões mais férteis do Brasil. Já existem cálculos dizendo que, nesse passo, daqui a 30 e poucos anos não haverá terra verdadeiramente boa para plantar em muitos estados. Mas o Banco Real, como banco profundamente ligado ao campo, afirma que daqui a 30 anos pode haver mais terra fértil do que hoje.

Adote já as Práticas de Conservação do Solo. Divida sua propriedade em glebas, destinando cada uma para a cultura mais adequada, pasto, ou reflorestamento. Abandone a aração sem critério e faça sete tratoristas e administradores aprenderem a riscação e o plantio em nível. Abandone a adubação química exagerada, que não se fixa no solo, leva seu dinheiro e ainda vai poluir rios, afetando o equilíbrio ecológico.

Análise a terra e reponha só o que ela perdeu, ou fazenda a rotação de culturas, ou através de calagem, adubação química ou orgânica em quantidades exatas. Mesmo as terras cansadas vão ficar mais férteis do que já foram um dia. E vão produzir mais, colheita após colheita, aumentando seus lucros e aumentando o valor do seu patrimônio. Os agrônomos e técnicos do Banco Real podem orientar seu investimento em cada uma das Práticas de Conservação do Solo. Visite qualquer de nossas 530 agências e converse com um Gerente hoje mesmo. Se você acredita na terra, o Banco Real acredita em você.

BANCO REAL
O Banco que faz mais por seus clientes.

DAQUI A 30 ANOS PODE NÃO EXISTIR MAIS TERRA PARA PLANTAR. OU PODE EXISTIR MAIS DO QUE HOJE.

Fonte: Hernandez (2012) – Anúncio anos 70.

No contexto o banco se posiciona como “profundamente ligado ao campo” e faz projeções de produtividade para os próximos 30 anos seguindo com a narrativa:

Adote já as Práticas de Conservação do Solo. Divida sua propriedade em glebas, destinando cada uma para a cultura mais adequada, pasto ou reflorestamento. Abandone a aração sem critério e faça seus tratoristas e administradores aprenderem a riscação e o plantio em nível. Abandone a adubação química exagerada, que não se fixa no solo, leva seu dinheiro e ainda vai poluir rios afetando o equilíbrio ecológico. Analise a terra e reponha só o que ela perdeu, ou fazendo rotação de culturas, ou através de calagem, adubação química ou orgânica em quantidades exatas. Mesmo as terras cansadas vão ficar mais férteis do que já foram um dia. E vão produzir mais, colheita após colheita, aumentando os seus lucros e aumentando o valor do seu patrimônio. (ANÚNCIO BANCO REAL, 1975).

Diferente das narrativas apresentadas na mesma década pelo Banco do Brasil, as narrativas do Banco Real não se posicionam no discurso da vocação agrícola, mas sim no discurso ambiental a partir da pauta das boas práticas de conservação do solo, discurso esse, inclusive, bastante incipiente no que concerne às narrativas do que viria a ser o agronegócio a partir dos anos 2000.

Se situado na atualidade, tal narrativa se engendraria no discurso da sustentabilidade, que passou a ser evocado a partir da década de 1990. Contudo, é evidente, que os semas [+lucro] [+propriedade privada] [+patrimônio] sedimentam a peça publicitária. Outro aspecto importante, é como a peça evidencia um papel crucial: a apropriação da renda da terra pelas corporações de *commodities*.

Ao anunciar que os “tratoristas” e “administradores” precisam aprender sobre o manejo do solo e o uso em proporção adequada de fertilizantes etc. o anúncio indiretamente evidencia como parte da renda é drenada por estas corporações estando inclusive os grandes proprietários de terra (público do anúncio) subordinados em certa medida a elas. Em seguida, têm-se a conclusão:

Os agrônomos e técnicos do Banco Real podem orientar o seu investimento em cada uma das Práticas de Conservação do Solo. Visite qualquer de nossas 530 agências e converse com um Gerente hoje mesmo. Se você acredita na terra, o Banco Real acredita em você. BANCO REAL o banco que faz mais por seus clientes. O Banco Real financia as Práticas de Conservação do Solo em até 8 anos. (ANÚNCIO BANCO REAL, 1975)

As considerações do anúncio convidam ao seguinte questionamento: O que seria possível, no âmbito das boas práticas de conservação do solo, se os bancos estatais oferecessem aos camponeses ampla assistência técnica

de tal modo? Ainda que se limitasse a racionalidade agrícola, a garantia de renda aos jovens camponeses como incentivo para sua permanência no campo, já seria um grande avanço. A concretude, por outro lado, manifesta que nem o mínimo no âmbito agrícola é garantido, quiçá, por uma perspectiva agrária. A assistência técnica no campo, destinada aos camponeses em muito tem-se realizado pelas próprias corporações de *commodities*.

Outra evidência da imagnetização do capital no campo (LACERDA, 2011), manifestada pelos anúncios de financiamento agrícola, é observada na peça seguinte. A peça publicitária do Banco do Comercio e Industria de São Paulo S.A. cujo lema era “Experiência e Confiança” (1889 – 1979), tem por título “É preciso viver da terra para descobrir na terra o verde do pasto e o branco do leite”. Na sequência trazem:

O homem que vive da terra aprende desde cedo o significado das suas cores. Sabe, por exemplo, que a semente em determinadas circunstâncias pode tingir a terra de um verde profundo. Ou que o leite do gado será tanto mais branco quanto mais verde for o pasto que o alimenta. Ao homem que tem sensibilidade para entender essa fusão de cores a terra gratifica com casa e comida. Há 90 anos o Comind ajuda o agricultor a tirar proveito das cores da terra. Para que todos os brasileiros, do campo e da cidade, descubram em sua mesa o amarelo do ovo, o vermelho da carne, o verde da alface e o branco do leite. E para que as outras cores dos nossos campos se transformem em divisas para a economia do País. (ANUNCIO COMIND, 1979).

Figura 23 - Anúncio Banco Comind – 1979



Fonte: Hernandez (2012) – Anúncio anos 70.

Na narrativa empregada no anúncio o discurso agro se estabelece a partir da centralidade do seu campo conceitual. Os semas que constituem o campo conceitual do agro, conduzem a narrativa por fio que perpassa a diversidade (com as cores), a referência à linearidade da concepção de cadeia produtiva (da terra, semente, pasto, alimento ao prato); o próprio sema da alimentação e o lucro.

Destaca-se ideia de tradição, a partir da sabedoria do “homem que vive da terra”. O próprio lema do Banco Comind se sedimenta na ideia de experiência. Silva (1990) explica que em meados da década de 1970 o Comind assumia a posição de 6º maior banco privado do país e que por volta de 10 anos depois transformou-se na maior falência da história bancária brasileira. O Banco que manifestava orgulho de sua experiência em: “90 anos COMIND” possuía como fundadores homens ligados à oligarquia cafeeira.

Além da tradição consolidada no bojo de uma ideologia conservadora, outro sema situado no campo conceitual do agronegócio é o sema [+exportação]. Sendo a racionalidade do agronegócio voltada para a exploração dos componentes territoriais a favor de um processo de acumulação por espoliação, o destino das *commodities* agrícolas ou minerais explorados neste processo no Brasil, em suma é o mercado externo.

Tal realidade se evidencia em peças publicitárias como a peça do Banco do Brasil de 1971 da figura 24, que incentiva à exportação com a narrativa do diretor da k-Refre-Ko a respeito do “caminho das pedras” sobre o assunto.

O anúncio do Banco do Brasil com a retórica da exportação possui como título “Conheça o caso de uma empresa que abriu o caminho para a exportação mandando bala.” Em seguida, tem-se a imagem de uma bala (doce) Soft. Referências ao armamento na década de 1970 era muito comum no Brasil - como será evidenciado posteriormente com anúncios específicos deste segmento.

É preciso destacar a narrativa de incentivo à exportação sustentada neste texto que se inicia com um ícone: “EXPORTAR É O QUE IMPORTA”:

Quem fala é um dos diretores da Q-Refres-Ko: “Em 1970 quando começamos a exportar chicles de bola, balas Soft, pó para refrescos e pirulitos, tínhamos um objetivo definido: conquistar a qualquer preço o mercado norte-americano. Para

convencer os importadores de que o nosso produto era melhor do que o francês, trabalhamos em silêncio durante dois anos, mantendo contatos, trocando informações, pesquisando sabores e embalagens e remetendo amostras. Todas as barreiras foram vencidas e começamos a exportar para os EUA em 1971. Só no ano passado os americanos importaram mais de quatro milhões de dólares. O sucesso dessa primeira iniciativa nos animou a participar de uma feira especializada em produtos alimentícios na Alemanha. Não nos limitamos a distribuir folhetos e amostras. Aproveitamos para conversar diretamente com os clientes. A partir de então pudemos contar com compradores de tradição nos mercados norte-americano, canadense, francês, inglês e outros de potencial significativo.” (ANÚNCIO BANCO DO BRASIL, 1971).

Figura 24 - Anúncio sobre exportações, Banco do Brasil - 1971

Conheça o caso de uma empresa que abriu o caminho para a exportação mandando bala.

SOBREPOSSUA

Quem fala é um dos diretores da O-Palmer-Ko: "Em 1970 quando começamos a exportar chicletes de bala, balas Soft, pó para refresco e pirulitos, tínhamos um objetivo definido: conquistar a qualquer preço o mercado norte-americano. Para convencer os importadores de que o nosso produto era melhor do que o francês, trabalhamos em silêncio durante dois anos, mantendo contatos, trocando informações, pesquisando

sabores e embalagens e remetendo amostras. Todas as barreiras foram vencidas e começamos a exportar para os EUA em 1971. Só no ano passado os americanos importaram mais de quatro milhões de dólares. O sucesso dessa primeira iniciativa nos animou a participar de uma feira especializada em produtos alimentícios na Alemanha. Não nos limitamos a distribuir folhetos e amostras. Aproveitamos para conversar diretamente com os clientes. A partir de então

pudemos contar com compradores de tradição nos mercados norte-americano, canadense, francês, inglês e outros de potencial significativo. Nos últimos 7 anos fomos obrigados a expandir diversas vezes nossas instalações e a diversificar nossa produção para atender às exigências dos importadores. Hoje, já exportamos para 16 países. Aprendemos que um exportador sem tradição pode compensar esta desvantagem oferecendo um produto de alta qualidade a preços competitivos. É preciso conquistar a preferência do consumidor estrangeiro que, em última análise, é quem decide o futuro de qualquer produto".

Atenção, exportador. Além dos empréstimos oferecidos pelo Banco do Brasil, você agora pode contar com o Cheque-Curo de Exportação, um novo instrumento para financiar a aquisição de produtos brasileiros pelos importadores.

BANCO DO BRASIL

Câmara de Comércio Exterior - CACEX
 Exportação é mais emprego, exportação é mais produção, exportação é desenvolvimento.

Fonte: Hernandez (2012) – Anúncio anos 70.

A menção ao mercado norte-americano convida a lembrar sobre as mudanças nos hábitos de consumo e alimentares estabelecidas nos EUA desde 1950 com o projeto *agribusiness*. A divisão internacional do trabalho também se estabelece na narrativa, à medida que cabe ao Brasil a

exportação de *commodities* e bens não duráveis com baixo valor agregado. O diretor da Q-Refres-Ko segue:

Nos últimos 7 anos fomos obrigados a expandir diversas vezes nossas instalações e a diversificar nossa produção para atender às exigências dos importadores. Hoje, já exportamos para 16 países. Aprendemos que um exportador sem tradição pode compensar esta desvantagem oferecendo um produto de alta qualidade a preços competitivos. É preciso conquistar a preferência do consumidor estrangeiro que, em última análise, é quem decide o futuro de qualquer produto. (ANÚNCIO BANCO DO BRASIL, 1971).

A concepção de “exigência dos importadores” já anunciava desde 1971 o *modus operandi* ainda observado no século XXI: a preocupação com o mercado externo em detrimento do abastecimento interno em qualidade e soberania.

Esta realidade pode ser exemplificada a partir da experiência verificada em trabalho de campo realizado no município de Goianésia-GO na usina Otávio Laje do grupo Jalles Machado, em 2017: Em conversa com o departamento administrativo da empresa, a responsável ambiental da produção apresentava os resultados e áreas em hectares de produção de cana-de-açúcar orgânica. Ao ser questionada sobre o destino desta produção, afirmou que a produção estaria associada aos interesses do mercado externo, com raras exceções de empresas nacionais como O Boticário que compravam álcool orgânico para produção no Brasil.

Ao reconhecer que a falta de “tradição” no mercado de exportação, cria exigências, o diretor da Q-Refres-Ko apresenta no anúncio como alternativa a “qualidade do produto” e os “preços competitivos”. Na contradição do modelo econômico pautado na lógica do desenvolvimento, resta ao próprio país o enfrentamento dos desafios e a ausência da soberania pela falta de controle sobre aquilo que produz e extrai nos/dos territórios e os seus respectivos preços.

Há que se tratar também sobre as condições materiais oferecidas aos próprios empresários para a garantia dos preços competitivos. Em geral, estas estão circunscritas ao uso e drenagem dos recursos financeiros do Estado. Quando, por exemplo, ocorrem mudanças como investimento em

redes ou multimodais de transportes, tais acessos se restringem à uma pequena burguesia nacional, associada ou estrangeira.

Na mesma realidade relatada, do trabalho de campo em 2017, verificou-se no assentamento Maria Cícera no município Vila Propício próximo a Goianésia, estas ausências de acessos. Os trabalhadores e trabalhadoras assentados enfrentavam os desafios da falta de água e energia elétrica e dos longos percursos em estradas vicinais, contradição pujante diante a produção de energia na Usina Otávio Laje com o financiamento do Estado, além das rodovias de acesso à usina.

Guardada a digressão para se apresentar algumas realidades concretas acerca do assunto e analisando novamente o anúncio do Banco do Brasil de 1971, conclui-se:

Atenção, exportador. Além dos incentivos oferecidos pelo Banco do Brasil, você agora pode contar com o Cheque-Ouro de Exportação, um novo instrumento para financiar a aquisição de produtos brasileiros pelos importadores. (ANÚNCIO BANCO DO BRASIL, 1971).

Em rodapé ainda se lê: “Carteira de Comércio Exterior – CACEX. Exportação é mais empregos, exportação é mais produção, exportação é mais desenvolvimento” (ANÚNCIO BANCO DO BRASIL, 1971). Reforça-se aqui a tese sobre como os semas e conceitos vão se associando e se positivando em discursos eufóricos no qual se sedimentam os campos conceituais. Neste trecho: [+emprego], [+produção], [+desenvolvimento] são avigorados ao modelo hegemônico exportador.

Também em 1971 identifica-se o anúncio da Sociedade Algodoeira do Nordeste Brasileiro S.A. (SANBRA) sobre a *práxis* da exportação. Sob o título “EXPORTED FROM BRAZIL BY SANBRA” o anúncio apresenta:

Somos 7000 brasileiros trabalhando em 51 unidades industriais no Norte, no Centro, no Sul. Excetuando-se o café em 69/70 participamos do “export drive” com um total de 6% de tôdas as exportações brasileiras: o carimbo “Exported from Brazil by Sanbra”, simbolizou uma expressiva participação em óleo de mamona, milho, algodão e sisal. Ocupamos o pôsto de maiores exportadores agrícolas do país. Produzindo progresso, interessa-nos acima de tudo elevar o nível do nosso principal capital: o homem. Por isso, dedicamo-nos às pesquisas agrícolas e industriais, à assistência e prestação de serviços a terceiros, à melhoria e desenvolvimento contínuo de métodos e produtos marcando nossa presença em dezenas de setores da atividade humana. Somos 7000 brasileiros orgulhosos em saber que, exportando produtos da’mais alta qualidade, contribuímos para oferecer ao mundo, a imagem de um

país jovem, possuidor da mais avançada tecnologia, capaz de competir em pé de igualdade, com tôdas as grandes nações. E é por isso que afirmamos: "Tem mais Sanbra na sua vida do que você pensa". (ANÚNCIO SANBRA, 1971).

Mais uma vez os semas [+emprego], [+desenvolvimento], [+progresso], [+tecnologia], [+capital] são reforçados. O discurso "tem mais Sanbra na sua vida do que você imagina" foi também após os anos 2000 ressignificado no discurso "tem mais agro na sua vida do que você imagina" ou: "agro é tudo". Nascia desde já a ideia de um bloco monolítico entre o campo e a cidade.

Figura 25 - Anúncio Sanbra – 1971

**EXPORTED
FROM
BRAZIL
BY SANBRA**

Somos 7.000 brasileiros, trabalhando em 51 unidades industriais no Norte, no Centro, no Sul. Excetuando-se o café, em 69/70 participamos do "export drive" com um total de 6% de tôdas as exportações brasileiras.

O carimbo "Exported from Brazil by Sanbra", simbolizou uma expressiva participação em óleo de mamona, milho, algodão e sisal.

Ocupamos o posto de maiores exportadores de produtos agrícolas do país.

Produzindo progresso, interessa-nos acima de tudo, elevar o nível do nosso principal capital: o homem.

Por isso, dedicamo-nos às pesquisas agrícolas e industriais, à assistência e prestação de serviços a terceiros, à melhoria e desenvolvimento contínuo de métodos e produtos,

marcando nossa presença em dezenas de setores da atividade humana.

Somos 7.000 brasileiros orgulhosos em saber que, exportando sé produtos da mais alta qualidade, contribuimos para oferecer ao mundo, a imagem de um país jovem, possuidor da mais avançada tecnologia, capaz de competir, em pé de igualdade, com tôdas as grandes nações.

É por isso que afirmamos: "Tem mais Sanbra em sua vida do que você pensa".

SANBRA
Sociedade Algodoeira do Nordeste Brasileiro S.A.
Rua Boa Vista, 162

Fonte: Hernandez (2012) – Anúncio anos 70.

Assim, o projeto-projétil do agronegócio, desde a década de 1970 já se lançava pelo movimento do capital, como corroborado nos anúncios. Entre as propagandas identificadas com narrativas que endossam o projeto sedimentado no campo conceitual do agronegócio, várias foram aquelas

percebidas neste contexto, sobre armas e equipamentos correlatos da fabricante de armas, brasileira do Rio Grande do Sul, Taurus:

Figura 26 - Anúncio Taurus – revólveres esportivos 1973

TAURUS: O TIRO DE MISERICÓRDIA!

Taurus Tiro ao Alvo é o tiro de misericórdia na falta de qualidade em revólveres esportivos. Fabricado em aço forjado, com peças exaustivamente testadas, Taurus TA é preciso, perfeito e resistente. Taurus TA tem o balanceamento exato. É o revólver esportivo digno das mãos de um campeão. Taurus Tiro ao Alvo: calibres 22 e 38 à venda nas casas do ramo.

tradição e qualidade
Forjas Taurus S.A.
Estrada do Forte, 511
Porto Alegre — RS

Fonte: Hernandez (2012) – Anúncio anos 70.

Figura 27 - Anúncio Taurus - Revólver e Coldre – 1976

CONJUNTO TAURUS. PROTEÇÃO PARA O HOMEM E PARA O SEU REVÓLVER.

O revólver protege você. E quem protege o revólver? Pensando nisso, Taurus lançou o Conjunto Taurus — Revólver e Coldre. A melhor qualidade que você pode usar. Não pense duas vezes. Pense uma e compre as duas peças de uma só vez. Conjunto Taurus.

FORJAS TAURUS S.A.
Avenida do Forte, 511 — Porto Alegre — RS

Fonte: Hernandez (2012) – Anúncio anos 70.

A empresa de Porto Alegre (RS) engendrava de forma recorrente propagandas de seus produtos na década de 1970, o que ressalta a força ideológica armamentista, contextualizada na chamada Revolução Verde: “Nos anos 60 e 70 a expansão da produção e a diversificação de produtos

continuaram a todo vapor, exigindo que construíssemos uma terceira fábrica para dar conta de todos os pedidos.” (TAURUS, 2022).

Na proporção que se observava as propagandas em torno das armas na década de 1970 percebe-se nos discursos da atualidade tal positividade. Em 2021 a empresa especializada em armas leves obteve o lucro líquido de R\$635 milhões com a venda de 2,3 milhões de armas, o que representa um aumento de 141% do lucro líquido, ocupando em volume o 1º lugar de comercialização de armas leves no mundo, entre as companhias que divulgam os seus dados. (PODER 360, 2022).

O segmento civil dos EUA é o principal comprador de produtos da companhia, o país representou o aumento de 23,4% na participação do mercado. Na categoria revólveres a empresa representa 61% das vendas nos EUA. Destaca-se que os preços de comercialização dos produtos nos EUA são mais competitivos que no Brasil. (PODER 360, 2022).

No terceiro trimestre de 2021 o volume de vendas atingiu 619 mil unidades, representando uma alta de 27,1% na base anual, em que o número de armas vendidas no mercado nacional superou pela primeira vez a marca de 100 mil unidades. (INFOMONEY, 2021). Para o CEO da Taurus, Salesio Nuhs, o comportamento do brasileiro em relação às armas mudou com a eleição do [atual presidente (2019 – 2022)]. (MONEYTIMES, 2022):

Qual foi a grande mudança que o presidente trouxe para o Brasil? A conscientização do brasileiro. Ou seja, mudou o comportamento do brasileiro. [...] Porque os governos anteriores eram totalmente contra [o comércio de armas], houve dificuldade, apesar de ser um direito, eles dificultavam por meio das autoridades que forneciam as autorizações necessárias. Quando esse assunto veio à tona com a candidatura, com a eleição do Jair Bolsonaro, o comportamento do brasileiro mudou. Ele lembrou que tem esse direito de legítima defesa. E evidentemente houve um aquecimento do mercado: nos 9 primeiros meses do ano passado foram 38% de vendas a mais no mercado brasileiro. Mas ainda assim, o mercado brasileiro é muito pequeno comparado aos EUA. Está em crescimento, vai crescer. Mas de novo, a mudança foi no comportamento. E quando você muda o comportamento do consumidor, você tem um consumidor ávido a comprar, a consumir. Mesmo mudando o governo, vai ficar. Não é uma questão de política e sim uma questão de comportamento do consumidor. (NUHS, 2022 *apud* MONEY TIMES, 2022).

A declaração de Nuhs evidencia como a cristalização das ideias das classes dominantes se edificam na materialidade por meio da ideologia hegemônica. Há que se estabelecer uma avaliação criteriosa sobre a

narrativa, à medida que se observa a terceirização para os civis da responsabilidade quanto à segurança por meio da ideia de “legítima defesa” e do armamento em detrimento de investimentos na segurança pública e em políticas públicas que promovam resultados efetivos.

Além disso, no campo brasileiro, aprisionado em uma latente questão agrária, com a desterritorialização de camponeses, indígenas, quilombolas, comunidades tradicionais etc. percebe-se em meio a grilagem de terras os conflitos pautados em violência física, para além da violência institucionalizada pelo Estado.

Deste modo, o debate sobre a posse e porte de armas inserido em uma realidade de desigualdade social e de renda, e de conflitos agrários escancara a necessidade de uma abordagem sempre mais criteriosa sobre o assunto e coloca o tema da [+segurança] como positivamente ideológica do campo conceitual agro.

Além da segurança, outro aspecto muito pautado no campo conceitual do agro, de forma especial, a partir da década de 1970, é o hábito alimentar. Sobre este assunto o próximo tópico se dedicará.

3.2.1 – Narrativas e retóricas alimentares da década de 1970

As principais empresas da indústria alimentícia fomentavam na década de 1970 anúncios carregados de discursos e visões de mundo que em muito se mantêm ainda nos dias de hoje. No anúncio da figura 28 identifica-se como a figura da mulher naquele período esteve intimamente ligada à cozinha, ao cuidado do lar e a alimentação, ainda que em uma luta de classes.

O anúncio apresenta a figura de uma mulher segurando uma bandeja com mortadelas em uma postura esnobe, banhada por ares de superioridade e satisfação. Em destaque tem-se “Swift A MORTADELA NOBRE” e o título: “AGORA AO ALCANCE DOS RICOS”. O texto segue:

Até agora, mortadela era privilégio apenas do povo. Essa injustiça acabou. A Swift criou uma mortadela que finalmente está ao alcance de todos. Inclusive dos ricos. É uma mortadela que vem com um toque de nobreza capaz de emocionar o apetite mais sofisticado. E que qualquer milionário poderia pedir em um restaurante francês sem o menor constrangimento. Uma mortadela temperada com talento. Enriquecida com a quantidade certa de toucinho, nem mais nem menos. Ricos, da próxima vez que vocês sentirem fome, façam

uma experiência fascinante: comam um sanduiche de mortadela Swift. Talvez vocês se arrependam de não ter sido pobres um dia. (Anúncio Swift, 1971).

O anúncio faz referência a mortadela enquanto um alimento popular das classes subalternas, historicamente acessado por aqueles sem paladar sofisticado. Em seguida apresenta que a marca torna “acessível” o alimento aos ricos que possuem paladar superior. É importante lembrar que o período é marcado por movimentos de luta pelo acesso à terra, à medida que se tem cada vez mais camponeses sendo desterritorializados em função da territorialização do que viria a se chamar: agronegócio.

Figura 28 - Anúncio mortadela SWIFT - 1971

AGORA AO ALCANCE DOS RICOS.

Até agora, mortadela era privilégio apenas do povo.
Essa injustiça acabou.
A Swift criou uma mortadela que finalmente está ao alcance de todos.
Inclusive dos ricos.

É uma mortadela que vem com um toque de nobreza capaz de emocionar o apetite mais sofisticado.
E que qualquer milionário poderia pedir num restaurante francês sem o menor constrangimento.

Uma mortadela temperada com talento.
Enfocada com a quantidade certa de toucinho, nem mais nem menos.
Ricos, da próxima vez que vocês sentirem fome, façam uma experiência fascinante: comam um sanduiche de mortadela Swift.
Talvez vocês se arrependam de não ter sido pobres um dia.

Swift
A MORTADELA NOBRE.

Fonte: Hernandez (2012) – Anúncio anos 70.

O trocadilho do “acesso” a partir da discussão de classe do alimento, coloca em pauta a posição de classe da empresa, ironizando ou relativizando a desigualdade. A narrativa se coloca à nobreza como a classe as quais presta-se a intenção de atingir seus interesses, e brinca com a fome e com a pobreza.

A mortadela, a que se refere o anúncio, feita com toucinho, temperos e carne de porco de boa qualidade imageticamente se distancia do repúdio americano sobre o ultra processado de cortes de carne indesejáveis, ou restos dos frigoríficos com adição de conservantes, destinado aos pobres com preço acessível.

Na outra ponta discursiva tem-se as narrativas vinculadas ao debate da saúde, que recriam leituras sobre o que é saudável e modifica os hábitos alimentares da época. Muitas destas narrativas foram concebidas pela Nestlé na década de 1970, como podem ser observadas nos anúncios a seguir.

O primeiro anúncio traz à luz, a síntese no final da década de 1970 com o XI Congresso Internacional de Nutrição, afirmando-se: “veio gente muito importante que só pensa em comida” (ANÚNCIO NESTLÉ, 1978). De acordo com o texto 5 mil especialistas (médicos, nutricionistas, economistas, sociólogos, políticos, educadores, empresários) de instituições privadas e órgãos governamentais, se reuniram no Rio de Janeiro em um debate técnico-científico sobre a solução de problemas de alimentação e nutrição, considerando-se o Programa Nacional de Alimentação e Nutrição (PRONAN) implantado pelo Ministério da Saúde:

[E] quando se propõe que o Estado crie políticas públicas para promover a alimentação saudável – e, em particular, quando se propõe restringir a publicidade direcionada a crianças –, as empresas alegam que simplesmente atendem a demandas da sociedade. Dizem que elas não criaram nenhum hábito. Não moldaram nossas atitudes. Não influenciaram nossa conduta. (O JOIO E O TRIGO, 2021).

Figura 29 - Anúncio Nestlé XI Congresso Internacional de Nutrição - 1978

**Ao XI Congresso
Internacional de Nutrição
veio gente muito importante que
só pensa em comida.**

Cinco mil especialistas, entre médicos, nutricionistas, economistas, sociólogos, políticos, educadores, empresários, provenientes de instituições privadas e de órgãos governamentais, estão no Rio de Janeiro para discutir a aplicação prática dos conhecimentos técnico-científicos disponíveis na solução dos problemas de alimentação e nutrição.

É uma honra para qualquer país receber toda essa gente. No último congresso, em 1975, em Kioto, no Japão, o Brasil foi aclamado como sede deste congresso, tendo em vista o Programa Nacional de Alimentação e Nutrição (PRONAN) apresentado pela delegação brasileira e que está sendo implantado no país pelo Ministério da Saúde.

A Nestlé, como uma empresa que sempre se preocupou com a saúde e a alimentação deste povo, vai estar presente de corpo e alma. É aproveita para dar boas-vindas a esta gente tão importante, na certeza de que os trabalhos realizados durante o encontro que hoje se inicia resultarão em mais saúde e bem-estar para o homem.

Nestlé

Companhia Industrial e Comercial Brasileira de Produtos Alimentares

Fonte: Hernandez (2012) – Anúncio anos 70.

O decreto número 72034 de 30 de março de 1973 instituiu o PRONAN ao qual o anúncio se refere e aprovou outras providências, no governo de Médici na ditadura militar no Brasil, o presidente decretou no artigo 1º:

É instituído o Programa Nacional de Alimentação e Nutrição (PRONAN), com a finalidade de acelerar a melhoria das condições de alimentação e nutrição da população, e conseqüentemente (sic), contribuir para a elevação de seus padrões de saúde, índices de produtividade e níveis de renda. [...] Parágrafo único - O PRONAN terá duração plurianual, coincidente com o Plano Nacional de Desenvolvimento [PND]. (Decreto 72034 de 30/03/1973).

O PND na década de 1970, instituiu-se como política territorial de modernização da agricultura, levando a racionalidade empresarial para o campo e fomentando o novo modelo agrícola de produção. Observa-se no âmbito dos objetivos do PRONAN a promoção de um programa para alimentação e para nutrição cuja finalidade é elevar os índices de produtividade, circunscrevendo o debate sobre a saúde e sobre a renda a partir deste sema.

De acordo com o inciso 2º do 3º artigo do decreto os recursos públicos e privados externos no programa decorreram de “acordos, convênios, contratos e ajustes celebrados com governos estrangeiros, organismos internacionais e instituições particulares”. Tal aspecto evidencia os limites do caráter nacionalista da ditadura militar.

O decreto apresentava que dialogava com o Ministério da Saúde, o ministério da Agricultura, Educação e Cultura, Trabalho e Previdência Social, Interior e Planejamento e Coordenação Geral. A consonância dos ministérios pelos interesses de um projeto voltado à lógica do <<desenvolvimento>> estavam orquestradas neste período na ossatura do Estado de exceção - ditatorial.

Coelho e Peres (2021) para o joio e o trigo – jornalismo investigativo sobre alimentação, saúde e poder, analisam a influência da Nestlé na cultura alimentar brasileira, apontando que:

A Nestlé, pelo menos a Nestlé do Brasil, talvez tenha sido a empresa mais habilidosa na exploração dos medos surgidos da urbanização e do discurso científico. A ideia de que uma alimentação industrial é superior e de que existe um corpo constantemente em risco (especialmente o corpo do bebê) foi nutrida com carinho e dinheiro. [...] Mulheres urbanas de classe

média era o público-alvo da Nestlé nos anos 1960 e 1970. (COELHO e PERES, 2021 – o joio e o trigo).

Oliveira (2010) *apud* Coelho e Peres (2021) explica que no contexto em que se começa a formar a classe média, e o Brasil começa a se tornar mais urbano, surgem relações de identidade que buscam diferenciar “os de baixo” e se reconhecerem como elite. A elite que não mais come o que vem da fazenda ou farofa, porque farofa representa a “comida de pobre”, abrem uma janela de oportunidade discursiva para a Nestlé que encontra o seguinte cenário:

Figura 30 - As mulheres das décadas de 1960-1970 e os contextos discursivos da Nestlé



Fonte: O joio e o trigo (2021).
Elaboração: A autora (2022)

Os anúncios das figuras 31 e 32 evidenciam a pressão sobre as mulheres a partir da retórica estabelecida pela Nestlé sobre a responsabilização das mães sobre a nutrição dos filhos a partir de alimentos industrializados. Além disso, destaca-se o público-alvo das propagandas e o discurso da praticidade a partir da vida urbana. Em 1970 tem-se: “PARA UMA ALIMENTAÇÃO MAIS LEVE E NUTRITIVA O LEITE DESNATADO” (ANÚNCIO NESTLÉ, 1970).

E em 1971 a Nestlé apresenta: “A CADA PASSO NINHO É SAÚDE E SERGURANÇA” (ANÚNCIO NESTLÉ, 1971), com a imagem de uma mulher

branca, loira auxiliando seu filho pequeno com os primeiros passos, seguido do texto:

Seu filho começa a andar feliz, saudável, confiante porque você está sempre ao seu lado. Com sua proteção, com seu carinho. E a certeza de uma boa alimentação. Leite ninho: o melhor que você lhe pode dar. Puro leite integral, o ninho é gostoso, nutritivo. Tem tudo para assegurar o bom desenvolvimento de seus filhos. Ninho traz a garantia Nestlé – uma longa experiência em alimentação infantil. Ninho faz crianças saudáveis, mães felizes. Como você. Fique em paz com sua consciência. Exija leite Ninho. (ANÚNCIO NESTLÉ, 1971).

Figura 31 - Anúncio leite em pó desnatado Molico - 1970



Fonte: Hernandez (2012) – Anúncio anos 70.

Figura 32 - Anúncio leite em pó Ninho – 1971



Fonte: Hernandez (2012) – Anúncio anos 70.

O ninho que remete à ideia de berço, de maternidade, de primeiros momentos da vida, se acomoda confortavelmente na narrativa de cuidado e proteção da Nestlé com as crianças, considerando-se semas como [+saúde], [+proteção], [+garantia], [+desenvolvimento], [+felicidade], [+alimentação], [+nutrição], [+pureza], [+sabor], [+confiança], [+infância] etc. Assim, facilmente o leite ninho tornou-se uma metonímia muito utilizada ainda nos dias hoje e empregado em inúmeras receitas culinárias, sobretudo, no âmbito da confeitaria.

Outro destaque são os alimentos infantis Nestlé. Os anúncios das figuras 33 e 34, de 1972, exemplificam como a mesma retórica é empregada no processo de controle alimentar pela corporação a partir da figura da mãe e da segurança alimentar das crianças.

“Que sorte têm os bebês.” Começa o anúncio “Chegaram os novos e nutritivos Alimentos Infantis Nestlé.” (ANÚNCIO I NESTLÉ, 1972):

A partir do terceiro mês seu filhinho precisa variar sua alimentação. Por isso a Nestlé, que já faz produtos nos quais você e sua pediatra confiam, lança agora os alimentos infantis Nestlé, com o sabor que as crianças adoram. Nutritivos. Alimentos Infantis Nestlé são ricos em elementos necessários ao crescimento e ao desenvolvimento da criança. Sadios. Preparados com carnes, frutas e legumes cuidadosamente selecionados. De fácil digestão. Homogeneizados por processo especial e exclusivo, os Alimentos Infantis Nestlé têm a textura de finíssimo purê. Prontos para servir, diretamente do vidro. Os Alimentos Infantis Nestlé precisam apenas ser aquecidos em banho-maria. (As variedades de frutas são servidas a temperatura ambiente). São práticos no lar e ajudam você a resolver os problemas de viagens e passeios. Cardápio variado que lhe permite organizar facilmente as refeições diárias do seu bebê, pois apresentam uma variedade de produtos – carnes, legumes e frutas – que atendem a moderna dietética infantil. [...] Garantia de qualidade Nestlé. Mais de 100 de experiência em alimentação infantil. (ANÚNCIO I NESTLÉ, 1972).

Em 2020 a IBFAN (rede internacional em defesa do direito de amamentar – International Baby Food Action Network) emitiu uma nota de repúdio pela parceria da Nestlé com a Sociedade Brasileira de Pediatria (SBP) em programa para jovens residentes em pediatria: “O programa e-learning J. Pedia expõe claramente esse conflito, ao associar profissionais em início de carreira à empresa cujo lucro advém da comercialização de produtos que, inegavelmente, competem com a amamentação.” (SANTOS, 2020).

A nota do IBFAN revela como ainda nos dias de hoje a Nestlé estabelece seu império alimentar, principalmente ao que concerne a alimentação das crianças desde os primeiros dias ou meses de vida.

Figura 33 - Anúncio I alimentos infantis Nestlé - 1972

Que sorte têm os bebês.



Chegaram os novos e nutritivos Alimentos Infantis Nestlé.

A partir do terceiro mês seu filhinho precisa variar sua alimentação. Por isso a Nestlé, que já faz produtos nos quais você e seu pediatra confiam, lança agora os Alimentos Infantis Nestlé, com o sabor que as crianças adoram.

Nutritivos. Os Alimentos Infantis Nestlé são ricos em elementos necessários ao crescimento e ao desenvolvimento da criança.

Sadios. Preparados com carnes, frutas e legumes cuidadosamente selecionados.

De fácil digestão. Homogeneizados por processo especial e exclusivo, os Alimentos Infantis Nestlé têm a textura de fim-eleito puro.

Prontos para servir, diretamente do vidro. Os Alimentos Infantis Nestlé precisam apenas ser aquecidos em banho-maria.

(As variedades de frutas são servidas à temperatura ambiente). São práticos no lar e ajudam você a resolver os problemas de viagens e passeios.

Cardápio variado que lhe permite organizar facilmente as refeições diárias do seu bebê, pois apresentam uma variedade de produtos - carnes, legumes e frutas - que atendem à moderna dieta infantil.

Garantia de qualidade Nestlé.



MAÇA MAMÃO MAÇA E CENOURA

Fonte: Hernandez (2012) – Anúncio anos 70.

Na narrativa do anúncio a questão do tempo de preparo do alimento, a retórica da saúde e nutrição e a demarcação do público-alvo (uma denominada classe média urbana), os semas da tradição de mercado e da modernidade são determinantes nas estratégias retóricas da Nestlé. Nesta mesma linha tem-se o segundo anúncio, também de 1972, com o título “Criança é a nossa primeira preocupação”:

Você como mãe exige o que há de melhor para o seu filho. Nós, como produtores de alimentos infantis, queremos que você prefira

sempre os nossos produtos. Por isso fazemos o melhor alimento infantil: Alimentos Infantis Nestlé. São carnes, frutas e legumes cuidadosamente selecionados. O nosso rigor na seleção dos ingredientes é um dos fatores determinantes da alta qualidade dos Alimentos Infantis Nestlé. São alimentos naturais, sem nenhum agente químico conservador. Eles oferecem uma alimentação completa e equilibrada. E, como já vem prontos para servir, são práticos e fáceis de usar. Nós temos um pouco mais de trabalho para fazer dos Alimentos Infantis Nestlé o melhor alimento para o seu filho. Mas, na verdade, quem tem a criança como primeira preocupação tinha que fazer o melhor alimento infantil. Alimentos Infantis Nestlé. (ANÚNCIO II NESTLÉ, 1972).

Figura 34 - Anúncio II alimentos infantis Nestlé – 1972



**CRIANÇA É A
NOSSA PRIMEIRA
PREOCUPAÇÃO**

Você, como mãe, exige o que há de melhor para o seu filho. Nós, como produtores de alimentos infantis, queremos que você prefira sempre os nossos produtos. Por isso fazemos o melhor alimento infantil: Alimentos Infantis Nestlé. São carnes, frutas e legumes cuidadosamente selecionados. O nosso rigor na seleção dos

ingredientes é um dos fatores determinantes da alta qualidade dos Alimentos Infantis Nestlé. São alimentos naturais, sem nenhum agente químico conservador. Eles oferecem uma alimentação completa e equilibrada. E, como já vêm prontos para servir, são práticos e fáceis de usar. Nós temos um pouco mais

de trabalho para fazer dos Alimentos Infantis Nestlé o melhor alimento para o seu filho. Mas, na verdade, quem tem a criança como primeira preocupação tinha que fazer o melhor alimento infantil. Alimentos Infantis Nestlé.

Nestlé
mais de 100 anos de experiência em alimentação infantil.

Legumes com carne
Nestlé
PESO LÍQUIDO 80g

Fonte: Hernandez (2012) – Anúncio anos 70.

Com a inserção da mulher no mercado de trabalho no Brasil, especialmente a partir da década de 1970, a retórica da praticidade foi em muito verticalizada. Por outro lado, isso não eximiu as mulheres aos deveres domésticos e dos cuidados com a família. Logo, para além do leite em pó e dos alimentos infantis, a Nestlé passou a investir também nos alimentos para além da primeira infância.

O joio e o trigo (2021) apresentam o papel da nutricionista Débora Fontenelle para Nestlé neste período e para o Brasil até os dias atuais. Débora que hoje tem mais de 80 anos, em 1959 estava no final do curso de graduação da Faculdade de Saúde Pública da Universidade de São Paulo quando um professor a indicou para a vaga na Nestlé. No lugar das vacas suíças, Débora se deparou com as recém-criadas fórmulas infantis prontas para o consumo.

A Nestlé reescreveu a doçaria brasileira com coquetéis, tapiocas, doces, saladas de frutas e o pudim de leite inventado por Débora. O leite condensado que chegou ao país com o nome *Milkmaid* e depois passou a ser reconhecido no Brasil, como “leite moça” pela identidade visual da mulher desenhada na lata, passou a ser o ingrediente central das principais receitas de doces do país, tornando agradável qualquer preparação com uma quantidade hedionda de açúcar. (O JOIO E O TRIGO, 2021).

Débora explica ao joio e o trigo (2021) que o caderno de receitas era até aquele momento toda a vida emocional de uma mulher; onde a dona de casa anotava a receita que ela fazia; contava que naquele dia o marido não tinha falado com ela ou que tinha a tratado mal. Dali para a frente, o caderno de receitas perdeu este lugar de confiança e segredos geracionais e passou a ser substituído pelas receitas padronizadas da empresa, as quais todas incluíam o leite condensado em preparos rápidos, como exemplificado no anúncio da figura 35.

“Um minuto atrás era só limão” apresenta o anúncio da Nestlé de 1970, convidando à pauta da praticidade:

Mais uma deliciosa sugestão do Centro Norte da Economia Doméstica. Basta você misturar 7 colheres de suco de limão, 3 claras em neve e 1 lata de Leite Moça. E levar à geladeira. Pronto. Com Leite Moça você faz uma porção de sobremesas rápidas. E gostosas. Mousse de maracujá, creme de abacate, [...] E Leite Moça você sabe, também é ótimo para fazer pudim, [...] doce de leite, recheio de bolos, no pão, no café. E puro, [...] você tem sempre o que fazer com Leite Moça. Leite Moça faz sua vida mais gostosa. (ANÚNCIO NESTLÉ, 1970).

Coelho e Peres (2021) destacam como Débora Fontenelle foi importante neste processo com o desenvolvimento das receitas práticas que empregam o leite condensado. Além disso, evidenciam a criação de redes

neste período, em que a empresa enviava as receitas e o Leite Moça, quase como é observado atualmente com as *influencers* nas redes sociais.

Figura 35 - Anúncio leite condensado Moça - Década de 1970



Fonte: Hernandez (2012) – Anúncio anos 70.

Apoiados no *ethos* e pureza das crianças e na credibilidade dos profissionais de saúde, a Nestlé, como fizeram também outras empresas, engendrou narrativas sobre o “ser saudável” e sobre os semas da confiança a partir da concepção de cuidado.

No anúncio da figura 36, que se data de 1971, é possível ler a chamada: “Nestlé 50 anos de uma presença familiar” a eloquência sobre a família e sobre a tradição eram muito empregadas neste período como ainda é atualmente. Em nome da Companhia Industrial e Comercial Brasileira de Produtos Alimentares – produtos Nestlé, apresentam como título do anúncio

“50 anos de trabalho por uma alimentação melhor”. E é em torno do conceito de <<alimentação>> que o texto se desenvolve:

Nós produzimos e vendemos alimentos. E o fazemos com dedicação, creia. Sabendo que é com sua vida que estamos lidando. Por isso, ao fazê-lo, não apenas embalamos alimentos. Cuidamos de sua pureza. Tratamos de enriquecê-los nutritivamente, e de torná-lo mais práticos e gostosos. Em 50 anos de atividade no Brasil, êsse tem sido o nosso trabalho. (ANÚNCIO NESTLÉ, 1971).

Figura 36 - Anúncio Nestlé - 1971

NÓS produzimos e vendemos alimentos. E o fazemos com dedicação, creia. Sabendo que é com a sua vida que estamos lidando. Por isso, ao fazê-lo, não apenas embalamos alimentos. Cuidamos de sua pureza. Tratamos de enriquecê-los nutritivamente, e de torná-los mais práticos e gostosos. Em 50 anos de atividades no Brasil, êsse tem sido o nosso trabalho. E porque o fazemos com desvelo, nós ajudamos a quem nos fornece as matérias-primas. Com assistência técnica, pesquisas, com a experiência que ao longo do tempo acumulamos. Também os médicos contam conosco, como nós com eles.

E os nutricionistas. E os pecuaristas, os fabricantes de caixas, de rótulos, de uma série de coisas que compramos. Em resumo: somos uma ponte entre os bens da natureza e você, entre os bens da ciência e você. Nossa razão de ser continua sendo, em primeiro lugar, a criança: criar produtos que salvaguardem as vidas humanas mais frágeis. Mas nossa atividade se estende hoje a muitos outros setores da alimentação. Por isso estamos presentes, como sempre estaremos, nos lares brasileiros. Com um objetivo que nos parece claro: elevar os padrões alimentares de todo um povo.

50 anos de trabalho por uma alimentação melhor

NESTLÉ
50 ANOS DE UMA PRESENÇA FAMILIAR 1921-1971

Companhia Industrial e Comercial Brasileira de Produtos Alimentares.

PRODUTOS **NESTLÉ**

Fonte: Hernandez (2012) – Anúncio anos 70.

Semas como [+produção], [+venda], [+dedicação], [+crença], [+vida], [+cuidado], [+pureza], [+nutrição], [+praticidade], [+sabor], [+tradição], [+trabalho] são logo de início reforçados no campo conceitual engendrado pela Nestlé, que apresenta o texto associado a imagem de crianças felizes. Ao logo dos anos, os mesmos semas foram empregados em outras narrativas, desde receitas de sobremesas às propagandas de seus produtos.

O texto continua reforçando os semas de cuidado e tradição e sedimenta-se na abordagem por uma concepção de cadeia produtiva. Nesta lógica, a narrativa se conduz ao acesso de novas plataformas de interlocução,

convidado à escuta diferentes fragmentos de classe trabalhadora, criando-se assim uma identidade, e por conseguinte, a unidade discursiva.

E porque o fazemos com desvêlo nós ajudamos a quem nos fornece as matérias-primas. Com assistência técnica, pesquisas, com a experiência que ao longo do tempo acumulamos. Também os médicos contam conosco, como nós com êles. E os nutricionistas. E os pecuaristas, os fabricantes de caixas, de rótulos, de uma série de coisas que compramos. Em resumo: somos uma ponte entre os bens da natureza e você, entre os bens da ciência e você. (ANÚNCIO NESTLÉ, 1971).

Outro aspecto indispensável para a análise é a ideia de bens da natureza. O debate ambiental neste período era incipiente. É a partir da década de 1980 que o discurso da sustentabilidade ganha mais força. Contudo, há a preocupação em se reforçar o sema [+natureza] enquanto materialmente se fala sobre os recursos naturais que são apropriados e não vistos de fato como bens comuns ou natureza a ser preservada.

Além disso, os bens da ciência a que se refere o texto, também não se constituem como bens comuns, mas sim como um serviço prestado às frações de classe em específico, como ainda o é hoje. Logo, de fato a Nestlé desempenha este papel mediador, enquanto parte do grupo que acessa este recurso intelectual, mas vale-se destacar que isto ocorre dentro dos seus próprios paradigmas.

Nossa razão de ser continua sendo, em primeiro lugar, a criança: criar produtos que salvaguardem as vidas humanas mais frágeis. Mas nossa atividade se estende hoje a muitos outros setores da alimentação. Por isso estamos presentes, como sempre estaremos, nos lares brasileiros. Com um objetivo que nos parece claro: elevar os padrões alimentares de todo um povo. (ANÚNCIO NESTLÉ, 1971).

Conclui-se, como em um reforço positivo, apresentando os mesmos argumentos do início com as ideias de proteção, cuidado, zelo etc. Dispondo-se aos cuidados com as crianças, estende-se discursivamente às demais fases da vida para tal preparo, como pode ser observado no seguinte anúncio do iogurte com fruta Chambourcy (Nestlé, 1974):

Figura 37 - Anúncio iogurte de Fruta Chambourcy – 1974



Fonte: Hernandez (2012) – Anúncio anos 70.

“Sem querer, descobriram que o iogurte abaixa o colesterol” destaca o anúncio que se edifica no imaginário de desenvolvimento estadunidense, nas profissões médico e bioquímico e no discurso científico, convidando a atenção do público ao fazer referência às crenças populares “a crença popular de que o iogurte é bom para a saúde pode-se tornar mais verdadeira, agora baseada em pesquisas científicas”.

Mais do que é hoje com a ideia de “estudos apontam”, referenciar uma informação apoiando-se neste *ethos*, despertava no leitor interesse e credibilidade, sobretudo com as pautas dos problemas de saúde recorrentes, na sociedade que agora pautava-se em hábitos alimentares baseados em alimentos industrializados e ultraprocessados. Neste sentido o anúncio continua:

Dr. George Mann, médico e bioquímico da Universidade Vanderbilt Tennessee – EUA, descobriu que existe alguma sustância desconhecida no iogurte capaz de baixar o colesterol do sangue em quantidade maior do que o organismo humano é capaz de produzir. Pelo sim e pelo não, minha gente, vamos tomar iogurte. (ANÚNCIO CHAMBOURCY, 1974).

A substância desconhecida a qual o texto se refere trata-se dos probióticos. É válido ressaltar que sua eficácia está restrita aos iogurtes desnatados que mantêm suas propriedades e não possuem adicionais de açúcares. Contudo, a promessa do “alimento milagroso” é orquestrada, buscando-se acessar novos nichos de mercado, a partir do não dito sobre outros cuidados e aspectos que envolvem a complexidade do trato com a saúde.

Não só a Nestlé, mas também a Danone estabeleceu este tipo de discurso, apresentando a tabela nutricional e a imagem dos iogurtes com e sem açúcar (Figura 38):

Figura 38 - Anúncio iogurte Natural Danone - 1974

Fazia tempo que não aparecia um anúncio tão saudável.

Veja o que você está tomando:

Tradicional, sem açúcar		Bofido, com açúcar	
Principais Elementos Nutricionais		Principais Elementos Nutricionais	
Proteína	8,31 g	Proteína	5,93 g
Lactose	2,28 g	Lactose	2,28 g
Carboidrato	5,99 g	Carboidrato	4,19 g
Calorico	220,0 mg	Calorico	298,83 mg
Matéria	150,7 mg	Matéria	112,04 mg
Ferro	0,396 mg	Ferro	0,328 mg
	Vitaminas		Vitaminas
A	0,020 mg	A	0,020 mg
B ₁	0,007 mg	B ₁	0,007 mg
B ₂	0,050 mg	B ₂	0,050 mg
C	1,400 mg	C	1,381 mg

DANONE
iogurte Natural Danone.
Só faz bem.

Fonte: Hernandez (2012) – Anúncio anos 70.

Destacavam também em 1974 “Fazia tempo que não aparecia um anúncio tão saudável”:

O brasileiro precisa perder o péssimo costume de enganar o estômago logo de manhã. Um cafezinho rápido, uma fatia magra de pão, tudo isso ajuda muito pouco. O café da manhã é a refeição mais importante do dia, embora se dê tão pouca importância para ela. Um iogurte Natural Danone de manhã pode mudar muita coisa.

Esta é a nossa proposta. O iogurte Natural Danone tem cálcio, vitaminas, proteínas, fósforo, ferro, sais minerais. E olha o que ele faz com tudo isso: Faz bem para o aparelho digestivo e enriquece a flora intestinal. Ajuda manter ossos e dentes mais fortes. Tonifica os músculos e regula o sistema nervoso. E tem grande vantagem de possuir um baixo teor de calorias. O iogurte é um alimento tão completo e tão saudável que conta com a aprovação maciça dos nutricionistas do mundo inteiro. Amanhã cedo, capriche na primeira refeição. O iogurte Natural Danone é o único que tem dois tipos a sua escolha: Um já batido com açúcar. E outro na consistência tradicional, sem açúcar, que é uma exclusividade Danone. Qualquer um deles pode tornar sua vida mais saudável. E, cá entre nós, é preciso mesmo muita saúde para enfrentar os dias de hoje. Danone. Iogurte Natural Danone só faz bem. (ANÚNCIO DANONE, 1974).

Assim como a Nestlé, a retórica da saúde orienta a narrativa da propaganda da Danone, incluindo-se na pauta os iogurtes com e sem açúcar, o texto se apegua aos aspectos da composição do produto que podem beneficiar a saúde gastrointestinal e por conseguinte, nutricional. Como conclui o anúncio da Nestlé com “pelo sim pelo não, minha gente” o texto da Danone se encerra com “cá entre nós” aproximando interlocutores. Narrativa em mesmo tom é observada no anúncio da figura 39:

Figura 39 - Anúncio iogurte Danone - 1976

...iogurte natural
Danone você sabe como
ele é fresco e puro.
Agora a Danone quer
que você saiba de onde
vem tanto frescor e
tanta pureza.
Tudo começa
com o leite da
melhor origem.
O severo
padrão de qualidade Danone é aconado desde a coleta
do leite nos centros de produção.
Essa coleta é feita toda manhã por veículos
especiais, refrigerados.
Dá para frente tem início um
percurso fantástico, através dos
mais modernos recursos
disponíveis para a produção
do iogurte.
É um caminho que os
técnicos da Danone chamam
de "túnel do frio".
E significa o seguinte:
desde o momento em que o
leite é recolhido até o
momento em que vai para o
balcão frigorífico do ponto de venda,
já transformado em iogurte, ele passa o
tempo todo sob condições técnica e higienicamente
ideais.
Circula por equipamentos e recipientes
assépticos, onde qualquer contaminação é
rigorosamente impossível.
A Danone faz iogurte com uma tecnologia
avanzada, tendo desde ar condicionado e
esterilizado em suas fábricas até máquinas que
moldam os potinhos, embalam e fecham
automaticamente. E o pessoal que acompanha a
fabricação é submetido a freqüente controle de
saúde.
Os responsáveis pelo nível extraordinário do
iogurte natural Danone são treinados na Danone
francesa, o maior fabricante de iogurte do mundo.

...e importa o fermento utilizado para obter o melhor
produto. Este fermento inigualável é o que
determina o gosto e a qualidade final do iogurte.
Gosto e qualidade que se mantêm uniformes em
toda a linha de iogurtes naturais Danone.
O tradicional, sem açúcar, sempre brilhante,
consistente, saboroso. E o natural, aveludado, com ou
sem açúcar, sempre cremoso,
suave e de paladar único.
Mas ainda não é só.
Confiantes nas
características
sempre
homogêneas
dos seus iogurtes,
a Danone imprime na
embalagem uma tabela informativa com a
dosagem de calorias, vitaminas e sais minerais
encontrada em cada potinho.
E, finalmente, garante que você vai
encontrar todo dia um iogurte natural,
fresco e puro. Essa garantia é a maior
frota do país para transporte de produtos
frescos: 300 veículos refrigerados que saem
diariamente das fábricas para visitar os
pontos de venda, entregar e verificar o
estado dos iogurtes.
Se a Danone não fosse
tão exigente o seu iogurte
não se chamaria
Danone.

**Pureza do campo. É isso que o
iogurte natural Danone traz do berço.**

Fonte: Hernandez (2012) – Anúncio anos 70.

O anúncio, também da Danone, de 1976, faz referências ao campo já em um processo de saudosismo. No título lê-se: “Pureza do campo. É isso que o iogurte natural Danone traz do berço”. A ideia de berço refere-se a origem do processo de produção em uma ideia de cadeia: do leite ao consumo do iogurte. E do campo ao consumo, além da linguagem verbal, manifestam também a ideia de cadeia produtiva, do francês *filière*, a partir de imagens, trazendo a imagem do campo na base.

O texto reforça a ideia de pureza em “Danone você sabe como ele é fresco e puro. Agora a Danone quer que você saiba de onde vem tanto frescor e pureza.”. O sema da modernidade também se associa ao produto e ao processo produtivo: “Daí pra frente tem início um percurso fantástico, através dos mais modernos recursos disponíveis”. Os protocolos sanitários são manifestados, discorrendo-se sobre higiene, assepsia, esterilização, rigor, tecnologia e saúde.

Também utilizando-se de discursos relacionados ao debate sobre a saúde tem-se na década de 1970 as propagandas dos óleos de origem vegetal. A tradicional “banha de porco” das unidades camponesas de núcleo familiar, passa neste interregno a ceder espaço aos monocultivos de soja e milho com a substituição da gordura animal pela gordura vegetal no preparo dos alimentos.

A narrativa do colesterol como já observado, foi empregada neste período com esta finalidade, conforme pode-se observar novamente no anúncio da figura 40 do óleo de milho Pérola da Sanbra. O título do anúncio traz: “As influências do olho de milho na vida de um cidadão gordo, sedentário e fumante inveterado”, seguido pelo texto que assim como os anúncios do “iogurte natural” apresenta o “óleo natural” como elemento fundamental para o cuidado da saúde, apoiando-se na credibilidade da medicina.

Na sequência, também sob o selo Sanbra, tem-se o óleo Primor (Figura 41). O anúncio assim como a Nestlé, desde 1975 já usava da imagem de crianças, apoiando-se no sema da pureza, mostrando-as conhecendo o processo de produção do óleo, como as visitas escolares observadas na fábrica da Coca-Cola atualmente. Como também o é com o iogurte, o anúncio tem como título “Agora eu sei por que minha mãe só usa primor.” depositando

sob a figura materna a responsabilidade sobre o cuidado com a família e preparo do alimento.

Figura 40 - Anúncio óleo de milho Pérola - Sanbra – 1978

As influências do óleo de milho na vida de um cidadão gordo, sedentário e fumante inveterado.

O número de pessoas que cabem perfeitamente nessa figura de cidadão é algo que não dá para contar. E sem querer passar sermão em ninguém, a falta de exercícios, o fumo e o abuso de comida, somados às tensões do dia a dia, colocam muita gente na fila para a arteriosclerose e o excesso de colesterol.

Nessas alturas, não adianta se encher de bons propósitos passageiros, como ficar dois dias sem fumar ou fazer Cooper uma vez por semana. O negócio é alimentar-se bem, só com produtos naturais. Carnes magras, peixes, leite desnatado, poucos ovos e, para completar, um óleo poli-insaturado. Como o óleo de milho Pérola. Ele ajuda a prevenir a arteriosclerose e o excesso de colesterol. E tem mais: como produto natural, feito de milho puro, o óleo Pérola não tem contra-indicações. Pode perguntar para o seu médico.



Pérola, o óleo de milho da Sanbra

Fonte: Hernandez (2012) – Anúncio anos 70.

Figura 41 - Anúncio óleo de origem vegetal Primor - Sanbra - 1975



“Agora eu sei por que minha mãe só usa Primor.”

A história desta menina e de centenas de outras colegas que visitam nossas fábricas poderia ser a sua história. Talvez você não saiba, mas ao levar Primor para casa você está levando muito mais que

uma simples lata de óleo. Já faz um bom tempo que nossos produtos procuram enriquecer a vida das pessoas, torná-la ainda mais feliz. Operários, técnicos, executivos trabalham ininterruptamente em diversos Estados

para você. Silos, fábricas, laboratórios, análise, pesquisa. Por isso, quem conhece nosso trabalho por dentro sabe por que a maioria dos brasileiros fez de Primor uma escolha tão natural.

SANBRA Escolhas Naturais

Fonte: Hernandez (2012) – Anúncio anos 70.

Da fábrica ao prato, também sobre a égide da concepção de cadeia produtiva, o texto reforça semas como [+tradição], [+vida], [+família], [+felicidade], [+trabalho], [+tecnologia], [+pesquisa], [+natural]. A positivação destes semas e o apoio no *ethos* da criança são percebidos também nos anúncios do óleo Salada de 1973 (Figura 42) e 1977 (Figura 43).

Figura 42 - Anúncio óleo Salada - 1973



Fonte: Hernandez (2012) – Anúncio anos 70.

Diferente dos demais anúncios da década de 1970 analisados, o anúncio do óleo Salada de 1977, traz imagens de mulheres negras, ao fazer referências a tradição, a família, a cozinha e as mudanças. No título do anúncio lê-se: “Há 50 anos fazendo a família passar bons bocados.” Na segunda imagem, a mulher segurando uma lata de óleo, prepara a comida usando um uniforme de cozinheira.

O texto narra sobre o surgimento do óleo Salada como uma boa notícia no final da década de 1920 e aborda como o óleo agrada do paladar mais simples ao mais refinado, logo afirma: “Hoje em dia, o progresso mudou muito a vida em família. Mas a arte de cozinhar não se perdeu. [...] Enfim, ainda cozinha-se tão bem como antigamente. Graças ao óleo Salada.”.

Reforçando a ideologia do progresso própria à época do anúncio, em linguagem não verbal o texto situa as mulheres enquanto responsáveis pela cozinha, reforçando-se o sema do conservadorismo na ideologia do progresso. Objetivamente o texto alude ainda a ideia do êxito culinário ao óleo.

Também na orientação da sujeição das mulheres às atividades do lar, especialmente, à cozinha, percebe-se as narrativas, ou jogos de linguagem da Perdigão e das peças publicitárias de margarina, que assim como o óleo vegetal, tiveram seu consumo amplamente incentivado na década de 1970.

Figura 43 - Anúncio óleo Salada – 1977



Há 50 anos fazendo a família passar bons bocados.

Cinquenta anos atrás, uma boa notícia corria de boca em boca: foi lançado o óleo Salada. Começava a história de um personagem bem ao gosto das donas-de-casa brasileiras. Naqueles tempos, a utilidade do óleo Salada já era um assombro. Ele dava um sabor especial a qualquer receita, das mais simples às mais requintadas. Hoje em dia, o progresso mudou muito a vida em família. Mas a arte de cozinhar não se perdeu: com a qualidade de sempre, o óleo Salada continua fazendo pastéis e bolinhos saborosos, temperando alfaces e tomates; até um simples bife ganha toques de manjar. Enfim, ainda se cozinha tão bem como antigamente. Graças ao óleo Salada. O cinquentão que faz as delícias das donas-de-casa.

Óleo Salada, 50 anos de casa.

Fonte: Hernandez (2012) – Anúncio anos 70.

O seguinte anúncio da Perdigão, traz logo no título: “Conquiste a mulher do seu cliente. Ele nunca mais vai se esquecer de você.”. O texto é associado a imagem de um homem usando terno e gravata com expressão de tranquilidade e êxito, sentado à mesa com alguns produtos Perdigão apresentados para presente. O conjunto verbal e não verbal faz referência ao empresariado e ao sucesso econômico, dando-se protagonismo à figura masculina.

Em seguida, o texto anuncia os produtos da Perdigão (diferentes tipos de presuntos) como opções de brinde, vinculados especialmente às comemorações natalinas. A mulher, é apresentada no texto, com a função de servir à figura masculina: “E, se é verdade que a mulher prende o homem pelo estômago, conquistando a mulher dele, você vai conquistar os dois.”.

Ainda hoje a estratégia é utilizada, inclusive, para a aproximação de trabalhadores com a empresa/indústria, fomentando-se a compreensão de “colaboradores” e o sentimento de pertencimento, para além da ideia de empresa como família.

Agroindústrias como Perdigão, Sadia (BRF), Seara (JBS), Aurora, Rezende, Super Frango etc. criam departamentos responsáveis pela venda de produtos natalinos, especialmente com foco em empresas com mais de 500 trabalhadores, com o intuito de se vender kits e cestas que são entregues nos finais de ano pelas empresas e destinados às famílias, sobremaneira, com a mesma retórica de se presentear as mulheres dos núcleos familiares, não como protagonistas na alimentação, mas como subjugadas e limitadas à condição de responsáveis pela cozinha.

Assim, padrões alimentares são ditados, ao passo em que se reforça semas como [+família] no bojo empresarial. As chamadas aves natalinas, passam cada vez mais e forçosamente a compor a ceia de trabalhadores e trabalhadoras que renovam a positivação de semas sobre as empresas as quais “colaboram”.

Figura 44 - Anúncio Presunto Perdigão – 1979

Conquiste a mulher do seu cliente. Ele nunca mais vai se esquecer de você.

Não existe melhor relações-públicas para sua empresa do que a mulher do seu cliente. E, enviando como brinde de fim de ano Presunto Tenro ou Presunto Tipo Italiano Perdigão - ou mesmo os dois -, você ganha um lugar de destaque na mesa das festas. Fuja dos lugares-comuns. Troque por Perdigão as agendas, os porta-lápis, champagnes e uisques que todo mundo se esquece de variar. Enriqueça a cesta de Natal, que você está pensando em mandar, com Presuntos Perdigão. Compare os custos e decida-se rapidamente. Porque na Perdigão as festas já estão programadas. E, se é verdade que a mulher prende o homem pelo estômago, conquistando a mulher dele, você vai conquistar os dois. Envie Presunto Tenro e Presunto Tipo Italiano Perdigão.

É bem melhor.

São Paulo: Av. Nívea Seabra da Paz, 722 - tel. (011) 268-8188 - Jaguaré-Rio de Janeiro: Rua Pedro Alves, 108 - tel. (021) 223-8820 e 243-8884 - Santos: tel. (013) 35-2969 e 35-5736 - Baurer: tel. (014) 23-3607 e 23-2525 - Curitiba: tel. (041) 276-4165 - Belo Horizonte: tel. (031) 201-8004 - Brasília: tel. (061) 552-0202 e 552-1517 - Itajaí: tel. (0473) 44-1781 e 44-2882 - Vitória: tel. (0495) 33-0066.

Fonte: Hernandez (2012) – Anúncio anos 70.

Como mencionado, esses padrões alimentares podem ser observados também com o incentivo ao consumo de margarina. Os anúncios da década de 1970 evidenciavam tal fato ao reforçar semas como [+pureza], [+saúde], [+confiança] e outros, associados a imagem do produto. Em 1970 a empresa Delícia, apoiada no *ethos* da infância apregoava: “O paladar da criança não mente”, continuando:

Você já viu criança recusar o que é bom? Quem prova sabe. A margarina Delícia é pura, fresca e gostosa. Para passar no pão – é ótima. Para fazer bolos e tortas – nem se fala. Ela dá mais em tudo, inclusive os bonitos potes plásticos, em [...] variadas cores, que você aproveita para guardar uma porção de coisas. De qualquer forma [...] é sempre vantajoso preferir a margarina Delícia enriquecida em vitaminas. É mais do que gostosa, é delícia. Margarina de qualidade Sanbra. (ANÚNCIO MARGARINA DELÍCIA, 1970).

A margarina passa há muito a ser incorporada nas receitas, assim como o foi com o leite condensado, especialmente a partir da Nestlé. O produto, assim como o iogurte e o óleo de origem vegetal é naquele período associado às narrativas sobre saúde, nutrição etc. Também em 1970 um segundo anúncio da marca Delícia, vincula a publicidade a imagem da criança (branca), positivando-se os mesmos semas. Nesse, a marca apresenta:

Que vida gostosa! Brincar, estudar, brincar, estudar. É o jeito da criança. Sem preocupações e sem problemas. Tendo à mão aquilo de que mais gosta. Por exemplo, um pedaço de bolo feito com a Margarina Delícia, ou um pãozinho com uma boa camada de Margarina Delícia. Pura, fresca e gostosa, ela dá mais em tudo, inclusive os bonitos potes plásticos coloridos, embalagens presentes que você aproveita para guardar uma porção de coisas. Quem prova sabe. Em potes plásticos ou em pacotes, Margarina Delícia faz jus ao próprio nome.

O texto muito semelhante ao do outro anúncio faz referência também à linguagem não verbal da outra peça em “um pãozinho com uma boa camada de margarina Delícia”, em menção a figura da criança com um pedaço de pão com margarina, em mãos. Além disso, reforça atividades intrínsecas à infância projetada pela narrativa: brincar, estudar, não se preocupar e fazer o que gosta. Sobre este último, encontra-se o consumo de margarina.

A marca Mila (Bunge) no mesmo interregno da década de 1970 também engendrava publicidades sobre este produto, contudo, dando luz aos monocultivos de milho e ao olho vegetal, em: “Mila. A margarina que veio do milho. Agora com 250 g.” e em “Mila, a única margarina feita com puro óleo

de milho.”. [+monocultivos], [+óleo vegetal] e [+pureza] são pujantes no anúncio.

Figura 45 - Anúncio margarina Delícia – 1970-A

O paladar da criança não mente

Você já viu criança recusar o que é bom? Quem prova sabe. A Margarina Delícia é pura, fresca e gostosa. Para passar no pão - é ótima. Para fazer bolos e tortas - nem se fala. Ela dá mais em tudo, inclusive brindeando potes plásticos, em lindas e variadas cores, que Você aproveita para guardar uma porção de coisas. De qualquer forma (em potes ou potes plásticos coloridos) é sempre vantagem preferir a Margarina Delícia, esquecida com vitórias.

é mais do que gostosa, é DELICIA margarina de qualidade SANBRA

Fonte: Hernandez (2012) – Anúncio anos 70.

Figura 46 - Anúncio margarina Delícia – 1970-B

Que vida gostosa!

Brincar, estudar, brincar, estudar. É o jeito da criança. Sem preocupações e sem problemas. Tendo à mão aquilo de que mais gosta. Por exemplo, um pedaço de bolo feito com Margarina Delícia, ou um pãozinho com uma boa camada de Margarina Delícia. Pura, fresca e gostosa, ela dá mais em tudo, inclusive os lindos potes plásticos coloridos, embalagem presente que Você aproveita para guardar uma porção de coisas. Quem prova sabe. Em potes plásticos ou em pacotes, Margarina Delícia faz jus ao próprio nome.

é mais do que gostosa, é DELICIA margarina de qualidade SANBRA

Fonte: Hernandez (2012) – Anúncio anos 70.

Figura 47 - Anúncio margarina Mila - 1976



Fonte: Hernandez (2012) – Anúncio anos 70.

Figura 48 - Anúncio margarina Mila - 1978



Fonte: Hernandez (2012) – Anúncio anos 70.

Também em 1978 o anúncio da margarina Becel apresenta um compilado de estratégias retóricas em sua narrativa. A expressão bíblica “pão de cada dia”, referindo-se no texto, enquanto expressão popular, às conquistas das necessidades cotidianas, associa o pão à combinação com a margarina e reforça o sema do [+trabalho]: “se você dá duro para ganhar o pão de cada dia”, em outras palavras, se você trabalha muito para garantir as necessidades básicas “pelo menos passe Becel nele” (no pão).

Na sequência, tem-se no anúncio as seguintes perguntas: “Você já parou para pensar na vida que leva fora de casa?” convidando a se pensar na rotina, no dia a dia, o texto se aproxima do seu público em “É dureza não é mesmo?” Fomentando identidade a partir do cotidiano do trabalhador. Acesa esta aproximação, segue: “E a sua alimentação, como vai? Será que na rotina dos cardápios você consegue escapar das gorduras? E será que essa vida agitada, essa falta de exercício, essa verdadeira roda-viva que é o seu dia a dia, será que tudo isso faz bem a você? Nós sabemos que não, não é verdade?”.

Lançadas tais provocações ao público trabalhador, sem tempo, explorado, a narrativa terceiriza às mulheres a responsabilidade sobre a alimentação e outros cuidados da rotina do lar e resgata discursivamente a aproximação da empresa com o público em tom de preocupação e zelo: “Aceite um conselho de coração: peça para sua mulher incluir Becel na sua alimentação”; “[...] a margarina vegetal mais rica em óleos polinsaturados, essenciais a sua alimentação correta e sadia.”; “Essa é a maneira mais gostosa e saudável dela valorizar o seu pão de cada dia”.

No mesmo segmento discursivo, sobre a rotina e falta de tempo, outro padrão alimentar incentivado desde muito antes a década de 1970 é o macarrão instantâneo. O anúncio do Miojo Lámen de 1972, trazia: “Para quem gosta de comer bem e não gosta de perder tempo”, anunciando o alimento “de fácil preparo que vem revolucionar nossos hábitos de alimentação”.

Destaca-se a incorporação destes “novos hábitos” na rotina escolar, por meio da merenda: “[...] Tem proteína, vitaminas e calorias à vontade. Várias escolas o adotaram como merenda escolar”. Tal fato, indiretamente, evidencia a importância dos mercados institucionais para a segurança e soberania alimentar e o papel da incorporação dos hábitos alimentares das crianças para a ampliação do consumo.

