

PARA ALÉM DO CONSENSO: fronteiras analíticas da noção de agronegócio

BEYOND CONSENSUS: analytical frontiers of the notion of agribusiness

Dinalva Donizete Ribeiro

Universidade Federal de Goiás. Professora no Setor de Desenvolvimento Rural, Escola de Agronomia.
Goiânia–GO.
dinalvadr@gmail.com

Thiago de Carvalho Verano

Universidade Federal de Goiás. Doutorando em Agronegócio (PPGAGRO/UFG), Mestre pelo mesmo Programa e Especialista em Agricultura Familiar Camponesa e Educação do Campo (UFG). Goiânia–GO.
veranoseco@gmail.com

Nadja Karoliny Lucas de Jesus Almeida

Secretaria Municipal de Educação de Goiânia. Professora de língua portuguesa. Mestra em Ensino na Educação Básica (PPGEEB/UFG). Goiânia–GO.
karolalmeidago@gmail.com

Resumo

A positivação e a legitimação do agronegócio como chave explicativa dos processos que ocorrem no campo, na economia e na sociedade brasileira, são ponderadas partindo da Análise de Discurso (AD), ferramenta indicada para compreender distintas definições, linhas e perspectivas teórico-conceituais sobre fenômenos amplos. A pluralidade de processos produtivos e de comercialização, de cadeias e mercados não convencionais, é apresentada a fim de explorar as fronteiras da noção de agronegócio, que não reconhece aquilo que, *a priori*, não se enquadra nas cadeias convencionais de produção e de comercialização e nos mercados perfeitos, primando pela coerência com a teoria econômica neoclássica. Averiguou-se a diversidade e as particularidades de processos produtivos, de comercialização, de cadeias e mercados não convencionais a fim demonstrar limites analíticos do agronegócio, ilustrando que, embora com discurso de consenso consolidado, tal noção não é suficiente para explicar a complexidade do campo e seus múltiplos processos, sujeitos e desdobramentos.

Palavras-chave: Análise de discurso. Historicidade do conceito. Diversidade no campo. Redes agroalimentares alternativas.

Abstract

The positivization and legitimation of agribusiness as a key explanatory mechanism of the processes that occur in the countryside, in the economy, and in Brazilian society, are considered based on Discourse Analysis (DA), a tool to understand different definitions, concentrations, and theoretical-conceptual perspectives of complex phenomena. The plurality of productive and commercialization processes, of unconventional chains and

markets, are presented in order to explore the very frontiers of the notion of agribusiness, which does not recognize what, at first, does not fit into the conventional production and commercialization chains and in perfect markets, in its pursuit of coherence with neoclassical economic theory. The diversity and particularities of productive processes, commercialization, along with unconventional chains and markets were investigated in order to demonstrate the analytical limits of agribusiness, illustrating that, despite a consolidated consensual discourse, this notion is insufficient to explain the countryside's complexity and its multiple processes, subjects, and changes.

Keywords: Discourse analysis. Concept historicity. Diversity in the countryside. Alternative agri-food networks.

Introdução

A Análise de Discurso (AD) tem sido recorrente quando se pretende compreender distintas definições, linhas e perspectivas teórico-conceituais sobre fenômenos amplos. Tal recurso interessa enquanto procedimento metodológico para tratar a noção de agronegócio, sua positivação e legitimação na academia e na sociedade brasileira como chave explicativa para analisar temas ligados ao campo e suas questões (agrária, agrícola, processos produtivos e técnicos, comercialização, reprodução do capital). Parte-se do pressuposto que tais temas e questões têm sido obliteradas e/ou escamoteadas ao se adotar esta noção (de agronegócio) como base determinante para explicar os processos produtivos e socioeconômicos ligados ao campo e à economia no Brasil.

Apesar de recorrente a assertiva de que a pesquisa científica não deve ser influenciada por tendências econômicas, políticas ou ideológicas, percebe-se o embate entre correntes teóricas que reivindicam para si a “chancela” da verdade uma vez tendo cunhado o “conceito” que passa a dar vida a certa categoria e a guiar a pesquisa empírica. Ao se tratar dos conceitos, de um lado está a perspectiva analítica que os considera como meros recursos para amparar as descrições; de outro está a perspectiva da historicidade do conceito a considerar seus elementos e metamorfoses, além das interações entre os elementos que lhe são próprios e, ainda, da sua interação com outros conceitos (BEZERRA, 2009).

A segunda perspectiva é aquela adotada para a análise aqui empreendida, considerando que o termo agronegócio figura como uma expressão que pede investigação à luz da historicidade do conceito.

Embora esta não seja uma reflexão absolutamente genuína, já que empreendida por outras pesquisadoras e outros pesquisadores (BEZERRA, 2009; HEREDIA, PALMEIRA e LEITE, 2010; LACERDA, 2011; CAMPOS, 2011; GRZYNSZPAN, 2012; MENDONÇA, 2013, 2015), cabe pautar inquietações sobre o agronegócio, a constituição do seu discurso, a positivação, a legitimação, a elaboração do consenso em torno deste e, sobretudo, analisar o produto ideológico da repetição do discurso hegemônico: a reverberação no senso comum, quando a sociedade passa a reconhecer o agronegócio como a única chave explicativa para os processos que ocorrem no campo, na economia e na sociedade brasileira.

Ao fim deste percurso, são apresentadas fronteiras analíticas com base em processos concretos, para os quais a noção de agronegócio não é aplicável e que servem para confrontar o discurso hegemônico com base na materialidade posta.

Sobre o discurso do agronegócio

Para a análise de discurso (AD) o discurso é palavra em movimento e prática de linguagem. Considera-se que:

A língua deve fazer sentido enquanto trabalho simbólico, que significa a partir do trabalho social, constitutivo do homem e da sua história. A linguagem deve ser entendida como mediação necessária entre o homem e a realidade natural e social. (PIOVESAN, *et all*, 2006, p.2).

De acordo com Pêcheux (1995), é dentro das formações discursivas (FDs), que o sentido se constitui, que um sentido é dado/atribuído a uma palavra; o autor afirma que a FD é a matriz do sentido das palavras e, na mesma medida, as palavras ganham sentido quando pertencentes a uma FD.

Analisar discursivamente, então, implica em não ser ingênuo com a linguagem e em problematizar as maneiras de ler e interpretar. Há que se partir da premissa de que é impossível não se estar sujeito à linguagem e a seus equívocos; que não há neutralidade teórica; e que os discursos e seus sentidos estão comprometidos, seja no sentido da repressão e do assujeitamento, no embate e na ressignificação dos dizeres.

Quando se trata de agronegócio, a materialidade é sempre mais ampla: relações de produção e de trabalho complexas, disputas por territórios, expropriação, grilagem, violência, etc. Por isso se considera necessário aproximar a lente analítica da construção dos discursos, a fim de compreender a origem da pasteurização do pensar (que orienta o

agir no) o campo brasileiro, que oblitera a visão quando se parte do agronegócio enquanto o único fio capaz de conduzir as análises sobre o campo, o rural, o agrário e o agrícola.

Para Orlandi (1999):

A palavra discurso, etimologicamente, tem em si a ideia de curso, de percurso, de correr por, de movimento. O discurso é, assim, palavra em movimento, prática da linguagem: com o estudo do discurso observa-se o homem falando. (ORLANDI, 1999, p.15).

O discurso é o efeito de sentido entre locutores, uma vez que as relações de linguagens são relações entre sujeitos e relações de sentidos que apresentam efeitos múltiplos e variados (ORLANDI, 2003).

Para Pêcheux (1995), o tipo concreto acerca do estudo dos sentidos, é o que o materialismo histórico designa pelo termo de relações sociais resultantes da relação de classes que constituem um Estado e uma formação social caracterizada por um modo de produção dominante. Em seu princípio, essa mudança de terreno [acerca do estudo do sentido] consiste em se desembaraçar da problemática subjetivista centrada no indivíduo e em compreender que o tipo concreto com o qual lidamos e sobre o qual pensamos é, precisamente, o que o materialismo histórico designa pelo termo de relações sociais, que resultam de relações de classe característica de uma dada formação social.

