

## O AGRO É POP E NÃO PRESERVA NINGUÉM: OS DISCURSOS ANTAGÔNICOS DE PRESERVAÇÃO AMBIENTAL

*Agro is pop and does not preserve anyone: the antagonic speeches of environmental preservation*

*Agro es pop y no conserva a nadie: los discursos antagónicos de la conservación ambiental*

Sheila Castro dos Santos<sup>1</sup>  
Carlandio Alves da Silva<sup>2</sup>

### Resumo

Este texto vem com a proposta de explicitar um dos temas mais debatidos na contemporaneidade no que se diz respeito ao do avanço do agronegócio no Brasil, influenciado pelas mídias com discursos engrandecedores e entusiasmantes, de que o Agro é pop, o Agro teck e o Agro é tudo. Não mostrando dessa maneira a outra face que o tal discurso esconde. As questões econômicas, sociais e ambientais que aos olhos e ouvidos da população parece estar em harmonia com a natureza, gerando riqueza para o país e trabalho. Utilizou-se para tal empreendimento teóricos da geografia e demais ciências que tratam do tema, com a metodologia de pesquisa qualitativa, de viés bibliográfico com o método da análise do discurso, com base textual descritiva e explicativa, desenvolveu-se a linha de raciocínio, onde pode ser constatado que as relações imposta pelo agronegócio impõem ao grande público das mídias eletrônicas visando o crescimento econômico, no entanto escondem que o beneficiário é o detentor das fortunas e não o pequeno produtor. Foi evidenciado que o poder dos atores sintagmáticos que envolvem o Estado nas mais diversas esferas de poder auxiliando na construção falaciosa da bondade do agronegócio.

**Palavras-chave:** Estado; Marketing; Manipulação.

### Abstract

This text comes with the proposal to spell out one of the most debated topics in contemporary times regarding the progress of agribusiness in Brazil, influenced by the social media with aggrandizing and enthusiastic discourses, of which Agro is pop, Agro teck and Agro. and it all. Not thus showing the other face that such speech conceals. The economic, social and environmental issues that in the eyes and ears of the population seem to be in harmony with nature, generating wealth for the country and work. It was used for such endeavor theoreticians of geography and other sciences that deal with the theme, with the methodology of qualitative research, of bibliographic bias with the method of discourse analysis, with a descriptive and explanatory textual basis, the line of reasoning was developed, where it can be seen that the

<sup>1</sup> Docente do departamento de Geociências da Universidade Estadual de Londrina – UEL. E-mail: sheila1705@gmail.com

<sup>2</sup> Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Geografia da Universidade Federal do Mato Grosso. Membro do grupo de pesquisa GECA. E-mail: oidnalrac@gmail.com

relations imposed by agribusiness impose on the large public of electronic media aiming at economic growth, however they hide that the beneficiary is the holder of the fortunes and not the small producer. It was evidenced that the power of the syntagmatic actors that involve the state in the most diverse spheres of power assisting in the fallacious construction of agribusiness goodness.

**Keywords:** State; Marketing; Manipulation.

### **Resumen**

Este texto viene con la propuesta de explicar uno de los temas más debatidos en los tiempos contemporáneos con respecto al avance de los agronegocios en Brasil, influenciado por los medios de comunicación con discursos enérgicos y emocionantes, que Agro es pop, Agro teck y Agro es todo. No mostrando de esta manera la otra cara que esconde el discurso. Los problemas económicos, sociales y ambientales que a los ojos y los oídos de la población parecen estar en armonía con la naturaleza, generando riqueza para el país y el trabajo. La geografía y otras ciencias que tratan el tema se utilizaron para este esfuerzo, con una metodología de investigación cualitativa, con sesgo bibliográfico con el método de análisis del discurso, con una base textual descriptiva y explicativa, se desarrolló la línea de razonamiento, donde se puede ver que las relaciones impuestas por los agronegocios imponen al gran público de los medios electrónicos que apuntan al crecimiento económico, sin embargo, ocultan que el beneficiario es el titular de la fortuna y no el pequeño productor. Se evidenció que el poder de los actores sintagmáticos que involucran al Estado en las más diversas esferas de poder ayuda en la construcción falaz de la bondad del agronegocio.

**Palabras clave:** Estado; Comercialización; Manipulación;

### **INTRODUÇÃO**

Na tentativa de situar o leitor em uma temporalidade, onde a questão ambiental surge atrelada ao agronegócio elaborou-se uma reflexão introdutória, foi escolhido para tal o período final da II Guerra Mundial, quando se concretiza a Organização das Nações Unidas. Foi a partir desta que se elaborou diversas formas de reestruturar os países europeus destruídos durante o combate. Antes mesmo do fim da Segunda Guerra Mundial 45 nações aliadas planejaram quais parâmetros deveriam ser colocados em prática na economia mundial, o que ficou conhecido como acordo de Bretton Woods assinado em 1944 e que perdurou até 1977, sendo uma das primeiras ações tomadas para reestruturar e concretizar o capitalismo no mundo, ocorrendo também a mudança no processo do modo de produção capitalista, com a elaboração e implementação da Divisão Internacional do Trabalho.

Outra ação correspondente ao gerenciamento do sistema econômico mundial foi a medida econômica realizada pelo Estados Unidos, na qual o dólar passou a ser a nova moeda de lastro, e só o país norte-americano pôde emitir essa moeda, também foi incentivado o poder internacional dando a eles “importância cada vez maior das grandes corporações empresariais transnacionais, em termos institucionais num conjunto de entidades supranacionais como a

(ONU, o FMI, o BID, e o Bird)”, essas ações de reordenamento mundial auxiliam o imperialismo do capital a quebrar as fronteiras e a soberania dos países (HAESBAERT; PORTO-GONÇALVES, 2016, p. 34).