Figura 49 - Anúncio margarina Becel - 1978

**Se você dá duro
pra ganhar o pão de cada dia,
pelo menos passe Becel nele.**



Você já parou pra pensar na vida que leva fora de casa? E dureza, não é mesmo? E a sua alimentação, como vai? Será que na rotina dos cardápios você consegue escapar das gorduras? E será que essa vida agitada, essa falta de exercício, essa verdadeira roda-viva que é o seu dia-a-dia, será que tudo isso faz algum bem a você? Nós sabemos que não, não é verdade? E também que, embora seja muito difícil mudar os seus hábitos, é você quem deve e pode compensar este esquema, dentro da sua casa. Aceite um conselho de coração: peça pra sua mulher incluir Becel na sua alimentação. Becel é leve, cremosa e gostosa. E é também a margarina vegetal mais rica em óleos polinsaturados, essenciais a uma alimentação correta e sadia. Isso porque existem dois tipos de gorduras: as gorduras saturadas, presentes em quase todos os pratos que você come fora de casa, e as gorduras polinsaturadas, indispensáveis em uma alimentação saudável, e presentes em Becel em maior teor do que em qualquer outra margarina. Peça pra sua mulher incluir Becel na sua alimentação. Essa é a maneira mais gostosa e saudável dela valorizar o seu pão de cada dia.

 **becel**
Um conselho de coração.

Muitos nutricionistas acreditam que a importância da alimentação para a vida saudável, não poderá obter sucesso da Cores de Informação Beut, Rua Anastácia, 607 - CEP 03336 - São Paulo - Telefone: 254-746.

Fonte: Hernandez (2012) – Anúncio anos 70.

Figura 50 - Anúncio Miojo Lámen - 1972

MACARRÃO INSTANTÂNEO

Miojo Lámen



**Para quem gosta de comer bem
e não gosta de perder tempo.**

Macarrão instantâneo Miojo. Alimento de fácil preparo que vem revolucionar os hábitos de alimentação. Dois minutos e... um delicioso prato. Disponível, todo para você. Preparado à base de espárgo e arroz selecionados, tem proteínas, vitaminas e fibras à vontade. Várias escolhas e adotar como merenda escolar. Excelente nutrição: estamos recebendo consultas e pedidos de cartas recomendas de várias outras escolas, dos mais diversos países. É um alimento de primeira ordem e superior qualidade:

- no lar
- para melhor receber visitas
- excelente para lanches
- especial para pic-nics

 **MIOJO PRODUTOS ALIMENTÍCIOS LTDA.**
Fones: 250-0142 - 250-0170

Fonte: Hernandez (2012) – Anúncio anos 70.

Mathías (2022) destaca que “o Miojo fica pronto em três minutos, mas o [seu] *marketing* é uma construção de 60 anos que mistura self-made man, arranjos políticos, questões de gênero e muita publicidade infantil.”. Os jornalistas investigativos evidenciam que o produto alimentar foi criado a partir de uma apropriação simbólica de um prato milenar chinês.

Conforme a pesquisa organizada pelos jornalistas que discutem alimentação saúde e poder: O JOIO E O TRIGO (2022), o macarrão mais antigo do mundo, identificado no Noroeste da China, era preparado pelos chineses com legumes, verdura, proteína e um caldo salgado e recebia o nome de Lámen ou Rámen (conforme a pronúncia) e que poderia levar até dias de cocção para a incorporação de tudo aquilo que os alimentos empregados poderiam oferecer do ponto de vista nutricional e energético.

Por outro lado, o Ramén foi popularizado na Ásia, em um intercâmbio cultural entre a China e o Japão, num contexto histórico em que a montagem do prato não poderia demorar. Trata-se do contexto da guerra (1895 – 1945) em que muitas partes da China foram ocupadas pelo Japão. “Então, esse prato que mistura macarrão e caldo ficou muito popular porque era robusto, dava sustento para aguentar várias horas trabalhando ou matar a fome depois de uma longa jornada” explica o chef Mark Veen ao “o Joio e o Trigo” (2022).

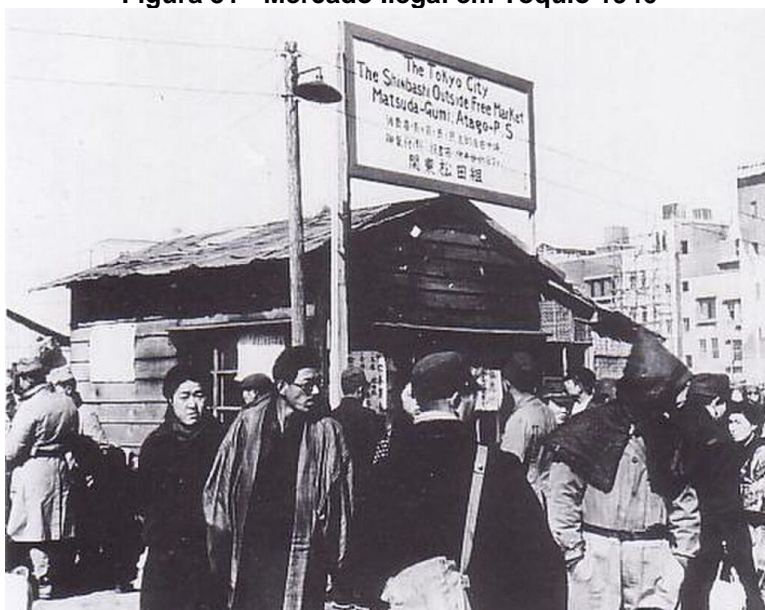
Segundo Mathías (2022), Momofuku Ando, fundador da Nissin Foods, relata que a criação do macarrão instantâneo foi um simples ato de empreendedorismo e observação da fome no cenário pós-guerra e das filas pelas buscas do Lámen no inverno setentrional, vide figura seguinte. Para os jornalistas não se trata de um ato simples, mas simplista e que não por acaso levou Luciano Hang da Havan (grande defensor dos ideais da extrema direita no Brasil) à uma profunda admiração por Momofuku, ao ponto de homenageá-lo em seu canal do *Youtube*.

George Solt *apud* O Joio e o Trigo (2022) explica que o real contexto da sacada empreendedora de Momofuku, nada mais se tratava do que a dominação dos Estados Unidos sobre os territórios japoneses no pós-guerra (1945 – 1952) em que em uma sinergia entre os interesses geopolíticos norte-americanos e os interesses da elite japonesa, o comunismo seria ideologicamente combatido com a “ajuda alimentar” ao Japão, a partir da

introdução da farinha de trigo nos hábitos alimentares japoneses, em uma proporção sempre mais próxima do que se assistia no Ocidente:

George Solt conta que a introdução do “*american way of life*” na terra do Sol nascente foi um esforço a muitas mãos. Na época, representantes dos interesses agrícolas dos EUA se uniram a nutricionistas no Japão para “espalhar o evangelho da superioridade do trigo, da carne e dos laticínios” em relação à dieta tradicional, baseada em arroz, peixe e produtos de soja. O governo japonês também fez sua parte, incluindo biscoitos na merenda escolar e até organizando uma campanha em que veículos com alto-falantes percorriam as ruas, incentivando a população a comer pão. (O JOIO E O TRIGO, 2022).

Figura 51 - Mercado Ilegal em Tóquio 1946



Fonte: O Joio e o Trigo (2022).

Foi esta materialidade associada a experiência do empreendedorismo no ramo alimentício baseado no ultra processamento de ingredientes que “inspirou” Momofuku Ando no desenvolvimento de uma massa à base trigo preparada industrialmente por meio da fritura que expulsa a umidade do produto e que nestas condições poderia assim ser preparado pelo consumidor em poucos minutos com adição de água quente e de temperos ultra processados que imitam o sabor do caldo Lámen e são vendidos como nutritivos (O JOIO E O TRIGO, 2022).

Mas foi o investimento em *Marketing* e distribuição que fez o macarrão saltar de um consumo de 6000 unidades em 8 meses para 1,2 milhões de unidades em 2 anos. Seu público-alvo, ao qual eram realizadas investidas publicitárias se tratava/se trata principalmente de jovens trabalhadores e mães solo explorados, sem tempo para o preparo de uma

alimentação. Por este motivo o discurso baseado em [+vitaminas], [+nutrição] e [+praticidade] foi indispensável. (O JOIO E O TRIGO, 2022).

Figura 52 - Anúncio Miojo Turma da Mônica 1989



Fonte: O Joio e o Trigo (2022).

A investida em publicidade infantil, imagem inclusive, amplamente utilizada na década de 1970, pode ser observada no seguinte anúncio da empresa datado de 1989, com o uso da patente de Maurício de Souza e os personagens da Turma da Mônica. A peça introduz sua retórica com a frase “Você sabe como a Mônica prepara o macarrão mais gostoso?” e responde a partir da centralidade [+nutritivo], [+prático], [+delicioso], [+natural]. (O JOIO E O TRIGO, 2022).

Evidencia-se, portanto, o papel do *Marketing*, da retórica, da centralidade discursiva e do poder na construção de padrões de produção e consumo, sejam eles alimentares ou de qualquer outro segmento. No subtópico seguinte destacam-se as narrativas de algumas corporações na

década de 1970, que controlavam os padrões e hábitos de produção no campo e as instituições.

3.2.2 – Algumas Corporações de Commodities na década de 1970

“Você pode ter idéia da dimensão [...] quando sabe que nós, da BASF Brasileira, participamos de praticamente todos os campos da indústria hoje.” Anunciava a BASF em 1974, evidenciando, não por acaso, o seu controle sobre a produção e consumo no país de industrialização tardia e pautado neste período sobre os ideários do desenvolvimentismo.

“Diretamente – com produtos que entregamos ao público consumidor. E indiretamente – com as matérias primas que fornecemos a outras indústrias. Se você olhar a sua volta, pode ter certeza: nós participamos de alguma forma de quase tudo o que você está vendo.” (ANÚNCIO BASF, 1974). Sendo a ideologia a cristalização das ideias das classes dominantes e a narrativa o jogo de linguagem ao qual esta se sedimenta, a ideologia do agronegócio no Brasil, já ganhava traços retóricos e formas de expressão na materialidade dos monopólios e oligopólios das multinacionais, a exemplo do anúncio da BASF.

O que hoje vê-se pelo *slogan* “Agro é tudo” já se anunciava na década de 1970, com os discursos que apresentavam a monopolização dos recursos e do mercado como algo positivo e que mais tarde se consolidaria com a retórica de um bloco monolítico em que tudo que se positiva é agro, em uma síntese conceitual que materialmente se manifesta sob a égide do controle.

O anúncio inicia-se apresentando a linguagem não verbal utilizada (o ovo de Colombo) enquanto uma manifestação discursiva sobre a importância da pesquisa para a Basf: “Resolvemos usar o ovo de Colombo para mostrar a você tudo que fazemos. [...] todo nosso trabalho está baseado na ideia de pesquisa. E, conseqüentemente, invenção. Estamos sempre pesquisando para criar produtos. Novas técnicas, novas soluções” (ANÚNCIO BASF, 1974).

Marilena Chauí (2022) explica que com o surgimento da tecnociência, instituída por grandes empresas capitalistas, enquanto a absorção das ciências pela tecnologia, ou em outras palavras, a articulação de forma que as

exigências técnicas comandam as pesquisas científicas, as ciências perdem sua independência e servem ao processo produtivo.

Neste contexto, tem-se a produção de mudanças mantendo-se na ideologia atual, de tal modo que, o ovo de Colombo equilibra-se sempre sobre as mesmas bases: aquelas estruturadas na ossatura do Estado capitalista, pelas frações de classes dominantes (POULANTZAS, 1978), sejam elas de interesse nacional, imperialistas ou associados.

Figura 53 - Anúncio BASF - 1974

A BASF Brasileira S.A. Resolvemos usar o ovo de Colombo para mostrar a você tudo que fazemos. Por uma boa razão: todo nosso trabalho está baseado na idéia de pesquisa. E, conseqüentemente, invenção. Estamos sempre pesquisando para criar novos produtos. Novas técnicas, novas soluções. Uma prova disso é que mais da metade dos 5 mil produtos com que trabalhamos no Brasil foram criados nos últimos 10 anos. Você pode ter idéia da dimensão deste trabalho quando sabe que nós, da BASF Brasileira, participamos de praticamente todos os campos da indústria de hoje. Diretamente — com produtos prontos que entregamos ao público consumidor. E indiretamente — com as matérias primas que fornecemos a outras indústrias. Se você olhar à sua volta, pode ter certeza: nós participamos de alguma forma de quase tudo que você está vendo. Talvez da pintura de sua sala. Do pano da roupa que você está vestindo. Do plástico que forra sua poltrona. Ou até do papel que faz esta revista e das cores que compõem este anúncio. Onde uma indústria química pode estar, nós estamos. Exportando produtos, como fitas cassette, até para o Japão. E fabricando produtos para a agricultura, para as indústrias de plástico, couro, papel, cosméticos, tintas e até para a construção civil e o processamento de dados. Investindo cada vez mais para criar novas fábricas e desenvolver no país laboratórios próprios de pesquisa — para ajudar a resolver os problemas da indústria e da agricultura. Por isso, quando resolvemos vir a você para contar tudo que fazemos, preferimos continuar com a mesma imagem que já tornou conhecida nossa fita cassette — o ovo de Colombo que você viu na página anterior. Só que demos a ele uma nova roupagem colorida. Para simbolizar nossas duas empresas associadas, mais as 8 Divisões de Vendas da BASF Brasileira S.A. Todos juntos, somos o grupo BASF no Brasil.

Todo dia uma nova idéia para tornar sua vida melhor.

E uma grande empresa.

GLASURIT do Brasil S.A.
ISOPOR Ind. Com. de Plásticos S.A.
BASF BRASILEIRA S. A.
Química
SLP (couro, papel e outros)
Agropecuária
Fertilizantes
Têxtil
Plásticos
Produtos para Processamento de Dados
Áudio- Víde

BASF

Fonte: Hernandez (2012) – Anúncio anos 70.

A alemã Basf é uma das gigantes químicas do mundo. A empresa tem um histórico de atentados ao meio ambiente e à vida humana. Durante a Segunda Guerra Mundial, a empresa produziu o gás Zyklon B, usados nas câmaras de gás nazistas para matar milhões de judeus.

Em 2010, a Basf foi a terceira maior vendedora de agrotóxicos no Brasil, lucrando US\$ 916 milhões com vendas de veneno. Em 2001, a empresa causou um vazamento de 11 mil litros de Mollescal, um corrosivo destinado ao curtimento de couro, no litoral do Rio Grande do Sul. Depois do ocorrido, forneceu informações falsas ao serviço de emergência sobre o grau de toxicidade da substância, colocando em risco os profissionais envolvidos no atendimento à população. (COUTINHO, 2013).

Em 2013 a escola de samba Vila Isabel no Rio de Janeiro ganhou o 1º lugar do desfile, sob o patrocínio da Basf. Coutinho (2013) afirma que “[...] o desfile da Vila Isabel [teve] uma grande contradição: a escola [foi] patrocinada pela empresa transnacional, fabricante de agrotóxicos e representante dos interesses do agronegócio, que tem interesses opostos aos do homem simples do campo retratado no samba enredo.”

Outra grande corporação que se pronunciava neste também forçado enredo pós-1970 era a Bayer. Nos anúncios das figuras 54 e 55, o primeiro de 1975 e o segundo de 1976, a Bayer faz referência às medicações produzidas pela empresa, em especial, a Cafiaspirina, evidenciando sua múltipla atuação em vários segmentos e reforçando os semas [+pesquisa], [+ciência] e [+tecnologia] no mesmo campo conceitual, por conseguinte, de *práxis* da Basf.

Assim como nos anúncios dos segmentos alimentares, no primeiro anúncio da Bayer a positivação de semas como [+família] se manifesta: “Isso expressa de maneira simples a amizade da família brasileira para com a Bayer. E a identificação da Bayer com a vida do país.” (ANÚNCIO BAYER, 1975); gera-se assim, a aproximação entre o leitor/consumidor e a multinacional. A concepção de Nação apresentada pelo texto é similar a compreensão de Estado e de Mercado assistida atualmente nos discursos neoliberais, em que estes são colocados quase como entidades.

O texto traz: “Há 78 anos a Bayer está integrada no Brasil participando do seu crescimento e de sua vida como Nação”. Silva (2018) pontua que a partir da década de 1970 as condições materiais permitiram a associação das burguesias internacionalmente e analisa ainda que com a globalização da produção material, havendo por outro lado a monopolização do domínio tecnológico, os resultados obtidos e o poder de decisão são

desiguais, de forma que os dividendos se concentram em determinados países, por meio da repatriação dos lucros.

Figura 54- Anúncio Bayer - 1975



Cafiaspirina da Silva.

Há no Brasil algumas crianças com este nome - Cafiaspirina. Isso expressa de maneira simples a amizade da família brasileira para com a Bayer. É a identificação da Bayer com a vida do país. Cafiaspirina é o mais antigo elo entre a Bayer e o brasileiro. Há 78 anos a Bayer está integrada no Brasil participando do seu crescimento e de sua vida como Nação. Através de seus laboratórios e de seus cientistas a Bayer tem contribuído para a erradicação de doenças endêmicas, como o mal de Chagas e o Esquistossomose. Sua participação tem sido constante na solução de problemas sociais, em pesquisas sanitárias, e em campanhas de interesse nacional, como o Projeto Rondón. E seus produtos têm contribuído grandemente para a melhoria da saúde pública, da agricultura, da pecuária e da indústria brasileira.

A Bayer é um complexo mundial com 85 fábricas e 344 representantes em quase todos os países do mundo. A Bayer emprega 140 mil pessoas e fabrica mais de 6.000 produtos. Apenas em 1973 investiu mais de 1 bilhão de cruzeiros em pesquisas.

Bayer Bayer do Brasil Indústria Química S.A. Rua Positivo 450 - 13033 São Paulo - SP

Fonte: Hernandez (2012) – Anúncio anos 70.

“As corporações não são autônomas dos Estados-nação. Se constituem com seu apoio, utilizam vantagens do país de origem e recorrem a eles, sobretudo em situações de crise e expansão” (SILVA, 2018, p. 73). Desta feita, Silva apresenta que pela lógica do expansionismo, corporações como Bayer, Basf, Monsanto e outras, adquiriram por exemplo, empresas regionais e nacionais, em uma mundialização e oligopolização mundial.

Tratando-se especificamente e a exemplo, da Bayer, o autor destaca que apenas nas décadas de 1990 e 2000 adquiriu a Granja Quatro Irmãos (1998), a Sementes Fartura, a Mitla Pesquisa Agrícola e as Sementes Ribeiral (1999), as goianas CRV e Soytech (2010), a Melhoramento Agropastoril e a

Wehrtec (2012) e a Biotrigo Genética (2013). No anúncio, a Bayer se apresenta como “um complexo mundial com 80 fábricas e 344 representantes” em vários países do mundo e afirma empregar 140 mil pessoas e fabricar mais de 6000 mil produtos.

Os semas [+globalização], [+emprego] e [+produtividade] são reforçados na narrativa que segue positivando a tecnociência e o sema dos negócios a partir da afirmação: “Apenas em 1973 investiu mais de 1 bilhão de cruzeiros em pesquisas”.

Em 1976 a Bayer se apoiava nos sambistas Orlando Garcia da Silva, José Flores de Jesus (Zé keti), Clementina de Jesus da Silva e Antônio Moreira da Silva e suas respectivas influências nos noemas culturais do Carnaval brasileiro, como o capital simbólico da escola de samba Portela, no Rio de Janeiro, para engendrar a peça publicitária “Unidos da Bayer”.

Figura 55 - Anúncio Bayer - 1976



Unidos da Bayer.

A Bayer está presente em todos os momentos da nossa vida. Na dor, na alegria também. Ela se orgulha de estar nas cordas macias do violão onde o Zé Ketí desfilou seu samba. No plástico do radinho de pilha que transmite a seresta do Orlando Silva a todos os cantos do país. Nas faixas do asfalto onde a Clementina desfilou, fevereiro e março. Na maletinha prima que compõe os fôlores da casinha, onde o Moreira batuca sua inspiração. Nas cores das fantasias, dos carros alegóricos e dos colares de miçangas.

Se orgulha de estar no couro da sandália da Clementina e no tarranco da mulata (que não descobriu nem depois daquela evolução que amarrava vivas da arquibancada). No terno branco do Moreira. E até nos componentes eletrônicos do satélite que leva nossa festa lá fora.

Clementina, Orlando, Moreira, Zé Ketí: a Bayer homenageia seu talento eterno que faz mais feliz o povo brasileiro. E comunica que se sente também muito feliz por estar junto desse povo há mais de oitenta anos. E de ter curado as dores de cabeça, depois que o carnaval passou, com aquele comprimidinho famoso.

A Bayer fabrica mais de 6.000 produtos que vão desde matérias primas orgânicas e inorgânicas, passando por produtos intermediários como plásticos e vernizes, poliuretano, borracha e fibras sintéticas, até produtos acabados como fitossanitários, medicamentos e produtos biológicos. Ela tem 81.000 patentes registradas em todo o mundo, contando com pesquisas de 6.700 cientistas que realizam um trabalho pioneiro.

Grátis
Para ganhar um poster dos Unidos preencha e envie este cupom.

Nome _____
Profissão _____
Endereço _____ CEP _____
Cidade _____
Estado _____

Bayer Bayer do Brasil S.A.
Cidade Postal 664 e 22523
01000 São Paulo - SP

Fonte: Hernandez (2012) – Anúncio anos 70.

Com a mesma matriz discursiva do ano anterior, assim como a Basf em 1974, afirmavam estar presentes “em todos os momentos” da vida: “Na dor, na alegria também.” (ANÚNCIO BAYER, 1976). O tom da narrativa acenando para o companheirismo e a parceria, distanciava o debate da monopolização e buscava a aproximação com o público por meio da menção aos elementos do cotidiano: o violão, o samba, o rádio de pilha, a seresta, o desfile da comunidade das escolas de samba, o Carnaval etc. Afirmavam:

A Bayer fabrica mais de 6000 produtos que vão desde matérias primas orgânicas e inorgânicas, passando por produtos intermediários como plásticos e vernizes, poliuretano, borracha e fibras sintéticas, até produtos acabados como fitossanitários, medicamentos e produtos fotográficos. Ela tem 91000 patentes registradas em todo o mundo, contando com pesquisas de 6700 cientistas que realizam um trabalho pioneiro. (ANÚNCIO BAYER, 1976).

Os venenos e produtos tóxicos eram tratados como produtos “fitossanitários”, como faziam também outras indústrias químicas como a Ciba-Geigy que em 1996 se fundiu com a Sandoz formando a farmacêutica Novartis. Ainda em 1973 a suíça Ciba-Geigy anunciava (Figura 56): “Você está comendo o que os insetos deixaram”, afirmando:

É assustador. Você sabia que, todo ano, mais de um quarto da safra mundial de legumes, cereais e frutas se perde devido a ação danosa de ervas daninhas e insetos? A parte que eles deixam vai para a mesa de algumas pessoas. E a parte que deixa de ser produzida ou se perde, vai faltar na mesa de muitas outras. Sem os inseticidas e herbicidas de hoje, esta situação seria ainda mais alarmante para a humanidade. (ANÚNCIO CIBA-GEIGY, 1973).

No trecho acima a anunciante apresentava de forma naturalizada os efeitos do desequilíbrio ambiental provocado pelo modo de produção agrícola pautado nos monocultivos. O discurso sobre o que “vai para mesa” é utilizado no anúncio como ainda hoje assiste-se nos discursos do agronegócio.

A cólera é despertada na narrativa da dependência dos agrotóxicos, em um mundo descrito como impossível sem a ação do veneno: “Como seria o amanhã se ninguém preocupasse em desenvolver produtos novos e mais eficazes para proteger as plantas e aumentar a produtividade agrícola? Pode ficar tranquilo. A Ciba-Geigy se preocupa. CIBA-GEIGY pesquisa para o amanhã.” (ANÚNCIO CIBA-GEIGY, 1973).

Figura 56 - Anúncio Ciba-Geigy - 1973

Você está comendo o que os insetos deixaram.



É assustador.
Você sabia que, todo ano, mais de um quarto da safra mundial de legumes, cereais e frutas se perde devido à ação danosa de ervas daninhas e insetos?
A parte que eles deixam vai para a mesa de algumas pessoas. E a parte que deixa de ser produzida ou se perde, vai faltar na mesa de muitas outras.
Sem os inseticidas e herbicidas de hoje, esta situação seria ainda mais alarmante para a humanidade.
Como seria o amanhã se ninguém se preocupasse em desenvolver produtos novos e mais eficazes para proteger as plantas e aumentar a produtividade agrícola?
Pode ficar tranquilo. A Ciba-Geigy se preocupa.

CIBA-GEIGY
pesquisa para o amanhã

CIBA-GEIGY
QUÍMICA S. A.
Produtos para o Lar
Produtos Agropecuários
Pigmentos e Corantes
Plásticos e Aditivos
Especialidades Farmacêuticas
São Paulo
Rio de Janeiro
Porto Alegre
Recife.

Fonte: Hernandez (2012) – Anúncio anos 70.

A centralidade da narrativa em torno do orquestramento de um campo conceitual em que se pese os semas [+produtividade], [+desenvolvimento], [+tecnologia] também se evidencia. Além disso, assim como a Bayer a empresa manifestava atuar em diversos segmentos: produtos para o lar, produtos agropecuários, pigmentos e corantes, plásticos e aditivos, especialidades farmacêuticas; com filiais nos estados de São Paulo, Rio de Janeiro, Porto Alegre e Recife.

Em um anúncio do ano anterior (1972) – Figura 57, usavam a imagem de uma criança, para afirmarem “Ela já sabe escolher...” com uma lata do inseticida Neocid em mãos. O veneno é apresentado no texto como um elemento do “arsenal de saúde”. Na prateleira de um supermercado é selecionado por uma criança, como se fosse um produto seguro para estar sob posse dela. Após apresentarem o Neocid como um produto que compõe o cotidiano domiciliar e como livre de perigo, associado a semas da saúde, o

anúncio traz também a positivação dos ideais da tecnociência e de semas como [+família].

Figura 57 - Anúncio Ciba-Geigy - 1972



Ela já sabe escolher...

Inseticidas domésticos também fazem parte de nosso arsenal de saúde.

Nas grandes cidades, ou em regiões infestadas por insetos transmissores de doenças endêmicas, a desinfecção periódica exerce o importante papel de primeira medida preventiva.

A Ciba-Geigy pesquisa hoje na descoberta e aperfeiçoamento de novos inseticidas domésticos.

Para que você e sua família possam viver melhor.

CIBA-GEIGY QUÍMICA S. A.
Produtos para o Lar
Produtos Agropecuários,
Pigmentos, Corantes,
Plásticos e Aditivos
Especialidades
Farmacêuticas.

· São Paulo.
Rio de Janeiro.
Pôrto Alegre.
Recife.

CIBA—GEIGY pesquisa para o amanhã

Fonte: Hernandez (2012) – Anúncio anos 70.

Outra corporação que veiculava seus anúncios nas revistas da década de 1970, era a Union Carbide. A empresa norte-americana responsável pelo maior crime industrial da história, em 1984, com aproximadamente 600 mil vítimas (BRASIL DE FATO, 2020) anunciava em 1977: “O que é do homem o bicho não come. Porque a Union Carbide não deixa” (ANÚNCIO UNION CABRIDE, 1977).

Sete anos após o anúncio, em Bhopal região central da Índia, cerca de 27 toneladas do gás isocianato de metila vazaram de uma fábrica de agrotóxicos desativada da companhia estadunidense. Mais de 2000 pessoas morreram imediatamente ao inspirarem o gás:

A Campanha Internacional por Justiça em Bhopal estima que o total de mortes em decorrência do vazamento seja superior a 25 mil e alerta que o número de atingidos aumenta dia após dia, se aproximando da casa dos 600 mil. A última estatística oficial do

governo indiano é de 2006 e reconhece 558 mil vítimas. (BRASIL DE FATO, 2020)

No anúncio de 1977 (figura 58) os resultados dos monocultivos, especialmente aqueles presentes no processo de *commoditização*, eram exaltados e destacados: “Maiores colheitas. Melhores colheitas. Mais trigo. Mais soja. Mais cana-de-açúcar. Mais algodão.”; Seguidos por outros gêneros alimentícios: “Mais amendoim e mais batata. Mais frutas e hortaliças. É uma questão de sobrevivência” (ANÚNCIO UNION CARBIDE, 1977). E com este discurso a empresa, 7 anos depois, ocasionou de forma imediata mais de 2000 mil vítimas fatais.

Figura 58 - Anúncio Union Carbide - 1977

O que é do homem o bicho não come. Porque a Union Carbide não deixa.

Maiores colheitas. Melhores colheitas. Mais trigo. Mais soja. Mais cana de açúcar. Mais algodão. Mais amendoim e mais batata. Mais frutas e hortaliças. É uma questão de sobrevivência. E o trabalho do agricultor, que a ele se atira de sol a sol. Trabalho que é uma luta. Porque, além de todos os tratos e cuidados com o solo e com as plantas, há que combater obstinados inimigos: as pragas que atacam e arruinam as culturas. É nesse ponto que a tecnologia da Union Carbide do Brasil presta inestimável serviço à nossa Agricultura. Seus avançados defensivos agrícolas, Temik e Sevin, protegem as lavouras contra as pragas, aumentando o volume e a qualidade das colheitas. Melhorando a produtividade.

Além disso, a Union Carbide do Brasil fabrica produtos químicos que entram na composição de tintas e corantes. Produz as pilhas e lanternas Eveready. É, também, o maior fabricante de polietileno do País. Portanto, está no plástico dos brinquedos, embalagens e utensílios domésticos. A Union Carbide do Brasil congrega mais de 1.500 funcionários e trabalha há quase 30 anos para uma vida melhor. Com mais conforto e bem estar. Para uma Agricultura mais produtiva. Para uma mesa mais farta.

UNION CARBIDE

Fonte: Hernandez (2012) – Anúncio anos 70.

Os agrotóxicos são apresentados de forma naturalizada enquanto uma necessidade no âmbito da agricultura; e não o contrário real: os

monocultivos enquanto um mecanismo de produção necessário para a comercialização dos agrotóxicos em larga escala. Assim, desta feita afirmam:

E o trabalho do agricultor [...] que é uma luta. Porque, além de todos os tratos e cuidados com o solo e com as plantas, há que combater obstinados inimigos: as pragas que atacam e arruinam as culturas. É nesse ponto que a tecnologia da Union Carbide do Brasil presta inestimável serviço à nossa Agricultura. Seus avançados defensivos agrícolas, Termik e Sevin, protegem as lavouras contra as pragas, aumentando o volume e a qualidade das colheitas. Melhorando a produtividade. (ANÚNCIO UNION CARBIDE, 1977).

O anúncio usa o termo “praga” para designar insetos e plantas que se reproduzem em grande quantidade, diante ao desequilíbrio ambiental provocado com a implementação dos monocultivos em detrimento da diversidade natural dos ecossistemas locais. Na cólera promovida com o discurso do inimigo (um inimigo natural, não racional) a empresa mobiliza paixões apresentando-se como a solução, a partir da tecnociência que já se capilarizava desde a década de 1970.

Os venenos lançados no bojo da tecnociência enquanto solução para o problema identificado, são denominados desde já de “defensivos agrícolas”. Aqueles responsáveis por “defender os monocultivos” de seus inimigos: “as pragas”. “As pragas” são ditas responsáveis por “atacarem e arruinarem as culturas”. Por outro lado, é pertinente destacar, que o termo cultura para se referir ao processo de plantio, colheita etc. envolve aspectos da ancestralidade e do conhecimento geracional.

Desse modo, na prática, os “inimigos das culturas” seriam aqueles que ferem os *saberes e fazeres* da agricultura camponesa, que vias de fato cultivam, a partir dos princípios culturais e não pelos padrões e racionalidade capitalista empregados nos monocultivos. E é justamente na sedimentação de uma racionalidade da acumulação que o anúncio reforça o sema da produtividade, defendendo o homogêneo padrão industrial no campo.

A diversidade natural das paisagens é substituída pelas múltiplas possibilidades de acumulação por espoliação dos territórios e a apropriação da mais-valia nas indústrias, em que destacam: “A Union Carbide do Brasil fabrica produtos químicos que entram na composição de tintas e corantes. Produz as pilhas e lanternas [...] E é também o maior fabricante de polietileno do país. Portanto, está no plástico dos brinquedos, embalagens e utensílios domésticos.” (ANÚNCIO UNION CARBIDE, 1977).

As corporações usam de uma narrativa que manifesta o processo de monopolização e de oligopolização, quase que em uma onipresença, no contexto da sacralidade da propriedade privada. A ideologia produtivista manifestada também no discurso da geração de empregos, não foi dispensada no anúncio da Union Carbide: “A Union Carbide do Brasil emprega mais de 1500 funcionários e trabalha há quase 30 anos para uma vida melhor. Com mais conforto e bem-estar. Para uma agricultura mais produtiva. Para uma mesa mais farta.” (ANÚNCIO UNION CARBIDE, 1977).

Assim como a Bayer, engendraram também o discurso na mesa farta e da segurança alimentar, criando um cenário imaterial disponível a materialidade da territorialização dos monocultivos, a expansão da fronteira agrícola e a química dependência.

Nas décadas seguintes, os campos conceituais do agronegócio foram se sedimentando, na posituação dos semas identificados até aqui. Novos hábitos de consumo, nichos de mercado e discursos ambientais foram se edificando sobre uma mesma ordem global, como pode-se observar nos exemplos manifestados no capítulo a seguir.

4. A MARCHA DA ESPETACULARIZAÇÃO: MOVIMENTOS IDEOLÓGICOS A PARTIR DA DIMENSÃO DISCURSIVA ENERGÉTICA E NOVOS ELEMENTOS CULTURAIS

Ainda pensando a marcha do controle a partir dos movimentos ideológicos e suas respectivas matrizes discursivas, neste capítulo buscamos:

1) identificar as novas plataformas acessadas para interpelação das narrativas do agronegócio a partir dos anos 2000;

2) analisar os novos caminhos retóricos encontrados pelo agronegócio no século vinte e um - XXI.

Desta feita, verificamos as chaves retóricas no jogo da linguagem, que levaram à culminância da matriz conceitual “Agro”. Identificamos enquanto estratégia o apoio em *ethos* de ídolos nacionais como artistas, cantores e jogadores de futebol, alimentando novos elementos culturais por uma concertação político-ideológica.

Das revistas à televisão, da televisão às mídias sociais, à uma dimensão alimentar e tecno-produtiva somou-se uma dimensão cultural no emaranhado de novos elementos que se hegemonizam pelo e para o agronegócio. No cenário artístico, musical e da influência digital, sustentados por uma estrutura política e macroeconômica em uma relação dialética, novos semas foram incorporados ao campo conceitual <<agro>>.

4.1 – Matrizes discursivas do agronegócio nos anos 2000

4.1.1 – Novos hábitos ao século XXI

Antes de problematizar-se os novos hábitos aos anos 2000 é importante resgatar as análises de Mafort (2018) para pensar-se os preâmbulos deste contexto. A autora explica que a reestruturação produtiva do capital se dá como resultado de sua crise estrutural que é cíclica, o que no Brasil, pôde ser percebido no final da década de 1980 e início da década de 1990. Este período foi marcado pela ascendência de políticas neoliberais como privatizações e desmonte de direitos sociais, a desregulação das relações de trabalho e a ampla acumulação nas empresas transnacionais.

Os efeitos deste processo são identificados entre tantas coisas nas mutações no mundo do trabalho na década de 1990 e na força “dos agronegócios” a partir de investimentos em infraestrutura territorial, pesquisas agropecuárias, regulação do mercado de terras etc. (MAFORT, 2018). O agronegócio brasileiro enquanto projeto, tornou-se ainda mais competitivo no comércio internacional. (DELGADO, 2012).

Em 1993 tem-se a criação da ABAG com a organização de diferentes agentes que capilarizam os discursos em defesa da ideia de cadeia produtiva e fomenta a territorialização e legitimação das mudanças no campo em favor do capital. Além disso, ressalva-se a integração da Agricultura Familiar e as orientações políticas do Banco Mundial, em direção ao neodesenvolvimentismo dos governos Lula e Dilma nos anos 2000, com a expansão do agronegócio e com políticas para trabalhadores do campo. (MAFORT, 2018).

Segundo a autora a contradição fundamental deste processo é a ascensão e consolidação da Agricultura Familiar que ocorreram em detrimento da política estruturante da Reforma Agrária. E mais uma vez e cada vez mais as medidas contra a Reforma Agrária são intensificadas, por meio de desmontes que só evidenciam o quanto a Questão Agrária é central no debate e por isso tão adiada pelas ações hegemônicas burguesas e latifundiárias.

É neste cenário também que a unidade de discurso entra em divisa, incluindo com a disputa pela captura da subjetividade dos trabalhadores assentados, que nos seus processos de trabalho se defrontam ora como assentado, ora como agricultor familiar, ora como força de trabalho disponível ao capital, em geral precarizado. (MAFORT, 2018).

Logo, o início do século XXI foi um marco para o agronegócio lançar-se como alternativa à crise do capital (DELGADO, 2012). Para isso, a revisão das narrativas e dos conceitos utilizados como *think-tanks* foram imprescindíveis no processo de persuasão da população acerca deste projeto que se apresentava como hegemônico. Uma nova onda de investidas em *marketing*, especialmente no apoio de estereótipos e de *ethos* da pureza das crianças, da simplicidade do homem do campo e de artistas renomados foram

essenciais para o convencimento da população sobre a necessidade de valorização deste “novo” projeto de acumulação.

Entre tantas investidas pode-se eleger dois marcos do início do século: a aproximação em peças publicitárias televisionadas sobre a pauta do campo e da cidade, com a sedimentação da modernidade como conceito do campo conceitual de <<cidade>> e as narrativas dos biocombustíveis a partir dos carros flex, com a retórica do aquecimento global.

A exemplo do primeiro caso, tem-se em 1998 a propaganda das embalagens *Tetra Pack*¹⁵. Na peça uma pequena garotinha aparece redigindo uma redação e narrando sobre a vaca: “A vaca. A vaca é o animal que nos dá o leite. A vaca é pequeninha e quadradinha. Lá nas férias eu aprendi a tirar leite da vaca. Primeiro a gente pega a vaca e corta o biquinho dela. Depois vira a vaca de cabeça pra baixo.” A garotinha escreve o seu texto enquanto imagina a caixa de leite em embalagem *Tetra Pack* escrito “leite longa vida”.

Ao final, uma mulher narra: “Longa vida! O leite de vida longa, puro que nem criança.”. A menina conclui enquanto bebe leite e pisca para o espectador: “Existe outros tipos de vaca (sic). Mas o leite delas não é tão bom assim não.”. A propaganda foi utilizada para promover na população a demanda pelo chamado “leite de caixinha”.

Figura 59 - Propaganda Tetra Pack (A vaca)



Fonte: Propagandas Históricas (2019).

¹⁵ Tetra Pack (A vaca) - 1998. In.: Propagandas Históricas. Disponível em: <<<https://www.youtube.com/watch?v=Jw82j-J869E&t=4s>>>. Acesso em: fev 2022.

Alguns aspectos se destacam na peça: a referência ao distanciamento da criança da cidade sobre os conhecimentos básicos acerca da vida do campo; a indução à compreensão de que o leite ultrapasteurizado é o adequado à saúde humana, tentando-se criar novos hábitos alimentares e o fato de a propaganda contar com a figura da menina e a voz da mulher em narrativas femininas sobre o cuidado com a alimentação e com a saúde.

Neste mesmo sentido de relação campo-cidade, mas com o protagonismo das figuras masculinas associadas ao poder e a modernidade da cidade e ao trabalho do campo, tem-se nos anos 2000 a propaganda da bandeira de cartões Mastercard. O clássico “Nunca ser pego desprevenido, não tem preço!” marca ainda hoje as memórias dos espectadores daquele período.

Em uma das propagandas¹⁶, mostra-se a imagem de um carro chegando em uma área rural e parando em uma mercearia popularmente conhecida como “venda”. A venda na peça publicitária, constitui-se como uma loja de conveniência de um pequeno posto de gasolina, localizado em uma zona rural.

No estabelecimento desce um homem branco, com roupas limpas, sem as marcas de poeira do campo (diferente do seu carro). O homem adquire um queijo e uma goiabada e sai da mercearia sob a narrativa “Queijo e goiabada, 15 reais no débito”, em seguida sob o diálogo do trabalhador frentista e o motorista aparentemente da cidade e com uma música sertaneja ao fundo, acrescenta o narrador: “Gasolina, 90 reais no crédito”.

O homem segue sua viagem e para próximo a um lugar com pés de mexericas, lava sua mão e rosto e diz bom dia a outro homem que, com trejeitos “caipira” escorado em uma porteira, usa roupas de trabalhador do campo e chapéu. Então, experimenta e toma para si algumas mexericas e sai do local, quando é surpreendido pela figura do “caipira” que acena fazendo um sinal de dinheiro com as mãos como se cobrasse pelas mexericas.

O motorista apresenta não ter dinheiro e mostra o seu cartão de crédito, como sua única alternativa. O homem do campo tira do bolso a

¹⁶ Mastercard (caipira) anos 2000 In.: Propagandas Históricas (2019). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=QoU4YtqvMJ0&t=10s> Acesso em: fev 2022.

maquininha da bandeira Mastercard sob a narrativa “Nunca ser pego desprevenido, não tem preço!”.

A propaganda é concluída: “Os cartões de crédito e débito Mastercard são aceitos em todo Brasil, inclusive onde você menos espera!”. O mote da propaganda era: “Tem coisas que o dinheiro não compra, para todas as outras, existe Mastercard”.

Figura 60 - Propaganda Mastercard (caipira) anos 2000



Fonte: Propagandas Históricas (2019).

Na peça em si observava-se nos anos 2000 narrativas que compreendiam um abismo entre o campo e a cidade e a manifestação do homem do campo como o caipira agora integrado com a racionalidade capitalista. O homem do campo que simbolicamente antes compartilhava o seu excedente agora o vende, usando de cartões de crédito e débito.

Outra retórica bastante reforçada neste interregno é sobre o uso do etanol. Com a escassez de combustíveis e as crises climáticas, o discurso dos biocombustíveis tornou-se uma narrativa de fácil aceitabilidade, especialmente nos anos 2000 em que o agronegócio se apresentava enquanto a saída para a crise do capital pós crise cambial e desfiguração da imagem do Petróleo em 1999 (DELGADO, 2012; HOUDART, 2010).

No documentário “À sombra de um delírio verde”¹⁷ evidencia-se a ameaça aos povos indígenas Guaranis-kaiowá com a expansão da produção de cana-de-açúcar em Mato Grosso do Sul. Kaiowá, do Guarani: “povo da floresta” é a denominação dos povos que valorizam a terra e tudo o que nela se produz, enquanto território de vida. Estes povos foram integralmente ameaçados com a expansão dos monocultivos de cana-de-açúcar em seus territórios.

No documentário citado é possível ter acesso à algumas narrativas utilizadas nos anos 2000 que abriram novos caminhos para os discursos dos biocombustíveis e suas manifestações na materialidade dos territórios. A exemplo disso, têm-se o discurso do presidente Luís Inácio Lula da Silva em 2007, em seu acordo histórico com os Estados Unidos: “Pode significar definitivamente a partir do dia de hoje um novo momento da indústria automobilística no mundo, um novo momento dos combustíveis no mundo e eu diria possivelmente um novo momento para a humanidade.” (LULA, 2007).

Diferentes segmentos dos programas televisivos (esporte, humor, entretenimento etc.), nas mais diversas emissoras de televisão (Band, SBT, Globo, Rede TV etc.) e na figura de apresentadores influentes (Hebe Camargo, Luciano Huck, Raul Gil, Gugu, Gilberto Leão, Emílio Surita, Fernando Vanucci etc.) marcaram os anos 2000 com o *slogan*: “Álcool combustível, o Etanol. O que o mundo quer você já tem.”. Junto ao *slogan*, estes apresentadores discursavam (Figura 61):

Uma das coisas que me deixa feliz é ver que cada vez mais surge uma geração de pessoas preocupadas com o meio ambiente. Todo mundo é responsável por esse planeta. Álcool combustível, o glorioso etanol, reduz em 80% o gás carbônico. [...] Está trazendo uma montanha de dinheiro e divisas para o mundo.

¹⁷ Documentário À Sombra de um delírio verde, in: Ecodebate (2013). Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=c2_JXcD97DI. Acesso em: abr 2022.

Figura 61 - Propagandas Etanol - anos 2000



Fonte: À sombra de um delírio verde (2011) in: Ecodebate (2013).

A culminância do discurso ambiental sobre o uso de combustíveis fósseis, a emissão de gás carbônico e as mudanças climáticas se dá justamente na finalidade econômica sobre o dinheiro e as divisas no mundo globalizado. Logo, a própria narrativa empreendida pelos apresentadores denuncia a finalidade máxima do projeto: um novo nicho de mercado.

Historicamente os apresentadores que emprestam seus *ethos* ao projeto se posicionaram/posicionam endossando narrativas da direita política. Mais tarde, figuras como Gilberto Barros, tornar-se-ia defensor assíduo do atual presidente da República.

Como mencionado anteriormente do Proálcool (1975), passando pelo Plano Nacional de Agroenergia (2006) ao RenovaBio (2016), o discurso da sustentabilidade e da descarbonização foi engendrado e capturado para a consolidação de um novo nicho de mercado do projeto Agro. Neste interregno, há também a consolidação de narrativas como as estabelecidas no bojo do movimento Sou Agro e empiricamente é possível perceber as mudanças na legislação como o chamado “Novo Código Florestal” que será pautado no próximo subtópico.

Neste período a trama entre a economia neoclássica, as corporações de *commodities*, os poderes do Estado e o discurso enquanto manifestação ideológica, ganha ainda mais corpo e resistência. Isso quer dizer que assiste-

se o Agro como conhecemos atualmente: Um agro que apresenta-se como economia, campo, cidade, política, estilo de vida, nas diferentes aproximações de seus interesses; Um Agro que se constitui enquanto a síntese da ação territorial das corporações de *commodities* na complexidade do Espaço Geográfico brasileiro inserido na Divisão Internacional do Trabalho.

4.1.2 - Revendo conceitos: Do Agronegócio ao Sou Agro

“A UNICA e a BASF, uma das maiores empresas de produtos químicos do mundo, anunciaram uma parceria nesta terça-feira (31/03/2009) com o objetivo de **ampliar a divulgação dos conceitos** da campanha ‘Etanol Verde uma atitude inteligente’, lançada pela UNICA em 2008”. Era esta a chamada da reportagem lançada pelo Jornal da Cana (2009). Na centralidade discursiva dos biocombustíveis ou da economia verde, a campanha publicitária em evidência apresentava o cuidado com o planeta enquanto uma escolha individual. Semas como [+vida], [+planeta], [+verde], [+atitude] foram muito reforçados.

Figura 62 - Cartilha "Etanol uma atitude inteligente" – capa



Fonte: UNICA (2020).

Edificava-se neste período a ideia do “consumo consciente” como se a mudança e o cuidado com o planeta fossem responsabilidade e decisão

individual e não uma demanda para o movimento do capital e seu paradigma da acumulação. A cartilha (Figura 62) amplamente difundida pela UNICA (principal entidade representativa da cana-de-açúcar no segmento industrial) apresentava como capa “Como e por que o álcool combustível melhora a sua vida e a do planeta. Etanol uma atitude inteligente. Dicas para você cuidar do planeta”.

Um céu com poucas nuvens, gerando a sensação de umidade em um clima Tropical; o verde monocultivo, provocando pela cor os ideais ambientais; um carro representado pela letra “e” que remete à grafia utilizada pelo navegador “explorer”, como se convidasse a pensar nas tecnologias da informação; uma estrada bem pavimentada, livre de trânsito, que provoca a paz na observação de qualquer motorista – foram estas as linguagens não verbais utilizadas no texto.

A individualidade é amplamente projetada, provocando-se a responsabilização: “SUA vida”; “ATITUDE inteligente”; “VOCÊ cuidar”. Tal discurso é tão evidente, que no decorrer da cartilha observa-se assim como muito empregado na década de 1970, uma criança branca, loira, dos olhos claros, que empresta seu *ethos* a peça (Figura 63), como se pedisse mudanças para a sua geração, ao passo que mobiliza paixões pela sugestão de atitude, ao segurar em seus braços embalagens recicláveis.

Figura 63 - Cartilha "Etanol uma atitude inteligente" - ações individuais



Fonte: UNICA (2020).

Ao seu fundo, percebe-se um cenário de árvores, que remetem ao ar livre e a natureza. A imagem é acompanhada da frase: “AÇÕES INDIVIDUAIS pesam muito mais do que se costuma imaginar”.

Na cartilha, a imagem está contextualizada em um trecho cujo tópico se intitula: “Pequenas grandes atitudes” (Figura 64). O texto começa afirmando que “Muitas emissões de gases do efeito estufa no mundo resultam de hábitos e ações individuais [...] Portanto, a redução das agressões ao meio ambiente passa necessariamente por uma mudança de atitude das pessoas” (CARTILHA ÚNICA, 2008). Em seguida, o texto traz referências sobre o uso da energia, da água e o “descarte do lixo”.

Para Gameiro (2017) a apresentação do etanol enquanto o combustível que melhora a sua vida e a do planeta com benefícios à saúde, à produção de alimento, à energia, aos preços etc. é uma estratégia coerente com o atual estágio “moral” do desenvolvimento capitalista. Neste estágio, a cultura ambiental ganha relevo ao se associar a um valor signo coletivo, sustentado por uma ética discursiva que zela pelo outro, pelo planeta e pelo futuro, em uma complementação, mas nunca uma substituição da racionalidade egoísta do *homo economicus*.

Essa responsabilização do indivíduo é muito evidente nos debates da economia neoclássica. Na sombra do positivismo, os problemas do mundo são compreendidos como individuais, resultados das escolhas e decisões do consumidor, cabendo, portanto, o questionamento sobre todos os efeitos deletérios de qualquer produção a estes sujeitos e não às corporações que os provocam.

Narrativas sobre hábitos cotidianos nos lares são utilizadas para se propor uma mudança significativa para o planeta, desconsiderando-se os efeitos do modo de produção e os dados que denunciam os verdadeiros responsáveis pelos problemas em destaque (Figura 65). O não dito, configura-se, portanto, como estratégia discursiva indispensável.

Figura 64 - Cartilha "Etanol uma atitude inteligente" – “pequenas grandes atitudes”

Pequenas grandes atitudes

Muitas emissões de gases do efeito estufa no mundo resultam de hábitos e ações individuais, como o uso de automóveis e o aquecimento de residências utilizando combustíveis fósseis, comum em países frios. Portanto, a redução das agressões ao meio ambiente passa necessariamente por uma mudança de atitude das pessoas.

Agora que você já sabe por que abastecer com etanol é tão importante para o meio ambiente, conheça mais algumas dicas para ajudar o nosso planeta:

Energia

- ✓ Controle a chama do fogão para que ela não vá além da área do fundo da panela.
- ✓ Descongele a sua geladeira regularmente. Se o freezer não estiver cheio, preencha os espaços vazios com jornal.
- ✓ Troque, quando possível, as lâmpadas incandescentes de sua casa por lâmpadas fluorescentes. Elas podem ser mais caras que as convencionais, mas a economia no consumo e a durabilidade maior compensam, além de ajudar o planeta.



- ✓ Prefira as pilhas recarregáveis, que, embora consumam mais energia no carregamento, demoram para ir para o lixo.
- ✓ Pilhas comuns e baterias com carga utilizada não devem ser descartadas no lixo comum. Leve-as às lojas onde foram compradas ou a uma rede de assistência técnica.
- ✓ Desligue o power ou fire da tomada os eletrodomésticos e eletroeletrônicos que disponham de relógios ou leds.



Lixo

Lembre-se dos três "R" antes de jogar algo fora: **reduza, reúse e recicle.**

Reduzir:

- ✓ Quando for ao supermercado, leve sua própria sacola. Assim, você ajuda a reduzir o consumo de sacos plásticos para embalar suas compras. Se utilizá-los, não use mais do que precisa naquele momento.
- ✓ Evite pegar uma folha de papel em branco se não for imprescindível. Use o verso das folhas.

Reusar:

- ✓ Doar o computador na compra de um novo é uma forma de reutilização. O mesmo vale para roupas, livros, brinquedos ou jogos usados.
- ✓ Se um eletrodoméstico quebra, mande-o para o conserto em vez de comprar um novo.

Reciclar:

- ✓ Separe o seu lixo para reciclagem. Alumínio reciclado, por exemplo, economiza 95% de energia usada para fabricar uma peça nova.

- ✓ Nunca descarte óleo de cozinha usado na pia ou no vaso sanitário. Armazene em uma garrafa pet e mande para os postos de coleta, que podem reaproveitá-lo para a produção de sabão. Mais informações sobre como reciclar você encontra no site www.rotadareciclagem.com.br.

Água

- ✓ Procure usar lavadora de roupas e máquina de lavar pratos com sua capacidade máxima.



www.etanolverde.com.br

- ✓ Feche torneiras quando não estiver usando – enquanto escova os dentes, por exemplo – e não deixe que estas fiquem gotejando.
- ✓ Quando for lavar louça, ensaboe o máximo possível de utensílios antes de abrir a torneira para enxaguar.
- ✓ Colocar um tijolo na caixa de descarga do vaso sanitário reduz o espaço para a água e, conseqüentemente, gera economia.
- ✓ Não faça do banho um momento de lazer e reduza o tempo no chuveiro.



- ✓ Reduza sensivelmente o consumo de água utilizando balde em vez de mangueira.

Conheça o setor sucroenergético brasileiro:

- ALCOPAR** - Associação dos Produtores de Alcool e Açúcar do Estado do Paraná
- AIAA** - Associação das indústrias de Açúcar e Alcool - Minas Gerais
- BIOSUL** - Associação dos Produtores de Bioenergia do Mato Grosso do Sul
- SIFAEG** - Sindicato da Indústria de Fabricação de Alcool do Estado de Goiás
- Sindicato da Indústria do Açúcar e do Alcool no Estado da Bahia
- UNICA** - União da Indústria da cana de açúcar - São Paulo

Expediente

Esta é uma publicação da EDITORA GLOBO S.A., Núcleo de Projetos Especiais, sob encomenda da UNICA. Colaboraram nesta edição: Carlos Dias (texto e edição); Duda Bottini (edição de arte); Luis Fernando Martins (infográfico); Marcos Nulfer (ilustrações). **Jornalista responsável:** Carlos Dias (MTB: 13.060). Reprodução Proibida.

www.etanolverde.com.br

Para saber mais:

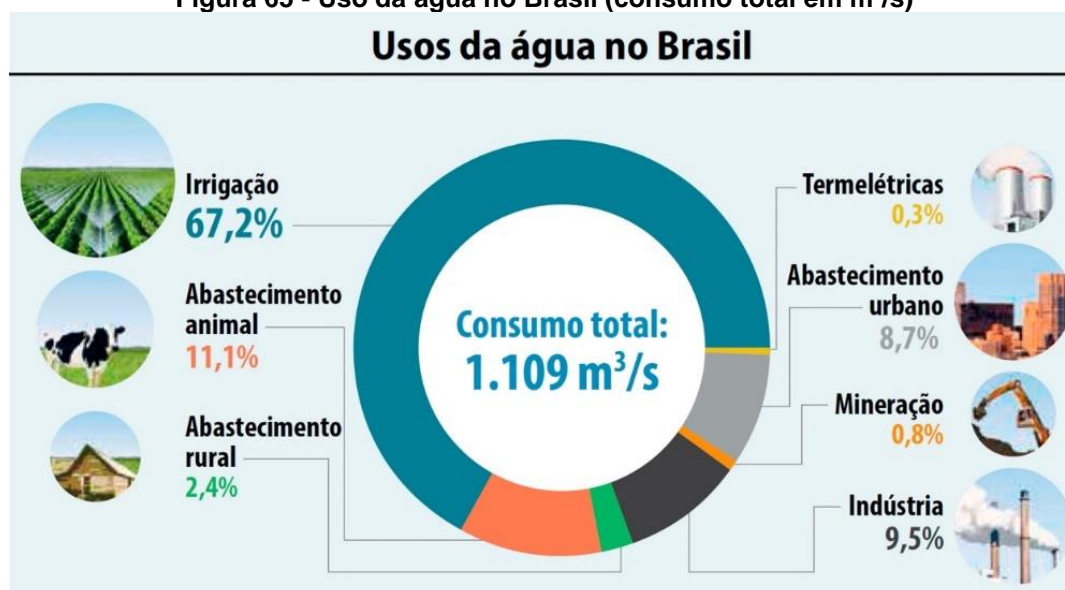
UNICA

UNião da Indústria de Cana-de-Açúcar

19960 - Ribeirão Preto - SP - Brasil - 13060-000

www.unica.com.br

Figura 65 - Uso da água no Brasil (consumo total em m³/s)



Fonte: Senado Notícias (2018).

Assinada pela UNICA, a cartilha apresenta um convite para se conhecer o “setor sucroenergético” brasileiro, fazendo referência à Associação dos Produtores de Álcool e Açúcar do Estado do Paraná (ALCOPAR), à Associação das Indústrias de Açúcar e Álcool – Minas (AIAA), à Associação dos Produtores de Bioenergia do Mato Grosso do Sul (BioSul); Sindicato da Indústria de Fabricação de Álcool do Estado de Goiás (SIFAEG); Sindicato da Indústria do Açúcar e do Álcool no Estado da Bahia e a UNICA representando São Paulo.

Em uma cartilha cujo tema é o Etanol, combustível produzido a partir de *commodities* agrícolas, e cujo mote é o discurso ambiental, sendo a materialidade do consumo da água de quase 70% para irrigação, especialmente de monocultivos, é no mínimo questionável o material não ponderar sobre o debate do consumo de água a partir de uma problematização que paute o modo de produção agrícola vigente. Outro aspecto questionável é o observado na imagem da figura 66 presente na cartilha:

Figura 66 - Cartilha "Etanol uma atitude inteligente" – etanol e a produção de alimentos



Fonte: UNICA (2020)

“O etanol brasileiro não compete com a produção de alimentos”, apresenta o título da imagem que associa a produção de alimentos à um quadro que ilustra uma típica cena do agronegócio: máquina agrícola da John Deere, monocultivos, ausência de pessoas e a forte presença da tecnociência, com a ampla apropriação da renda pelas corporações de *commodities*. Segundo o material apresentado:

Desde 1960, a área colhida com cana-de-açúcar apresentou uma taxa de crescimento de 3% ao ano, sem prejudicar o avanço de outras culturas. Metade desse incremento foi utilizado para produção de açúcar. A título de ilustração, as duas maiores culturas do País – soja e milho – também apresentaram crescimento significativo nesse mesmo período. A área colhida com soja cresceu 11% ao ano e a de milho, 2% ao ano. A agricultura cresce prioritariamente sobre áreas de pastagem degradadas. (CARTILHA UNICA, 2008).

Soja, milho e cana-de-açúcar o tripé da *commoditização* agrícola no Brasil, são apresentadas como “cultura”, reforçando-se a dimensão simbólica do campo, entre os agricultores, a partir de uma identidade “agro” e situando as *commodities* no seio da compreensão de alimento. Esses são apenas alguns dos vários conceitos amplamente divulgados pela campanha.

Os dados sobre a expansão destes monocultivos no território brasileiro são apresentados de forma anual: 3% (cana), 11% (soja) e 2%

(milho) de 1960 a 2008 (CARTILHA UNICA, 2008). Se fossem apresentados, no mesmo intervalo, de forma resumida, isto significaria uma expansão de no mínimo 144% no monocultivo de cana-de-açúcar, 528% no monocultivo de soja e 96% no monocultivo de milho.

Por outro lado, diferente do distanciamento semântico dos monocultivos a compreensão de *commodities*, o termo “etanol” passa a ser engendrado pela UNICA, substituindo o termo “álcool combustível” a partir de 2009, junto a Agência Nacional do Petróleo (ANP) demarcando-se justamente a *commoditização* do produto. Tal fato, deixa brechas inclusive para o uso do termo “sucroenergético”. Conforme Carvalho (2017) o termo é estrategicamente utilizado para reforçar semanticamente a pluriatividade do monocultivo canavieiro (açúcar, álcool, etanol, energia, fertilizantes, etc).

É nesse sentido que a UNICA lança em 2012 a campanha “Etanol, o combustível completão” (ARAÚJO, 2022). A campanha reforçava semas como [+sustentabilidade], [+empregos], [+meio ambiente], [+produtividade]: “Peças publicitárias, *trailers* de cinema, ações em postos de combustível foram realizadas para chamar a atenção do consumidor [sobre as] “vantagens” de se abastecer com o combustível vegetal. E com isso, o nome álcool foi sendo dia a dia sepultado na bomba [de combustível] em favor do “etanol” (ARAÚJO, 2022).

Figura 67 - Peça Publicitária "Etanol, combustível completão" - 2014





Fonte: Comerciais de TV (2019)

Na propaganda televisionada em 2014¹⁸ assistia-se um homem dirigindo um carro com duas crianças sentadas no banco de trás. O carro para, as travas do carro se acionam, as crianças aparentemente sem cinto de segurança se posicionam próximas ao motorista para ouvir o que o GPS do carro começa a dizer: “Está na hora da gente ter uma conversa!”. O homem pergunta: “Mas quem é você?” e tem a resposta: “Sou a consciência do seu carro e estou cansada desse negócio de qualquer combustível, quero Etanol! Até eu já sei que ele é completão!”

Intrigado, o “pai” das crianças, olha para “os filhos no banco de trás” que observavam atentamente e com encantamento o que a “consciência do carro” tinha a dizer. A menina, que antes usava o celular e agora se maravilha com o diálogo com o GPS diz: “uau!” em tom de admiração e surpresa.

Evidenciando algumas imagens no display do carro, a tal consciência continua: “Ele aumenta a potência do motor, gera milhões de empregos no Brasil e é melhor pra natureza.” O garoto se manifesta com entusiasmo: “Legal!”. O homem apresenta-se convencido e afirma: “Nossa, está bom! Mas onde tem o posto?”. O GPS segue com seu funcionamento padrão, ou quase, “A 300 metros, vire à esquerda, bonitão!”. E a propaganda se encerra com o jingle “Etanol é o combustível completão!”.

Estabelece-se mais uma vez o peso do *ethos* infantil na retórica de propagandas que fortalecem o imaginário popular sobre o AGRO. Associa-se na peça os semas como [+tecnologia] com [+consciência] legitimando-se a

¹⁸ Etanol, o combustível Completão! 2014 in: Comerciais de TV. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=aCLHmivmtOc>. Acesso em: abr 2022.

ideologia da competência, da escolha, da causa e consequência. Não é necessária muita análise para se perceber que o AGRO é branco, hetero normativo, conservador. Na oposição da mulher responsável pelos cuidados com a casa da década de 1970, reforça-se nos anos 2000 o homem que simbolicamente representa-se em uma identidade paterna, do proprietário do veículo [+responsável], [+bonito], [+tecnológico].

No seio da mesma campanha da UNICA situava-se também a peça “Coloca Etanol, o combustível completão!”¹⁹. Nesta, o ator e humorista Lúcio Mauro Filho, apresentava-se como frentista de um posto de combustíveis, recepcionando diferentes clientes e os aconselhando. Os primeiros, um casal de jovens com um carro de mudanças, para os quais o ator afirmava “Aê, tá de mudança? Então muda para um combustível completão. Muda para o Etanol!”; na sequência para um homem: “Tá indo trabalhar, né? Então coloca Etanol que gera milhões de empregos.”; para uma mulher com um carro infantilizado: “E aí dona!? O que acha de dar uma aula de combustível para as crianças?” sob os gritos das crianças “Etanol, mãe! Etanol!” a mulher responde entregando a chave do carro: “Completa com Etanol!”.

Assim a propaganda continua com o *jingle* “O motor do carro, fica assim rapidinho. Etanol é o combustível completão!”. Associando o Etanol a imagem da natureza com a chegada de um carro coberto de folhas e concluindo Lúcio Mauro Filho com o *slogan*: “Coloca Etanol! O Combustível Completão!”.

Figura 68 - Peça Publicitária "Coloca Etanol, o combustível completão"



¹⁹ Etanol, o combustível Completão! 2014 in: Comerciais de TV. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=rzTjN5InTYU>. Acesso em: abr 2022.



Fonte: Meio & Mensagem (2013).

Em entrevista concedida à Gameiro (2017) em julho de 2014 o ex-diretor da UNICA, explicou que antes de 2007 não havia uma diretoria de comunicação da entidade representativa. Sem uma equipe de *marketing*, não havia a produção de conteúdo. A investida da UNICA no departamento foi, segundo o ex-diretor “um esforço de pôr pra fora a informação, quebrando qualquer luxo de informação negativa”, de modo que ao longo do tempo, “você passa a ficar a prova das dúvidas”. Assim, demonstrando-se dia a dia que se é crível. Desse modo, para o ex-diretor, não se tenta enganar, mas contar a verdade todos os dias, com padrões de agência de notícias - o que foi feito de propósito.

Este trabalho exigia rotina, de forma intensa e bem construída, sem pressas. Com objetivos bem delineados, atuando inclusive para fora. Para ele, “por ignorância ou por sacanagem mesmo” havia uma tentativa de desmerecer a experiência brasileira, em uma realidade em que algumas dúvidas eram legitimadas por um passado não tão distante em que havia problemas no setor, obrigando a UNICA a mostrar “que essas coisas estão superadas” (Ex-diretor da UNICA apud GAMEIRO, 2017).

Desde o início da segunda década dos anos 2000 uma sequência de campanhas foi projetada para valorizar o agronegócio de forma minunciosamente estratégica. Pompeia (2018) aponta, que a concertação política, se deu não só pela UNICA, mas sobretudo com o protagonismo ABAG/FIESP, em um cenário de intensificação das fiscalizações ambientais diante as críticas nacionais e internacionais sobre o desmatamento no Brasil, sobretudo com os olhares voltados à Amazônia e as situações de trabalho

escravo (juridicamente denominados de situações de trabalho em condições análogas à escravidão), especialmente no corte manual de cana-de-açúcar.

Segundo o autor, esta deterioração da imagem do agronegócio que culminou na intensificação da fiscalização ambiental e trabalhista, com destaque ao trabalho de investigação e denúncias da Comissão Pastoral da Terra (CPT), colocou em debate o marco legal com o ataque ao Código Florestal, que tempos depois, resultaria no “novo Código Florestal” que de novo só tinha o nome, haja vista os tantos atrasos/retrocessos quanto à proteção do meio ambiente e os discursos estabelecidos para legitimação desta “nova” realidade.

Vale lembrar também o papel da lista suja do trabalho escravo, implementada em 2003, alimentada pelos Dados do Ministério Público do Trabalho, sob a contribuição de investigações e denúncias realizadas sistematicamente pela CPT, atenta as relações precárias de trabalho e conflitos no campo.

Antes mesmo de 2010 a Abag e a Fiesp lançaram coletivamente o documento “Agronegócio Desenvolvimento e Sustentabilidade – Plano de Ação 2014/2018/2020” documento apresentado aos candidatos à presidência da república (POMPEIA, 2018). Conforme disposto no quadro 1, segundo Pompeia (2018) o documento apresentava os seguintes planos de ação:

Quadro 1 - Agronegócio Desenvolvimento e Sustentabilidade – Plano de Ação 2014/2018/2020 (ABAG/FIESP)

Assunto	Plano de Ação
Abordagem sobre o Agronegócio	Reconhecimento do Agronegócio como elemento de Estado; não sujeição a variações de governo a governo com plano plurianual agrícola de 05 anos.
Política Agrícola	Mais recursos para o crédito e o seguro; aprimoramento dos preços mínimos e defesa, além de reserva de recursos para pesquisa.
Infraestrutura/Redes	Avanços em rodovias, ferrovias, portos, hidrovias e dutovias.
Agenda comercial	Novos acordos bilaterais e entre blocos, além de revisões no Mercosul.
Relação com segmento a montante	Liberação mais rápida, pelo governo, de novos insumos agropecuários; revisão da rotulagem dos produtos transgênicos; esforços estatais para o desenvolvimento, no país, de cultivares mais produtivos e resistentes; criação de um programa nacional destinado a aumentar a produção de fertilizantes e agrotóxicos.
Relação com segmento a jusante	Desoneração tributária dos produtos para exportação e da cesta básica.

Organização administrativa do Governo Federal	Gerenciamento das políticas agroambientais, de florestas plantadas, água, solo e minerais de uso pela agropecuária pelo Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA); deslocamento da agenda da reforma agrária do Incra para o Ministério da Justiça.
Agricultura Familiar	Unificação das políticas agrícolas da Agricultura Familiar com a patronal, para garantia de melhores condições para os agricultores familiares crescerem e se desenvolverem. Amiúde os agricultores familiares reprimem o seu potencial de crescimento propositalmente para se manter sob a guarda da agricultura familiar.
Indígenas e Quilombolas	Mudanças nos marcos legais e proteção aos produtores rurais quanto a ameaças de desapropriação sob o argumento de terras indígenas ou de remanescentes quilombolas
Questões Ambientais	Alteração do Código Florestal com legalização definitiva das áreas de produção já consolidadas e estabelecimento de percentuais de preservação para áreas ainda não exploradas; ampliação dos poderes dos estados para definição do Código Florestal com relação às realidades locais; constituição de fundo de compensação para pagamento dos serviços ambientais aos agricultores que conservem recursos naturais, como cursos de água, matas, etc.
Trabalho Rural	Aprimorar a legislação trabalhista para o emprego no setor rural.
Questão Agrária	Modificação do Estatuto da Terra.

Fonte: ABAG e FIESP (2010) in POMPEIA (2018).
Organização: A autora (2022).

Nota 1: Sobre a atuação das multinacionais indicava-se, timidamente, incômodo com a dependência em relação aos oligopólios a montante da agropecuária (POMPEIA, 2018, p.262).

Nota 2: Sobre o plano de ação quanto a relação do segmento a jusante, isso era pouco em relação às demandas das indústrias mais elaboradas de alimentos, o que mostrava o quanto elas estavam afastadas da concertação política (POMPEIA, 2018, p.263).

Nota 3: Ao lado dos direitos territoriais indígenas e quilombolas, o marco legal de proteção ambiental, as leis trabalhistas e o Estatuto da Terra constituiriam, na ótica da concertação, “insegurança jurídica”, prejudicando os efeitos positivos que o “agronegócio” traria ao país (ABAG, 2010 *apud* POMPEIA, 2018).

Em um período de força da ideologia neoliberal, mergulhado na farsa discursiva do Estado mínimo e da meritocracia, em um cenário em que os direitos sociais são vistos como serviços, os planos de ação propostos pela Abag e pela Fiesp se delineiam quase que como uma constituição própria aos entes: Agro, Mercado, Negócios.

Em diferentes governos o plano foi se consolidando. Ainda no governo de Dilma Rousseff, o primeiro marco foi a mudança no Código Florestal, mas é sobretudo após o golpe político parlamentar de Michel Temer e a eleição do atual presidente, que este processo se acelera.

Percebe-se as mudanças de competências dos ministérios, a extinção do Ministério do Desenvolvimento Agrário (MDA), as mudanças nas pesquisas institucionais, como no levantamento estatístico do IBGE sobre a agricultura familiar, o ataque aos direitos das comunidades tradicionais, indígenas e quilombolas, reformas trabalhistas e da previdência, ampliação da liberação do uso de agrotóxicos e outros aspectos que serão abordados nos próximos capítulos.

Antes é preciso endossar outras vertentes de atuação da Abag bem como da Fiesp neste período. Pompeia (2018) evidencia que entre os órgãos de inteligência da concertação política do agronegócio, destaca-se o Departamento do Agronegócio da Fiesp (Deagro) que se constitui enquanto um órgão executor relacionado a instância política decisória dentro da federação das indústrias (Cosag).

No âmbito das discussões sobre o Código Florestal a atuação do Deagro foi decisiva na organização do Movimento Sou Agro; em corroboração ao IPA (Instituto Pensar Agropecuária) exerceu influência também sobre a Lei nº 13.123, de 20 de maio de 2015, sobre o acesso ao patrimônio genético, da proteção e do acesso ao conhecimento tradicional associado e da repartição de benefícios para conservação e uso sustentável da biodiversidade (POMPEIA, 2018).

Além disso, o Deagro possui dois produtos de bastante interesse dos agentes empresariais: as projeções para o agronegócio brasileiro (Outlook Fiesp) e o índice de confiança (medido também pela OCB). O Outlook prevê para um período de 10 anos, características como produção e demanda, sobretudo para se pensar a evolução das principais *commodities* do agronegócio: algodão, arroz, café, açúcar, etanol, celulose, milho, soja – grão, farelo e óleo, suco de laranja, trigo, carne bovina, suína, peixes, frango, ovos, lácteos e fertilizantes; além das projeções sobre o uso de terras no Brasil. (POMPEIA, 2018).

Os levantamentos de Pompeia (2018) indicam que estes cálculos fomentaram de forma estratégica a defesa dos agentes do agronegócio sobre novas disposições no Código Florestal, com críticas as Reservas Legais (RL) e as Áreas de Proteção Permanente (APP). Inicia-se aí também as narrativas

de que as Terras Indígenas (TI) e Unidades de Conservação (UCs) inviabilizam o potencial do Brasil de alimentar o mundo.

Essas narrativas que se fortaleceram no final da primeira década dos anos 2000 vão ao encontro de discursos há muito pré-estabelecidos a partir das teorias de Malthus e sobre a vocação agrícola dos países do sul global, evidenciando que discursos, narrativas e retóricas, não são espontâneos ou imediatos, mas se constituem por meio de estratégias processuais que se solidificam em diferentes territórios comunicativos e disputas de frações de classe.