Portando, as noções de sujeito, de formação discursiva e de formação ideológica se dão de maneira fundamental na composição da noção de interdiscurso pré-construído que corresponde ao ‘sempre-já-aí’ da interpelação ideológica que fornece/impõe a ‘realidade’ e seu ‘sentido’ sob a forma de universalidade e o interdiscurso como articulação que constitui o sujeito em sua relação com o sentido, de modo a representar aquilo que determina a dominação da forma/sujeito do discurso.

O sujeito se constitui à medida que constrói seu discurso, daí as práticas sociais se dão pelo viés discursivo. Logo, “só há prática através de e sob uma ideologia” e “só há ideologia pelo sujeito e para sujeitos” (PÊCHEUX, 1995 p. 149).

Partindo desse entendimento, assinala-se que a criação da noção de agronegócio guarda relação não com o campo, em si, mas, com demandas próprias do capital, de setores ligados à indústria, ao sistema financeiro e de serviços, interessados nos interstícios ainda alheios à agricultura capitalista, cujas rendas são passíveis de apropriação por parte dos múltiplos agentes desses setores.

O discurso de positivação e legitimação do agronegócio, que de tão reforçado se faz hegemônico e consensual, é válido para homologar a aceitação da ideia de que aquilo que é dito expressa a verdade por completo e, por isso, é inquestionável. Por ser inquestionável, mina as possibilidades de se criar ambiência para o debate, compromete os espaços de problematização e divergência. Logo, o terreno se torna propício àquela ideia, já que possíveis debates são asfixiados e diluídos, pressionados que são pelo discurso consensual.

Ao cabo deste processo observa-se o seguinte esquema: (1) definição de uma ideia *a priori* (o agronegócio como o ponto de partida para se explicar o campo e como modelo ideal à economia e à sociedade); (2) divulgação sistemática desta ideia como sendo ela um fato (projeto articulado dos ideólogos do agronegócio em massificar a informação, por meio da mídia, de instâncias políticas, de instituições de ensino, pesquisa e extensão, da criação da Associação Brasileira do Agronegócio/ABAG, da constituição da bancada ruralista, etc.); (3) convergência de esforços políticos, técnicos, acadêmicos, financeiros para se viabilizar aquilo que fora dado como algo já concreto antes de o sê-lo (pactos políticos); (4) materialização do discurso, por meio destes arranjos e destas convergências; (5) divulgação e propaganda sistemática sobre o fluxo que levou àquilo que se anunciava (*marketing* e campanhas midiáticas).

Uma vez seguido este esquema, cria-se o consenso que universaliza a ideologia do agronegócio. A sociedade brasileira passa a estar convencida da hegemonia e da inquestionabilidade do modelo organizacional do agronegócio como o mais importante e único possível ao campo (LACERDA, 2011).

Muitos foram e são os argumentos de natureza ética usados para legitimar o discurso do agronegócio, como a sustentabilidade ambiental, a segurança alimentar, o combate à fome, a geração de emprego e elevação da renda. Foram tangenciados temas sobre boas práticas agrícolas, rastreabilidade, responsabilidade social e ambiental, além de outros articulados aos processos produtivos e aos produtos, porém, não relacionados à relação social que o capital determina no processo de produção, circulação e consumo.

Argumentos de natureza ética são empregados como mecanismos de legitimação numa estratégia discursiva, cujo objetivo é a produção do consenso, pré-requisito para a consolidação da capacidade de direção. Nesse sentido, a contribuição do setor na luta contra a fome, bem como para a geração de emprego e renda, é enfatizada. (LACERDA, 2011, p.190).

Por fim, foi-se alinhando discursos a fim de anular o contradito e consolidar o consenso, sobretudo na universidade e nos centros de pesquisa, negando, assim, a base da ciência que é o questionamento (crítica), o movimento (processualidade histórica) e a contradição.

Sobre a história do agronegócio

A origem etimológica da palavra agronegócio vem do neologismo criado por meio da junção de duas palavras: agro, oriunda do latim que significa terreno cultivado; e negócio, que remete ao trato mercantil ou comércio.

No entanto, Campos (2011) alerta para a atenção que se deve ter com o significado, o surgimento e a difusão desta palavra no Brasil.

À primeira vista agronegócio é apenas a tradução do inglês *agribusiness*, que, por sua vez, em sentido literal, significa negócio envolvendo produtos agrícolas ou agropecuários. Entretanto, esta não é apenas mais uma das tantas expressões do vocabulário em inglês que incorporamos em nossa linguagem de forma abreviada ou mantendo a escrita original. (CAMPOS, 2011, p. 101).

Além da discussão semântica e etimológica de agronegócio, é relevante abordar os aspectos históricos de tal construção.

Os primeiros registros de uso do termo *agribusiness* são datados entre os anos de 1955 e 1956 em discursos e artigos de John Davis tais como “*Business responsibility and the market for farm products*” e “*From agriculture to agribusiness*”, em que o autor defende a necessidade de se utilizar um conceito que exprima a nova realidade de interdependência que a agropecuária passa a ter junto a outros setores da economia. Defende ainda que agricultura e empresas são indissociáveis e devem ser pensadas de forma verticalizada (GRYNSZPAN, 2012). Vale ressaltar que tal integração (agricultura-indústria) e verticalização ainda não eram hegemônicas nos Estados Unidos, tampouco perceptíveis a ponto de ser considerada realidade ou tendência em outros países.

Dessa maneira, não se pode atribuir esse esforço intelectual de John Davis, nos termos da ciência, a uma capacidade genuína de teorizar observações empíricas (já que aquela não era uma realidade nem mesmo nos EUA), mas, principalmente, pela sua capacidade de teorizar o esquema a ser proposto enquanto discurso que pavimentaria uma realidade a ser construída, em termos ideológicos, consonante com o contexto histórico de seu país, com seus próprios interesses e sua trajetória profissional e política.

A década de 1950 foi marcada pelo contexto internacional do pós segunda guerra, um momento em que os Estados Unidos ganharam força no cenário geopolítico e expandiram suas relações e intervenções políticas e econômicas a outros países, numa conjuntura de polarização político-ideológica mundial com a União Soviética.

Neste cenário de disputas territoriais, ideológicas e simbólicas, os Estados Unidos buscavam estabelecer negócios e relações com o máximo de países de todos os continentes e a agricultura viria a desempenhar papel importante nos processos de expansão do capital estadunidense, já que se configura em um tipo de atividade na qual a dimensão da produção de mercadoria se impõe a outras espacialidades.

O processo de superacumulação que se iniciou com a crise de 1929 e perdurou até o pós segunda guerra, foi atenuado com políticas governamentais dos EUA que estimularam a ampliação da exportação de grãos. O aumento do acesso ao crédito agrícola multiplicado por três vezes entre 1940 e 1962, a formação de monopólios por meio de fusões e aquisições de empresas (integração horizontal), o aumento das grandes redes de atacado e varejo multiplicado por três vezes entre 1950 e 1960, a massificação da utilização de insumos químicos e de máquinas agrícolas e a concentração fundiária, são alguns dos fatores que proporcionaram a aproximação entre diversos agentes envolvidos na produção agropecuária, empresas à montante e à jusante e o Estado, com a consequente interdependência entre eles (MENDONÇA, 2013).

Para que as transações financeiras ligadas à agricultura pudessem ser ampliadas para além das fronteiras dos EUA, seria necessária a adoção de estratégias específicas, dentre elas, a criação de um conceito que retirasse a carga de tradicionalidade da agricultura e a recolocasse como algo moderno e integrado a outros setores. Porém, como essa ainda não era a realidade na maioria dos países, foi necessário esforço acadêmico e político para se forjar um conceito síntese que pudesse, ao mesmo tempo, orientar a concentração de capital e atrair Estados Nacionais. É nesse contexto que John Davis e Ray Goldberg se tornam protagonistas de um processo político-ideológico que culminou na criação e difusão da noção de *agribusiness*, posteriormente adotada no Brasil.