Nessa perspectiva econômica criou-se o conceito de agrobusiness em 1950 nos Estados Unidos, por Ray Goldberg e John Davis, este foi aplicado para designar as relações econômicas entre o setor agropecuário e o setor industrial, comercial e de serviços, a consolidação e aplicação prática deste conceito é uma realidade imposta pela área administrativa e de propaganda dos dirigentes do capital.

Neste contexto, a partir do novo reordenamento mundial, ficou determinado os espaços de produção: dos que detêm o capital, fabricam tecnologia e dos que produzem matéria prima, o Brasil foi praticamente obrigado a assumir a “vocação para o agronegócio”, pois a estratificação mundial foi imposta de modo em que:

a Divisão Territorial/Internacional do Trabalho, pautada nos meios tecnológicos de produção e nos correspondentes níveis de qualificação (e de exploração) da forç a de trabalho, permite diferenciar o espaç o mundial identificando: espaç os que det m o domínio do capital financeiro e dos investimentos na produção e/ou o controle das tecnologias mais avanç adas e da difusão de informações; espaç os de certa independência financeira, em que predominam atividades econ micas com níveis intermediários de tecnologia e mão de obra mais ou menos qualificada; espaç os com grande dependência do capital financeiro internacional em que a produção   de baixo nível tecnológico ou está voltada basicamente para a simples reprodução de tecnologias externas, como indústrias de montagem de produto, exigindo forç a de trabalho pouco qualificada com altos níveis exploração. (HAESBAERT; PORTO-GONÇALVES, 2016, p. 44).

Na contextualização dessa estratégia de dominação do capital, os países periféricos e os subdesenvolvidos foram levados a serem meras col nias de extração de recursos naturais. Após o entendimento da finitude dos recursos naturais, a própria Organizações das Nações Unidas (que elaborou a DIT e o acordo de Bretton Woods), impõem normas para sustentabilidade e preservação ambiental. No entanto, o pensamento antag nico de conservar/preservar e o outro explorar/valorizar, têm se contrapondo, e a questão ambiental perde cada vez mais espaç o, sendo deixada em segundo plano ou simplesmente ignorada, pelo Estado enquanto o agronegócio tem subsídios, e financiamentos do governo que desde a década de 1970 vem sendo aplicado com maior intensidade.

No Brasil, agronegócio se refere a dinâmicas e processos bem heterog neos e multifacetados, com diferenç as setoriais, regionais, entre outras, mas ao mesmo tempo de bastante homogeneização e imposição de regras e padrões internacionais. Caracteriza-se fundamentalmente pela integração das cadeias produtivas que organizam a produção e circulação de mercadorias de origem

agrícola em larga escala, comandadas por grandes empresas transnacionais que controlam os territórios. Tudo isso associado a um forte pacote tecnológico que inclui desde grandes máquinas agrícolas e pesquisa científica em áreas como genética e biotecnologia, o uso intensivo de venenos e fertilizantes químicos, sistemas de transportes, além de um forte processo de financeirização da agricultura. Representa, quase sempre, uma aliança de classe que associa latifundiários, empresas transnacionais, capital financeiro e mídia burguesa, com forte apoio de políticas de Estado. (CHÃ, 2016, p. 30).

Na década de 1990, a Associação Brasileira de Agrobusiness foi criada com o intuito de estruturar a agricultura no Brasil, em três anos já possuía 84 associados, incorporou algumas agremiações patronais agrícolas “como a SRB, a SNA e a OCB. A grande maioria das associadas são grupos empresariais, muitos deles estrangeiros, como por exemplo, Agrocere, Abrasem, Cargill Agrícola S/A, Bunge Alimentos S/A, e Monsanto. (CHÃ, 2016, p. 30).

E, no início do século XXI a prática propagandista dos jargões continuam com insinuações desenvolvidas para a legitimação da suposta bondade do agronegócio e, de forma vergonhosa,

Assiste-se à hegemonia do agronegócio no Brasil, a qual se expressa, sobretudo, supondo-se a impossibilidade da existência de alternativas históricas além do projeto do agronegócio como se ele fosse eterno e respondesse a todos os problemas do campo. Ideologicamente, é emblemático desse processo considerar a população do campo como Agrogente, Agro Brasil, Agro é Pop, Agro é Tech, Agro é Vida. (BARROS, 2018, p. 190).

Com a intensificação do discurso do agro como o redentor do Brasil, a sociedade citadina identifica-se com o discurso acreditando que sim, o grande produtor faz o país crescer e isso é bom, de forma crítica a essa ideia Bandeira (2009) descreve que o país que possui sua economia assentada sobre a agropecuária sempre dependerá dos produtos industrializados fabricados por outros países.

Todos procuram de uma forma ou de outra, entender o processo de desenvolvimento do modo capitalista de produção em sua etapa monopolista. Essa etapa, por sua vez, apresenta traços típicos como a presença de grandes complexos industriais integram a produção agropecuária. Esse processo contínuo de industrialização do campo traz na sua esteira transformações nas relações de produção na agricultura, e, conseqüentemente, redefine toda a estrutura socioeconômica e política no campo (OLIVEIRA, 2007, p. 08).

Dessa forma, a etapa final de comercialização e exportação do produto agrícola não está mais nas mãos do produtor, esta função foi delegada ao mercado internacional, e até mesmo a força de trabalho do agricultor passa por alterações. Com respaldo legal o latifundiário contrata a mão de obra dos camponeses pobres por meio da diária, deixando-os sem os direitos trabalhistas e personificando o discurso de que gera emprego no campo, contudo deixam de informar que o

emprego é por colheita, e esta quando termina os ditos boias frias retornam a sua única certeza que é a pobreza.

Nesta concepção Oliveira (2007) explica que subordinados a crises das altas taxas de juros, na busca de se modernizarem buscando acesso a mecanização, contrários aos baixos preços que as produções agrícolas alcançam no momento das colheitas abundantes, influenciam as transformações nas relações de produção, deixam os pequenos produtores no assalariamento legitimando o como encarcerado ao sistema capitalista.