A partir das análises de Marcelo Leite para a Folha de São Paulo em 2017, Pompeia (2018, p.223) identifica que estas “estatísticas criativas distorcem a percepção sobre o agronegócio”. O autor aponta como os anos 2000 é marcado pela criação de empresas de consultoria que servem à concertação e ao que chama de espírito do agronegócio, dando destaque ao Instituto de Estudos do Comércio e Negociações Internacionais, ao Agroincone, Agroconsult, MB Agro, Datagro, Cepea – Esalq e aos próprio MAPA.

Estes agentes baseiam-se em narrativas legitimadoras, estatísticas macroeconômicas e ideias-forças (POMPEIA, 2018), as quais se reconhece aqui enquanto semas do *metametaconceito* <<agro>>, positivadas num esforço retórico de consolidação do campo conceitual síntese da ideologia hegemônica: a ideologia agro.

As narrativas, baseiam-se na simbologia da “geração de riquezas”, “solidez”, “eficiência”, “produtividade”, “competitividade”, “tecnologia”, e “sustentabilidade” para justificar perante a opinião pública, o atendimento dos pleitos da concertação (POMPEIA, 2018), como aqueles manifestados no plano de ação “Agronegócio, Desenvolvimento e Sustentabilidade”.

Desse modo, em uma sinédoque política que busca apresentar a parte como o todo, a concertação do agronegócio, por meio de instrumentos que atingem a esfera pública como “O Globo”, “O Estado de São Paulo”, “Valor Econômico” etc. mobilizaram no início dos anos 2000 campanhas como “Sou Agro” e “Time Agro Brasil”, além de se disporem de espaços para manifestações de representantes do agro e de divulgação dos dados engendrados pelas agências de consultoria do setor. (POMPEIA, 2018).

O lançamento da Campanha “Sou Agro” ocorreu na sede da Fiesp com a presença de representantes de diferentes entidades e forças políticas. Como a Associação Nacional de Defesa Vegetal (NDEF), Associação Brasileira dos Produtores de Soja (Aprosoja), Associação Brasileira de Celulose e Papel (Bracelpa), Bunge, Cargill, Vale, ÚNICA, Associação Brasileira dos Produtores de Algodão (ABRAPA), OCB, FIESP, ABAG, Associação Brasileira dos Criadores de Zebu (ABCZ), Monsanto, Accenture, Sindicato Nacional da Indústria de Alimentação Animal (Sindirações), Associação Brasileira de Marketing Rural e Agronegócios (ABMR&A), Instituto Nacional de Processamento de Embalagens Vazias (inpEV) e Nestlé.

O movimento idealizado por Roberto Rodrigues, Ministro da Agricultura do governo de Luiz Inácio Lula da Silva de 2003 a 2006, representante histórico do cooperativismo empresarial por meio da OCB, e um dos principais mentores da Abag. Em entrevista, no evento de lançamento, em julho de 2011, o diretor corporativo da Bunge à época, Adalgiso Telles, afirmava que: “Nós constituímos um grupo que é formado pelo comitê de campanha e nós vamos à cada uma das empresas e entidades, fazer a apresentação do projeto e cada um participa de forma voluntária com o valor que achar interessante”²⁰.

Telles, afirmava que um dos objetivos era levar informação da agricultura familiar, por meio do cooperativismo, para toda a população. O diretor da Bunge afirmava “Nós entendemos que não existe uma dicotomia ou um conflito entre o pequeno produtor, a agricultura familiar e a agricultura comercial. Na verdade, todos eles são agricultura. [...] Existe nicho de mercado para todo mundo”.

Afirmando que não existe uma dicotomia, o diretor segmenta em opostos “agricultura familiar” e “agricultura comercial”, como se camponeses são comercializassem o excedente ou não dependessem da renda gerada no campo. Usando os termos que abrem margens à esta interpretação, complementa sua fala dizendo que tudo é agricultura e que existe nicho para todos. Logo, não seriam tudo negócios?

²⁰ Entrevista disponível no vídeo Sou Agro in Juliana Belloto Sasaki. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=1O7DHxXR2Iq>. Acesso em: abr 2022.

Sua fala reforça que a “agricultura comercial” (o modelo de produção agrícola do agronegócio) tem como essencialidade os nichos de acumulação e não o abastecimento da população com alimentos, conforme argumentado em seguida.

Ao ser questionado sobre a competitividade internacional e suas projeções e o papel da campanha, Telles afirmou que o objetivo era levar a informação que era desconhecida principalmente pelo público brasileiro. A informação referida se trata dos dados apresentados nas projeções, para o ano de 2050, do World Economic Fórum (Fórum Econômico Mundial, fundado na Suíça, em 1971 – contexto ápice da modernização da agricultura no Brasil), dados esses apresentados no documento “The New Vision for Agriculture” (2009):

O Brasil tem uma posição singular no mundo todo. A maior parte dos países do hemisfério Norte não tem área agricultável mais disponível e nem tem a questão climática que se poderia ter para ocupar uma produção agrícola sustentável, como é o caso do Brasil. Nós temos hoje cerca de 50 milhões de hectares já abertos, de área produtiva para a agricultura; 200 milhões de hectares destinados a pecuária, que com o mínimo de investimento em tecnologia, você pode destinar, 20, 30, até 50% dessa área para a agricultura, sem qualquer impacto ambiental. Então toda essa questão, pode produzir alimentos de forma que o restante do mundo não tem. Se você pegar a Ásia, o caso do Norte da China, eles têm problemas com o lençol freático, disponibilidade de água e a questão da produtividade do solo que é muito baixa. Se você vai para Europa e para os Estados Unidos, América do Norte, para você aumentar a produção de soja você tem que diminuir a de milho ou vice-versa, porque tudo já está ocupado. (TELLES, 2011).

Apesar de não ter tido esta intenção, Telles apresentou argumentos para comentar sobre as projeções do Fórum Econômico Mundial, dignas de legitimação empírica. O que Telles chama de “posição singular no mundo” se manifesta na posição dos países do Sul global na Divisão Internacional do Trabalho.

Para o ex-diretor da Bunge, os países do Norte não têm uma questão climática – o que é verdade, à medida que os efeitos de uma “questão climática” são percebidos especialmente pelos países do Sul global, que possuem uma elevada amplitude social e de renda que alimentam esta questão, cuja manutenção se encontra justamente no modo de produção vigente. E de fato, em um país cujo mote é a acumulação por espoliação o

fator hídrico é determinante, leia-se os 70% do consumo de água no Brasil, voltados à agricultura.

Marcos Jank, presidente da UNICA, também no contexto de lançamento da campanha Sou Agro, manifestava sobre a campanha, elucidando os principais objetivos desta:

A ideia é que tudo o que é conhecimento, seja ele gerado pela rede agro ou não, né!? Sobre o agro! Possa estar chegando ao cidadão comum, através do movimento Agro. Então, o portal, lá do Sou Agro, é um portal disseminador de conhecimento em várias áreas. Nas áreas dos assuntos transversais, como eu falei aqui, o próprio Código Florestal, acho que é um exemplo, né!? Mas também em questões muito mais simples, como a questão de receitas culinárias, eventos etc. A ideia é que esse portal seja um verdadeiro mobilizador de informações sobre o agro brasileiro, para a sociedade de forma geral e ampla. (MARCOS JANK, 2011).

Por “tudo o que é conhecimento” Jank entende “tudo o que é informação que positive a imagem do agronegócio”. Por assuntos transversais, entende-se os temas sociais e ambientais que comprometem ou inviabilizam de algum modo o projeto de acumulação do “Agro” – aqueles, que inclusive, são compreendidos como temas fundamentais no plano ação das entidades ABAG e FIESP. E “as questões muito simples” como “receitas culinárias e eventos” trata-se dos assuntos que aproximam a audiência do projeto, ao passo que cria padrões, identidade e sentimento de pertencimento.

Vamos usar demais, a questão lá das redes sociais, por exemplo. Eu acho que nosso setor, é um dos que vem fazendo comunicação já, há 04 anos, né!? Nos já fizemos campanhas pela TV, rádios, jornais, Nós trocamos o nome, né!? Foi todo um processo aí de *linkar* o nome etanol à questão de ser um combustível verde, limpo, renovável, essencialmente brasileiro, né!? Feito aí pela cana. Então, quer dizer, tudo isso, a gente já vem fazendo lá na cana. O que nós tínhamos é que nós, naqueles temas que são transversais, como eu falei aqui, que atingem todo o agro, é que havia uma grande deficiência de comunicação. E a gente vem para trabalhar com outras entidades, de maneira que a gente possa avançar nisso. Então, eu acho que os assuntos que são setoriais, estão relativamente su... bem! Agora quando a gente chega em temas transversais, é preciso fazer muito mais. E é pra isso que esse movimento está aí! É pra fazer nesses temas, é pra trazer de forma geral tudo o que é conhecimento para a sociedade. (MARCOS JANK, 2011).

O presidente da UNICA, destacava o papel das redes sociais sempre mais pujante a partir deste período. Além disso, reconhece a manobra estratégica de mudança do nome de álcool combustível para etanol, enquanto

um metametaconceito, ou campo conceitual, que reforça semas como [+combustível verde]; [+limpo], [+renovável], [+ecológico], [+nacional], [+sustentável] etc. Por fim, o representante da entidade no evento de lançamento da campanha Sou Agro, manifesta o objetivo principal da campanha: criar uma unidade de discurso.

Logo, se a ideologia se constitui enquanto uma unidade de discurso em divisa, conforme explica Chauí (2022), o Movimento Sou Agro trata-se de uma das materialidades estratégicas, na conformação ideológica do Agro. Assim, os temas “simples”- “culinária”, “eventos”, música, roupas e outros elementos da cultura, se constituem enquanto chave fundamental, na câmara invertida, ou ponto cego, da ideologia que se cristaliza nas ações territoriais que são diretamente influenciadas pelos “temas transversais”- legislação, regramentos, direitos fundamentais, disponibilidade dos componentes territoriais, trabalho etc.

Na abertura do evento, a campanha é lançada com as propagandas²¹ protagonizadas pelos atores Lima Duarte (representando o campo) e Giovanna Antonelli (representando a cidade) na busca de uma unidade discursiva.

Na peça denominada “Sou Agro – Fazenda” a atriz global Geovana Antonelli aparece vestida com uma camisa branca de botões questionando “Você sabia que no Brasil todo mundo tem uma fazenda?”. E assim como a garotinha na propaganda da Tetra Pak no final do século XX, ela afirma em tom de obviedade “Éh... uma fazenda! A minha fica bem aqui! Na cidade... Bem no meio da minha cozinha. É só abrir a geladeira!” afirma a atriz em frente a cena de uma geladeira se abrindo, em meio à um edifício, com produtos em seu interior como suco de laranja, leite longa vida, queijo, iogurte e algumas frutas.

Na sequência, aparecem imagens muito bem selecionadas de frutas, carnes, óleo de soja, sob sua narrativa “Lá eu tenho meu pomar, o meu gado de corte, a minha soja”. E ao som de dedilhadas em um piano, típicas de cultos ou momentos de espera ela segue: “Aqui eu tenho a minha floresta plantada” sob a imagem da leitura de um livro, “Até a roupa que eu visto vem

²¹ Propaganda Sou Agro Fazenda in Agência Nova Sb. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=s7Cl8zpQeCY>. Acesso em: abr 2022.

da minha fazenda. Da minha plantação de algodão.” com sua camisa branca e uma cama sendo milimetricamente estendidas. Representando o setor canavieiro acrescenta: “Na minha fazenda tem até canavial.” Com a imagem de um tanque de carro identificado com a palavra “FLEX” sendo abastecido com Álcool.

Figura 69 - Propaganda Sou Agro - Fazenda



Fonte: Agência Nova Sb (2011).

Por fim, a atriz conclui em um discurso patriota: “E eu amo essa fazenda chamada Brasil!” seguida de uma sinfonia ilustrada com imagens de um campo vazio de gentes e cheio de técnicas e monocultivos, reforçando a ideia da produtividade e uma cidade que pulsa o tempo urbano acelerado. “Sou agro! Agro brasileira!”. E a peça se fecha com o *slogan* da campanha: “Agro: um Brasil que cresce forte e saudável!”.

Na peça protagonizada por Lima Duarte²², o ator aparece em um palco de teatro performando, quase em tom de uma homilia da teologia da prosperidade, entre imagens de fazendas com diferentes monocultivos:

“Bendita a terra onde a gente brasileira fincou suas raízes. Bendita a terra que a todos premia com frutos fartos de quem nela trabalha com respeito e dedicação. Bendita a terra do preto [feijão], do branco [algodão], do amarelo [sol], do vermelho [tomate], do verde [monocultivo]. Bendita a terra que alimenta todo um país. Que alimenta o mundo! Bendita a terra que é uma das maiores agro-nações do planeta. Bendita a terra que me dá orgulho de dizer: Sou Agro! Sou Agro cidadão! Sou agro ator! Sou Agro brasileiro!” (PROPAGANDA SOU AGRO - LIMA DUARTE, 2011).

²² Sou Agro – Lima Duarte in SESCOOPRS. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=6yGZzbKUKfU>. Acesso em: abr 2022.

Como explica Chauí (2022) informação verbal²³ - a ideologia nasce na modernidade, no bojo do modo de produção capitalista que se define pela propriedade dos meios de produção em uma sociedade de classes: os proprietários (burguesia) e os não proprietários (trabalhadores). É neste cenário que busca-se a fabricação de uma identidade, uma unidade em divisa, que mascare as classes, criando-se a ideia de indivíduos.

Em outras palavras, Chauí (2022) entende a ideologia entre tantas coisas, como o ocultamento da realidade social dividida em classes, em que se manifestam os discursos de que todos são indivíduos livres e iguais, membros de uma mesma nação, cidadãos de um mesmo Estado” baseados em contratos na sociedade em progresso.

O texto performado por Lima Duarte sinaliza para a ideia de “Sou Agro Cidadão! [...] Sou Agro Brasileiro!” criando-se esta unidade, em um discurso homogêneo, com ideias e imagens que silenciam a luta de classes e hegemonomizam o projeto das frações de classes dominantes. De modo que “essas ideias parecem existir em si e por si” e apresentam ser “válidas para todos os seres” de forma tão naturalizada que as divisões sociais proporcionam a sensação de não pertencerem a esfera econômica. Quando o que está sendo ocultado aparece, os sujeitos sociais das classes que o expõe são atacados como maus sujeitos de más condutas. (Chauí, 2022).

Para Bruno (2012, p.3) o movimento Sou Agro, é prioritariamente o resultado do “deslocamento do debate sobre a problemática do meio ambiente para o campo da grande política institucional – a votação do Código Florestal Brasileiro no Congresso Nacional” ao passo que fabrica a imagem de um agro brasileiro responsável por abastecer um “planeta faminto” – discurso construído e popularizado pela corporação de *commodities* Basf:

“O movimento Sou Agro, ancorado no tripé ações de comunicação, campanhas publicitárias e portais e redes sociais, também evidencia a importância da propaganda e do *marketing* na construção da imagem pública e na reprodução social do patronato rural e do agronegócio no Brasil.” (BRUNO, 2012) Para a autora, a criação de consensos entre o patrono rural e

²³ Marilena Chauí. Aula “O que é Ideologia?” Com Jessé Souza e Eduardo Moreira. Instituto Conhecimento Liberta. São Paulo, 07 de abril de 2022 – 20 horas.

agroindustrial parte de supostos: i) o suposto da discriminação; ii) suposto do desconhecimento e iii) o suposto da vocação.

O suposto da discriminação coloca o patrono rural em uma condição de vítima, ao alegar que estes sofrem discriminação e por isso são atacados com narrativas sociais e ambientais; o suposto do desconhecimento é complementar ao discriminatório, ao alegar-se que o agro sofre preconceitos por ser desconhecido e o suposto da vocação, naturaliza o Brasil em uma posição incontestável de produtor agrícola.

Os supostos analisados por Bruno (2012) são evidentemente reforçados na mencionada entrevista concedida pelo diretor executivo da Bunge. Sua narrativa se edifica justamente, a partir destes pressupostos, ao afirmar que os brasileiros desconhecem os dados levantados pelo Fórum Econômico Mundial que expressam a posição singular do Brasil.

Na sequência do Movimento Sou Agro (2011), destaca-se a campanha Time Agro Brasil (2012). Proposta pela Confederação da Agricultura e Pecuária do Brasil (CNA) e pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), a campanha focada na agropecuária, tinha como principal objetivo consolidar a imagem do agronegócio brasileiro no país e no exterior, com o protagonismo de Edson Arantes do Nascimento (Pelé). (POMPEIA, 2018).

Figura 70 - Logo Campanha Time Agro Brasil 2012 - 2014



Fonte: BeefPoint (2012).

A peça publicitária²⁴ se inicia com o jogador entrando em um estádio de futebol vazio e afirmando “Eu passei a maior parte da vida dentro do campo. Hoje a minha maior alegria é ver o meu país campeão em outro campo. O campo da agricultura!”. Na sequência, uma mulher representando os produtores aparece afirmando “Hoje, o pequeno agricultor está em campo com muita informação, treinamento e tecnologia”. Antes de passar a fala à então presidenta da CNA e ex-ministra da agricultura Kátia Abreu, Pelé complementa: “O Time Agro Brasil faz bonito lá fora e aqui dentro também”.

Todos usam uma camisa de futebol, com as cores da camisa da seleção brasileira e com o escudo do Time Agro Brasil, representado pelo milho, pela cana, pelo boi e pela laranja. Kátia Abreu continua “Somos milhões de produtores que suam a camisa todos os dias para oferecer o melhor alimento a todos os brasileiros”. Pelé endossa: “Comida boa, saudável e barata!”. Dois trabalhadores do campo complementam: “E não é só comida não! É biocombustível renovável e até a camisa que a gente veste”.

Figura 71 - Peça Publicitária Time Agro Brasil - CNA e Sebrae



Fonte: Sistema CNA (2012).

Alysso Paolinelli e Roberto Rodrigues, lado a lado e respectivamente, afirmam: “Somos campeões em produção...”, “E preservação ambiental!”. A peça se encerra com o *jingle* da campanha: uma

²⁴ Time Agro Brasil in Sistema CNA.

Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=J1GkJuDak8c>. Acesso em: mai 2022.

adaptação da música “Pra Frente Brasil” de Miguel Gustavo, *hit* que embalou as emoções provocadas na Copa do Mundo de futebol de 1970, no regime da ditadura militar no Brasil. Na adaptação ouve-se “Todos juntos, vamos, pra frente Brasil, Brasil! Pra ser campeão!”. Pelé reforça, concluindo: “Time Agro Brasil: o campeão na produção e na preservação!”.

Ao passo que o Movimento Sou Agro projetado e apoiado por diferentes segmentos apresentava um discurso mais generalizado sobre o agronegócio contemplando-se a positivação do metametaconceito “Agro”, percebe-se que após a votação sobre o Código Florestal, o intuito da campanha Time Agro Brasil, constituiu-se na valorização da imagem do produtor rural de forma mais específica.

Como analisa Pompeia (2018) sob a liderança da CNA, o foco da peça, como era de se esperar, é a agricultura. Contudo reforçando-se a ideia de “time” a publicidade assinala também para outros processos da cadeia produtiva, especialmente, ao que se concerne, como afirmam, a etapa à jusante da produção.

A valorização do produtor rural, perpassa a sua leitura enquanto o sujeito responsável pela alimentação e pela preservação ambiental. Tecidas as críticas neste período ao agronegócio, vislumbra-se a necessidade de uma campanha que tirasse luz da responsabilização dos produtores e ao mesmo tempo colocasse a sociedade em uma condição de dependência destes sujeitos que garantem as necessidades do campo, da cidade e que possuem posturas ambientalmente corretas.

No ano seguinte da peça descrita (2013), a campanha iniciou uma nova fase, com a participação do ator Murilo Benício ao lado de Pelé, em que como analisa Pompeia (2018), apostaram na mesma estratégia utilizada pela campanha “Sou Agro” de se apoiar no *ethos* de artistas globais. Murilo Benício, assim como Lima Duarte, Regina Duarte, Rogério Ceni, Xandy Negrão, Galvão Bueno, Ratinho, diversos cantores do segmento sertanejo e outros famosos, possui a atividade agropecuária como uma das ou a principal fonte de renda²⁵. Nesta nova fase, a CNA investiu na verticalização política e na defesa do sema da sustentabilidade. (POMPEIA, 2018).

²⁵ Mundo do Agro (2022) Disponível em: <https://www.youtube.com/channel/UCZUKFgY1APpMJnb72qHF6IQ> Acesso em: mai 2022.

4.2 – Agro: a síntese discursiva da ideologia do agronegócio na atualidade

4.2.1 – Agro é tech, Agro é pop, Agro é tudo? Algumas considerações

Após a campanha Time Agro Brasil, projetada pela CNA e pelo Sebrae para o interregno 2012 – 2014, em 2016 no 15º Congresso da ABAG, a rede Globo de televisão, lançou aos participantes o projeto publicitário desenvolvido pela emissora que tem por objetivo "mostrar em toda programação da rede, tudo o que for possível do universo do agronegócio brasileiro" e "mostrar ao homem da cidade como ele está próximo do campo, ou dizendo de outra maneira, como o campo está próximo de sua vida diária" completando ainda que "por isso estamos afirmando diariamente que Agro é TECH, Agro é POP, Agro é TUDO. Só nessa primeira fase nossa campanha vai durar dois anos" (informação verbal GLOBO, 2016)²⁶.

É evidente na apresentação do projeto o intuito de controle das mentes pela repetição e o uso de discursos estrategicamente dispostos com imagens que capturam a subjetividade do povo brasileiro. Além disso, destaca-se a leitura fragmentada sobre campo e cidade, ressignificada em um discurso de aproximação que na verdade criam abismos em um posicionamento de subserviência.

Na mesma apresentação acrescentam: "O projeto agro vai falar dessa imensa variedade, desde os campeões como soja, milho, arroz, carnes, café, açúcar, laranja, celulose, até a infinidade de produtos que vem de pequenas hortas e pomares e que comparecem no prato de mais de 200 milhões de pessoas." (GLOBO, 2016). Após a campanha da CNA e Sebrae "Time Agro Brasil", A ABAG e a Globo reforçam e entendem por campeões as *commodities* agrícolas que vencem o campeonato de acumulação e por suplementares (mas não dispensáveis) as pequenas hortas e pomares.

A própria narrativa além de intuitivamente reforçar o valor da agricultura camponesa, evidenciando quem coloca a comida sobre a mesa, fragmenta e opõe também os monocultivos e a diversidade. Não por acaso é

²⁶ Rede Globo de Televisão em 15º Congresso da Associação Brasileira do Agronegócio – ABAG (2016).

tão importante nos discursos do Agro a incorporação da produção camponesa em seus dados para se alimentar a retórica do combate à fome humana - ainda que do ponto de vista prático, a Reforma Agrária não seja realizada e defendida e o investimento em redes, pesquisas, tecnologia e subsídios não ocorra para estes produtores em mesma proporção, o que seria o caminho adequado para se chegar de fato ao abastecimento como fazem alusão.

“Queremos deixar claro as noções de cadeias produtivas, ou seja, mostrar que além do próprio agricultor e do consumidor final o campo gera emprego e riqueza para o transporte, para a indústria, para o comércio, para os serviços, para toda a sociedade.” (GLOBO, 2016). Afirmavam deixando claro o posicionamento da ABAG, como foi na campanha Sou Agro, de jogar luz à uma sinédoque política (POMPEIA, 2018), em que se busca a unidade pelo discurso do todo.

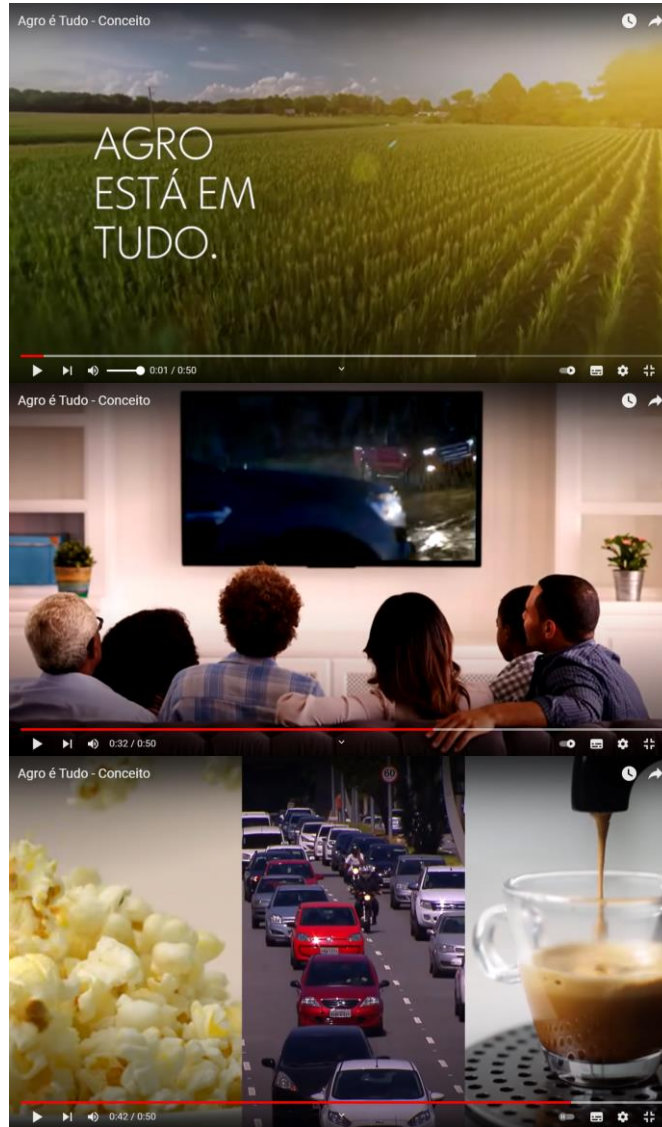
A execução deste objetivo se deu de forma ampla, em uma das primeiras peças publicitárias veiculadas pela campanha²⁷, que apresentava o seguinte texto:

O Agro está em tudo. Nas máquinas que colhem os grãos; que se transformam em ração; que alimentam animais; que geram leite, carne, lã. Lã e algodão geram roupa. Roupa tá na moda! Moda gera lucro. Que gera emprego e investimento. Que volta para o campo, aumentando a produção de trigo, milho, cana. Cana faz etanol! Que movimenta carros. O carro tá na propaganda, que anuncia tudo: o pneu de borracha que veio das árvores, o sapato de couro que veio do gado. Tudo vem do Agro. Agro é TECH, Agro é POP! Agro é TUDO! Agro! A indústria-riqueza do Brasil! Tá na globo! (AGRO É TUDO – CONCEITO, 2017).

O texto era narrado com a oscilação de imagens de paisagens rurais e urbanas. Especialmente imagens de monocultivos e todos os aparatos do modelo agrícola defendido pelo projeto. Ao se referirem a propaganda de carros, apresentam em uma metalinguagem a imagem de caminhonetes em uma área rural, com cavalos correndo entre os veículos.

²⁷ AGRO é TUDO – Conceito in Aprosoja (2017) Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=VENm5PbXhZ0>. Acesso em: mai 2022.

Figura 72 - Propaganda Agro é TUDO – Conceito



Fonte: Aprosoja (2017).

Na apresentação da campanha no congresso da ABAG seguiam afirmando: “A Globo acredita na importância e na força do agronegócio. Como é sabido, o campo nunca esteve ausente de sua programação, seja no jornalismo, seja no entretenimento, assim, especialmente neste ano nos congratulamos com todos que participam do Congresso da ABAG.” (GLOBO, 2016). Entre novelas, filmes, programas de plateia etc. Santos (2019) destaca que:

[Das] emissoras e programas que surgiram entre o final do século XX e o início do século XXI, e hoje são referência na elaboração, transmissão e difusão do modelo de negócio agropecuário hegemônico no Brasil, estão Canal do Boi (1995); Canal Rural (1997); TV Terra Viva (2005), canal de bastante destaque na televisão fechada e em plataformas na internet; e o pioneiro programa jornalístico Globo Rural (1980), da Rede Globo de Televisão. (SANTOS et.al. 2019, p.52)

Mais uma vez, fazendo referência à última campanha da CNA “Time Agro Brasil” afirmavam: “Temos a pretensão de estar jogando, unidos, no mesmo time. Como o meio de comunicação de maior alcance do país entendemos ser nossa obrigação falar, e muito, do que está acontecendo no ambiente do agronegócio” (GLOBO, 2016) colocando em relevo os temas a serem reforçados na campanha “[...] em termos de novidade, de modernidade e sobretudo de otimismo e de esperança para o Brasil.” (GLOBO, 2016).

A ideia de otimismo e esperança é mobilizada em um cenário de cólera observado no país. É em 2016 que ocorre o golpe que tira da presidência Dilma Rousseff, sendo neste contexto também que a polarização política em meio a sociedade torna-se mais evidente.

A proposta da peça publicitária tem por intuito o foco na produção de *commodities*, predominantemente realizada por grandes proprietários de terras capitalistas e a incorporação da produção de comida, realizada por camponeses, no extremo oposto das classes sociais, em um discurso que os coloca como semelhantes na composição de uma identidade agro.

Além disso, percebe-se na tentativa de aproximação campo-cidade a incorporação de todos os setores da economia como pertencentes ao agronegócio, o que de fato identifica a base e as frações de classe na ossatura do projeto: as diferentes corporações de *commodities* e os latifundiários. Desta forma, entende-se que em grande ou pequena escala, guardadas suas proporções, os produtores rurais assumem importância ao projeto agro quando:

- a) são **potenciais consumidores** dos produtos desenvolvidos e monopolizados pelas corporações de *commodities*;
- b) são **massa de manobra** no âmbito da concertação política do agronegócio, defendendo os interesses do projeto e combatendo a Reforma Agrária;
- c) promovem a **garantia da produção** para alimentar as pessoas e o PIB brasileiro, alimentando-se assim uma justificativa social para o projeto;
- d) trabalham na **defesa de uma identidade** fornecendo subsídios de imagens, representações, valores, normas e regras para a ideologia agro.

Estes produtores somam-se aos sujeitos sociais urbanos para *lobby*, capital intelectual na tecnociência e enquanto capital especulativo na legitimação do projeto.

Entre uma peça e outra a produção de camponeses é incluída no processo, bem como a incorporação do discurso feminino no campo. Entre os arcaicos engenhos mostrados ao fundo da peça publicitária com temática da cana-de-açúcar e outros, destacam-se peças sobre frutas e aspectos culturais que convidam o espectador a considerar inclusive um padrão estético sobre os alimentos.

No mês de março de 2018, a campanha apostou na peça “Mulher é Agro”²⁸ trazendo imagens de diferentes mulheres: camponesas, agrônomas, veterinárias, empresárias, jovens, idosas... em consonância com os dados sobre a participação feminina nas atividades consideradas pela peça como “atividades do agronegócio”. O narrador da campanha afirmava:

Agro a indústria-riqueza do Brasil. A presença feminina é cada vez maior no campo. Hoje nas fazendas há mais mulheres com curso superior do que homens. 49% dos cargos de médicos veterinários são exercidos por mulher. Ela também está nos laboratórios e em muitos setores da agroindústria. 69% das mulheres no campo utilizam a internet. Em muitas pequenas propriedades a mulher cuida sozinha da casa e da lavoura. As mulheres planejam e executam. Um terço das propriedades rurais já está sob a direção feminina, mas ainda há muito espaço pra mulher conquistar no campo. Força feminina é agro. Agro é TECH. Agro é POP. Agro é TUDO! Tá na globo! (MULHER É AGRO, 2018).

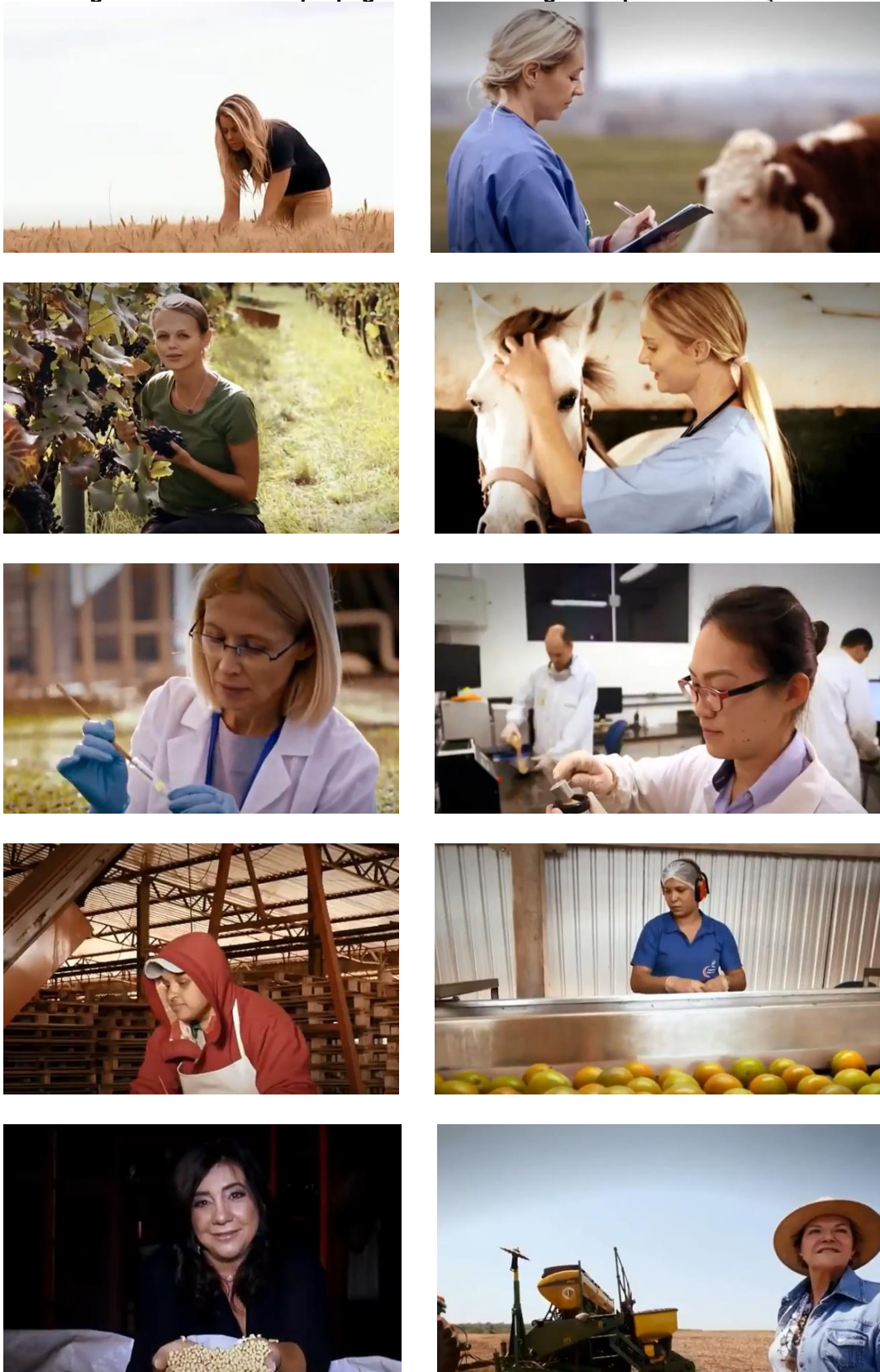
Vários aspectos merecem análise na peça, o primeiro deles ao que se refere a linguagem não verbal utilizada, é o fato de, das 27 mulheres apresentadas nem 10% serem negras, sendo as poucas mulheres negras representadas consideradas pardas e figurarem na peça o vínculo com o chão de fábrica da agroindústria ou com a pequena propriedade.

Ao que concerne a narrativa empregada, afirmar que a presença feminina é cada vez maior no campo é atestar o processo de expropriação de homens e mulheres assistidos com a modernização da agricultura. Além disso, destaca-se a romantização da sobrecarga e exploração das mulheres, simbolizada como signo de força “em muitas pequenas propriedades a mulher

²⁸ Mulher é Agro in Allan Kleyson (2018). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=D19yblBy5mo>. Acesso em: mai 2022.

cuida sozinha da casa e da lavoura”. Força que é reforçada na conclusão da peça.

Figura 73 – Mosaico - propaganda mulher é agro - especial de março - 2018



Fonte: Allan Kleyson (2018).
Organização: A autora (2022).

Evidentemente o Agro à que esse produto publicitário se refere, trata-se de um modelo hegemônico de produção agrícola, que recebeu ao longo dos anos duras críticas sobre sua prioridade ao aspecto econômico [+negócio] e que por isso abandona este sema na apresentação do conceito, seguindo com o mesmo cerne: um modelo agroexportador, pautado em monocultivos e uso de agrotóxicos. Sendo chamado, especialmente a partir das mudanças no Código Florestal (anos 2000) de “Agro” – como uma síntese das ações territoriais que são complexas e não etapistas e lineares como apresentadas pela compreensão de cadeia defendida pela ABAG.

Durante toda campanha, o Agro deixou de ser negócios, para ser defendido como cana-de-açúcar, banana, cacau, ovo, gergelim, milho, leite, boi, batata, mandioca, tomate, cabra, café, romeu e julieta, mulher, gente... pop, tech, TUDO!

Nobrega e Bandeira (2019) analisam uma das peças publicitárias²⁹, identificando o uso de imagens do período colonial cujo foco é o monocultivo de cana-de-açúcar. As autoras se atentam ao fato de que, é feito o uso de imagens de pessoas escravizadas nos engenhos, com a narrativa “desde o Brasil Colonial a cana ajuda a movimentar nossa economia”, sem a menor preocupação em se problematizar a estrutura social daquele período histórico, ancorada no regime de escravidão, como se aquela fosse uma importante permanência da Paisagem.

A peça segue com imagens de maquinários utilizados no Agronegócio Canavieiro (CARVALHO, 2017) hoje, reforçando-se a pluriatividade do setor ao afirmar “[...] da cana vem o açúcar, a rapadura, a água ardente [...] a cana também produz energia, com o álcool que movimenta os carros, com o bagaço que é queimado nas caldeiras para produzir eletricidade. Um sucesso brasileiro há quase 500 anos!” (CANA É AGRO, 2017).

²⁹ Cana é Agro in Allan Kleyson (2018). Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=R_s9ShEqkvM. Acesso em: mai 2022.

Figura 74 - Propaganda Cana é Agro



Fonte: Allan Kleyson (2018).

Ocorre que agronegócio canavieiro não é a cana-de-açúcar em si e os seus efeitos precisam ser problematizados. A peça publicitária, como fazem as empresas de consultoria, enaltecem os dados macroeconômicos, resumindo a isso “os 500 anos de sucesso”. Nesta mesma linha narrativa, havia a peça publicitária sobre o café³⁰, enaltecendo além das receitas, a geração de empregos e associando o café à vida cotidiana, à história e à cultura do país: “[...] tá na história da

³⁰ Café é Agro in Ícones do Café Arabicooffee (2017). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=itTkK7Ypb2E> Acesso em: mai 2022.

agricultura brasileira [...] tá no crescimento, em 2016 a renda das propriedades vai aumentar. [...] o café tá na xícara, tá na casa, tá na vida dos brasileiros. [...] café tá na nossa cultura, tá no nosso futuro.” (CAFÉ É AGRO, 2016).

O sema [+crescimento] é reforçado em um discurso que apresenta o elemento natural, matéria-prima para diversos produtos, enquanto a totalidade de um projeto e sua ideologia: o Agro. Inúmeras outras peças publicitárias, partindo desta mesma linha, foram engendradas desde 2016. No quadro 2, busca-se apresentar alguns textos destas peças evidenciando os semas reforçados e repetidos cotidianamente para se sedimentar a compreensão de que tudo é agro:

Quadro 2 - Quadro de transcrição das campanhas “Agro é TECH, Agro é POP, Agro é TUDO”

<p>Agro é gente 31</p>	<p>Agro é gente. É o Gontijo na irrigação do milho, a dona Úrsula na colheita da cebola, o Ezequiel cuidando do cordeiro, o Adriano no reparo da cerca, o seu Pedro no comando das vacas. O agro é a soma do trabalho das 34 milhões de pessoas que produzem no campo o sustento da população brasileira e mais a comida que o país exporta para 224 países. Agro são as pessoas que trabalham, educam, que se divertem. É a Maria, o Aparecido, a Ivonete, o Adilson, a Aline, o Vagner, a dona Anastácia. Agro é a nossa gente. (Apoio Maturata: acertou na carne acertou no churrasco e Ford Ranger: só ela tem cinco anos de garantia.) (GLOBO 2017)</p>	
<p>Agricultura Familiar é Agro 32 33</p>	<p>Agricultura familiar é Agro. Ela é responsável pela metade das criações de frangos e suínos do Brasil. As pequenas propriedades produzem por dia 55 milhões de litros de leite: 58% do total. Delas também sai quase todo o feijão do país: dois milhões e cem mil toneladas. São 4 milhões de sítios e fazendas garantindo a renda de 11 milhões de trabalhadores. Verduras, legumes, frutas, ovos, temperos, tudo isso vem da agricultura familiar. Nela pequenos produtores são um grande negócio para</p>	

³¹ Agro é gente in Allan Kleyson (2017). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=ppHIAMPqF9I>. Acesso em: mai 2022.

³² Agricultura Familiar é Agro in João Pedro Lourenço Ferminugez (2017). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=pQOp0Bv8KZE> Acesso em: mai 2022.

³³ Agricultura Familiar é Agro in João Victor da Silva Soares (2021). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=bguNgOoAy5A> Acesso em: mai 2022.


	<p>idades do interior e para a preservação das tradições do campo. Agricultura familiar é renda, é família, é Agro. (GLOBO, 2017)</p> <p>Agricultura familiar é Agro. Muitos alimentos que chegam na mesa dos brasileiros vêm do que as famílias cultivam no campo. É quase metade da produção de milho, frango, leite e boa parte do arroz, do feijão e do café. De toda a renda gerada no campo 23% vão para os agricultores familiares. São pequenos produtores que também adotam novas tecnologias e conquistam o mercado no exterior através de suas associações e cooperativas. A Agricultura Familiar gera empregos e ajuda a manter as tradições culturais no campo. Agricultura familiar é Agro. (Apoio, Nissan Frontier: desenhada para fazer mais e Bradesco: Crédito Rural com taxa a partir de 3% ao ano). Agro. (GLOBO, 2021)</p>	
<p>Plantio direto é Agro 34</p>	<p>Plantio direto é Agro. No plantio direto a semente é colocada no solo em cima dos restos da lavoura anterior. Com a palhada o terreno fica protegido da erosão e recupera a fertilidade; é um jeito mais natural de cultivar a terra. O plantio direto na palha revolucionou a agricultura brasileira nos últimos 40 anos, com ele é possível tirar duas safras por ano na mesma área e com menos prejuízos ao meio ambiente. O sistema já ocupa 32 milhões de hectares: metade de todas as lavouras de grãos cultivadas no país. Plantio direto é sustentável. Plantio direto é agro. (GLOBO, 2019)</p>	
<p>Controle Biológico é Agro³⁵</p>	<p>Controle biológico é Agro. Controle biológico é o uso de inimigos naturais para combater pragas e doenças na lavoura. A técnica avançou muito e já é praticada em 10 milhões de hectares no Brasil. Em cinco anos o número de biofábricas dobrou, hoje são 70 indústrias de produtos biológicos no país. Esses produtos são inofensivos às pessoas, mas eficientes na agricultura e geram novos negócios. O faturamento do setor chega a 500 milhões de reais por ano. Controle biológico é a agricultura sustentável, é tecnologia. Controle biológico é Agro. (Apoio, Ford: agro é confiança, agro é ranger e Bradesco todos os jeitos de pagar com o celular). (GLOBO, 2019)</p>	

³⁴ Plantio direto é Agro in Só Propagandas (2019).

Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=eMDCBUdxRJE>. Acesso em: mai 2022.




³⁵ Controle Biológico é Agro in Nabeshini (2019).

Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=11rZDhYrMRU>. Acesso em: mai 2022.

<p>Orgânico é Agro³⁶</p>	<p>Orgânico é Agro. No cultivo de orgânicos, o adubo e os nutrientes são retirados da própria natureza. As pragas e as doenças, são controladas com os inimigos naturais. O orgânico vai além das frutas, verduras e legumes. Quase todos os produtos têm sua versão orgânica: vinho, algodão, café, açúcar, azeite, soja, ovo, leite, carne bovina e até pasta de dente. O mercado de orgânicos cresce rapidamente no mundo todo. No Brasil já temos mais de 15 mil produtores. Em 2016 o faturamento no mercado interno chegou a 3 bilhões de reais. Orgânico é economia sustentável, orgânico é Agro. (GLOBO, 2017).</p> <p>Orgânico é Agro. A procura por uma alimentação mais natural aumentou muito no Brasil. A agricultura orgânica triplicou nos últimos dez anos. Agora, são 25 mil produtores cadastrados. O comércio evoluiu com o uso dos aplicativos e o aumento das entregas domiciliares. Hoje, além das pequenas propriedades também os grandes produtores de grãos como o milho e a soja estão entrando no sistema. Orgânico é comida destinada aos animais que vão produzir a carne o leite e um ovo orgânico. Agricultura orgânica busca maior harmonia com a natureza. Orgânico é Agro. (Apoio, Nissan Frontier: acreditando na força do Agro brasileiro e Bradesco Consórcios: maquinário com até 100 meses para pagar). (GLOBO, 2021)</p>	 
--	--	---

³⁶ Orgânico é Agro in Allan Kleyson (2017).

Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=67lgOBJe4II>. Acesso em: mai 2022.

<p>Tecnologia é Agro ^{37 38}</p>	<p>Tecnologia é Agro. Pesquisadores brasileiros desenvolveram nos últimos anos um jeito de plantar árvores junto com lavouras e pastos: são as agroflorestas. Tem cacau e pimenta no meio da floresta amazônica; gado junto com eucalipto, soja e milho no Cerrado e hortaliças cultivadas por pequenos produtores em canteiros que convivem com pomares de mamão, banana e outras frutas. As agroflorestas já ocupam mais de 13 milhões de hectares no Brasil. Elas usam menos agrotóxicos e ajudam a preservar o meio ambiente. Agrofloresta é produção sustentável, é respeito a vida. (GLOBO, 2020).</p> <p>Tecnologia é Agro. O Brasil tem hoje a agricultura mais avançada da faixa tropical do mundo. Nos últimos 40 anos a pesquisa e os agricultores brasileiros deram saltos de produtividade. O plantio direto sobre a palha evita a erosão e enriquece o solo. A rotação de culturas dá mais vigor as plantas e as sementes melhoradas aumentam o rendimento das lavouras. As novas técnicas permitem retirar até três safras por ano na mesma área. Hoje é possível produzir cada vez mais sem derrubar florestas. As tecnologias modernas respeitam o meio ambiente. Tecnologia é Agro. (GLOBO, 2021)</p>	 
<p>Pesquisa é Agro ³⁹</p>	<p>O Brasil tem hoje a pesquisa agrícola mais avançada do mundo Tropical. Foi a ciência brasileira que conseguiu adaptar a soja e outras culturas para o clima quente. O plantio direto tornou o solo mais rico, permitindo até 3 colheitas por ano na mesma área. E o controle biológico das pragas é cada vez mais usado. O avanço genético melhorou o rendimento e a qualidade dos animais. E os pesquisadores desenvolveram tecnologias para criar o gado junto com o plantio de árvores e de grãos. O agro é movido pela ciência. Pesquisa é Agro. (Apoio, Ford Ranger a pick-up raça forte do Brasil e Bradesco: custeio agrícola com até 3 anos para pagar). (GLOBO, 2021).</p>	

³⁷ Tecnologia é Agro in Preserv-Ação (2020).

Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=Pe-FyEg5Bf0>. Acesso em: mai 2022.




³⁸ Tecnologia é Agro in João Victor da Silva Soares (2021).

Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=qFieb1A_R2I. Acesso em: mai 2022.

³⁹ Pesquisa é Agro in David Amorin (2021).

Disponível em:




<https://www.youtube.com/watch?v=5WMcVotvW0M&list=RDCMUcRXExFCxapn3t5rHmwobH4Q&index=4>. Acesso em: mai 2022.

<p>Energia é Agro ⁴⁰</p>	<p>Energia é Agro. De toda a energia que o país consome 43% vêm da agricultura. A energia do biodiesel vem da soja, a energia do etanol vem da cana. Em 2017 as usinas produziram 27 bilhões de litros de etanol. Até o bagaço da cana vira eletricidade. O campo tem ainda outras fontes de energia. A eletricidade do biogás vem dos dejetos dos suínos. A madeira de reflorestamento vira a lenha nas pizzarias e o carvão vegetal aquece os fornos das siderúrgicas. Agro é energia que reduz a poluição. Agro é energia sustentável. (GLOBO, 2018).</p>	
<p>Milho é Agro ⁴¹</p>	<p>Milho é Agro. Milho é o grão mais consumido no mundo. Junto com a soja é a base da ração animal. Milho está na comida do frango, do porco, da vaca de leite, está no saquinho de pipoca e até no amido do talco infantil. Com milho também se faz etanol. O milho dá lucro: as fazendas brasileiras faturaram 43 bilhões de reais em 2015. Tá na exportação: 6 milhões de dólares. Tá no investimento: milhões de dólares aplicados em cada nova variedade de semente. Milho, mais uma riqueza brasileira. (GLOBO, 2017).</p>	
<p>Boi é Agro ⁴²</p>	<p>Boi é Agro. Desde o início da colonização o boi tem sido fundamental para a economia brasileira. Hoje o rebanho é de 215 milhões de cabeças. É mais gado do que a soma de toda a população do país. O Brasil é o maior exportador de carne bovina do mundo. Em 2016 a receita atingiu 5,3 bilhões de dólares. Nas fazendas e frigoríficos a pecuária de corte emprega 1 milhão e 600 mil trabalhadores. Boi tá no churrasco, na carne de sol, na dobradinha, no recheio do hambúrguer, da esfiha e do pastel. Boi é cultura. É boi de reis, boi bumbá, bó de mamão. Boi é festa. Boi é Agro. (Apoio, Ford Ranger: só ela tem 5 anos de garantia e Seara Gourmet: presunto de parma, costelinha, hambúrguer. Aprecie!) (GLOBO, 2017).</p>	

⁴⁰ Energia é Agro in TheSMLZ (2018). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=ZaRX3zpwRd8>. Acesso em: mai 2022.

⁴¹ Milho é Agro in Allan Kleyson (2017). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=8Wa4wA1hdGg>. Acesso em: mai 2022.




⁴² Boi é Agro in Allan Kleyson (2017). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=G9eUtAZqFfE>. Acesso em: mai 2022.

<p>Frango é Agro ⁴³</p>	<p>Frango é Agro. Frango, a carne mais presente no prato dos brasileiros. Tá no mundo, 158 países consomem o nosso frango. Seis bilhões de dólares em exportações para o país. Tá na produção, as granjas faturam 50 bilhões de reais por ano. Tá no campo, com o milho e a soja usados na ração. Tá em toda cadeia produtiva que gera 3,5 milhões de empregos no Brasil. (GLOBO, 2017).</p>	
<p>Ovelha é Agro ⁴⁴</p>	<p>Ovelha é Agro. O Brasil tem hoje um rebanho de 18 milhões e 400 mil animais. 70% deles criados por produtores familiares. A maior parte no nordeste e no sul do país. Ovelha dá lã, carne, leite. A lã abastece o mercado da moda que utiliza fibras naturais. A carne entra nos cardápios dos melhores restaurantes e o leite, além de ser indicado para quem é sensível a lactose, ainda abastece as empresas fabricantes de queijos finos. Ovelha é produtividade no campo, é sabor na mesa. Ovelha é Agro. (Apoio maturada: acertou na carne acertou no churrasco e Ford ranger: Só ela tem cinco anos de garantia). (GLOBO, 2017).</p>	
<p>Cavalo é Agro ⁴⁵</p>	<p>Cavalo é Agro. O cavalo sempre foi indispensável para o agronegócio brasileiro. Até hoje ele ajuda no trabalho das fazendas, no pastoreio do gado pantaneiro, no pampa gaúcho. A agroindústria do cavalo emprega 600 mil pessoas em todo país. Na venda de animais, na produção de arreios, rações e medicamentos, o cavalo gera negócios de 16 bilhões de reais por ano. O cavalo movimenta o turismo, está nas provas, nas festas de rodeio e ajuda até na terapia de crianças. Cavalo é força, é cultura, é história. Cavalo é Agro. (GLOBO, 2020).</p>	

⁴³ Frango é Agro in Allan Kleyson (2017). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=6T3kZnSNaEg>. Acesso em: mai 2022.

⁴⁴ Ovelha é Agro in Allan Kleyson (2017). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=WDM--VfKHio>. Acesso em: mai 2022.




⁴⁵ Cavalo é Agro in Preserv-Ação (2020). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=b1A1XqMtUr0>. Acesso em: mai 2022.

<p>Porco é Agro 46</p>	<p>Porco é Agro. Na costelinha, no presunto, no torresmo, na feijoada. É uma das carnes mais tradicionais da culinária brasileira. O porco também é útil na medicina, válvulas cardíacas são feitas com o material do coração. E já começaram a ser produzidos clones de animais que vão fornecer órgãos para transplantes no ser humano, sem problemas de rejeição. A carne suína brasileira é exportada para 70 países e gera 600 mil empregos. 70% do rebanho está nas mãos dos produtores familiares. O porco é inovação na medicina, é carne com baixo teor de gordura. Porco é Agro. (Apoio maturada: acertou na carne acertou no churrasco e Ford ranger: Só ela tem cinco anos de garantia). (GLOBO, 2018).</p>	
<p>Cabra é Agro 47</p>	<p>Cabra é Agro. A cabra é importante fonte de alimento e renda nas regiões mais secas do país. O rebanho de caprinos no Brasil chega a 9 milhões e 700 mil animais. 80% nas mãos de produtores familiares. A cabra fornece diversos produtos, a carne e o leite movimentam 900 milhões de reais por ano. O leite está no cardápio das pessoas com intolerância à lactose e entra na produção de queijos finos, o couro é aproveitado em roupas e chuteiras e os pêlos são usados em pincéis para maquiagem. Cabra é resistência, é alimento para o sertão. Cabra é Agro. (GLOBO 2018).</p>	
<p>Abelha é Agro 48</p>	<p>Abelha é Agro. Os apicultores brasileiros exportam por ano 45 mil toneladas de mel, quase 100 milhões de dólares e a produção cresce ano a ano. Mas as abelhas tem um outro valor incalculável: elas polinizam as flores para gerar muito mais frutos. É um trabalho fundamental nos pomares de maçã, nos laranjais, para as plantações de abacate, de girassol e de soja, na florada do café, nas cerejeiras e nas hortaliças como o tomate e a cenoura. Abelha é uma das mais eficientes operárias da natureza. Abelha trabalha para o bem da economia e da gente. Abelha é agro. (Apoio Bradesco: contrate crédito rural e concorra tratores 0km e Nissan Frontier: acreditando na força do agro brasileiro.) (GLOBO, 2021).</p>	

⁴⁶ Porco é Agro in Allan Kleyson (2018). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=u1qZW0s5pxU>. Acesso em: mai 2022.

⁴⁷ Cabra é Agro in Luciano Zangeronimo (2018). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=Gvz9VVkpYX0>. Acesso em: mai 2022.

⁴⁸ Abelha é Agro in João Victor da Silva Soares (2021). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=881znfz77d0>. Acesso em: mai 2022.

<p>Peru é Agro 49</p>	<p>Agro a indústria riqueza do Brasil. Peru é Agro. A criação de perus conta com moderna tecnologia. As granjas têm controle de temperatura e umidade. A incubação acontece em chocadeiras automáticas e os filhotes recebem a primeira vacina dentro dos ovos antes de nascer. Por ano o Brasil produz 390 mil toneladas de carne de peru. 40% da produção tem como destino o mercado externo e rendem 270 milhões de dólares. Peru é carne de baixa caloria, tá no aperitivo, na linguiça, na salsicha e dá sabor há muitos sanduíches. Peru é pra todo dia. Peru é agro. (Apoio Ford Ranger: certeza do melhor negócio e Bia do Bradesco: deixe a Bia aprender com você.) (GLOBO, 2019).</p>	
<p>Ovo é Agro 50</p>	<p>Ovo é Agro. Ovo é proteína de baixo custo e produção rápida. Das granjas brasileiras saem 1.240 ovos por segundo. Em 2016 a produção total chegou a 39 bilhões de ovos, aumento de 6% no ano. Ovo fatura aqui no país e também no mercado externo. Em 2016 a venda de ovos férteis rendeu 41 milhões de dólares. Com o ovo fecundado também se fabricam as vacinas contra várias doenças. Frito, com arroz e feijão, na omelete, nos doces o ovo está em muitas receitas. Ovo é versátil. Ovo é Agro. (Apoio Seara Gourmet: presunto de parma, costelinha, hambúrguer, aprecie e Ford Ranger: supere desafios com quem você confia.) (GLOBO, 2017).</p>	
<p>Banana é Agro⁵¹</p>	<p>Banana é Agro. Nanica, maçã, prata, ouro, da terra. Banana faz um sucesso danado lá fora. Só em 2016 a exportação rendeu 20 milhões de dólares. Banana é a fruta mais consumida e a que gera mais riqueza no Brasil. No ano passado os produtores faturaram 14 milhões de reais, 40% a mais. Banana é doce, bolo e sorvete, é vitamina, banana chips. A fibra da bananeira vira artesanato, móveis estofados e até placas para construção civil. Banana é rica em potássio, em saúde para o corpo e para a economia. Banana é Agro. (GLOBO, 2017).</p>	

⁴⁹ Peru é Agro in Nabeshini (2019) Disponível em:




<https://www.youtube.com/watch?v=QAY59C3vzPI>. Acesso em: mai 2022.

⁵⁰ Ovo é Agro in Canal do ovo (2017). Disponível em:

<https://www.youtube.com/watch?v=1cYEFgyPdPo>. Acesso em: mai 2022.

⁵¹ Banana é Agro in Allan Kleyson (2018). Disponível em:




<https://www.youtube.com/watch?v=Uwflhcb0Y-Y>. Acesso em: mai 2022.

<p>Feijão é Agro ⁵²</p>	<p>Feijão é Agro. Preto, branco, carioquinha, jalu, roxo, fradinho, caupi. Feijão tem de tudo o que é cor, variedade e está em todas as regiões. Com arroz forma dupla mais tradicional no prato do brasileiro. O feijão da caldinho, tutu à mineira, feijão tropeiro, feijoada, e acarajé. Feijão produto típico da agricultura familiar. Em 2016 o campo faturou 9 bilhões de reais, aumento de 9% no ano. Feijão da força, da gosto. Feijão é Agro. (GLOBO, 2017).</p>	
<p>Cacau é Agro ⁵³</p>	<p>Cacau é Agro. Bahia e Pará são os maiores produtores do país. O cacau é amigo do meio ambiente. As lavouras convivem em harmonia com as florestas. Do fruto do cacau saem as amêndoas que produzem o chocolate. Hoje no Brasil o chocolate entra em 56 % de toda a produção industrial de balas e doces. Cacau dá sabor à semana da Páscoa. Em 2016 a indústria abasteceu o mercado brasileiro com 56 milhões de ovos de chocolate. Cacau é bolo, é brigadeiro, é festa. Cacau é Agro. (GLOBO, 2017).</p>	
<p>Gergelim é Agro ⁵⁴</p>	<p>Gergelim é agro. O gergelim é uma das primeiras sementes cultivadas pelo homem. No antigo Egito era usado na produção de pães, biscoitos e outros alimentos. Rico em nutrientes e vitaminas, o gergelim dá sabor as receitas com peixes e saladas. Além disso, rende um óleo muito valorizado. No Brasil agricultores já fazem a colheita mecanizada e a produção triplicou nos últimos 03 anos. O que puxa esse crescimento é a exportação. Os embarques passam dos 70 milhões de dólares por ano. Gergelim é riqueza, é alimento nobre. Gergelim é agro. (Apoio Nissan Frontier: mais praticidade com a exclusiva visão 360° e Bradesco: custeio agrícola com até três anos para pagar.) (GLOBO, 2022).</p>	

⁵² Feijão é Agro in Allan Kleyson (2017). Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=XC1rqz_I2Bg. Acesso em: mai 2022.

⁵³ Cacau é Agro in Allan Kleyson (2017). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=JX0hectOmow>. Acesso em: mai 2022.




⁵⁴ Gergelim é Agro in João Victor da Silva Soares (2022). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=N6LTPIN2Afk>. Acesso em: mai 2022.

<p>Batata é Agro ⁵⁵</p>	<p>Batata é Agro. A batata é cultivada há milhares de anos nas cordilheiras do Andes. No século XVI foi levada pelos colonizadores espanhóis para a Europa onde ajudou a combater a fome. Hoje, a batata é um dos alimentos mais consumidos no mundo. No Brasil, ela é cultivada por 5 mil produtores. O faturamento no campo em 2017 chegou a 3,6 bilhões de reais. A batata também já movimenta grandes indústrias no país. A batata combina com carnes, vai bem nas tortas, frita, no purê, gratinada, na sopa e numa infinidade de pratos. Batata dá energia, tem ferro, cálcio e vitaminas. Batata é Agro. (Apoio Ford Ranger: só ela tem 05 anos de garantia e Maturata Friboi: acertou na carne acertou no churrasco.) (GLOBO, 2018).</p>	
<p>Mandioca é Agro ⁵⁶</p>	<p>Mandioca é agro. Em alguns lugares também é chamada de aipim ou macaxeira. A mandioca está na base da alimentação de várias regiões brasileiras. Está nas farinhas, no polvilho que vai na tapioca, no pão de queijo, na gelatina, nos embutidos. O amido de mandioca também é usado para fortalecer os fios nas tecelagens, para esfriar as brocas nos postos de petróleo e até na purificação dos minérios na siderurgia. Mandioca é o alimento que saiu do Brasil nos navios portugueses e se espalhou pelo mundo. O faturamento da mandioca nas fazendas brasileiras em 2017 chegou a 11 bilhões de reais. Mandioca é alimento básico, é versatilidade. Mandioca é agro. (Apoio Ford Ranger: só ela tem 05 anos de garantia e Maturata: acertou na carne acertou no churrasco.) (GLOBO, 2018).</p>	
<p>Tomate é Agro ⁵⁷</p>	<p>Tomate é Agro. Tomate é um dos alimentos mais consumidos no mundo. Na salada, no molho, no suco, grelhado, seco. Tá na pizza, tá na macarronada. Ele também movimenta a economia. Em 2017, o faturamento do campo, da indústria e do comércio chegou a 14 bilhões de reais. O Brasil hoje é autossuficiente na produção de tomate para a indústria. Tomate é tecnologia. Nas estufas já são produzidas novas variedades sem o uso de defensivos. Tomate é rico em potássio e vitaminas. É alimento indispensável. Tomate é Agro. (Apoio Maturata Friboi:</p>	

⁵⁵ Batata é Agro in Allan Kleyson (2018). Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=YA6dY_SEihM. Acesso em: mai 2022.

⁵⁶ Mandioca é Agro in Allan Kleyson (2018). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=l2KHgi5jtxl>. Acesso em: mai 2022.

⁵⁷ Tomate é Agro in Allan Kleyson (2018). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=YjuAiuSW2jA>. Acesso em: mai 2022.

	<p>acertou na carne acertou no churrasco e Ford Ranger: só ela tem 05 anos de garantia.) (GLOBO, 2018).</p>	
<p>Cebola é Agro⁵⁸</p>	<p>Cebola é Agro. Branca, amarela, roxa. Cinquenta variedades são cultivadas no Brasil. Além de ser comestível, a cebola tem flores que podem ornamentar as saladas. 70% da safra vem da agricultura familiar. Trabalho garantido para 180 mil pequenos produtores. Em 2016, o faturamento do campo chegou a 3 bilhões de reais. Sul, nordeste e sudeste são as principais regiões produtoras. Cebola é rica em potássio, cálcio, vitamina C. Cebola tempera os pratos e a nossa economia. É um dos vegetais mais consumidos no mundo. Cebola é agro. (GLOBO, 2017).</p>	
<p>Maçã é Agro^{59 60}</p>	<p>Maçã é Agro. É um das frutas mais antigas cultivadas pelo homem. Fuji, gala, verde são algumas das variedades produzidas principalmente no sul do Brasil. Fuji e gala são 95% da produção nacional. A maçã é rica em vitamina C. Vai bem crua ou assada. É ótima no suco, na geleia, nas tortas. Em 2016 as fazendas faturaram mais de 4 bilhões de reais. A exportação da fruta e do suco rendeu 28 milhões de dólares. Maçã é usada em diversos produtos. Tá no vinagre, nos shampoos, nos cremes. Maçã é riqueza, é saúde. Maçã é Agro. (GLOBO 2017).</p> <p>Maçã é Agro. A maçã surgiu na Ásia há milhares de anos e há meio século começou o cultivo comercial no Brasil. A floração ocorre na primavera e a colheita no verão. Depois a maçã é classificada por cor e tamanho e fica em câmaras frias para ser vendida ao ano inteiro. O faturamento anual para os pomares até o comércio passa de 7 bilhões de reais e a exportação rende por ano 40 milhões de dólares. A maçã é rica em nutrientes e vitaminas. Ela está nos doces, nos sucos e nos cosméticos. Maçã é sabor refrescante, é saúde. Maçã é Agro. (Apoio Bradesco: Crédito Rural para ver sem por cento do seu orçamento e Ford: Ranger a Picape Raça Forte do Brasil) (GLOBO, 2021).</p>	 

⁵⁸ Cebola é Agro in Allan Kleyson (2017). Disponível em:




<https://www.youtube.com/watch?v=AQJhCPMfPeY>. Acesso em: mai 2022.

⁵⁹ Maçã é Agro in Allan Kleyson (2017). Disponível em:

<https://www.youtube.com/watch?v=VKsusVGTxTk>. Acesso em: mai 2022.

⁶⁰ Maçã é Agro in David Amorin (2021). Disponível em:




https://www.youtube.com/watch?v=Izq_I5fURPo. Acesso em: mai 2022.

<p>Dendê é Agro ⁶¹</p>	<p>Dendê é Agro. O dendê veio da África com os escravos. Hoje as plantações na Amazônia trazem progresso e estão em equilíbrio com o meio ambiente. Mais de mil agricultores familiares cultivam essa palmeira. O dendê produz por hectare quatro vezes mais óleo que a soja. Dos cocos maduros sai o azeite que vai na moqueca, no vatapá, no acarajé. Depois de refinado o azeite vira óleo de palma, o óleo vegetal mais consumido no mundo. Ele é usado nos cosméticos, no sabonete, está na margarina, no chocolate, no biscoito no pão, no sorvete e até na casquinha. Em 2015 a plantação e a indústria faturaram um bilhão e duzentos e cinquenta milhões de reais. Dendê é agro. (GLOBO 2017)</p>	
<p>Melão é Agro ⁶²</p>	<p>Melão é agro. Uma das culturas que mais utilizam mão-de-obra no sertão. 80 mil empregos gerados no Nordeste, região que produz a maior parte do melão brasileiro. O mais cultivado no país é o amarelo, mas há também o cantaloupe, o gaia e o espanhol. Em 2016 a exportação rendeu 150 milhões de dólares. Com melão se faz suco, sorvete, sobremesas. De alto poder nutritivo, a semente pode ser consumida torrada ou moída. Melão é refrescante, é fonte de vitaminas e de lucro. Melão é agro. (GLOBO 2017).</p>	
<p>Castanha é Agro ⁶³</p>	<p>Castanha é Agro. O Brasil tem uma castanha nativa em cada região. Do norte sai a castanha do pará, a castanha do caju vem do nordeste, no cerrado é colhida castanha do baru. Mas o Brasil produz também castanhas que vieram de outros países como a macadâmia e a castanha portuguesa produzidas no sudeste e a noz pecã, plantada no sul. As castanhas movimentam a economia. Em 2016 a exportação rendeu mais de 130 milhões de dólares. As castanhas têm alto valor nutritivo e ajudam no combate ao colesterol. São usadas para fazer leite, salgados bolos, doces e até cremes shampoos. Castanha é equilíbrio para a saúde e para o meio ambiente. A castanha é agro. (Apoio Seara: um Q a mais de qualidade para você e Ford Ranger: só ela tem cinco anos de garantia.) (GLOBO 2017).</p>	

⁶¹ Dendê é Agro in Allan Kleyson (2017). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=Afxvns-6D8I>. Acesso em: mai 2022.

⁶² Melão é Agro in Allan Kleyson (2017). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=jTdTYvYX4ME>. Acesso em: mai 2022.




⁶³ Castanha é Agro in Allan Kleyson (2017). Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=eNDamE_eBwg. Acesso em: mai 2022.

<p>Cogumelo é Agro ⁶⁴</p>	<p>Cogumelo é Agro. Desde a antiguidade, o cogumelo faz parte da alimentação do ser humano. Os cogumelos têm propriedades medicinais e são iguarias em pratos sofisticados. Os mais caros do mundo são as trufas. Elas são raras porque se desenvolvem apenas na natureza. No Brasil, temos hoje perto de 1.000 produtores de cogumelos comestíveis. O mais cultivado é o champignon, mas também produzimos o shitake, o shimeji branco, o shimeji preto e o eringui. Cogumelo é fonte de proteína, sais minerais e vitaminas. É saudável. Cogumelo é agro. (Apoio Ford Ranger: só ela tem 05 anos de garantia e Maturata: acertou na carne acertou no churrasco.) (GLOBO, 2017).</p>	
<p>Amendoim é Agro ⁶⁵</p>	<p>Amendoim é agro. A palavra amendoim vem do tupi-guarani e quer dizer enterrado, porque as vargens ficam debaixo do chão. Além de ser um cultivo que traz renda o amendoim enriquece o solo para o plantio de outras culturas como soja, cana e pastagens. As lavouras do amendoim crecem no Brasil. A receita das fazendas já é de 2,8 bilhões de reais, 47 por cento a mais em três anos. Amendoim é rico em proteína e vitaminas, tá no pé de moleque, na paçoca, pasta, doces e na canjica. Amendoim é uma delícia. Amendoim é agro. (Apoio Bradesco: as melhores condições para a antecipação do seu custeio e Nissan Frontier: a picape que mais creceu no último ano no Brasil.) (GLOBO, 2022).</p>	
<p>Algodão é Agro ⁶⁶</p>	<p>Algodão é Agro. É fibra que faz o fio, que faz o tecido: do pano, da roupa, do jeans que tá na moda. Tudo se aproveita do algodão, até o caroço vira ração para o gado. Algodão tem tecnologia. No Brasil, o produto é de alta qualidade. Em 2015, o faturamento das fazendas foi de 13 bilhões de reais. Algodão é matéria-prima da fralda, do curativo. Do algodão vem o óleo que é rico em vitamina E e que deixa mais crocante a batata-frita. O algodão tá na mesa, no banho, na cama. Algodão é macio, é conforto. Algodão é agro. (GLOBO, 2017).</p>	

⁶⁴ Cogumelo é Agro in Allan Kleyson (2017). Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=qoATuCkrQ_0. Acesso em: mai 2022.

⁶⁵ Amendoim é Agro in João Victor da Silva Soares (2022). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=v6la6qzqte0>. Acesso em: mai 2022.




⁶⁶ Algodão é Agro in Allan Kleyson (2017). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=4Rqqm3S7E7k>. Acesso em: mai 2022.

<p>Madeira é Agro ⁶⁷</p>	<p>Madeira é Agro. O Brasil tem 7 milhões de hectares de florestas plantadas. Do eucalipto vem a celulose que está no papel e na embalagem. O país é o maior exportador dessa matéria-prima. Em 2015, campo e indústria faturaram 69 bilhões de reais. Madeira tá na escola, tá na carteira, no lápis, no livro, no caderno. Madeira é a lenha da pizzaria, tá na escada, no assoalho, na janela. Cedro, mogno, teca, paricá. O cultivo dessas árvores abastece a indústria de móveis. E cada árvore plantada diminui a procura de madeira extraída ilegalmente da Amazônia. Madeira é agro. (GLOBO, 2017).</p>	
<p>Acerola é Agro ⁶⁸</p>	<p>Acerola é agro. A acerola chegou no Brasil há 40 anos, veio da América Central e por isso era chamada de cereja das Antilhas. Hoje produzimos 60 mil toneladas por ano principalmente no Nordeste e já somos o maior exportador mundial. A acerola usada na indústria é colhida ainda verde porque tem maior concentração de vitamina C. A fruta ganha da laranja e ainda é rica em ferro e cálcio. A vitamina C tem grande aplicação na indústria farmacêutica, de alimentos e cosméticos. Acerola é refrescante, é vigor. Acerola é agro. (Apoio Bradesco: custeio pecuário para até 100% do seu orçamento e Nissan Frontier: desenhada para fazer mais.) (GLOBO, 2021).</p>	
<p>Trigo é Agro ⁶⁹</p>	<p>Trigo é agro. Um dos cultivos mais antigos da história da humanidade, o trigo é o pão de cada dia de quase todos os povos. Plantado no inverno, o trigo ajuda na preservação do meio ambiente, deixando só a palhada que serve como adubo para cultivo seguinte no verão. No campo e nas indústrias o trigo é emprego garantido para 500 mil pessoas. Em 2016 a cadeia produtiva faturou 41 bilhões de reais. O trigo tá em todos os tipos de massas, nos biscoitos, nos bolos, na esfiha, na pizza. O trigo é nutritivo, tem fibras e proteína. Trigo é energia, é sustento. Trigo é agro. (Apoio Seara Gourmet: presunto de parma, costelinha, hambúrguer, aprecie e Ford Ranger: supere desafios com quem você confia.) (GLOBO, 2017).</p>	

⁶⁷ Madeira é Agro in Allan Kleyson (2017). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=TAfZlwLVISs>. Acesso em: mai 2022.

