

AGRONEGÓCIO, PALAVRA POLÍTICA¹

Regina Bruno²

Resumo

O propósito deste texto é refletir sobre a construção política da palavra agronegócio, no Brasil. Parto do suposto que vivemos um tempo de hegemonia do agronegócio que foi se constituindo juntamente com as transformações da agricultura e da sociedade brasileira e procuro entender o modo como porta-vozes do patronato rural e do agronegócio fazem uso da linguagem no processo de construção da dominação. Alguns supostos encontram-se presentes nos argumentos das lideranças patronais rurais e procuram fundamentar a construção política da palavra agronegócio: i) O agronegócio como sinônimo de união, de sucesso e de geração de riqueza; ii) O agronegócio como expressão da modernidade e de um novo modelo de desenvolvimento que atende os interesses e as necessidades de todos; iii) A crença na ausência de alternativas históricas outras além do agronegócio, iv) O princípio da valorização de si e desqualificação do outro. v) O imperativo de uma maior institucionalidade e da construção de novos espaços de representação, mediação de interesses.

introdução

“*Camponês* e *latifundiário* são palavras políticas que procuram expressar a unidade das respectivas situações de classe e, sobretudo, que procuram dar unidade à luta dos camponeses” diz-nos José de Souza Martins (198, p.22-23) para quem, ‘camponês’ e ‘latifundiário’ não são meras palavras, estão enraizadas numa concepção da História, das lutas políticas e dos confrontos entre as classes

¹ “Ponencia presentada al VIII Congreso Latinoamericano de Sociología Rural, Porto de Galinhas, 2010.” GT 19 Representação de interesses patronais rurais e agroindustriais na América Latina.

² Socióloga e professora do CPDA/UFRRJ. Uma versão modificada deste artigo encontra-se publicado no livro BRUNO, Regina et al. Um Brasil Ambivalente. Agronegócio, ruralismo e relações de poder. Mauad X Ed. /EdUR-UFRRJ, 2009.

sociais. Procuraram dar conta das lutas dos trabalhadores do campo que irromperam em vários pontos do país nos anos cinquenta.

Ainda segundo Martins, a palavra camponês não designa apenas o seu nome, mas também o seu lugar social, não apenas no espaço geográfico (...) mas na estrutura da sociedade; por isso não é apenas, mas pretende ser também a designação de um destino histórico” (1981, p.22-23).

Por sua vez, para os camponeses organizados nas Ligas Camponesas, o latifundiário não simbolizava apenas o grande proprietário de terras improdutivas, designava também o usineiro; significava a opressão, o medo, a exploração, informa-nos Regina Novaes (1997).

Mais recentemente, como produto das transformações da agricultura e da sociedade brasileira, o agronegócio despontou como palavra política unificadora de interesses das classes e grupos dominantes no campo e expressão de um momento no processo de construção da hegemonia e de renovação dos espaços de poder e de dominação. É grande a preocupação com o fortalecimento da representação e a criação de espaços institucionalização dos interesses. Do mesmo modo é amplo o empenho com a formação e a construção de um discurso legitimador (Lacerda, 2009; Severino, 2003; Bruno, 1997; Moruzzi, 1996)

O propósito deste texto é refletir sobre a construção política da palavra agronegócio, no Brasil. Parto do suposto que vivemos um tempo de hegemonia do agronegócio que foi se constituindo juntamente com as transformações da agricultura e da sociedade brasileira e procuro entender o modo como porta-vozes do patronato rural e do agronegócio se percebem nesse processo e percebem os outros. Entender o modo como as lideranças patronais fazem uso da linguagem para construir a dominação. Alguns supostos encontram-se presentes nos argumentos das lideranças patronais por nós entrevistadas³ e procuram fundamentar a construção

³Foram entrevistados os representantes das seguintes entidades patronais: Associação Brasileira de *Agribusiness* - ABAG, Associação dos Criadores de Mato Grosso- ACRIMAT, Associação dos Criadores de Mato Grosso do Sul – ACRISSUL, Associação Mato-grossense dos Produtores de Algodão - AMPA , Associação dos Produtores Rurais de Mato Grosso- APR MT, Associação dos Produtores de Soja do Estado do Mato Grosso – APROSOJA, Movimento Nacional dos Produtores – MNP, Organização das Cooperativas

política da palavra agronegócio: i) O agronegócio como sinônimo de união, de sucesso e de geração de riqueza; ii) O agronegócio como expressão da modernidade e de um novo modelo de desenvolvimento que atende os interesses e as necessidades de todos; iii) A crença na ausência de alternativas históricas outras além do agronegócio e, iv) O princípio da valorização de si e desqualificação do outro. v) O imperativo de uma maior institucionalidade e da construção de novos espaços de representação, mediação de interesses.