Além das atuações de Davis e Goldberg na esfera acadêmica em Harvard, sabe-se da sua atuação em articulações com agentes e organizações privadas do setor agropecuário, que tinham interesses em expandir seus negócios pelo mundo. A delimitação da pesquisa de doutorado defendida por Goldberg em 1952 ocorreu

juntamente com profissionais da *Cargil Incorporated*. São recorrentes citações que explicitam a relação de Davis e Goldberg com o grupo Rockefeller, com o intuito de criar políticas de ajuda humanitária a países pobres através da doação de alimentos, o que em seguida se tornaria grande negócio. O programa de pesquisa e ensino sobre as relações entre agricultura e negócios, criado na *Graduate School of Business Administration* da Universidade de Harvard, que tinha o objetivo de aproximar agricultura e negócios, foi financiada por George M. Moffet, presidente de uma das maiores processadoras de grãos, a *Corn Products Refining Company* (GRYNSZPAN, 2012).

No caso do Brasil, compreender a adoção do termo *agribusiness* impõe resgatar a história de Ney Bittencourt de Araújo, que presidiu a empresa Agroceres e, a partir de estreita relação com Ray Goldberg, foi o principal disseminador da noção de agronegócio.

No decorrer da década de 1970, Araújo fez cursos nos Estados Unidos e participou do Seminário *Agribusiness* de Harvard, o que possibilitou expansão dos negócios da Agroceres para outros setores da agropecuária e aproximou Goldberg da empresa (inicialmente como consultor e, mais tarde, como membro do conselho). Já na década de 1980, Ney Bittencourt Araújo iniciou suas articulações junto a instituições de representação do patronato brasileiro, tais como a Confederação Nacional da Agricultura (CNA) e a Organização das Cooperativas Brasileiras (OCB) com o objetivo de difundir os ideais de modernização do setor agropecuário por meio da afirmação do conceito de *agribusiness*.

Na década de 1990 Araújo, em parceria com dois outros agrônomos da Agroceres, lança o livro intitulado “Complexo agroindustrial: o *agribusiness* brasileiro”, que é considerado um marco na consolidação do termo agronegócio no Brasil. A partir de então, Araújo circula por todo o Brasil (sob a orientação e com apoio de Ray Goldberg), para difundir e consolidar o termo *agribusiness* (GRYNSZPAN, 2012).

Naquele contexto (década de 1990), o discurso hegemônico para a economia brasileira se ancorava na necessidade de promover maior liberdade ao mercado, favorecendo fusões de grandes empresas, alterando leis para possibilitar privatizações e fortalecendo conglomerados transnacionais, dentro da lógica do Estado mínimo.

Para o setor agropecuário brasileiro propunha-se a aproximação entre os agentes envolvidos e a fusão de capitais formando “alianças estratégicas”, porém não se percebia crítica aos recorrentes perdões de dívidas e subvenções fiscais que, inicialmente, se

davam via Sistema Nacional de Crédito Rural (SNCR) e, atualmente, ocorrem comumente via Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES). Por meio de tais subvenções, os conglomerados transnacionais e as grandes empresas nacionais recebiam aporte financeiro do Estado, o que sugere ação contraditória deste Estado que se pretende ser “mínimo” (MENDONÇA, 2013).

Há que se estar atento à forma de atuação do Estado após este marco. Observa-se não a ausência do Estado e sim a qualificação da sua presença por meio da definição de políticas macroeconômicas requeridas pela bancada ruralista. As políticas estruturais podem passar despercebidas a análises aligeiradas, já que estão assinaladas na estrutura política do Estado brasileiro. Não se trata mais de políticas setoriais, “a varejo”, com siglas e cifras específicas, ligadas a este ou àquele setor, como ocorreu nas décadas de 1970 e 1980, quando da criação de políticas setoriais à agropecuária tal qual o Sistema Nacional de Crédito Rural, as políticas de garantia de preços mínimos, etc.

Inaugura-se a era dos marcos regulatórios criando condições estruturais para a ação do capital globalizado atuante no Brasil, cuja elaboração mais atual está expressa pelo código florestal e da mineração, pelas reformas tributária, trabalhista e previdenciária, pela privatização dos recursos hídricos, além de programas de reordenamento territorial e de construção de infraestrutura, como o Programa de Aceleração de Crescimento (PAC).

Dentre as preocupações que compõem a base do processo de constituição da noção de agronegócio que, já na sua origem, se pretendia hegemônico, destaca-se a associação do agronegócio à modernidade e ao consenso.

Lacerda (2011) afirma que, no caso do Brasil, a “reinvenção” do patronato rural sob o signo do agronegócio encontrou resistência por parte dos proprietários de terra na década de 1990, pois estes temiam a perda do prestígio aristocrata, tão bem consolidado sob o signo do coronelismo ao longo dos séculos.

De princípio, foram adotadas expressões em língua estrangeira, como *agribusiness*, *farm supplies*, *farming*, dentre outras, que sugeriam a inserção da “fazenda” (que tinha reconhecida importância local, regional e nacional) no contexto internacional. Neste ponto houve resistência dos proprietários de terra por temer o contexto mais amplo, internacional, onde seus nomes, sobrenomes e mandos não eram, a

princípio, reconhecidos e respeitados e, também, por temer ceder seus protagonismos à indústria e aos empresários urbanos.

Tal resistência exigiu dos teóricos do agronegócio a atualização das expressões usadas e a construção de um discurso de arrojamento para que os proprietários de terras se sentissem impulsionados a se fazer conhecer para além dos seus domínios regionais e políticos. Expressões como “complexo agroindustrial”, “antes da porteira”, “dentro da porteira”, passaram a ser usadas como substitutas daquelas em língua inglesa.

Há intenção seminal em propor que todo o conjunto da sociedade assuma e legitime o discurso e, para tal, é condição que ele faça parte de um ideário no qual todos se sintam inseridos. Uma representação da criação desse ideário está na campanha “agro é *tech*, agro é pop, agro é tudo!” que intenta “criar uma imagem positiva e moderna da agricultura capitalista e do latifúndio” (SANTOS, 2018, p. 71).

A campanha veiculada desde junho de 2016 pela TV Globo teve e tem o papel de moldar o senso comum, de que o campo é moderno, produtivo (STARTAGRO, 2017), estando o “agro” desvinculado das figuras políticas conservadoras, historicamente presentes nos espaços políticos e nas organizações patronais brasileiras, bem como envolvidas em denúncias de crimes de ordem trabalhistas, ambientais e agrários (DEMOCRATIZE, 2016).

É para tais aspectos que Lacerda (2011) chama a atenção quando vincula o agronegócio à imagnetização do capital, apontando seu *marketing* como algo muito importante na produção de um consenso com o objetivo de elaborar, consolidar e difundir uma “visão de mundo” que passa a organizar a realidade e os indivíduos. Tal organização é no sentido de criar um “todo orgânico” a propiciar a formatação de uma institucionalidade favorável para o modelo organizacional nominado agronegócio (LACERDA, 2011).

Reconhece-se, portanto, o papel das articulações políticas, acadêmicas e de *marketing* na construção da noção de agronegócio e na formação do seu discurso, a fim de legitimar um novo modelo que extrapola o âmbito agrícola. Universidades públicas participaram e participam da construção e consolidação da noção de agronegócio, tal qual colaboraram com a modernização conservadora da agricultura brasileira, sobressaindo a Escola Superior de Agricultura Luiz de Queiroz (ESALQ/USP), que não mediu esforços para contribuir com tais processos (MOLINA; SANFELICE, 2018).

Ao se investigar os currículos dos principais dirigentes de organizações patronais ou empresas ligadas ao agronegócio, percebe-se que muitos deles têm forte inserção acadêmica, como Marcos Sawaya Jank, professor Livre-Docente pela ESALQ, ex presidente da União das Indústrias de Cana-de-Açúcar e fundador do Instituto de Estudos do Comércio e Negociações Internacionais.