⁶⁸ Acerola é Agro in João Victor da Silva Soares (2021). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=IYECFAHQ4qk>. Acesso em: mai 2022.

⁶⁹ Trigo é Agro in (2017). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=zB5JkkoB1wU>. Acesso em: mai 2022.

<p>Erva Mate é Agro ⁷⁰</p>	<p>Erva mate é Agro. Os colonos europeus aprenderam a apreciar o mate com os índios guaranis. No passado as folhas eram moídas em vilões ou nos antigos barbaquás. Hoje vão para as indústrias que produzem o refrescante chá-mate. As folhas também são a base do tradicional chimarrão, bebida quente do sul do país e do tereré consumido frio no centro-oeste. Na cozinha a erva mate vira bolo, sorvete, caipirinha e doces. A atividade se concentra no sul do país e emprega 500 mil pessoas e fatura 2 bilhões de reais por ano. Erva mate é história, é negócio. Erva mate é agro. (GLOBO, 2018).</p>	
<p>Cenoura é Agro ⁷¹</p>	<p>Cenoura é Agro. A cenoura é uma das principais hortaliças cultivadas no Brasil e fonte de renda para 400 mil produtores. A Agricultura Familiar responde por metade da safra. Cenoura é uma importante fonte da vitamina A que ajuda a manter a saúde da nossa visão. Ela também rende um corante natural usado em produtos como o queijo. Cenoura é versátil. Pode ser consumida na sopa, salada, nos pães, no suco, em conserva ou no delicioso bolo com cobertura de chocolate. Cenoura é alimento irrecusável até para os animais. Cenoura é agro. (Apoio Nissan Frontier: a picape que mais creceu no último ano no Brasil e Bradesco: as melhores condições para antecipação dos seu custeio.) (GLOBO, 2022).</p>	
<p>Bambu é Agro ⁷²</p>	<p>Bambu é Agro. As folhas do bambu são o principal alimento do urso panda e lá na China o bambu tem muitos usos há milênios. Na alimentação humana os brotos entram no preparo de diversos pratos e a farinha é utilizada em massas e biscoitos. No Brasil o uso do bambu é crecente, com tratamento ele adquire resistência para ser usado na construção civil e na indústria de móveis. O bambu está também no artesanato, nos talheres, luminárias, esteiras e até em próteses. Bambu é multiuso, é madeira sustentável. Bambu é agro. (Apoio nova Ranger: a picape raça forte do Brasil e Bradesco: as melhores condições para a antecipação do seu custeio.) (GLOBO, 2021).</p>	

⁷⁰ Erva Mate é Agro in Sítio Três Meninas (2018). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=9z3Nnzsi038>. Acesso em: mai 2022.

⁷¹ Cenoura é Agro in Nabesh (2022). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=ZBt1-86lkE>. Acesso em: mai 2022.



⁷² Bambu é Agro in João Victor da Silva Soares (2021). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=lkEB2jja4uA>. Acesso em: mai 2022.

<p>Fruta é Agro 73</p>	<p>Fruta é Agro. A fruticultura é uma das atividades agrícolas que mais geram empregos no país, cinco milhões de pessoas trabalham nas plantações. As vendas para o exterior apresentam um bom crescimento. O consumo lá fora aumentou com a procura de uma alimentação mais saudável. Em 2021 os embarques bateram recorde e passaram de um bilhão de dólares, 14 por cento a mais que no ano anterior. As frutas mais exportadas foram manga, maçã, limão, melão uva, mamão, banana, melancia e abacate. Fruta é sabor, é diversidade. Fruta é agro. (Apoio Bradesco: custeio agrícola com até três anos para pagar e Nissan Frontier: mais praticidade com exclusiva visão 360 graus.) (GLOBO, 2022)</p>	
<p>Pão de queijo é Agro 74</p>	<p>Pão de queijo é Agro. O pão de queijo é uma variação brasileira da receita da chipa da Argentina ou do pan-de-bono da Colômbia. Em todas elas entram um produto que os colonizadores conheceram com os índios nas Américas: o polvilho de mandioca. É da mistura do polvilho com queijo, leite, ovos e óleo vegetal que sai o pão de queijo. Pão de queijo é sucesso no Brasil e no exterior. Já é exportado para dezenas de países. Pão de queijo é nutritivo e com café enriquece o lanche da tarde. Pão de queijo é agro. (Apoio consórcio Bradesco Agro maquinário em até 100 vezes e Nissan Frontier: Aproveite condições especiais com IPI reduzido). (GLOBO, 2022).</p>	
<p>Pastel com caldo de cana é Agro 75</p>	<p>Pastel com caldo de cana é Agro. O pastel é uma atração das feiras livres e combina muito bem com caldo de cana. Ele gera empregos e movimentam a economia de muitos setores do agro. No pastel vai farinha de trigo, óleo de soja e os ingredientes dos recheios como queijo, a carne, o palmito. Em várias regiões do país o pastel também combina com camarão ou carne seca. O caldo de cana é sabor de uma lavoura que tem cinco séculos de tradição no país e que faz do Brasil o líder mundial de produção. Pastel com caldo de cana é uma delícia e é agro. (Apoio Bradesco, crédito rural para até 100 por cento do seu orçamento e Nissan Frontier: conforto e estabilidade com a exclusiva suspensão traseira multilink.)</p>	

⁷³ Fruta é Agro in João Victor da Silva Soares (2021). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=F4aWd4smsrM>. Acesso em: mai 2022.

⁷⁴ Pão de Queijo é Agro in João Victor da Silva Soares (2022). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=fbgc8b8jnbk>. Acesso em: mai 2022.

⁷⁵ Pastel com Caldo de Cana é Agro in João Victor da Silva Soares (2021). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=Hspr91XQa2I>. Acesso em: mai 2022.

	(GLOBO, 2021).	
<p>Agro é tech Agro é pop Agro é tudo 76</p>	<p>Agro é tech porque tudo que vem do campo é feito com tecnologia que não para de avançar. Ela ajuda a aumentar a produção e melhorar a qualidade. Agro é pop porque está no dia a dia, nas indústrias, no comércio, na vida das pessoas. Porque gera emprego, aumenta a confiança dos investidores e garante bons resultados na exportação. É o sustento de famílias e a riqueza do Brasil. Agro é tudo, tudo o que está à nossa volta, na culinária, na roupa, calçados, nos cosméticos, remédios e objetos. Agro é essencial. (Apoio Ford Ranger: certeza do melhor negócio e Bradesco: com o Bradesco o agro é mais negócio.) (GLOBO, 2019).</p>	
<p>Agro é Tudo 77</p>	<p>Tudo que você não sabia que o Agro é. Quanto mais você conhece mais vê que ainda tem muito a aprender sobre o agro. Você sabia que o amido de mandioca entre na fabricação da pasta de dente, nos comprimidos e até no gel que esfria as brocas de perfuração de petróleo. Sabia que o açafraão é um anti-inflamatório natural, que a gelatina vem das cartilagens e do couro do boi. E que o açúcar de cana é a base do plástico biodegradável. O agro está em muita coisa que você não sabe. Como as fazendas de criação de cobra para a extração de veneno. Ele tem propriedades que são usadas nos remédios de controle da pressão e na cicatrização de ferimentos. O Agro é tudo isso e muito mais. (Apoio Ford Ranger: supere desafios em quem você confia e Seara: presunto rosadinho só 12 calorias por fatia.) (GLOBO, 2017).</p>	

Fonte: (GLOBO, 2017 – 2022).

Organização: A autora (2022).

Analisando a campanha publicitária percebe-se o discurso de que Agro é tudo - menos Reforma Agrária, combate à violência no campo, combate à grilagem de terras, combate ao trabalho escravo, possibilidade de transformação e combate das desigualdades sociais e de renda; assuntos que se pela etimologia da palavra, essencialmente deveriam ser ponderados.

⁷⁶ Agro é Tech, Agro é POP, Agro é Tudo in Nabeshini (2019). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=ZkNhSmE3Cis>. Acesso em: mai 2022.

⁷⁷ Agro é Tudo in Allan Kleyson (2017). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=BRHZKys0Lrk>. Acesso em: mai 2022.

Além disso, se apropriam de signos e produtos que também compõem a agricultura camponesa como componentes do Agro, a exemplo da própria noção de agricultura familiar e as mulheres. Isso denota o caráter monolítico que empregam ao campo brasileiro, como se tudo aquilo que “escapa” ao modelo seja estorvo e indesejado. Isso inclui todas as formas de (Re)Existências dos lutadores do campo e as suas pautas reivindicativas como a Reforma Agrária e o “Bloqueio” dos Territórios de Sociobiodiversidade.

De forma ampla, percebe-se o reforço discursivo da sustentabilidade, da grande escala, da geração de emprego, da alimentação e da mundialização. Família, tradição, história, cultura, energia, faturamento, lucro, riqueza, tecnologia, modernidade, desenvolvimento, crescimento, avanço, exportação, garantia e confiança também são reforçados.

Como foi no movimento Sou Agro, nesta campanha houve a personificação do projeto, nas agropessoas ou agrogenes. “Agro são as pessoas que trabalham, educam e se divertem” (GLOBO, 2017). Chama-se atenção a fragmentação destes grupos: os que trabalham, os que educam e os que se divertem, mas entre todos eles (ainda que o fossem mesmo distintos) o Agro é projetado. Uma projeção entre o indispensável, o necessário e o desejável.

A compreensão de setores da economia aparece em relevo em um discurso que vai do campo ao consumidor, com a ideia de cadeia produtiva. Os desequilíbrios provocados pelo próprio modo de produção são normalizados como pragas ou doenças. E a generalização em torno da compreensão de produtores é naturalizada num terreno em que tudo é produto como o é na indústria.

Ao se falar das agroflorestas reforça-se a ideia de “menos agrotóxicos” já quando o assunto é produção convencional troca-se o termo para defensivos agrícolas. É como se toda crítica fosse apropriada e na câmara invertida ideológica, fosse convertida em um discurso que reforce aquele sema temático. Por exemplo, a partir das críticas sobre o intenso uso de agrotóxicos, há uma aproximação ainda maior do Agro com o sema “saúde”. Quase se fala em uma “agromedicina”. Além disso, percebe-se a valorização

dos signos de proteínas, vitaminas e sais minerais, como já o faziam as corporações na década de 1970.

Entre uma peça e outra imagens e frases são repetidas. Todas as peças se iniciam com a frase “Agro a Indústria-Riqueza do Brasil” e se encerram com a Frase “Agro é [...] Agro é TECH, Agro é POP, Agro é TUDO! Tá na Globo.”. Destaca-se também as propagandas de apoio dentro da peça: como por exemplo de caminhonetes da Ford e Nissan e de alimentos, como carnes, presuntos, churrasco etc. Um desses apoios que delineiam simbolicamente o Agro da segunda década do século XXI, que não se desapega do discurso colonial do século XVI, é a propaganda de apoio do Bradesco.

Em janeiro de 2022, como em um pane “na Matrix”, na unidade em divisa ou em outras palavras, na própria contradição dos diferentes agentes do agronegócio e suas respectivas frações de classe os sujeitos que se identificam com o agro se rebelaram contra o Bradesco pela campanha do banco “segunda sem carne”, campanha que estimulava a redução do consumo de carne como prática ecologicamente correta.

As imagens seguintes são postagens de um engenheiro agrônomo, em conta pessoal na rede social *Instagram*, o qual optou-se aqui por não identificar em preservação de sua imagem. As fotos referem-se ao movimento mobilizado por alguns sujeitos do Agro contra o Bradesco, que chamaram de “Segunda com Carne”. A propaganda do Bradesco, pautada no discurso do “consumo consciente”, sugeria a diminuição do consumo de carne para se preservar a Amazônia e diminuir a emissão do gás metano para a atmosfera. Em resposta, o movimento segunda com carne, mobilizou a distribuição de espetinhos na porta dos bancos da rede Bradesco em todo o Brasil.

Na ação organizada além de distribuírem gratuitamente espetinhos de carne bovina para trabalhadores nas ruas em horário de almoço, estes sujeitos falavam sobre a importância do agronegócio e diziam desmistificar a ideia de que o agro é responsável pela poluição atmosférica (como interpretaram a campanha do Bradesco). Em uma formação de base às avessas, os manifestantes apareciam usando chapéus, botas, camisas, máscaras em função da Covid-19 e que contraditoriamente evidenciavam

apoio ao atual presidente da república (negacionista, desmotivador das medidas de proteção quanto a Covid-19).

Figura 75 - Movimento segunda com carne (Goiânia – 2022)



Fonte: Reprodução Instagram (2022)

Figura 76 - Movimento segunda com carne (Pará e Tocantins – 2022)



Fonte: Reprodução Instagram/Facebook (2022)

Além disso, traziam faixas com os textos “O Agro alimenta o país, “Respeite a pecuária Brasileira” e “Pedimos mais respeito por quem põe comida em nossa mesa”. Tais textos testemunham a eficácia ideológica do Agro, pautada na generalização do “produtor” de modo que “ofender qualquer segmento do Agro” é sinal de desrespeito ao todo. Ressalva-se também o papel das mídias sociais neste momento. As redes e seus algoritmos são cruciais na projeção do Agro, provocando mobilização, ampliação e imediatismo quanta as informações (reais ou não) engendradas no bojo do Agro.

4.2.2 – Agroboys, caminhonete, ostentação, do sertanejo ao futebol: as relações de desejo e poder

Nas relações de desejo e poder, mediadas na estrutura do Estado Capitalista, sob a égide da ideologia Agro no Brasil, as manifestações de imagens carregadas de simbologias que se misturam entre vida cotidiana, “sonhos de consumo” e espetacularização política são identificadas. O vir a ser do Agro, se traduz na atualidade nas Paisagens urbanas e rurais,

impulsionado por algoritmos, influência digital e *ethos* de ídolos do sertanejo ao futebol.

Mendonça (2010, p.138) evidencia por exemplo, que no âmbito das entidades patronais, observava-se em 1986 a atuação da União Democrática Ruralista (UDR) difundindo o discurso da agremiação junto às escolas e universidades, por meio dos “agroboys” e “agrogirls” que tinham como ídolo, líder e representação imagética a figura de Caiado.

Segundo a autora, tal fato ocorria por meio da UDR-jovem e UDR-mulher, provocando-se identificações e fomentando duas frentes: a defesa da propriedade privada da terra e a atuação política. O discurso manifestado era o de que a defesa se referia aos produtores rurais e não aos proprietários de terra, o que Mendonça (2010) destaca enquanto uma das principais estratégias da entidade para promover o crescimento da base política, com a aproximação de pequenos e médios proprietários e produtores de menor escala.

Assim, com o discurso da vocação, da tradição e da modernidade, a UDR conquistava cada vez mais espaço para engendrar seus debates políticos e se apresentar como representante dos diversos sujeitos do/no campo. Como elucida Chauí (2022), no ocultamento da luta de classes, a ideologia existe pela lacuna do que não se diz e nesse sentido, quando a força lógica do silêncio é desafiada, as hegemonias identificam seus inimigos.

Os inimigos da UDR desde então, eram o Clero progressista com a Teologia da Libertação; a Conferência Nacional dos Bispos do Brasil (CNBB); Associação Brasileira de Reforma Agrária (ABRA); a Comissão Pastoral da Terra (CPT); o Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST) e outros movimentos sociais em defesa da Reforma Agrária; a Central Única dos Trabalhadores (CUT) e os políticos de esquerda (MENDONÇA, 2010).

E com o uso de chapéu e bota ao sonho da caminhonete, os agroboys e agrogirls seguem reproduzindo discursos

- a) que buscam deslegitimar os movimentos de luta pela terra por quem nela quer trabalhar,
- b) que atacam as comunidades tradicionais e populações indígenas por meio de estereótipos que se arrastam em narrativas coloniais;
- c) que defendem o conservadorismo e o machismo como tradição;

d) que classificam a propriedade privada como sagrada, cuja sacralidade deve ser protegida e garantida a qualquer custo.

Assim, como explica Bruno (2021) informação verbal⁷⁸, a retórica ruralista se constitui no discurso da dominação, no discurso do poder e na construção da hegemonia. De modo que o ruralismo como concepção de mundo se edifica nos hábitos; valores; normas, enquanto fundamentos na porção e posição de classe; na sociedade, na família e na escola, fruto do casamento da renda fundiária e do movimento do capital.

Para a autora esta retórica resulta em alguns desdobramentos discursivos, hoje muito defendidos na Frente Parlamentar Agropecuária (FPA – Bancada Ruralista) cujo embrião se encontra na UDR enquanto força extraparlamentar, apesar de “os ruralistas” não estarem presentes só na bancada. Mendonça (2010) entende o ruralismo como movimentos políticos de classes dominantes em busca da afirmação de um determinado projeto.

Estes movimentos políticos se espetacularizam e naturalizam o debate em leilões, rodeios, passeatas (MENDONÇA, 2010). Bruno (2022) chama atenção para este processo nas redes de sociabilidade (Lions Clube, Massonaria); nos espaços informais (leilões, feiras agropecuárias) e na mobilização de rua (tratoração, caminhonaço, movimento vistoria zero, maio verde).

Nos espaços de reprodução discursiva, especialmente voltados e manifestados para e pelos jovens, é válido colocar em relevo também as mídias sociais e as cavalgadas. O quadro seguinte sintetiza alguns efeitos discursivos identificadas por Bruno (2021):

⁷⁸ BRUNO, Regina. Live de Lançamento De Olho no Congresso in De Olho nos Ruralistas. 10 de Agosto de 2021. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=W7oJH-Oluxg>. Acesso em: ago 2021.

Quadro 3 – Efeitos discursivos do agronegócio

Negação do uso social da terra	Civilização da moral e dos bons costumes	Política como negócio de família	Ataque e ofensiva como defesa na prática política	Violência constitutiva da identidade de classe	Perdão da dívida e isenção de impostos: moeda de troca
Ataque aos direitos e povos tradicionais	Tradição, família e propriedade	Anticomunismo	Antipetismo	Ostentação e poder: Hilux, Bebida e avião particular	Elitismo e preconceito
Humilhação como recurso de poder	Povos indígenas, tradicionais e camponeses: estágio a ser superado	Trabalho escravo: cultura do trabalhador, orgulho da lida	Grande escala	MST, indígenas e quilombolas como inimigos	Disputa política do sema “tradição”
Defesa do meio ambiente como disputa	Defesa da cultura do bem (aos moldes ruralistas)	Discurso do alimento futuro	Disputa política da ideia de sustentabilidade	Simplificação das leis	Equilíbrio entre governo, empresários e consumidores
	Supostos da solidariedade	Alinhamento do interesse ruralista	Ambivalência de práticas arcaicas e modernas	Sacralidade material e tradição no conservadorismo	Empresários, proprietários e produtores

Fonte: BRUNO (2021); A autora (2022).
Organização: A Autora (2021)

Analisando-se as identificações de Bruno (2021) percebe-se que os efeitos discursivos da ideologia Agro, fazem com que a terra assim como muitos outros componentes territoriais passem a ser vistos como mercadoria, em um processo de *commoditização* dos territórios e financeirização da agricultura e da natureza. Há uma negação do uso social da terra e de sua compreensão enquanto espaço de garantia dos direitos e reprodução da vida.

Isto ocorre em um cenário forjado na moral e nos bons costumes, com o fanatismo conservador, que garante inclusive a manutenção da política como um negócio de família. Quando estas normas e valores são questionados, há o ataque e a ofensiva como defesa na prática política, com o culto a ignorância e a resistência ao diálogo.

A violência é constitutiva da identidade de classe, endossando inclusive os projetos em defesa da posse e porte de armas. A narrativa do “bandido bom é bandido morto” atropela-se entre o discurso “pró-vida”, relativizando-se a vida. Bandido, por sua vez, é categoria que se aplica as pessoas em situação de vulnerabilidade social e/ou àqueles que questionam e ameaçam a hegemonia das frações de classe dominantes no país.

O perdão de dívidas e a isenção de impostos são usados como moeda de troca, enquanto assiste-se ao ataque aos direitos e aos povos tradicionais e suas territorialidades. Tradição, família e propriedade são a centralidade discursiva em oposição ao que convencionou-se chamar de comunismo (enquanto garantia dos direitos, respeito ao bem comum e defesa da democracia) e petismo (enquanto qualquer oposição política à extrema direita e ao atual governo).

Caminhonetes, bebidas e aviões particulares são ostentados como signos de poder e tornam-se os maiores objetos dos desejos de consumo, que se embaraçam com o protagonismo do elitismo e do preconceito, em uma ideia de superioridade e inferioridade. A humilhação também se manifesta como recurso de poder. Povos indígenas, tradicionais e camponeses são lidos como categorias de atraso ou como estágio a ser superado.

O orgulho trabalhador, a concepção de empresa como família e a lida como cultura são reforçados na legitimação da exploração dos trabalhadores e na precarização do trabalho. A racionalidade da grande escala, pautada nos monocultivos e na produtividade, situa o MST, os indígenas e os quilombolas

como estorvo, logo, como inimigos, “como gente miúda, indesejável, desqualificada” (BRUNO, 2021).

Coloca-se em disputa política o sema tradição, a cultura do bem, a ideia de sustentabilidade, sempre com vistas ao conservadorismo; aos moldes ruralistas e ao economicamente eficaz, do ponto de vista macroeconômico e ambientalmente reconhecido, como possibilidade de nicho de mercado ou certificação. “A sustentabilidade como o aumento da renda do agronegócio” (BRUNO, 2021).

Alimentação e Mercado são colocados em uma mesma baía. Ao passo que se fala em mercado futuro, negociações futuras de *commodities* e afins, assiste-se também o discurso do alimento futuro, com narrativas em torno da segurança alimentar e projeções para 2050 em consonância ao enfrentamento da fome por parte expressiva da população brasileira no presente.

As leis são simplificadas sob a falácia do combate às burocracias. Busca-se o equilíbrio entre o governo, empresários e consumidores alinhando-se sempre os interesses ruralistas, mas não os direitos dos sujeitos sociais. Oculta-se os problemas estruturais do país como a concentração de terras, a desigualdade social e de renda e a conseqüente fome, com a narrativa do <<povo solidário>> e todos os seus supostos, como “o suposto da solidariedade entre patrões e empregados” (BRUNO, 2021).

Na ambigüidade alimentada no senso comum entre modernidade e avanço, gesta-se a ambivalência entre o moderno enquanto expansão do próprio capitalismo e as práticas arcaicas. Com recorrentes argumentos de que só é moderno quando se tem larga escala, elemento chave da legitimação ideológica. (BRUNO,2021).

Empresários, proprietários e produtores são vistos e se veem enquanto uma mesma classe, criando-se unidades discursivas patronais, conservadoras e excludentes figuradas no *ethos* do produtor, de modo que falar do “Agro”, torna-se falar do produtor. Estes, que se identificam na casa grande, na sacralidade e na tradição, em relações de dominação e sujeição” (BRUNO, 2021).

Na direção da execução deste projeto e nos reforços destas narrativas, novas plataformas discursivas são acionadas. Exemplo disso é o

diálogo sempre mais próximo da ideologia do agronegócio e seus agentes com a paixão brasileira pelo futebol. Muito além do que se apoiar em *ethos* como o de Pelé, como o foi na campanha “Time Agro Brasil”, mobilizando a confiança de seus torcedores assíduos e associando a imagem de Kátia Abreu (liderança política ideológica do Agro) com um jogador referência para estes “tradicionais” torcedores brasileiros, percebe-se uma concertação que perpassa a mobilização de imagens do Agro dentro dos estádios de futebol e o próprio patrocínio de times, sobretudo por agroindústrias.

Segundo o levantamento da Uol (2022), sobretudo no cenário da pandemia da COVID-19 (2020 – 2022), elevou-se muito os casos de patrocínio no futebol por parte de empresas que se identificam ou são identificadas no âmbito do Agro, sobretudo agroindústrias. Atualmente, 6 times da série A da macrorregião geoeconômica Centro-Sul do país, são patrocinados por agroindústrias de alimentos e grãos e corporações.

Quadro 4 - Patrocínio do agronegócio à times de futebol no Brasil

Time	Série	Estado	Patrocinador	Segmento
Atlético Clube Goianiense	A	GO	Cristal Alimentos	Alimentos - Grãos e farináceos
Club Athletico Paranaense	A	PR	Copacol	Alimentos - Aves e peixes
Sport Club Corinthians Paulista	A	SP	Grupo Taunsa	Grãos
Cuiabá Esporte Clube	A	MT	Agro Amazônia	Sementes e fertilizantes
Esporte Clube Juventude	A	RS	New Holland Agriculture	Implementos agrícolas
Santos Futebol Clube	A	SP	Kicaldo	Alimentos - Grãos e farináceos
Associação Chapecoense de Futebol	B	SC	Aurora	Alimentos
Criciúma Esporte Clube	B	SC	Cooperja	Alimentos diversos e rede varejista
Londrina Esporte Clube	B	PR	RPF Group	Alimentos - suínos
	B	PR	Agro 100	Produção de fertilizantes e sementes
Operário Ferroviário Esporte Clube	B	PR	Feijão Pontarollo	Alimentos - feijão
	B	PR	Alegria	Alimentos - suínos
Ituano Futebol Clube	B	SP	Pantera Alimentos	Alimentos - Grãos e farináceos
Novo Horizonte	B	SP	Açúcar Santa Isabel	Açúcar e etanol

	B	SP	Octa Grãos	Grãos
Vila Nova Futebol Clube	B	GO	Cristal Alimentos	Alimentos - Grãos e farináceos
	B	GO	Sinhá Alimentos	Alimentos diversos, biodiesel e logística
Clube de Regatas Brasil	B	AL	Grupo Coringa	Alimentos
Centro Sportivo Alagoano	B	AL	Grupo Coringa	Alimentos
Esporte Clube Bahia	B	BA	Canaã Alimentos	Distribuidora de alimentos de origem animal
Sampaio Corrêa Futebol Clube	B	MA	Malu Alimentos	Alimentos - Grãos e farináceos
Clube Náutico Capibaribe	B	PE	Ovos São Luis	Alimentos - Ovos

Fonte: UOL (2022).
Organização: A Autora (2022).

Entre os times da série A, destacam-se o Cuiabá Esporte Clube sendo patrocinado pela Agro Amazônia e o Esporte Clube Juventude sendo patrocinado pela New Rolland. Na série B o dobro de times (12) é patrocinado por diversos segmentos do agronegócio, com destaque aos times do Centro-Sul do país, mas também da Região Nordeste. Londrina Esporte Clube, Novo Horizontino, Operário Ferroviário Esporte Clube e Vila Nova Futebol Clube chamam atenção pelos patrocínios recebidos inclusive por mais de um segmento do Agro.

A relação do futebol com o Agro extrapola o aspecto econômico, quanto ao patrocínio, mas atinge também manifestações de cunho pessoal expressivo que dialoga com esse debate à medida que empresários e proprietários de terra, dirigem suas acumulações do Agro para jogos de futebol. Foi este o caso do bilionário Elusmar Maggi Scheffer, da família Maggi.

Torcedor do Sport Club Internacional, Elusmar Maggi, primo de Blairo Maggi fez em 2021 a doação de 1 milhão de reais para a participação do jogador Rodinei (emprestado ao Inter pelo Flamengo) em jogo decisivo do Campeonato brasileiro ocorrido no Maracanã. O valor pago, foi efetivado para saldar a multa contratual que impedia o jogador emprestado jogar contra o time rubro-negro carioca. (RÍMOLI, 2021). Em entrevista à Cosme Rímoli do R7, o ruralista sócio do Grupo Bom Futuro afirmou:

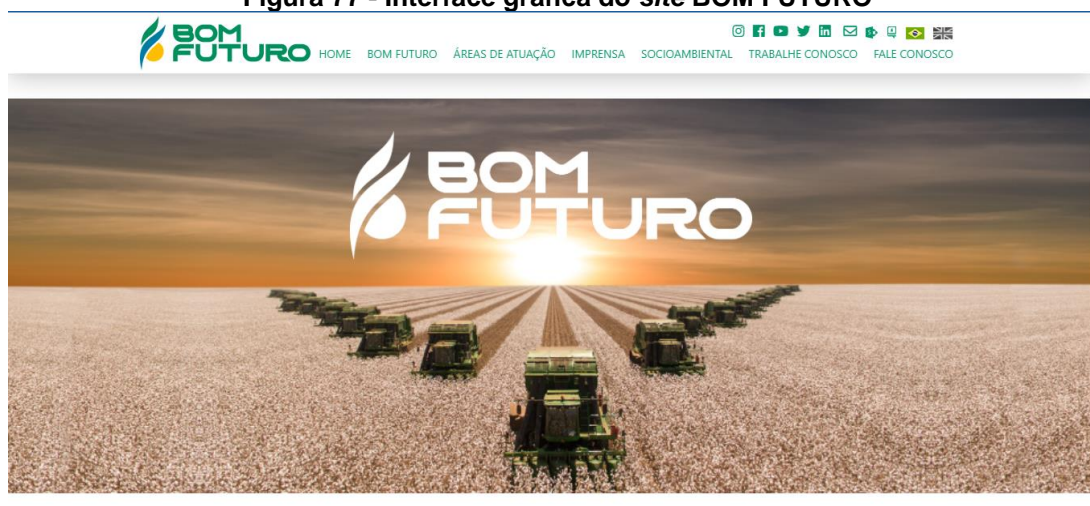
Sou Colorado de berço, daqueles que não vivem sem o Inter. Mesmo morando distante, meu amor pelo Colorado sempre foi muito grande. Já comemorei muito as vitórias do meu time, e a

felicidade de viver esse momento com o clube do meu coração, com a real possibilidade de sermos campeões brasileiros, fez com que eu decidisse por ajudar. (SCHEFFER, 2021).

O patrimônio conhecido de sua família é de 530 mil hectares de terras cultivando algodão, soja, milho e reservadas à pecuária, no Mato Grosso e no Maranhão, com mais de 130 mil cabeças de gado. Scheffer é irmão de Eraí Maggi, denominado de rei da soja. A revista Forbes calculava, em 2014, a fortuna das famílias em R\$ 4,9 bilhões. (RÍMOLI, 2021). Na apresentação institucional do Grupo Bom Futuro, com atuação desde a década de 1980 no estado do Mato Grosso, afirmam:

Fomos predestinados a plantar a semente promissora na fazenda arrendada no município de Rondonópolis-MT, cujo nome da propriedade (Bom Futuro), nos guiaria ao nosso registro como empresa e ao propósito que acreditamos. A Bom Futuro desenvolve o planejamento estratégico das atividades na capital Cuiabá-MT, sede da empresa. As atividades são distribuídas em todo o estado, gerando desenvolvimento e inúmeras oportunidades para centenas de municípios. A Bom Futuro, é advinda da agricultura. A expertise na área, auxílio da tecnologia e respeito ao meio ambiente aliadas a persistência e muito trabalho, pautaram o crescimento da empresa em seus longos anos de atividade. Ações como essas, garantiram o destaque mundial em produtividade sustentável, possibilitando a atuação em 7 áreas; agricultura, pecuária, piscicultura, sementes, energia, aeroportuário e imobiliário (BOM FUTURO, 2022).

Figura 77 - Interface gráfica do site BOM FUTURO



Fonte: Reprodução BOM FUTURO (2022).

Vários dos efeitos discursivos do agro se aplicam ao exemplo da família Maggi, desde a atuação política enquanto negócio de família, à ostentação, poder, grande escala e alinhamento dos interesses ruralistas. Na interface gráfica do site do grupo, o monocultivo, com o campo desprovido de vida quanto à mostra da diversidade, se destaque sobre ícones de acesso a

temas como: “Voluntários”, “Meio Ambiente”, “Histórias de futuro”, “Mulheres no Agro”, com a disponibilidade de acesso à vídeos e campanhas.

Bem como no texto de apresentação, reforça-se a ideia de vocação agrícola, sustentabilidade, produtividade, desenvolvimento, trabalho, rentismo e crescimento. Além disso, as ideias de empresa como família e tradição como conservadorismo ou manutenção dos instrumentos de poder, são reforçadas.

No Brasil, além do futebol, outro mobilizador das paixões, sobretudo na cena Agro em que se consolida culturalmente já há alguns anos, é o sertanejo. Cresceram também no cenário da pandemia da COVID – 19, diante as imposições sanitárias quanto ao distanciamento e isolamento social, as *lives* sertanejas sob o patrocínio de empresas do Agro, endossando-se os discursos da solidariedade e das mudanças e transformações enquanto práticas individuais e cidadãs, em uma realidade de ambiguidade entre o cidadão de direito e o cidadão indivíduo, capital humano na lógica empresarial, defensora da meritocracia.

Entre os artistas que emprestam seus nomes e carreiras ao jogo de narrativas e a concertação política do agronegócio, está o cantor sertanejo, Gusttavo Lima. Nas *lives* e na mídia social o artista é comumente intitulado também de o “Embaixador do Agronegócio”, sobretudo após a *live*⁷⁹ realizada em 17 de outubro de 2021 em Mato Grosso, patrocinada pela Nutribras Alimentos, com o apoio de diversas outras empresas do Agro.

A *live* com o total atual (2022) de quase 15 milhões de visualizações no *YouTube* (14.732.057), ocorreu no meio de uma plantação de soja na cidade de Sorriso - MT, em uma noite de sábado e “reuniu diversos políticos, como o governador Mauro Mendes (DEM), o secretário-chefe da Casa Civil, Mauro Camargo (DEM), além de vários empresários do setor do agro”. (NUTRIBRAS, 2021):

O palco foi montado no meio de uma plantação com a proposta de ser a maior estrutura para uma live do mundo, em referência a grandeza do agronegócio mato-grossense. O evento que foi transmitido ao vivo nas redes sociais teve a duração de mais de três horas e contou com mais de 3,5 milhões de visualizações. [...] A transmissão faz parte do novo projeto de Gusttavo, “O Embaixador

⁷⁹ O Embaixador no Agronegócio in Gustavo Lima (2021).

Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=YzQsDq93Jps>. Acesso em: mai 2022.

The Legacy”, e teve patrocínio da empresa Nutribras Alimentos, com realização da empresa Sandrinn Shows. (NUTRIBRAS, 2021).

Não poderíamos deixar de reverenciar esse setor que historicamente sempre teve uma importância ímpar para a economia e desenvolvimento do nosso país, sobretudo, num momento como este que estamos atravessando. Tenho certeza de que será uma live incrível e bastante especial ao lado desses grandes parceiros. (GUSTTAVO LIMA, 2021).

Figura - Abertura live "O Embaixador no Agronegócio" - Gustavo Lima



Fonte: Reprodução Gustavo Lima Oficial (2021).

Gusttavo Lima se tornou, em pessoa, uma das sínteses signo do agronegócio. Sendo a caminhonete, a bebida, o avião privado, o conservadorismo e a família, um dos efeitos discursivos do agro (BRUNO,2022), muito antes da referida *live*, o cantor já vinha se personificando nesta imagem. Falar do Embaixador é falar do Agro e vice-versa. Assim como foi feito com o *ethos* do <<produtor>>.

Legitima-se nessas figuras, todo o projeto de modo que as pessoas se identificam com o todo pela parte, buscando-se alcançar no horizonte os mesmos objetos de desejo: a bebida, o cabelo, a barba, o boi, a soja, a mulher branca padrão *influencer* apaixonada, a família tradicional, a caminhonete, a fazenda, o avião particular, o elitismo, o fanatismo pelo presidente da extrema direita.

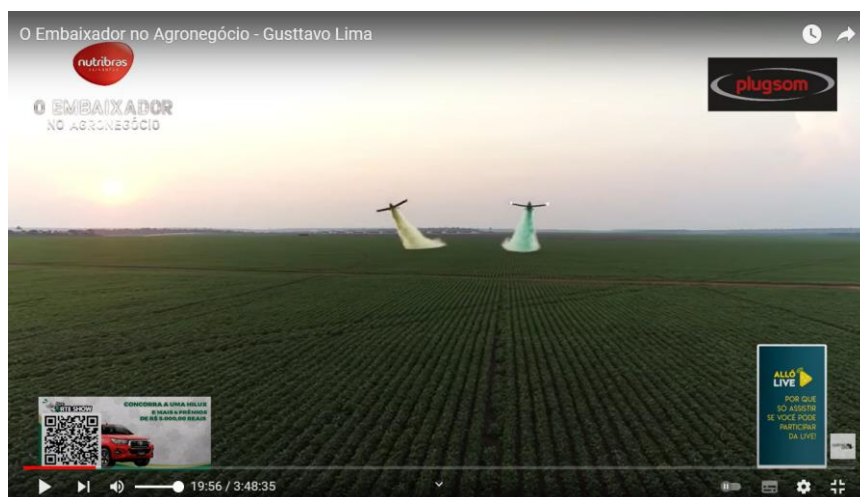
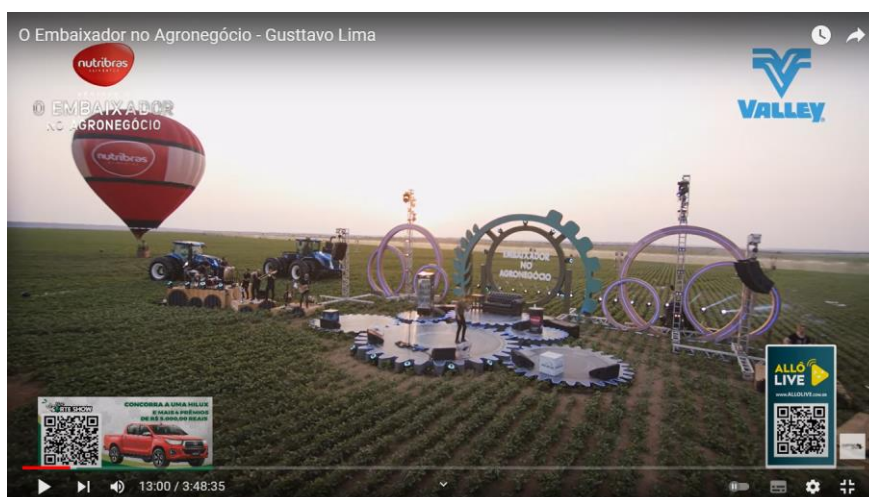
Vários elementos das Paisagens observadas na *live* identificavam este aspecto. Além do palco ter sido montado sobre uma imensa lavoura de soja, havia no cenário uma caminhonete a ser sorteada no final da *live*, tratores e colheitadeiras da New Holland, a visão de pivôs irrigando a soja,

aviões de pulverização com fumaças nas cores verde e amarelo e um *freezer* com carne suína da Nutribras.

Os petiscos de carne foram servidos na *live* pelo apresentador Cuiabano Lima, cuja retórica enaltecia o Agro, enquanto ele apresentava “o proprietário da fazenda e sua esposa”. Eles (os homens) falavam sobre os 300 mil suínos, a produção de soja em larga escala e a sustentabilidade da fazenda, com a produção de “bioenergia”.

Ao fundo, já que o microfone não foi passado a ela, ouvia-se Julce Lucion “a esposa de Paulo” ajudar o marido com a ausência de palavras “adequadas” para explicar a “sustentabilidade da fazenda” e dizendo ao cantor “Obrigada por vir à nossa fazenda” muito embora, a presença de Julce fosse mais moral e estética do que empoderada, do ponto de vista do enredo da *live*, que exalava poder.

Figura 78 - Momentos da live "O Embaixador no Agronegócio" - Gustavo Lima (2021)





Fonte: Reprodução Gustavo Lima Oficial (2021).

No canto superior esquerdo lia-se “O Embaixador no Agronegócio”, do mesmo lado no canto inferior era possível ler um *QR-code* para participação no sorteio de uma caminhonete que se realizou ao final da *live*. No canto oposto à direita havia disponível outro *QR-code* para interação e participação (em imagem ao vivo), onde apareceram jovens, casais, famílias e crianças no interregno das 3 horas. E no canto superior direito identificava-se os apoiadores.

No dia 17 de outubro de 2021, o Brasil, mas não o patriota Agro, chorava a morte por COVID de mais de 600 mil brasileiros (JHU CSSE COVID-19 Data 17/10/21) e famílias enlutadas até aquele momento. Enquanto isso, escutava-se na *live* os risos do Agro manifestados ao fundo da conversa, nas figuras de “diversos políticos e vários empresários do setor” (NUTRIBRAS, 2021).

João Filho no The Intercept Brasil (2022 – 04/06/2022) apresenta que no início da década de 1990 no governo Collor e o *boom* das músicas sertanejas nos rádios, era frequente a presença de cantores sertanejos na casa da Dinda (residência oficial de Fernando Collor, então presidente da época). Nos escândalos de corrupção que o presidente da época se envolveu, era comum estas figuras demonstrarem apoio a Collor que teria o mandato cassado meses depois (antes disso, renunciou).

Hoje, movimento muito parecido, se observa com a extrema direita, na estreita relação entre o sertanejo, o agro e os políticos de direita. Segundo o repórter, é exorbitante a venda de shows do segmento para prefeituras pelo interior brasileiro, fortemente ligadas ao cenário político federal. Além disso, destaca-se o apoio de cantores como Leonardo, Marrone (da dupla Bruno e Marrone) e os ex-bbbs (participantes do *reality* show Big Brother Brasil – edição 2021/2022) Rodolfo (da dupla Israel e Rodolfo) e Naiara Azevedo, ao atual presidente da república (2019-2022).

Após afirmação polêmica do cantor Zé Neto (da dupla Zé Neto e Cristiano) em uma fiscalização moral, sobre a Lei Rouanet e sobre tatuagem da cantora Anitta do segmento funk/pop, em show realizado na feira agropecuária em Sorriso (Mato Grosso), a “CPI do sertanejo” (nome dado a demanda estabelecida nas mídias sociais) tornou-se um dos assuntos mais comentados nas redes sociais (João Filho no THE INTERCEPT BRASIL, 2022 – 04/06/2022).

Apesar de nenhuma ilegalidade ter sido identificada no âmbito das investigações realizadas até o momento, o assunto ganhou grandes proporções sobre a pauta dos gastos públicos com os shows sertanejos, abrindo diversas problematizações sobre o tema. Na cidade de Teolândia na Bahia, por exemplo, apesar da aparente ausência de fundos para pagamento do salário-mínimo aos professores e para ajuda às vítimas da enchente ocorrida no começo de 2022 no estado e na cidade de aproximadamente 14 mil habitantes, a prefeita explícita apoiadora do governo federal atual, decidiu gastar 1,2 milhão dos cofres municipais com show sertanejo, incluindo o show de Gustavo Lima com o valor de R\$704 mil. (João Filho no THE INTERCEPT BRASIL, 2022 – 04/06/2022).

Entre os vários shows sertanejos de diferentes cantores ocorridos no interior do país, Gustavo Lima “cobrou R\$ 800 mil da cidade de São Luiz, que tem o segundo pior PIB de Roraima. Já a cidade de Conceição de Mato Dentro, Minas Gerais, que tem pouco mais de 17 mil habitantes, iria desembolsar R\$ 1,2 milhão para contratar o cantor”. (João Filho no THE INTERCEPT BRASIL, 2022 – 04/06/2022); (Manoela Bonaldo no Estadão, 2022 – 01/06/2022).

Segundo relatos apresentados pelo repórter, o cantor sertanejo já fez publicações em suas redes sociais, em apoio ao presidente (2019-2022); em defesa do “armamento do cidadão de bem”, em ocasião dando tiros de fuzil nos EUA; em atividades de lazer com o filho homem caçula do atual presidente e semanas antes dos escândalos estourarem, afirmou de forma veemente em um dos seus shows: “O Brasil é nosso, porra! É o Brasil do trabalho. É o Brasil da conquista. É o Brasil de Deus, Pátria e Família. Aqui é terra de gente abençoada por Deus. [...] Aqui nunca vai ser o comunismo!”.

Para João Filho os sertanejos defendem a ideologia reacionária da extrema direita, especialmente nos espaços misteres do agronegócio, como as exposições agropecuárias, vaquejadas, rodeios e feiras de agronegócio. A realidade a qual o(s) repórter(s) joga luz, traz a tona a compreensão de que estes espaços e artistas se constituem enquanto agentes do agronegócio na positivação dos semas do campo conceitual “agro”.

Gusttavo Lima, além de cantor é dono de propriedades rurais em nome de terceiros e do frigorífico Goiás em sociedade com Leandro da Nóbrega. O frigorífico, foi condenado em 2022 a indenizar trabalhadora em R\$26 mil por condições inadequadas no trabalho. O salário da trabalhadora era inferior ao quilo de picanha comercializado por R\$1799,99 chamada de “picanha mito” em homenagem ao atual presidente (Mariana Franco Ramos no DE OLHO NOS RURALISTAS, 2022):

Figura 79 – Presidente da república segurando picanha do frigorífico Goiás Carnes em sua homenagem



Fonte: Reprodução Instagram por Mariana Franco Ramos no De olho nos ruralistas (2022).

O frigorífico mencionado foi acusado de fazer campanha eleitoral irregular para o candidato à presidência (atual presidente) no ano de 2018 (Mariana Franco Ramos no DE OLHO NOS RURALISTAS, 2022). Acusações similares são feitas no ano de 2022, com a disposição de *outdoors* de diferentes apoiadores que em sua maioria se relacionam ao agro. A figura 80 em Goiânia – GO, evidencia um dos exemplos dos *outdoors* dispostos em pontos estratégicos nos vários municípios do país.

César Krauspenhar, agricultor e político conhecido como Paulo Trabalho é pré-candidato a deputado federal pelo estado de Goiás, se autodeclara deputado cristão, defensor da família, do agro apoiador do presidente desde 2014. Suas redes sociais, são caracterizadas por publicações que reforçam os discursos ideológicos do agro e em defesa da extrema direita, como a publicação a seguir, que usa o termo “invasão” para falar das ocupações do MST no movimento de luta pela Reforma Agrária.

Figura 80 – Outdoor de Paulo Trabalho em apoio ao presidente e ao Agro na rua 83 no setor Sul – Goiânia



Fonte: Arquivo pessoal (2022).
 Autora: Jéssyca Tomaz de Carvalho (maio de 2022).

Figura 81 – Publicação de deputado sobre ocupação de terras nos mandatos presidenciais



Fonte: Reprodução Instagram @paulo_trabalho

A imagem lida pela visão ideológica do agro representa uma vitória das políticas de extrema direita sobre as fantasias do comunismo. A realidade

por sua vez, evidencia o desmonte do Estado de bem-estar social e de políticas agrárias que logo no primeiro ano de mandato do presidente se manifesta com a extinção do Ministério do Desenvolvimento Agrário (MDA) e a reconfiguração de tantas políticas públicas por um enviesamento ideológico.

A revista Oeste, fonte da publicação feita por Paulo Trabalho, cuja denominação política nada tem a ver com as classes dos trabalhadores, é uma fonte de ataques aos sujeitos que recorrentemente se manifestam pautando a desconstrução ideológica das classes dominantes: pessoas negras, trans, feministas, movimentos sociais e aparece também defendendo os principais semas e discursos projetados pelo agro e pela extrema direita: armamento, financeirização, o ataque ao mito da censura e ao mito da doutrinação escolar⁸⁰.

No âmbito do governo federal e sua íntima relação com o agro, observou-se nos últimos anos em todo o país *outdoors* de apoio do “Agro” ao atual presidente da república.

Figura 82 – Outdoor do agro em apoio ao atual presidente da república – 2020



Fonte: Arquivo pessoal (Goiânia – 2020).
Autora: Jéssyca Tomaz de Carvalho (2020).

⁸⁰ Ver mais em:

https://revistaouest.com/?utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_campaign=PSQ_Institucional&utm_content=&utm_term=revista%20oeste&gclid=CjwKCAjwIaVBhBkEiwAsr7-c2d8kmhxonu6E8Tl6AaCfBxj_5dOCAclUfe2MQPO3P-SmEqKat3cnxoCO3AQAvD_BwE.

Acesso em: jun 2022.

Figura 83 – Outdoor Movimento Brasil que cresce



Fonte: Arquivo pessoal (Goiânia – 2020).
Autora: Jéssyca Tomaz de Carvalho (2020).

Os exemplos da campanha “Movimento Brasil que cresce” são só a ponta de uma infinidade de outros movimentos de apoio ao presidente, por seus discursos em defesa das armas, sua concertação com os regramentos legais à favor da ala ultraconservadora do agro e afins. Em uma pesquisa rápida no *Google* imagens, é possível encontrar vários outros exemplos, como os apresentados no mosaico seguinte (Figura 84).

Figura 84 – Exemplos de outdoors do Agro em apoio ao atual presidente





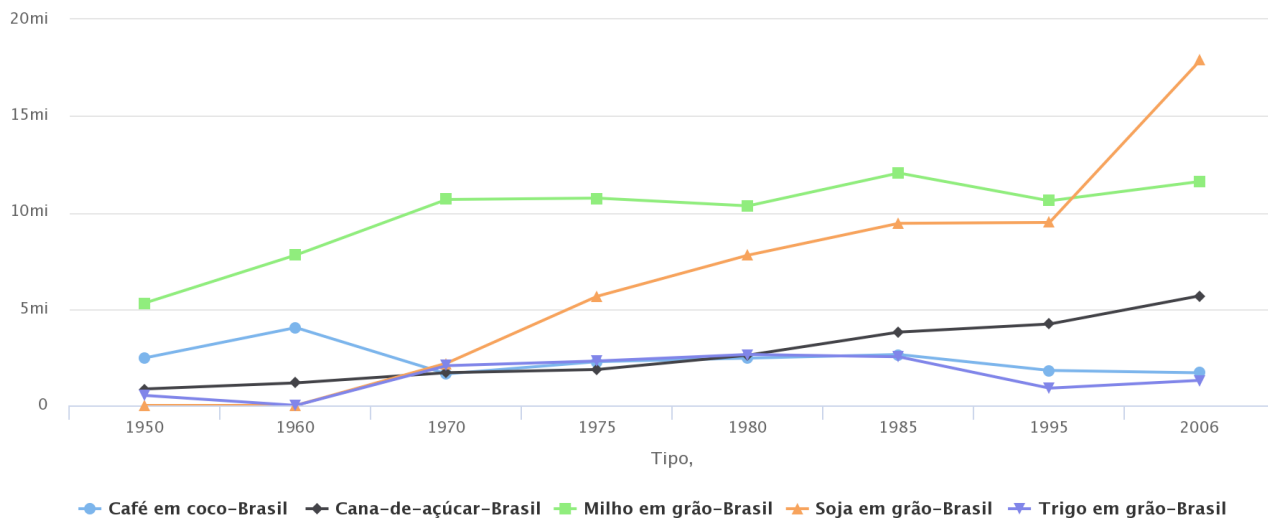
Fonte: GAZETA DO POVO (2020); REPORTER DO AGRO (2021); REPÓRTER EM AÇÃO (2020); BET 365 (2020); DIÁRIO D/IGITAL (2022); CARTA CAPITAL (2020); PNB ONLINE (2020); UOL (2022); PORTAL PLURAL (2022).

Compreendida a marcha da captura com a formulação e a hegemonização conceitual do agro e as marchas do controle e da espetacularização com os movimentos ideológicos projetados por novas plataformas discursivas, especialmente no início do século XXI, antes de se falar sobre a marcha da aceleração com as ações territoriais dos grupos hegemônicos, é preciso reforçar a materialidade desta ideologia sedimentada em algumas evidências territoriais, como com a expansão da área plantada e área colhida de alguns monocultivos, alcançadas pelo investimento em créditos, infraestrutura e tecnociência, garantidos pelo Estado, como evidenciado.

O gráfico 1 apresenta os dados da série histórica da área colhida dos monocultivos de café, cana-de-açúcar, milho, soja e trigo de 1950 a 2006.

Gráfico 1 - Área colhida por tipo de produção agrícola, 1950 - 2006

Área colhida por tipo de produto, 1950 - 2006



Fonte: "IBGE - Censo Agropecuário"

"1 - Os dados da série histórica disponibilizados nesta tabela são reflexo das publicações disponíveis à época. Especificamente para o ano de 1995, pequenas correções foram feitas após a publicação, o que pode ocasionar uma diferença mínima entre estes e aqueles disponíveis em outras tabelas cujos dados foram tabulados posteriormente à divulgação oficial.

2 - Nos censos de 1920 até 1996 foi levantada a produção de café em coco; no censo de 2006 foi levantada a produção de café em grão.

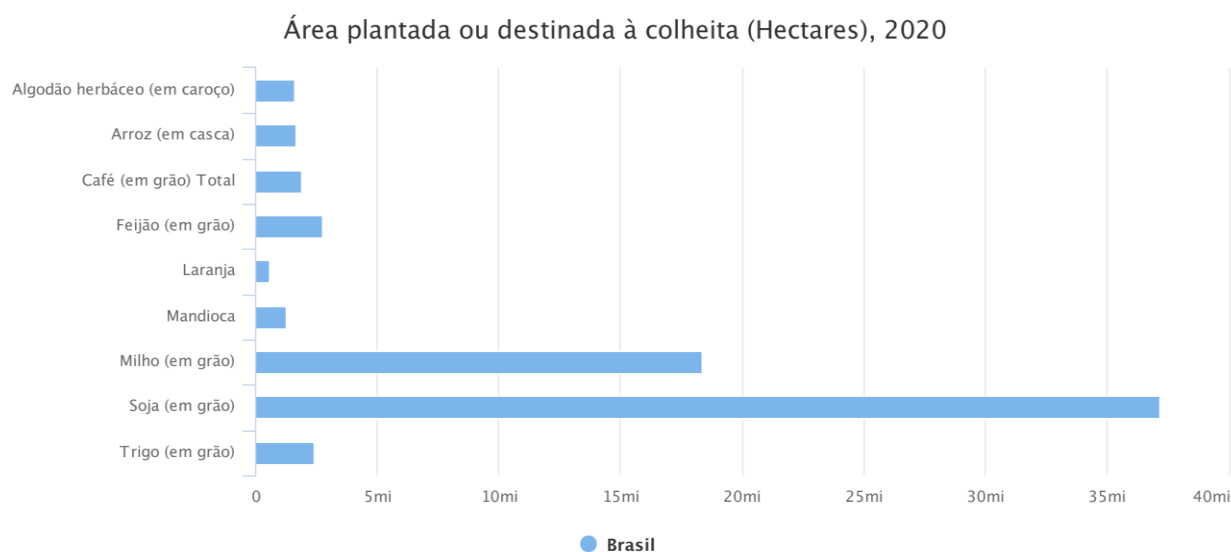
3 - A produção de laranja em 2006 está em mil frutos; para conversão utiliza-se o fator de 6,25 frutos por 1 Kg."

Fonte: IBGE (2022).

Observa-se, principalmente, a partir da década de 1970 a expansão dos monocultivos de soja no território brasileiro - o carro chefe do agro. Há além disso a manutenção/crescimento neste período dos monocultivos de milho e cana-de-açúcar.

O gráfico 2 evidencia a proporção da produção dessas e outras produções agrícolas – algodão, arroz, feijão, laranja, mandioca, no ano de 2020, a partir da área plantada ou destinada à colheita, evidenciando mais uma vez o protagonismo da produção de soja.

Gráfico 2 - Área plantada ou destinada à colheita (ha) - 2020



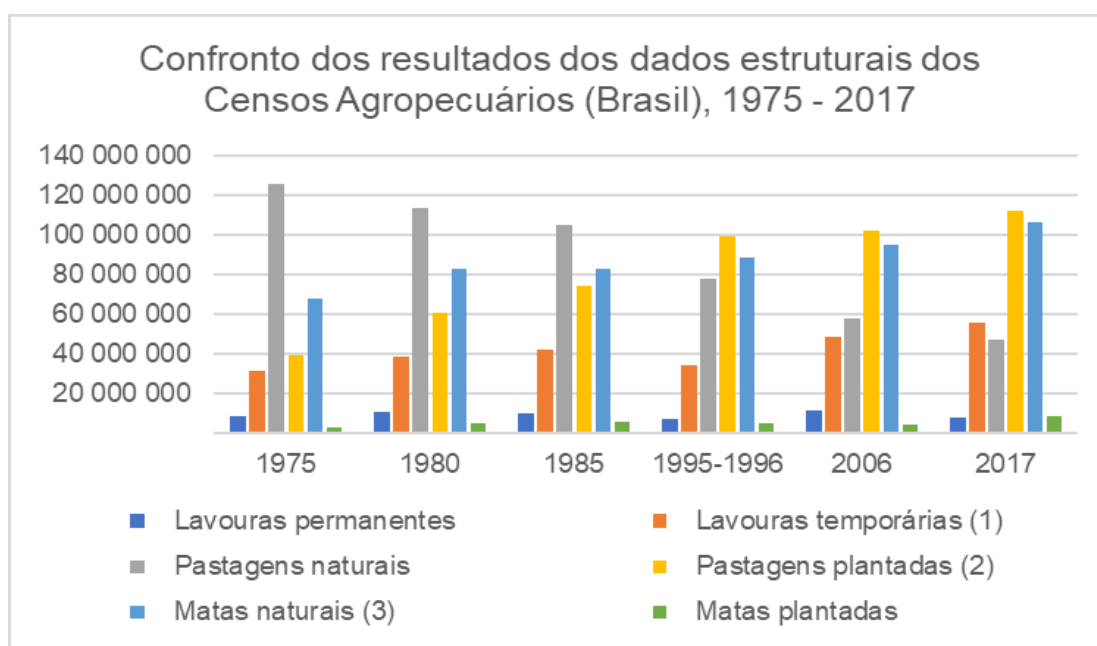
Fonte: "IBGE - Produção Agrícola Municipal"

- "1 - Os municípios sem informação para pelo menos um produto da lavoura não aparecem nas listas;
- 2 - A partir do ano de 2001 as quantidades produzidas dos produtos **abacate, banana, caqui, figo, goiaba, laranja, limão, maçã, mamão, manga, maracujá, marmelo, melancia, melão, pera, pêssego e tangerina** passam a ser expressas em toneladas. Nos anos anteriores eram expressas em mil frutos, com exceção da banana, que era expressa em mil cachos. O rendimento médio passa a ser expresso em Kg/ha. Nos anos anteriores era expresso em frutos/ha, com exceção da banana, que era expressa em cachos/ha.
- 3 - Veja em <https://sidra.ibge.gov.br/content/documentos/pam/AlteracoesUnidadesMedidaFrutas.pdf> um documento com as alterações de unidades de medida das frutíferas ocorridas em 2001 e a tabela de conversão fruto x quilograma.
- 4 - Até 2001, café (em coco), a partir de 2002, café (beneficiado ou em grão).
- 5 - Os produtos girassol e triticale só apresentam informação a partir de 2005.
- 6 - As quantidades produzidas de abacaxi e de coco-da-baía são expressas em mil frutos e o rendimento médio em frutos/ha.
- 7 - Valores para a categoria Total indisponíveis para as variáveis Quantidade produzida e Rendimento médio, pois as unidades de medida diferem para determinados produtos.
- 8 - Subentende a possibilidade de cultivos sucessivos ou simultâneos (simples, associados e/ou intercalados) no mesmo ano e no mesmo local, podendo, por isto, a área informada da cultura exceder a área geográfica do município.
- 9 - As culturas de abacaxi, cana-de-açúcar, mamona e mandioca são consideradas culturas temporárias de longa duração. Elas costumam ter ciclo vegetativo que ultrapassa 12 meses e, por isso, as informações são computadas nas colheitas realizadas dentro de cada ano civil (12 meses). Nestas culturas a área plantada refere-se a área destinada à colheita no ano.
- 10 - A diferença entre a área plantada ou destinada à colheita e a área colhida na lavoura é considerada como área perdida.
- 11 - A variável Área plantada ou destinada à colheita só passou a ser informada a partir de 1988."

Fonte: IBGE (2022).

Por sua vez, o gráfico 3 confronta os dados dos Censos Agropecuários de 1975 a 2017. Guardadas as críticas ao desmonte censitário, após 2016, que será discutido no próximo capítulo a luz das contribuições de Mitidiero Júnior. *et al.* (2017), os dados evidenciam a expansão das lavouras temporárias e das pastagens plantadas em detrimento das pastagens naturais.

Gráfico 3 - Censos Agropecuários (Brasil), 1975 - 2017: utilização das terras (ha)



(1) Lavouras temporárias e cultivo de flores, inclusive hidroponia e plasticultura, viveiros de mudas, estufas de plantas e casas de vegetação e forrageiras para corte na data de referência (4).

(2) Pastagens plantadas, em más condições por manejo inadequado ou por falta de conservação, e em boas condições, incluindo aquelas em processo de recuperação em na data de referência (4).

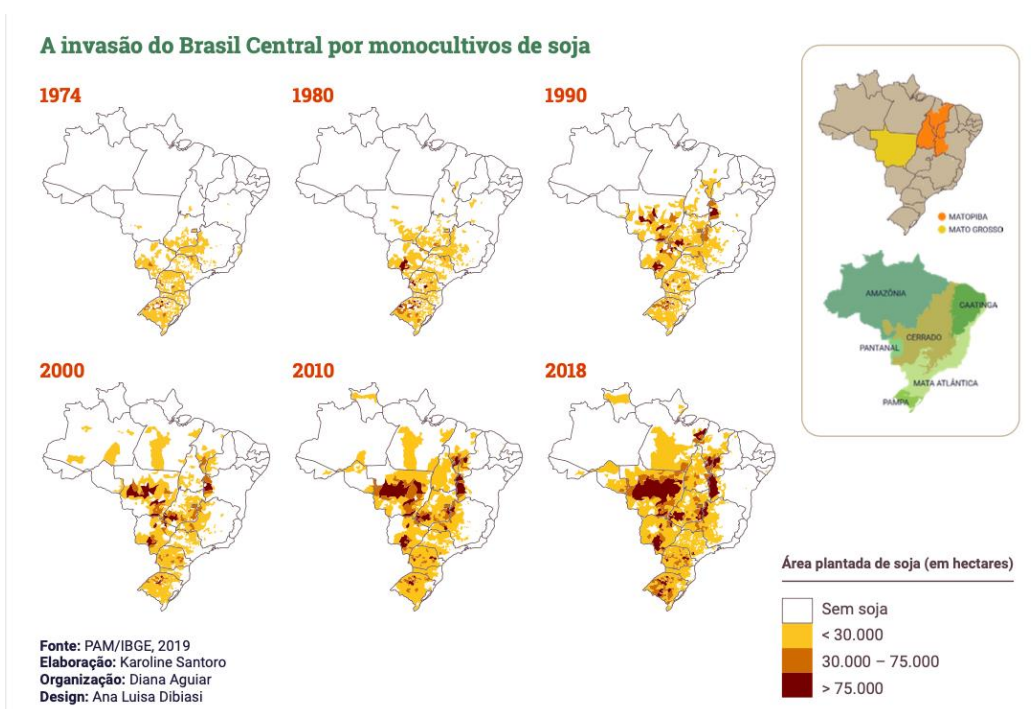
(3) Matas e/ou florestas naturais destinadas à preservação permanente ou reserva legal, matas e/ou florestas naturais e áreas florestais também usadas para lavouras e pastoreio de animais na data de referência (4).

(4) Data de referência: 1975, 1980, 1985 e 2006 em 31/12, Em 1995-1996 em 31/07 e em 2017 em 30/09.

Fonte: IBGE (2022).
Elaboração: A autora (2022).

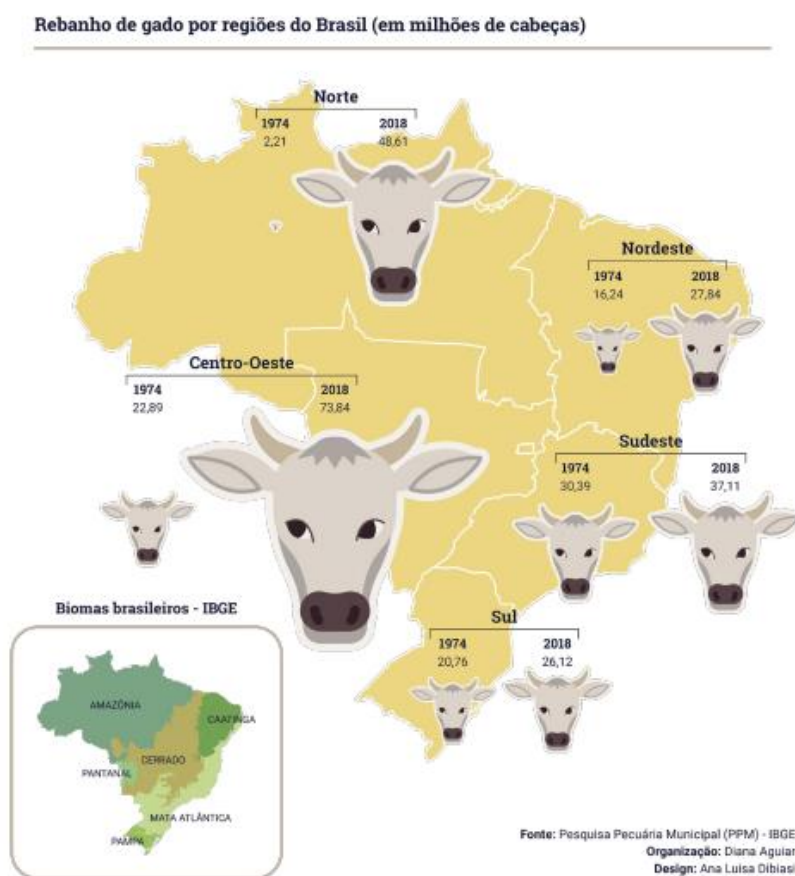
O dossiê crítico da logística da soja de Aguiar (2021) evidencia a espacialização do monocultivo de soja de 1974 a 2018 e o rebanho de gado por regiões por número de cabeças, expondo importantes processos para a análise: a expansão da fronteira agrícola sobre a vegetação nativa, sob a frente das pastagens, especialmente no Cerrado-Amazônia e o fato de “mesmo durante governos onde havia mais brechas de incidência predominava a lógica neoliberal de um Estado a serviço das empresas, articulando uma agenda pública de infraestrutura dominada por projetos que operassem como ‘bens comuns do capital’.” (AGUIAR, 2021, p.44).

Figura 85 - Mapas área plantada (ha) de soja 1974 - 2018



Fonte: AGUIAR (2021).

Figura 86 - Rebanho de gado por milhões de cabeças nas regiões brasileiras



Fonte: AGUIAR (2021).

A autora explicita também os impactos socioambientais destes caminhos e projetos, no bojo da garantia das infraestruturas ao agro, destacando as ameaças aos direitos territoriais pela valorização dos circuitos longos das *commodities*. No próximo capítulo, algumas marchas de aceleração sobre estes **Territórios Bloqueados**, serão discutidas.

5. A MARCHA DA ACELERAÇÃO: A BURGUESIA BRASILEIRA, OS PROPRIETÁRIOS DE TERRAS E AS CORPORAÇÕES DE *COMMODITIES*

Em seu nível *metametaconceitual*, o agronegócio revela os semas de um projeto de apropriação territorial eminentemente capitalista. Tal projeto no Brasil possui vínculos políticos manifestados pela bancada ruralista que admite importantes decisões sobre o país; possui vínculo econômico sedimentado na financeirização dos territórios, intermediado pelas demandas do mercado externo, das oligarquias no mundo e do movimento do capital, substanciada, pela questão alimentar e da geração de emprego e renda; e um vínculo institucional com as inovações tecnológicas lineares que não alteram a estrutura em que estão inscritas.

Diante disso, buscamos neste capítulo, apresentar as discussões acerca de alguns caminhos percorridos para o controle territorial pelas burguesias brasileiras, pelos proprietários de terras e pelas corporações de *commodities* – frações de classe dominantes do agronegócio brasileiro, contextualizado no campo de disputas existentes no Estado. Para isso, partimos da leitura de Estado de Poulantzas (1980) que o entende em seu caráter relacional e intencionamos então:

1) Compreender sobre o atual grupo que hegemoniza os espaços de poder e decisões, identificando as principais estratégias e ações de controle territorial.

2) Sistematizar as investidas das corporações de *commodities* nos territórios não disponíveis ao processo de acumulação ampliada do capital.

3) Avaliar a consolidação conceitual e ideológica do agronegócio no âmbito científico e educacional.

Observamos a tentativa de esvaziamento da discussão sobre os semas circunscritos ao debate sobre as comunidades tradicionais no Brasil. O não dito sobre estas estratégias encontra-se na disponibilidade dos territórios habitados e protegidos por estes povos em relação ao processo de espoliação e acumulação do capital (HARVEY, 2003).

Territórios legalmente protegidos, reservados e de direito destas comunidades, portanto, indisponíveis ao processo de acumulação por espoliação, são frequentemente ameaçados. Paralelo ao conflito direto e ao genocídio percebe-se a tentativa de se deslegitimar o direito legal destes povos sobre estes territórios, os quais denominamos por **territórios bloqueados** (CARVALHO e OLIVEIRA, 2021).

5.1. “Injustos fazem leis e o que resta ‘pro cês’ é escolher qual veneno te mata”

5.1.1– As frações de classe dominantes

Ao se pensar a territorialização do agronegócio, identifica-se a propriedade privada como pedra angular da questão agrária, em que se viabiliza a apropriação da renda pelas corporações. O processo de acumulação por espoliação (HARVEY, 2003), sustentado na propriedade privada da terra, se sedimenta de forma proporcional ao tamanho da propriedade e ao emprego de técnicas e tecnologias que permitam a racionalização dos custos operacionais e a produtividade. Deste modo, concentração de terras, capital, acesso às tecnologias e concentração de renda estão intimamente ligados.

Harvey (2003) a partir de Rosa Luxemburgo conceitua a acumulação por espoliação anunciando o deslocamento contemporâneo da acumulação restrita ao trabalhador para uma abordagem do território, nas especificidades de alguns territórios como na América Latina. Segundo o autor, Lênin e Rosa Luxemburgo, por motivações distintas e a partir de argumentos diferentes, consideravam o imperialismo uma forma de produção do espaço que respondia, de forma limitada a suas próprias contradições, ao enigma da longa sobrevivência do capitalismo aos cíclicos processos de crise de sobreacumulação.

Harvey (2003) reconhece no novo imperialismo, o processo correspondente as crescentes tentativas do acúmulo por espoliação, ocorrida em ajustes espaço-temporais em que sobreacumulação em determinados territórios supõe o desemprego e um acúmulo de mercadorias que não podem se vender sem perdas (excedente de trabalho e de capital, respectivamente),

de tal modo que estes excedentes podem ser absorvidos no deslocamento temporal, espacial e suas combinações, em que numa realocação dos excedentes exigem-se a mediação das instituições financeiras ou estatais para gerar crédito, criando-se um “capital fictício” que se atribui a projetos futuros.

Assim, Harvey (2003) entende que Rosa Luxemburgo na leitura sobre a acumulação, se atenta ao caráter dual da acumulação do capital, que deve ser lido conjuntamente: de um lado os locais de produção da mais-valia e de outro a relação do capital com as relações não-capitalistas (Luxemburgo, 1970). Para Harvey a acumulação primitiva ou originária, configurada na violência, na depredação e na fraude é entendida por Luxemburgo (1970) como uma relação “exterior” ao sistema capitalista, mas a persistência destas práticas ainda em curso na contemporaneidade, o leva a conceituar a acumulação por espoliação como possibilidade analítica de alguns territórios.

Em uma trama complexa de controle, os tentáculos do agronegócio necessitam, portanto, para se sustentarem, alcançarem não somente as terras, mas também as políticas, as pesquisas, a educação, os créditos, a água, as mentes, a vida no seu sentido mais amplo e para tudo isso, demandam principalmente o controle do Estado. Logo, não é possível compreender o movimento do capital pelo agronegócio sem se identificar as contradições do próprio Estado Capitalista –hegemonizado por frações de classe que se deleitam na lógica da concentração.

Diferente de Kelsen (2000) e sua leitura sistêmica, a leitura sobre o Estado de Poulantzas (1980) pauta-o nas contradições. A compreensão sobre instrumento de controle, aqui exposta, comunga com o entendimento da heterogeneidade, ou multiplicidades contraditórias as quais se apega o autor, no sentido de que, as classes no Estado capitalista, não caminham em terreno cimentado por intencionalidades semelhantes, mas pelo contrário, em terreno de profundas fissuras.

Saes (2021) estudioso das obras de Poulantzas, analisa as classificações dos fracionamentos de classe dominantes nas obras do autor. Ele identifica nas obras “Poder político e classes sociais”, “Classes sociais no capitalismo atual” e outras, três sistemas de fracionamento:

1) pelas funções econômicas do capital – identifica-se o capital comercial (incluindo o bancário), o capital industrial e o capital financeiro (síntese do capital industrial e do capital bancário).

2) pela escala de operação do capital – identifica-se as classes dominantes do grande e do médio capital.

3) pela proveniência do capital – identifica-se, na correlação entre o capitalismo local e o capitalismo externo: a burguesia nacional, a burguesia compradora (associada) e a burguesia interna.