Ainda como parte desse mesmo processo de construção da hegemonia, afloram as divergências e tensões entre os representantes patronais por nós entrevistados. E toma lugar, a desconfiança e a discriminação entre os diferentes setores produtivos em especial entre os produtores rurais, os de “dentro da porteira das fazendas”, e os demais setores situados à jusante e à montante.

i) O agronegócio como sinônimo de união, de sucesso e de geração de riqueza.

O agronegócio concebido como expressão de união, de sucesso e de riqueza procura se estruturar a partir da noção de cadeias e de elos que uniriam processos, empresas e atores. Ou seja, segundo seus porta-vozes, o modo de configuração do processo produtivo, sistêmico, constrói a união. “União entre rural e urbano, finalmente juntos em um só processo”(AMPA). [falta mais união] União e interesse, força motriz da luta política, de que nos fala Hanna Arendt (1963)

Eventuais problemas são considerados simples “gargalos” passíveis de serem superado.

“Agronegócio é a relação entre as cadeias Agronegócio é um termo de união; não é um termo de separação. (...) Agronegócio é trazer o conceito de união. É aproximar a indústria da semente ou da máquina agrícola desse cara aqui que está produzindo dentro da porteira da terra, lá da gente que está comprando da gôndola do supermercado, para ele não correr o risco de produzir o produto dele que o consumidor final não vai comprar. Então está todo mundo envolvido nisso” (FAMATO).

Agronegócio é união. É a possibilidade de congregar todas as áreas e tratar as questões de forma institucional, conjunta e não isoladamente é tratá-las como um pleito do agronegócio, afirma outro entrevistado. (FIESP). União que, por sua vez, é vista como condição de construção da representatividade: “a união não divide. Agora não é mais cada um por cada um”.

Subjacente à união, vemos a idéia de força, de poder e de indestrutibilidade.

Como parte do discurso sobre a união, os entrevistados costumam apresentar uma imagem do agronegócio homogênea, sem tensões e sem diferenças entre as cadeias agroindustriais nas quais todos se reconhecem e são reconhecidos por seus pares como iguais. Não existiriam diferenças ou divergências. Todos defendem os mesmos propósitos. União, igualdade e homogeneidade de propósitos são recorrentemente evocadas pelos entrevistados. É marcante o empenho em legitimar o agronegócio como organizador coletivo e demonstrar um grande consenso. (Gramsci, 1988).

Um outro aspecto é a noção de agronegócio como sinônimo de êxito: uma atividade que “deu certo e teve sucesso”, dizem. Um sucesso indissociável da idéia de competência e de geração de riqueza e de lucro [ABAG]. “Agronegócio é o lucro. É o dinheiro entrando no caixa”, afirma um dos entrevistados. [AMPA]. “O agronegócio gera riqueza”, reitera outro. Riqueza concebida como lucro e também riqueza entendida como progresso das cidades onde o agronegócio impera.

“O agronegócio gera riqueza. A senhora vê o seguinte, a senhora pega estados produtores, vamos falar do estado de Mato Grosso, em 100% das cidades que nasceram de regiões produtivas, de agricultura ou de pecuária, elas progrediram muito. São boas cidades, com condições de vida muito boa, com infra-estrutura muito boa. Todas, 100% delas. Agora, já as outras que já eram bem mais antigas, elas ficaram do mesmo tamanho, não houve desenvolvimento. Porquê? Exatamente o que e que falei com a senhora, o agronegócio, ele atrai muita coisa... (APR-MT)

Diferente de momentos anteriores assume-se abertamente o lucro como um dos objetivos do agronegócio. Ou seja, assume-se a condição de empresário. no sentido clássico do marxismo, a identidade de classe da burguesia como constitutiva da construção do agronegócio como projeto econômico e político.