Vale destacar, também, Roberto Rodrigues, agrônomo e expoente produtor de cana no estado de São Paulo, importante parceiro de Araújo na difusão do *agribusiness* no Brasil, foi idealizador da Frente Ampla da Agropecuária Brasileira (bancada ruralista), em substituição à união democrática ruralista (UDR) ligada ao patronato tradicional com feições coronelistas e que acumulava histórico de violência impingida a camponeses e trabalhadores rurais (LACERDA, 2011; GRYNSZPAN, 2012). Rodrigues é professor aposentado da UNESP Jaboticabal, coordenador do curso de agronegócio na Fundação Getúlio Vargas, membro de conselhos de organizações de classe, como o Conselho Superior do Agronegócio da FIESP e a Organização das Cooperativas do Brasil.

A participação de Roberto Rodrigues, como ministro da agricultura entre 2003 e 2006 no governo do presidente Luís Inácio Lula da Silva (Partido dos Trabalhadores) é digna de destaque por ilustrar como esse governo agiu conforme o pacto de classe estabelecido para se eleger. Contraditoriamente, ao mesmo tempo em que criou importantes políticas públicas para a agricultura familiar, também estimulou a economia do agronegócio cujas ações agravaram a concentração de terras e a expropriação dos povos do campo, das águas e das florestas.

O modelo estabelecido nos governos de Fernando Henrique Cardoso (1994-2001) e aprofundado nos governos subsequentes (Luís Inácio Lula da Silva - 2003/2010; Dilma Rousseff – 2011/2016; Michel Temer – 2016/2018; sinalizada sua continuidade, pelo presidente Jair Messias Bolsonaro – 2019/...), colheu como resultado o desmonte do complexo agroindustrial nacional e a reprimarização da economia, com retorno à lógica colonial, priorizando produtos primários em detrimento de produtos manufaturados ou de valor agregado.

Entre os anos 2000 e 2010 o superaquecimento do mercado externo (alavancado pela crescente demanda por soja, por parte da China) e do mercado interno (alavancado pela crescente demanda por etanol, em função do advento dos veículos *flex*) contribuiu para o aprofundamento ainda maior da lógica colonial supracitada, obtendo como

resultado adicional a apropriação, por parte do setor patronal rural, de extensos territórios antes ocupados por comunidades tradicionais e/ou camponesas (DELGADO, 2012).

Sobre o lastro acadêmico do agronegócio

Heredia, Palmeira e Leite (2010) destacam que o conceito de agronegócio não é claro, do contrário, é abrangente e ambíguo. Há deslocamento do recorte e do conceito de acordo com os interesses de quem o estuda: ora desloca-se das atividades locais para as intersectoriais; ora, destas para o gerenciamento das relações; vice-versa; etc. Por isso, não é apropriado trata-lo com *status* de conceito e sim de noção ou termo.

Em alguma medida isso se explica pelo fato de o agronegócio estar mais centrado na forma de gestão e aplicação do capital e em suas estratégias de comercialização, reprodução e acumulação, do que nos processos produtivos, no campo, no agrícola e no agrário. A tônica do agronegócio é o gerenciamento de um negócio que envolva muito mais do que uma planta industrial e/ou um conjunto de unidades agrícolas (HEREDIA, PALMEIRA, LEITE, 2010).

O forte conteúdo ideológico, a imprecisão, as indefinições conceituais e os limites fluídos da noção de agronegócio (o que ele abarca ou não), redundam em uma pesquisa que tende a incluir toda atividade agrícola com expressão comercial como sendo agronegócio, ao passo em que a importância dos produtos é mensurada de acordo com o foco de quem está à frente de uma determinada pesquisa. Esta situação abre brechas para análises superficiais, exigindo, por isso, maior rigor científico; mais rigor ainda do que às áreas disciplinares.

O fato é que análises superficiais são insuficientes para (e, quiçá) compreender o agronegócio. Nem sempre possibilitam saber das circunstâncias das atividades do agronegócio, já que ele não tem, por excelência, a sua origem e as suas bases explicadas a partir da produção agrícola.

Aqui reside uma das contradições dos estudos em agronegócio: se sua chave explicativa não parte da produção agrícola e sim da expressão comercial da atividade agrícola, não é correto, por consequência, se valer de dados sobre crescimento agrícola e aumento da produtividade (argumentos comuns aos teóricos do agronegócio) para delimitar as “situações sociais” atrasadas, obsoletas, que impedem o desenvolvimento no

campo e que, justamente por isso, precisam ser extintas ou abarcadas pelo agronegócio (HEREDIA, PALMEIRA, LEITE, 2010, p. 161).

Este argumento não pode ser considerado válido, já que contraria a própria noção de agronegócio, que não guarda sua relação primeira com o setor agrícola, mas, sim, com uma modalidade de negócio, cuja gestão, gerenciamento e comercialização estão centrados na ampliação das formas de capitais e na sua reprodução, independente se o espaço produtivo está no campo ou na cidade.

Os estudos se dão de forma fragmentada, não dialética e acaba por reproduzir dados e argumentos segmentados sobre percentuais de exportação e divisas comerciais, fazendo retumbar um discurso que passa a ser incorporado pela sociedade como sendo expressão do seu pensar, como uma bandeira sua, visto que a complexidade dos processos não é pautada. Os custos de produção frequentemente assumidos pelo Estado, o endividamento dos empresários rurais, a intensa precarização do trabalho e, sobretudo, a acumulação por espoliação, conforme tratada por Harvey (2005), não são expostos e se tornam informações praticamente inacessíveis à sociedade, que, por isso, é destituída de condições de proceder à análise ampla dos processos que envolvem o agronegócio.

Heredia, Palmeira e Leite (2010) e Mendonça (2015) sugerem observar, em especial, a dívida dos agricultores patronais, por meio dos seus grandes contratos e a maneira como o Estado contribui com os setores ligados ao agronegócio por meio de recursos públicos. Observa-se que a atuação do Estado se dá mais por meio da renegociação das dívidas do que por meio de liberação de recursos para as despesas ou de políticas específicas do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA).

Este “custo público” do carregamento da dívida é difícil de ser compreendido por parte de quem não está empenhado em tal questão, o conjunto da sociedade não alcança essas informações e segue reproduzindo o discurso consensual do êxito, da positividade do agronegócio, induzido em grande medida pelos trabalhos produzidos na academia.

A constatação feita por Heredia, Palmeira e Leite (2010) aponta para a limitação da pesquisa sobre o agronegócio no Brasil:

Se hoje já contamos com uma bibliografia importante, sobretudo de geógrafos e de alguns economistas, sobre a “dinâmica” do agronegócio (e das suas áreas de expansão) ainda são muito poucos os estudos mais qualitativos direcionados ao tema. Em geral, constatamos a existência de trabalhos sobre produtos, sobre determinados grupos empresariais ou ainda sobre trabalhadores ou, numa outra perspectiva, sobre projetos específicos. Trata-se, em boa parte, de trabalhos importantes, porém pontuais, pois ainda que forneçam dados relevantes sobre

essa realidade em transformação, não permitem uma visão do conjunto (ou, se preferirmos, de uma imagem do conjunto) da “sociedade” do agronegócio. (HEREDIA, PALMEIRA e LEITE, 2010, p. 168-169).

Destaca-se, também, o fato de não haver metodologia precisa para se mensurar o “tamanho” do agronegócio. As muitas metodologias são delimitadas e usadas de acordo com a filiação ideológica do pesquisador ou de quem encomenda a pesquisa. Isso conduz à imprecisão por falta de rigor científico, que decorre, em certa medida, do desejo de garantir a produção do consenso.

A produção acadêmica atual traz importante contribuição à interpretação do agronegócio à luz da disputa política, ancorada em posturas ideológicas diversas, mas as imprecisões teórico-analíticas e os “espaços vazios” deixados pelos estudos em agronegócio ainda formam um campo fértil para novas investigações, são fronteiras analíticas que carecem ser exploradas.