Pelo primeiro critério de fracionamento (funções econômicas do capital), em um Estado Capitalista as classes dominantes do capital comercial/bancário, industrial e financeiro se relacionam politicamente também com uma classe dominante pré-capitalista: da propriedade fundiária. Poulantzas não aborda sistematicamente a existência de uma burguesia agrária que identifique os arrendatários os quais empregam os assalariados no campo (SAES, 2021).

No segundo fracionamento (escala de operação) a linha entre o grande e o médio é tênue, mas o critério poderia ser avaliado comparando-se o volume de capital, a quantidade de mão-de-obra e o tipo de tecnologia empregada. O terceiro critério de fracionamento (proveniência do capital), em um primeiro momento remete a um sistema binário: capital interno (de interesses nacionais) e capital externo (de interesses imperialistas). Contudo, Saes (2021) explica que as obras de Poulantzas extrapolam essa análise, identificando uma terceira tendência que oscila entres os interesses destas duas frações de classe, sendo este terceiro acesso de fracionamento, mais político do que econômico.

Assim, pelo critério da proveniência do capital, defendem os interesses nacionais: a burguesia nacional; defendem os interesses estrangeiros: a burguesia associada; e oscila-se politicamente entre ambos os interesses: a burguesia interna. O autor assinala que o processo tardio de modernização no Brasil, engendra uma burguesia interna enfeudada nas burguesias associadas dos países desenvolvidos.

Analisando a realidade brasileira, identifica-se no seio dos interesses da burguesia nacional, que é incipiente, uma burguesia de Estado que se opõe a burguesia privada. Pode-se deste modo, compreender o

fracionamento de classes segundo Poulantzas a partir das análises de Saes (2021) por meio da síntese apresentada no quadro 5:

Quadro 5 - Sistemas de fracionamento da classe dominante

CRITÉRIO DE FRACIONAMENTO	FRAÇÕES DE CLASSE	CARACTERÍSTICAS E SUBCRITÉRIOS	FRAÇÕES DE CLASSE QUE SE RELACIONAM
Funções econômicas do capital	<i>Dominantes do capital comercial</i>	O capital comercial inclui o capital bancário.	Proprietários de terra dominantes do grande capital
	<i>Dominantes do capital bancário</i>		
	<i>Dominantes do capital industrial</i>	O capital financeiro é a síntese do capital bancário e do capital industrial	Burguesia Agrária (Arrendatários)
	<i>Dominantes do capital financeiro</i>		
Escala de operação do capital	<i>Dominantes do grande capital</i>	Quantidade de mão de obra	Grande capital
	<i>Dominantes do médio capital</i>	Volume de capital Tecnologia empregada Tamanho da propriedade	Capital monopolista
Proveniência do capital	<i>Burguesia nacional</i>	Interesses do país e do mercado interno	Burguesia do Estado
	<i>Burguesia associada</i>	Interesses imperialistas e do mercado externo	Burguesia privada
	<i>Burguesia interna</i>	Interesses oscilam	

Fonte: Saes (2021).
Elaboração: A autora (2021).

As análises possíveis a partir dos fracionamentos de classes segundo as obras de Poulantzas são múltiplas, à medida que o conceito de frações de classe dominante é múltiplo. “No fundo o que ocorre são sucessivas constituição, dissolução, reemergência de frações” (SAES, 2021, p.20), a depender do contexto político e daqueles que hegemonizam o Estado.

O Estado para Poulantzas (1980) é, portanto, relacional, à medida que é compreendido como um campo estratégico de disputas, na condensação material das relações de forças e em sua ossatura, retraça e reproduz em seu próprio corpo a divisão social do trabalho.

Seguindo as categorias analíticas propostas por Poulantzas (1980) e tendo o agronegócio no Brasil como uma das bases a propriedade de terras, entende-se que o *modus operandi* para sua expansão se estabelece pelas

estratégias de regularização e grilagem de terras, por meio dos fundos de investimento e as áreas de pastagem. Esse processo é disciplinado, pela individualização e pelo saber, de forma a dialeticamente segregar a luta e legitimar a segregação (POULANTZAS, 1980) - garantindo as grandes corporações o controle e a apropriação territorial, por meio dos grandes proprietários, que reivindicam a manutenção da questão agrária.

Nesse contexto, as grandes corporações hegemonomizam o Estado capitalista brasileiro, a partir de interesses muito diversos da burguesia interna e dos proprietários de terras, mas encontram unidade no controle dos componentes territoriais existentes e disponíveis nas propriedades privadas. Deste modo, a questão agrária extrapola em muito o caráter econômico. Fosse apenas uma pauta econômica a disputa pela terra em condições de equidade estaria menos distante.

A lei nº 601 de 18 de setembro de 1850, foi um marco para a discussão agrária no Brasil. A primeira lei após a independência, conhecida por lei de terras, marca o direito da propriedade privada da terra, em um contexto, como bem lembra Martins (1979), em que os povos escravizados se tornam livres e a terra cativa. Desse modo, a análise não só do Brasil como de toda a América Latina, deve necessariamente passar pela compreensão do processo de colonização. Ao passo que o Brasil também não se explica sem a compreensão do trabalho escravo.

Poulantzas (1980) identifica como a lei se manifesta como repressão no exercício do poder. A partir de suas considerações pode-se avaliar como as frações de classe dominante se organizam para a manutenção do poder em transformações de 360º, como é o exemplo da lei de terras.

A terra não só enquanto meio de produção, mas, sobretudo como condição vital da existência humana (toda vida necessariamente ocupa um espaço), é separada dos sujeitos, que perdem a sua condição material de reprodução da vida, graças a lei (repressão / violência institucionalizada) (POULANTZAS, 1980). Por outro lado, passa a ser um território disponível para o processo de acumulação, a partir de sua transformação em mercadoria contraída e concentrada historicamente, por meio da grilagem.

Mendonça (2010) analisa sobre esse assunto, apontando como as entidades patronais foram fundamentais para este processo, destacando o

papel da SNA - RJ e da SRB – SP nas ações contra-propostas a Reforma Agrária e na criação de discursos que legitimassem essas ações por uma identidade agro, propagados sobretudo por meio de assembleias, eventos e pelas revistas Lavoura e Rural, respectivamente.

No mesmo sentido, a autora analisa também a UDR, a qual no campo de disputa do Estado fazia uso da violência direta e de outras técnicas de poder e controle para garantir os interesses dos ruralistas e cooptar / disciplinar outros sujeitos.

Foucault (1987), já apontava para uma disciplina do corpo, por meio de hábitos, discursos etc. que possibilitam o controle exercido na vida cotidiana dos sujeitos afetados por práticas e relações de poder. Para o autor, a escola e a família, por exemplo, constituem-se enquanto dispositivos disciplinares, ascendentes as relações de poder os quais, por conseguinte, produzem o saber.

Poulantzas (1980), por outro lado, já analisava essas relações no seio do Estado, de modo que este corresponde, como já mencionado, à um campo de correlação de forças, sempre com vistas a divisão social do trabalho. As noções de saber e poder de Foucault são postuladas em Poulantzas (1980), pensando-se a individualização e a normalização, na materialidade institucional do Estado.

Individualização que para o autor traduz-se nas divisões e no isolamento gerado pela ideologia (enquanto prática material do Estado, não restrita as ideias) que tem por finalidade mascarar e ocultar as relações de classe, de modo que o Estado capitalista não se apresente como um Estado de classe; e contribuir ativamente para gerar mais divisões e mais isolamento.

Para Poulantzas (1980), o Estado institucionaliza a individualização, fabricando a individualidade por meio de um conjunto de técnicas de saber (ciência) e de práticas de poder, denominadas por Foucault (1987) de disciplinas e reconhecido por Poulantzas (1980) como o procedimento de normalização.

Nos termos de nossa análise, o Estado constitui-se enquanto o lugar de disputas entre as correlações de forças do agronegócio que não atuam nem entre si como um bloco monolítico, mas que objetivam os procedimentos de normalização para legitimação de sua territorialização. Para Foucault

(1987) as intencionalidades capitalistas, demandam essas estratégias de disciplina, já que nem sempre podem se aproveitar da força física. É nesse sentido, que se observa a aproximação do agronegócio com os dispositivos disciplinares.

Não por acaso as peças publicitárias do “AGRO” na rede globo de televisão, foram patrocinadas pelo grupo Seara da JBS e pela Ford, empresas que foram fundamentais no processo de *impeachment* da presidenta Dilma Rousseff em 2016 (ano que se iniciou a divulgação das peças), como evidencia Pompeia (2018) em suas análises sobre a formação política do agronegócio.

Para Mitidiero Júnior *et al.* (2017) o processo de *impeachment* foi sem dúvidas um golpe político-parlamentar-jurídico em que o agronegócio foi evidentemente partícipe fundamental de sua arquitetura. Os autores, que denominam o censo como “Censo do Golpe” denunciam a inconsistência metodológica do censo agropecuário de 2017, no governo do presidente interino Michel Temer, destacando a não explicitação dos dados sobre o papel da agricultura camponesa para a produção de comida, como revelou de forma objetiva o Censo de 2006, chamando a atenção ao controle exercido pelas classes dominantes sobre o acesso à informação.

Martuscelli (2018) destaca a partir de Poulantzas sobre como o aparelho de Estado atua no recrutamento da alta cúpula estatal de forma que as classes ou **frações de classes hegemônicas** se consolidam na posição de classe. Assim, uma classe pode ser hegemônica sem ser reinante, podendo estar ausente na cena política. Por outro lado, a **fração de classe reinante** se manifesta por meio da ação política do partido, na representação partidária ou na forma de algum regime, ainda que não corresponda necessariamente à classe detentora do aparelho de Estado.

Martuscelli (2018) evidencia os alcances e limites do conceito de classe ou fração de classe reinante, a respeito das categorias de análises da formação social capitalista propostas por Poulantzas à luz das noções de Althusser sobre os aparelhos de Estado. O conceito de fração de classe reinante designa a fração da classe cujo partido político ocupa um lugar dominante na cena política, não correspondendo necessariamente a classe detentora do aparelho de Estado.

Evidencia-se nas ações da Frente Parlamentar da Agropecuária (Bancada Ruralista) a operacionalização do conceito de fração de classe reinante. Segundo a FPA (2020) o objetivo é “estimular a ampliação de políticas públicas para o desenvolvimento do agronegócio nacional.” Apesar da posição na cena política, identifica-se a existência de outras frações hegemônicas no bloco no poder (na prática política) que capilarizam de fato o domínio dos aparelhos de Estado, como as Corporações de *Commodities*, notadamente oriundas do capital transnacional.

Há assim frações de classe reinante e frações de classe que se apresentam como reinantes. Nesta cena o agro aparece como síntese ideológica das ações territoriais orquestradas, na contradição do movimento do capital em escala mundial, entre as frações de classe hegemônicas e as frações de classe politicamente reinantes (latifundiários e uma pequena burguesia agrária, associada e interna).

5.1.2 – A Frente Parlamentar da Agropecuária (FPA)

Protagonista das estratégias políticas engendradas no contexto do *impeachment*, a Frente Parlamentar da Agropecuária (FPA) no Brasil que começou a se moldar no final da década de 1980, com a presença de parlamentares ligados à agropecuária, movimentando interesses sobre o setor na Assembleia Nacional Constituinte. Naquele período, a chamada Frente Ampla Ruralista, tinha por objetivo principal a mobilização pela defesa do direito de propriedade.

Sua atuação seguiu informal, até 1995, ano em que foi fundada a Frente Parlamentar da Agricultura, com deputados federais e senadores, em 2002 tornou-se a Frente Parlamentar de Apoio a Agropecuária e só em 2008, foi lançada oficialmente a FPA, já que para o registro de frentes parlamentares, passou-se a exigir a assinatura de pelo menos um terço do Poder Legislativo Federal e a entidade de cunho associativo deve ser integrada de forma suprapartidária e destinar-se a promover o aprimoramento da legislação federal sobre determinado setor da sociedade (FPA, 2019).

Intini e Fernandes (2013) analisam que nos últimos anos o Parlamento produziu importantes mudanças na legislação para dar

suporte jurídico ao avanço neoliberal no campo e neste contexto a FPA teve papel decisivo. Observa-se uma articulação política do agronegócio no parlamento. Todas essas mudanças garantem que a terra seja lida como mercadoria e a natureza, prioritariamente, como recursos naturais; privatizando-os em detrimento do bem-estar social da maioria.

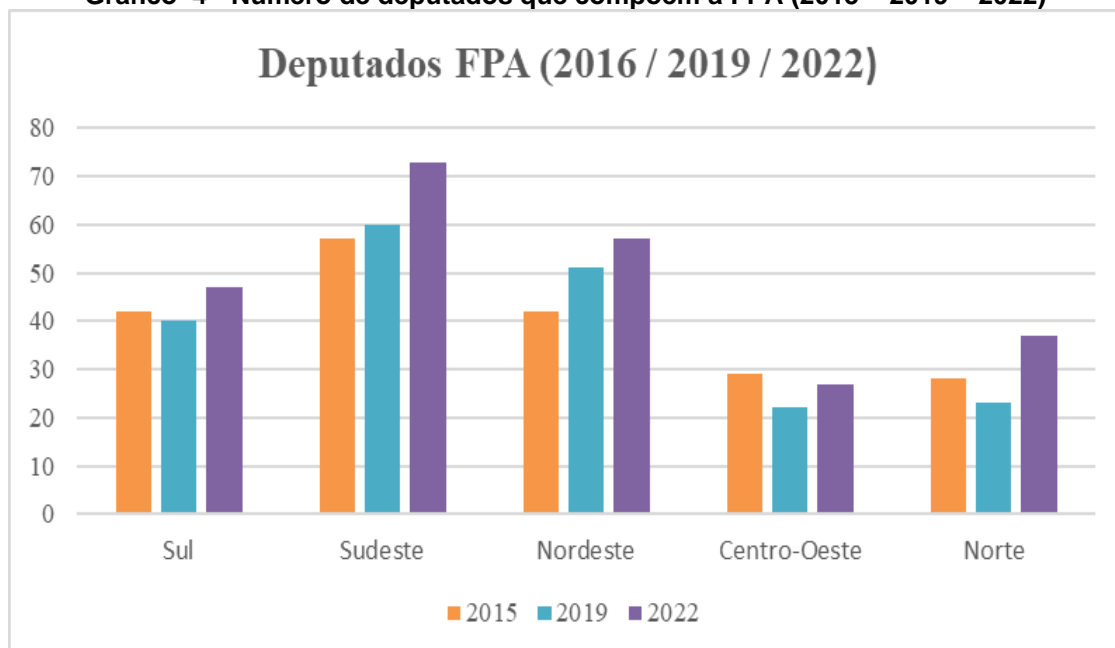
Bem como evidencia Delgado (2012), transforma-se a vantagem natural em capital, criando-se uma relação de dependência dos recursos, de acordo com a mudança da inserção do país no contexto internacional. Assim, a renda fundiária passa a ser peça chave na equação que transforma recursos naturais em *commodities*. Tudo isso, associado à questão agrária brasileira, faz surgir neste território peculiaridades que potencializam os problemas de desigualdade e suas consequências para o país.

Bruno (2012) evidencia o papel da FPA, a partir do exemplo da votação e discussão sobre o Código Florestal em 2012 e o uso de uma fabricação imagética que contribui para legitimar as pautas do agronegócio. A autora esclarece que há uma matriz comum de argumentação em que os parlamentares e outros autores se reconhecem e se apresentam afinados com temas atuais, como a defesa do meio ambiente, a responsabilidade social, o desenvolvimento sustentável e a ética.

Mas conforme a análise da autora, a partir dessa matriz argumentativa, todos preconizam de um lado o respeito à propriedade da terra, colocando por exemplo, o Código Florestal em discussão naquele período como prejudicial aos desfavorecidos pela possibilidade de perderem suas propriedades.

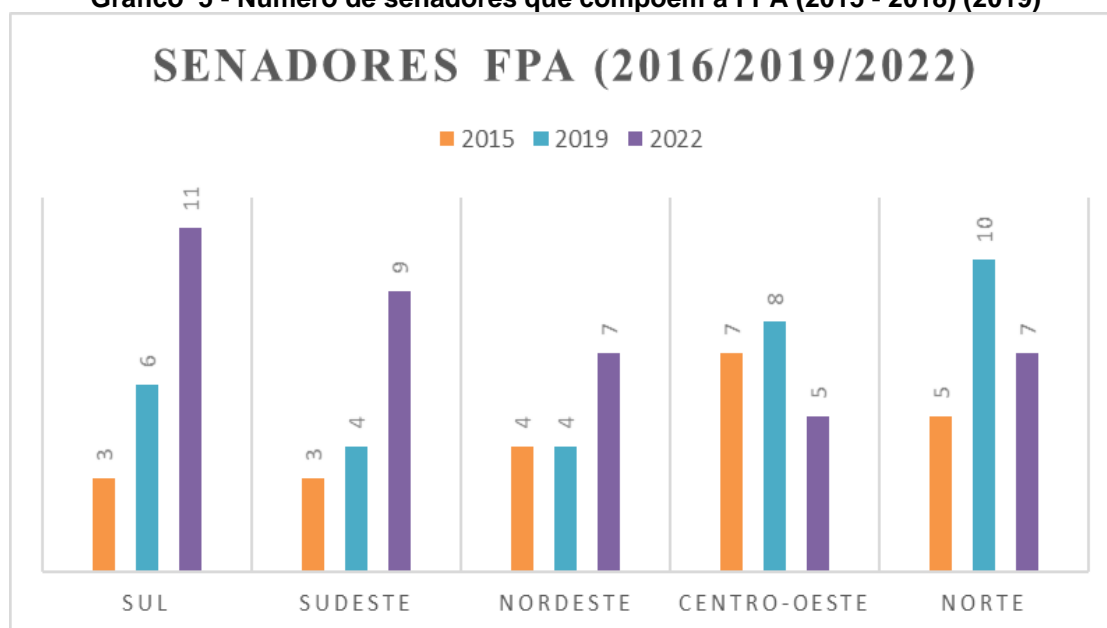
Em 2016 a FPA contava com aproximadamente 38,6% dos deputados em sua composição, passando para 38,2% em 2019 e aproximadamente 46,7% em 2022, já quanto ao número de senadores esta porcentagem subiu de 27,2% em 2016 para 39,5% em 2019 e aproximadamente 48,1% em 2022. O que significa que atualmente quase metade dos parlamentares compõe a bancada.

Gráfico 4 - Número de deputados que compõem a FPA (2015 – 2019 – 2022)



Fonte: Frente Parlamentar Agropecuária (2019; 2022).
Elaboração e Adaptação: A autora (2022).

Gráfico 5 - Número de senadores que compõem a FPA (2015 - 2018) (2019)



Fonte: Frente Parlamentar Agropecuária (2019; 2022).
Elaboração e Adaptação: A autora (2022).

No núcleo duro do processo de financeirização da natureza e da agricultura percebe-se que o polo de negociações dos componentes territoriais - região Sudeste, cujo signo se traduz na Faria Lima, apresentou ao longo dos anos um contínuo aumento de parlamentares compondo a bancada ruralista. Apresentou um contínuo e expressivo aumento também, sobretudo,

quanto aos senadores, a região Sul, que nos últimos anos têm apresentado discursos e apoios alinhados à direita política brasileira. A região Centro-Oeste foi a única que diminuiu o número de parlamentares na composição ao longo dos anos observados. A região Norte, ao passo que diminuiu o número de senadores, aumentou o número de deputados.

Pompeia (2018) lembra como após assumir o governo na consumação do [Golpe], Michel Temer, continuou fortalecendo sua relação com os líderes políticos do agronegócio. O autor destaca que a JBS é integrante da Associação Brasileira das Indústrias Exportadoras de Carnes (Abiec), que compõe a área de agronegócio da Fiesp a qual financia a FPA também conhecida como Bancada Ruralista. A JBS e a BRF são segundo o autor, a primeira e a quarta que contemplaram em doações o maior número de parlamentares da bancada ruralista na legislatura (2015 - 2018).

Para Pompeia (2018) a década de 2010 é marcada pelo aumento da institucionalização das relações entre: as empresas do agronegócio, as associações do patronato rural e os parlamentares da FPA. Nesse campo estratégico de correlação de forças, identifica-se, conforme o autor, a aproximação dos interesses sobre as pautas: ambientais, indígenas, agrárias e trabalhistas; como as novas fronteiras do debate agrário.

Em 2011, no auge das discussões sobre o código florestal, surge o Instituto Pensar Agropecuária (IPA), em uma associação de direito privado atuante no âmbito da FPA e financiado por entidades do agronegócio (RIBEIRO NETO, 2018). Em diálogo com Poulantzas (1980, p.81) pode-se perceber que apesar de paradoxal, é a separação público-privado, instituída pelo Estado, que garante a ele maiores perspectivas de poder. Pompeia (2018) explica que o IPA está dividido em nove comissões temáticas: i) ambiental; ii) direito de propriedade e minorias; iii) trabalhista; iv) agricultura familiar; v) política agrícola; vi) jurídico; vii) relações internacionais; viii) infraestrutura e logística; ix) defesa agropecuária.

Essas comissões temáticas atuam no monitoramento de temas e questões que podem afetar as atividades do grupo de entidades que mantém o Instituto. A partir do monitoramento as entidades são acionadas e debates são providos com a FPA, saindo assim posicionamentos de deputados e senadores sobre as pautas caras as empresas que mantém o IPA.

(POMPEIA, 2018). “É, [portanto], no Estado capitalista que a relação orgânica entre trabalho intelectual e dominação política, entre saber e poder, se efetua de maneira mais acabada” (POULANTZAS, 1980, p.62).

Na página virtual da FPA, é possível ter acesso à uma aba com o nome “base de conhecimento” disposta na próxima imagem. As chamadas para cada aba temática pontuam questões recorrentemente pautadas em resultados de pesquisas que apontam os efeitos negativos das ações territoriais do agronegócio.

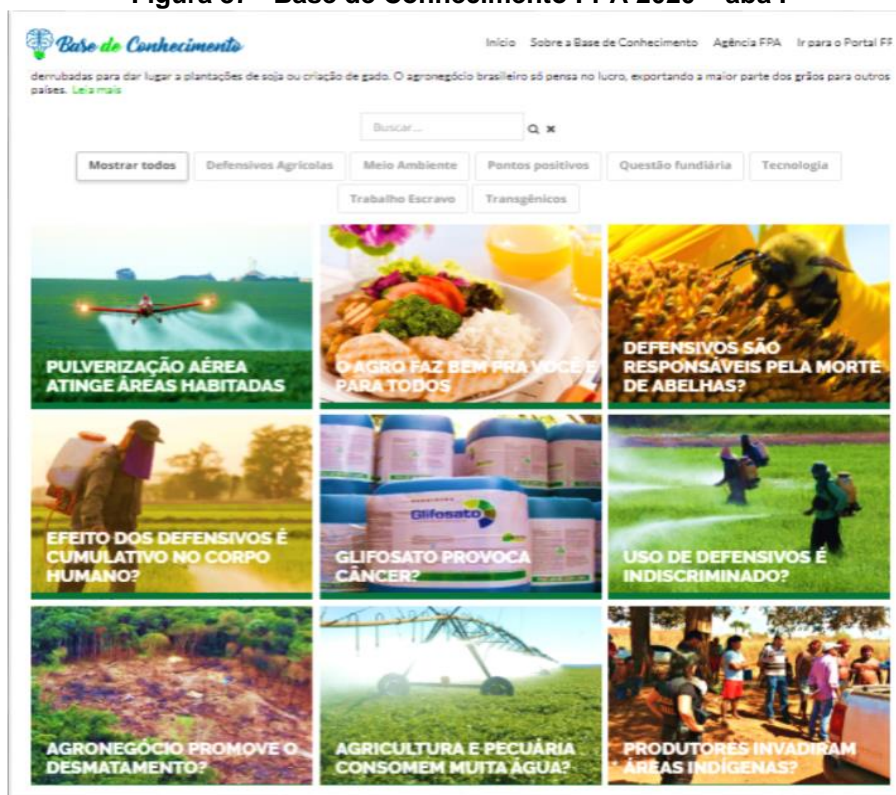
No texto introdutório dessas chamadas, a FPA chega a usar textos quase infantilizados ou discursos ridicularizados para abordar os assuntos:

Agricultores enchem os alimentos de veneno. Índios e sem-terra são assassinados impunemente por fazendeiros. Vastas extensões de florestas nativas são derrubadas para dar lugar a plantações de soja ou criação de gado. O agronegócio brasileiro só pensa no lucro, exportando a maior parte da produção para outros países. Essas são apenas algumas das ideias disseminadas e fixadas nas mentes de parcelas expressivas de brasileiros. Conceitos que tratam o termo “agronegócio” como se fosse um palavrão, uma coisa feia, da qual deveríamos ter vergonha. Quase sempre, essas frases são passadas adiante até mesmo por pessoas de boa-fé. Ou porque viram alguma crítica em uma novela, ou porque acreditam em uma ONG, sem nem mesmo conhecer a origem e os reais interesses da organização. Em resumo, agricultores e pecuaristas são vistos como os vilões da história, os malvados que querem acabar com tudo e com todos a fim de reinarem absolutos. [...] Você já parou para pensar se isto tem alguma lógica? [...] Ou, então, por que essa “quadrilha” de produtores rurais não é exemplarmente punida e levada para a cadeia? Se aquele agricultor que não se importa em envenenar a população terá no futuro para quem vender a sua produção? Afinal, estarão todos mortos envenenados. [...] Nosso objetivo com este Banco de Argumentos é, com isenção, sem paixões e sem preconceitos, mostrar a realidade de um modo mais abrangente. É um convite ao pensamento. (FPA - IPA, 2020).

Ao pontuar que as frases são passadas adiante até mesmo por pessoas de boa-fé, além de tentarem deslegitimar dados científicos, colocam em discussão também o *ethos*, a moral e ética daqueles que já tiveram suas teses comprovadas sobre os efeitos do agronegócio; bem como daqueles que compartilham com a sociedade os resultados alcançados nas pesquisas, como as de Wanderlei Pignati, Larissa Bombardi, Guilherme Delgado, Arioaldo de Oliveira, José de Souza Martins, Alceu Castilho, Leonardo Sakamoto, Comissão Pastoral da Terra e centenas de outras referências importantes que realizam este diagnóstico sobre os efeitos do agronegócio.

Além do já mencionado Censo Agropecuário de 2006 o qual já evidenciava por si a realidade do campo brasileiro.

Figura 87 - Base de Conhecimento FPA 2020 – aba I



Fonte: Frente Parlamentar Agropecuária (2020).

Figura 88 - Base de Conhecimento FPA 2020 – aba II



Fonte: Frente Parlamentar Agropecuária (2020).

Outro ponto a ser analisado é como a bancada, coloca agricultores e pecuaristas, como pertencentes a uma mesma e homogênea classe e como se fossem estes os únicos sujeitos sociais em questão quando trata-se do agronegócio. Além disso, as grandes corporações ficam à margem da leitura, como se não disputassem também o mesmo campo de correlação de forças. É como se para contabilizar os dados econômicos, como o Produto Interno Bruto (PIB) a indústria a montante fosse peça fundamental e ao se pautar os efeitos daquilo que produzem elas deixassem de existir no bojo do agronegócio.

É nesse cenário que camponeses denominados pela lei 11.326/06 de “Agricultores Familiares” e “Empreendedor familiar rural”, passando em 2006 esses sujeitos a serem categorizados sob a ótica da profissão, são incorporados na leitura Agro, enquanto os “homens do campo”, quando na realidade, como já evidenciava Oliveira (2007), são eles ora expropriados, ora subalternizados, já que conforme evidencia Luxemburg (1970) o capitalismo necessita de relações não capitalistas para se reproduzir.

Na relação não capitalista apropriada, a partir da sujeição da renda da terra, a classe dos latifundiários se reproduz (OLIVEIRA, 2007) e orquestram no campo estratégico do Estado a manutenção da Questão Agrária brasileira interessante também às grandes corporações de *commodities*, que se apropriam da renda pela químico-dependência e pela apropriação de outros componentes territoriais, no processo de *comoditização* dos territórios hegemônicos pelo agronegócio.

Guardadas as proporções, médios e grandes proprietários, estariam, portanto, também sujeitados às corporações que exercem o controle territorial a partir de um projeto (projétil) maior: O *Agribusiness* (DAVIS e GOLDBERG, 1957). Desse modo, a cada momento histórico, as alianças e conflitos são reconfigurados, embora com a manutenção da especulação de terras e o emprego de insumos agrícolas.

É pertinente destacar que o conceito de conflito em uma abordagem geográfica, não se restringe ao embate físico, mas perpassa todo campo de disputas desde uma perspectiva simbólica e de visão de mundo a uma centralidade histórico material nas diferentes territorialidades.

Para Pompeia (2018) estas alianças e conflitos no âmbito do arranjo político do agronegócio dependem dos rearranjos das engenharias institucionais. Pensando nisso o autor, propõe a seguinte tipificação, a qual denomina de “Diversificação Programática de temas Socioambientais para o Agronegócio” (POMPEIA, 2021):

1 – Os Negacionistas: Contestam compromissos climáticos, a Reserva Legal, a existência do Ministério do Meio Ambiente - MMA e encorajam alterações legais;

2 – Os Conservadores: Tecem críticas a demarcação de terras indígenas, impulsionam à regularização fundiária, não são contra o acordo de Paris e o MMA (desde que com metas mais tímidas);

3 – Os Volúveis: Não investem como poderiam contra pautas antiambientais, diferenciam-se dos conservadores em seus compromissos com a rastreabilidade à montante, muito forçado pelas críticas;

4 – Os Descarbonizadores: Fazem oposição a política ambiental do governo atual (2019-2022), defendem a economia de baixo carbono e o combate ao desmatamento ilegal, defendem as unidades de conservação;

5 – Os Socioambientais: Defendem o desmatamento 0 na Amazônia, contestam o afrouxamento das regras de licenciamento, defendem os direitos territoriais tradicionais (como defesa dos direitos humanos).

A respeito das engenharias institucionais do agronegócio no Brasil (POMPEIA, 2021), entre entidades, associações e fóruns, destacam-se: o Instituto Pensar Agropecuária - IPA, a UDR, a Sociedade Nacional de Agricultura – SNA, CNA, a Sociedade Rural Brasileira - SRB, OCB, a Frente Ampla da Agricultura Brasileira - FAAB, a ABAG, Aprosoja, Associação Matogrossense dos Produtores de Algodão – AMPA, Associação Brasileira da Indústria de Alimentos - ABIA, Conselho Nacional do Café - CNC, Associação Brasileira de Sementes e Mudanças - Abrasem, União Brasileira de Avicultura – UBA, Associação Brasileira dos Produtores e Exportadores de Frangos – Abef, Associação Brasileira das Indústrias Exportadoras de Carnes - Abiec, Associação Brasileira da Indústria Produtora e Exportadora de Carne Suína - Abipecs, UNICA, FIESP, a Confederação Nacional dos Trabalhadores na Agricultura - Contag, o Fórum das Entidades Representativas do Agronegócio - FERAB, Fórum Nacional da Agricultura – FNA, Fórum Clima, a Coalizão

Brasil Clima, Florestas e Agricultura - Coalização Brasil, a Aliança Brasileira Pelo Clima, Rural Brasil, Instituto para o Agronegócio Responsável - ARES, o Conselho do Agro e outros.

5.1.3 – Discursos políticos na TECNOSHOW COMIGO em Rio Verde (GO)

Um relevante evento que promove o encontro de entidades, produtores, corporações, estudantes e outros é a feira de tecnologia em Agronegócio - TECNOSHOW, organizada anualmente pela Cooperativa Agroindustrial dos Produtores Rurais – COMIGO no município de Rio Verde-GO. Em 09 de abril de 2018 foi realizado um trabalho de campo na 17ª edição da TECNOSHOW, em Rio Verde – Goiás, cuja programação contou com a presença de importantes nomes do Estado, da Agroindústria e das Corporações Agrícolas que atuam no mundo e nos Cerrados.

O na época prefeito de Rio Verde, Paulo do Vale, do Partido do Movimento Democrático Brasileiro - MDB, deu início as falas da programação de abertura do evento com a frase: “Quero tirar o chapéu para a classe que tem sustentado o Brasil! Produtores rurais!”. Em sua narrativa importantes aspectos chamam atenção: a compreensão dos produtores rurais enquanto uma classe; a defesa do agronegócio pelo discurso economicista; e, a postulação dos “produtores rurais” como um bloco monolítico. Em ocasião, retirando seu chapéu enquanto um símbolo do campo, sinal de respeito.

Seguidamente, José Mário Schreiner, presidente da Federação da Agricultura e Pecuária de Goiás - FAEG deu continuidade a programação de abertura. No seu discurso, apareceram frases como: “Agronegócio é o setor que dá certo!”, “se não fosse o setor agropecuário estaríamos vivendo uma grande depressão”, “juros de 8% é uma agiotagem oficial”, “é preciso melhorar a renda do produtor rural”.

Mais uma vez, a premissa econômica se trata do principal foco. Ao passo que o presidente da FAEG defende o Agronegócio como o setor de sucesso, conotando que se não fosse pelo setor o país estaria em severas crises econômicas, o mesmo, já complementa sua própria fala afirmando sobre a necessidade de financiamento.

Esteve presente também o então deputado federal, representando a FPA, Heuler Cruvinel do Partido Progressistas PP - nascido e formado em agronomia no município, o deputado defendeu no evento o agronegócio como um sustento da economia do país. Para ele é imprescindível a defesa do produtor rural e a defesa do direito de propriedade. Colocou em pauta também em seu discurso os cuidados com rodovias e a plataforma multimodal. Afirmando categoricamente “trabalho a favor do agronegócio”.

Além disso, outra pauta bastante defendida pelo deputado foi a posse de arma por parte dos proprietários rurais. O deputado afirmou:

[...] os bandidos sabem que ao entrar em uma fazenda, não tem condição de reação porque o produtor rural não tem direito de ter uma arma de fogo para defender sua família, defender sua integridade. Então Ronaldo [Caiado], nós vamos pedir ao presidente essa semana para colocar isso. Está pronto para ser votado! (informação verbal, CRUVINEL, 2018).

A fala evidencia o diálogo permanente e estratégico entre a frente parlamentar agropecuária, ou bancada ruralista e a denominada “bancada da bala” que defende a posse e o porte de armas como caminho ao combate à violência.⁸¹

Outro aspecto importante a ser analisado é o conservadorismo presente no discurso que levam a categorizações como “cidadão de bem” entre outras e que reforçam semas como [+família], cabendo considerar que esses sujeitos se referem a um modelo de família muito específico, popularmente conhecido como “família tradicional brasileira” a qual satisfaz todos os estigmas do patriarcado, branco, hetero normativo etc.

Torna-se pertinente, a licença para mais uma pequena digressão, buscando evidenciar dois aspectos sobre estes sujeitos do agro: as já manifestadas teias estratégicas entre bancadas (bancada evangélica – da

⁸¹ Em 15 de janeiro de 2019, no governo do então presidente, entrou em vigor o Decreto 9.685/2019 que altera o Decreto nº 5.123, de 1º de julho de 2004, que regulamenta a Lei nº 10.826, de 22 de dezembro de 2003, que dispõe sobre registro, posse e comercialização de armas de fogo e munição. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2019-2022/2019/Decreto/D9685.htm. O decreto foi revogado pelo de nº 9844/19 que por sua vez foi revogado pelo decreto nº9847 de 25 de junho de 2019. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2019-2022/2019/Decreto/D9847.htm#art60. Acesso em: mai 2022.

bíblia, agropecuária – do boi, do porte e posse de armas – da bala) e a relação pessoal de seus representantes com o mundo agro.

O deputado Heuler Abreu Cruvinel possuía declarado em 2010 além de aplicações no banco, veículo e outros um imóvel rural em Acreúna- Goiás, 1036 cabeças de bovinos e bufalinos; em 2014 860 bovinos, nelores entre outros e mesmo terreno; em 2016 a mesma propriedade, uma aeronave modelo BEM-810 Seneca Neiva 1987 e 900 bovinos, nelores entre outros e em 2018 declarados tão somente aplicações de renda fixa no Banco do Brasil no valor de trezentos e nove mil novecentos e trinta e seis reais e dezenove centavos (R\$309.936,19)

Oscilando entre os interesses de bancadas, com representatividade evidente na bancada evangélica, tem-se também o deputado Federal pelo estado de Goiás, João Campos de Araújo (Republicanos). João Campos possui mandatos na Câmara dos Deputados desde 2003 (PSDB, PRB e Republicanos). O deputado compõe as comissões permanentes de “Seguridade Social e Família”; “Segurança Pública e Combate ao Crime Organizado”; “Comissão de Constituição e Justiça e de Cidadania”.

O mesmo atenta recorrentemente aos interesses da FPA. Em seu primeiro mandato, por exemplo, esteve envolvido no requerimento “a instituição de Comissão Parlamentar de Inquérito para apurar invasões (sic) promovidas pelo Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST) a propriedades rurais e a imóveis públicos urbanos.” (RCP 28/2003 – arquivada) e em 2021 ao requerimento do “registro da Frente Parlamentar em Apoio ao Produtor de Leite perante a Mesa da Câmara dos Deputados.” (REQ 1867/2021 – aprovada pelo plenário).

Apresentada em sua declaração de bens 2002 além de casa, apartamento e veículo (caminhonete), estavam 100 cabeças de semoventes; em 2006 declarou 60 cabeças de gado e 30 crias e 32 crias avaliadas a época em quarenta e dois mil e setecentos reais (R\$42.700,00), mais casas e mais veículos; em 2010 além de caminhonete, terrenos e casas, João Campos declarou 18.6734 HA (sic) de terras em Azul do Norte no Pará de modo que daquelas declaradas as fontes de renda diretamente ligadas ao

“agro” são substituídas por capital imobilizado em casa construída em condomínio e carros e de luxo em Goiânia – Goiás.

Voltando a cerimônia de abertura da TECNOSHOW – COMIGO 2018, a então senadora Lúcia Vânia do PSB, candidata derrotada nas eleições do mesmo ano, também estava presente. Na ocasião, a senadora posicionava-se a favor daqueles que ela defendia como agricultores, pecuaristas e empresários do agronegócio. Lúcia Vânia lembrava sobre o papel da parceria com Ronaldo Caiado, eleito em 2018 para governador do estado de Goiás. Para ela, o agronegócio é responsável pelo equilíbrio da balança comercial, ao passo que o sistema financeiro, via bancos, provocaria a manutenção de elevadas taxas de juros, sendo por isso importante a defesa das cooperativas de créditos.

O tão citado pelos presentes Ronaldo Caiado, chegou com atraso para a cerimônia de abertura do evento. Interrompendo a programação, foi recebido com aplausos e gritos que o ovacionavam e afirmavam “meu governador!!!”. Mendonça (2010) já evidenciava sobre as aparições e estratégias de posicionamentos de Ronaldo Caiado, a autora explica:

“[...] Caiado parecia preparar minuciosamente suas aparições e pronunciamentos. Seus discursos, repletos de apelos à autoimagem dos proprietários e ‘homens do campo’, lançavam mão de uma retórica incisiva, provocante e arrebatadora, chegando mesmo, segundo os periódicos consultados, a emocionar senhores rudes e suas famílias, conquistando a admiração de jovens, o que igualmente seria capitalizado.” (MENDONÇA, 2010, p. 137).

Em outubro daquele ano, o candidato venceu as eleições para governador com mais de 60% dos votos, sendo a pauta rural o cerne de suas propostas. Sua fala no evento, reuniu em síntese quase todas as pautas presentes nas demais falas, sua postura e tom de voz eram exatamente como os descritos por Mendonça, na circunstância apresentou o seguinte discurso:

Bom dia! Meus amigos e amigas, produtores rurais, empresários, trabalhadores, todo esse anfiteatro lotado de uma classe que eu tenho orgulho enorme de representá-los desde o primeiro dia que eu cheguei no congresso nacional. Vocês me deram 5 mandatos de deputado federal e um mandato de senador da república. Eu enfrentei vários debates, caminhei por esse Brasil afora com vários amigos e amigas aqui presentes. Firmamos na constituição o direito de propriedade. Mostramos o que é renegociar uma dívida do setor rural. (informação verbal, CAIADO, 2018).

Caiado neste primeiro momento evidencia sua trajetória política na representatividade do agro. Mendonça (2010) já descrevia como o dublê de médico e grande proprietário: jovem, dinâmico, preparado e moderno, já se apresentava como liderança desde a nova república, com a União Democrática Ruralista (UDR) - representação formal da classe dominante, por meio de entidade patronal rural fundada em Goiás, em 1985, 30 dias após a divulgação do Plano Nacional de Reforma Agrária (PNRA). Os principais objetivos da UDR eram no sentido de criar “estratégias de ação contra o ataque ao direito sagrado de propriedade” (MENDONÇA, 2010, p.22). No evento de 2018 seu discurso seguia:

Transformamos a nossa atividade na mais competitiva e produtiva de todo globo terrestre. Um setor que teve visão política. Um setor que teve a sensibilidade a se aglutinar para eleger deputados, governadores, senadores, representantes em todos os quadrantes do Brasil. Uma classe que mostrou que não é apenas o trabalhar que nós fazemos com muita competência, mas é de exercitar a liderança que cada um tem aqui, em seu município, em cada lugar desse país, pra dizer que a luta valeu a pena. Nós tivemos 13 anos de um governo que elegeu sempre o produtor rural como seu adversário. (informação verbal, CAIADO, 2018).

Naquele contexto, como ainda é hoje, os chamados discursos anti-petistas estavam em absoluta evidência. Tal realidade levaria ao *impeachment* de Dilma Rousseff (Partido dos Trabalhadores – PT) em 2016 e o atual presidente (hoje do Partido Liberal – PL; em 2018 do Partido Social Liberal - PSL) eleito à presidência da república, com o suporte de vários outros componentes ideológicos.

Em Goiânia, capital do estado de Goiás, como o era também em outros estados, estes discursos estavam manifestados em *outdoors*, bem como nas redes sociais, como o exemplo de figura 89 de 2016.

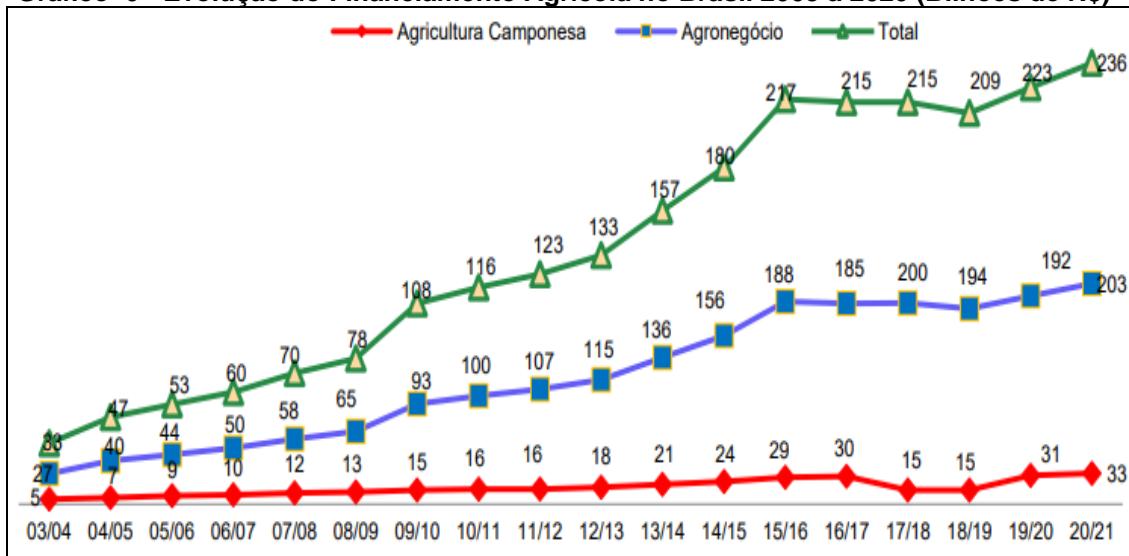
Carvalho e Oliveira (2021) lembram sobre o papel da articulação em território nacional, organizada politicamente na FPA, para o movimento golpista que tirou da presidência a primeira mulher eleita para tal cargo no país; ressaltam ainda que esta articulação se manifesta no cerne do intenso uso do Estado pelas frações de classe que o hegemonizam, conforme o gráfico 6.

Figura 89 - Outdoor agro anti-PT disposto em Goiânia - GO em março de 2016



Autor: Adriano Rodrigues de Oliveira (2016).
Fonte: Carvalho e Oliveira (2021).

Gráfico 6 - Evolução do Financiamento Agrícola no Brasil 2003 a 2020 (Bilhões de R\$)



Fonte: Plano Safra da Agricultura Familiar – MDA 2003 a 2016
Elaboração: Carvalho e Oliveira (2021).

Em outras palavras, a cólera instaurada pela burguesia do agro sobre o PT em “Vamos salvar nosso país. Fora PT”, a mesma manifestada por Caiado em: “Nós tivemos 13 anos de um governo que elegeu sempre o produtor rural como seu adversário” vai de encontro aos tantos subsídios

destinados nos governos petistas de Luís Inácio Lula da Silva (2003 – 2010) e Dilma Rouseff (2011 – 2016) ao agronegócio.

Comparando o financiamento destinado a chamada agricultura familiar (camponesa) e ao agronegócio, percebe-se a evidente manutenção do agronegócio, ainda que se pese um governo dito de esquerda, atacado pelo agro como inimigos. O financiamento destinado para a agricultura familiar evoluiu de 5 bilhões de reais no Plano Safra da Agricultura Familiar em 03/04 para 30 bilhões de reais no Plano Safra de 16/17 enquanto o volume de recursos destinado ao agronegócio evoluiu de 27 bilhões no Plano Agrícola e Pecuário de 03/04 para 185 bilhões em 16/17 (CARVALHO e OLIVEIRA, 2021).

Este sustentáculo do Estado, por muito indispensável ao agronegócio, não é evidenciado pelo parlamentar, atual governador do estado de Goiás, que ressalta o discurso primário do agro, muito utilizado na revolução verde, de “produtor de alimentos para o mundo”:

E nós conseguimos trabalhar, produzir e mostrar cada vez mais para o mundo que nós somos a maior alternativa para alimentar todas as pessoas. Pra nós termos uma ideia nós somos hoje em torno de 7 bilhões e 500 milhões de pessoas. O Brasil é o segundo maior exportador de alimento. Em 2050 nós seremos 10 bilhões de pessoas. Projeto que nós precisamos expandir mais 60 milhões de hectares para chegarmos ao mínimo de alimentação onde nós convivemos com um mundo com 1 bilhão de pessoas supralimentadas, pessoas com lesões definitivas por desnutrição na fase da infância. Veja a responsabilidade nossa, em 94 me lembro bem, nós produzíamos 75 milhões de toneladas nós éramos produtores e usávamos 39 milhões de hectares no Brasil. Chegamos a 69 milhões de hectares agora. Produzimos 226 milhões de toneladas. Mas como isso foi possível? Só foi possível porque nós temos homens da garra, determinação, a capacidade de liderança de um Chavaglia a quem eu rendo homenagens indiscutivelmente. Se um dia Chavaglia, eu puder chegar ao governo você vai governar comigo esse estado de Goiás. Uma cooperativa que faturou em 2017 3 bilhões e 300 milhões de reais. É uma das maiores cooperativas do país. Mas além disso, o Chavaglia tem uma característica que é a característica do estado de Goiás, é a de estar sempre na frente em todos os movimentos para poder dar maior qualidade de vida ao seu povo, que é na área da pesquisa. Que é exatamente aquilo aonde (sic) tornou possível ao Brasil aumentando apenas 50% da sua área agricultável, multiplicou por 4 sua produção em 2017. E é isso que nós temos que mostrar. (informação verbal, CAIADO, 2018).

O não dito no discurso acima, é que o Brasil situado na retórica de “celeiro do mundo” na prática exporta *commodities* agrícolas, que se

convencionou a chamar de alimento e que por isso impôs a necessidade de um novo campo conceitual que distinguísse *commodities* (que enche o mercado financeiro ou bolso das burguesias) de comida (que carece nos pratos de muitos brasileiros e estômagos humanos).

Atento a este movimento da realidade desde a década de 1980 DaMatta (1986) já estabelecia a distinção entre comida e alimento. Para o autor comida trata-se de um modo, um estilo e um jeito de alimentar-se que extrapola a compreensão elementar da ideia de alimento. Corroborava também a entender que o jeito de comer delibera quem o ingere para além daquilo que é ingerido.

Ainda nesta linha de raciocínio que ensaia colocar tudo e todos na esteira do agro, percebe-se a unidade de discurso, em que se tenta colocar a racionalidade do coletivo, das cooperativas, do bem comum, do trabalho, no bojo de grandes empresas capitalistas, patronais. Neste sentido nota-se a famigerada narrativa de atrasado x moderno (no senso comum desta palavra que a conota como avanço), sem questionar-se antes sobre as possibilidades de reprodução e uso de tecnologias e outros para o fazer-se agrícola que atenda de fato as demandas da vida, antes das demandas do capital.

É importante ressaltar que Chavaglia, Lúcia Vânia, Cruvinel e Caiado, falavam para os seus pares, mas também para uma centena de pessoas ali presentes entre estudantes da educação básica, do ensino superior, trabalhadores e trabalhadoras do campo e da cidade, que apreciavam a TECNOSHOW encantados com a organicidade e atentos aos discursos e avanços tecnológicos ali presentes. Neste cenário Caiado continuou:

Mas e agora senador? Continuar só trabalhando? Não! Nós temos que ter neste ano, uma visão que é importante para todos nós que é exatamente sabermos o que nós queremos para o país e para o estado de Goiás. Eu tive o apoio de vocês. O brasileiro foi para as ruas e quis o *impeachment* da presidente Dilma. Eu estive ali no debate durante todos os dias e em todo momento e hoje nós sabemos muito bem que graças a movimentação de todo mundo aqui o Brasil não é uma Venezuela. Mas o Brasil não chegou à Venezuela porque o brasileiro teve o sentimento de ir para as ruas, de mostrar que o Brasil mudou, de mostrar que não admite mais a utilização do dinheiro público pra enriquecimento ilícito pra negociata, pra balcão de negócio. O povo brasileiro deseja que o governo seja transparente, que a gestão seja competente e que possamos

amanhã responder a milhares e milhões de brasileiros que esperam de nós. (informação verbal, CAIADO, 2018).

A centralidade da narrativa em torno do trabalho, aproxima os ali presentes que de fato se constituem classe trabalhadora e convida ao retorno da atenção da escuta ao que seria dito. Para “neste ano” entende-se o ano de eleições para senadores, governadores e presidência. É válido lembrar que os discursos apolíticos e que as narrativas como: “o Brasil não será uma Venezuela” levaram à presidência aquele que melhor carregava a possibilidade de execução das ações territoriais das corporações de *commodities* sobre a diversidade territorial brasileira.

A criação de uma polarização ideológica legitima determinados projetos políticos. Tal fato naturaliza o processo, fazendo com que a sociedade pareça menos complexa do que realmente é. Em determinado momento de sua fala, o atual governador do estado de Goiás, aumentou o seu tom de voz, afirmando:

[...] Para construir um estado modelo; Para dizer ao país: tem solução! Tem que se governar com transparência e autoridade moral, com competência e coragem para enfrentar as adversidades: É a hora meu povo! É o ano. Está aí! Não adianta nós no processo democrático estarmos esperando outra fase que não seja o processo eleitoral. Esta é a hora. Cuidem de nós! Levante a bandeira. Arregace as mangas. E elejam aqueles que vocês acreditam. E vamos fazer Goiás ser referência para esse país e referência para as grandes mudanças. E eu encerro aqui dizendo; contem conosco e estaremos no senado federal até o tempo que vocês quiserem para defender a nossa classe e continuar lutando para o respeito ao produtor rural. E dizer em alto e bom som que o produtor rural paga os seus impostos e paga seus empréstimos. Aquele que sucateou o Brasil, que roubou a Petrobrás, que roubou o BNDES, que roubou o fundo de pensão tá hoje pagando pelos seus crimes e os produtores rurais aqui produzindo e gerando riqueza nesse país. (informação verbal, CAIADO, 2018).

Conforme defende Bakhtin (2007), existe sempre uma situação extraverbal, implicada no verbal. Uma única palavra pode ser enunciada e requerer complemento a depender da situação extraverbal. Por exemplo, a palavra “bem” falada no silêncio de uma sala, pode direcionar-se a inúmeros sentidos. O lugar, o tom de voz; o sujeito que pronuncia o enunciado; a quem o faz, são todos esses, aspectos que precisam ser

analisados. Desse modo, os discursos coléricos são fechados de maneira incisiva, seguido por tom de voz mais brando:

É isso que nos dá orgulho. Aqueles que tanto pregaram a crítica e o esfacelamento do setor rural vê o setor cada dia mais forte, por um país cada vez mais democrático. Um abraço à todos de coração à corações e muito obrigado gente! (informação verbal, CAIADO, 2018).

Na plataforma discursiva dos processos democráticos Caiado sai de um discurso colérico que desperta a raiva do interlocutor, incitando o terror e contém o medo com confiança e esperança. Tem-se assim um discurso da intimidação sendo substituído, em palavras e tom de voz, pelo discurso da sedução, colocando-se no raciocínio de quem o escuta a linha de onde quer-se chegar: as eleições e candidatos ideais, quase que em um salto indutivo, acessando-se portanto, diferentes paixões do discurso (ARISTÓTELES, 384-322 a.C./2011), de modo que a audiência se mistura vítima das próprias paixões exigindo-se assim menos esforço para persuadi-la, no desequilíbrio entre a repulsa e a identificação, entre o problema e a solução.

O processo democrático inclusive é sintetizado ou simplificado ao ato do voto, como se as mudanças estruturais ocorressem radicalmente na troca quadrienal dos sujeitos que hegemonizam os poderes, ou na mudança de suas posições entre o executivo e o legislativo, valendo-se notar que no atual momento, não mais se tem pessoas representando os cargos em si, sendo a desconstrução da idoneidade e não do projeto político o principal alvo de ataques.

Dos discursos aos fatos empíricos aquele que Caiado afirmou estar “pagando pelos seus crimes” se trata do ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva (PT) o qual, condenado a mais de 8 anos de prisão pelo Superior Tribunal da Justiça (STJ) no caso do tríplex no Guarujá, esteve preso por 580 dias desde abril de 2018 na Superintendência da Polícia Federal no Paraná. O processo que não transitou em julgado, permitiu a liberdade do ex-presidente com direito de aguardar ao fim do processo (BBC, 2019).

Em 2022 o processo foi arquivado, após decisão da juíza Pollyana Kelly Maciel Medeiros Martins Alves, da 12ª Vara Federal Criminal do Distrito Federal, reconhecer a parcialidade do então juiz do caso Sérgio Moro, o qual

apresentou-se enquanto potencial adversário de Lula nas eleições presidenciais de 2022 e foi Ministro da Justiça na primeira parte do atual governo (EXAME, 2022).

5.2. Os territórios bloqueados ao agronegócio

5.2.1 – Os discursos de ódio aos guardiões dos territórios

Em 22 de maio de 2020 o ministro Celso de Mello do Supremo Tribunal Federal (STF) autorizou a divulgação do vídeo da reunião ministerial ocorrida em 22 de abril do mesmo ano entre o presidente da república, seu vice e outras 23 autoridades do governo.

Na ocasião o ministro da educação Abraham Weintraub afirmou:

"Odeio o termo 'povos indígenas'! Odeio esse termo! Odeio! O 'povo cigano'. Só tem um povo nesse país. Quer, quer. Não quer? Sai de ré. É povo brasileiro, só tem um povo. Pode ser preto, pode ser branco, pode ser japonês, pode ser descendente de índio, mas tem que ser brasileiro, pô! Acabar com esse negócio de povos e privilégios." (WEINTRAUB, REUNIÃO MINISTERIAL, 2020).

São inúmeros os debates possíveis a partir desta fala. Todos importantes, mas alguns que não são a centralidade deste tópico. Pensando-se especificamente na questão mais superficial ou óbvia da afirmação “o termo povos indígenas” ou “o termo povos ciganos” e a insatisfação do ex-ministro, percebe-se o seu reconhecimento sobre o papel linguístico na prática social, como o próprio afirma.

Para o ex-ministro a especificidade do termo “povos indígenas” ou “povos ciganos” fora de uma totalidade almejada “povos brasileiros” garante ou reforça o que ele chama de “privilégios”. Sem entrar na discussão teórico-conceitual sobre “privilégios”, Weintraub manifesta a defesa sobre a ideia de um bloco monolítico que corresponde ao “povo brasileiro” e que qualquer distinção, abre caminhos para “privilegiar” os povos tradicionais brasileiros. Aqui cabe a consideração sobre as reservas legais e os direitos territoriais garantidos em constituição federal sobre estes povos.

“Quer, quer. Não quer? Sai de ré.” Afirma Weintraub denunciando o seu próprio autoritarismo. Logo, completa “Pode ser preto, pode ser branco, pode ser japonês, pode ser descendente de índio, mas tem que ser brasileiro, pô!”. Além de reforçar a sua intenção de autoridade sobre os territórios de

vida no Brasil, o ex-ministro manifesta sua leitura museificada sobre quem são os povos indígenas.

O uso de “descendente de índio” aparece no contraste com os termos “preto, branco, japonês”, como se “índio” (sem entrar na discussão <<índio>> *versus* <<indígena>>) só fosse possível enquanto descendência e não como realidade concreta e existência atual, por isso demandando a adjetivação “descendente”.

Sobre este aspecto percebe-se no Brasil como os semas [+antigo], [+atrasado], [+ultrapassado], [+improdutivo], [+preguiçoso], são associados ao microsistema conceitual de <<índio>> ou de outros termos que designam povos tradicionais. Discurso muito parecido que reforça este processo de construção de estereótipos ou modulações no nível *metametaconceitual* a partir dos noemas culturais, foi apalavrado pelo presidente da república, na época pré-candidato, em palestra à comunidade judaica no Rio de Janeiro, em 2017:

Eu fui em um Quilombo em El Dourado Paulista. Olha, o afrodescendente mais leve lá pesava sete arrobas. Não fazem nada! Eu acho que nem pra procriador serve mais. [...] Se eu chegar lá [na Presidência], não vai ter dinheiro pra ONG. Esses vagabundos vão ter que trabalhar. Pode ter certeza que se eu chegar lá, no que depender de mim, todo mundo terá uma arma de fogo em casa, não vai ter um centímetro demarcado para reserva indígena ou para quilombola. (Atual presidente 2019-2022, CLUBE HEBRAICA, 2017).

Weintraub ou o presidente em narrativas diferentes sobre um mesmo discurso preenchido de campos conceituais semelhantes usam destas estratégias ideológicas, muitas vezes negligenciadas ou colocadas como vazias de intencionalidades, justificadas com “é apenas o jeito deles falarem”, para legitimarem suas ações práticas sobre o uso e domínio dos aparelhos de Estado para violência e disponibilização dos territórios legais às corporações de *commodities*.

Ao encontro do discurso do presidente, percebe-se o discurso do presidente da COMIGO em 2018 (ano eleitoral), na já mencionada cerimônia de abertura da TECNOSHOW. Além do tom violento e o discurso de ódio, percebe-se o ataque ao que chamam de ONGs (Organizações Não Governamentais), bem como o ataque ao Estado de bem-estar social e aos Direitos Humanos:

Nós temos aí um ano de eleições em todos os níveis da federação e esperamos realmente ter luz para conduzir aqueles que possam nos representar e valorizar a sociedade na geração de renda e emprego, melhores serviços na saúde e principalmente na segurança pública que eu acho que está faltando punho firme dessas autoridades em todo sentido. Mas punho firme mesmo!!! Esse negócio de prende ladrão hoje e solta amanhã... tá havendo uma irresponsabilidade de todos os poderes!!!! [...] Às vezes até o que tá lá na frente na linha de tiro, ele quer fazer as coisas. Mas se ele bater, dar um tapa na cara do ladrão e ele é condenado. E vem essas ONGs do diabo a quatro aí, valoriza mais aquele que matou do que o cidadão que morreu e a família não teve um pingão de assistência. Agora aquele que matou é beneficiado em todo sentido por essas filhas da mãe dessas ONGs que atrapalha o país [...] E o governo ainda dá dinheiro para essas filhas da mãe dessas ONGs. Por que que vocês não largam de ser irresponsáveis? Vamos reagir... Vamos ver quem é o que realmente e valorizar o policial que está lá. [...] Essas ONGs é um mal muito grande pra qualquer país, principalmente para o Brasil, um país que precisa desenvolver e dar segurança a sociedade. Sejam bem-vindos! Tenhamos uma boa semana de trabalho! (informação verbal, CHAVAGLIA, 2018).

Conforme explica Svampa (2013) no Consenso das *Commodities* a virada produtivista e eficiente do ponto de vista da lógica do desenvolvimento, se alimenta da desclassificação de outras lógicas de valorização dos territórios, como os territórios indígenas e quilombolas, que passam com o consenso a serem considerados espaços socialmente vazios e como áreas de sacrifício para o desenvolvimento coletivo.

Como evidencia a autora, neste modelo neoextrativista de desenvolvimento há um padrão de acumulação baseado na superexploração de recursos naturais, em grande parte não renováveis, assim como na expansão das fronteiras sobre os territórios [forçadamente] considerados improdutivos.

5.2.2 – As tentativas de desbloqueio dos territórios às corporações de commodities

Para Poulantzas (1980) a matriz espacial (territorial) é essencialmente política diante a tendência de o Estado monopolizar os meios de organização do espaço, a partir de sua materialização e suas técnicas de exercício do poder ou dos aparelhos de Estado. Na mencionada reunião ministerial, o ministro do meio ambiente Ricardo Salles, evidencia tal fato com a seguinte colocação:

Nós temos a possibilidade nesse momento que a atenção da imprensa tá voltada exclusiva, quase que exclusivamente pro COVID, e daqui a pouco para a Amazônia, o General Mourão tem feito aí os trabalhos preparatórios para que a gente possa entrar nesse assunto da Amazônia um pouco mais calçado. Mas não é isso que eu quero falar! A oportunidade que nós temos, que a imprensa está nos dando um pouco de alívio nos outros temas, é passar as reformas infralegais de desregulamentação, simplificação, todas as reformas que o mundo inteiro nessas viagens que se referiu o Onyx certamente cobrou dele, cobrou do Paulo, cobrou da Tereza, cobrou do Tarcísio, cobrou de todo mundo, a segurança jurídica, da previsibilidade, da simplificação, essa grande parte dessa matéria ela se dá em portarias e norma dos ministérios que aqui estão, inclusive o de Meio Ambiente. E que são muito difíceis, nesse aspecto eu acho que o Meio Ambiente é o mais difícil, de passar qualquer mudança infralegal em termos de infraestrutura, é instrução normativa e portaria, porque tudo que a gente faz é pau no Judiciário, no dia seguinte. [...] Então pra isso precisa ter um esforço nosso aqui enquanto estamos nesse momento de tranquilidade no aspecto de cobertura de imprensa, porque só fala de COVID e ir passando a boiada e mudando todo o regramento e simplificando normas. De IPHAN, de ministério da Agricultura, de ministério de Meio Ambiente, de ministério disso, de ministério daquilo. Agora é hora de unir esforços pra dar de baciada a simplificação, é de regulatório que nós precisamos, em todos os aspectos. Porque coisa que precisa de Congresso também, nesse fuzuê que está aí, nós não vamos conseguir aprovar. [...] Tem uma lista enorme, em todos os ministérios que têm papel regulatório aqui, para simplificar. Não precisamos de Congresso. [...] Agora tem um monte de coisa que é só, parecer, caneta, parecer, caneta. Sem parecer também não tem caneta, porque dar uma canetada sem parecer é cana! Então, isso aí vale muito a pena. A gente tem um espaço enorme pra fazer. (SALLES, REUNIÃO MINISTERIAL, 2017).

Após a divulgação da gravação da reunião o ministro do meio ambiente em uma de suas redes sociais afirmou que sempre defendeu a desburocratização e simplificação de normas em todas as áreas e acrescentou: “O emaranhado de regras irracionais atrapalha investimentos, a geração de empregos e, portanto, o desenvolvimento sustentável no Brasil”.

Apesar do uso do termo infralegal, que pode ser definido como aquilo que não se encontra em perfeita consonância com os aparatos legais, Salles defendeu em suas redes apostar na desburocratização sem ferir os limites da lei. Mas cabe lembrar que em um regime democrático toda decisão política, em tese, deveria passar pela discussão na esfera pública, garantindo-se a legibilidade e transparência das decisões e processos aos cidadãos.

Desse modo, independente das intenções existentes no bojo da discussão em pauta na reunião ministerial e colocadas pelo ministro no âmbito de vários ministérios, são de inteira responsabilidade dos mesmos a ampla divulgação e neste caso, garantida inclusive pela imprensa a qual Salles afirma “estar dando alívio” em

um momento tão desafiador da história como os tempos atuais de enfrentamento da pandemia provocada pelo vírus Sars-CoV-2 e suas variantes.

“Estar distraído” neste momento da história mais se aproxima da experiência da dor, do luto, do sofrimento, da doença e da morte. E é neste contexto que se percebe a aprovação de normativas e outras “flexibilizações” aprovadas em 2020 que endossam empiricamente o discurso do ministro, conforme o quadro a seguir:

Quadro 6- Caminhos para desbloqueios dos territórios no Brasil no âmbito do governo federal em 2020

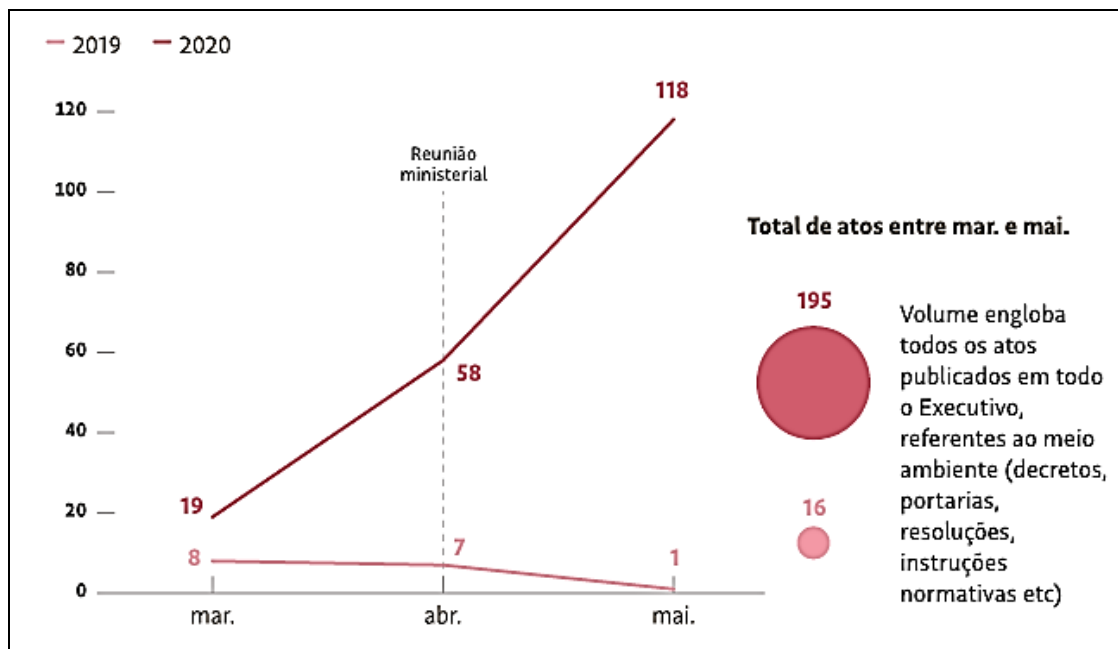
Documentos	Data de publicação	Flexibilização
Ofício nº 0044/2020 - TEX da Superintendência do Ibama no Pará	03/02/2020	Autorização especial de exportação de madeira para Tradelink Ltda.
Portaria interna do Ibama	05/03/2020	Restrição de contato de servidores do Ibama com a imprensa. Nenhuma informação pode ser passada a imprensa sem autorização da assessoria de comunicação.
Instrução Normativa nº 9 de 20 de março de 2020 do Ibama	23/03/2020	Alteração na declaração de reconhecimento de limites. Flexibilização da regularização de propriedades rurais em terras indígenas.
Instrução Normativa nº 13 de 08 de abril de 2020 do Ibama	09/04/2020	Diminuição da distância entre áreas povoadas e aquelas em que ocorrem pulverização de agrotóxico.
Demissão do diretor de proteção ambiental do Ibama e servidores que chefiavam as fiscalizações de garimpo ilegal no Pará	13/04/2020	Demissão levanta suspeita de improbidade administrativa de Salles quanto a megaoperação sobre garimpo ilegal na Amazônia.
Portaria nº 439, de 11 de maio de 2020 do ICMBio	13/05/2020	Redução de 11 para 5 no número de servidores responsáveis por 335 unidades de conservação em todo Brasil por meio da proposta de gestão integrada. Flexibilização sobre a ocupação dos cargos por pessoas fora do órgão como por exemplos policiais militares sem carreira ambiental.
Decreto publicado no Diário Oficial da União	14/05/2020	Concessão de florestas públicas em âmbito federal e definição do plano anual de outorga florestal: competência transferida do Ministério do Meio Ambiente para o Ministério de Agricultura, Pecuária e

		Abastecimento.
Portaria nº 2.843 de 6 de julho de 2020	13/07/2020 0	Governo demite coordenadora do Inpe responsável por monitorar desmatamento.

Fonte: Brasil de Fato (2020); Ibama (2020); O globo (2020); The Intercept Brasil (2020); ICMBio (2020)
Organização: Carvalho e Oliveira (2021)

Em 28 de junho de 2020, o jornal Folha de São Paulo disponibilizou o levantamento realizado em parceria com o Instituto Talanoa, demonstrando a corrida nos processos de flexibilizações entre março e maio (CARVALHO e OLIVEIRA, 2021) conforme o gráfico a seguir. Em manchete: “Governo acelerou canetadas sobre meio ambiente durante a pandemia” (Folha de São Paulo, 2020):

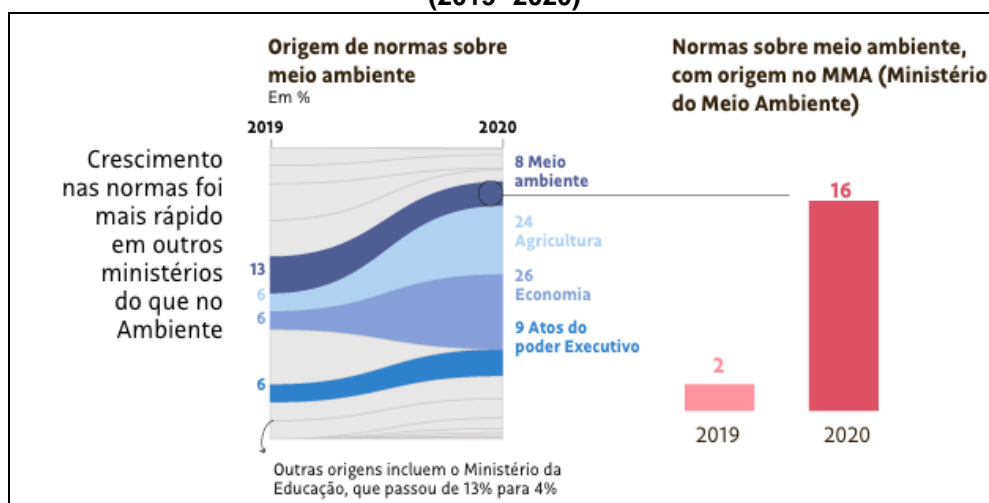
Gráfico 7 - Atos publicados pelo atual governo sobre meio ambiente



No ano de 2020, marcado pelo início da pandemia, comparado ao mesmo período de 2019, o volume de atos cresceu expressivamente. Foram publicados entre março e maio de 2020, 195 atos do poder executivo federal, entre portarias, instruções normativas, decretos e outras normas, relacionados a temática. Além disso, destaca-se também o fato de tais normas e regramentos de cunho ambiental crescerem de forma exponencial sobretudo no âmbito de outros ministérios, como o ministério da agricultura, da educação e da economia.

Como todo discurso possui sua reverberação no espaço, evidencia-se assim a consolidação dos discursos manifestados na reunião ministerial, sobre os territórios brasileiros, por meio destas estratégias. O gráfico 8 mostra como estas modificações nos regramentos estiveram pautadas numericamente em 13% no ministério do Meio Ambiente em 2019, para apenas 8% em 2020, ao passo que salta de 6% para 24% no ministério da Agricultura e de 6% para 26% no ministério da economia.

Gráfico 8 - Crescimento de normas sobre o meio ambiente em outros ministérios (2019- 2020)



Fonte: Folha de São Paulo (2020)

Como estratégia de camuflar essas mudanças, frente ao fato de a sociedade civil e a mídia recorrentemente monitorarem estas ações pelo Ministério do Meio Ambiente, observa-se, portanto, que os atos e normas têm sido protagonizados por outros ministérios e pelo próprio executivo (CARVALHO e OLIVEIRA, 2021).