Agronegócio é “padrão tecnológico” de excelência (ABAG) e produção de maquinário e de insumos, dizem os entrevistados. Agronegócio é geração de emprego e melhoria das condições de vida para as pessoas envolvidas (APR-MT). É responsabilidade social; é superação da pobreza. Ou seja, tem a ver com o desenvolvimento social e as condições de vida da população carente. É representado e recorrentemente difundido como a solução para a pobreza.

Além disso, as entrevistas ressaltam a idéia de um agronegócio expressando a organização e sinalizando para o amadurecimento da classe. Estaríamos vivendo um novo tempo de aprendizagem do *agribusiness* e das cadeias produtivas. A manifestação mais importante desse amadurecimento seria a construção de uma linguagem voltada para a idéia de “cadeia” e não mais de “sementes”, “processamento”, “fertilizantes” ou de “produto”. Ou seja,

“Essa lógica instituída pelo agronegócio completamente diferente daquela dos ciclos econômicos que era mais uma coisa de extração e exportação. Hoje não é assim! O Brasil não extrai café; por detrás do café tem genética, tem tratos, tem manutenção, tem marcas, tem prêmios; tem toda uma complexidade, que é essa cadeia. Então a gente não trabalha mais sob a forma de visão de produto; mas sim na forma de visão de cadeia; e as cadeias são complexas e a logística”[ABAG]

É típico do *agribusiness* primar pela qualidade dos produtos, o melhoramento genético e a “excelência em todas as etapas” [AMPA]

O agronegócio é considerado ainda o exemplo primeiro da competitividade da economia brasileira

“O agronegócio é disparado o setor mais competitivo da economia do Brasil, para comprovar basta ver a participação no PIB, o superávit, a geração de emprego, etc.”[FAMATO]

“Agronegócio não é pequeno, não é médio, não é grande. Agronegócio é organização! ”. [Depto. Agronegócio da FIESP] .

ii) *O agronegócio como expressão da modernidade e de um novo modelo de desenvolvimento que atende os interesses e a necessidade de todos*

O agronegócio é entendido pelos entrevistados como toda e qualquer atividade socialmente reconhecida como “produtiva” “rentável” e “moderna”. Contudo,

quando pensado como expressão de um modelo de desenvolvimento, predomina a idéia de uma atividade que tudo abrange e a todos envolve. “Como atividade que se internalizou com a globalização, ultrapassou os limites da porteira da fazenda” (SRB). E, à medida que se fortalece política e economicamente multiplicam-se os grupos sociais que se assumem como parte do agronegócio. Noutras momentos, confunde-se com a própria realidade brasileira.

“Agronegócio, é a indústria é que mói a soja. É o frigorífico que mata o boi. É o caminhão que transporta o boi e a carne. É o açougueiro. É o supermercado. É a prestação de serviços. (...) Se a gente levar esse conceito as raias mais radicais, a gente vai ver que praticamente o Brasil vive do agronegócio”. (ACRISSUL).

Abrangência também entendida como capacidade de garantir os interesses e as necessidades de cada um e de todos. Para o presidente Movimento Nacional dos Produtores (MNP) agronegócio é a resposta patronal às lutas por terra; enquanto que o porta-voz da ABAG faz questão de ressaltar que o agronegócio, “diferentemente da UDR”, não é patrimonialista, nem deseja manter a reserva de patrimônio. Ao contrário, o “*Agribusiness* é uma adesão à coisa moderna e a ABAG a organização moderna voltada para a aplicação de tecnologia e a aplicação de gestão”.

Perpassa também, a idéia de entrelaçamento entre os processos de produção, concebidos como princípios convergindo para um fim. e que recentemente deu substancia ao mote “Brasil, um só negócio”, defendido pela ABAG em encontro recente.