Fronteiras analíticas para as quais a noção de agronegócio é insuficiente

A construção ideológica, política e acadêmica da noção de agronegócio, desconsidera, nega ou não reconhece concretudes sociais, produtivas, econômicas, de comercialização, de relações sociais e de produção que não esboçam relação imediata com a modalidade de negócio, gestão, gerenciamento e comercialização preconizada e validada como sendo sua expressão. Aqui, residem muitos “espaços vazios” que a pesquisa em agronegócio não enxerga, seja (1) em função do direcionamento metodológico que busca identificar apenas o que se quer comprovar; seja (2) por orientação ideológica, que intenta invisibilizar o que escapa ao agronegócio, a fim de insistir na sua hegemonia e eficiência em abarcar todos os processos produtivos no campo.

Vale assinalar que os teóricos do agronegócio, embora não desenvolvam pesquisas com precisão metodológica sobre a diversidade no campo, afirmam o atraso e a obsolescência daquilo que, a rigor, não cumpre os requisitos de produção, gestão e comercialização para ampliar capital nos seus processos produtivos. Este é o argumento recorrentemente utilizado para atestar o anacronismo e, por isso, a necessidade de supressão dos grupos que vivem no campo, mas, não, essencialmente, regidos pelas premissas do capital - Camponeses, conforme tratado por Shanin (2005).

Investigações empíricas realizadas por pesquisadoras e pesquisadores do Brasil e de outros países reconhecem o campo como um universo diverso e plural, cujos processos produtivos, suas relações sociais e de produção, desbancam o discurso de consenso em torno do agronegócio e da sua capacidade de reger e/ou de explicar as atividades no campo.

Na literatura nacional e internacional que trata formas não convencionais de comercialização de produtos agropecuários não inseridos nas “cadeias” mais expressivas, o termo agronegócio não aparece de forma sistemática, tampouco consensual, como nos trabalhos de Wilkinson (2002; 2003), que chama de “Sistema Agroalimentar” aquilo que os teóricos do agronegócio chamam de soma de complexo de sistemas que compreende agricultura, indústria, mercado e finanças e como nos trabalhos de Ploeg *et all* (2000) e Ploeg (2016), que trata “Impérios Alimentares”, quando se refere ao modelo hegemônico do sistema agroalimentar.

Na Europa muitos são os estudos sobre abordagens de desenvolvimento rural e de mercados para a agricultura de base não convencional como o de Renting, Marsden e Banks (2017), Goodman (2009), Ploeg *et all* (2000), que não partem do termo agronegócio às suas interpretações. Em diversas regiões do mundo, estudiosos que são referência em pesquisas ligadas à socioeconomia, à sociologia econômica e à sociologia dos mercados, como Fligstein (1996) e Hinrichs (2000), não partem do termo agronegócio como chave explicativa para os processos que ocorrem no campo, no rural, no agrícola, no agrário, na economia e na sociedade.

No Brasil, pesquisadores contemporâneos que buscam analisar a inserção comercial de agricultores não convencionais em cadeias curtas de abastecimento alimentar, de igual forma, não possuem no agronegócio a alavanca analítica.

Para Schneider e Gazolla (2017) o termo *agribusiness* não contempla a abordagem de cadeias curtas, pois está intimamente ligado às cadeias longas e essas duas formas de analisar as cadeias são conceitualmente antagônicas. Também, Schneider e Niederle (2008), num estudo que focaliza a diversidade das formas de produção familiar do campo, alertam que o uso do termo agronegócio patronal e agronegócio familiar advém de interesses políticos e que é dever da academia fazer a distinção entre o que é empiricamente uma categoria social daquilo que é uma construção político-ideológica.

Delgado (2012), num apanhado histórico sobre as relações entre agricultura, indústria, setor financeiro e Estado, alega que o agronegócio é a nova face de uma velha forma de acumulação de capital e apropriação de territórios pelas elites nacionais e estrangeiras.

Observa-se que o termo agronegócio, para além de não citado ou pouco citado nas pesquisas que não aquelas próprias da economia do agronegócio, não desfruta de significado consensual e não figura como um conceito a ser considerado quando o assunto gira em torno de formas de agricultura, gestão e comercialização distintas daquelas inseridas nas cadeias longas e na produção de *commodities*. Isto sugere que a noção de agronegócio pode ser válida a depender do recorte analítico, mas não é verdade que sirva para explicar a materialidade (complexa) do campo, da economia e da sociedade brasileira.

No caso de grupos camponeses, cuja produção se dá em bases familiares, o debate sobre a inclusão social e produtiva passa em grande medida pela mercantilização. Entretanto, é importante assinalar que os mercados, para além de espaços genuínos de venda de mercadorias, se configuram, também, como espaços de luta por reconhecimento dos grupos não convencionais (NIERDELE, 2016), além de serem, ainda, espaços de interação econômica regidas por relações sociais (LONG, 2001 *apud* CONTERATO *et al.*, 2011). Tais abordagens são convergentes ao promover indagações sobre a pertinência do uso das teorias neoclássicas baseadas na racionalidade dos agentes e nos mercados perfeitos.

A inserção mercantil de camponeses, não implica na sua completa adequação às formas capitalistas de produção. Ainda assim, não seria correto desconsiderar que tal inserção é fundamental para ampliar relações de troca que podem se desdobrar em transformações nos seus sistemas produtivos e em suas formas de reprodução social (NIERDELE, 2016). As complexas variáveis que determinam as transformações sociais, econômicas e produtivas do campesinato e da sua produção de base familiar, bem como as mudanças recentes das relações campo-cidade, não podem ser analisadas pela ótica reducionista da noção de agronegócio, já que nem todas variáveis são determinadas pelo viés agrícola ou econômico.

As análises, quando partem da supremacia da teoria econômica, propõem uma espécie de divisão do trabalho científico: a economia trata as funções ligadas à produção

e ao consumo, enquanto que as outras ciências, sobretudo as sociais e as humanas, tratam o comportamento humano. A esta maneira de abordar os mercados cabem críticas, pois novas formas de analisar as transações (como as institucionalizadas) vêm se consolidando em diversas áreas do conhecimento e as contribuições de outras disciplinas são fundamentais para eliminar o reducionismo da teoria econômica dominante (HESPANHA, 2009). Assim, os sistemas produtivos remetem a questões que não são puramente econômicas, tais como a autonomia dos protagonistas envolvidos.

A relativa autonomia (no que se refere, por exemplo, à rotina e à organização do trabalho, à pauta de produção, etc.), a escala de produção e as relações sociais e de trabalho conferem a uma parcela de agricultores de base familiar a possibilidade de se inserir em mercados informais da economia popular (HESPANHA, 2009). As formas e as estratégias de reprodução econômica estão envolvidas por/em outras dimensões e variáveis da vida social desses grupos (HINRICHS, 2000), impossibilitando a sua análise exclusivamente pela lente da noção de agronegócio.

Silva, Mielitz Neto e Silva (2013) ilustram tal situação ao demonstrar que a coexistência de diversas atividades agrícolas e não agrícolas numa mesma unidade de produção é encarada por agricultores familiares como fundamental para a sua reprodução social e viabilidade econômica. A inserção em mercados alternativos e a soma de atividades agrícolas e não agrícolas se configurou em condição para que a família pudesse optar por não se inserir nas grandes cadeias de *commodities*, caracterizadas, de acordo com Ploeg *et al* (2000), pelo alto custo de produção e baixos ganhos, o que induziria a uma especialização produtiva e ao aumento de escala.