Contudo, as escaladas sobre a natureza em territórios protegidos por Terras Indígenas e Unidades de Conservação já eram anunciadas em outros momentos. Em 2016, ano do *impeachment* da presidenta Dilma Rousseff, o Instituto Socioambiental (ISA) denunciava o total superior a 17,5 mil processos de mineração nestes territórios, conforme a tabela 1 (CARVALHO e OLIVEIRA, 2021).

Tabela 1 - Número de processos de liberação de explorações minerais em Terras Indígenas e Unidades de Conservação no Brasil – até 2016.

Fases dos processos	Terras Indígenas (TI)	Unidades de Conservação (UC) – Federais	Unidades de Conservação (UC) - Estaduais
Interesse em pesquisar	3854	957	1419
Em pesquisa	177	1087	1098
Solicitação de extração	131	8108	653
Autorização para extração	19	534	220
Total	4181	10686	3390

Fonte: ISA (2016); CARVALHO e OLIVEIRA (2021).

Entre as empresas que mais registraram processos de requerimento de exploração mineral em terras indígenas no primeiro ano do governo federal atual, encontra-se a SMD Recursos Naturais Ltda., criada em 2012 e com sede em São Paulo (AGÊNCIA PÚBLICA, 2020). No quadro de sócios da empresa encontra-se o ex-governador do Amazonas, Amazonino Armando Mendes e o ex-vice-governador e ex-secretário de Estado da Fazenda, Samuel Assavag Hana, o qual possui trajetória vinculada as atividades de mineração (CARVALHO e OLIVEIRA, 2021):

De acordo com a Rede Amazônica de Informações Socioambientais Georreferenciadas, plataforma utilizada pelo ISA para o monitoramento de mineração ilegal na Amazônia, nota-se 2.312 pontos e 245 áreas de garimpo ou extração de minerais, como ouro, diamantes e coltan. Além disso, mapeia-se 30 rios afetados pela mineração ou rotas para a entrada de máquinas, insumos e a saída de minerais. No Brasil são 321 pontos em 132 áreas comprometendo comunidades ribeirinhas e indígenas. (ISA, 2020 *apud* CARVALHO e OLIVEIRA, 2021).

Tal fato evidencia o constante avanço das corporações de *commodities* e a lógica de suas ações territoriais sobre Terras Indígenas, Unidades de Conservação e outros territórios que manifestam na relação com a natureza uma racionalidade diferente da voltada para acumulação. A exemplo disso tem-se os avanços sobre terras de quilombolas nas áreas de Cerrado.

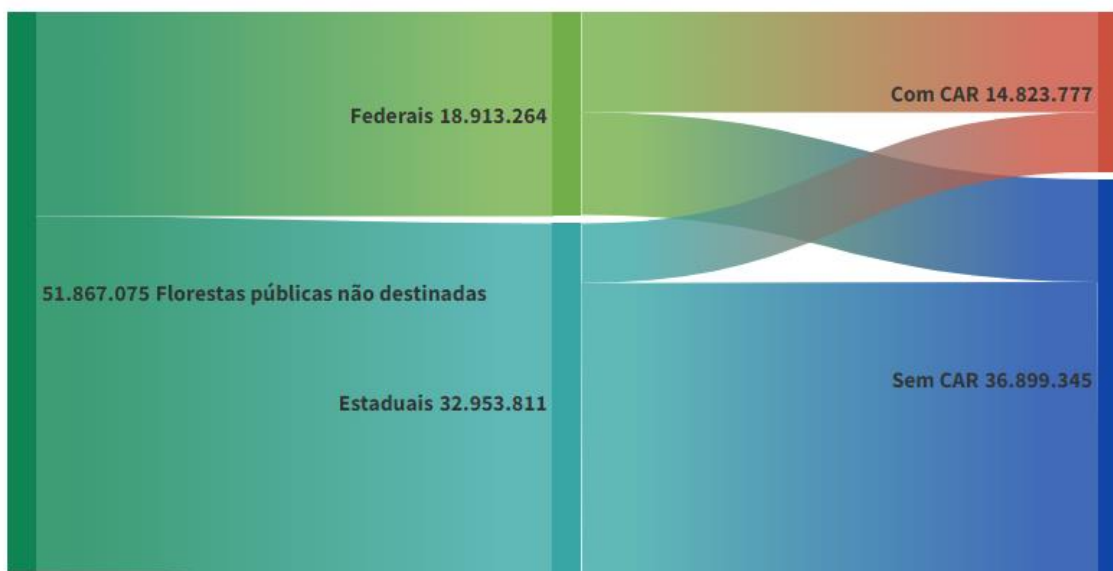
Apone (2020) denuncia por meio do canal Mídia Ninja, que às vésperas do dia do meio ambiente, Apena Mineração E comércio Ltda. e Maria de Lourdes Hlebania, foram as responsáveis pelo desmatamento de 1000 hectares de áreas de Cerrado no Sítio Histórico e Patrimônio Cultural Kalunga, no estado de Goiás, situado especificamente na Chapada dos Veadeiros. Relatos da comunidade e

investigação de Apone (2020) evidenciam que o objetivo do desmatamento este ligado diretamente as intenções de se promover no local atividades de mineração e monocultivos de soja.

O Cerrado e a Amazônia juntos correspondem a 96,7% da área desmatada no Brasil em 2019 (AZEVEDO et. Al., 2019). De acordo com mesmo relatório do MapBiomas, dos 56867 alertas, apenas 105, o que corresponde em torno de 0,5% das áreas, atendem regras da legalidade, os demais, não respeitam Reservas Legais, Áreas de Preservação Permanentes e nascentes ou áreas protegidas (UC e TI), havendo, portanto, um índice superior a 99% de irregularidade e ilegalidade destes desmatamentos.

O relatório (AZEVEDO et. Al., 2019) aponta ainda que 12% das áreas desmatadas, se sobrepõe integralmente ou em partes com UC, 3,6% com TI e 65% com imóveis rurais já inseridos no Cadastro Ambiental Rural (CAR). É importante lembrar que o CAR é auto declaratório, deste modo, inclusive terras públicas, incorporadas ao CAR enquanto propriedade privada estão suscetíveis a este processo. O que ficou evidente com os estudos divulgados pelo Instituto de Pesquisa Ambiental da Amazônia (IPAM) – Figura 90.

Figura 90 – Área em hectares de Florestas Públicas Não Destinadas ilegalmente cadastradas como propriedade privada no Cadastro Ambiental Rural (CAR) – 2020



Fonte: Serviço Florestal Brasileiro - FPND (2019); CAR (2020).
Organização: IPAM (2020).

De acordo com o IPAM as Florestas Públicas Não Destinadas (FPND), que deveriam ser voltadas para conservação e para o uso sustentável, sobretudo pelos

povos originários e comunidades tradicionais, tem sido alvo de grileiros e do desmatamento ilegal. Até o fim de 2020, mais de 14 milhões de hectares dessas florestas o que corresponde a aproximadamente a 29% da área total, estavam registradas ilegalmente como propriedade particular no CAR, pelo caráter auto declaratório do sistema, sendo 66% do desmatamento ocorrido até hoje dentro do perímetro declarado ilegalmente como particular.

A partir de Sauer (2017), Carvalho e Oliveira (2021) analisam os desafios dos movimentos camponeses e povos indígenas, frente as estratégias engendradas para desmobilizar as (Re)Existências destes sujeitos, como é o caso da criminalização e da violência simbólica. Por outro lado, evidencia-se os “arranjos territoriais” (Sauer, 2017) diretamente relacionados à luta pela terra e pelo território.

Tabela 2 - Territórios bloqueados a acumulação de capital no Brasil

<i>Arranjos territoriais</i>	<i>Nº. de áreas</i>	<i>Hectares</i>	<i>Percentual do território brasileiro (%)</i>
<i>Assentamentos de reforma agrária</i>	8695	42.352.122,62	4,9
<i>UC's de uso sustentável</i>	171	39.944.100	4,7
<i>UC's de proteção integral</i>	137	33.514.700	3,9
<i>Terras indígenas</i>	690	112.984.701	13,3
<i>Territórios Quilombolas</i>	124	988.356	0,11
Total	9817	229.783.979,62	27,0

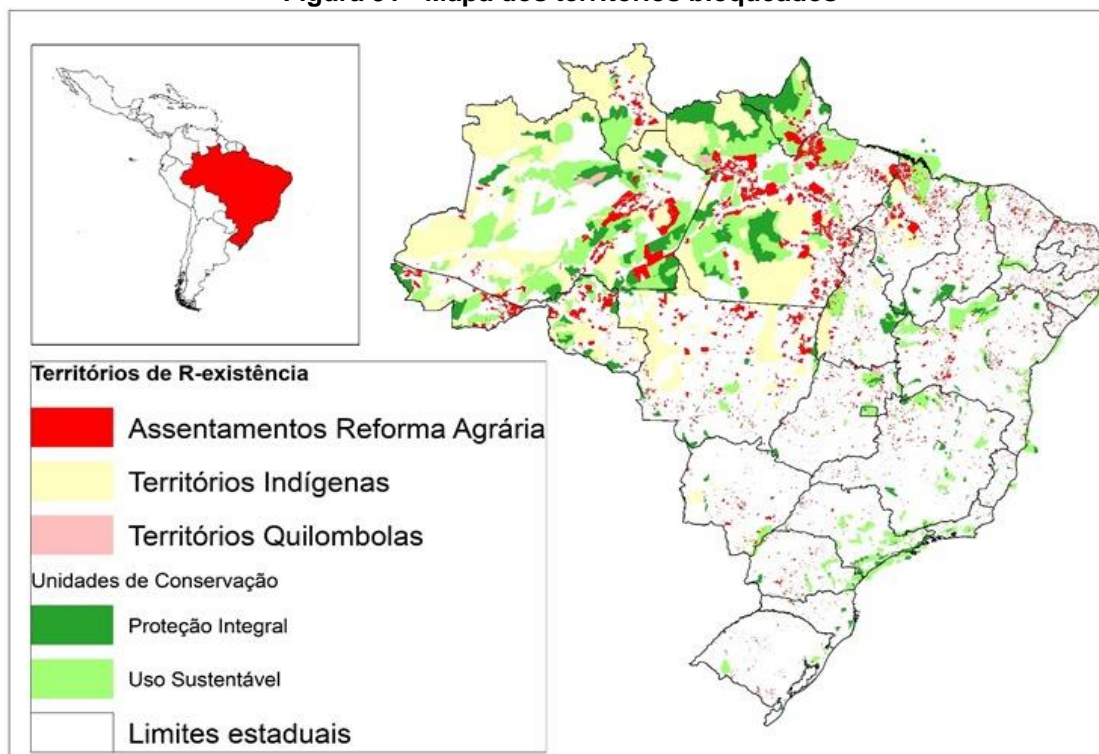
Fonte: ISA (2014), INCRA (2012, 2014, 2020) SNUC (2010), MMA (2014).
 Concepção e organização original: SAUER (2017).
 Adaptação e atualização: Carvalho e Oliveira (2021).

O mapa da figura 91 apresenta a espacialização destes dados evidenciando a localidades destes territórios que não estão plenamente disponíveis ao processo de acumulação.

A análise da tabela permite identificar a intenção da construção dos discursos que desqualificam as existências historicamente marginalizadas – camponeses, quilombolas, ribeirinhos, indígenas, povos da floresta etc. Como já mencionado, Svampa (2013) analisa que no consenso das *commodities*

esses povos e seus territórios são classificados como potenciais sacrifícios para o desenvolvimento.

Figura 91 - Mapa dos territórios bloqueados



Fonte: Albuquerque (2021)⁸²

Estes povos, especialmente os povos indígenas, se constituem como um “estorvo” para as corporações de *commodities*, à burguesia interna e à burguesia associada (SAES, 2021) (POULANTZAS, 1980), já que ocupam 13,3% do território nacional. Em outras palavras, 27,0% do território nacional está “bloqueado” aos interesses do capital, essencialmente das corporações de *commodities*, ou seja, um terço do território nacional está em alguma medida à disposição destes povos que hegemonomizam os territórios por relações não capitalistas (CARVALHO e OLIVEIRA, 2021).

5.3. “Em colapso o planeta gira”

5.3.1 – A busca por avanços em 360°

Ao designar a agricultura integrada aos avanços científicos e tecnológicos, a partir de um modelo agrícola pautado nos monocultivos e no

⁸² Concepção de Ralph de Medeiros Albuquerque (2021), autorizada pelo autor.

intenso uso de insumos químicos, como a viabilidade eficaz para um possível colapso na produção de alimentos anunciadas pelas teorias neomalthusianas, Davis e Goldberg (1957) lançavam o *metataconceito* (protejo) do *agribusiness* nos discursos científicos, a partir de narrativas sobre a segurança alimentar.

Do ponto de vista das investigações científicas, a pergunta problema, negligenciada, mas que de fato anunciava o verdadeiro colapso era: os sujeitos marginalizados por este modelo de apropriação territorial, que não se beneficiam, mas pelo contrário se prejudicam continuarão *ad eternum* à margem do sistema? Quais os efeitos disso diante a crise metabólica do capital?

Evidentemente a resposta para a primeira problematização era e ainda hoje é negada pelo positivismo científico e seus discípulos, a partir do discurso da liberdade presente nos ideais neoliberais que concentra o lucro e distribui os prejuízos, com a privatização dos ganhos e a socialização das perdas. Ou conforme evidenciado por Melo (2018) a resposta a esta questão, quando apresentada, se circunscreve ao ideal do “sonho americano” e a concepção de meritocracia, a partir de uma leitura linear de sociedade, cujo avanços tecnológicos resolvem todos os problemas.

Mas a contradição estava materialmente imposta aos chamados países subdesenvolvidos, cabendo, portanto, ao Brasil, por exemplo, a inconformidade e questionamento a este modelo. No lugar, cedeu-se ao papel de celeiro agrícola, ainda sob o argumento da segurança alimentar e o discurso desenvolvimentista e especialmente sob a ótica de Oliveira (2003) isso nada tem de atraso, ao contrário diz respeito justamente ao processo de modernização e a posição de ex-colônia do Brasil na divisão internacional do trabalho.

Incluir as pautas sociais nas problematizações científicas com vistas a avanços não lineares, mas complexos de forma a contemplar a realidade que também o é, requer, portanto, refutar a neutralidade científica e ideológica, compreendendo como Mészáros (1993) que a ciência também legitima e operacionaliza sistemas e interesses ideológicos. Assim, vale-se avaliar a consolidação conceitual e ideológica do projeto “AGRO” no âmbito da ciência e da educação.

Mendonça (2013) lembra como o [metametaconceito] (projeto) de <<agribusiness>> se estabeleceu enquanto cursos em mais de 80 universidades nos Estados Unidos e se difundiu por mais de 10 países em um curto período após o lançamento da obra de Davis e Goldberg (1957). Apostando-se na própria estratégia de hegemonização do agronegócio, os cursos de agroecologia e outros espaços contra hegemônicos, consolidam-se hoje enquanto alternativas ao desenvolvimento rural.

Logo, se os conceitos em seus contextos discursivos (midiáticos, acadêmicos ou outros) carregam em si semas, formando um campo conceitual carregado por determinada bagagem ideológica, na materialidade acadêmica, a escolha por categorias de análises de forma crítica, em detrimento dos conceitos funcionais, torna-se luta política ou a luta no espaço científico que não o é neutro ou livre de intencionalidades.

Exemplo disso é o entendimento do <<campesinato>> enquanto categoria de análise ou enquanto campo conceitual contra hegemônico. Os embates acerca do uso de <<camponês>> x <<agricultor familiar>> evidenciam que estes campos conceituais são formados por diferentes semas. O uso simplório destes signos, enquanto carimbos, inviabilizam as discussões mais profundas e analíticas sobre as dimensões reais, da vida dos sujeitos do campo subordinados à territorialização dos latifúndios, das corporações e da financeirização de terras.

Ao passo que o emprego desatento dos conceitos, não enquanto categorias de análise mas sim como categorizantes conduzem projetos científicos e livros didáticos à consolidação do projeto “AGRO” na sociedade, a sedimentação de um campo conceitual contra hegemônico pode fortalecer projetos alternativos e conduzir a mudanças que parecem simbólicas mas que reverberam em novos projetos, ciência, tecnologia, políticas públicas e outros investimentos atentos às possibilidades e mecanismos de reprodução da vida - da sociodiversidade ao mercado e não o contrário.

Para Löwy (2020) a designação <<bem-viver>> utilizada pelas comunidades indígenas em contraposição ao capitalismo, pode a exemplo, ser incorporada aos debates acadêmicos, com devida tradução em termos

econômicos e políticos, a partir do ecossocialismo. “O ecossocialismo é a tradução prática do bem-viver” (informação verbal)⁸³.

Sendo a tecnologia um importante mediador do conhecimento, ou seja, um meio e não um fim, torna-se importante pensar a partir de quais teorias, narrativas, campos conceituais (e seus objetivos) as tecnologias para o campo vêm sendo desenvolvidas no país.

Ao servir a imagnetização do capital, por meio do agronegócio, recorrentemente a academia, um dos principais espaços da inovação, da ciência e da tecnologia do país, se pauta a partir da justificativa de contribuição para o <<Desenvolvimento Regional>>. E de fato o promove, muito embora evidencie, o quanto no campo conceitual do <<Desenvolvimento>> se institui diversas disputas sociais e políticas.

Conceitos como o de <<Sustentabilidade>> aparecem como novos nichos de mercado diante as demandas ambientais e sociais. As tecnologias desenvolvidas para a otimização da produção e inclusive para a redução de impactos ambientais possuem um público-alvo muito específico. Lacerda (2011) analisa como a reinvenção do discurso com essa roupagem sustentável, trata-se de uma estratégia de enfrentamento da repercussão dos passivos próprios do agronegócio, sendo este um termo classificador da realidade.

Em pesquisa de campo realizada na TECNOSHOW - COMIGO em abril de 2018, como bem observado em incursão a campo no Instituto Federal Goiano, no município de Rio Verde em 2017, identificou-se o papel da parceria entre as instituições públicas de ensino e pesquisa e o capital privado e concentrado do agronegócio. Evidencia-se a produção de soluções pela academia (pública) para as empresas (privadas).

Exemplo de tal realidade pode se elucidar a partir da compreensão do EMBRAP II. Em ambas as experiências de campo, foi relatado sobre como desenvolver uma ideia inovadora com recursos EMBRAP II, a partir do polo do IF Goiano de Rio Verde (GO). São 42 unidades EMBRAP II no Brasil, 9 unidades nos Institutos Federais. Cada

⁸³ Live ADUFPA – transmissão pela plataforma youtube. Ecossocialismo e aspectos da crise completa do capital. Michael Löwy, Grécia: 2020.

unidade possui uma área de competência ou um perfil, sendo a unidade de Rio Verde, - o polo de inovação em tecnologias Agroindustriais.

Em situações em que uma empresa, precisa de um aporte técnico para desenvolver alguma inovação a EMBRAPA a partir do ministério da tecnologia e da inovação e do ministério da educação investe recurso disponível sem necessidade de reembolso. O polo EMBRAPA de Rio Verde é o primeiro do estado de Goiás e como mencionado, seu foco é o agronegócio.

Segundo relato, outra unidade mais próxima do “Agro” é a unidade de São Paulo dedicada ao controle biológico e a biomassa. O esquema a seguir ilustra como funciona a EMBRAPA a partir do polo do Instituto Federal Goiano (IFGoiano – Câmpus de Rio Verde):

Figura 92 - Parceria EMBRAPA - EMPRESA – IFGoiano



Fonte: Pesquisa de Campo (2018)
Elaboração: A autora (2018)

O polo Rio Verde atua em duas linhas: Tecnologia para manejo agrícola e Tecnologia para processamento e armazenamento de grãos. O contato é realizado a partir da prospecção ativa da empresa, por meio de eventos ou visitas. Posteriormente se entra para a etapa de negociação em que são definidos os objetivos e especialistas são contatados.

A seguir é feita a contratação com termos, assinatura e patente, reconhecidos os direitos sobre o produto e assinado o termo de sigilo. O direito de comercialização é da empresa. A execução por si se dá por meio da mediação EMBRAPII com recursos da Fundação de Apoio a Pesquisa (FUNAPE), Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de Goiás (FAPEG), da empresa e o projeto é coordenado por um especialista do IF.

É necessário um Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica (CNPJ) industrial para a comercialização do produto. Cooperativas, Associações e etc. podem pleitear, contudo, precisam comercializar o produto. Vale lembrar que inovação é diferente de prestação de serviço tecnológico. Necessariamente, na inovação deve haver o caráter incremental.

Ocorre, contudo, que conforme conclui Martins (2016) ao se tratar da discussão das inovações para o campo no Brasil isso se dá em um modelo linear. As inovações são lineares, pois se parte de uma visão hegemônica. Instrumentada por exemplo, pela EMPRAPA, com o Laboratório Nacional de Pesquisas e Nanotecnologias para o Agronegócio (NPNA), muitos são os avanços observados para o campo, embora para um público muito restrito.

A inovação nessa perspectiva já nasce mercantilizada e direcionada a um núcleo específico de produtores que tem condições materiais de acessá-la, o que significa uma linearidade que não permite o avanço e o alcance à diferentes sujeitos; havendo apenas a ampliação e a continuidade de modelos dentro de um mesmo paradigma.

A apresentação da EMBRAPII pelo IFGoiano, se dava em um contexto próprio e essencialmente hegemônico pelas corporações de *commodities*. A feira contava com estandes de diversas corporações agrícolas, como pode ser observado na imagem da figura 93, com os exemplos da Syngenta e Monsanto⁸⁴.

Ao se questionar nesses estandes qual o maior público, ressaltavam a considerável presença de estudantes de agronomia e grandes produtores interessados em aumentar a produtividade e conhecer novas tecnologias para

⁸⁴ Alguns meses depois, especificamente em junho de 2018 a Bayer concluiu a aquisição da Monsanto, sendo a maior aquisição da história da empresa (BAYER, 2018). Disponível em: <https://www.bayer.com.br/pt/midia/bayer-conclui-aquisicao-da-monsanto-0>. Acesso em: jan 2022.

o campo. Por grandes produtores, nota-se que se referiam a burguesia interna e associada, grandes proprietários de terras e grandes arrendatários.

Figura 93- Estandes de corporações agrícolas na TECNOSHOW COMIGO 2018 (Monsanto)



Fonte: Pesquisa de Campo (2018).
Autora: Jéssyca Tomaz de Carvalho (2018).

Figura 94 - Stands de corporações agrícolas na TECNOSHOW COMIGO 2018 (Syngenta)



Fonte: Pesquisa de Campo (2018).
Autora: Jéssyca Tomaz de Carvalho (2018).

Chã (2018) analisa a crescente atuação do Agronegócio no que chama de aparelhos de hegemonia, como as escolas e o *marketing* cultural e evidencia que a territorialização da indústria cultural do Agronegócio implica em ameaça para a agricultura camponesa e para as comunidades tradicionais, a partir de um papel de desmobilização.

A autora traz os principais projetos educacionais do Agronegócio no Brasil e os Valores aplicados via lei Rouanet por algumas das principais Corporações de *Commodities*.

Quadro 7 - Projetos educacionais do Agronegócio no Brasil

Empresa/ Projeto	Objetivos/ Principais ações	Abrangência/ Resultados	Executores Parceiros
ABAG Agronegócio na Escola	Oferece cartilhas aos estudantes e um vídeo, que é utilizado nas aulas. Aborda temas como o surgimento da agricultura e sua modernização. Professores vão conhecer usinas e são capacitados. Concursos de redação	Criado em 2001 135 mil alunos 8 mil professores	ABAG – RP Secretarias estaduais de educação
CNA Agrinho	O programa AGRINHO desenvolve projetos pedagógicos em diversas áreas nas escolas para contribuir com a criação de uma geração de cidadãos mais conscientes. O SENAR capacita os professores e fornece material didático para a rede pública e particular	Criado em 1995 56.472 turmas 1.477.406 alunos Criado pelo Faep/Senar-PR hoje vários estados	SENAR Secretarias de Educação Rede particular de ensino
UNICA Projeto AGORA	Principais objetivos são a “geração de conhecimento” e conscientização sobre as questões da indústria da cana-de-açúcar e a sustentabilidade”. Produção de materiais didáticos, como cadernos para os professores, jogos educativos; concursos e desafios.	Em 2013: 250 mil alunos 1.400 escolas 105 municípios	Empresas que compõe a UNICA Editora Horizonte Secretarias de Educação
BUNGE Comunidade Educativa	Programa de voluntariado corporativo Objetivo: estimular a leitura em escolas e espaços comunitários Estruturação de espaços de leitura com doação de livros e formação de mediadores de leitura; Acompanhamento dos trabalhos pelo Blog Semear Leitores e Facebook.	09 Estados: RS, SC, PR, SP, BA MG, PI, PE, MT 38 escolas 10.254 alunos 584 professores 321 voluntários	Fundação Bunge
SYNGENTA Escola no campo	Contribuir para o desenvolvimento sustentável das comunidades do campo Os jovens são estimulados a transmitir o que aprendem para suas famílias e comunidade. Fornece capacitação aos professores e materiais didáticos sobre conservação ambiental; o papel das comunidades rurais; e erradicação do trabalho infantil	Criado em 1991 Em 2013: 22.599 alunos 1.575 professores 518 escolas 118 voluntários 189 municípios 13 Estados Total: 420 mil alunos	Fundação ABRINQ Secretarias de educação Empresas locais de agronegócio (Cotrijui, Cooacam, etc)
DUPONT DuPont na Escola	Destina-se a filhos de produtores rurais. Objetivo é promover os conceitos de crescimento sustentável da atividade agrícola, cidadania, preservação e segurança na aplicação de defensivos agrícolas, usando esse público como propagador da mensagem. Produção de textos e trabalhos artísticos sobre boas práticas agrícolas. Prêmio com tema: Meu herói, o Agricultor	Nos últimos seis anos cerca de 45 mil estudantes de 7 10 anos de 450 escolas de todo o Brasil	Secretarias de Educação Empresas locais do agronegócio
Grupo JBS Escola Germinare	Oferecer alta qualidade de ensino para jovens potenciais com o propósito de formar administradores de empresas e gestores de negócios, que serão os líderes do futuro. A escola é regular e oferece sem custo, Ensino Fundamental II e Ensino Médio. Busca conjugar a excelência acadêmica com uma preparação que coloque os jovens diante dos problemas reais.	Criada em 2009 Faz parte da J&F Investimentos; JBS; Vigor; Flora; Eldorado; Banco Original; Oklahoma e Floresta Agropecuária, e Canal Rural. 360 alunos	Instituto Germinare

Fonte: Chã (2018).

Quadro 8 - Valores aplicados via lei Rouanet por algumas Corporações de Commodities

Empresa	Valor aplicado via Lei Rouanet (em R\$)	Período
Klabin S.A	24.485.187,53	2000 a 2015
Raízen Combustíveis	24.183.477,00	1996-1999 e 2009-2015
Monsanto (Monsanto do Brasil e Monsanto do Nordeste)	16.201.424,25	1996 e 2004-2015
Sucocítrico Cutrale, Ltda.	13.295.594,58	2005 a 2015
Syngenta (Syngenta Proteção de Cultivos e Syngenta Seeds)	12.536.386,42	1998 e 2003-2015
Bunge (Bunge Fertilizantes e Bunge Alimentos)	11.808.954,94	2000-2015
Basf	10.878.320,58	2000 e 2004-2015
Máquinas Agrícolas Jacto S.A.	7.475.185,40	2002-2015
Iharabras S/A Indústrias Químicas	5.096.425,27	1997 e 2000-2015
Sadia, S.A.	3.912.880,00	1999 e 2004-2012
ADM do Brasil, Ltda.	3.451.116,11	2004 a 2014
JBS (JBS, JBS AVES e Banco JBS)	2.726.000,00	2009 e 2015
Votorantim Celulose e Papel ¹⁴	2.490.765,68	1998-2006
Bayer S.A.	2.040.726,15	1996 a 2015
Cargill (Cargill Agrícola e Banco Cargill)	1.640.039,00	2004 e 2011-2015
BRF	1.054.500,00	2014-2015

Fonte: Chã (2018).

Além desses mecanismos a política que hoje domina o mundo possui uma dimensão epistemológica que se reverbera nas instituições de ensino e pesquisa. As universidades são nesse momento uma estrutura dual. Construídas e financiadas pelo Estado, estiveram majoritariamente à serviço de projetos de país excludentes.

Fernandes (1976, p.194) diagnostica que “as universidades das nações subdesenvolvidas [sic] estão inseridas [em] relações de dependência e concorrem para preservar as formas de subordinação cultural”, de forma que os interesses culturais da coletividade são subordinados aos interesses culturais dos que mandam.

As ciências sociais desse modo assumem o importante papel de problematizar sobre estes projetos de país, de forma crítica, defendendo uma universidade que não seja produtora e reprodutora de projetos dominantes, ou que problematize a ciência de Estado.

Nota-se que no mundo globalizado, das corporações, existe uma dimensão epistemológica que se reverbera nas instituições de ensino e pesquisa. As universidades são neste contexto uma estrutura dual: construídas e financiadas pelo Estado, servem ao bem comum, a formação em um universo diverso, a propagação de conhecimento, inovação e recursos e a inclusão de sujeitos, por outro lado, são também instrumentalizadas por corporações que desenvolvem um projeto excludente.

Diante deste cenário, as ciências sociais assumem um papel imprescindível: problematizar os diferentes projetos de país, de forma crítica, ampla, complexa e defendendo a efetiva inclusão para que a universidade não seja exclusivamente produtora e reprodutora de projetos e interesses das frações de classe dominantes e para que não se feche a diversidade de existências e possibilidades de reprodução social, econômica e cultural da vida dos diferentes sujeitos.

Como pautado no capítulo anterior, a leitura da sociedade a partir do conceito de desenvolvimento, tem gerado uma classificação da sociedade a partir de modelos/receitas generalizantes que não condizem com o real. É nesse cenário que surge a demanda por se considerar outras formas de conhecimento.

Não se trata de invalidar o conhecimento científico, mas sim, de aproximá-lo do empírico. Ainda que a realidade seja sempre maior do que podemos explicar. O conhecimento eurocêntrico de caráter extrativista, recorrentemente transforma o conhecimento científico em matéria-prima. Esse tipo de racionalidade, leva à injustiças sistêmicas, que reforçam diferentes formas de dominação. Observa-se, portanto, que a exploração não é somente dos recursos naturais, mas também da cultura e do conhecimento.

Como analisado anteriormente, os campos conceituais e seus contextos discursivos apresentam, portanto, suma importância para a legitimação de narrativas que servem à distintos projetos. No âmbito do campo conceitual do agronegócio e as possíveis alternativas, identifica-se por exemplo alguns signos, significados e significantes que merecem atenção ao serem pautados em livros e materiais didáticos e na academia em seu sentido mais amplo.

5.3.2 – Desconstruindo e reconstruindo termos e conceitos

O quadro 9 chama atenção para algumas palavras, as categorias e os conceitos capturados e hegemônicos pelo agronegócio, seus efeitos discursivos e como são reforçados enquanto semas do <<agro>>, a realidade espacial e concreta que representam no âmbito das ações territoriais das corporações de *commodities* e possíveis alternativas conceituais e semânticas para se pensar campos conceituais contra-hegemônicos na abordagem geográfica:

Quadro 9 - Palavras hegemônicas pelo agro

Palavra hegemônica nos discursos do agronegócio	Semas e sentidos comumente associados	Realidade espacial / concreta	Proposta alternativa e ensaios contra hegemônicos
Êxodo Rural	Saída espontânea do campo para a cidade	Expulsão de camponeses para as periferias urbanas	Expulsão do campo para a cidade
Agricultura Familiar	Pequenos produtores; Produção que envolve a família	Categoria funcional para designar profissão utilizada no âmbito da lei	Agricultura camponesa
Agricultura de Subsistência	O agronegócio em fase atrasada	A agricultura do autoconsumo que não respeita todas as diretrizes da racionalidade capitalista de produção	Agricultura da abundância
Agricultura Orgânica	Agricultura limpa, sem veneno	Nicho de mercado para acessar plataformas ambientais	Agroecologia
Recurso Natural	Elementos da natureza	Matéria-prima com fins econômicos	Natureza
Alimento	O que alimenta o ser humano, o que vai para a mesa	<i>Commodities</i> agrícolas para exportação	Comida
Cultura	“Cultura de soja, de milho, de cana-de-açúcar”	Monocultivos de <i>commodities</i> que não envolvem a ancestralidade e o trabalho geracional	Monocultivos
Biocombustíveis	Energia limpa, fontes de energia com baixa emissão de dióxido de carbono, alternativas aos combustíveis fósseis	<i>Commodities</i> agrícolas para produção de energia, Nicho de mercado para acessar plataformas ambientais; Monocultivos	Agrocombustíveis

Agrodefensivos	Defensivos agrícolas, Insumos agrícolas, insumos químicos	Inseticidas, Herbicidas, Fungicidas e outros	Agrotóxico ou Veneno
Desenvolvimento	Avanço	Deixar de envolver; Crescimento econômico de alguns em detrimento de outros	Bem-Viver

Fonte: Ribeiro, Oliveira, Mendonça, Cruz (informação verbal)⁸⁵; Mitidiero Júnior; Barbosa e Sá (2016); Ribeiro (2005); A autora (2022).
Organização: A autora (2022).

O termo êxodo rural passou a ser utilizado no âmbito escolar e acadêmico para designar o processo de migração campo-cidade. Ocorre que recorrentemente este processo é apresentado como espontâneo, como fazem muitos teóricos neoclássicos na leitura sobre os processos migratórios. É desse lugar que o agro captura e utiliza-se do termo para falar sobre uma relação campo-cidade brasileira intencionalmente desatenta às contradições do espaço e para falar da migração dos trabalhadores e trabalhadoras do campo para a cidade como uma escolha.

Becker (1997) evidencia essa leitura, ao apresentar as diferentes abordagens sobre a mobilidade espacial da população segundo o quadro a seguir:

Quadro 10 - Abordagens teóricas sobre a mobilidade espacial da população

Período	Contexto histórico	Abordagem	Compreensão
1950 – 1960	Expansão econômica do país Absorção de mão-de-obra	Perspectiva teórica Neoclássica	Migração como fenômeno positivo Decisão individual / pessoal
1970 – 1980	Trabalhadores desempregados e subempregados Expansão da população excedente Migração de retorno para o Nordeste	Perspectiva teórica Neomarxista	Processo resultado da divisão de classes Imposição das necessidades do capital

⁸⁵ As reflexões apresentadas no quadro, vão ao encontro dos debates engendrados do âmbito do grupo de estudos e pesquisas Trabalho Território e Políticas Públicas (TRAPPU) coordenado pelos professores Dr. Adriano Rodrigues de Oliveira e Dr. Marcelo Rodrigues Mendonça e das disciplinas cursadas com a professora Dra. Dinalva Donizete Ribeiro, bem como bancas de defesa de doutorado divididas pelos pesquisadores e pesquisadoras.

Fonte: Becker (1997, p.323 - 349)
Organização: A autora (2017).

A expulsão de camponeses para as periferias urbanas em um contexto social de endividamento destes sujeitos é colocada ainda hoje nas narrativas neoclássicas como uma escolha individual que se fez coletiva por toda a sorte de liberdade prometida pela cidade, frente a lida e as dificuldades naturalizadas no campo, ou seja, uma escolha livre de fatores exógenos, movida apenas pela soberana decisão individual⁸⁶.

O termo “êxodo” remete ao texto bíblico (Mendonça, informação verbal, 2017/18/19)⁸⁷ e representa a saída a partir desta trilha de interpretação. Logo, assim como suscita a interpretação branca sobre as narrativas do oprimido da bíblia, o êxodo rural entra no nicho interpretativo pela visão do opressor ou pelos interesses consonantes ao movimento do capital.

Assim, nos contextos discursivos, o conceito facilmente se coloca em uma posição de escolha ou decisão, quando na verdade se trata da expulsão dos trabalhadores e trabalhadoras do campo que se endividaram na tentativa de acessar os novos pacotes agrícolas da Revolução Verde no Brasil, por meio do Sistema Nacional de Crédito Rural (SNCR) sendo obrigados a venderem e/ou deixarem suas terras e migrarem para as periferias urbanas. Em outras palavras, uma consequência da luta de classes e não um processo de libertação.

Na cidade, estes sujeitos passam a ser marginalizados, sem possibilidade de reprodução da vida, pela racionalidade em que se forjaram. A terra que lhes fornecia abrigo, sustento, alimento, agora ainda mais concentrada abre novos espaços para acumulação e especulação

⁸⁶ Tal compreensão foi observada nos discursos de discentes do Programa de Pós-Graduação em Agronegócio da Universidade Federal de Goiás. Os discentes que manifestavam esta compreensão em geral eram graduados em economia, administração, direito e agronomia.

⁸⁷ As reflexões apresentadas no quadro, vão ao encontro dos debates provocados e engendrados do âmbito do grupo de estudos e pesquisas Trabalho Território e Políticas Públicas (TRAPPU) coordenado pelos professores Dr. Adriano Rodrigues de Oliveira e Dr. Marcelo Rodrigues Mendonça.

nas mãos dos grandes proprietários ou novas possibilidades àqueles camponeses que conseguiram (Re)Existir a este processo.

Assim sendo, o processo sintetizado pelo <<êxodo rural>>, não pode ser compreendido como um fenômeno positivo, que, acompanhando a expansão econômica do país, permitiu a absorção de mão-de-obra. É necessário superar o enfoque neoclássico determinista, pautado nas centralidades de causa e efeito, em contraponto à um possível enfoque histórico e dialético. Para isso, deve ser lido como uma resposta as diferenças de renda, ou seja, tratando o fenômeno da mobilidade como uma ação forçada pelo movimento do capital que marginaliza sujeitos em diferentes espaços.

Entende-se por uma teoria Neomarxista, que o neoliberalismo econômico, as novas gestões de trabalho, a reestruturação produtiva, o desemprego urbano, o subemprego dos países “subdesenvolvidos” o aprofundamento das desigualdades sociais e de renda, entre outros elementos, geraram a necessidade de um paradigma atento a essas contradições inscritas no espaço. Paradigmas que conseguissem extrapolar a interpretação dos fatores de atração/repulsão assistidos na concepção Neoclássica (CARVALHO, 2017).

A criação de Políticas Públicas voltadas aos camponeses que não foram por completo expropriados neste processo, tem como marco histórico o Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar (Pronaf - 1996) e a Lei da Agricultura Familiar de 2006. O Pronaf constitui-se na primeira política pública voltada especificamente para esta categoria social e em 2006 a lei nº. 11.326, de 24 de julho: “estabelece os conceitos, princípios e instrumentos destinados à formulação das políticas públicas direcionadas à Agricultura Familiar e Empreendimentos Familiares Rurais.” Reconhecendo assim estes sujeitos a partir de uma “categoria produtiva” ou profissão no mundo do trabalho (PICOLOTTO, 2011).

Os termos “campesinato” e “agricultura familiar” referem-se à um grupo de sujeitos no campo que têm como base as relações de trabalho familiar, diferente do agronegócio que trata essencialmente de uma

agricultura de base empresarial, capitalista, de larga escala, voltada para a exportação (CARVALHO, 2017).

Por outro lado, o termo jurídico “agricultura familiar” passa a ser incorporado nos debates do agronegócio, bem como a pressão cultural do <<agro>> e sua ideologia tornam-se mais latentes sobre estes sujeitos sociais. Isso porque apesar destes acessarem apenas 24% das terras e 14% dos créditos, conforme apresentado no gráfico a seguir, são eles que produzem 70% da comida do país que vai para a mesa de fato, a comida que de fato mata fome da população (IBGE, 2006).

Tão logo, os dados da agricultura familiar ou do campesinato, são imprescindíveis para o projeto ideológico do agronegócio, sobretudo para acessarem a plataforma discursiva da segurança alimentar. Incluir no “Agro é TUDO” a produção destes camponeses, é fundamental para reforçarem as narrativas sobre a essencialidade do agro para o mundo, sobretudo, para alimentar o planeta cuja população cresce exponencialmente, discurso endossado pelas teorias neomalthusianas.

Wanderley (2015) elucida que os agricultores camponeses passaram a ser percebidos como potenciais integrantes das principais culturas agropecuárias, inclusive no caso de grandes cadeias produtivas globalizadas. Ou seja, a produção desses sujeitos pôde ser cooptada pelo projeto hegemônico tanto do ponto de vista discursivo, quanto pelo espectro da produção em si. Desse modo, como já percebia Sorj (1998) o Estado enquanto financiador da agroindústria e da agricultura capitalista, ao usar as políticas públicas como ferramenta, pode gerar resultados contraditórios por meios de conceitos de controle social.

Para Teixeira (2013) as políticas inclusivas pensadas para o fomento produtivo dessa categoria social, passaram a ser funcionais ao agronegócio, de modo que, a consequência disso tem disso a perda gradativa de elementos que configuram a economia de base camponesa. Isso porque ainda que se faça a distinção da escala de produção ou do tamanho da propriedade no processo de categorização, tanto as políticas direcionadas ao Agronegócio, como aquelas voltadas à Agricultura Familiar caminham no sentido de um mesmo modelo agrícola.

Mendonça (2012) analisa que esse viés integracionista do agricultor aos moldes capitalistas de produção, tem consequências sobre a heterogeneidade e os *saberes-fazeres* do camponês, bem como sobre sua dimensão simbólica, podendo ser essa, inclusive, uma das possíveis causas do insucesso de algumas políticas públicas que não são acessadas de maneira satisfatória.

Não necessariamente, os grupos que partem de uma mesma atividade agropecuária se reconhecem de forma homogênea como é imposto. Wanderley (2015) entende o campesinato por uma forma social de produção. Para a autora o que fundamenta essa forma é o caráter familiar (desde os objetivos da atividade produtiva, voltados as necessidades da família, ao modo de organização do trabalho, que pressupõe a cooperação entre os membros familiares. O campesinato é assim, não só uma forma de trabalhar no campo, mas uma forma de viver, que vai além da produção e corresponde à um modo de vida, uma cultura.

Oliveira (2007), por sua vez, compreende o campesinato como uma classe. Se há burguesia, o proletário e o proprietário de terra, essa última classe se divide em duas: latifundiários e camponeses. Enquanto classe estes sujeitos possuem racionalidades específicas. As políticas públicas ao delinearem-se pelo objetivo hegemônico, vinculado ao mercado, ou seja, ao se demarcarem pelos circuitos hegemônicos, não levam em consideração os valores, a tradição e a dimensão imaterial.

Para além disso, não pautam, na maioria das vezes as próprias ausências de condição material de produção e reprodução da vida, em um país de estrutura agrária tão desequilibrada. A preocupação exclusiva com a racionalidade econômica desconsidera o plano simbólico que não pode ser subjugado, à medida que possui influência direta na *práxis* dos sujeitos. Esse descompasso entre a proposta e a realidade, ocasionado pelo negligenciar da experiência segue se potencializando ao não ser concedida voz aos circuitos de resistência.

Tudo isso, não pode, contudo, levar a cabo a compreensão de que o camponês não tem o mercado e sua lógica como centralidade, ou seja, que esteja totalmente desvinculado do mesmo. É preciso superar a superstição de que esses sujeitos não querem acessar políticas ou estejam isolados em uma

bolha rural à parte do modo de produção capitalista. Ocorre que os padrões de consumo e, por conseguinte, de produção dos camponeses não são os mesmos do capitalista, que priorizam a acumulação em detrimento de outras lógicas.

Ao campesinato, não interessa o discurso/padrão econômico muitas vezes veiculados pelas Políticas Públicas. A demarcação conceitual do campesinato, torna-se uma importante estratégia teórica e analítica para a compreensão sobre as lacunas das Políticas Públicas. Para Conterato; Niederle et. al. (2011) cada vez mais a diversidade é defendida como uma das características mais importantes das formas familiares de produção, sendo um potencial na explicação sobre a permanência e fortalecimento em seus ambientes sociais e econômicos em que as relações de troca mercantil imperam.

Em outras palavras, para os autores, é justamente a diversidade que justifica, ou explica a resistência camponesa. Menezes e Malagodi (2011) reconhecem a resistência como importante elemento constituinte do campesinato, principalmente a resistência em suas formas cotidianas. Essas (Re)Existências (PELÁ e MENDONÇA, 2010) são o enfrentamento da condição de existir e revelam territórios em disputa, sendo um processo de permanência, ressignificada por uma ação política e elementos socioculturais.

O fortalecimento desses processos, a partir da valorização da heterogeneidade e das particularidades e por meio também da escuta sobre as demandas reconhecidas nos circuitos de resistência, são desse modo, um importante caminho para garantia de direitos e emancipação da população do/no campo. Superar também as pré-noções sobre o campo de forma a se contemplar os diferentes sujeitos, parece nesse sentido, um lúcido caminho de aproximação das categorias no âmbito institucional com a realidade do rural brasileiro, a fim de se propor uma intervenção concreta, de modo que a ciência contribua e não sirva para mascarar a realidade.

Logo, entende-se o conceito de <<Agricultura Familiar>> enquanto uma categoria funcional aos semas do <<Agronegócio>>. Guardada, é claro, a devida importância dessa categorização para o que se tem avançado nos últimos anos sobre esses sujeitos, como evidenciado no censo agropecuário de 2006. Entende-se, contudo, que essa categoria possibilita o fortalecimento

do projeto hegemônico, ao reforçar entre os camponeses todos os semas defendidos no campo conceitual do agronegócio e entender a Agricultura Familiar como mediação a ser superada para se alcançar o caráter empresarial e de acumulação do projeto <<Agro>>, ou seja, ao valorizar em seus projetos as premissas dos circuitos hegemônicos em detrimento das proposições dos circuitos de resistência.

A categorização Agricultura Familiar, pode desse modo, ser considerada transformadora, mas não contra-hegemônica ou revolucionária, no sentido da emancipação e soberania dos sujeitos que se compreende pela classe camponesa. Não por acaso, Mitidiero Jr. *et al.* (2017) denominaram o censo agropecuário seguinte ao do ano de 2006, como “Censo do Golpe”, por buscar camuflar a realidade sobre estes sujeitos sociais.

Conforme elucidam os autores, após os reclames da ex-ministra/senadora Kátia Abreu, para a não realização do censo, o mesmo ocorreu com início em 2017 e término em 2018 e com alterações nas metodologias e cortes nos questionários de pesquisa:

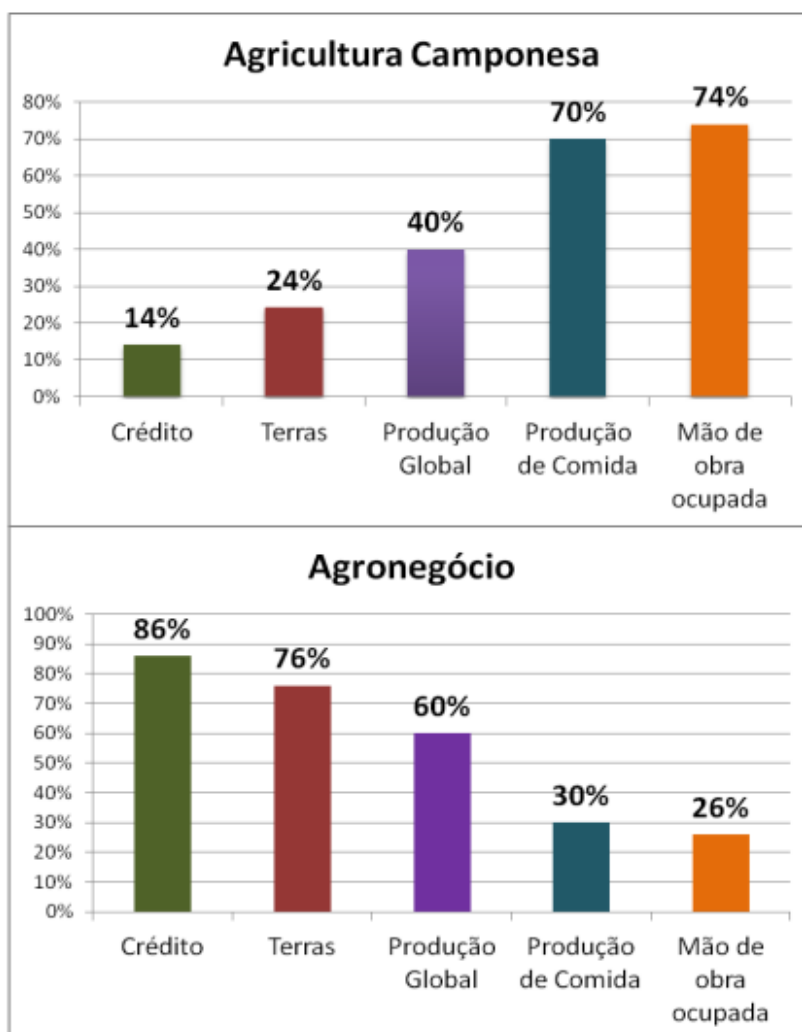
para a realização do censo [...] o IBGE solicitou 330 milhões de reais, sendo liberado somente 266 milhões pela Lei Orçamentária aprovada pelo Congresso Nacional em 14/10/2016, o que fez o IBGE cancelar a realização da coleta. Porém, o governo e o IBGE voltaram atrás e anunciaram a realização do censo com um orçamento de 505 milhões de reais, no entanto com duros cortes no questionário e no número de recenseadores (MITIDIERO JR *et al.*, 2017, p.72).

Segundo os autores, com o *impeachment* (golpe político parlamentar) da presidenta Dilma Rouseff, no governo de Michel Temer, a bancada ruralista agiu de forma rápida e cirúrgica no ataque ao levantamento censitário dos mais importantes sujeitos sociais do campo: os camponeses. A estratégia foi empossar como presidente do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) o declarado discípulo do ultraliberal Roberto Campos: Paulo Rabello de Castro, que logo providenciou uma forma de mascarar os dados que fazem emergir a realidade escancarada nos gráficos seguintes.

Rabello conduziu sua gestão direcionando o IBGE a um debate sobre privatização e as pesquisas às demandas do mercado. Em sua promessa de “fazer mais com menos” a partir de financiamentos, o que foi feito na verdade foi “menos com menos”, conforme afirmam Mitidiero Jr. *et al.* (2017). Isso

porque para além do entrave do censo divulgado 12 anos depois, comprometendo os padrões estatísticos de 10 anos, a mudança das metodologias e os cortes promoveram uma verdadeira cortina de fumaça sobre o que o censo de 2006 gritava: a discrepante relevância social e produtiva do campesinato em relação ao agronegócio.

Gráfico 9 - Censo agropecuário de 2006



Fonte: IBGE (2010).
Organização: A autora (2017).

Contudo, com a análise minuciosa dos autores sobre os dados do último censo, percebe-se ainda assim a supremacia produtiva dos pequenos estabelecimentos rurais em relação aos médios e grandes estabelecimentos e a força social e política destes sujeitos entre tantas pautas, na pauta da segurança alimentar. Não por acaso o reforço da Agricultura Familiar enquanto um sema do Agronegócio é indispensável pelos mesmos e deve, portanto, ser questionada e contraposta.

O uso indiscriminado dos termos se dá também entre as ideias de cultivo e cultura. Recorrentemente o cultivo de *commodities* agrícolas são tratados como <<cultura>> e associadas aos semas da tradição. Por outro lado, este modelo de produção não carrega na prática os semas da ancestralidade.

Como sugere Mendonça e Pelá (2011), aquilo que nos textos acadêmicos e nos livros didáticos é definido por agricultura de subsistência, na materialidade corresponde à agricultura do autoconsumo ou à agricultura da abundância (Mendonça, 2004) , com condições materiais favoráveis à reprodução da vida e a manutenção da diversidade.

As paisagens do campo evidentemente revelam que o prefixo “sub” ou “abaixo” tem sido equivocadamente e repetitivamente utilizado para definir a agricultura da diversidade, da pluralidade e do equilíbrio socioambiental. E apesar do uso do termo, Oliveira (2003) apresenta como estes sujeitos sociais mais se aproximam de uma parte funcional do modelo de desenvolvimento imposto ao país do que de um vestígio, teimoso e resistente do passado.

Assim o é também com outro clássico da literatura e dos livros didáticos: a agricultura de subsistência. Ao longo dos anos o termo foi se aproximando cada vez mais da noção de uma agricultura de pequena escala, pequena produção e para o <<agro>> uma agricultura em fase atrasada, com instrumentos de trabalho rudimentares e um destino, quase sentença a não existência, em condição passível de superação.

Essas narrativas levaram o termo a uma compreensão bem próxima do prefixo estabelecido na escolha léxica: sub - existência, ou seja, abaixo da existência⁸⁸ (MENDONÇA e PELÁ, 2011), legitimando assim todo o discurso Neoclássico sobre o <<êxodo rural>> à medida que, se está abaixo da existência, justifica-se a migração campo-cidade, enquanto uma decisão pessoal dos camponeses.

Por outro lado, o que a realidade evidencia, é que sob posse da terra, os trabalhadores do campo, fazem o que Rabello havia prometido sobre o censo agropecuário: mais com menos. Como analisado, em

⁸⁸ As reflexões apresentadas no quadro, vão ao encontro dos debates engendrados do âmbito do grupo de estudos e pesquisas Trabalho Território e Políticas Públicas (TRAPPU) coordenado pelos professores Dr. Adriano Rodrigues de Oliveira e Dr. Marcelo Rodrigues Mendonça.

pequenas propriedades, sem créditos e com todos os desafios dos circuitos de mercado, estes trabalhadores e trabalhadores, promovem a agricultura da diversidade e da abundância (MENDONÇA, 2004), em pequenas propriedades, unidades de conservação de uso sustentável, assentamentos etc.

E ainda que em sua maioria não respeitem ou se prendam a todas as etapas da racionalidade capitalista de produção, como o controle do lucro, a seleção da vida e a rastreabilidade dos custos, estes sujeitos garantem o autoconsumo, o sustento de toda família, restando-lhes ainda o excedente que pode ou não ser comercializado.

Nos discursos do <<agro>> nota-se que todos estes termos, que empiricamente referem-se à complexidade dos sujeitos que produzem comida no campo, são analisados de forma etapista. Por vezes o termo legal agricultura familiar é moldado como um estágio superior a agricultura de subsistência que designa os camponeses. Assim ou estes sujeitos seguem os protocolos capitalistas de produção ou estão destinados pelo agro a serem expulsos do campo, a não acessarem as políticas públicas e até mesmo deixarem de existir enquanto categoria social.

As ideias de agricultura familiar e agricultura de subsistência pautadas pelo agronegócio, apresentam-se, portanto, como uma categoria funcional, que profissionaliza os camponeses e situam toda a heterogeneidade do rural brasileiro em uma condição linear (CARVALHO, 2017). Cria-se assim aberturas narrativas para se apresentar o Agronegócio como superação da Agricultura Familiar, a Agricultura Familiar como superação do Campesinato e o Campesinato como Agricultura de Subsistência.

O uso indiscriminado dos conceitos pode incorrer ao risco de se colocar a Agricultura Familiar como superação do campesinato, sendo imprescindível, cada vez mais, demarcar-se teórico e politicamente a importância desses sujeitos e sua soberania.

Outra adjetivação para agricultura percebida é a de agricultura orgânica. Os estudos científicos como os desenvolvidos e apresentados pelo pesquisador e professor Wanderlei Pignati e vários outros como a

pesquisadora e professora Larissa Bombardi e aqueles que contribuíram para o Dossiê ABRASCO (2012), evidenciam os efeitos deletérios provocados pelo uso de agrotóxicos e tornam essas importantes informações ainda mais publicizadas, bem como já se observava com os documentários como os de Tendler (2011; 2016) “O veneno está na mesa”.

Os aspectos que envolvem a saúde nos debates sobre a Segurança Alimentar, são desconstruídos com a disposição dos dados que estes pesquisadores trazem, diante o elevado índice de agrotóxicos presente nas lavouras do país. Tal fato, cria uma demanda nacional e internacional por comida e matéria-prima saudável, livre de veneno.

Por conseguinte, nota-se um novo nicho de mercado: *commodities* para o mercado externo e comida para a burguesia do mercado interno sem veneno, assim como insumos para o que chamam de “controle biológico de pragas” EMBRAPA (2020), haja visto que na lógica liberal as demandas não são sociais mais sim individuais e misteres dos consumidores.

Os microrganismos que respondem biologicamente ao desequilíbrio do ecossistema local provocado pelos monocultivos continuam, neste nicho de mercado, a serem definidos como pragas; bem como o modelo agrícola de produção pautado no padrão industrial no campo, não é questionado.

A produção de orgânicos, que não rompe com as estruturas que provocam os problemas ambientais que combatem, se circunscreve a sujeitos com acesso a capital, terra, ciência e tecnologia, para atender a um mercado bastante específico, se posicionando enquanto “ambientalmente corretos” e teoricamente atentos aos princípios da sustentabilidade, mesmo que apliquem mudanças de 360º focados no “economicamente viável”.

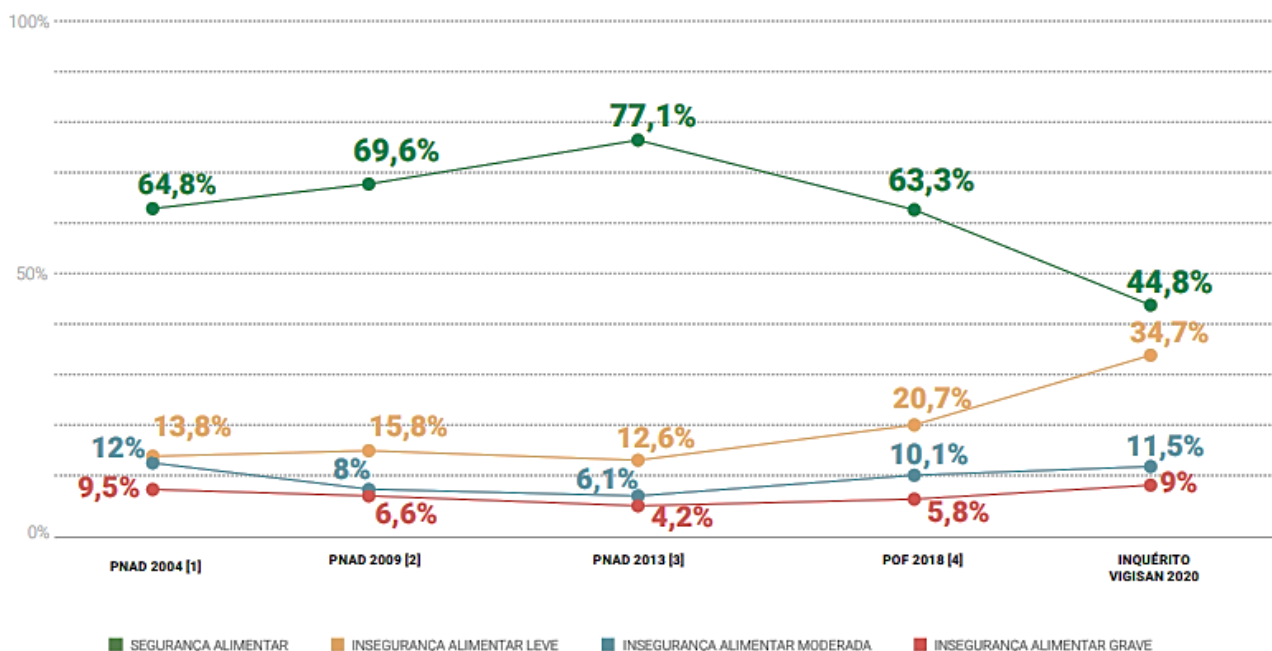
Nessa lógica a natureza é sempre vista como um recurso natural, ou seja, como algo por completo disposta para servir ao humano, em evidente distanciamento entre o humano e a natureza. É por este motivo, que se torna alentada a discussão sobre a agroecologia como ciência e como movimento político e sobre todos seus princípios incluindo a

soberania alimentar, os quais serão discutidos em breve. Antes é preciso falar também sobre a apropriação do termo “alimento” nos debates do agro.

A narrativa de produção de alimentos para a população mundial que só cresce, nascida no contexto da Revolução Verde, que destinava aos chamados “países subdesenvolvidos” este “importante” papel, ainda hoje é muito utilizada. Outra narrativa que vai ao encontro deste é a da produção dos “biocombustíveis” em um cenário de aquecimento global. De tal modo, a constante expansão da fronteira agrícola, legitima-se na justificativa de que esta se dá para garantir o alimento necessário ao mundo.

Como evidenciado, o que é chamado pelo “projeto agro” de alimento, trata-se na verdade de *commodities* agrícolas que nada tem a ver com a preocupação sobre a pauta da fome. Fosse isso, o Brasil não apresentaria os seguintes dados de segurança alimentar sobretudo nos últimos anos:

Gráfico 10 - Comparação das estimativas de Segurança/Insegurança Alimentar (Brasil: 2004-2020)



Fonte: IBGE (2003 - 2004; 2008 – 2009; 2013 – 2014; 2017 – 2018); Inquérito Vigisan (2020).
 Metodologia: Escala de 8 itens.
 Organização: Vigisan (2020).

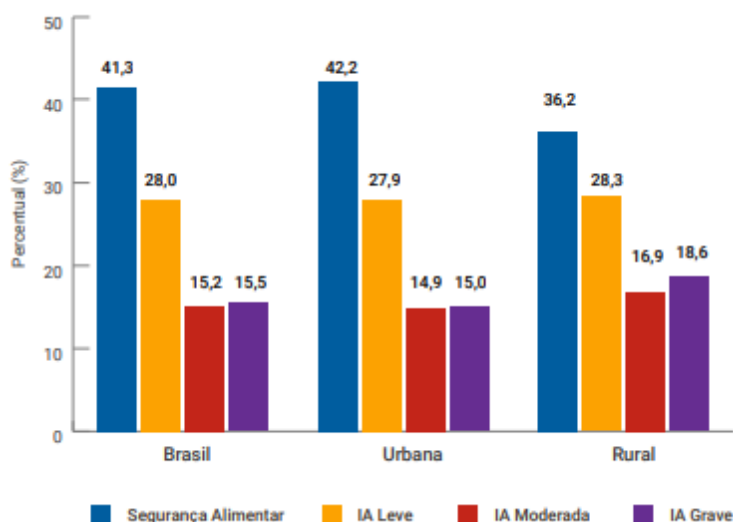
Os dados evidenciam que na prática o projeto “agro” não tem por finalidade a produção de alimentos para o combate à fome conforme apresentado nas narrativas, o que provoca Mitidiero Jr *et al.* (2017) ao apresentarem o conceito geográfico contra-hegemônico de <<comida>> demarcando do ponto de vista teórico, político e por conseguinte conceitual a produção que de fato chega aos pratos e estômagos dos brasileiros.

Na divulgação do II Inquérito VIGISAN, quanto a segurança alimentar e nutricional, constataram-se que além do Brasil ter voltado ao mapa da fome, aos patamares do ano de 2004, boa parte da população encontra-se em situação de miséria. No final de 2020 mais de 9% da população brasileira (19,1 milhões de pessoas) conviviam com a fome, em 2022 este número subiu para mais de 15% da população (33,1 milhões de pessoas). (II VIGISAN, 2022).

O inaccessível pleno e permanente aos alimentos, em sua representação mais dolorosa: a fome, assola o país em um contexto discursivo da produtividade e da segurança alimentar. No panorama analisado, contextualizado na produção de alimentos e outros bens não duráveis durante a pandemia da COVID-19, os segmentos agropecuário e industrial, foram um dos únicos que não interromperam suas atividades ou não adotaram o isolamento social. “O agro não para” foi, inclusive uma retórica bastante utilizada neste panorama nas mídias sociais.

Os dados do II VIGISAN evidenciam que a fome tem cor, gênero, localização e é passível de uma regionalização. O gráfico 11 evidencia o lugar da fome, em que se observa a insegurança alimentar leve, moderada e grave disposta em maior proporção nas zonas rurais, alertando-se à um descaso com a população rural no país urbano do agro.

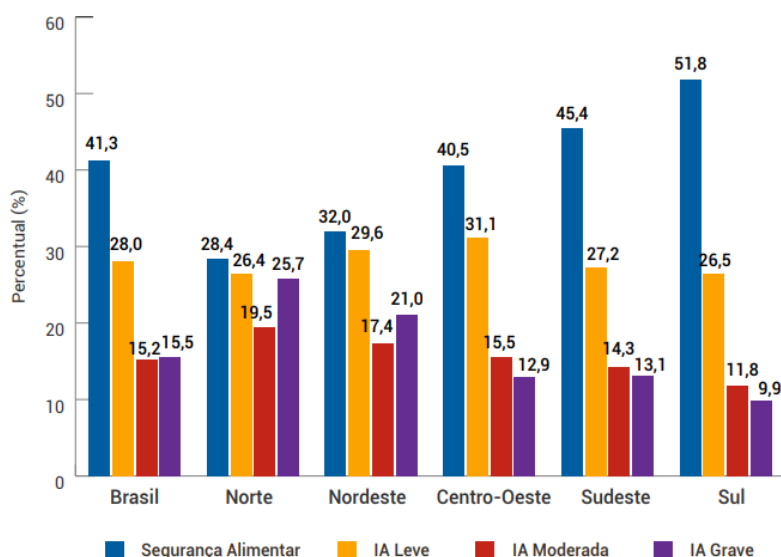
Gráfico 11 - Distribuição percentual da insegurança alimentar no Brasil nas áreas urbanas e rurais - 2021/2022



Fonte: Vigisan (2022).

Ainda quanto à dimensão espacial, observa-se que as regiões com a menor renda do país (Norte e Nordeste) enfrentam a realidade do maior porcentual de famílias em situação de fome no país, conforme os dados disponibilizados no gráfico 12.

Gráfico 12 - Distribuição percentual da insegurança alimentar no Brasil por regiões oficiais do IBGE - 2021/2022



Fonte: Vigisan (2022).

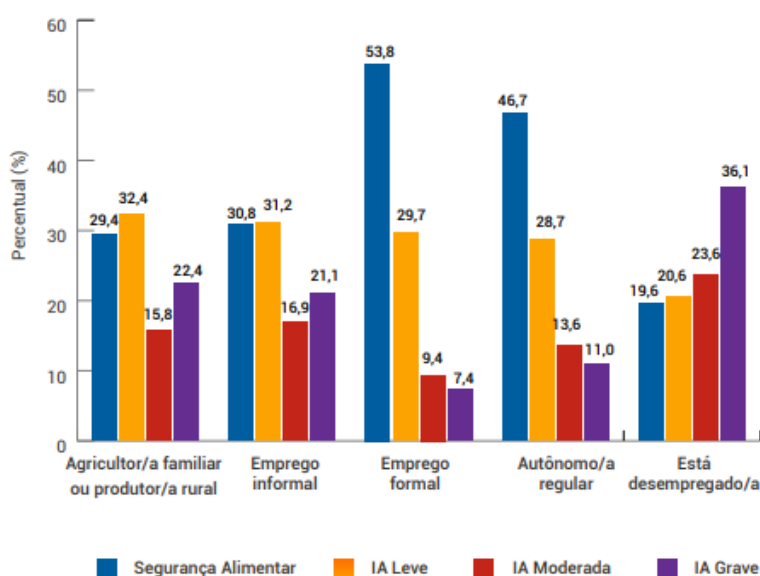
Considerando-se pela regionalização geoeconômica - ainda que esta não obedeça aos limites estaduais, como as regiões oficiais do IBGE, percebe-se que as desigualdades regionais quanto ao acesso ao alimento, se

dá assim como os índices macroeconômicos, com relevante discrepância entre o Centro-Sul em relação as regiões Nordeste e Amazônia.

Estas desigualdades regionais reforçam a compreensão sobre as desigualdades estruturais do país, que se estabelecem nas singularidades territoriais, desde a configuração territorial no período colonial à atualidade. Além disso o inquérito do II VIGISAN aponta para outro elemento de caráter estrutural que corresponde a composição familiar com segurança alimentar e os níveis de insegurança, alertando que a fome hoje é feminina e negra, no país cuja população negra é tão expressiva e em que as mulheres assumem papel tão importante, inclusive na manutenção dos *saberes e fazeres* da agricultura camponesa.

A insegurança alimentar é também grave nos domicílios em que há moradores com até 18 anos. Quanto aos trabalhadores, associada ao desmonte das políticas públicas voltadas aos camponeses, nos estabelecimentos camponeses observa-se as formas mais severas de insegurança alimentar. “A prevalência de insegurança alimentar grave era de 21,8%, mostrando que a fome atingia os moradores de mais de 1/5 dessas habitações.” (VIGISAN, 2022, p.48). Quanto a distribuição dos dados pelo critério da situação de trabalho da pessoa de referência nos domicílios, tem-se a seguinte realidade nos últimos anos:

Gráfico 13 - Distribuição percentual da insegurança alimentar no Brasil quanto a situação de trabalho - 2021/2022



Fonte: Vigisan (2022).

Além das pessoas que estão na condição de desemprego, a situação da insegurança alimentar é grave entre os camponeses, seguido das pessoas no emprego informal. Outro aspecto importante é quanto a segurança nutricional que acomete ainda mais pessoas que a insegurança alimentar.

Nesse sentido, é imprescindível ser analisado o monopólio e controle da água e do consumo e padrões de alimentação. Empresas como a Pepsi, Nestlé, Coca-Cola e Danone, são alguns exemplos que chamam atenção sobre esse aspecto. A pauta da privatização hídrica e comercialização de bens comuns, assim como a discussão sobre substâncias alimentares em detrimento da comida, apontam para o entendimento de que a cultura alimentar está comprometida, sobretudo em seus contextos culinários regionais.

A riqueza alimentar sustentada principalmente nas comunidades tradicionais encontra-se materialmente e imaterialmente desterritorializada e em ameaça em função da expansão dos monopólios alimentares que ditam uma matriz de consumo. Valores e sabores locais precisam ser resgatados nesse sentido, no intuito de se prezar pela emancipação. Emerge em meio a isso, a necessidade de se contrapor, não de forma maniqueísta, mas pelo aprofundamento da discussão, os conceitos de Segurança Alimentar e Soberania Alimentar.

Recorrentemente, a unidade de discurso em torno da Segurança Alimentar para legitimação do agronegócio é retomada. Ocorre que falar em quantidade de alimento que precisa ser produzido para alimentar o mundo, não equaciona a demanda de inúmeros sujeitos por comida. Como se pode então, discutir que o mundo precisa ser alimentado atentando-se à produção e negligenciando-se o acesso?

O mesmo princípio retórico se aplica ao pensar-se os biocombustíveis e o discurso da “energia limpa”. Houtart (2010), analisa este nicho e compreende que neste campo de disputas as palavras se tornam armas em uma guerra em que os grandes conglomerados petrolíferos, industriais e comerciais são transformados em verdadeiros benfeitores da humanidade.

Neste cenário, impõe-se a pergunta: seria a Agroenergia uma solução para o clima ou uma saída da crise para o capital? (HOUTART, 2010). Como na Revolução Verde a pauta da “fome no mundo” sustentava o projeto, a “bioenergia” edifica nos anos 2000 uma nova plataforma discursiva de acesso às narrativas da sustentabilidade para a reinvenção do capitalismo.

Por outro lado, o incentivo à monocultura, estrangula a possibilidade de uma produção sustentável, à medida que isso significa na maioria das vezes o intenso uso de veneno e outros agroquímicos, o arrefecimento da produção de comida e da soberania alimentar, o controle e subordinação da terra e dos bens comuns de consumo ao capital privado etc.

Tal realidade coloca em debate a narrativa da sustentabilidade ambiental com paisagens estéreis, como as dos monocultivos. Seria possível considerar sustentável ambientalmente um modo de produção que gera tantas dependências e atrofia a heterogeneidade em busca da hegemonia? São por essas e outras razões, que se observa que o discurso da <<bioenergia>> é facilmente apropriado pelo capitalismo desta vez vestido de verde, para a ampliação do lucro. (CARVALHO, 2017).

Em disputa conceitual encontra-se também a ideia de <<agro defensivos>> defendidos pelo projeto agro como sinônimos de defensivos agrícolas, insumos agrícolas, insumos químicos, quando se tratam na verdade de inseticidas, herbicidas, fungicidas e outros venenos para microrganismos, tóxicos também a outras vidas como a vida humana. Neste campo de disputa conceitual, os contextos discursivos apresentam a máxima: “a diferença do veneno e do remédio é a dose”.

O que se assiste por outro lado são denúncias sobre a intoxicação humana, a contaminação dos solos, ar, rios e a drenagem da renda de produtores do campo de todas as escalas com a compra destes venenos. Além disso, sua aquisição desde sempre esteve consubstanciada pelo Estado, como no SNCR e nos financiamentos agrícolas garantidos pela aquisição destes pacotes, sob o argumento do seguro agrícola.

Outro aspecto importante são os regramentos legais sobre o tema, sempre fragilizados em favor da reprodução do capital a partir da química dependência, como será pontuado mais adiante. A alteração da legislação deste cunho e de muitos outros que possibilitam a disponibilidade dos territórios ao processo de acumulação e apropriação da renda, ocorre sempre legitimado pelo discurso do desenvolvimento.

O conceito de desenvolvimento, inicialmente cunhado pelas ciências naturais, muito próximos do conceito de evolução, em 1949 a partir do discurso de posse do segundo mandato do presidente dos Estados Unidos - Harry Truman, passa a ser utilizado pelas ciências sociais quando o mesmo cunha o conceito de subdesenvolvimento se referindo a “áreas subdesenvolvidas”, em que os EUA necessitava levar o conhecimento técnico e o progresso industrial que lhes eram próprios.