“O agronegócio não é só o boi, não é só a soja, não é só o milho. Ele engloba muita coisa em torno dele. Porque os bens e serviços que vivem dessa produção, é um leque muito grande: você não faz plantação sem trator. Já o trator, tem a oficina; tem a fábrica de pneu; ele tem a fábrica de peças; ele tem uma série de outros envoltimentos de componentes também que seguem na mesma direção. O fim é o mesmo. São vários princípios para um fim, canalizam para um negócio”. (APR-MT)

Temos ainda a representação de agronegócio, “como solução para as mazelas existentes” (ABAG). Sinônimo de profissionalização (AMPA). Como garantia de geração de emprego e de renda. “Agronegócio são cidades e regiões inteiras que respiram agronegócio” .

Quando instados a falar, os entrevistados costumam ressaltar a força e o poder econômico do agronegócio no país.

“O agronegócio representa 42% da exportação brasileira, 37% da geração de empregos e 37% do PIB. Desses 37% do PIB só 9% é da porteira para dentro, os outros 28% é da porteira para fora que compreendem a fábrica de trator; de colhedeira, de plantadeira, a fábrica de adubo, o frigorífico”, o curtume e a fábrica de calçados. (MNP)

Um dos representantes patronais procura mostrar, detalhadamente, a importância do setor agrícola, alimentador dos demais ramos da cadeia do agronegócio.

“A gente não se dá conta do agronegócio na hora que gira a economia. Então aí eu faço uma brincadeirinha nas palestras: não teria a Skol, a latinha, a fábrica, o caminhão, a propaganda e o publicitário sem a cevada do produtor rural. Não teria a Fórum e as costureiras e as lojas dos shoppings, se a gente não produzisse algodão. A Lacta, o ovo de páscoa, a embalagem, o armazém; se não tivesse o cacau. E aí tudo isso é o agronegócio” (MNP).

“A gente lembra da picanha, do churrasco, e não sei o que lá e tal; e não lembra, porém, que a crina é utilizada nas escovas e brochas das pinturas e feltros; o sangue fetal dos bezerros vai para fazer um soro para uma cultura celular em laboratório; o sebo vai para a indústria alimentícia, gelatina e fotográfica; usa o sebo bovino. Então esse tipo de coisa, é que as pessoas não se ligam e que faz parte do agronegócio. Indústria de sabão, que usa o sebo” (MNP).

Outro, chama a atenção para o lugar da pesquisa científica e a importância do consumidor na definição da atividade produtiva:

“Agronegócio é tudo o que vem dentro do setor agrícola, desde o antes da porteira e do fornecimento dos insumos passando pelo processo de transformação dentro da propriedade rural, todos os seus processos comerciais, de agregação de valor, de transformação, de logística, de distribuição, de financiamentos, voltando na pesquisa. O agronegócio nasce na realidade na prancheta de um pesquisador científico e termina no prato do consumidor, lá na ponta”. [OCB]

Um terceiro, procura definir a proporção de cada um dos setores e cadeias produtivas integradas ao agronegócio

“Agronegócio é tudo que está antes da porteira, dentro da porteira e depois da porteira, esse é o conceito de agronegócio. E a parte que fica dentro é até menor, a participação nossa é de apenas 30%, talvez de uns 30% pra antes, e uns 40% depois, uma coisa assim”. [FAMATO]

Suas lideranças perceberam um processo de mudança em curso e buscaram aproveitar as possibilidades abertas advindas da implementação de novos padrões de acumulação de riqueza, novos modos de ação coletiva e novas chances de poder.

iii) A ausência de alternativas históricas além do agronegócio

O suposto da “importância impar” do agronegócio capaz de destituir outros caminhos e processos históricos encontra-se fundamentado em um conjunto de fatores, dentre os quais, temos a capacidade única de geração de riqueza; “enfim” a superação da divisão rural-urbano, ou seja, produtores e empresários do agronegócio são os sujeitos dessa transformação (APR-MT) e a idéia de que no agronegócio residiria a única oportunidade que o Brasil tem de encurtar caminho e tornar-se um país de primeiro mundo (ACRIMAT).

“Então, se nós tivéssemos, se a gente tivesse essa visão do agronegócio, nós encurtávamos um caminho muito longo ai para estarmos junto com os países de primeiro mundo. Porque nós não vamos conseguir produzir computadores, automóveis, equipamentos eletrônicos. Nós somos consumidores. Nós estamos atrasados dos países que detém essa tecnologia de ponta”. (ACRIMAT).