Observar situações como esta implica em analisar a opção de produzir e comercializar pelos parâmetros mercadológicos convencionais à luz dos conceitos de autonomia e mercantilização. A mercantilização não leva, invariavelmente, à perda ou à diminuição da autonomia, já que a construção e/ou o fortalecimento da autonomia não deriva, obrigatoriamente, da não mercantilização da produção. O que determina o grau de dependência em relação aos mercados são as estratégias (em suas várias dimensões: produtiva, social, cultural) que a unidade familiar adotará. Nessa perspectiva, as estratégias ligadas à pluriatividade, ao policultivo e à inserção em novos mercados não convencionais se configuram como fundamentais na busca pela autonomia (PLOEG *et al*, 2000; SCHNEIDER, 2009, *apud* SILVA; MIELITZ NETO; SILVA, 2013).

Se num exercício analítico for adotado o conceito usado por Ploeg (2009) como base, concluir-se-á que a mercantilização não sugere, em absoluto, dependência em relação ao mercado. Para este autor, os sistemas agroalimentares podem ser divididos (para fins didáticos) em três etapas: produção, distribuição e consumo. Em todas elas existem iniciativas que se configuram como alternativas ao modelo hegemônico baseado na produção em larga escala, nas grandes redes varejistas e no consumo de alimentos padronizados. Como exemplo de iniciativas modernas há, no aspecto produtivo, os sistemas que utilizam princípios agroecológicos e experiências de agroindústrias familiares e, no aspecto da comercialização, as redes agroalimentares alternativas e as cadeias curtas de abastecimento alimentar.

Em iniciativas com tais feições é frequente o protagonismo de organizações como associações, cooperativas e grupos informais, que, em grande parte, não funcionam na literalidade da lógica empresarial, cujas relações sociais e de trabalho não partem de pressupostos básicos do modo de produção capitalista, não estando ancoradas no assalariamento e na exploração da mais-valia.

Iniciativas contemporâneas para as quais a noção de agronegócio não é aplicável

Quanto à produção há que se destacar no mínimo, sob pena de estender em demasia a análise, os sistemas produtivos agroecológicos e as agroindústrias familiares.

Para além da produção sem uso de insumos sintéticos, a agroecologia extrapola a dimensão produtiva. O seu caráter multidimensional, referenciado por experiências empíricas e elaborações teóricas torna impossível sua abordagem pela lente da noção de agronegócio, já que este é reducionista e aquela conjuga processos demasiadamente complexos.

Diversas contribuições resultaram na construção do conceito de agroecologia. A teoria de sistemas, da trofobiose, a inter/multi/transdisciplinaridade, o holismo, o materialismo histórico dialético e a ecologia fazem parte da base teórica e filosófica que norteou a construção do movimento agroecológico (FEIDEN, 2005). Já a noção de agronegócio, apesar de se autodenominar como uma associação de diferentes etapas da produção (sugerindo uma interação horizontal) tem sido analisada sob o viés da modernização, eficiência e ganhos de produção (SAUER, 2008).

A manufatura da produção de base familiar, com agregação de valor, em pequenas agroindústrias é uma estratégia interessante para obter melhores ganhos num ambiente de crescente concorrência no mercado de produtos *in natura* (MALUF, 2004). Comparando a agroindústria familiar e a não familiar, a primeira apresenta menor produtividade, consequência do grau reduzido de especialização e da escala pequena (MATTEI; ANDRADE, 2017). Porém, tanto a especialização quanto a escala em menor grau não, necessariamente, expressam limitação no contexto da produção de base familiar, pois sem a diversificação produtiva as famílias do campo não garantem sua reprodução social.

A elevação de escala induziria à especialização, acarretando problemas estruturais à unidade produtiva e à própria família, no que diz respeito ao processo produtivo e às relações de trabalho.

As agroindústrias familiares tem a astúcia de ressignificar práticas tradicionais de acordo com a necessidade/possibilidade da família e do mercado. Há casos em que se atualizam práticas, historicamente sob a responsabilidade das mulheres em contextos de demanda familiar e que, uma vez ressignificadas, passam a girar a engrenagem econômica da unidade produtiva, bem como se tornam fundamentais na segurança alimentar de um dado território. Esta capacidade só é possível por meio da diversidade produtiva.

Contraditoriamente, esta mesma diversidade, tão cara à reprodução socioeconômica camponesa, se torna entrave em determinadas situações, como no caso da adequação dos processos produtivos às normas da legislação sanitária (CRUZ, 2012).

Par dialético na contradição, a problematização dos entraves é feita, de um lado, por consumidores que questionam a origem, a qualidade e o sistema de produção dos alimentos (GOODMAN, 2017) e, de outro, por agricultores cujos processos produtivos e de comercialização não convencionais são pressionados à exaustão pelo modelo de produção convencional (PLOEG *et al*, 2000).

Derivam deste cenário de contradições, as Redes Agroalimentares Alternativas (RAAs). Um termo amplo que “abrange redes emergentes de produtores, consumidores e outros agentes que incorporam alternativas ao modelo industrial e padronizado de abastecimento alimentar” (RENTING; MARSDEN; BANKS, 2017, p. 28).

A discussão sobre as RAAs vem ganhando força, tanto no ambiente acadêmico, quanto nas sociedades em geral, urbanas e rurais, nos mais diversos países. Os limites da

fronteira analítica da noção de agronegócio são aqui reforçados, diante do calibre da discussão proposta pelas RAAs.

Ressalta-se que a complexidade dos processos e suas contradições, a pluralidade dos atores e setores envolvidos, as estratégias não passíveis de padronização e mensuração por modelos e parâmetros genéricos, a criatividade e os valores particulares a cada grupo, família, unidade produtiva e território não podem ser observados, validados ou questionados pela noção de agronegócio, já que não estão previstos ou mesmo são negados na origem da matriz de sua análise.

Os esforços teóricos e empíricos dedicado às RAAs tratam os mercados como construções sociais e negam a lógica neoclássica calcada na racionalidade dos agentes e na concorrência perfeita. Mesmo buscando contribuições da Nova Economia Institucional (bastante usada pelos teóricos do agronegócio), os principais referenciais das RAAs no campo da economia estão na Nova Sociologia Econômica e na Sociologia dos Mercados.

O entendimento da natureza diversa e das dinâmicas das RAAs exige empregar conceitos e parâmetros empiricamente identificáveis. Aí o conceito de cadeias curtas de abastecimento alimentar surge com maior evidência e especificidade (RENTING; MARSDEN; BANKS, 2017).

Estes autores tipificaram as cadeias curtas da seguinte forma: (1) venda direta “cara a cara”, onde a confiança está na relação interpessoal; (2) “proximidade espacial”, incluindo o que é produzido e distribuído numa região reconhecida pelos consumidores; e, (3) “especialmente estendido”, quando a confiança é transmitida por um processo de garantia da qualidade (certificação).

Darolt *et all* (2016), em estudo comparativo sobre as cadeias curtas no Brasil e na França chegaram a uma tipologia dos circuitos curtos dividida em vendas diretas (feiras, cestas, lojas de associações de agricultores, venda para grupos de consumidores organizados, vendas às margens de estradas, venda direta na propriedade, colheita na propriedade) e vendas indiretas (lojas especializadas independentes, lojas de cooperativas de produtores, pequenos mercados, restaurantes e lojas virtuais).

Apesar das cadeias curtas apresentarem grande potencial de inclusão sócio produtiva da produção de origem familiar, de contribuição na construção de novas experiências de desenvolvimento rural e de formulação de alternativa ao modelo hegemônico do sistema agroalimentar, elas podem ser incorporadas pelo sistema

alimentar convencional (GOODMAN, 2017). A concentração da cadeia de produtos orgânicos nos EUA e a elitização dos nichos de mercado dos bairros *foodie* de Londres são alguns dos exemplos de cooptação das iniciativas de cadeias curtas pelo grande mercado (GOODMAN, 2017).

Deduz-se, então, que se as grandes redes varejistas e/ou empresas do ramo alimentar se interessam por estes mercados e investem neles é por que os enxergam como passíveis de realizar negócios e gerar lucro. Ou seja, estes mercados existem, são viáveis e rentáveis, do contrário tais empresas não investiriam ali seus capitais.