Esse episódio, conforme entende Montenegro Gómez (2006) pressupõe um contexto histórico específico, em que se pesam a luta encabeçada pelos EUA contra o comunismo e a instabilidade mundial da Guerra Fria; a demanda dos EUA e Europa por matérias-primas mais baratas na reconstrução e novo ciclo expansivo pós-guerra; o entendimento de que o crescimento populacional do que passa a ser chamado “Terceiro Mundo” apresenta uma ameaça ao equilíbrio mundial e a fé na racionalidade científica e no desempenho tecnológico.

Como evidencia Escobar (2014) há naquele momento, a classificação do que são considerados países desenvolvidos (como os Estados Unidos) e países subdesenvolvidos (como o caso do Brasil), ideia fortemente reforçada no Consenso de Washington. Inventava-se nesse contexto, uma exterioridade como estereótipo - discurso de que naturaliza a superioridade do ocidente sobre o resto do mundo. São os países de “Primeiro Mundo” como exemplo a ser seguido por todos os outros para se alcançar determinado padrão.

O que não fica evidente neste discurso, é que necessariamente, essa lógica perpassa a exploração e a espoliação. Montenegro Gómez (2006) evidencia que mesmo havendo controvérsias a respeito da origem do conceito, a conformação do desenvolvimento é recente e

recorrentemente ele é colocado como o perfeito e único caminho para melhorar a qualidade de vida das pessoas.

Como já debatido anteriormente, a narrativa do desenvolvimento, aparece, portanto, colocando o conceito como ambíguo a ideia de avanço ou progresso. Priorizando-se o crescimento econômico em detrimento de outras pautas, o que se manifesta nos territórios é a manutenção da desigualdade com o progresso, postulado como universal, ocorrendo para um grupo específico, ficando os demais sujeitos às margens do processo.

É por este motivo que se assiste tantas adjetivações ao conceito, o que leva Smith (1988) a resgatar para a Geografia a tese de Léon Trotsky do “Desenvolvimento Desigual e Combinado” e autores como Escobar (2014) a pensar alternativas ao desenvolvimento e não de desenvolvimento. Assim, aparece o Bem-Viver, como alternativa ao desenvolvimento cuja prioridade mais se aproxima da vida digna e do bem comum do que do crescimento econômico.

Por uma ontologia política, Escobar (2014) nos convida a ponderar assim todos os elementos que compõem o espaço, o que justifica o título de sua obra “Sentipensar com la tierra”. Como alternativa ao desenvolvimento caberia pensar o pluriverso valorizando-se o bem viver e os territórios de vida.

6. A MARCHA DA APROPRIAÇÃO: NOVOS CONTEÚDOS TERRITORIAIS DA QUESTÃO AGRÁRIA BRASILEIRA

Compreendido os caminhos da captura a partir das estratégias conceituais e discursivas do agro e os caminhos do controle, com a busca de se identificar os principais grupos que hegemonizam os interesses das corporações de *commodities*, propomos neste capítulo pensarmos sobre os caminhos da drenagem territorial. Entendemos que cotidianamente lançado, o projeto-projétil (i)material do agronegócio, se municia cada vez mais do capital, de novas plataformas discursivas e de mais articulações que o fortalece. Tal fato faz emergir sempre um novo horizonte para a acumulação e para a espoliação (HARVEY,2003).

Frente a isso, discutimos neste capítulo, sobre algumas sínteses possíveis acerca das ações territoriais das corporações de *commodities*, pensando as trilhas que levam a drenagem dos novos conteúdos territoriais da questão agrária brasileira. Para provocar tais discussões, tentamos:

1) Analisar algumas estratégias de legitimação da territorialização das corporações de *commodities* no bojo dos marcos regulatórios do Estado capitalista brasileiro;

2) Apresentar algumas materialidades das discussões teóricas engendradas a partir de experiências identificadas nos territórios dos Cerrados.

Observamos de tal modo os posicionamentos de classe do Estado capitalista brasileiro a partir das frações de classe que sustentam sua ossatura (POULANTZAS, 1980) e a necessidade de um resgate sempre mais urgente da pauta agrária a partir da complexidade territorial em que se insere, as ações destas corporações, enquanto reverberação de todos os discursos estabelecidos.

6.1. O marco regulatório: A busca pela legitimação das ações territoriais do agronegócio

Em sua origem, o conceito de agronegócio, proposto por Davis e Goldberg (1957) com o engendramento dos signos do “agro” enquanto o modelo agrícola capitalista, já ia ao encontro da concepção de que a agricultura empresarial deveria ser prioritária nas propostas de políticas públicas, conforme anunciado pelos autores na obra em que lançaram o conceito. Não por acaso, conforme evidenciado nas investigações de Mendonça (2013) e Melo (2018) Davis atuou como Vice-Ministro da Agricultura de Dwight David Eisenhower (1935-1961) e foi presidente da Commodity Credit Corporation (CCC), levando também por conferências internacionais seus pressupostos para diversos países.

Svampa (2013) evidencia como o Consenso de *Commodities* a partir dos anos 2000, provocou a perda da Soberania Alimentar, pelo processo de reprimarização das economias, para atender as demandas deste projeto, em uma equação em que proporcionalmente aumentou-se a exportação de alimentos em grande escala para o consumo animal e se cresceu a produção de biocombustíveis e fertilizantes. A autora acrescenta ainda que do ponto de vista da lógica da acumulação, o Consenso das *Commodities*, aprofundou a dinâmica de espoliação de terras, recursos e territórios e produziu novas e perigosas formas de dependência e dominação.

Lacerda (2011) analisa que no Brasil o agronegócio, enquanto um movimento político e ideológico do empresariado rural, buscou sua institucionalidade a partir da retórica da Segurança Alimentar e que recentemente tem se edificado nos pressupostos do Desenvolvimento Sustentável. O conceito de Desenvolvimento Sustentável foi apresentado pela Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento da Organização das Nações Unidas - ONU, na década de 1980, no relatório “Nosso Futuro Comum” (ONU, 2020), no relatório o conceito foi definido da seguinte forma:

O desenvolvimento sustentável é o desenvolvimento que encontra as necessidades atuais sem comprometer a habilidade das futuras gerações de atender suas próprias necessidades. [...] Um mundo onde a pobreza e a desigualdade são endêmicas estará sempre propenso à crises ecológicas, entre outras... O desenvolvimento sustentável requer que as sociedades atendam às necessidades

humanas tanto pelo aumento do potencial produtivo como pela garantia de oportunidades iguais para todos. (ONU 1987 *apud* ONU, 2020)

Nota-se que no seio das críticas o conceito e seus ideais foram capturados para potencializar novos nichos de mercado, como o foi também com o conceito de agricultura orgânica. Lacerda (2011) identifica este movimento do capital pela mediação do agronegócio, o que chama de imagnetização do sistema. A autora aponta que na segunda fase de argumentação da ABAG em que as narrativas tanto se aproximam dos temas do desenvolvimento e da sustentabilidade, o agronegócio, utilizou-se da tese do *Triple Bottom Line* ou 3P's, para legitimar ou positivar seu discurso, a partir da ideia de que é possível a harmonia entre interesses sociais, ambientais e lucro.

Contudo, quando a racionalidade capitalista do agro é aplicada, observa-se quase um “agronegocídio” em que as demandas do negócio do agro se sobrepõem e sufocam todo o resto sem quaisquer possibilidades de equilíbrio. A exemplo disso, Shiva (2020) relata como a busca por um monopólio de sementes, que implica em um monopólio de produtos químicos, se dá por um mesmo *modus operandi* colonizador de Colombo e da colonização Britânica.

Ao se justificar o uso das sementes geneticamente modificadas, controladas pelas corporações, como possibilidade de otimização da produção e redução da área plantada a partir de sementes mais resistentes, as corporações querem justificar o “negócio das funções da natureza” (SHIVA, 2020). Segundo a autora, primeiro “justifica-se o extermínio” para depois colonizar; esvazia-se o lugar para depois assumir o controle.

Vandana Shiva ao participar do acordo de Paris em 2015 observou que a presença de Bill Gates e Zuckerberg no palco, era o que havia de mais relevante para o jornal que fazia a cobertura daquele evento (SHIVA, 2020). A autora, pesquisadora e ativista, relata que naquele momento percebeu algo de estranho, à medida que os bilionários naquela circunstância não eram apenas iguais aos chefes de Estado, mas na verdade os substituíam.

O relato de Shiva (2020) reforça a tese de que as corporações controlam os Estados. Segundo a autora, no processo de financeirização as

grandes corporações foram criadas para colonizar o mundo, de modo que, em um mundo novo elas atuam com o mesmo padrão de colonização do mundo antigo.

Em novembro de 1996, entrou em vigor no Brasil a lei complementar nº 87 de 13 de setembro de 1996, conhecida como Lei Kandir. A lei dispõe “sobre o imposto dos Estados e do Distrito Federal sobre operações relativas à circulação de mercadorias e sobre prestações de serviços de transporte interestadual e intermunicipal e de comunicação, e dá outras providências” (BRASIL, 1996).

A lei promove a exoneração do agronegócio e da mineração acerca do Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços – ICMS, o que tem provocado crise fiscal em estados e municípios, por se tratar de um tributo de competência do estado. Conforme o artigo 3º, inciso II, vide lei complementar nº 102, de 2000, “o imposto não incide sobre operações e prestações que destinem ao exterior mercadorias, inclusive produtos primários e produtos industrializados semi-elaborados, ou serviços”.

Em parágrafo único equipara-se às operações de que trata o inciso II a saída de mercadoria realizada com o fim específico de exportação para o exterior, destinada a: “I - empresa comercial exportadora, inclusive *tradings* ou outro estabelecimento da mesma empresa; II - armazém alfandegado ou entreposto aduaneiro.” Deste modo, a lei é instrumentalizada para a concentração de renda, além de ferir o Estado de bem-estar social.

Assim, a tributação continua se baseando no consumo e em um princípio de não se exportar impostos ou não promover entraves às exportações, escorando-se no argumento da competitividade internacional, para não se tributar proporcionalmente a burguesia interna.

Nota-se que no Consenso das *Commodities*, o sistema tributário do Brasil, estimula os paraísos fiscais e facilita a apropriação dos componentes territoriais pelas corporações de *commodities*, em um sistema que isenta os impostos e gera custos para o Estado, como o óbvio dos problemas ambientais e de saúde. Em uma ruína territorial, a química dependência, a dependência econômica da *comoditização*, a importação de danos ambientais e sociais e a exportação de bens comuns, promovem um desperdício permanente da natureza.

Exporta-se para garantir o equilíbrio da balança comercial às custas de uma injustiça fiscal permanente. É válido ressaltar também que pela ótica da competitividade os preços das *commodities* são condicionados pela lógica global, ou seja, independente da tributação, os preços pagos são os mesmos. Não é o local que dita a pauta e os preços da dinâmica comercial global.

Entre os prejuízos ambientais e da saúde, atribuídos a centralidade do modelo econômico pautado na *comoditização* dos territórios, estão aqueles consequentes do intenso uso de venenos e outros químicos para a produção agrícola. Sobre este assunto em 2002 foi apresentado o projeto de lei 6299 (PL 6299/2002) de autoria do então senador federal, por Mato Grosso, Blairo Maggi.

O projeto altera os artigos 3º e 9º da Lei nº 7.802, de 11 de julho de 1989, que dispõe sobre a pesquisa, a experimentação, a produção, a embalagem e rotulagem, o transporte, o armazenamento, a comercialização, a propaganda comercial, a utilização, a importação, a exportação, o destino dos resíduos e embalagens, o registro, a classificação, o controle, a inspeção e a fiscalização de agrotóxicos, seus componentes e afins, e dá outras providências. (BRASIL, 2022)

Com 301 votos a 150, a Câmara dos Deputados aprovou no início de fevereiro de 2022 com regime de tramitação de urgência, o projeto que seguiu para apreciação do Senado. Como apontado pela Campanha Permanente Contra os Agrotóxicos e Pela Vida e a Articulação Nacional de Agroecologia (ANA) – compostas por organizações e redes regionais, bem como movimentos sociais e comunidade acadêmica; o projeto pode ser reconhecido como “pacote do veneno”. Segundo a ANA, com a aprovação do projeto na Câmara “vence o discurso de que vale tudo para produzir mais soja, enquanto o povo passa fome na fila do osso”.

Em 07 de março de 2022 a SBPC manifestou-se contra a PL do veneno aprovada pela câmara dos deputados, afirmando: “A nova redação trazida na lei pelo PL, traz elementos subjetivos ao não pontuar claramente sobre a aceitabilidade do risco e deixa de exigir critérios claros para proibição ou aprovação do registro dos agrotóxicos”. Acrescentando ainda “O Ministério da Agricultura deveria agir de modo

contrário ao conteúdo do PL, na direção de fornecer alimentos sem agrotóxicos para a população, e minimizando seu uso no campo.”.

Outro destaque é a PL 490/2007 (BRASIL,2007) cujo a ementa é a alteração da Lei nº 6.001, de 19 de dezembro de 1973, que dispõe sobre o Estatuto do Índio. O projeto estabelece que as terras indígenas serão demarcadas por meio de leis e associa-se aos objetivos manifestos na tese do marco temporal. Esta tese lê de forma distorcida aos seus interesses das frações de classe reinante e politicamente reinante, os direitos de territorialidade da população indígena, sob a narrativa de que os povos indígenas não podem exigir direitos sobre as terras em que não ocupavam antes da data da promulgação da Constituição Federal brasileira (1988).

Os direitos originários de territorialidade dos povos indígenas são garantidos na constituição, sem a especificação de datas, reconhecendo-se o papel e a importância da população indígena e dos seus territórios para manutenção dos seus saberes e dialeticamente a importância dos seus saberes e culturas para a manutenção dos territórios de vida e biodiversidade no Brasil.

O projeto de lei proposto por Homero Pereira (BRASIL, 2007) endossa os empenhos das frações de classe reinantes e politicamente reinantes do país em adentrar os territórios bloqueados ao processo de acumulação:

Nossa proposição visa a promover o aperfeiçoamento da legislação indigenista, no que tange à competência do Congresso Nacional para dispor sobre a demarcação das terras indígenas. [...] vemos, no cotidiano, que as áreas reivindicadas e que, por isso, são objeto de demarcação, envolvem interesses diversos, tanto públicos quanto privados [...] em sobreposições de áreas indígenas às áreas de proteção ambiental, estratégicas para a segurança nacional, como, por exemplo, as localizadas na faixa de fronteiras, de propriedades privadas destinadas à produção agropecuária e outras atividades produtivas importantes para a viabilidade econômica. [...] aquelas ocupadas por obras de infra-estrutura, como estradas, redes de energia elétrica e telefônica, de prospecção mineral e recursos hídricos. (BRASIL, 2007).

Além disso o projeto defende o deslocamento da demarcação das terras indígenas ao legislativo, reforçando-se a simbiose da bancada ruralista, nas frações de classe politicamente reinantes, com os interesses nestes territórios.

6.2. As existências marcadas: sínteses empíricas das discussões teóricas nos campos dos/nos Cerrados

6.2.1 – Os Cerrados, seus povos e disputas territoriais: alguns pressupostos

Falar em Cerrados é um esforço teórico de abstração da realidade que dimensiona a diversidade. É também considerá-lo enquanto bioma, tratando-se de sua fitofisionomia, fauna e flora, mas, além disso, situá-lo em um lugar que pondere e empodere os sujeitos que constituem esses territórios. É contrapor a hegemonização dos monocultivos agrícolas e das mentes nesses espaços (PELÁ e CASTILHO, 2010) (SHIVA, 2003).

Os sujeitos constituintes do Cerrado apresentam diversas identidades, enfrentam distintos conflitos, se apropriam de diferentes formas do espaço, apresentam específicos níveis de controle territorial e convidam a pensar em vários Cerrados, especialmente do ponto de vista da análise espacial.

Tratar de Cerrados, portanto, é demarcar teórica e politicamente os diferentes sujeitos que os compõem, apropriam e os transformam. É contemplar a diversidade, as contradições e diferenças, pensando os Quilombolas, os Indígenas, os Camponeses assentados e proprietários de Terra, os Migrantes, os Ribeirinhos, as comunidades de Fundo de Fechos de Pasto, as mulheres do campo, os sujeitos de luta pela Reforma Agrária, os sujeitos afetados pela mineração, aqueles expropriados que vivem nas periferias urbanas e inclusive os atores hegemônicos capitalistas que atuam em todos estes espaços e influenciam todas estas existências.

Dimensionar esses diferentes sujeitos ou essas categorias sociais de forma simultânea, coexistindo em cada período, enfrentamento ou luta, é estar atento aos conflitos, às tensões, às diferentes formas de apropriação por uma abordagem territorial.

Os Cerrados não permitem desconsiderar sua localização estratégica para o desenvolvimento de projetos da agricultura essencialmente capitalista e o conseqüente processo de desmatamento do bioma e extermínio da biodiversidade; não permitem negligenciar as várias tentativas de invalidação da sociodiversidade que os constituem; não permitem esquecer a atuação das corporações de *commodities* sobre seus corpos e corporeidades.

Por muito tempo a imagem do Cerrado bioma, em sua totalidade, foi negligenciada, colocando-o como um espaço vazio, sujo, de aparência pouco interessante, muitas vezes o associando, inclusive, a uma vegetação de pouca biodiversidade. Em verdade, essa desconstrução simbólica de sua imagem foi estratégica para que na década de 1970, o movimento do capital no campo ganhasse capilaridade.

Desse modo, reforçava-se essa imagem no intuito de que o bioma cada vez mais fosse colocado como a grande possibilidade (ou potencialidade como se preferia, não por acaso, chamar) para a expansão da fronteira agrícola, principalmente pela sua disponibilidade hídrica – haja vista que o Cerrado é berço de importantes bacias hidrográficas, como a do rio Tocantins-Araguaia, São Francisco, Parnaíba, Paraná entre outras, além de abrigar importantes aquíferos como Bambuí, Guarani e Urucuia.

A imagem do Cerrado encontrava-se desde isto entre o berço das águas e o celeiro agrícola. No entanto, o que por muito foi visto como potencial espaço para produção agrícola no bojo da Revolução Verde, demanda desde então atenção e cuidado. Trata-se esse, um dos biomas mais antigos do país e portanto, impossível de ser reflorestado.

Além disso, chama-se atenção as espécies endêmicas, as sementes crioulas, as sementes que precisam da fauna do Bioma para quebra de dormência e todo um sistema comprometido pelo processo de expansão dos interesses capitalistas. A vida, ou as vidas, são apropriadas de diversas formas e os sujeitos que possuem com a terra uma relação peculiar, entendendo-a como território de vida com valor de uso e não de troca, são expropriados.

Neste cenário de expropriação dos territórios de vidas, nota-se como apresentado no capítulo anterior, um ataque direto aos guardiões destes territórios que ainda manifestam os interesses do local, da preservação, conservação e toda a racionalidade que se destoa dos objetivos da acumulação.

Na sequência são analisadas algumas materializações da teoria identificadas em pesquisas de campo, que evidenciam o processo de hegemonização das corporações de *commodities* nestes territórios.

6.2.2 – Rio Verde – GO e Tecnoshow COMIGO: o signo da hegemonização das corporações de commodities no Cerrado

Ao chegar-se no distrito agroindustrial do município de Rio Verde (2017) observa-se agroindústrias e indústrias como: BRF (Brasil Foods), Internacional Paper (antes Grupo Orsa, atualmente Klabin), Grupo Cereal, Cereal Ouro, Videplast, Brasilata, Grupo Tec Agro, Grupo Décio, Kowalski, COMIGO, Marfrig, Mosaico e outros.

Tais estruturas se destacam em uma complexa rede técnica, projetada para se atender as demandas do centro agroindustrial: rodovias, transporte coletivo, água, energia e outras infraestruturas que não são observadas em correspondência nos bairros de maior vulnerabilidade social aos quais residem trabalhadores operacionais destas empresas, muitos deles migrantes que vieram das regiões Norte e Nordeste do Brasil.

Outra caracterização importante, é quanto a disposição de condomínios de luxo, grifes, boates, agências de viagens, bancos e equipamentos urbanos voltados aos trabalhadores do administrativo destas empresas, muitos do Sul e Sudeste do país. Paisagens estas comuns nas chamadas cidades do agronegócio, como destaca Elias (2011). Pelo espectro das características físico naturais, tem-se a disposição de relevos de superfícies regulares, em um clima Tropical com a disposição das águas do Cerrado para as demandas do capital.

Castro (2009) identifica como o relevo e o solo são aspectos importantes para a formação territorial do município caracterizado pela atividade agropecuária e agroindustrial. Há uma predominância de uma topografia plana, suave ondulada e ondulada, com classes hipsométricas que vão de 450 a 1050, com predomínio de 650 a 900 de altitudes em termos de distribuição em hectares.

Nesse sentido, dominam os declives entre 0 e 3%, bem distribuídos em toda a extensão do município, somando 45,53% de sua área, entre planícies fluviais, porções topográficas inferiores e topos planos de rampas longas. Tais características constituem-se em atrativos para a atividade agropecuária e para a inserção da mecanização visando-se o aumento da produção de *commodities*.

Além das características já mencionadas, Castro (2009) no que se refere aos solos, identifica solos profundos e bem drenados, com baixa suscetibilidade ao desenvolvimento de processos erosivos lineares devido à sua condição plana, a

qual não permite grandes fluxos superficiais, mas que demanda o uso adequado com práticas que visem sua conservação evitando-se a contaminação, processos de perda de solo agricultável e a sedimentação de corpos hídricos.

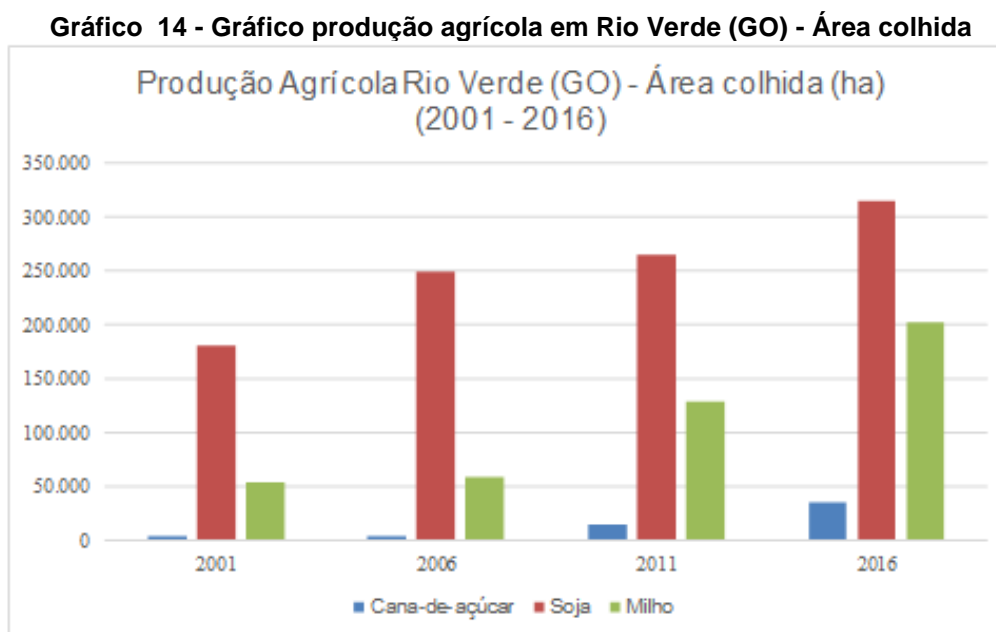
Na porção centro-norte contudo, em relevos suaves ondulados associados à encostas de vales e cotas de 700 a 800 metros, identifica-se solos não tão profundos e com moderada ou alta suscetibilidade a processos erosivos lineares. O manejo nesse tipo de solo deve ser ainda mais cauteloso, assim como em cotas de 800 a 850 metros, com solos rasos e alta vulnerabilidade, em áreas presentes em pontos a Norte, Sul e Nordeste do município. Em cotas superiores, há afloramentos rochosos e suscetibilidade de processos erosivos em forma de ravinas, em função da inexistência de lençol freático a ser interceptado para o desenvolvimento de voçorocas.

Sobre o sistema aquífero de Rio Verde, Castro (2009) reconhece que 83% da área total do município encontra-se no sistema aquífero Bauru, no qual encontram-se 267 poços tubulares para extração de água subterrânea. “O sistema aquífero Bauru constitui um reservatório de água subterrânea presente nos arenitos grossos a muito finos das Formações Adamantina e Marília. Estes reservatórios constituem aquíferos livres, porosos, homogêneos e isotrópicos” (CASTRO, 2009, p.31). Vale-se destacar a influência dos processos de intemperismo influenciados pelo tipo e uso do solo.

Mais de 70% da área total do município, é coberta pela classe dos Latossolos, seguido dos Gleissolos que correspondem a pouco mais de 10%, os Argissolos Vermelho-Amarelos, com quase 9% e os Cambissolos com pouco mais de 4%. Em menos proporções a classe dos Neossolos Litólicos, Neossolos Quartzarênicos e os Nitossolos aparecem. Lembrando que essas classes são subdivididas pela especificidade de seus compodentes, presença de minerais, feições e fertilidade. (CASTRO, 2009).

Quanto ao uso do solo 66,88% da área é ocupada pela agricultura. Como já mencionado, destaca-se o modelo de produção baseado nas premissas do Agronegócio: produção de *commodities* com o intenso uso de insumos químicos e maquinários que geram consideráveis impactos ao ambiente. Percebe-se em destaque no gráfico seguinte essas produções e o aumento da área colhida nos últimos anos.

O carro chefe no município, a exemplo da realidade do agronegócio brasileiro, é a produção de soja, seguida do milho e da cana-de-açúcar, respectivamente. Os três monocultivos no período entre 2001 e 2016 apresentaram considerável expansão. O que significa efeitos socioespaciais que demandam serem compreendidos.



Fonte: Instituto Mauro Borges (2017).
Elaboração: A autora (2017).

Silva (2016) ao avaliar a qualidade da água na micro-bacia do rio Verdinho, no município, chama atenção à possibilidade de presença de contaminantes emergentes na água, pelo uso excessivo, como no caso dos herbicidas, apresentando riscos toxológicos que podem comprometer o equilíbrio ecológico e a saúde humana. Esses contaminantes podem ficar retidos no solo e nos cultivos ou podem atingir as águas superficiais ou subterrâneas pela sua percolação e o processo de lixiviação.

“A distância que os agroquímicos podem atingir quando são transportados nos rios, difere em função de alguns fatores, como a velocidade do fluxo do rio, a estabilidade do agroquímico e seu estado físico” (SILVA, 2016, p.33). Pelo método da cromatografia, o autor identificou na microbacia do rio Verdinho, alguns casos de contaminação pontuais, que em sua interpretação quanto à acidez da água, referem-se ao cultivo de cana-de-açúcar na proximidade do ponto de coleta.

Além disso, identificaram-se alterações pontuais no mês de março (2016), quanto aos sólidos totais dissolvidos, as quais o autor atribui à colheita da soja das fazendas do entorno, realizada nesta época e que deixa o solo desprotegido, potencializando a possibilidade de lixiviação dos agroquímicos utilizados na agricultura.

Além disso, os níveis de fósforo estavam acima do permitido em todos os pontos de coleta do rio, nos meses de janeiro e março, com maiores alterações em alguns pontos. Para este aspecto, o autor chama atenção aos esgotos clandestinos da atividade pecuária e ao emprego de fertilizantes e outros agroquímicos na região do entorno do rio.

Em todos os meses e em todos os pontos foram detectados *E. Coli*. “Este resultado indica a ocorrência de contaminação fecal que pode ser proveniente de dejetos animais relativos à pecuária e animais silvestres”, com alta probabilidade de presença de organismos patogênicos (SILVA, 2016, p.43).

Sobre as precipitações, como característico da região Centro-Oeste de clima Tropical, o município de Rio Verde se delinea por um “período chuvoso (outubro a abril) e outro seco (maio a setembro)” (CASTRO, 2009, p.71). Aproximadamente 95% das chuvas no ano precipitam no período chuvoso com volumes médios de chuva acima de 150 mm, sendo o mês de dezembro aquele que apresenta maior volume precipitado, acima de 300 mm em média. A distribuição da chuva no município se dá de maneira concentrada, com maiores índices pluviométricos no centro e menores nas extremidades.

Em trabalhos de campo realizados no município em 2017 e 2018, pôde-se perceber o poder discursivo do sema da Modernização e do Desenvolvimento, associado ao campo conceitual agro, em diferentes territórios mais ou menos hegemônicos pelo agronegócio. À exemplo disso, têm-se os assentamentos, os quais não podem contar com as mesmas garantias de condições materiais de reprodução, mas que alguns sujeitos manifestam a ideologia da classe dominante.

Em 2013 a Escola Municipal Rural São José do Pontal, localizada no Assentamento Pontal do Buriti, foi pulverizada com veneno deixando dezenas de crianças e alguns professores intoxicados. Apesar de todos os efeitos do episódio para a saúde destes sujeitos e o contínuo convívio com os monocultivos no assentamento em que a escola se encontra, os professores

relatam que, mesmo diante da gravidade do fato, o problema não alterou a visão dos alunos sobre o agronegócio.

“Ainda é muito evidente a força ideológica do agronegócio entre a comunidade local” afirmou o professor que também foi vítima do episódio. Mesmo com os riscos que a materialidade deste projeto representa à saúde, fato inclusive experienciado pelos sujeitos, isso não interferiu na imagem do agronegócio. Professores relatam que o agronegócio enquanto estilo de vida (econômico, cultural, político) ainda compõe o imaginário da maioria dos jovens, que manifestam o “agro” enquanto projeto de vida.

Figura 95 - Escola Municipal Rural São José do Pontal



Fonte: Trabalho de Campo (2017).
Autora: Jéssyca Tomaz de Carvalho.

A fazenda Brasilanda, localizada no município de Montividiu – GO, município vizinho a Rio Verde – GO, é um exemplo signo do que os jovens entendem por “Agronegócio”. Em visita de campo realizada na fazenda em 2017, identificou-se uma área equivalente a 6400 ha. com produção de soja, 1700 ha. de milho e 12 mil litros de leite por dia. A fazenda com essa proporção produtiva empregava 70 funcionários fixos e entre 30 e 40 funcionários temporários.

Todo o maquinário da fazenda era próprio, a semente era produzida na própria fazenda com o apoio de pesquisas do Instituto Federal Goiano, sediado em Rio Verde, a ração para o gado também.

Figura 96 - Fazenda Brasilanda, Montividiu - GO (2017)



Fonte: Trabalho de Campo (2017).
 Autora: Jéssyca Tomaz de Carvalho.

Semas como [+monocultivos], [+veneno], [+controle], [+concentração], [+automação], [+padrão], [+commodities] etc. reforçam-se na leitura da Paisagem da fazenda. Esse modelo de produção foi observado também na Cereal Ouro, que possui parceria com o grupo de pesquisa Gapes, o qual realiza na fazenda experimentos pela Monsanto e Syngenta. Assim como a Brasilanda, estes se designam como uma empresa familiar.

O gerente da empresa Cereal Ouro afirmava que para ele o agronegócio é “uma indústria/empresa a céu aberto” e reforçava o papel da parceria com as multinacionais que oferecem aportes quanto a pesquisa e infraestrutura. A fazenda possui um total de 200 funcionários e 10.000 ha. de soja e milho plantados, os quais 85% estavam em áreas próprias.

Figura 97 - Cereal Ouro - Rio Verde (GO) - 2017



Fonte: Trabalho de Campo (2017).
Autora: Jéssyca Tomaz de Carvalho.

As imagens anteriores são registros feitos na propriedade em 2017. O desequilíbrio ecológico causado pelo modelo agrícola vigente com o cercamento e potencial envenenamento das espécies nativas do Cerrado pela produção de soja, a exemplo da família de ema ilhada no monocultivo, é evidente. A segunda imagem da figura reforça as paisagens uniformes do agronegócio e remetem à ideia de controle e rigidez que lhe é peculiar.

O Agro se manifesta em diferentes paisagens do município de Rio Verde, pelas caminhonetes, caminhões, maquinários, empreendimentos agropecuários, placas do PRODUZIR, FOMENTAR etc. Demarcando da influência cultural, passando pela dependência ao papel do subsídio financeiro e político do Estado.

Outro importante aspecto observado é a simbiose intencionada no distrito agroindustrial. Ao lado da Brasil Foods (BRF) encontrava-se a International Paper (atualmente a Klabin) que produz suas embalagens; ao lado da Cargill, observa-se a Mosaic, produtora de insumos. Esses e outros exemplos evidenciam a

articulação e a territorialização do capital e o processo de reorganização dos espaços pautado na industrialização.

Figura 98 - Distrito Agroindustrial - Rio Verde (GO)



Fonte: Trabalho de Campo (2017).
Autora: Jéssyca Tomaz de Carvalho.

Tais análises levam à compreensão de que o agronegócio não parte do campo. O campo é apenas uma ferramenta de aplicação do capital. Como conduz a pensar Lacerda (2011), o processo de tradução, ou nacionalização

do conceito *agribusiness* trata-se nesse sentido, de um mecanismo de enfrentamento da resistência dos clássicos, ou tradicionais fazendeiros.

Entende-se que o produtor: camponês, arrendatário ou grande proprietário, na racionalidade essencialmente capitalista do agronegócio, são em um mesmo sentido, reféns das corporações de *commodities* e seu projeto de dependência no seio do agronegócio. O campo é hoje no Brasil, afinal, um fragmento do espaço, por onde transita o capital transnacional. Por conseguinte, é um território em constante disputa, palco de conflitos e sobretudo de contradições próprias do modo de produção capitalista.

Todavia, os marginalizados no sistema, no processo de imagnetização do capital (LACERDA, 2011) continuam sempre mais à margem, mais vulneráveis e mais prejudicados, somada à questão agrária do país. O que se constitui enquanto um problema a ser equacionado e que não se dilui sem passar pelo debate dos novos componentes desta questão.

A espinha dorsal da questão encontra-se no minifúndio e no latifúndio – ambos improdutivos, mas por motivos antagônicos. Pensar a reprodução do capital e criticá-la em sua perversidade e caráter espoliativo, requer antes de tudo, pensar a reprodução da vida. E a reprodução da vida não é possível de se dar, em um cenário tão desigual, como o que se resume a questão agrária brasileira.

Contudo, o debate ideológico sobre estas frações de classe, extrapola estes antagonismos e o aspecto da terra, à medida que produtores de diferentes frações de classe são subordinados em diferentes proporções aos interesses das corporações de *commodities*.

6.2.3 – Cadê o conflito que estava aqui? Cristalina (GO)

Além de historicamente as corporações de *commodities* investirem em tecnociência pela química dependência nas lavouras, especialmente nas monoculturas, modelo o qual naturalmente ocasiona o desequilíbrio do ecossistema, forte é o investimento dessas corporações em ações publicitárias sobre seus produtos, em que alimenta-se as narrativas estéticas, sobre os padrões industriais, a produtividade e a necessidade de alimentar o mundo, ainda que isto ocorra em detrimento do combate à fome da população local.

Quase sempre a imagem desses produtos é associada à limpeza, à organização, à uniformidade, à segurança e outros temas que reforçam na mente do produtor um tipo ideal estético para seus cultivos. Alguns exemplos observados em Cristalina-GO, município símbolo deste padrão agrícola, sobretudo pela grande quantidade de pivôs agrícolas, reforçam esse *modus operandi* na escolha de textos que positivam esse imaginário. O primeiro exemplo, trata-se de um *outdoor* observado em 2018, em frente à um posto de combustíveis logo na entrada do centro da cidade. Tal *outdoor* estava disposto também ao longo da rodovia de acesso ao município.

O texto principal apresentava: “NÃO CULTIVE PREJUÍZO, MANTENHA SUA SOJA LIMPA.” acompanhado da imagem de um eito de soja, com plantas de mesma estatura e uniformidade. O conjunto do texto remete à duas centralidades: a questão econômica e a categorização do que seria uma lavoura “de qualidade”. Primeiro, têm-se a negação de algo que os agricultores ou empresários rurais temem: o prejuízo econômico. Por conseguinte, um reforço positivo sobre aquilo que eles deveriam desejar: “uma soja limpa”.

Figura 99 - Outdoor Dow Agronegócios em Cristalina (GO)



Fonte: Pesquisa de Campo (2018).
Autora: Jéssyca Tomaz de Carvalho (2018).

Reforça-se culturalmente, a ideia de que aquilo que é bom deve ser limpo. E o campo “moderno” (sic), nesse sentido, assim o deve ser. Sobre esse assunto, é válido um parêntese a respeito de outra investigação de campo, em uma turma de mestrado e doutorado em Agronegócio no ano de 2018, em que um dos discentes da disciplina “Desenvolvimento Conceitual e Metodológico do Agronegócio” avaliava o que chamou de “limpeza ou sujeira” (presença ou ausência de terra) nos setores da Central de Abastecimento de Goiás - Ceasa/GO.

Para o discente o setor dedicado ao que chamou de “frutas finas” cujos produtores eram “de grande porte” é limpo. E o setor de “legumes e frutas comuns” predominantemente de “produção familiar” é “sujo”. Na fala do agrônomo, mestrando em Agronegócio, ficava evidente o distanciamento daquilo que é a essência do campo e da agricultura: a terra. O solo, síntese de vida e produção, fora das cercas do campo, é visto pelo discente como “sujeira”.

Concedida a licença para tal digressão, o *outdoor* no município de Cristalina, o qual a Dow Agronegócios assina o produto publicitário, entende por limpo a ausência da Buva e Amargoso. Ao lado da frase impacto, com a imagem do monocultivo de soja há escrito “MOVIMENTO FORA BUVA E AMARGOSO Porque essas **sementes** não podem germinar”.

No texto evidencia-se a negação - <<fora>> e <<não podem>> - daquilo que entendem como o inimigo do produtor rural <<Buva e Amargoso>>. Além disso, merece atenção as cores utilizadas. O verde, que remete à vegetação e a vida, também associado à esperança e os tons de folha seca, popularmente associado à terra, à poeira, à própria seca, ao que alguns reforçam como <<sujo e ruim>>, utilizados para <<BUVA, AMARGOSO>>, e <<sementes>> que aparece também grifado.

Esses aspectos influenciam diretamente na subjetividade dos sujeitos que recebem a mensagem e são formados pela memória de outros tipos de positificações e negativas que formam a opinião sobre determinado assunto.

Entre as oposições e contradições há o contrassenso Agricultura Camponesa e Agronegócio, que se manifesta no correspondente produção de comida x produção de *commodities*. Este componente distingue em linhas

gerais a classe dos camponeses dos latifundiários ou os agricultores dos empresários rurais. Todavia, há que se ressaltar, que nenhum fato é absoluto como nada no campo é feito de linearidade ou homogeneidade. O que há são hegemonias, controle e poder.

Uma realidade que foge dessa hegemonia da produção de *commodities* é o município de Cristalina. O município se caracteriza entre tantas coisas pela presença de pivôs e a produção de comida - em larga escala. Além disso, a comida produzida no município, pelos empresários rurais, tem destino bastante peculiar, sendo especialmente os centros urbanos de Anápolis, Goiânia e Brasília (informações de campo, 2018) o que também se evidencia nos relatórios executivos da CEASA.

Outro importante aspecto é a presença de assentamentos e a unidade de discurso em torno da noção de “irrigantes”. Na investigação em campo no município em agosto de 2018, pôde-se obter algumas informações sobre essa realidade a partir de visitas à assentamentos, ONG's, grandes estabelecimentos rurais e sindicato rural.

O primeiro lugar visitado no campo foi a casa de dona Maria de 57 anos (2018) em um assentamento. Dona Maria⁸⁹ veio do Rio Grande do Norte com o marido trabalhar em uma fazenda de reflorestamento, logo se uniu ao acampamento da Contag na esperança de um pedaço de terra para trabalhar e viver. Passou 10 anos assentada em sua parcela a 38 km de estrada de chão da cidade de Cristalina. Sem energia. Apenas em 2018 pôde contar com a possibilidade de ter uma geladeira, com a chegada da energia elétrica em sua parcela.

Dona Maria é um dos tantos exemplos de segregação espacial vivida no campo. As redes na maioria das vezes não conectam pessoas, mas revelam os objetivos de se escoar matéria-prima/*commodities* produzidas pelos grandes empresários do campo.

⁸⁹ Os nomes dos(as) camponeses(as) foram preservados, apresentando-se nomes fictícios.

Figura 100 - Mesa do fogão a lenha no sítio Nossa Senhora da Aparecida em assentamento em Cristalina-GO



Fonte: Pesquisa de Campo (2018).
Autora: Jéssyca Tomaz de Carvalho (2018).

Seu sítio de nome santo “Nossa Senhora da Aparecida”, é assim denominado segundo ela, em devoção e graças à oportunidade da reprodução de sua existência e vida cotidiana naquela terra. Sua extensa mesa do fogão à lenha, também carrega uma justificativa religiosa: a possibilidade de servir mais comida na folia de Santo Reis. Fartura, afinal, é elemento central na racionalidade camponesa.

Ao ser questionada sobre a água, Dona Maria relatou sobre a ausência de água no período de seca. Apareceu em sua fala também outros elementos relacionados ao Agronegócio “antes o rio era bastante caudaloso, hoje bate na canela”, “A água não serve para beber não. Eles lavam vasilha de veneno. Vários peixes morreram. Roda até vaca. Aí não temos coragem de beber”. Relatou também, que outros assentados vendem água em períodos de estiagem “é 70 reais a pipa da água”.

É importante lembrar que há micro-poderes locais (FOUCAULT, 1979), não só dentro da classe burguesa ou latifundiária, mas também na classe camponesa, como é possível em qualquer outra. Por outro lado, guardadas as

contribuições de Foucault, há que se destacar o papel do Estado na instituição deste processo. O acesso à terra, à energia, à água, às estradas e todas as infraestruturas indispensáveis para reprodução da vida e da renda camponesa, perpassa a mediação do Estado.

A penosidade da vida no campo, pela ausência de oportunidades, foi outro ponto importante observado em seu relato. Dona Maria chegou a afirmar: “se eu soubesse ler eu tinha feito um livro com a história do sofrimento”. Em seus desabafos a rotina das crianças para irem às escolas é descrita com grande comoção: “as crianças acordam 4 da manhã para estudar”. Uma realidade que muito se distancia das crianças brancas objetificadas nas peças publicitárias do agro, as quais algumas delas foram apresentadas neste texto.

Enfrentando a distância e tantas outras necessidades e penosidades, Dona Maria além de plantar abóbora, mandioca, banana, jiló, cheiro verde, quiabo, beterraba, cenoura e couve, para autoconsumo, vendia pela mediação dos mercados institucionais a exemplo do Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE), com a intercessão da Rede Terra⁹⁰; trabalhou também como empregada em uma grande propriedade rural, onde retirava as pedras para o uso de maquinários agrícolas, recebendo 80 reais a diária, sem transporte e alimentação incluídos.

Dona Maria relatou que começava seu trabalho na propriedade às 07 da manhã e parava às 17 horas. Para ela, o maior problema deste trabalho era a quantidade de cobras e outros animais que apresentavam ameaça a sua segurança no labor. Seu marido, também trabalha como pedreiro para complementar a renda, recebendo de 100 a 150 reais por diária.

Uniu-se ao grupo, durante a conversa com Dona Maria, o seu João. Seu João relatou que teve problemas com a colheita na Bahia, em seu estado de origem. Depois disso, tomou a decisão de largar o campo e mudou-se para o estado de Goiás com a família para ser empregado na cidade. Momento depois se uniu aos acampados em Cristalina.

⁹⁰ O Instituto Rede Terra é uma Organização da Sociedade Civil, que se autoqualifica como entidade privada sem fins lucrativos. Disponível em: <http://redeterra.org.br/quem-somos/>. Acesso em: mai de 2022.

Figura 101 - Sítio Nossa Senhora da Aparecida em assentamento em Cristalina-GO, parcela Dona Maria (2018)



Fonte: Pesquisa de Campo (2018).
Autora: Jéssyca Tomaz de Carvalho (2018).

Seu João e Dona Maria, manifestaram certo distanciamento de outros movimentos de luta pela terra. Surgiram em suas falas críticas, por exemplo, ao MST: “eles mancharam a imagem de quem luta pela terra.”. A afirmação acena à compreensão de que, mesmo aqueles envolvidos em movimentos de luta pela terra, tem sua subjetividade capturada pelo discurso que desconsidera a memória sobre a questão agrária brasileira.

Isso se estabelece na construção e popularização de narrativas que investem na re-fragmentação das classes, pelas estratégias de despolitização dos debates, negligenciando-se intencionalmente a luta de classes, inclusive na espinha dorsal dos próprios movimentos sociais que lutam por uma mesma causa: o acesso aos meios de produção e a garantia de condições materiais para a existência / (Re)Existência (PELÁ e MENDONÇA, 2010).

O segundo ponto da visita de campo foi a parcela do Seu Pedro. Sua parcela dá acesso à Vereda da Cutia, importante para sua produção de comida orgânica (sic) - agroecológica. Seu Pedro almeja a certificação de produção de orgânicos, contudo, não consegue, pois, a propriedade vizinha, produz soja com intenso uso de agrotóxicos, sendo vítima do efeito deriva.

A esposa de Pedro, a partir do acesso ao Pronaf Mulher, trabalha com a criação de galinhas e venda de ovos. Além da importância na complementação de renda, a atividade possibilita também a integração com a agricultura, a partir da adubação orgânica.

Figura 102 - Parcela Pedro e Família - assentamento em Cristalina (GO)



Fonte: Pesquisa de Campo (2018).
Autora: Jéssyca Tomaz de Carvalho (2018).

Além do assentamento, visitou-se também outras duas propriedades privadas. Ambas dependiam diretamente da irrigação, ambas produziam comida, em ambas a colheita era vendida para Brasília. As duas principais características que as diferenciavam eram a escala da produção: uma com uso de pivôs e outra com irrigação por aspersão e gotejamento e o uso de agrotóxicos: o estabelecimento menor apresentava agricultura orgânica e a propriedade maior, monocultivos convencionais.

Peculiaridade de todos os produtores em relação à outros campos realizados em outras cidades e municípios, era o fato de com exceção de Dona Maria, todos os produtores (como denominados pelo discurso Agro), não se auto declararem produtores, mas sim como irrigantes.

Figura 103 - Pivô central em Cristalina – GO



Fonte: Campo (2018).
Autora: Jéssyca Tomaz de Carvalho (2018).

Figura 104 - Propriedade com produção de orgânicos Cristalina – GO



Fonte: Campo (2018).
Autora: Jéssyca Tomaz de Carvalho (2018).

O senhor Pedro e outros assentados, bem como os proprietários de terra de diferentes escalas, todos, quando questionados sobre como se reconheciam quanto às suas atividades laborais, se autodeclaravam irrigantes. Observou-se no campo que tal discurso em muito era orientado

pelo sindicato rural de Cristalina, cujo presidente no período do campo, transitava de forma diplomática entre o campo, a cidade, os assentamentos, as pequenas e grandes propriedades.

Como sugere Nascimento (2020) sendo a água centro de debate e conflitos, quanto a sua distribuição, uso, gestão precificação etc. era de se esperar que disputas entre irrigantes de grande e pequena escala fossem manifestadas, na Bacia do rio São Marcos, em que se destaca o município de Cristalina, onde localiza-se a maior extensão em áreas de pivôs central da América Latina e assiste-se *déficits* hídricos sazonais.

Contudo, as visitas de campo realizadas no município em assentamento, propriedades privadas, na SANEAGO e na Usina Hidrelétrica Batalha, indicaram que para a população rural do município o inimigo comum trata-se da Usina. Diante a surpresa pela aparente ausência de conflitos entre os sujeitos do campo contatados, tornou-se pertinente a participação na reunião do Comitê de Bacias organizado na Federação das Indústrias do Estado de Goiás – FIEG, em Goiânia-GO, no dia 15 de outubro de 2018.

Nesta oportunidade, estavam presentes alguns representantes de diferentes frações de classe interessados ou atingidos de algum modo pelo assunto, com destaque a irrigantes (como se autodenominam), SANEAGO, o gerente da Usina Batalha, a Associação do Piancó, os secretários de meio ambiente de Cristalina e Rio Quente, representantes da Secretaria de Meio Ambiente – Secima, da FIEG, da FAEG, da prefeitura de Cristalina e Luziânia.

O presidente do sindicato rural de Cristalina, na ocasião afirmou “É preciso entender o que está lá, mas principalmente quem está lá.” provocando sobre a situação de sujeitos e organizações que chamou de “legais, ilegais, abastecidos e não abastecidos”. Na sequência, o representante da SANEAGO afirmou que os rios da bacia estão contaminados com agrotóxicos segundo os dados do conselho municipal de meio ambiente, endossando-se a afirmação de dona Maria da parcela Nossa Senhora Aparecida. Em tom de tensão e de forma imediata, o presidente do sindicato rural afirmou “Já foram realizados testes e isso não é verdade”.

Ao ser pautado o aspecto da fiscalização a representante da Associação Piancó, argumentou sobre multas aplicadas à associados por aspectos ambientais, afirmando que o rigor sobre os irrigantes é sempre

maior, afirmou ainda “São 146 hectares irrigados. Nós não somos coitadinhos, somos microempreendedores rurais”. Em defesa, o presidente do Sindicato Rural, chamou atenção a necessidade de uma moção ao DNIT, pelo que argumentou quanto ao “elevado risco de acidente com transporte de cargas perigosas, podendo eventualmente contaminar o Piancó” sendo a moção “necessária para todo estado”.

De modo geral, notou-se a forte influência dos princípios neoclássicos de eficiência, mercado e empreendedorismo, nos debates em torno do uso da água e dos patrimônios coletivos. Como todo conceito requer sua base material, como não poderia ser diferente, no município que se destaca pela forte presença de pivôs centrais, a unidade discursiva do agro em torno da concepção de “irrigantes” se faz latente neste espaço.

Ainda na visita realizada em campo no município em 2018, ouvia-se frases como “vemos a irrigação como solução, não como problema, “as barragens que são o problema, elas provocam a evaporação dos reservatórios”. “quem sempre foi dono da água no Brasil é o setor hidrelétrico”.

Ao ser questionado individualmente sobre o papel da irrigação o presidente do sindicato rural afirmou: “Com a irrigação diminui o risco e se garante pontualidade e produtividade. Isso garante seguro agrícola acessível pela média de produtividade, além de facilitar os financiamentos”. Nos “bastidores” sua posição sobre os assentamentos era clara “assentamento é uma favela rural, uma estratégia para garantia de votos”.

E na produção de comida em larga escala, o que se observa em Cristalina-GO é a atuação do “agronegócio irrigado”, cujo destino da produção são as frações de classe reinantes de Brasília e a exportação.

7. CONSIDERAÇÕES

Buscamos nesta tese fomentar algumas discussões conceituais e, portanto, teóricas acerca da territorialização do agronegócio no Brasil sob o espectro ideológico no âmbito da atuação político-econômica do projeto-projétil agro. Para isso partimos da revisão de teorias já consolidadas sobre conceito, discurso, ideologia, Estado, território e relações econômicas e culturais no campo brasileiro, em uma abordagem crítica.

A princípio, no projeto da tese, buscávamos analisar os efeitos socioambientais da territorialização do agronegócio no Cerrado goiano propondo a *(des)construção do conceito de agronegócio*. Logo, percebemos que o *modus operandi* do agronegócio no Brasil que se operacionaliza em sua face atual, em consonância com as ações das corporações de *commodities*, não poderia ser negligenciado.

Ampliamos daí a discussão para uma escala nacional, levando-se em consideração a posição do país no que Svampa (2013) denominou de Consenso das *Commodities*, com uma leitura atenta à Divisão Internacional do Trabalho. Passamos a considerar também, ainda que não fosse essa a centralidade, a face da mineração na espoliação dos territórios, conforme Harvey (2004), entendendo o segmento no bojo destas corporações.

Mais do que perceber os evidentes efeitos socioambientais da territorialização do agronegócio, tornou-se pujante a inquietação a respeito dos discursos que buscam promover uma cortina sobre esses efeitos, na força ideológica deste projeto. Por este motivo, resgatamos algumas estratégias retóricas estabelecidas desde a década de 1970, contextualizadas naquele período na matriz discursiva da Revolução Verde e da Segurança Alimentar.

Já sobre o Século 21, concordamos que longe de estar equacionada, a questão agrária, exige, hoje, o entendimento da complexidade territorial e dos processos históricos que a configura tal qual se apresenta. Jogando luz à esta realidade, entendemos que para alcançar a finalidade de uma sociedade menos desigual, é preciso enxergar o atual espaço agrário como resultado de uma trajetória que

remonta antes mesmo à modernização da agricultura, ao processo de colonização e a histórica subordinação dos trabalhadores aos interesses das frações de classe hegemônicas e politicamente reinantes no país, em um desenvolvimento desigual e combinado, conforme Poulantzas (1977) (1980), Martuscelli (2021), León Trotsky pelas revisões de Smith (1988).

Atualmente, estas frações de classe se configuram na ossatura do Estado capitalista, em seu caráter relacional, por meio de uma fração de classe reinante sob a qual impera os interesses concernentes às ações territoriais das corporações de *commodities* e a racionalidade da financeirização. Estas frações de classe são identificadas, ou se apresentam, na concertação política do agronegócio pelos latifundiários e pelas burguesias agrária, interna e associada (POULANTZAS, 1977; 1980), (SAES,2021).

Na modernidade surge a ideologia, no bojo do modo de produção capitalista, que se define pela apropriação da força de trabalho mediante o assalariamento e pela propriedade dos meios de produção e se configura como a fabricação de uma identidade ou unidade em divisa (disputada pelas diferentes frações) que busca ocultar a realidade social dividida em classes, bem como todas as contradições, criando-se um discurso coerente e horizonte ao vivido, moldando suas representações nas relações reais (MARX; ENGELS, 1845-1846), (CHAUÍ, 2014), (POULANTZAS, 1977).

Assim, o agro se sintetiza enquanto esta unidade num campo conceitual ideológico, sedimentado por diferentes matrizes discursivas a partir de conceitos que compõe sua conceptualização no nível *lato sensu*. Essa unidade ideológica ora se aproxima mais de uma fração de classe que de outra, no processo de imagetização do capital (LACERDA, 2011), mas sempre com vistas a uma unidade que oculte as relações de luta de classes e o processo de avanço sobre os territórios bloqueados à acumulação.

Partindo destes pressupostos, a família, os meios de comunicação, a escola, os partidos, os sindicatos, os aparelhos do Estado capitalista atuam de forma decisiva na conformação ideológica projetada e reproduzida pelas frações dominantes no fracionado território.

Diferentes ramos dos aparelhos do Estado se relacionam, bem como as diferentes frações de classe, mas é certo que todos aqueles sujeitos que se levantam contra a cristalização das ideias das classes dominantes (comunidades tradicionais, movimentos sociais, pesquisadores, sujeitos marginalizados etc.) são, portanto, considerados pelas frações dominantes uma ameaça a sua hegemonia e por isso são taxados como *maus sujeitos*, com más escolhas ou comportamentos, como ajuda a analisar Chauí (2014).

A hegemonia ideológica, que só existe pela lacuna do que não diz e pelas relações reais em que se tecem as representatividades, encontra-se por este meio em crise, quando o não dito é colocado em relevo e quando o debate da luta de classes é considerado na materialização de uma inversão no nível do vivido.

Desnudar a ideologia é desse modo evidenciar quais são as práticas veladas pelos discursos que a sustenta. Antes, é preciso identificar estes discursos e aferir com cautela quais são suas matrizes conceituais e suas estratégias retóricas. No Brasil, a ideologia do agro se sustenta, pela base de um *metametaconceito*, que reforça em seu campo conceitual semas e outros conceitos ideológicos que auxiliam a positivar a imagem do agro.

Entre estes semas e conceitos estão as ideias de desenvolvimento, modernidade, avanço, progresso, alimento, tecnologia, produtividade, sustentabilidade, negócios, investimentos, lucros, economia, PIB, campo, tradição, família, cultura, pluriatividade, *startups*, produtores etc.

O esforço em compreender os caminhos da construção, difusão e fortalecimento do termo agronegócio no Brasil – considerando-se a importação de modelos, a bagagem ideológica dos semas e a contraposição de ideias – consiste em uma das formas de evidenciar a (in)eficiência deste projeto, que entre tantos artifícios, usa da tecnociência para buscar se legitimar. De modo que o discurso ideológico tenta se vestir cada vez mais de discurso científico.

Com o tempo as interpretações sobre o campo foram se reconfigurando, a partir das demandas teóricas inerentes a complexidade

da realidade brasileira. Sobretudo, com a influência da incorporação da lógica industrial à agricultura na transformação do campo. Diferentes olhares se lançaram sobre este fenômeno, gestando-se considerações do ponto de vista das relações sociais, do trabalho, da produção, da economia, da política, entre outros.

A Geografia se dedica a uma leitura atenta aos fenômenos e relações que se distribuem no espaço e culminam também na apropriação dos territórios. Dessa forma sua preocupação está nas expressões materiais e imateriais dessas relações e desses fenômenos. Assim, a Geografia, a exemplo de tantas outras ciências humanas, pode assumir um importante papel enquanto prática social, sobretudo, quando assume posturas teóricas coerentes com a realidade e que considerem o saber local.

Outro aspecto importante a ser analisado quando pautamos o saber local é a importação de modelos teóricos para decisões práticas. Observa-se, por exemplo, que em muitos, ou na maioria dos casos, experiências de outros países são usadas no embasamento de propostas de políticas concretas para o Brasil. A importação de modelos, entretanto, tende a contribuir desde que sejam adequados a realidade local, ou seja, é imprescindível a contextualização histórica e geográfica, econômica e social, à medida em que se adotam, de maneira intencional, referências de rural de países estruturalmente diferentes.

Convém considerar a relevância do comprometimento com a dimensão territorial na análise, à medida em que, identidades, relações de poder e conflito são assim contemplados, já que, a compreensão do mundo é sobretudo prática. Cabe reforçar na análise territorial a distinção entre conflito e confronto, já que não necessariamente as relações de conflito perpassam a violência física ou explícita. Além disso, compreender o conflito no bojo das análises territoriais, trata-se de uma postura atenta às contradições,

Neste sentido, observamos que os discursos ideológicos se fundamentam em leituras lineares, etapistas e totalizantes para dissimular as contradições. Da década de 1970 aos dias atuais as matrizes discursivas do agro se situaram, respectivamente, nas dimensões

alimentar, tecnoprodutiva, energética e em novos elementos culturais que se apoiam no protagonismo e ao *ethos* de crianças e ícones das novelas, da música sertaneja e do futebol.

Estas narrativas se estabelecem nos e pelos circuitos hegemônicos que apresentam abismos empíricos com o vivido pelos circuitos de resistência. Pensar os circuitos de resistência requer além de dar voz aos camponeses e as populações tradicionais; ter um olhar mais atento aos circuitos curtos de comercialização, a estratégias de valorização dos produtos locais, agregando-se valor aos mesmos; estar atento às sazonalidades produtivas e demais dimensões que compõem o processo de reprodução (i)material da vida.

Para sustentar a construção ideológica totalizante do “agro” – que se reverbera territorialmente como síntese das ações das corporações de *commodities*, sob os noemas culturais da racionalidade da financeirização da produção e dos componentes territoriais -, as narrativas do agro, buscam uma síntese dos sujeitos (sujeito-objeto): o produtor rural. Esta síntese promove o ocultamento da realidade social dividida em classes, reforçando-se a ideia de indivíduos livres, independentes, iguais, competentes, concorrentes, competitivos, empresários de si.

O produtor rural na ideologia agro é a generalização necessária ou o discurso coerente das gentes do agronegócio. Isso porque personificando-se no produtor rural o projeto agro, cria-se uma representatividade ou escudo simbólico, fazendo com que em toda ou qualquer circunstância em que o projeto é questionado, a própria existência do sujeito que se vê na figuração do “produtor” seja colocada em situação de ameaça, no ocultamento da sociedade de classes.

O agro aparece então no Brasil como a principal face da ideologia neoliberal, complemento da ideologia da competência (CHAUÍ, 2014), que orchestra uma sociedade constituída por uma forma de organização, que usa-se do Estado para sacralizar a privatização, inclusive, dos direitos sociais, colocando-os como serviços passíveis de compra e venda, no discurso dos cidadãos de um mesmo Estado, criando-se a responsabilização e culpa individual perante o fracasso, baseados em

contratos da sociedade do progresso, estimulando-se o ódio ao socialmente vulnerável e ao pensamento.

No “nós *versus* eles” em uma visão maniqueísta de mundo cria-se os inimigos dos produtores rurais: indígenas, comunidades tradicionais, movimentos de luta pela reforma agrária. Traduz-se então o nós entre os produtores rurais: “cidadãos de bem”, defensores da moral e dos bons costumes, brancos, heteronormativos *versus* eles: petistas, comunistas, LGBTQIA+, feministas, “gente que faz balbúrdia”, inimigos de quem produz.

Deste modo, ainda que estes sujeitos sejam subordinados às demandas da racionalidade capitalista, eles se identificam com o projeto agronegócio, não questionando seu próprio vivido de subordinação da renda (em maior ou menor escala) às corporações de *commodities*. Na face da financeirização, os investidores a varejo e trabalhadores, se veem representados, a partir de uma imagem positivada do agro, encontrando a possibilidade de incremento da renda no cenário de crise do sistema e, jamais, questionando a *commoditização* dos territórios e o preço da comida baseado no preço das *commodities*, porque isto seria questionar o produtor rural (síntese humana genérica do agro).

Nesta composição, quando no marco financeiro ou no marco regulatório do ponto de vista da concertação política passam-se projetos que priorizam as frações de classe dominantes, mesmo os sujeitos mais distantes deste projeto se sentem representados na personificação do *cidadão de bem*, homem do campo, produtor rural, como se fosse sobre si a pauta.

Na atualidade, o agro enquanto ideologia síntese do projeto de acumulação nos territórios brasileiros, por vezes se coloca como projeto de país em sua concertação política, levando à compreensão de que os interesses do capital monopolista se sobrepõem aos interesses de um projeto de nação. Diversidade e inovação, assumem também sentido ambíguo e ocorrem sob a manutenção das mesmas estruturas. As chamadas cidades do agronegócio (ELIAS, 2011) se edificam como a síntese urbana do agro, a exemplo do que se observa em Rio Verde/GO ou Sinop/MT.

Toda esta construção discursiva ideológica, se estabelece para colocar sob cortinas o que denominamos aqui por desbloqueio dos territórios. Em outras palavras, ao se questionar qual a realidade material ocultada na ideologia agro – síntese atual das ações territoriais das corporações de *commodities*, esta realidade seria a disponibilidade dos territórios que, hoje, se encontram bloqueados ao processo de acumulação, sendo eles, em especial: as unidades de conservação, os territórios indígenas e quilombolas e os assentamentos de reforma agrária.

Para o projeto-projétil agro, que se lança pelo movimento do capital, estes territórios e os sujeitos que neles vivem e os protegem, se constituem enquanto um “estorvo” ao processo de acumulação por espoliação, não pelo que as corporações de *commodities* e as frações de classe politicamente reinantes perdem, mas pelo que deixam de ganhar. Além disso, há que se destacar o fato de estes espaços e os direitos de territorialidade sobre eles, se constituírem enquanto a base material possível e potencial para o desnudamento ideológico, por serem as condições materiais ideais para a reprodução da vida de indígenas, comunidades tradicionais, camponeses e outros.

Assim, trazendo Marx e Engels (1845-1846) na leitura sobre a ideologia, a ideia de inversão, estes sujeitos sob a base material que possibilita a reprodução da vida em sua racionalidade, seriam nas especificidades dos territórios brasileiros, a crucialidade que jogaria luz ao ponto cego da ideologia agro, evidenciando todo o não dito do projeto. Sendo assim, são acatados e atacados como ameaças à hegemonia das classes reinantes.

Consideramos que elucidar o processo de construção, difusão e fortalecimento do termo agronegócio no Brasil, possibilitou a assimilação desvelada da base discursiva que se projeta nos anseios de acumulação das corporações e das frações de classe politicamente reinantes no país, sobre os sujeitos sociais do campo e da cidade – inclusive aqueles que são diretamente prejudicados por essas corporações.

Entre os territórios em que analisamos algumas destas experiências estão os municípios de Rio Verde/GO e Cristalina/GO. A

presença dos monocultivos, das caminhonetes, das agroindústrias, dos estabelecimentos de venda de equipamentos agrícolas, agrotóxicos e agroquímicos, *shoppings*, agência de viagens, aeroportos, extensas propriedades rurais, na contradição com as profundas desigualdades sociais e de renda, denunciam o caráter, força e dependência político-econômica do agro para toda uma região que extrapola os limites municipais, configurando as regiões do agronegócio (ELIAS, 2016).

Há que se destacar também o papel das instituições de ensino e pesquisas pautadas na tecnociência (CHAUÍ, 2014), em que, a ciência se torna força produtiva para a acumulação do capital, em uma associação conhecimento e economia, na qual a economia substitui a educação e se manifesta como forma de poder. Tal instrumento é utilizado pelo agro, a exemplo do que pode ser observado pelas experiências do EMBRAPAII capitaneadas pelos circuitos hegemônicos, bem com as instituições de ensino como a Escola Superior de Agricultura Luiz de Queiroz – Esalq da Universidade de São Paulo – USP etc.

Ao passo que a produção de *commodities*, suportada na incorporação da dependência das corporações de *commodities* e da concentração de terra, cimenta as relações do agronegócio em Rio Verde. Por outro lado, próximo a Brasília/DF, configuram-se outras singularidades no município de Cristalina/GO que se destacam em outras faces do agronegócio.

Em Cristalina, além do tripé hegemônico das *commodities* agrícolas (soja, cana, milho), tem-se também a produção de comida aos moldes dos padrões técnico-produtivos do agronegócio, com pivôs, concentração de terras, relações precarizadas de trabalho, fundadas inclusive, na mobilidade do capital e do trabalho. Esta produção de comida, deixa os “produtores proprietários de terra” em uma posição retórica confortável, negligenciando-se, porém, o destino desta produção.

Estes proprietários de terra se usam do discurso da produção de alimento, para dizerem-se diferentes no âmbito das outras frações territoriais do estado e se autodeclaram irrigantes para demarcarem este lugar, quase que, em um ensaio de reconhecimento de uma nova fração de classe - se não fosse pela insistência em negar as mesmas estruturas

quanto ao acesso aos meios de produção, como se a condição de irrigante fosse a unidade em divisa naquele espaço.

Outro aspecto importante a se lembrar é o avanço do marco regulatório e financeiro enquanto ações territoriais na síntese material da ideologia agro. Em relevo estão os projetos de leis que flexibilizam a entrada das corporações e a saída das *commodities* no país, por meio da apropriação da renda da terra, da acumulação por espoliação e das relações fiscais; bem como os projetos sobre a disponibilidade dos territórios indígenas ao processo de acumulação e aqueles relacionados ao fortalecimento do discurso armamentista que vulnerabiliza os sujeitos sociais que questionam as posições discursivas do agro.

Há também os marcos regulatórios e financeiros que se colocam a serviço da apropriação do Estado, para além dos financiamentos. Assiste-se, transversalmente, por meio das letras de crédito do agronegócio e do imobiliário, a financeirização ocorrer a passos largos; bem como o elo entre a produção agrícola e o mercado de capitais; as cédulas de produto rural; e toda lógica da simbiose dos investimentos a varejo e renúncia fiscal.

Além destas, cabem as observações sobre as peculiaridades do agronegócio no território brasileiro. Sendo o agronegócio um projeto que pauta a apropriação capitalista dos territórios, no movimento do capital, convém pautar as especificidades da América Latina para o capitalismo. Em uma leitura global do processo, remonta-se ao período colonial e o papel da América Latina para o capitalismo europeu, afinal os países europeus se beneficiam da exploração e do primeiro mercado mundial a partir deste continente. Esse primeiro momento, não se trata do encontro de dois mundos, mas da imposição de um ao outro em que se pesa ainda hoje a divisão internacional do trabalho.

Tal imposição perpassa as dimensões territoriais, econômicas, culturais, espirituais e genéticas. Ainda que sejamos na formalidade legal e acadêmica, independentes, na prática, há elementos da dependência em todas estas dimensões. O capitalismo nasce também arraigado ao racismo e ao patriarcado, com o ataque ao conhecimento dos sujeitos e o distanciamento das frações de classe, quanto as pessoas negras e

mulheres. A sacralidade da propriedade privada se sobrepõe a todas estas existências.

O caráter machista do agronegócio é pujante, na efetivação econômica e na fabricação de imagens. Utilizam-se do conservadorismo e da objetificação da mulher, o que gera a demanda de se vender a imagem de que “mulher é agro” como pauta de empoderamento, que muito mais se aproxima do uso das mulheres para fortalecer no *marketing* os interesses desses agentes do que de uma emancipação de fato.

Neste panorama, a mulher que observou a natureza, em sua consciência de si, e descobriu a agricultura, assiste a cultura do cultivo e da alimentação ser destruída pelo homem branco, fazendo o enfrentamento desta realidade desde os campos mais progressistas.

É ideologicamente e, portanto, semanticamente justo lembrar que comida é diferente de alimento (DAMATTA, 1986), que é diferente de ultraprocessados ou produtos alimentares que é diferente de *commodities*, mas que nos discursos totalizantes são colocados todos como produção do agro. O sêma alimento foi capturado pelo campo conceitual das corporações de *commodities*, assim como o de agricultor familiar e como a imagem da mulher. Estes campos conceituais manifestam a regulação do espaço pela compreensão do alimento.

Na regulação do espaço encontram-se também o uso da violência, especialmente a institucionalizada no poder do Estado, que confere por meio da ameaça, do medo e da autoridade, a obediência, a vigilância e conseqüentemente o controle. Fortalecida pela confiança, a autoridade ganha legitimidade, apoiada no *ethos*, ou seja, na credibilidade da posição das diferentes frações de classe.

As organizações sociais que denunciam o machismo, o racismo, a concentração de terra, a concentração de renda, a fome, o desmatamento e as tantas mazelas sociais e ambientais enfrentam o ataque das classes politicamente reinantes que tentam desmobilizá-las para ferir o protagonismo dos sujeitos de luta que evidenciam os não ditos ideológicos por meio dos hábitos políticos.

As narrativas da desinformação se manifestam com as denominadas *fake news*, para contribuir com estes ataques e buscar deslegitimar as

organizações sociais e a ciência. Tentando-se a reverberação de falsas verdades em serviço à hegemonização das classes reinantes. Toda energia que poderia ser investida em proposições de alternativas e inovações efetivas, demanda no atual momento, ser empregada na desmistificação de discursos ideológicos.

A escassez também é utilizada na regulação do espaço, como ferramenta de governabilidade, sob a lógica capitalista, em que, quanto mais escasso, maiores são as possibilidades de acumulação. A ciência também é instrumentalizada na produção do conhecimento e do espaço em uma ciência de Estado que atua na sua ossatura organizacional. As massas populares, em situação de escassez, são distanciadas dos centros de decisão.

Neste contexto, os ideais neoliberais, são utilizados nas universidades e instituições de pesquisa e ensino, mobilizando-se os conceitos funcionais nos movimentos ideológicos, negligenciando-se os aparatos teóricos que sustentam os conceitos e discursos científicos. Concordando com Lacerda (2011) entendemos que o agronegócio se encontra mais próximo de um movimento ideológico, do que de uma categoria de análise, fundamentada em alguma teoria.

Desse modo, conclui-se que nas especificidades de uma recém ex-colônia de exploração, o agronegócio se estabelece como manifestação da ação das frações de classe reinantes, que alcançam seus interesses, pela mediação das frações de classe politicamente reinantes. Tal fato se dá contextualizado na divisão internacional do trabalho e na luta de classes - que se busca ocultar. Enquanto uma síntese ideológica, por meio das marchas de captura, controle, espetacularização, aceleração e apropriação dos territórios, as ideias das classes dominantes sobre essas ações territoriais se cristalizam no campo conceitual “agro”.

Como toda resposta gera em si outra pergunta e assim delineiam-se em todas as modalidades de pesquisas e discursos científicos, novos problemas, nas considerações alcançadas neste período, novas agendas foram se levantando, com destaque aos interesses de se identificar espacialmente os novos componentes territoriais da questão agrária nas especificidades regionais e locais; realizar os registros e análises

minuciosas dos marcos regulatórios e financeiros da contemporaneidade, com destaque às apropriações dos recursos do Estado por meio da cultura da financeirização, com os investimentos a varejo e as renúncias fiscais e identificar nas especificidades das frações de classe politicamente reinantes os mecanismos territoriais de acumulação ampliada, analisando-se de forma específica o *modus operandis* das diferentes corporações de *commodities*.

Além disso, consideramos pertinente, seguir: evidenciando as contradições ocultadas; avaliando o emprego dos conceitos ideológicos e funcionais nos discursos científicos, no espaço acadêmico e escolar; propondo campos conceituais contra hegemônicos ao projeto agro; registrando e analisando as marchas sobre os territórios bloqueados.

Entendemos a importância de se compreender os efeitos territoriais do agronegócio, diante dos novos componentes territoriais em disputa no debate da questão agrária brasileira – a saber, terra, água, subsolo e o próprio conhecimento. Bem como, destacamos o fato de o movimento analisado nesta tese estar em curso, com dados que diariamente fomentam o debate aqui estabelecido.