“O agronegócio é inexorável porque é a tecnologia desafiante e de primeiro mundo. Um projeto envolvente.... a excelência!”, diz por sua vez o representante da AMPA. É a explosão de desenvolvimento que existe no mundo, arremata o porta-voz da SRB ao mesmo tempo em que reitera a vocação rural do país.

“E o Brasil tem esse desafio. Porque o meu avô lá trás e o avô, o pais do ministro Roberto Rodrigues, por exemplo, são pessoas que sempre falaram: o Brasil é um país de vocação rural, o Brasil é fornecedor de comida. Mas isso não acontecia. Aconteceu. Começou acontecer agora, com essa explosão de desenvolvimento que existe no mundo!” (SBS)

iv) O principio da valorização de si e a desqualificação do outro

Iremos encontrar o princípio da valorização de si e desqualificação do outro – um dos fundamentos da relação estabelecidos e *outsiders* (Elias) especialmente nas considerações sobre trabalhadores rurais, os agricultores familiares e os movimentos sociais no campo em especial do Movimento dos Sem Terra (MST) Noutros momento, a desqualificação é interna ao grupo; volta-se para os produtores rurais ou empresários que não conseguem assumir uma postura condizente com o agronegócio.

v) O imperativo de uma maior institucionalidade e da construção de novos espaços de representação, mediação de interesses diretamente ligados ao agronegócio

Já na segunda metade dos anos 70 presenciamos dois movimentos voltados para a necessidade de uma renovação e ampliação da representação patronal no campo. São movimentos complementares, mas com perfis próprios. De um lado, grandes proprietários de terra e produtores rurais, em sua maioria organizada em sindicatos, federações e entidades tradicionais de representação, particularmente insatisfeitos e temerosos com a presença da igreja progressista no meio rural com o agravamento dos conflitos sociais no campo. De outro, proprietários de terra, produtores rurais e empresários ligados à agropecuária, organizados preferencialmente nas associações por produto e multiproduto criadas juntamente com a modernização da agricultura e a criação das inúmeras cadeias dos complexos agroindustriais, particularmente preocupados com a construção de novos canais de representação e de mediação para dar visibilidade e fazer valer seus interesses e reivindicações perante a sociedade e diante do Estado. (Bruno,1997; Gomes, 1985; Graziano da Silva, 1991)

Mas é em meio ao embate sobre a reforma agrária e as ocupações de terra, nos anos 80 com a Nova Republica; o esgotamento do crédito – um dos principais

sustentáculos da modernização (Delgado, 1985) e a percepção da crise de representação das instâncias patronais sindicais, que algumas lideranças⁴ concebem a necessidade de criação de novos espaços de representação e de mediação dos interesses. A Frente Ampla da Agropecuária Brasileira (FAAB) representou uma primeira tentativa de organização de alguns setores não necessariamente ligados à atividade agrícola – um dos primeiros passos para a ampliação e redefinição do campo de representação no processo de constituição político do agronegócio e. Diz Roberto Rodrigues⁵:

A Frente Ampla foi o primeiro esforço feito para colocar na discussão do agronegócio as instituições não-agrícolas. Então eu trouxe para a Frente Ampla, a FEBRABAN, o adubo, semente, máquina. Todo mundo veio para a Frente Ampla. E foi um sucesso! Porque nós conseguimos avançar muito nas discussões de políticas públicas; fizemos muita coisa importante”.

Aí eu deixei a presidência da OCB, o Alysso deixou a presidência da CNA e o Flavio deixou a presidência da Rural. Que eram os três líderes que tinham um entendimento quase que telepático. Nós conversávamos todos os dias, então nós tínhamos uma posição muito articulada.

Com a vitória política sobre a reforma agrária na Constituinte e a consolidação da União Democrática Ruralista (UDR), a FAAB perde a força política. Mas permanece o propósito de constituição de uma nova instância de representação patronal mais diretamente ligada ao conjunto das cadeias produtivas e às associações por produto e multiproduto recentemente constituídas.