Para o conjunto de autores que seguem essa corrente de interpretação das transformações no campo, a persistência de relações não-capitalistas de produção é entendida como resíduos em vias de extinção. Ou seja, formas que o capitalismo adquiriu para adequar-se às realidades locais, ou seja, o campesinato e os latifundiários estão, inevitavelmente, condenados à extinção no plano econômico. Portanto, esta (extinção) faz parte do avanço qualitativo do desenvolvimento das forças produtivas, não cabendo, pois, entendê-los como classes sociais de dentro do capitalismo, e sim como classes sociais de fora desse modo de produzir. (OLIVEIRA, 2007, p. 09).

Colocados a margem, com o discurso de que sua força de trabalho é louvável, percebe-se que as relações capitalistas de produção, induzem o produtor a utilizar sua força de trabalho como propriedade, e à alugam como mercadoria. Desta maneira, a ideologia capitalista traz em sua natureza a alienação do trabalhador, que não percebe a mais valia em seu trabalho:

A ideologia capitalista procura mostrar que o produto criado é produto do capital e não produto do trabalho, e que para o trabalhador garantir a sua sobrevivência, ele precisa, depende, do capital. É o capital que cria o trabalho, permitindo, assim, a sobrevivência do trabalhador, afirmam os ideólogos do capitalismo. Dessa forma, a riqueza que o capital acumula não aparece como se fosse retirada do trabalhador, e sim produto do capital. Daí decorre a ilusão que pode nascer para o trabalhador de que a troca que realiza com o capital é justa e legítima. (OLIVEIRA, 2007, p. 37).

Neste sentido o Estado legaliza a ação dos latifundiários contra o pequeno produtor, e ainda o favorece ao destinar recursos para o agronegócio por meio de crédito de R\$ 156,1 bilhões no Plano Agrícola e Pecuário entre 2014/15, enquanto que para a agricultura familiar no Plano Safra e crédito Pronaf, neste mesmo período caucionou a quantia de 24, 1 bilhões, a diferença é gritante do que o governo investe e facilita para o agronegócio e o quanto ele não faz para a agricultura familiar. O ordenamento internacional que propiciou para o Brasil o “papel de provedor de commodities agrícolas e de outros produtos provenientes do campo para exportação” é o mesmo que “mantém sua condição periférica e colonial de matriz agroexportadora, com economia em crescente processo de desindustrialização”. (CHÃ, 2016, p. 33).

## MATERIAIS E MÉTODO

Com intuito de desenvolver reflexão teórico conceitual, este estudo foi desenvolvido com embasamento nos teóricos da Geografia Humana, com apoio multidisciplinar em filósofos e cientistas sociais, no viés metodológico qualitativo, tipologia descritiva e explicativa. Os dados para interpretação são fontes primárias e secundárias, o primeiro obtido nas leis e em documentos oficiais, o segundo em artigos de jornais eletrônico, revistas, artigos científicos e livros.

Conjuntamente com a utilização do método de análise do discurso proposta por Fiorin (2007) e Foucault (2010, p. 8), onde explicita sua “inquietação diante do que é o discurso em sua realidade material de coisa pronunciada ou escrita; inquietação diante dessa existência transitória destinada a se apagar sem dúvida, mas segundo uma duração que não nos pertence”, caracterizado pela ação analítica do entendimento dos atores sintagmáticos como denomina Raffestin (1993, p. 153) os quais influenciam grande parte da população brasileira e possuem o poder de manipular o Estado. “Do Estado ao indivíduo, passando por todas as organizações pequenas ou grandes, encontram-se atores sintagmáticos que “produzem” o território. De fato, o Estado está sempre organizando o território nacional por intermédio de novos recortes, de novas implantações e de novas ligações”.

Na concepção de Foucault (2010, p. 09) há pessoas que controlam o discurso social, de modo que, “a produção do discurso é ao mesmo tempo controlada, selecionada, organizada e redistribuída por certo número de procedimentos que têm por função conjurar seus poderes e perigos, dominar seu acontecimento aleatório, esquivar sua pesada e temível materialidade”.

A busca por entendimentos válidos para que se tenha conhecimento do modo de vida e da sociabilização em que o indivíduo está inserido, e dos discursos criados para que sejam amados ou odiados também podem ser entendidos na discussão geográfica. O mundo, é atitude uma existência, fenômeno de caráter relacional, não apenas investido de materialidade, mas de significados, tanto que em Dardel (2011), Relph (1979), Dartigues (1996), é um importante componente para ser estudado nas relações geográficas entre homem e meio, sendo o poder do discurso o laço territorial investido não apenas de materialidade, mas de significados embutidos do dito e/ou na imagem.

Há no discurso, então, o campo da manipulação consciente e o da determinação inconsciente. [...] o falante lança mão de estratégias argumentativas e de outros procedimentos da sintaxe discursiva para criar efeitos de sentido de verdade ou de realidade com vistas a convencer seu interlocutor. O falante organiza sua estratégia discursiva em função de um jogo de imagens: a imagem que ele faz do interlocutor, a que ele pensa que o interlocutor tem dele, a que ele deseja transmitir ao interlocutor etc. é em razão desse complexo jogo de imagens que o falante usa certos procedimentos argumentativos e não outros. [...] seja o campo da manipulação consciente, pode-se em virtude de hábitos adquiridos ao longo da aprendizagem linguística, utilizar seus procedimentos de maneira inconsciente. (FIORIN, 2007, p. 18).

Desta maneira, nenhum discurso é elaborado sem um significado, e estes ao serem aplicados são absorvidos sem questionamento por grande parte da população. Essa é uma maneira desleal que alguns políticos e empresários utilizam-se para lograr com meios ardilosos seus intuítos de ganhos cada vez maiores, não levando em conta a preservação da natureza, das etnias e comunidades tradicionais, que na maioria das vezes são envolvidas sem consentimento, contudo é a partir do envolvimento a sociedade é manipulada, necessariamente o que se percebe é que “os espaços que encontramos em nossos mundos-vividos são, acima de tudo, espaços criados circundam-nos em todas as escalas e em muitas formas” (RELPH, 1979, p. 11).