Fica patente que as análises que condenam ao insucesso os mercados e as cadeias não convencionais o fazem com a intenção de negar aquilo que não corresponde ao ideal do/para o agronegócio.

No extremo oposto à sentença de insucesso e fracasso está uma conjuntura bastante favorável aos processos produtivos de base familiar e aos mercados não convencionais, carreando desafios e oportunidades. É crescente o interesse por alimentos que carregam informações (da origem, do manejo, do tipo de transporte, do consumo de água, das relações de trabalho, dentre outras) e expressam em si dimensões territoriais e culturais.

Sobre esta conjuntura, Goodman (2017) afirma:

(...) a justiça social deve ser a peça central de uma política alimentar voltada à promoção do acesso a alimentos nutritivos de qualidade e de forma a sustentar meios de subsistência justos para agricultores, trabalhadores agrícolas e outros atores do abastecimento alimentar. Isso por sua vez requer medidas paralelas radicais de eliminação das práticas oligopolistas usadas por supermercados, para assegurar rendas econômicas e dominar a cadeia de valor. (GOODMAN, 2017, p. 77).

Os principais desafios observados neste cenário são: (1) atender à demanda sem comprometer a diversidade produtiva e o equilíbrio dos agroecossistemas; e (2) estruturar a governança das cadeias de valor, de modo que agentes ligados ao modelo hegemônico não se apropriem das iniciativas populares. Já as oportunidades são: (1) maiores ganhos e rendas a partir do valor agregado, oriundo tanto da transformação do produto *in natura*, quanto da especificidade e da carga cultural do produto; e (2) criação e consolidação dos novos mercados, enquanto espaços próprios daqueles agricultores não enquadrados nas cadeias de *commodities* (WILKISON, 2003).

Nessa perspectiva, os agricultores e as agricultoras de base familiar podem alcançar o protagonismo nos processos de governança, atuando fortemente nos circuitos locais e regionais de produção, distribuição e consumo. Tais circuitos são calcados em “processos que refletem as formas sociais de ocupação do território, as opções de estratégia dos agentes econômicos envolvidos e as ações públicas voltadas para promover as atividades econômicas locais e regionais” (MALUF, 2004, p. 308). A diversificação produtiva e a complementaridade entre as produções nos mercados convencionais gera perda de competitividade, porém nos circuitos regionais gera especificidade, vínculo com o território e maior qualidade do produto (MALUF, 2004).

No limite desta reflexão, anotamos outra discordância quanto à eficiência dos processos. Pela lente do agronegócio, os processos de produção e agroindustrialização devem obedecer às máximas de redução de custos na aquisição dos produtos/ingredientes/insumos, de otimização na produção e na transformação (automatização máxima) e de ampliação crescente de lucro (mercados que paguem mais pelo produto).

É sabido que os circuitos locais e regionais não são pensados para atender a estas máximas, por isso são negados. São negados não por que sejam ineficientes e, sim, por que não correspondem ao padrão calcado na economia neoclássica. Ou seja, aquilo que não se enquadra na escola econômica que embasa a noção de agronegócio não pode existir e, se existe, não é reconhecido, é negado pelos discursos qualificados (ou não), acadêmicos (ou do senso comum), para fazer crer que se trata de uma obsolescência socioeconômica e, exatamente por isso, deve ser substituído por algo moderno, *tech* e *pop*.

Daí deriva uma inquietação: a obsolescência não seria, então, do discurso que teima em enquadrar a realidade numa matriz teórica reducionista e inapropriada para a dinâmica, para o modo de operar de significativa parte da sociedade humana nas mais diversas partes do mundo?

Considerações finais

Um dos objetivos do discurso consiste na ocultação e/ou na dissimulação da realidade fática. No que tange ao agronegócio, se oculta experiências socioeconômicas, produtivas e comerciais não previstas pelo modelo hegemônico.

O consenso em torno do discurso positivado do agronegócio deve ser creditado à contribuição acadêmica e ao excelente de trabalho de *marketing*, cujo resultado tem sido a massificação acrítica de uma ideia que nega a pluralidade, a complexidade e a diversidade dos diversos atores que vivem/trabalham no campo, além de ocultar, também, os conflitos que esta diversidade encerra em si, obliterando, por consequência, a capacidade de ver, compreender e agir por parte de muitos daqueles que têm o campo como objeto de suas preocupações científicas e políticas.

Portanto, de acordo com a lente analítica aqui delimitada, a reprodução acrítica do discurso hegemônico do agronegócio é percebida de forma limitadora ao pensamento social e ao avanço do conhecimento científico, já que invisibiliza a diversidade e a contradição, que são condições primeiras para se investigar a sociedade e daí poder desenhar ações efetivas, com base na materialidade.

Compreende-se que a complexidade dos processos de produção e sociais como um todo e daqueles específicos das sociedades rurais não cabe em quadros reducionistas e que a noção de agronegócio possui uma forma de abordagem elaborada mais para dar conta de construir um discurso de convencimento e de consenso e menos para explicar uma dada realidade, na sua totalidade e nos seus múltiplos prismas.

Observado o fluxo da dimensão ideológica, é possível enxergar detalhes do roteiro do “modelo ideal” traçado para a economia e para a sociedade pretendida sob a égide do agronegócio, bem como enxergar limites deste roteiro quando aplicado à realidade brasileira no que diz respeito à diversidade de grupos e processos produtivos no campo e suas formas de se reproduzir social, cultural, econômica e politicamente.

As particularidades dos processos produtivos e de comercialização, de cadeias e mercados não convencionais foram usadas como situações concretas constantemente negadas e/ou desconsideradas pela noção de agronegócio e que, no entanto, estão factualmente postas.

REFERÊNCIAS

BEZERRA, Juscelino Eudâmidas. Agronegócio e ideologia: contribuições teóricas. **Revista NERA**, ano 12, n. 14, p. 112-124, jan./jun. 2009.

CAMPOS, Christiane Senhorinha Soares. **A face feminina da pobreza em meio à riqueza do agronegócio**: trabalho e pobreza das mulheres em territórios

do agronegócio no Brasil, o caso de Cruz Alta/RS. Buenos Aires: CLACSO, 2011.

CONTERATO, Marcelo Antônio *et all.* Mercantilização e mercados: a construção da diversidade da agricultura na ruralidade contemporânea. In: SCHNEIDER, Sérgio; GAZOLLA, Marcelo (Orgs). **Os atores do desenvolvimento rural: perspectivas teóricas e práticas sociais.** Porto Alegre: Ed. UFRGS, 2011, p. 67–90.

CRUZ, Fabiana Thomé da. Produtores, consumidores e valorização de produtos tradicionais: um estudo sobre qualidade de alimentos a partir do caso do queijo serrano dos Campos de Cima da Serra - RS. 2012. 292 f. **Tese** (Doutorado em Desenvolvimento Rural) - Faculdade de Ciências Econômicas, UFRGS, Porto Alegre, 2012.

DAROLT, Moacir Roberto *et all.* Redes alimentares alternativas e novas relações produção consumo na França e no Brasil. **Ambiente e Sociedade**, São Paulo. v. 19, n. 2, p.1-22, 2016.

DELGADO, Guilherme Costa. **Do capital financeiro na agricultura à economia do agronegócio: mudanças cíclicas em meio século (1965–2012).** Porto Alegre, Editora da UFRGS, 2012.

DEMOCRATIZE. **Agro é Pop?** Por trás da propaganda bancada pela Globo para o agronegócio. 8 jul. 2016. Disponível em: <<https://medium.com/democratize-m%C3%ADdia/agro-%C3%A9-pop-por-tr%C3%A1s-da-propaganda-bancada-pela-globo-para-o-agroneg%C3%B3cio-fb6d7eadb4f2>>. Acesso em: 14 ago 2020.

FEIDEN, Alberto. Agroecologia: introdução e conceitos. In: AQUINO, Adriana Maria de; ASSIS, Renato Linhares de (Orgs). **Agroecologia: princípios e técnicas para uma agricultura orgânica sustentável.** Brasília: Embrapa Informação Tecnológica, 2005, pp. 49-69.