Sob a defesa da tese de que a ideologia sintetizada no campo conceitual “agro” se reverbera espacialmente na marcha de captura, controle, espetacularização, aceleração e apropriação dos territórios; especialmente pelas dimensões alimentares, tecno-produtivas, energéticas e dos novos elementos culturais em disputa, consideramos o ataque aos Territórios Bloqueados – aqueles não livremente disponíveis ao processo de acumulação ampliada, e aos sujeitos que ameaçam a hegemonia das classes reinantes e politicamente reinantes, nossa principal centralidade teórica na análise dos efeitos territoriais do agronegócio no país.

ANEXOS

Quadro 11 - Composição da Bancada Ruralista 2022 (Senadores)

39 SENADORES

SENADORES	Partido	UF	REGIÃO
ACIR GURGACZ	PDT	RO	NORTE
ALESSANDRO VIEIRA	CIDADANIA	SE	NORDESTE
ALVARO DIAS	PODEMOS	PR	SUL
ANGELO CORONEL	PSD	BA	NORDESTE
ANTONIO ANASTASIA	PSD	MG	SUDESTE
CARLOS VIANA	PSD	MG	SUDESTE
CHICO RODRIGUES	DEM	RR	NORTE
CIRO NOGUEIRA	PP	PI	NORDESTE
DÁRIO BERGER	MDB	SC	SUL
EDUARDO GOMES	MDB	TO	NORTE
ESPERIDIÃO AMIM	PP	SC	SUL
FERNANDO BEZERRA	MDB	PE	NORDESTE
FLÁVIO ARNS	REDE	PR	SUL
IRAJÁ ABREU	PSD	TO	NORTE
IZALCI LUCAS	PSDB	DF	CENTRO-OESTE
JAYME CAMPOS	DEM	MT	CENTRO-OESTE
JORGE KAJURU	CIDADANIA	GO	CENTRO-OESTE
JORGINHO MELLO	PL	SC	SUL
KÁTIA ABREU	PP	TO	NORTE
LASIER MARTINS	PODEMOS	RS	SUL
LUIS CARLOS HEINZE	PP	RS	SUL
LUIZ CARLOS DO CARMO	MDB	GO	CENTRO-OESTE
MAILZA GOMES	PP	AC	NORTE
MARCELO CASTRO	MDB	PI	NORDESTE
MARCIO BITTAR	MDB	AC	NORTE
MARCOS ROGÉRIO	DEM	RO	NORTE
MECIAS DE JESUS	REPUBLICANOS	RR	NORTE
NELSINHO TRAD	PSD	MS	CENTRO-OESTE
ORIOVISTO GUIMARÃES	PODEMOS	PR	SUL
RODRIGO PACHECO	DEM	MG	SUDESTE
ROSE DE FREITAS	PODEMOS	ES	SUDESTE
SÉRGIO PETECÃO	PSD	AC	NORTE
SORAYA THRONICKE	PSL	MS	SUDESTE
STYVENSON VALENTIM	PODEMOS	RN	NORDESTE
VANDERLAN CARDOSO	PSD	GO	CENTRO-OESTE
VENEZIANO VITAL DO RÊGO	PSB	PB	NORDESTE
WELLINGTON FAGUNDES	PL	MT	CENTRO-OESTE
WEVERTON	PDT	MA	NORDESTE

Fonte: FPA (2022).
Organização: A autora (2022).

Quadro 12 - Composição da Bancada Ruralista 2022 (Deputados)

241 DEPUTADOS

NOME	Partido	UF	REGIÃO
ADRIANA VENTURA	NOVO	SP	SUDESTE
ADRIANO DO BALDY	PP	GO	CENTRO-OESTE
AÉCIO NEVES	PSDB	MG	SUDESTE
AFONSO HAMM	PP	RS	SUL
AFONSO MOTTA	PDT	RS	SUL
AGUINALDO RIBEIRO	PP	PB	NORDESTE
AJ ALBUQUERQUE	PP	CE	NORDESTE
ALAN RICK	DEM	AC	NORTE
ALCEU MOREIRA	MDB	RS	SUL
ALCIDES RODRIGUES	PATRIOTA	GO	CENTRO-OESTE
ALEXANDRE FROTA	PSL	SP	SUDESTE
ALEXANDRE LEITE	DEM	SP	SUDESTE
ALEXIS FONTEYNE	NOVO	SP	SUDESTE
ALINE SLEUTJES	PSL	PR	SUL
ALTINEU CÔRTEZ	PL	RJ	SUDESTE
ANDRÉ ABDON	PP	AP	NORTE
ANDRÉ FUFUCA	PP	MA	NORDESTE
ANGELA AMIN	PP	SC	SUL
ANTONIO BRITO	PSD	BA	NORDESTE
ARNALDO JARDIM	CIDADANIA	SP	SUDESTE
AROLDO MARTINS	PRB	PR	SUL
ARTHUR LIRA	PP	AL	NORDESTE
ARTHUR OLIVEIRA MAIA	DEM	BA	NORDESTE
ÁTILA LINS	PP	AM	NORTE
ÁTILA LIRA	PSB	PI	NORDESTE
AUREO RIBEIRO	SOLIDARIEDA DE	RJ	SUDESTE
BALEIA ROSSI	MDB	SP	SUDESTE
BETO PEREIRA	PSDB	MS	CENTRO-OESTE
BETO ROSADO	PP	RN	NORDESTE
BIA CAVASSA	PSDB	MS	CENTRO-OESTE
BIA KICIS	PSL	DF	CENTRO-OESTE
BILAC PINTO	DEM	MG	SUDESTE

BOCA ABERTA	PROS	PR	SUL
BOSCO SARAIVA	SOLIDARIEDA DE	AM	NORTE
CAPITÃO AUGUSTO	PL	SP	SUDESTE
CAPITÃO WAGNER	PROS	CE	NORDESTE
CARLA ZABELLI	PSL	SP	SUDESTE
CARLOS GOMES	PRB	RS	SUL
CARLOS HENRIQUE GAGUIM	DEM	TO	NORTE
CAROLINE DE TONI	PSL	SC	SUL
CELSO MALDANER	MDB	SC	SUL
CELSO RUSSOMANNO	PRB	SP	SUDESTE
CELSO SABINO	PSDB	PA	NORTE
CHIQUELHO BRAZÃO	AVANTE	RJ	SUDESTE
CHRISTIANE DE SOUZA YARED	PL	PR	SUL
CHRISTINO AUREO	PP	RJ	SUDESTE
CLAUDIO CAJADO	PP	BA	NORDESTE
CLEBER VERDE	PRB	MA	NORDESTE
CORONEL ARMANDO	PSL	SC	SUL
CORONEL CHRISÓSTOMO	PSL	RO	NORTE
DAGOBERTO NOGUEIRA	PDT	MS	CENTRO- OESTE
DANIEL ALMEIDA	PCdoB	BA	NORDESTE
DANIEL FREITAS	PSL	SC	SUL
DANIEL SILVEIRA	PSL	RJ	SUDESTE
DARCI DE MATOS	PSD	SC	SUL
DARCÍSIO PERONDI	MDB	RS	SUL
DAVID SOARES	DEM	SP	SUDESTE
DELEGADO ÉDER MAURO	PSD	PA	NORTE
DELEGADO WALDIR	PSL	GO	CENTRO- OESTE
DIEGO ANDRADE	PSD	MG	SUDESTE
DIEGO GARCIA	PODE	PR	SUL
DOMINGOS NETO	PSD	CE	NORDESTE
DOMINGOS SÁVIO	PSDB	MG	SUDESTE
DR. FREDERICO	PATRIOTA	MG	SUDESTE
DR. LEONARDO	SOLIDARIEDA DE	MT	CENTRO- OESTE
DR. LUIZ OVANDO	PSL	MS	CENTRO- OESTE
DRA. SORAYA MANATO	PSL	ES	SUDESTE
DRA. VANDA MILANI	SOLIDARIEDA DE	AC	NORTE
EDILÁZIO JÚNIOR	PSD	MA	NORDESTE
EDIO LOPES	PL	RR	NORTE
EDUARDO BARBOSA	PSDB	MG	SUDESTE

EDUARDO BOLSONARO	PSL	SP	SUDESTE
EDUARDO COSTA	PTB	PA	NORTE
EFRAIM FILHO	DEM	PB	NORDESTE
ELCIONE BARBALHO	MDB	PA	NORTE
EMANUEL PINHEIRO NETO	PTB	MT	CENTRO- OESTE
EMIDINHO MADEIRA	PSB	MG	SUDESTE
ENÉIAS REIS	PSL	MG	SUDESTE
ENRICO MISASI	PV	SP	SUDESTE
EVAIR VIEIRA DE MELO	PP	ES	SUDESTE
EVANDRO ROMAN	PSD	PR	SUL
FÁBIO FARIA	PSD	RN	NORDESTE
FÁBIO HENRIQUE	PDT	SE	NORDESTE
FÁBIO RAMALHO	MDB	MG	SUDESTE
FABIO REIS	MDB	SE	NORDESTE
FABIO SCHIOCHET	PSL	SC	SUL
FÁBIO TRAD	PSD	MS	CENTRO- OESTE
FAUSTO PINATO	PP	SP	SUDESTE
FELÍCIO LATERÇA	PSL	RJ	SUDESTE
FÉLIX MENDONÇA JÚNIOR	PDT	BA	NORDESTE
FERNANDO COELHO FILHO	DEM	PE	NORDESTE
FERNANDO MONTEIRO	PP	PE	NORDESTE
FLÁVIA ARRUDA	PL	DF	CENTRO- OESTE
FRANCO CARTAFINA	PP	MG	SUDESTE
GENECIAS NORONHA	SOLIDARIEDA DE	CE	NORDESTE
GENERAL GIRÃO	PSL	RN	NORDESTE
GENINHO ZULIANI	DEM	SP	SUDESTE
GIACOBO	PL	PR	SUL
GIL CUTRIM	PDT	MA	NORDESTE
GILBERTO NASCIMENTO	PSC	SP	SUDESTE
GIOVANI CHERINI	PL	RS	SUL
GILDENEMYR	PL	AM	NORTE
GLAUSTIN FOKUS	PSC	GO	CENTRO- OESTE
GONZAGA PATRIOTA	PSB	PE	NORDESTE
GREYCE ELIAS	AVANTE	MG	SUDESTE
GUILHERME MUSSI	PP	SP	SUDESTE
GURGEL	PSL	RJ	SUDESTE
GUSTAVO FRUET	PDT	PR	SUL
GUSTINHO RIBEIRO	SOLIDARIEDA DE	SE	NORDESTE
HAROLDO CATHEDRAL	PSD	RR	NORTE
HEITOR FREIRE	PSL	CE	NORDESTE

HEITOR SCHUCH	PSB	RS	SUL
HELDER SALOMÃO	PT	ES	SUDESTE
HERCÍLIO COELHO DINIZ	MDB	MG	SUDESTE
HERCULANO PASSOS	MDB	SP	SUDESTE
HERMES PARCIANELLO	MDB	PR	SUL
HILDO ROCHA	MDB	MA	NORDESTE
HIRAN GONÇALVES	PP	RR	NORTE
HUGO LEAL	PSD	RJ	SUDESTE
IGOR TIMO	PODE	MG	SUDESTE
ISNALDO BULHÕES JR.	MDB	AL	NORDESTE
JAQUELINE CASSOL	PP	RO	NORTE
JEFFERSON CAMPOS	PSB	SP	SUDESTE
JERÔNIMO GOERGEN	PP	RS	SUL
JÉSSICA SALES	MDB	AC	NORTE
JESUS SÉRGIO	PDT	AC	NORTE
JHONATAN DE JESUS	PRB	RR	NORTE
JOÃO CAMPOS	PRB	GO	CENTRO- OESTE
JOÃO CARLOS BACELAR	PL	BA	NORDESTE
JOÃO MAIA	PL	RN	NORDESTE
JOÃO ROMA	PRB	BA	NORDESTE
JOAQUIM PASSARINHO	PSD	PA	NORTE
JOICE HASSELMANN	PSL	SP	SUDESTE
JOSE MARIO SCHREINER	DEM	GO	CENTRO- OESTE
JOSÉ MEDEIROS	PODE	MT	CENTRO- OESTE
JOSÉ ROCHA	PL	BA	NORDESTE
JUAREZ COSTA	MDB	MT	CENTRO- OESTE
JÚLIO CESAR	PSD	PI	NORDESTE
JÚNIOR FERRARI	PSD	PA	NORTE
JUNIOR LOURENÇO	PL	MA	NORDESTE
JÚNIOR MANO	PL	CE	NORDESTE
JUSCELINO FILHO	DEM	MA	NORDESTE
KIM KATAGUIRI	DEM	SP	SUDESTE
LAERCIO OLIVEIRA	PP	SE	NORDESTE
LAFAYETTE DE ANDRADA	PRB	MG	SUDESTE
LEONARDO MONTEIRO	PT	MG	SUDESTE
LEUR LOMANTO JÚNIOR	DEM	BA	NORDESTE
LINCOLN PORTELA	PL	MG	SUDESTE
LOESTER TRUTIS	PSL	MS	CENTRO- OESTE
LOURIVAL GOMES	PSL	RJ	SUDESTE
LUCAS GONZALEZ	NOVO	MG	SUDESTE
LUCAS REDECKER	PSDB	RS	SUL

LUCIANO DUCCI	PSB	PR	SUL
LUCIO MOSQUINI	MDB	RO	NORTE
LUIS MIRANDA	DEM	DF	CENTRO- OESTE
LUIZ ANTÔNIO CORRÊA	S.PART.	RJ	SUDESTE
LUIZ CARLOS	PSDB	AP	NORTE
LUIZ NISHIMORI	PL	PR	SUL
LUIZ PHILIPPE DE ORLEANS E BRAGANÇA	PSL	SP	SUDESTE
MAGDA MOFATTO	PL	GO	CENTRO- OESTE
MAJOR VITOR HUGO	PSL	GO	CENTRO- OESTE
MARA ROCHA	PSDB	AC	NORTE
MARCEL VAN HATTEM	NOVO	RS	SUL
MARCELO ARO	PP	MG	SUDESTE
MARCELO MORAES	PTB	RS	SUL
MARCELO RAMOS	PL	AM	NORTE
MÁRCIO BIOLCHI	MDB	RS	SUL
MÁRCIO MARINHO	PRB	BA	NORDESTE
MARCOS AURÉLIO SAMPAIO	MDB	PI	NORDESTE
MARGARETE COELHO	PP	PI	NORDESTE
MARIANA CARVALHO	PSDB	RO	NORTE
MÁRIO HERINGER	PDT	MG	SUDESTE
MÁRIO NEGROMONTE JR.	PP	BA	NORDESTE
MARRECA FILHO	PATRIOTA	MA	NORDESTE
MARX BELTRÃO	PSD	AL	NORDESTE
MISAEL VARELLA	PSD	MG	SUDESTE
MOSES RODRIGUES	MDB	CE	NORDESTE
NELSON BARBUDO	PSL	MT	CENTRO- OESTE
NEREU CRISPIM	PSL	RS	SUL
NERI GELLER	PP	MT	CENTRO- OESTE
NEWTON CARDOSO JR	MDB	MG	SUDESTE
NILSON PINTO	PSDB	PA	NORTE
NILTO TATTO	PT	SP	SUDESTE
NIVALDO ALBUQUERQUE	PTB	AL	NORDESTE
ODAIR CUNHA	PT	MG	SUDESTE
OSIRES DAMASO	PSC	TO	NORTE
OTACI NASCIMENTO	SOLIDARIEDA DE	RR	NORTE
OTTO ALENCAR FILHO	PSD	BA	NORDESTE
PASTOR EURICO	PATRIOTA	PE	NORDESTE
PAULA BELMONTE	CIDADANIA	DF	CENTRO- OESTE
PAULO ABI-ACKEL	PSDB	MG	SUDESTE

PAULO AZI	DEM	BA	NORDESTE
PAULO BENGTON	PTB	PA	NORTE
PAULO EDUARDO MARTINS	PSC	PR	SUL
PAULO FREIRE COSTA	PL	SP	SUDESTE
PAULO PEREIRA DA SILVA	SOLIDARIEDA DE	SP	SUDESTE
PEDRO LUPION	DEM	PR	SUL
PEDRO UCZAI	PT	SC	SUL
PEDRO WESTPHALEN	PP	RS	SUL
PERPÉTUA ALMEIDA	PCdoB	AC	NORTE
PINHEIRINHO	PP	MG	SUDESTE
POMPEO DE MATTOS	PDT	RS	SUL
PROFESSOR ISRAEL BATISTA	PV	DF	CENTRO- OESTE
PROFESSORA DORINHA SEABRA REZENDE	DEM	TO	NORTE
RAFAEL MOTTA	PSB	RN	NORDESTE
REGINALDO LOPES	PT	MG	SUDESTE
REINHOLD STEPHANES JUNIOR	PSD	PR	SUL
RICARDO BARROS	PP	PR	SUL
ROBERTO DE LUCENA	PODE	SP	SUDESTE
RODRIGO COELHO	PSB	SC	SUL
RODRIGO MAIA	DEM	RJ	SUDESTE
ROGÉRIO PENINHA MENDONÇA	MDB	SC	SUL
RONALDO CARLETTO	PP	BA	NORDESTE
ROSE MODESTO	PSDB	MS	CENTRO- OESTE
RUBENS BUENO	CIDADANIA	PR	SUL
RUBENS OTONI	PT	GO	CENTRO- OESTE
RUY CARNEIRO	PSDB	PB	NORDESTE
SANDERSON	PSL	RS	SUL
SANTINI	PTB	RS	SUL
SCHIAVINATO	PP	PR	SUL
SERGIO SOUZA	MDB	PR	SUL
SHÉRIDAN	PSDB	RR	NORTE
SIDNEY LEITE	PSD	AM	NORTE
SILAS CÂMARA	PRB	AM	NORTE
SÓSTENES CAVALCANTE	DEM	RJ	SUDESTE
SUBTENENTE GONZAGA	PDT	MG	SUDESTE
TIAGO DIMAS	SOLIDARIEDA DE	TO	NORTE
TITO	AVANTE	BA	NORDESTE
ULDURICO JUNIOR	PROS	BA	NORDESTE
VERMELHO	PSD	PR	SUL

VICENTINHO JÚNIOR	PL	TO	NORTE
VILSON DA FETAEMG	PSB	MG	SUDESTE
VINICIUS CARVALHO	PRB	SP	SUDESTE
VINICIUS POIT	NOVO	SP	SUDESTE
VITOR LIPPI	PSDB	SP	SUDESTE
WALTER ALVES	MDB	RN	NORDESTE
WELITON PRADO	PROS	MG	SUDESTE
WELLINGTON ROBERTO	PL	PB	NORDESTE
ZÉ SILVA	SOLIDARIEDA DE	MG	SUDESTE
ZÉ VITOR	PL	MG	SUDESTE
ZECA DIRCEU	PT	PR	SUL

Fonte: FPA (2022).
Organização: A autora (2022)

Quadro 13 - As 25 maiores corporações de *commodities*, por receita (2022)

Rancking	Empresa	Área de Atuação	Ano de Fundação	Local de Fundação	Receita	Principal Executivo
1	JBS	Proteína animal	1953	Anápolis (GO) - BR	R\$ 204,5 bilhões	Gilberto Tomazoni
2	Raízen Energia	Bioenergia	2011	São Paulo (SP) - BR	R\$ 120,6 bilhões	Ricardo Dell Aquila Mussa
3	COSAN	Bioenergia	1936	Piracicaba (SP) - BR	R\$ 73,0 bilhões	Luis Henrique Cals de B. Guimarães
4	AMBEV	Agronegócio indireto	1999	São Paulo (SP) - BR	R\$ 52,6 bilhões	Jean Jereissati Neto
5	MARFRIG Global Foods	Proteína animal	2000	São Paulo (SP) - BR	R\$ 48,8 bilhões	Miguel de Souza Gularte
6	CARGILL Agrícola	Tradings	1865	Conover (IOWA) - EUA	R\$ 48,7 bilhões	Paulo Sousa
7	ARCHER DANIELS MIDLAND (ADM)	Tradings	1902	Mineapolles - EUA / BR:1997	R\$ 48,7 bilhões	Luciano Botelho
8	BUNGE Alimentos	Tradings	1818	Amsterdã (NL) / BR: 1914	R\$ 37,6 bilhões	Raúl Padilla
9	BRF (Fusão Perdigão e Sadia)	Proteína animal	2009	São Paulo (SP) - BR	R\$ 33,5 bilhões	Lorival Luz
10	COPERSUCAR	Bioenergia	1959	São Paulo (SP) - BR	R\$ 29,9 bilhões	João Teixeira
11	SUZANO	Celulose, madeira e papel	1924	São Paulo (SP) - BR	R\$ 26,0 bilhões	Walter Schalka
12	COFCO International Brasil	Tradings	1949	Pequim (CN) / BR: 1974	R\$ 23,8 bilhões	Philip Xu
13	LOUIS DREYFUS	Tradings	1851	Alsácia (FR) / BR: 1942	R\$ 20,6 bilhões	Murilo Parada
14	AMAGGI	Grãos e óleos	1977	São Miguel do Iguçu (PR)	R\$ 18,8 bilhões	Judiney Carvalho

15	MINERVA Foods	Proteína animal	1957	Barretos (SP) - BR	R\$ 17,1 bilhões	Fernando Galetti de Queiroz
16	COAMO	Cooperativas	1970	Campo Mourão (PR) - BR	R\$ 13,2 bilhões	Airton Galinari
17	GAVILON do Brasil	Tradings	1874	Sioux City (EUA)	R\$ 10,6 bilhões	Marcelo Grimaldi
18	TEREOS	Bioenergia	1932	Aisne (FR) - BR: 2002	R\$ 10,5 bilhões	Jacyr Costa Filho
19	KLABIN	Celulose, madeira e papel	1890	São Paulo (SP) - BR	R\$ 10,3 bilhões	Cristiano Teixeira
20	AURORA	Cooperativas	1969	Chapecó (SC) - BR	R\$ 10,9 bilhões	Aury Luiz Bodanese
21	C. VALE	Cooperativas	1963	Palotina (PR) - BR	R\$ 8,9 bilhões	Alfredo Lang
22	BAYER	Agronegócio indireto	1863	Wuppertal (DE) / BR: 1896	R\$ 8,5 bilhões	Marc Reichardt
23	LAR COOPERATIVA	Cooperativas	1964	Missal (PR) - BR	R\$ 6,7 bilhões	Irineo da Costa Rodrigues
24	BIOSEV	Bioenergia	2000	Leme (SP) - BR	R\$ 6,6 bilhões	Juan José Blanchard
25	M. DIAS BRANCO	Moinhos e massa	1936	Eusébio (CE) - BR	R\$ 6,1 bilhões	Francisco Ivens de Sá Dias Branco Jr.

Fonte: Forbes (2022).
Organização: A autora (2022).

Quadro 14 - Os 50 maiores tomadores de recursos do BNDES (2014 - 2018)

Listagem dos 50 maiores tomadores de recursos do BNDES (2004 - 2018)			
Tomador de recursos	Total em R\$	Financiamentos	Renda Variável
Petroleo Brasileiro S A Petrobras	62.429.487.199,59	37.675.949.125,59	24.753.538.074,00
Embraer S.A.	51.274.002.550,10	51.274.002.550,10	0
Norte Energia S/A	23.387.812.308,00	23.387.812.308,00	0
Vale S.A.	23.322.611.068,82	21.116.831.209,82	2.205.779.859,00
Cno S.A	14.898.722.342,05	14.898.722.342,05	0
Estado de São Paulo	14.483.810.163,00	14.483.810.163,00	0
Transportadora Associada De Gas S.-. - Tag	13.302.144.494,00	13.302.144.494,00	0
Suzano Papel E Celulose S.A.	13.184.800.506,61	12.482.502.699,61	702.297.807,00
Klabin S.A.	12.033.494.562,98	11.071.523.970,98	961.970.592,00
Tim Celular S.A.	11.688.380.400,00	11.688.380.400,00	0
Telefonica Brasil S.A.	10.265.088.383,93	10.265.088.383,93	0
Fca Fiat Chrysler Automoveis Brasil Ltda.	9.957.163.664,46	9.957.163.664,46	0
Petrobras Netherlands B V	9.877.869.968,00	9.877.869.968,00	0,00
Oi Movel S.-. - Em Recuperacao Judicial	9.828.307.923,00	9.828.307.923,00	0,00
Energia Sustentavel Do	9.420.000.000,00	9.420.000.000,00	0,00

Brasil S.A.			
Caixa Economica Federal	8.718.841.893,00	8.718.841.893,00	0
Santo Antonio Energia S.A.	8.235.599.214,00	8.235.599.214,00	0,00
Financiadora De Estudos E Projetos - Finep	8.000.000.000,00	8.000.000.000,00	0,00
Braskem S A	7.863.173.938,18	7.623.282.509,18	239.891.429,00
Estado Do Rio De Janeiro	7.694.631.799,36	7.694.631.799,36	0,00
Jbs S.A.	7.661.550.695,36	2.711.708.714,36	4.949.841.981,00
Banco Regional De Desenvolvimento Do Extremo Sul	7.254.347.892,94	7.254.347.892,94	0
Banco Do Brassão Sa	7.244.692.185,26	7.244.692.185,26	0,00
Porto Do Acu Operacoes S.A.	6.701.254.322,00	6.701.254.322,00	0,00
Eletrobras Termonuclear – .A. - Eletronuclear	6.181.227.520,00	6.181.227.520,00	0
Petrobras Transporte–S.A - Transpetro	6.063.718.852,00	6.063.718.852,00	0
Mercedes-Benz Do Brasil Ltda.	5.907.241.715,95	5.907.241.715,95	0
Cnh Industrial Brasil Ltda.	5.863.167.293,90	5.863.167.293,90	0
Municipio De Rio De Janeiro	5.622.430.117,00	5.622.430.117,00	0
Weg Equipamentos Eletricos S/A	5.537.411.520,17	5.537.411.520,17	0
Ford Motor Company Brasil Ltda	5.512.052.854,49	5.512.052.854,49	0
Companhia De Gasão e Sao Paulo Comgas	5.490.351.192,00	5.490.351.192,00	0
Andrade Gutierrez Engenharia S/A	5.323.292.391,79	5.323.292.391,79	0,00
Volkswagen Do Brasil Industria De Veiculos Automotores	5.241.436.961,00	5.241.436.961,00	0
Xingu Rio Transmissora De Energia S.A.	5.213.550.000,00	5.213.550.000,00	0,00
Anglo American Minerio De Ferro Brasil S/A	4.973.119.400,00	4.973.119.400,00	0
Estado Do Ceara (07954480)	4.917.586.520,00	4.917.586.520,00	0
Ambev S.A.	4.896.871.187,39	4.896.871.187,39	0
Concessionaria Do Aeroporto Internacional De Guarulhos	4.778.803.316,00	4.778.803.316,00	0–0
Brf - Brasil Foods S.A.	4.640.065.076,99	4.234.626.016,99	405.439.060,00
Oi S.A.	4.622.368.431,00	3.872.568.760,00	749.799.671,00
Estado Do Maranhao	4.602.790.865,00	4.602.790.865,00	0,00
Companhia De Eletricidade Do Estado Da Bahia - Coelba	4.387.508.979,00	4.387.508.979,00	0
Estado Do Espirito Santo	4.119.370.001,00	4.119.370.001,00	0,00
Fibria Celulose S.A.	4.090.814.532,34	1.856.639.973,34	2.234.174.559,00
Cia De Saneamento Basico Do Estado De Sao	4.060.234.035,00	4.060.234.035,00	0

Paulo Sabesp			
Marfrig Global Foods S.A.	4.058.400.250,18	458.508.864,18	3.599.891.386,00
Mrs Logistica S.A	3.985.488.471,99	3.985.488.471,99	0,00
Renault Do Brasil S.A	3.978.501.210,27	3.978.501.210,27	0
Estado De Santa Catarina	3.970.983.841,00	3.970.983.841,00	0,00

Fonte: BNDES (2020).
Organização: A autora (2022).

Quadro 15 - Os 50 maiores tomadores de recursos do BNDES (2019)

Listagem dos 50 maiores tomadores de recursos do BNDES (2019)			
Tomador de recursos	Total	Financiamentos	Renda Variável
Klabin S.A.	3.000.000.000,00	3.000.000.000,00	0
Mantiqueira Transmissora De Energia As	2.763.868.000,00	2.763.868.000,00	0
Marlim Azul Energia S.A.	2.060.258.660,00	2.060.258.660,00	0
Companhia De Gas De Sao Paulo Comgas	2.000.000.000,00	2.000.000.000,00	0
Embraer S.A.	1.896.687.503,94	1.896.687.503,94	0
Chimarrao Transmissora De Energia S.A.	1.760.000.000,00	1.760.000.000,00	0
Concessionaria Das Rodovias Integradas Do Sul S.A	1.235.198.000,00	1.235.198.000,00	0
Eco135 Concessionaria De Rodovias S.A.	996.350.000,00	996.350.000,00	0
Transmissora Sertaneja De Eletricidade S.A.	826.000.000,00	826.000.000,00	0
Equatorial Transmissora 4 Spe S.A.	822.560.000,00	822.560.000,00	0
Man Latin America Industria E Comercio De Veiculos Ltda	738.074.657,87	738.074.657,87	0
Suzano S.A.	706.127.000,00	706.127.000,00	0
Veredas Transmissora De Eletricidade S.A.	699.000.000,00	699.000.000,00	0
Giovanni Sanguinetti Transmissora De Energia S.A.	671.000.000,00	671.000.000,00	0
Diamantina Eolica Participacoes S.A.	663.962.563,00	663.962.563,00	0
Argo Iii Transmissao De Energia S.A.	465.000.000,00	465.000.000,00	0
Equatorial Transmissora 6 Spe S.A.	419.082.000,00	419.082.000,00	0
Autopista Regis Bittencourt S/A	410.916.860,00	410.916.860,00	0
Equatorial Piaui Distribuidora De Energia S.A	403.066.000,00	403.066.000,00	0
Neoenergia Dourados Transmissao De Energia S.A.	375.000.000,00	375.000.000,00	0
Companhia Brasileira De Aluminio	326.223.000,00	326.223.000,00	0

Equatorial Alagoas Distribuidora De Energia S.A.	284.845.600,00	284.845.600,00	0
Central Eolica Monte Verde Ii S.A.	212.086.000,00	212.086.000,00	0
Central Eolica Monte Verde I S.A.	212.086.000,00	212.086.000,00	0
Brt Sorocaba Concessionaria De Servicos Publicos Spe S.	200.000.000,00	200.000.000,00	0
Usina Uberaba S/A	191.636.880,00	191.636.880,00	0
Sao Luiz Energetica S/A	186.500.000,00	186.500.000,00	0
Central Eolica Monte Verde Iii S.A	185.576.000,00	185.576.000,00	0
Enel Green Power Morro Do Chapeu I Eolica S.A.	166.293.000,00	166.293.000,00	0
Cocamar Cooperativa Agroindustrial	160.807.505,00	160.807.505,00	0
Enel Green Power Morro Do Chapeu Ii Eolica S.A.	152.580.000,00	152.580.000,00	0
Argo Ii Transmissao De Energia S.A.	152.180.000,00	152.180.000,00	0
Pedra Agroindustrial S/A	148.456.000,00	148.456.000,00	0
Central Eolica Monte Verde Iv S.A.	145.809.000,00	145.809.000,00	0
Municipio De Fortaleza	145.226.572,00	145.226.572,00	0
Saveiros Camuyrano Servicos Maritimos S/A	138.841.427,00	138.841.427,00	0
Central Eolica Monte Verde Vi S.A.	138.400.000,00	138.400.000,00	0
Vinci Energia Sustentavel Fundo De Investimento Em Dire	136.710.000,00	0	136.710.000,00
Industrias Romi S A	129.328.319,38	129.328.319,38	0
Chafariz 1 Energia Renovavel S.A.	123.827.000,00	123.827.000,00	0
Canoas 2 Energia Renovavel S.A.	123.827.000,00	123.827.000,00	0
Chafariz 2 Energia Renovavel S.A.	123.827.000,00	123.827.000,00	0
Canoas 4 Energia Renovavel S.A.	123.827.000,00	123.827.000,00	0
Lagoa 3 Energia Renovavel S.A	123.827.000,00	123.827.000,00	0
Canoas 3 Energia Renovavel S.A.	123.796.000,00	123.796.000,00	0
Chafariz 5 Energia Renovavel S.A.	123.796.000,00	123.796.000,00	0
Ventos De Arapua 2 Energia Renovavel S.A.	123.796.000,00	123.796.000,00	0
Chafariz 4 Energia Renovavel S.A.	123.796.000,00	123.796.000,00	0
Copacol - Cooperativa Agroindustrial Consolata	117.056.792,00	117.056.792,00	0
Marcopolo Sa	114.292.841,71	114.292.841,71	0

Fonte: BNDES (2020).
Organização: A autora (2022).

REFERÊNCIAS

AGUIAR, D. **Dossiê Crítico da Logística da Soja**: Em defesa de alternativas à cadeia monocultural. 1ª ed. Rio de Janeiro: Fase, 2021. Disponível em: https://acervo.socioambiental.org/sites/default/files/documents/prov0228_0.pdf
Acesso: jul 2022.

AMARAL, A. C. *et al.* Governo acelerou canetadas sobre meio ambiente durante a pandemia. **Folha de São Paulo**. São Paulo, 28 jul. 2020. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/ambiente/2020/07/governo-acelerou-canetadas-sobre-meioambiente-durante-a-pandemia.shtml>. Acesso em: jul 2020.

ARISTÓTELES, S. **Retórica**. (384-322 a. C.); Tradução: BINI, E. – São Paulo: Edipro, 2011.

APONE, D. Mais um crime branco na Chapada. **Mídia Ninja**. São Paulo, 25 jun. 2020. Disponível em: https://midianinja.org/danieleapone/mais-um-crime-branco-nachapada/?fbclid=IwAR0JP47ogDmQIjxL0Rh80R91_ehFTFtl01UPnyEdisEqh_iv3NmbDJ3fv4. Acesso em: set 2020.

AZEVEDO, V. Taurus (TASA4) tem lucro líquido de R\$ 166 milhões, alta de 64% na base anual, com produção recorde. **InfoMoney**. 9 nov. 2021. Disponível em: <https://www.infomoney.com.br/mercados/taurus-tasa4-tem-lucro-liquido-de-r-166-milhoes-alta-de-64-na-base-anual-com-producao-recorde/>. Acesso em: abr 2022.

BAMPI, A. C.; DUTRA, M. M.; SILVA, C. A. F.; DIEL, J. O. Des-reterritorialização e resistência Xavante: o retorno à Terra Indígena Marãiwatsédé. In.: **CAMPO-TERRITÓRIO**: revista de geografia agrária, v. 12, n. 26, p. 341-365, abr., 2017.

BARBOSA, M. A. Estrutura e formação dos conceitos nas línguas especializadas: tratamento terminológico e lexicográfico. **Rev. Brasileira de Linguística Aplicada**. Belo Horizonte: v. 4, n. 1, 2004. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1984-63982004000100006. Acesso em: jan 2018.

BARBOSA, M. A. Sistema Conceptual e Sistema Terminológico. **TradTerm**. São Paulo, USP: 7, 2001. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/tradterm/article/view/49143>. Acesso em: 13 dez. 2017.

BERMAN, M. **Tudo que é sólido desmancha no ar**: A aventura da modernidade. Tradução: MOISÉS, Carlos Felipe e IORIATTI, Ana Maria L. São Paulo: Companhia das Letras, 1986.

BET365. Outdoor em apoio a Jair Bolsonaro é pichado. **Foto: Ben-Hur Demeneck / Facebook**. 2022. Disponível em: https://d.aredo.info/ponta-grossa/332923/outdoor-em-apoio-a-jair-bolsonaro-e-pichado?fbclid=IwAR0rulHmM5B2vAgAkdGyzg3MTS1-ndtJEa4ICq18IsMFVLP8NF0_yqqjw30/feed//feed//feed//feed//comments/feed//feed//feed//comments/feed/. Acesso em: jun 2022.

BEZERRA, J. E. Agronegócio e ideologia: contribuições teóricas. **Revista NERA**. Ano 12, Nº. 14. P. 112-124. Jan/Jun, 2009.

BOM FUTURO. Bom futuro. **Sobre a bom futuro**. 2022. Disponível em: <https://www.bomfuturo.com.br/pt-br/bom-futuro/sobre>. Acesso em: mai 2022.

BRASIL. **Decreto nº 72034** de 30 de março de 1973. Institui o programa nacional de alimentação e nutrição (PRONAN), aprova o I PRONAN e da outras providencias. Diário Oficial da República Federativa do Brasil. Brasília, DF, 30 de março de 1973. Disponível em: <https://www.diariodasleis.com.br/legislacao/federal/61818-institui-o-programa-nacional-de-alimentauuo-e-nutriuuo-pronan-aprova-o-i-pronan-e-da-outras-providencias.html#:~:text=Art%201%C2%BA%20%C3%89%20institu%C3%A%20o,produtividade%20e%20n%C3%ADveis%20de%20renda>. Acesso em: out 2021.

BRASIL. IBGE. **Modernização da agricultura no Sudoeste de Goiás**. Rio de Janeiro: IBGE, 1982.

BRASIL. **Instrução Normativa nº 13**, de 08 de abril de 2020. Dispõe sobre a aplicação de fungicidas e óleo mineral com uso de aeronaves agrícolas na cultura da banana. Diário Oficial da República Federativa do Brasil. Brasília, DF, 09 de abril de 2020. Disponível em: <http://www.in.gov.br/en/web/dou/-/instrucao-normativa-n-13-de-8-de-abril-de-2020-251908947>. Acesso em: ago 2020.

BRASIL. **Instrução Normativa nº 9**, de 09 de março de 2020. Diário Oficial da República Federativa do Brasil. Brasília, DF 23 de março de 2020. Disponível em: <http://www.in.gov.br/en/web/dou/-/instrucao-normativa-n-9-de-20-de-marco-de-2020-249243190>. Acesso em: ago 2020.

BRASIL. **Lei complementar nº 87**, de 13 de setembro de 1996. Dispõe sobre o imposto dos Estados e do Distrito Federal sobre operações relativas à circulação de mercadorias e sobre prestações de serviços de transporte interestadual e intermunicipal e de comunicação, e dá outras providências. (LEI KANDIR). Diário Oficial da República Federativa do Brasil. Brasília, DF, 13 de março de 1996. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/lcp/lcp87.htm. Acesso em: out 2021.

BRASIL. **Lei nº 11.326**, de 24 de julho de 2006, estabelece as diretrizes para a formulação da Política Nacional da Agricultura Familiar e Empreendimentos Familiares Rurais. Diário Oficial da República Federativa do Brasil. Brasília, DF 25 de julho de 2006.

BRASIL. **Portaria nº 2.843**, de 06 de julho de 2020. Diário Oficial da República Federativa do Brasil. Brasília, DF 13 de julho de 2020. Disponível em: <http://www.in.gov.br/web/dou/-/portaria-n-2.843-de-6-de-julho-de-2020-266361776>. Acesso em: ago 2020.

BRASIL. **Portaria nº439**, de 11 de maio de 2020. Institui o Núcleo de Gestão Integrada -ICMBio Cruzeiro do Sul, um arranjo organizacional para gestão territorial integrada de Unidades de Conservação federais, no âmbito do Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade - ICMBio (processo SEI nº 02070.002801/2020-63). Diário Oficial da República Federativa do Brasil. Brasília, DF 13 de maio de 2020. Disponível em: <http://www.in.gov.br/web/dou/-/portaria-n-439-de-11-de-maio-de-2020-256528221>. Acesso em: ago 2020.

BRASIL. **Projeto de Lei 6299/2002**, de 12 de março de 2002. Altera a Lei n. 7.802, de 11 de julho de 1989, que dispõe sobre a pesquisa, a experimentação, a produção, a embalagem e a rotulagem, o transporte, o armazenamento, a comercialização, a propaganda comercial, a utilização, a importação, a exportação, o destino final dos resíduos e embalagens, o registro, a classificação, o controle, a inspeção e a fiscalização de agrotóxicos, seus componentes e afins, e dá outras providências"; tendo parecer da Comissão de Seguridade Social e Família, pela aprovação deste, com emenda, e pela rejeição dos de nOs 1388/1999 e 7564/2006, apensados. Diário Oficial da República Federativa do Brasil. Brasília, DF, 12 de março de 2002. Disponível em: https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/prop_mostrarintegra;jsessionid=n_ode0173t9acsu1lx15mem17pr29xh15485086.node0?codteor=1672866&filena me=PL+6299/2002. Acesso em: ago 2020.

BRASIL. **Projeto de Lei nº 6.299**, de 2002. Altera os arts 3º e 9º da Lei nº 7.802, de 11 de julho de 1989, que dispõe sobre a pesquisa, a

experimentação, a produção, a embalagem e rotulagem, o transporte, o armazenamento, a comercialização, a propaganda comercial, a utilização, a importação, a exportação, o destino final dos resíduos e embalagens, o registro, a classificação, o controle, a inspeção e a fiscalização de agrotóxicos, seus componentes e afins, e dá outras providências. Diário Oficial da República Federativa do Brasil. Brasília, DF, 2018. Disponível em: https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/prop_mostrarintegra?codteor=1669849 . Acesso em: jun 2022.

BRASIL. **Projeto de Lei nº 790**, de 2007. Altera a Lei nº 6.001, de 19 de dezembro de 1973, que dispõe sobre o Estatuto do Índio. Diário Oficial da República Federativa do Brasil. Brasília, DF, 2007. Disponível em: https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/prop_mostrarintegra?codteor=444088&filename=PL+490/2007. Acesso em: jun 2022.

BRUNO, R. Movimento Sou Agro: marketing, habitus e estratégias de poder do agronegócio. In.: **36º Encontro Anual da ANPOCS**. São Paulo: 2012. Disponível em: <https://www.anpocs.com/index.php/encontros/papers/36-encontro-anual-da-anpocs/gt-2/gt16-2/8027-movimento-sou-agro-marketing-habitus-e-estrategias-de-poder-do-agronegocio>. Acesso em: fev 2019.

BUAINAIN, A. M., ALVES E., SILVEIRA J. M., NAVARRO, Z. Sete teses sobre o mundo rural brasileiro. In: Buainain, A. M. et al, **O Mundo Rural no Brasil no Século 21**. A formação de um novo padrão agrário e agrícola. Brasília, EMBRAPA, 2014.

CANUTO, A. O árduo e longo caminho para o conhecimento dos direitos de comunidades tradicionais Direitos Humanos no Brasil 2012. **Relatório da Rede Social de Justiça e Direitos Humanos**, 2012. In: MERLINO, T. MENDONÇA, M. L. Disponível em: https://reporterbrasil.org.br/documentos/DH_relatorio_2012.pdf. Acesso em: jun 2022.

CARVALHO, J. T. de; OLIVEIRA, A. R. de. O agronegócio no Brasil: o discurso da fração de classe reinante. **Revista NERA**, v. 24, n. 58, p. 28-55, mai. - ago., 2021.

CARVALHO, J. T. **Os efeitos do agronegócio canavieiro e da mobilidade espacial do trabalho no centro-norte goiano a partir do plano nacional de agroenergia (2006-2011)**. 2017. 198 f. Dissertação (Mestrado em Geografia) - Universidade Federal de Goiás, Goiânia, 2017.

CASTILHO, A. Estudante da UFG diz que usará novamente camiseta “menos amor, mais glifosato”. **De olho nos ruralistas**. Agrotóxicos. 12 jul 2017. Disponível em: <https://deolhonosruralistas.com.br/2017/07/12/estudante-da-ufg-diz-que-usara-novamente-camiseta-menos-amor-mais-glifosato/>. Acesso em: nov 2021.

CASTILHO, D. **Modernização territorial e redes técnicas em Goiás**. Tese (Doutorado) – Programa de Pesquisa e Pós-Graduação em Geografia do Instituto de Estudos Socioambientais. Universidade Federal de Goiás. Goiânia, 2014. Disponível em: <https://repositorio.bc.ufg.br/tede/handle/tede/3500> . Acesso em: jun 2022.

CASTRO, Selma Simões de. Avaliação de impactos ambientais – município de Rio Verde (GO): **Relatório técnico parcial I**: mapas temáticos de serviço e memoriais explicativos. LABOGEF - UFG, Goiânia: 2009. Disponível em: http://www.labogef.iesa.ufg.br/labogef/arquivos/downloads/rio-verde-relatorio-1-final_69481.pdf. Acesso em: nov 2018.

CHAUÍ, M. **A ideologia da competência**. Belo Horizonte: Autêntica, 2014.

COELHO, L. PERES, J. Como a Nestlé se apropriou das receitas brasileiras (ou de como viramos o país do leite condensado). **O joio e o trigo**. Cultura Alimentar. 08 mar 2021. Disponível em: <https://ojoioetrigo.com.br/2021/04/como-a-nestle-se-apropriou-das-receitas-brasileiras-ou-de-como-viramos-o-pais-do-leite-condensado/>. Acesso em: dez 2021.

COLETTA, R. D. MACHADO, R. Governo demite coordenadora do Inpe responsável por monitorar desmatamento. **Folha de São Paulo**. São Paulo, 13 jul. 2020. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/ambiente/2020/07/governo-demite-coordenadora-do-inperesponsavel-por-monitorar-desmatamento.shtml>. Acesso em: set 2020.

DAMATTA, R. **O que faz o Brasil, Brasil?** Rio de Janeiro: Rocco, 1986.

DANTAS, R. Taurus: “Bolsonaro lembrou brasileiros do direito à legítima defesa”, diz CEO sobre acesso a armas. **Money Times**. Entrevista 24 jan. 2022. Disponível em: <https://www.moneytimes.com.br/taurus-bolsonaro-lembrou-brasileiros-do-direito-a-legitima-defesa-diz-ceo-sobre-acesso-a-armas/>. Acesso em: abr 2022.

DAVIS, J. H.; GOLDBERG, R. A. **A concept of agribusiness**. Harvard (EUA): Harvard University, 1957.

DELGADO, G. C. **Do capital financeiro na agricultura à economia do agronegócio: mudanças cíclicas em meio século (1965 – 2012)**. Porto Alegre, Editora da UFRGS, 2012.

DIÁRIO DIGITAL. Outdoor em agradecimento a Bolsonaro e Tereza Cristina é atacado por vândalos. **Foto: Marco Miatelo**. Agronegócio. 01 out 2020. Disponível em: <https://www.diariodigital.com.br/agropecuaria/outdoor-em-agradecimento-a-bolsonaro-e-tereza-cristina-e-atacado-por-vandalos/>. Acesso em: jun 2022.

Elias, D. Agronegócio e novas regionalizações no Brasil. In.: **Revista Estudo Urbanos e Regionais**. V. 13, N. 2. Novembro, 2011. Disponível em: <http://rbeur.anpur.org.br/rbeur/article/viewFile/400/376>. Acesso: dez 2018.

ELIAS, D. Agronegócio e novas regionalizações no Brasil. **Revista Brasileira de Estudos Urbanos e Regionais**, v. 13, n. 2, p. 153-167, 2011.

ESCOBAR, A. **Sentipensar con la tierra**. Nuevas lecturas sobre desarrollo, territorio y Diferencia. Medellín: Ediciones UNAULA, 2014.

EXAME. Juíza arquiva ação contra Lula no caso do triplex. **Estadão Conteúdo**. Brasil. 28 jan 2022. Disponível em: <https://exame.com/brasil/juiza-arquiva-acao-contralula-no-caso-do-triplex/>. Acesso em: mai 2022.

FAORO, R. **A questão da modernização**. Estudos Avançados, vol.6 nº.14 São Paulo: Jan./Apr,1992.

FERNANDES, F. **Integração do negro na sociedade de classes**. São Paulo: Ática, 1978.

FILHO, J. A aliança lucrativa do agro, sertanejo e direita dá as caras de novo. **The Intercept Brasil**. 04 jun 2022. Disponível em: <https://theintercept.com/2022/06/04/agro-sertanejo-direita-alianca-lucrativa/> . Acesso em: jun 2022.

FONTES, E. M. G.; VALADARES-INGLIS, M. C. Controle biológico de pragas da agricultura. In: **Embrapa Recursos Genéticos e Biotecnologia**. Embrapa, 2020. Disponível em: <https://www.embrapa.br/busca-de-publicacoes/-publicacao/1121825/control-biologico-de-pragas-da-agricultura>. Acesso em: mar 2022.

FOUCAULT, M. **Vigiar e Punir**: história da violência nas prisões. Petrópolis: Editora Vozes, 1987.

FOUCAULT, M. **A Arqueologia do Saber**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2009.

FOUCAULT, M. **A ordem do discurso**: aula inaugural no Collège de France, pronunciada em 2 de dezembro de 1970/ Michel Foucault; tradução: Laura Fraga de Almeida Sampaio 24 ed. São Paulo, SP: Edições Loyola, 2014.

FOUCAULT, M. **Microfísica do Poder**. Rio de Janeiro: Edições Grall, 1975. FPA. Frente Parlamentar Agropecuária. **FPA Todos os membros**. 07 jan 2021. Disponível em: <https://fpagropecuaria.org.br/todos-os-membros/>. Acesso em: jun 2022.

FREY, J. Salles demite diretor do Ibama após operação contra garimpeiros ilegais. **Uol**, Congresso em Foco. São Paulo, 14 abr. 2020. Disponível em: <<https://congressoemfoco.uol.com.br/meio-ambiente/salles-demite-diretor-do-ibama-aposoperacao-contra-garimpeiros-ilegais/>>. Acesso em: ago 2020.

GAMEIRO, M. B. P da. **Fetichismo da mercadoria “verde”**: a questão ambiental na construção social da imagem do etanol brasileiro. Tese (Doutorado em Sociologia) – Universidade Federal de São Carlos: São Carlos, 2017. Disponível em: <https://docplayer.com.br/155291131-Universidade-federal-de-sao-carlos-centro-de-educacao-e-ciencias-humanas-programa-de-pos-graduacao-em-sociologia-mariana-bombo-perozzi-gameiro.html>. Acesso em: abr 2022.

GARCIA, A. C. Justiça nega liminar contra retirada de outdoors pró-Bolsonaro. **Bet 350**. Portal Plural. Geral. 17 mai 2022. Disponível em: <https://portalplural.com.br/justica-nega-liminar-contra-retirada-de-outdoors-pro-bolsonaro/>. Acesso em: jun 2022.

GARCIA, R. As propagandas ufanistas do governo dos anos 70 As crianças daquela época não esqueceram esses slogans. **VEJA**. 16 mai 2018. Disponível em: <https://vejasp.abril.com.br/coluna/memoria/as-propagandas-ufanistas-do-governo-dos-anos-70/>. Acesso em: ago 2021.

GAZETA DO POVO. Outdoors de apoio a Bolsonaro antecipam campanha por reeleição em 2022. **Foto: Dida Sampaio/Estadão Conteúdo**. República. Ruas e estradas. 19 out 2020. Disponível em: <https://www.gazetadopovo.com.br/república/outdoors-apoio-bolsonaro-reeleicao-2022/>. Acesso em: jun 2022.

GIOVANAZ, D. Maior crime industrial da história soma 600 mil vítimas e afeta 3ª geração na Índia. **Brasil de Fato**. Internacional. Agrotóxicos. 19 mar 2020. Disponível em: <https://www.brasildefato.com.br/2020/03/19/maior-crime-industrial-da-historia-soma-600-mil-vitimas-e-afeta-3-geracao-na-india>. Acesso em: dez 2021.

GRAMSCI, A. **Os intelectuais e a organização da cultura**. 4 ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1982.

GRAZIANO DA SILVA, J. Complexos agroindustriais e outros complexos. **Reforma Agrária**, v. 21, n. 3, p.5-34, 1991.

HARAWAY, D.; TSING, A.; MITMAN, G. Reflections on the Plantationocene (a conversation with Donna Haraway & Anna Tsing, moderated by Gregg Mitman). Podcast: University of Wisconsin-Madison, June 18, 2019. Disponível em: <https://edgeeffects.net/haraway-tsing-plantationocene/>. Acesso em: fev 2022.

HARVEY, D. **O novo imperialismo**. São Paulo: Loyola, 2004.

HEREDIA, B., PALMEIRA, M., LEITE, S. P. “Sociedade e Economia do “agronegócio” no Brasil”. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, vol. 25, n. 74.

HERNANDEZ, O. Anúncios dos anos 70 de diversos produtos e serviços. In: Oswaldo Hernandez. **Oswaldo Hernandez**. Brasil, sábado, 6 de outubro de 2012. Disponível em: <http://memoriasoswaldohernandez.blogspot.com/2012/10/anuncios-dos-anos-70-de-diversos.html?zx=a85ef38699043cf8>. Acesso em: mar 2022.

IBGE. **Censo Agropecuário 2006**. Agricultura Familiar. Brasil, Grandes Regiões e Unidades da Federação. Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão/IBGE, 2010.

IBGE. **Censo Agropecuário 2006**. Brasil, Grandes Regiões e Unidades da Federação. Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão/IBGE, 2010.

IBGE. **Censo Agropecuário**. Brasil, Downloads, 2021. Disponível em: << https://www.ibge.gov.br/estatisticas/economicas/agricultura-e-pecuaria/21814-2017-censo-agropecuaria.html?utm_source=landing&utm_medium=explica&utm_campaign=producao_agropecuaria&t=downloads>> Acesso em: jul 2022.

II VIGISAN. Insegurança Alimentar e Covid-19 no Brasil. II Inquérito Nacional sobre Insegurança Alimentar no Contexto da Pandemia da Covid-19 no Brasil. Formulação, realização e coordenação: **Rede PENSSAN**. Rio de Janeiro, 2022. Disponível em: <https://olheparaafome.com.br/wp-content/uploads/2022/06/Relatorio-II-VIGISAN-2022.pdf>. Acesso: jun 2022.

INOCÊNCIO, M. E. **O PROCEDER e as tramas do poder na territorialização do capital no Cerrado**. 2010. 271 f. Tese (Doutorado em Ciências Humanas) - Universidade Federal de Goiás, Goiânia, 2010.

INSTAGRAM. @paulo_trabalho. **Instagram Paulo Trabalho**. 07 de jun de 2022. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/Ced3I2ULmJ1/>. Acesso em jun 2022.

IPAM. Florestas públicas não destinadas & grilagem. **IPAM Amazônia**. 2022. Disponível em: <https://ipam.org.br/florestas-publicas-nao-destinadas-e-grilagem/>. Acesso em: mai 2022.

JORNAL CANA. Unica e Basf lançam parceria para ampliar divulgação de campanha. **JORNALCANA**. 08 abr 2009. Disponível em: <https://jornalcana.com.br/amp/unica-e-basf-lancam-parceria-para-ampliar-divulgacao-de-campanha/>. Acesso em: jan 2022.

LACERDA, E. Associação brasileira do agronegócio (ABAG) e a institucionalização dos interesses do empresariado rural no Brasil. In.: **Ruris**. Vol. 5, número 1. Março/2011. Disponível em: <https://www.ifch.unicamp.br/ojs/index.php/ruris/article/view/965>. Acesso em: ago 2018.

LACERDA, E., “**Brasil Sistêmico: a ideologia sistêmica do agronegócio na Associação Brasileira de Agribusiness (ABAG)**”. Dissertação (Mestrado Ciências Sociais em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade), Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro -CPDA/DDAS/UFRRJ. Rio de Janeiro (RJ), 2009.

LEITE, A. et. al. Políticas públicas para terra e território: um olhar prospectivo sobre os próximos quatro anos no campo brasileiro. In: LEITE et. al. **Brasil: incertezas e submissão?** São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2019.

LUXEMBURGO, R. **A acumulação do capital**: estudo sobre a interpretação econômica do imperialismo./ Luxemburg, Rosa; tradução Moniz Bandeira. Rio de Janeiro: Zahar editores, 1970.

MAFORT, K. C. de. Reestruturação produtiva no campo e os processos de trabalho nos assentamentos de reforma agrária do estado de São Paulo. Tese (Doutorado em Ciências Sociais). Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho": Araraquara, 2018. Disponível em:

https://repositorio.unesp.br/bitstream/handle/11449/182334/mafort_kco_dr_arafcl.pdf?sequence=5&isAllowed=y. Acesso em: set 2019.

MAPBIOMAS. Relatório Anual de Desmatamento 2019 – São Paulo, SP – **MapBiomias**, 2020. 49 páginas. Disponível em:

<https://s3.amazonaws.com/alerta.mapbiomas.org/relatorios/MBI-relatoriodesmatamento-2019-FINAL5.pdf>. Acesso em: set 2020.

MARAFON, G. J. Industrialização da Agricultura e Formação do Complexo Agroindustrial no Brasil. **Geo UERJ**. Rio de Janeiro: UERJ, n. 3, p.7-21, jun., 1998.

MARCUSE, H. **O homem unidimensional**: estudos da ideologia da sociedade industrial avançada. Tradução de Robespierre de Oliveira, Deborah Christina Antunes e Rafael Cordeiro Silva. - São Paulo: EDIPRO, 2015.

MARTINS, J. S. **Expropriação e violência**. São Paulo, Ed.Hucitec, 1980.

MARTINS, J. S. **O poder do atraso: ensaios de sociologia da história lenta**. 2. ed. – São Paulo: Hucitec, 1999.

MARTINS, J. S. **Reforma agrária: o impossível diálogo**. São Paulo, EDUSP, 2000.

MARTUSCELLI, D. E. Alcance e limites do conceito poulantziano de fração reinante. In.: **Anais IX Colóquio Marx e Engels**. São Paulo: Unicamp, jul. 2018. Disponível em:

<https://anais9colouquiomarxengels.files.wordpress.com/2018/07/alcances-e-limites-doconceito-poulantziano-de-frac3a7c3a3o-reinantes-danilo-enrico-martuscelli-uffs.pdf>. Acesso em: fev 2021.

MARX, K.; ENGELS, F. **A ideologia alemã** Crítica da mais recente filosofia alemã em seus representantes Feuerbach, B. Bauer e Stirner, e do socialismo alemão em seus diferentes profetas. ed. MEW–Marx-Engels Werke, v. 3 (Berlin, Dietz Verlag, 1969). Tradução de Rubens Enderle, Nélio Schneider, Luciano Cavini Martorano. São Paulo: Boitempo, 2007.

MARX, K.; ENGELS, F. **O manifesto comunista**. 10. ed. Tradução de Maria Lucia Cumo. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1998.

MATHIAS, M. Como o Miojo se disfarçou de tudo aquilo que não é. **O joio e o trigo**. Cultura Alimentar. 14 mar. 2022. Disponível em: <https://ojoioetrigo.com.br/2022/04/como-o-miojo-se-disfarcou-de-tudo-aquilo-que-nao-e/>. Disponível em: <https://ojoioetrigo.com.br/2022/04/como-o-miojo-se-disfarcou-de-tudo-aquilo-que-nao-e/>. Acesso em: abr 2022.

MEDEIROS, R.; et al. Contribuição das unidades de conservação brasileiras para a economia nacional: **Sumário Executivo**. Brasília: UNEP-WCMC, 44p.
MELO, T. da S. A ideologia por trás do termo agronegócio. **Revista Pegada** – vol. 19. n.2, p. 84-113, mai.- ago., 2018.

MENDONÇA, M. L. R. F. **Modo capitalista de produção e agricultura: a construção do conceito de agronegócio**. 2013. Tese (Doutorado em Geografia Humana) - Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2013.

MENDONÇA, M. R. **A urdidura espacial do capital e do trabalho no cerrado do sudoeste goiano**. 2004. 457 f. Tese (doutorado) - Universidade Estadual Paulista, Faculdade de Ciências e Tecnologia, 2004. Disponível em: https://repositorio.unesp.br/bitstream/handle/11449/102964/mendonca_mr_dr_prud.pdf?sequence=1&isAllowed=y. Acesso em: jun 2022.

MONTELEONE, J.; SEREZA, H. C. Ditadura e Volkswagen promoveram "maior incêndio da história" na Amazônia. **Brasil de Fato**. Opera Mundi. 21 ago. 2019. Disponível em: <https://www.brasildefato.com.br/2019/08/21/ditadura-e-volkswagen-promoveram-o-maior-incendio-da-historia-nos-anos-1970/>. Acesso em: abr 2022.

MONTENEGRO GÓMEZ, J. R. **Desenvolvimento em (des) construção: narrativas escalares no desenvolvimento territorial rural**. 2006. 438 f. Tese (Doutorado) - Universidade Estadual Paulista, Faculdade de Ciências e Tecnologia, 2006. Disponível em: <http://hdl.handle.net/11449/105042>. Acesso em: jun, 2018.

MORI, L. Quando e como Lula será solto agora que o STF determinou o fim da prisão após condenação em 2ª instância? **BBC News Brasil**. São Paulo: 07 nov 2019. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-50175387>. Acesso em: mai 2022.

MÜLLER, G. **Complexo Agroindustrial e modernização agrária**. São Paulo: Hucitec, 1989.

NEHER, C. De carros a gado: o polêmico agronegócio da Volkswagen na Amazônia. **CartaCapital**. Sociedade. 27 jun. 2017. Disponível em: <https://www.cartacapital.com.br/sociedade/de-carros-a-gado-o-polemico-agronegocio-da-volkswagen-na-amazonia/>. Acesso: abr 2022.

NEHER, C. O polêmico agronegócio da Volkswagen na Amazônia. **Made For Minds**. Economia. 26 jun 2017. Disponível em: <https://www.dw.com/pt-br/de-carros-a-gado-o-pol%C3%AAmico-agroneg%C3%B3cio-da-volkswagen-na-amaz%C3%B4nia/a-39422759>. Acesso em: jun 2022.

NEVES, R. MARTINS, R. ANDRADE, E. G. PM colocado por Salles no Ibama atropela norma para legalizar exportações irregulares de madeira. **The Intercept Brasil**. Brasil, 26. fev. 2020. Disponível em: <https://theintercept.com/2020/02/26/aliado-salles-exportacao-irregularmadeira/>. Acesso em: set 2020.

NICOLAV, V. O que passou na “boiada” de Ricardo Salles durante a pandemia? **Brasil de Fato**. São Paulo, 09 jun. 2020. Disponível em: <https://www.brasildefato.com.br/2020/06/09/oque-passou-na-boiada-de-ricardo-salles-durante-a-pandemia>. Acesso em: set 2020.

OLIVEIRA, A. U. **Integrar para não entregar**: políticas públicas e Amazônia. 2ª ed. Campinas, SP: Papyrus, 1991.

OLIVEIRA, E. Amazônia tem 23% de floresta em terras públicas não destinadas registradas ilegalmente como propriedades privadas, aponta levantamento. **Globo (G1)**. Rio de Janeiro, 24 jun. 2020. Disponível em: <https://g1.globo.com/natureza/amazonia/noticia/2020/06/24/amazonia-tem-23percent-defloresta-em-terras-publicas-registradas-ilegalmente-como-propriedades-privadas-apontalevantamento.ghtml>. Acesso em: ago 2020.

OLIVEIRA, F. de. **Crítica à razão dualista**: O ornitorrinco. São Paulo: Boitempo editorial, 2003.

ONU. A ONU e o meio ambiente. **Nações Unidas Brasil**. 16 set 2020. Disponível em: <https://brasil.un.org/pt-br/91223-onu-e-o-meio-ambiente>. Acesso: jan 2022.

ORLANDI, E. P. **Análise de Discurso** - Princípios & Procedimentos. Campinas, SP: Pontes, 2005.

PAGE, B. Across the great divide: agriculture and industrial geography. **Economic Geography**. V. 72, n. 4, p. 376-397, 1996.

PELÁ, M.; MENDONÇA, M. R. Cerrado Goiano: encruzilhada de tempos e territórios em disputa. In: PELÁ, Márcia; CASTILHO, Denis. (org.) **Cerrados: perspectivas e olhares**. Goiânia: Editora Vieira, 2010.

PIRES, M. J. S.; RAMOS, P. O Termo Modernização Conservadora: Sua Origem e Utilização no Brasil. **Revista Econômica do Nordeste**. V. 40, n. 03, jul./set. 2009.

PIRES, M. O. **Programas agrícolas na ocupação do Cerrado**. Sociedade e Cultura, v. 3, n. 1 e 2, jan/dez. 2000.

PLIGHER, P. Taurus lucra R\$ 635 mi em 2021 após venda recorde de armas em 2021. **Poder 360**. 13 mar. 2022. Disponível em: <https://www.poder360.com.br/economia/taurus-lucra-r-635-milhoes-em-2021-apos-venda-recorde-de-armas-em-2021/>. Acesso em: abr 2022.

PNB online. Outdoors camuflam campanha presidencial para 2022. **Conteúdo Estadão**. 19 out 2020. Disponível: <https://www.pnbonline.com.br/politica/outdoors-camuflam-campanha-presidencial-para-2022/70866>. Acesso em: jun 2022.

POMPEIA, C. R. N. **Formação Política do Agronegócio**. 2018. Tese (doutorado em Antropologia Social) - Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Harvard University, Universidade Estadual de Campinas. Campinas, 2018.

PORTO-GONÇALVES, Carlos Walter. Geografia da riqueza, fome e meio ambiente: pequena contribuição crítica ao atual modelo agrário/agrícola de uso dos recursos naturais. **Revista Internacional Interdisciplinar INTERthesis**, Florianópolis, v. 1, n. 1, p. 1-55, 2004.

POULANTZAS, N. **Estado, poder e socialismo**. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1980.

POULANTZAS, N. **Poder político e classes sociais**. Tradução de Francisco Silva. 1.ed. São Paulo: Martins Fontes, 1977.

PUTTI, A. Bolsonaroistas colocam fogo em outdoor contrário ao presidente no interior de SP. **CartaCapital**. Política. 15 set. 2020. Disponível em: <https://www.cartacapital.com.br/sociedade/bolsonaristas-colocam-fogo-em-outdoor-contrario-ao-presidente-no-interior-de-sp/>. Acesso em: jun 2022.

RAMOS, R. F. Frigorífico Goiás, de Gustavo Lima, é condenado a indenizar trabalhadora em R\$ 26 mil. **De olho nos ruralistas**. De olho no agronegócio. 27 mai 2022. Disponível em:

<https://deolhonosruralistas.com.br/2022/05/27/frigorifico-goias-de-gusttavo-lima-e-condenado-a-indenizar-trabalhadora-em-r-26-mil/> . Acesso em: jun 2022.

REINA, E. **Cativeiro sem fim**. São Paulo: Alameda, 2019.

REIS, A. Como VW passou a ser investigada por trabalho escravo e tortura na Amazônia. **UOL**. São Paulo, 01 jun 2022. Disponível em: <https://www.uol.com.br/carros/noticias/redacao/2022/06/01/como-vw-passou-a-ser-investigada-por-trabalho-escravo-e-tortura-na-amazonia.htm>. Acesso: jun 2022.

REIS, D. Jr. Eso Alcool 1980. Danilo Reis Júnior. **Propagandas históricas.com.br**. mar 2020. Disponível em: <https://www.propagandashistoricas.com.br/2018/08/propaganda-antiga-fiat.html>. Acesso em: mai 2020.

REIS, D. Jr. Fiat (Automóveis a Alcool) – 1979. Danilo Reis Júnior. **Propagandas históricas.com.br**. ago 2018. Disponível em: <https://www.propagandashistoricas.com.br/2018/08/propaganda-antiga-fiat.html>. Acesso em: mai 2020.

REPÓRTER EM AÇÃO. Presidente Jair Bolsonaro compartilha outdoor de Juína. Outdoor instalado em Juína - MT - **Repórter em Ação**. 29 jul 2020. Disponível: <https://www.reporteremacao.com.br/noticia/juina/presidente-jair-bolsonaro-compartilha-outdoor-de-juina/>. Acesso em: jun 2022.

RIBEIRO, D. D. **Agricultura “caificada” no sudeste de Goiás**: do bônus econômico ao ônus socio-ambiental. 2005. Tese (Doutorado) - Instituto de Geociências, Universidade Federal Fluminense. Niterói, 2005.

RIBEIRO, D. D. **Modernização da agricultura e (re)organização do espaço no município de Jatai-GO**. 2003. 96f. Dissertação (Mestrado em Geografia), Universidade Estadual Paulista – FCT. Presidente Prudente (SP), 2003.

RÍMOLI, C. Quem é o bilionário, que doou R\$ 1 milhão para o Inter ter Rodinei?. **Cosme Rímoli R7**. 20 fev 2021. Disponível em: <https://esportes.r7.com/prisma/cosme-rimoli/quem-e-o-bilionario-que-doou-r-1-milhao-para-o-inter-ter-rodinei-25022021>. Acesso em: abr 2022.

RODRIGUES, M; PELÁ, M. O cerrado goiano numa encruzilhada de tempos: os territórios em disputa e as novas territorialidades do conflito. **Revista Geográfica de América Central**, vol. 2, julio-diciembre, 2011.

SANTOS, M. **A natureza do espaço**: técnica e tempo, razão e emoção. São Paulo: HUCITEC, 1996.

SANTOS. Nota de Repúdio da Ibfan sobre parceria da nestlé com a spb em programa para jovens pediatras. 2020. Disponível em: <http://www.ibfan.org.br/site/noticias/nota-de-repudio-a-ibfan-repudia-parceria-da-nestle-com-a-sbp-em-programa-para-jovens-pediatras.html>. Acesso em: abr 2022.

SAUER, S. Movimentos e organizações sociais no Brasil rural contemporâneo: questões e desafios. In.: DELGADO, G. C. BERGAMASCO, S. M. P. P. (orgs.) **Agricultura familiar brasileira: desafios e perspectivas de futuro**. Brasília: Ministério do Desenvolvimento Agrário, 2017.

SBPC. Manifesto contrário ao Projeto de Lei 6299/2002 ou “PL do Veneno”, aprovado pela Câmara dos Deputados. **SBPC se posiciona contra o “PL do Veneno”**. 07 mar 2022. Disponível em: <http://portal.sbpcnet.org.br/noticias/sbpc-se-posiciona-contr-o-pl-do-veneno/#:~:text=O%20PL%20modifica%20o%20sistema,das%20embalagens%20de%20agrot%C3%B3xicos%20no>. Acesso em: jun 2022.

SENADO NOTÍCIAS. Em busca de um novo modelo de gestão para o uso da água. **Agência Senado**. 13 mar 2018. Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/noticias/especiais/especial-cidadania/em-busca-de-um-novo-modelo-de-gestao-para-o-uso-da-agua/em-busca-de-um-novo-modelo-de-gestao-para-o-uso-da-agua>. Acesso em: jan 2022.

SHIVA, V. **Monoculturas da mente: perspectiva da biodiversidade e da biotecnologia**. São Paulo: Gala, 2003.

SILVA, J. R. da. **A descontinuidade em banco comercial privado nacional: um estudo de caso: o COMIND**. Dissertação (Mestrado em Ciências Contábeis) - Instituto Superior de Estudos Contábeis, Fundação Getúlio Vargas - FGV, Rio de Janeiro, 1990.

SILVIO, T. Foto de alunos da UFG com camiseta pedindo 'menos amor' e promovendo agrotóxico repercute na web. **Globo (G1)**. Goiânia, 13 jun 2017. Disponível em: <https://g1.globo.com/goias/noticia/foto-de-alunos-da-ufg-com-camiseta-pedindo-menos-amor-e-promovendo-agrotoxico-repercute-na-web.ghtml>. Acesso em: dez 2021.

SMITH, N. **Desenvolvimento desigual**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1988.

SVAMPA, M. N. Consenso de los commodities y lenguajes de valoración en América Latina. **Revista Nueva Sociedad**. Editorial Fundación Friedrich Ebert. abr. 2013.

TAURUS. Sobre nós. **Histórico**. 2022. Disponível em: <https://taurusarmas.com.br/pt/institucional/sobre-nos>. Acesso em: abr 2022.

TWITER. @AlbemBC. Substituiu esta semana a chamada para o "Ato pela Terra contra o Pacote da Destruição". Outdoor na Quadra 27 do Lago Sul, Brasília (DF). #AtoPelaTerra. **Twiter Aldem Bourscheit**. 17 de mar de 2022. Disponível em: <https://twitter.com/AldemBC/status/1504411751567310854> . Acesso em: jun 2022.

UNICA. Como e por que o álcool combustível melhora a sua vida e a do planeta. **Etanol uma atitude inteligente**. Out 2020. Disponível em: <https://unica.com.br/wp-content/uploads/2020/10/cartilha-etanol-uma-atitude-inteligente.pdf>. Acesso em: fev 2021.

VALENTE, R. A 10 meses da eleição, fazendas usam, sem empecilho, outdoors pró-Bolsonaro. Imagem: Rubens Valente. UOL. Reportagem. 01 mai 2022. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/columnas/rubens-valente/2022/01/05/propaganda-eleitoral-bolsonaro-centro-oeste-outdoors.htm?cmpid=copiaecola>. Acesso em: jun 2022.

VIGISAN. Insegurança Alimentar e Covid-19 no Brasil. Inquérito Nacional sobre Insegurança Alimentar no Contexto da Pandemia da Covid-19 no Brasil. Formulação, realização e coordenação: **Rede PENSSAN**. Rio de Janeiro, 2021. Disponível em: http://olheparaafome.com.br/VIGISAN_Inseguranca_alimentar.pdf. Acesso em: mai 2022.