## **A TERRITORIALIDADE DO AGRONEGÓCIO E A DEPREDÇÃO AMBIENTAL**

No contexto atual o capital financeiro tem investido e imposto regras financeiras de acumulação e valorização tanto da terra nua quanto produtiva, em toda extensão do processo de produção, seja “dentro ou fora da porteira”, os donos do capital com suas empresas dominam a produção, investimentos e recursos envolvidos no processo agrícola, pois dentre insumos, máquinas, medicamentos, agrotóxicos, ferramentas, fortalecendo a dolarização e propiciando a desvalorização do real colocam o produtor como reféns de seus insumos e tecnologias.

No caso da ampliação de investimentos diretos de empresas multinacionais do sistema agro-alimentar no país, a evidência é transparente quando se observa que são empresas transnacionais que controlam a maioria dos sistemas integrados de produção de alimentos, fibras e biomassa, operando desde o melhoramento genético até o produto final, no qual todos os agentes que se propõem a produzir matérias primas agropecuárias devem fatalmente se inserir, sejam eles pequenos ou grandes produtores, camponeses ou pequenos capitalistas, fazendeiros ou assentados. [...] Na produção de soja, temos como exemplos a atuação das transnacionais Bunge, Cargill, ADM - Archer Daniels Midland, que juntas controlam 60% dessa produção no Brasil e mais de ¾ da indústria de processamento na Europa, que fornece óleo e farelo de soja para o mercado internacional. O poder/controlado que as multinacionais exercem no mercado brasileiro e mundial não se resume à produção/comercialização de

produtos agrícolas, as atividades exercidas por estas e outras empresas multinacionais se estendem ainda à produção de maquinários, insumos, sementes transgênicas e processamento industrial. (SILVA, 2013, p. 08-09).

A expansão das empresas do agronegócio orquestrada em conjunto com o Estado em todas as regiões brasileiras, tornou-se uma das estratégias para impedir a reforma agrária, deixando o pequeno agricultor cada vez mais induzido a negociar sua produção com essas empresas, e em contrapartida elas os incentivam a utilização cada vez mais do solo, de sementes e de agrotóxicos para permanência de determinada quantidade de produto por safra.

O modelo do agronegócio tem dominado a propriedade privada da terra por empresas transnacionais, mas também os recursos hídricos, as florestas e os minérios, gerando fortes contradições entre os interesses capitalistas e os do povo que vive no campo. Acrescenta-se ainda o controle das sementes e mudas, colocando em risco a soberania alimentar, a biodiversidade, o meio ambiente e a agricultura camponesa e familiar. As consequências são devastadoras para a vida no campo, pois aumentam as migrações internas e o inchaço das médias e grandes cidades, especialmente nas periferias, loteamentos e bairros populares. (BARROS, 2018, p. 182).

A exploração do agronegócio em todos os setores é dissonante com a questão de sustentabilidade, o que Vieira (1989, p. 11) explicou sobre a continuidade da exploração dos recursos naturais não renováveis se desse de forma tão agressiva estes, seriam “esgotados em um prazo de 100 a 200 anos”.

No que se refere a concepção de exploração dos recursos naturais com discurso de que é para o desenvolvimento é bem antigo, pois:

O mercado mundial, onde se compram países. Não tem nada de novo. A América Latina nasceu para obedecê-lo, quando o mercado mundial ainda não se chamava assim, e aos trancos e barrancos continuamos atados ao dever de obediência. Essa triste rotina dos séculos começou com o ouro e a prata, e seguiu com o açúcar, o tabaco, o guano, o salitre, o cobre, o estanho, a borracha, o cacau, a banana, o café, o petróleo. O que nos legaram esses esplendores? Nem herança nem bonança. Jardins transformados em desertos, campos abandonados, montanhas esburacadas, águas estagnadas, longas caravanas de infelizes condenados à morte precoce e palácios vazios onde deambulam os fantasmas. Agora é a vez da soja transgênica, dos falsos bosques da celulose e do novo cardápio dos automóveis, que já não comem apenas petróleo ou gás, mas também milho e cana-de-açúcar de imensas plantações. Dar de comer aos carros é mais importante do que dar de comer às pessoas. E outra vez voltam as glórias efêmeras, que ao som de suas trombetas nos anunciam grandes desgraças. (GALEANO, 2012, p. 5).

As programações e entretenimentos midiáticos com os discursos envolventes acabam por induzir a grande parte dos telespectadores a pensarem de acordo com o que as empresas desejam, tem-se o sentido de “nós nos negamos a escutar as vozes que nos advertem: os sonhos do mercado mundial são os pesadelos dos países que se submetem aos seus caprichos. Continuamos

aplaudindo o sequestro dos bens naturais com que Deus, ou o Diabo, nos distinguiu” (GALEANO, 2012, p. 8). Nesse sentido, os olhos e ouvidos são as portas por onde a informação midiática adentra, conduzindo ao cérebro informações que na maior parte são absorvidas sem questionamentos, criando no interior de cada um o imaginário que conduz ao desejo, as ações ou a inércias futuras.

As empresas do agronegócio faturam cada vez mais dólares por ano, dentre elas o caráter concentrador e controlador da exportação agrícola está nas mãos de apenas 50 empresas, com destaque para:

JBS, BRF e Marfrig, no setor de carnes; Bunge, Cargill, Bayer, Basf e Syngenta, na área de adubos e defensivos agrícolas; Louis Dreyfus, Amaggi, Cargill e Coamo, na produção de grãos, algodão e óleos; Copersucar, Cosan (agora fusionada com a Shell), Raízen, Coamo, na indústria de álcool; Suzano, Fibira e Klabin, no setor de celulose e papel. (CHÃ, 2016, p. 32).