FLIGSTEIN, Neil. Markets as politics: a political-cultural approach to market institutions. **American Sociological Review**, v. 61, n. 4, p. 656-673, 1996.

GOODMAN, David. **Place and space in alternative food networks: connecting production and consumption.** London: Department of Geography, King's College London, p. 1-36, 2009. Disponível em: <https://www.kcl.ac.uk/sspp/departments/geography/research/research-domains/contested-development/goodmanwp21.pdf>. Acesso em 14 ago 2019.

_____. Espaço e lugar nas redes alimentares alternativas: conectando produção e consumo. In: SCHNEIDER, Sérgio; GAZOLLA, Márcio (Orgs). **Cadeias curtas e redes agroalimentares alternativas: negócios e mercados da agricultura familiar.** Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2017, pp. 59-82.

GRYNSZPAN, Mário. Origens e conexões norte-americanas do *agribusiness* no Brasil. **Revista Pós Ciências Sociais**, v. 9, n. 17, p. 123-148, jan./jun. 2012.

HARVEY, David. **O novo imperialismo**. Trad. Adail Sobral; Maria Stela Gonçalves. 2ª edição. São Paulo: Loyola, 2005.

HEREDIA, Beatriz; PALMEIRA, Moacir; LEITE, Sérgio Pereira. Sociedade e economia do agronegócio no Brasil. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, v. 25, n. 74, p. 159–196, out. 2010.

HESPANHA, Pedro. Da expansão dos mercados à metamorfose das economias populares. **Revista Crítica de Ciências Sociais**, Coimbra, n. 84, p. 49-63, 2009.

HINRICHS, Cynthia Clare. Embeddedness and local food systems: Notes on two types of direct agricultural market. **Journal of Rural Studies**, v. 16, n. 3, p. 295–303, 2000.

LACERDA, Eliane. Associação Brasileira do Agronegócio (ABAG) e a institucionalização dos interesses do capital do empresariado rural no Brasil. **Ruris**, v. 5, n. 1, p. 183-207, mar. 2011.

MALUF, Renato. Mercados agroalimentares e a agricultura familiar no Brasil: agregação de valor, cadeias integradas e circuitos regionais. **Ensaio FEE**, Porto Alegre, v. 25, n. 1, p. 299-322, abr. 2004.

MATTEI, Lauro Francisco; ANDRADE, Daniel Cardoso. Agroindústrias e projetos de assentamentos de reforma agrária: considerações acerca da trajetória recente. **Estudos Sociedade e Agricultura**, v. 25, n. 1, p. 83-106, fev. 2017.

MENDONÇA, Maria Luísa. Modo capitalista de produção e agricultura: a construção do conceito de agronegócio. 2013. 214 f. **Tese** (Doutorado em Geografia Humana) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo-USP, São Paulo, 2013.

_____. A crise permanente do agronegócio. In: STEFANO, Daniela; MENDONÇA, Maria Luisa. (Orgs). **Direitos humanos no Brasil**: relatório da rede social de justiça e direitos humanos. São Paulo: Outras expressões, 2015, pp. 37–43.

MOLINA, Rodrigo Sarruage; SANFELICE, José Luís. Ditadura e educação agrícola: a ESALQ / USP e a “gênese” do agronegócio brasileiro. **Educação & Sociedade**. V. 39, n. 143, p. 321-341, 2018.

NIEDERLE, Paulo André. Mercados como arenas de luta por reconhecimento: disputas morais na construção dos dispositivos de qualificação dos alimentos. **Política & Sociedade**, v. 15, n. 33, p. 97–130, 2016.

ORLANDI, Eni P. **Análise de discurso**: princípios e procedimentos. Campinas, SP: Pontes, 1999.

- ORLANDI, Eni P. O Objeto de Ciência também merece que se lute por ele. (Nota introdutória) In: MALDIDIER, Denise. **A inquietação do Discurso: (Re)ler Michel Pêcheux hoje**; Tradução Eni P. Orlandi. Campinas: Pontes, 2003.
- PÊCHEUX, Michel. **Semântica e discurso: uma crítica à afirmação do óbvio**. Tradução Eni Orlandi. Campinas, SP: Editora da UNICAMP, 1995.
- PIOVESAN, Ângela Maria Walesko *et all.* A análise do discurso e questões sobre a linguagem. **Revista X**, v. 2, p. 01-18, 2006.
- PLOEG, Jan Douwe Van Der *et all.* Rural Development: From Practices and Policies towards Theory. **Sociologia Ruralis**, v. 40, n. 4, p. 391-408, 2000.
- _____. Sete teses sobre agricultura camponesa, In: PETERSEN, Paulo (Org). **Agricultura familiar camponesa na construção do futuro**. Rio de Janeiro: AS-PTA, 2009. p. 17-31.
- _____. **Camponeses e a arte da agricultura**. Porto Alegre: Editora UNESP; Editora UFRGS, 2016.
- RENTING, Henk; MARSDEN, Terry K; BANKS, Jo. Compreendendo as redes alimentares alternativas: o papel das cadeias curtas de abastecimento de alimentos no desenvolvimento rural. In: SCHNEIDER, Sérgio; GAZOLLA, Márcio (Orgs). **Cadeias curtas e redes agroalimentares alternativas: negócios e mercados da agricultura familiar**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2017, pp. 27-52.
- SANTOS, Alexandre Eduardo. O agro tech-pop-tudo e as desigualdades socioespaciais em uma cidade do agronegócio no cerrado: Primavera do Leste-MT. **Revista Eletrônica Georaguaia**, Barra do Garças, v.8, n. 1, p. 71-84, 2018.
- SAUER, Sérgio. **Agricultura familiar versus agronegócio: a dinâmica sociopolítica do campo brasileiro**. Brasília: Embrapa Informação Tecnológica 2008.
- SCHNEIDER, Sérgio; NIEDERLE, Paulo André. Agricultura familiar e teoria social: a diversidade das formas familiares de produção na agricultura. In: FALEIRO, Fábio Gelape; FARIAS NETO, Austeclínio Lopes. **Savanas: desafios e estratégias para o equilíbrio entre sociedade, agronegócio e recursos naturais**. Planaltina, DF: Embrapa Cerrados, 2008, pp. 989-1013.
- SCHNEIDER, Sérgio; GAZOLLA, Márcio (Orgs.). **Cadeias curtas e redes agroalimentares alternativas: negócios e mercados da agricultura familiar**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2017
- SHANIN, Teodor. A definição de camponês: conceituações e desconceituações – o velho e o novo em uma discussão marxista. **Revista NERA**, Presidente Prudente, no 8, n. 7, p. 1-21 jul./dez. 2005.

SILVA, Tiago Moraes; MIELITZ NETO, Carlos Guilherme Adalberto; SILVA, Leonardo Xavier. Processo de reprodução social da agricultura familiar em Praia Grande (SC): dinâmicas demográficas e ocupacionais. **Estudos Sociedade e Agricultura**, Rio de Janeiro, v. 21, n. 1, p. 58-83, abr. 2013.

STARTAGRO. **Por que a Globo criou a campanha “Agro é tech, agro é pop”**. 5 abr. 2017. Disponível em: <<http://www.startagro.agr.br/por-que-o-agronegocio-precisa-de-uma-comunicacao-moderna/>>. Acesso em: 14 ago 2020.

WILKINSON, John. Os gigantes da indústria alimentar entre a grande distribuição e os novos clusters a montante. **Estudos Sociedade e Agricultura**, Rio de Janeiro, v. 10, n. 1, p. 147-175, 2002.

_____. A agricultura familiar ante o novo padrão de competitividade do sistema agroalimentar na América Latina. **Estudos Sociedade e Agricultura**, Rio de Janeiro, v. 11, n. 2, p. 62-87, out. 2003.

Recebido em 21/11/2019. Aceito para publicação em 15/07/2020.
--