Segundo Delgado (2013) os cinco elementos que convergem para hegemonia econômica e ideológica dentro do Brasil perpassam primeiramente pelos políticos ligados aos ruralistas; em suas associações civis do agronegócio; no poder midiático de incutir a aceitação das ações do agronegócio; dos créditos para o agronegócio; e da passividade das instituições fundiárias que deveriam regular e fiscalizar o uso da terra, dessa maneira expõem-se que:

Uma bancada ruralista ativa, com ousadia para construir leis casuísticas e desconstruir regras constitucionais; Uma Associação de Agrobusiness, ativa para mover os aparatos de propaganda para ideologizar o agronegócio na percepção popular; Um grupo de mídias – imprensa, rádio e TV nacionais e locais, sistematicamente identificado com formação ideológica explícita do agronegócio; Uma burocracia (SNCR) ativa na expansão do crédito público (produtivo e comercial), acrescido de uma ação específica para expandir e centralizar capitais às cadeias do agronegócio (BNDES); Uma operação passiva das instituições vinculadas à regulação fundiária (INCRA, IBAMA e FUNAI), desautorizadas a aplicar os princípios constitucionais da função social da propriedade e de demarcação e identificação e da terra indígena; Uma forte cooptação de círculos acadêmicos impregnados pelo pensamento empirista e completamente avesso ao pensamento crítico. (DELGADO, 2013, p. 61).

O jogo pesado do agronegócio contra a sociedade tem sido cada vez mais vitorioso, os argumentos criados e aplicados por seus protagonistas influenciam cada vez mais a população, que alienados ao processo do discurso benevolente de que qualquer brasileiro tem acesso a riqueza, ao bem-estar, a vegetais, frutas e carnes sadios é ignóbil.

## **OS DISCURSOS GERADOS PARA ALIENAÇÃO SOCIAL**

Os discursos que auxiliam a invasão, o desflorestamento e o aumento das áreas do agronegócio estão cada vez mais presentes no cotidiano do brasileiro, seja ele cidadão ou camponês, o marketing elaborado para que as grandes empresas utilizem o meio ambiente como queiram é contumaz. Percebe-se que um dos resultados dessas ações são as constantes ameaças que as áreas protegidas por força da lei estão sofrendo cada vez mais.

Pensa-se, que explicitando as causas e os prováveis feitos da utilização do discurso midiático como manipulador socioeconômico dos não índios possa-se diminuir o impacto que as Terras Indígenas, que as Florestas Nacionais, Unidades de Conservação, Área de Preservação Permanente, dentre outras vem sofrendo pelo avanço do agronegócio, ao contrário do que o discurso midiático oferece a grande parte da população, o agro não é pop, no entanto ele possui o poder destruidor tanto na área rural como na área urbana.

Percebe-se em Porto-Gonçalves (2011, p. 108), uma certa preocupação com “os meios de comunicação de massas que vêm contribuindo enormemente com esse modelo ao difundir não só um modo de vida, mas também, todo o modo de produção que lhe está associado”, tendo o poder de instigar, incentivar e aceitar o que é explicitado pelos diversos veículos de transmissão, que influenciam a opinião e a continuidade da ignorância, o que Freire (1983, p. 35) especifica como desconhecimento da realidade pois, o “ser alienado não olha para a realidade com critério pessoal, mas com olhos alheios. Por isso vive uma realidade imaginária e não a sua própria realidade objetiva”. Nessa concepção Harvey (1992, p.57) aponta que o “sujeito alienado parecia impedir a construção consciente de futuros sociais alternativo”, com isso milhares de brasileiros influenciados com a campanha que o “Agro é *Tech*, Agro é Pop, Agro é tudo”, aceitarem sem o conhecimento do que implica realmente o discurso do agronegócio.

Na perspectiva de Porto-Gonçalves (2011, p. 290), a dominação do capitalismo retira das pessoas que estão nos lugares o poder de decisão, essa ação capacita poderosos grupos políticos a tomarem decisões longe dos lugares que são afetados, trata-se de “no mínimo ingenuidade deixar de assumir a dimensão política que está implicada na relação entre as diferentes escalas quando os grupos dominantes operam em escalas supralocais, estimulando territorialidades sem governo”. O entendimento sobre os diversos discursos que permeiam a expansão do agronegócio, inclusive o de pressionamento da invasão de Terras Indígenas tornou-se importante tema de estudo na ciência geográfica, pois as ações realizadas pelo agronegócio as populações tradicionais os exclui de suas terras e de sua cultura, propicia a marginalização e o escárnio de alguns para com estas populações que sofrem para manter suas áreas protegidas.

É percebido que algumas áreas de preservação sofrem influências das disputas políticas e econômicas, a exemplo disso tem-se diversos conflitos em escala nacional e estadual, mesmo com algumas legislações que doravante pareciam auxiliar a permanência intocada das áreas não é suficiente para barrar o avanço do desflorestamento e da ação de atores políticos e empresários que envolvem com suas ações e discursos a comunidade dos não indígenas a legitimarem a degradação de áreas que deveriam permanecer preservadas.

Os discursos dos grandes produtores explicitam que o agronegócio, utiliza os meios de comunicação para legitimar cada vez mais seu avanço, com isso alguns ‘grileiros’ incorporam-se desse discurso buscando tornar legal as invasões e pressões tanto no entorno, quanto dentro das Terras Indígenas, nas Área de Preservação Permanente, Unidades de Conservação, nas Florestas nacional, dentre outras divisões elaboradas para preservação e manutenção da biodiversidade previstas na legislação brasileira.

Utilizando a renúncia fiscal caracterizada na Lei n. 8313/1991, para benefício próprio as empresas do agronegócio se favorecem do que deveria ser aplicado para desenvolvimento cultural e artístico, a Lei Rouanet tornou-se uma das ações propagandista utilizada para maquiagem as ações predatórias do agronegócio.

é possível verificar que o interesse do setor nesta área se deu fundamentalmente nos anos 2000. Algumas empresas aplicaram recursos ainda antes dessa data, como o caso da Monsanto que em 1996 destinou R\$ 150.000,00 para a publicação de um livro sobre o Tuiuiú, ave típica do Pantanal, ou a Syngenta, que em 1998 que também apoiou a publicação de livros. (CHÃ, 2016, p. 40).

Segundo Chã (2016) as empresas que mais se favoreceram da Lei 8313/1991 nos anos de 1996 até 2015 foram: Klabin S.A; Raízen Combustíveis; Monsanto (Monsanto do Brasil e Monsanto do Nordeste); Sucocítrico Cutrale, Ltda.; Syngenta (Syngenta Proteção de Cultivos e Syngenta Seeds); Bunge (Bunge Fertilizantes e Bunge Alimentos); Basf; Máquinas Agrícolas Jacto S.A.; Iharabras S/A Indústrias Químicas; Sadia, S.A.; ADM do Brasil; JBS (JBS, JBS AVES e Banco JBS); Votorantim Celulose e Papel; Bayer S.A.; Cargill (Cargill Agrícola e Banco Cargill); BRF. Estas colocaram suas marcas como créditos dos que financiaram algumas obras nacionais filmadas, teatrais e/ou educacionais, dessa maneira o agronegócio impõe seu discurso tóxico para a população que não percebe que está sendo envenenada aos poucos.

Cotidianamente vemos notícias, comentários, espaços de opinião, voltados para o mundo do agronegócio. São seções especiais dedicadas ao tema do agronegócio dentro dos grandes jornais impressos ou portais de internet, como no Jornal Valor econômico ou no site da UOL; são revistas especializadas, desde as mais abrangentes como a Globo Rural, Dinheiro Rural, Revista Produz, Revista Safra, AgroAnalysis, mas também algumas bem específicas como, por exemplo, a Revista Nacional da Carne, Cana Mix, Piauí

Agribusiness; sites informativos específicos, como o Portal do Agronegócio, Sistema Brasileiro do Agronegócio; canais e programas de rádio voltados à temática como o CNA Brasil Rural, canais televisivos como o Canal Rural, o Canal do Boi, entre muitos outros, e até mesmo em revistas de “celebridades”. (CHÃ, 2016, p. 52-53).

Desta maneira, no cotidiano o discurso midiático conduz uma grande parte da população a um lado obscuro, clamando pelo desmatamento sem conhecimento se ele é necessário ou não. Nesse sentido alguns fundamentos e procedimentos que são ensinados no decorrer da vida, do nascimento até a hora da morte do sujeito, são executados como ações que envolvem outros, tanto os de dentro e de fora do seu grupo social, ou como compreender as ações que conduzem a mudança socioespacial, como evidencia Foucault (2010, p. 9) “suponho que em toda sociedade a produção do discurso é ao mesmo tempo controlada, selecionada, organizada e redistribuída por certo número de procedimentos que têm por função conjurar seus poderes e perigos, dominar seu acontecimento aleatório, esquivar sua pesada e temível materialidade”, deve ser ação solidária dos estudiosos para a desmistificação da verdade midiática.

O telejornalismo usa assim de diversas técnicas para construir seu discurso simbólico, preferindo tratar de casos individuais, sem muitas vezes fazer as conexões com os grandes problemas e desafios do setor, manipulando e omitindo dados e informações, apresentando uma suposta conciliação de classe, ressaltando uma convivência harmoniosa entre patrões e trabalhadores, tudo isso bem colorido pelas belas plantações e “céus” azuis. [...] Também é frequente, além da defesa aberta do agronegócio, veicularem matérias onde o foco é a criminalização dos movimentos sociais que lutam pela terra e por outro modelo de agricultura e de sociedade que se opõem ao modelo hegemônico. (CHÃ, 2016, p. 56).

O poder econômico das empresas utiliza-se de todas as maneiras para ganhar a credibilidade da população. Na tabela abaixo, foi realizado uma concatenação das estratégias utilizadas pelas empresas do agronegócio.

<b>A Estratégia de Manipulação do Inconsciente pelo Agronegócio</b>						
<b>Festas Populares</b>	<b>Mídia digital</b>	<b>Mídia televisiva</b>	<b>Emissoras do Agro</b>	<b>Cultura e Educação</b>	<b>Política</b>	<b>Entidades Cívicas</b>
Carnaval	Blogs	Propaganda da agroindústria	Canal Rural/JBS	Programas educativos	Bancada Ruralista	ABAG
Feiras de agroprodutores	Sítios	Propaganda de pick-up	Canal do Boi/SBA	Programas culturais de incentivo a leitura	Bancada Evangélica	MNP
Festas de rodeio	Youtubers	Propaganda de sustentabilidade do agro	Agro Canal/SBA	Ensino na modalidade básica	Ministros	OCB
Festival de Músicas	Propaganda	Merchandising em novelas	Cine/SBA	Faculdades particular	Governadores/Prefeitos/Deputados e Vereadores	SRB
Cavalgada		Globo Rural	Novo Canal/SBA	Incentivo a pesquisa em universidades federais e estaduais.	Secretários - unidades federativas e municípios	UDR
		Peças teatrais	Conexão BR/SBA			CNA
		Cinema				SNA

**Tabela 1** - elaborada pelos autores, 2019.

Da direita para a esquerda segue-se a ordem de explicação. Do subtítulo entidades civis, trata-se de associações criadas para desenvolver estratégias para a hegemonia do agronegócio e enfraquecimento dos que lhes possam fazer oposição, das siglas ABAG -Associação Brasileira de Agronegócio, MNP-Movimento Nacional dos Produtores, OCB-Organização das Cooperativas Brasileiras, SRB-Sociedade Rural Brasileira, UDR-União Democrática Ruralista, CNA-Confederação Nacional da Agricultura e Pecuária do Brasil, e SNA-Sociedade Nacional de Agricultura (SNA).

O subtítulo política, diz respeito as pessoas que de foram eleitas para gestar o Estado, segundo Chã (2016) A priorização do espaço do parlamento como luta política é uma das fortes estratégias do setor patronal rural, com investimentos vultosos nos partidos políticos o agronegócio acaba por ajudar a elegê-los e com isso possuem seus interesses resguardados.

No que tange à cultura e educação, o agronegócio possui a vantagem de deter o conhecimento legislativo, para conseguir do Estado o dinheiro para investir na suposta educação direcionada para o próprio agronegócio, os investimentos em escolas municipais e estaduais na merenda, ou em projetos para leitura, as construções de escola tecnológica para incentivar a criação de mão de obra barata para suas empresas, as faculdades direcionadas a capacitar trabalhadores para os setores que o compõem, e um dos mais perigosos incentivos, que são os realizados nas pesquisas desenvolvidas nas universidades públicas.

As emissoras do Agro, são canais fechados que os produtores rurais tem acesso em suas propriedades, com programação vinte e quatro horas direcionada ao agronegócio, foi exemplificado neste trabalho apenas seis emissoras, cinco delas fazem parte do SBA sistema brasileiro do Agronegócio controlado por várias empresas do agronegócio, nesses canais há incentivos a utilização de agrotóxicos, vacinação, leilão, propagandas de sementes, insumos, máquinas de ponta para as áreas rurais, não são direcionadas apenas ao grande produtor, esta é uma das investidas do agronegócio ao pequeno produtor.

Os três últimos subtítulos que restaram, estão diretamente ligados as propagandas e aparência direcionados ao grande público, com intuito de manipular sua opinião e imaginário, para que estes acreditem nas ações positivas do agronegócio não dando importância as ações negativas e lesivas ao meio ambiente e a saúde da população a qual desconhece que consome produtos carregados com agrotóxicos, Lopes e Albuquerque (2018, p. 119) explicitam que “o Brasil expandiu em 190% o mercado de agrotóxicos, o que colocou o País em primeiro lugar no

ranking mundial de consumo desde 2008. Dez empresas controlam mais de 70% desse mercado no País. Somente na safra de 2010 e 2011, foram consumidas 936 mil toneladas de agrotóxicos”, esses produtos são utilizados no Brasil pelos produtores de forma abusiva, lesando o meio ambiente e a sociedade consumidora dos produtos alimentícios produzidos por essas empresas. O jargão dito por políticos da ala ruralista e pela mídia paga pelo agronegócio que a aptidão do Brasil é agrícola, desenvolve uma aceitação ao uso do agrotóxico, a exploração e depredação ambiental, ao crescimento indiscriminado das áreas de monocultura e abertura de subsídios e capital ao agroexportador, enquanto o pequeno produtor é sufocado e o restante da população é enganada.

Dentro da porteira da produção agrícola o uso de agrotóxicos é invisibilizado por agentes do Estado, que favorecem a utilização sem averiguações e restrições mais rigorosas instituições públicas, pesquisadores, profissionais de saúde e sociedade se deparam com:

A insuficiência de dados sobre o consumo de agrotóxicos, seus tipos e volumes, utilizado nos municípios brasileiros, o desconhecimento do seu potencial tóxico, a carência de diagnósticos laboratoriais e a pressão/assédio de fazendeiros do agronegócio que ocupam cargos públicos, favorecem o ocultamento e a invisibilidade desse importante problema de saúde pública<sup>4,5</sup>. Neste cenário, instituições públicas, pesquisadores, profissionais de saúde e sociedade se deparam com dificuldades na obtenção de dados totais/reais sobre o volume e os tipos de agrotóxicos usados naquela fazenda ou região, contrariando a lei nº 12.527/2011 6 de acesso à informação. Além disso, em 2016 não foi realizado o Censo Agropecuário, que constitui fonte importante e útil de informação sobre a temática agrícola no país. (PIGNATI et alii, 2017, p. 3282).

Vive-se no Brasil, diga-se, talvez em quase todo o planeta o envenenamento alimentar cotidiano, e até mesmo os que tentam escapar dele, necessita da água para irrigar as lavouras, sendo que as águas superficiais e subterrâneas têm sofrido com os produtos tóxicos que são utilizados em diversas áreas.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Os discursos do agronegócio desenvolvidos pelo marketing nas mídias mediam na realidade a naturalização da supressão vegetal em grande escala, conduzindo a utilização dos recursos hídricos em áreas de preservação e a utilização cada vez maior de agrotóxicos. A ciência geográfica possui a característica de estudar o homem, por meio do seu entendimento do mundo, de seus sistemas e suas compreensões.

Conhecer os fenômenos humanos com o objetivo de descrevê-los, explicitá-los e entendê-los, para entender como exercem sua influência, as variações que os acompanham, as mudanças contínuas que correspondentes em particular a criação ou solução de problemas criados para subjugar a sociedade a vontade dos que detêm os meios de produção, é uma análise possível e importante para compreensão dos componentes que influenciam direta e indiretamente o modo de vida dos brasileiros e são utilizados por atores sintagmáticos com seus discursos antagônicos, que geram avanço da depredação ambiental.

Ao utilizar da produção cultural e artística para ganhar confiança da sociedade brasileira, as empresas do agronegócio jogam com toda força possível, investindo na indústria cultural somas elevadas de dinheiro, para que as ações culturais e artísticas realizadas por elas sejam vistas, e com isso aos poucos o imaginário é construído de forma enganosa, proliferando a ideia de que o agro é bom, para o país e para todos começa a ser proliferado e aceito, como se realmente fosse verdade. O sistema televisivo, radiodifusor, digital possuem o poder que os intelectuais e cientistas ainda não possuem, que é a facilidade de adentrar as residências das famílias brasileira, com isso, o grande jogo dos que detêm esse poder é realizado cotidianamente no país, enquanto, os artigos científicos, dissertações, teses e pesquisas de um modo geral acabam ficando em espaços reduzidos, mostrando uma realidade triste sobre a territorialidade científica no Brasil, que é mínima.

## REFERÊNCIAS

BANDEIRA, L. A. M. **Geopolítica e Política exterior: Estados Unidos, Brasil e América do Sul**. Brasília: Fundação Alexandre de Gusmão, 2009. 128p.

BARROS, I. F. O Agronegócio e a atuação da burguesia agrária: considerações da luta de classes no campo. In: **Revista de Serv. Social**, n. 131: São Paulo, 2018. p. 175-195. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/sssoc/n131/0101-6628-sssoc-131-0175.pdf> - Acessado em: 03/04/2019.

CHÃ, A. M. de J. Agronegócio e Indústria Cultural: estratégias das empresas para a construção da hegemonia. **Dissertação** (Mestrado) Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, Instituto de Políticas Públicas e Relações Internacionais, Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Territorial na América Latina e Caribe: São Paulo, 2016. 156p.

DARDEL, E. **O homem e a terra**: natureza da realidade geográfica. São Paulo: editora perspectiva, 2011.

DARTIGUES, A. **O que é a fenomenologia?** São Paulo. Editora Centauro, 1996.

DELGADO, G. A questão agrária no Brasil 1950-2003. In: JACCOUD, Luciana (Org.). **Questão Social e Políticas Sociais no Brasil Contemporâneo**. Brasília: IPEA, 2005. p. 51-90 – Disponível em: [http://www.ipea.gov.br/portal/images/stories/PDFs/livros/Livro\\_Questao\\_Social.pdf](http://www.ipea.gov.br/portal/images/stories/PDFs/livros/Livro_Questao_Social.pdf) - Acessado em: 18/06/2019

FIORIN, J. L. **Linguagem e Ideologia**. São Paulo: Ática, 2007.

FREIRE, P. **Educação e Mudança**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1983.

FOUCAULT, M. **A Ordem do Discurso**. São Paulo: edições Loyola, 2010.

GALEANO, E. H. **As veias abertas da América Latina**. Porto Alegre: L&PM, 2012.

HAESBAERT, R.; PORTO-GONÇALVES, C. W. **A nova Des-Ordem mundial**. São Paulo: editora UNESP, 2016.

HARVEY, D. **Condição Pós-Moderna**. São Paulo: Loyola, 1992.

HECK, E., LOEBENS, F. e CARVALHO, P. D. Amazônia indígena: conquistas e desafios. In **Revista Estudos Avançados** 19 (53), 2005. p. 237-255.

**Notícia**-Disponível em <http://g1.globo.com/economia/agronegocios/agro-a-industria-riqueza-do-brasil/noticia/2016/10/agronegocio-e-valorizado-em-campanha-da-rede-globo.html> - Edição do dia 01/09/2016 - 01/10/2016 11h00 - Atualizado em 03/10/2016 16h13 – acessado em 24/01/2017.

LOPES, C. V.; ALBUQUERQUE, G. S. C. Agrotóxicos e seus impactos na saúde humana e ambiental: uma revisão sistemática. In: **Saúde em Debate**: Rio de Janeiro, v.42, n. 117. 2018. p. 518-534. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/sdeb/v42n117/0103-1104-sdeb-42-117-0518.pdf> - Acessado em: 17/05/2019.

PIGNATI, W. A.; LIMA, F. A. N. de S.; LARA, S. S. de L.; CORREA, M. L. M.; BARBOSA, J. R.; LEÃO, L. H. da C.; PIGNATI, M. G. Distribuição espacial do uso de agrotóxicos no Brasil: uma ferramenta para vigilância em saúde. In: **Ciência e Saúde Coletiva**: Rio de Janeiro, n. 22. 2017. p. 3281-3298. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/csc/v22n10/1413-8123-csc-22-10-3281.pdf> – Acessado em 17/05/2019.

OLIVEIRA, A. U. de. **Modo capitalista de produção agricultura e reforma agrária**. São Paulo: FFLCH, 2007. Disponível em: [http://gesp.fflch.usp.br/sites/gesp.fflch.usp.br/files/modo\\_capitalista.pdf](http://gesp.fflch.usp.br/sites/gesp.fflch.usp.br/files/modo_capitalista.pdf) - Acessado em 14/04/2019.

PORTO-GONÇALVES, C. W. **A Globalização da Natureza e a Natureza da Globalização**. Rio de Janeiro. Civilização Brasileira, 2011.

RAFFESTIN, C. **Por Uma Geografia Do Poder**. São Paulo. Editora Ática, 1993.

RELPH, E. C. **As Bases Fenomenológicas da Geografia**. In: *Geografia*, Rio Claro, v. 4, nº 7, 1979. p. 1-25.

SILVA, L. R. da. A Reconfiguração da questão agrária sob o desenvolvimento do agronegócio. In: **Anais da VI Jornada Internacional de Políticas Públicas**: UFMA, 2013. p 01-11 – Disponível em: <http://www.joinpp.ufma.br/jornadas/joinpp2013/JornadaEixo2013/anais-eixo12-questaoagricolaquestaoagrariasegurancalimentarepoliticaspublicas/pdf/areconfiguracaodaquestaoagrariasobodesenvolvimentodoagronegocio.pdf> - Acessado em 02/01/2019.

VIEIRA, L. Fragmentos de um discurso Ecológico: Reflexões críticas de Ecologia Política. In: **Revista São Paulo em Perspectiva**: v.3, n.4, 1989. p. 5-12. Disponível em: [http://produtos.seade.gov.br/produtos/spp/v03n04/v03n04\\_02.pdf](http://produtos.seade.gov.br/produtos/spp/v03n04/v03n04_02.pdf) - Acessado em: 08/03/2018.

**Recebido em:** abril de 2020  
**Aceito e Publicado em:** abril de 2020