Mudaram os três presidentes e a Frente Ampla desmilingüiu. Até porque acabou a Constituinte também, e a coisa meio que desmilingüiu. Houve um período de bonança, na agricultura.

Mas eu defendia a tese, de que era preciso ter uma instituição. Que não era uma coisa como a Frente Ampla. A Frente Ampla era informal, não tinha presidente, não tinha estatuto, não tinha nada. Tinha um carregador de piano que era eu. Carregava o piano nas costas: era o secretário executivo, fazia ata, convocação, chamava os caras, dava os sanduíches, fazia a reunião. Mas alguém tinha que fazer isso. E a OCB era um instituição forte, era muito forte.

⁴ Dentre elas, Roberto Rodrigues (OCB) Pedro Camargo Neto (SRB) Alysso Paulinelli (CNA) Ney (Carvalho, 2008; Bruno,2002;2007)

⁵ Entrevista realizada em 13 de agosto (SP) pesquisa “*Estudo sobre o Processo de Elaboração e Debate do Primeiro Plano Nacional de Reforma Agrária-I PNRA*”, (NEAD/MDA-REDES-IICA). Entrevistadores Abdias Vilar de Carvalho, Regina Bruno e Antonio Pompeu Braga.

Posteriormente, a Associação Brasileira de Agribusiness ABAG assume o papel de representação maior do agronegócio⁶

“O Ney Bittencourt, que era meu particular amigo e tinha voltado dos Estados Unidos onde tinha estado em Harvard e tinha assumido lá o tema agribusiness. Então, nós fizemos um livro sobre as cadeias produtivas no Brasil. Esse livro trazia para o Brasil, os conceitos de agribusiness que o Nei trouxera de Harvard. E esse livro fez do Ney o farol acadêmico do agribusiness. E eu era o líder pragmático da luta da Frente Ampla. ...
E nós construímos a ABAG.

Divergências e tensões que afloram.

Um olhar mais cuidadoso nos permite perceber que proprietários e empresários do agronegócio não são tão unidos assim. Se de um lado comungam a mesma crença sobre possibilidades econômicas e políticas advindas com o agronegócio, de outro, não se sentem fazendo parte, igualmente, de processo. A fala das lideranças patronais assinala e demarca tensões e divergências e retratam o modo como cada um sente-se sente discriminado pelos demais ou o discrimina.

Ou seja, existem, juntamente com a construção do agronegócio como unificador do conjunto dos interesses e práticas patronais, concepções diferenciadas, divergências e disputas sobre várias questões. Sinalizando, talvez, para diferenciações internas e diferenciais de poder.

Quem é e quem não é do agronegócio? A quem o agronegócio representa? se indagam e se posicionam os entrevistados e gradativamente os espaços vão sendo demarcados e redefinidos. E nem tudo se resume à modernidade do agronegócio existiria, um “lado tosco” e “elementar”, restrito à produção para o mercado interno.

“Nós estamos vivendo com um lado moderno, mas também tem um lado tosco; muito elementar” e exemplifica: “você pega uma cadeia da mandioca e uma cadeia da soja; são estágios diferentes; são agentes diferentes; fluxos; negociações; sofisticações. Um é globalizado, o outro é mercado interno. (ABAG)

⁶ Sobre o processo de constituição da ABAG, ver em especial Bruno, 1997; Severino, 2003 e 2004; Moruzzi, 1996; Mendonça, 2006.

As divergências, quando explicitadas, nos permitem perceber uma nova configuração nas relações sociais ao mesmo tempo em que relativiza o discurso da modernidade do agronegócio: é a idéia de atraso e de modernidade fundamenta a classificação sobre quem pode e quem não pode ser considerado agronegócio. Para alguns, por exemplo, o empresário do campo não pode ser considerado empresário do agronegócio. Para outros, como veremos, os produtores rurais não são agronegócio. E eles por sua vez, se reconhecem usados pelos demais setores.

Produtores rurais, ora são aliados e fazem parte de um mesmo processo no qual nada os distingue, ora são excluídos pelos demais. Nas duas situações, a direção intelectual e moral (Gramsci, 1977:147) pertence aos setores situados à montante e à juzante e suas entidades de representação. Muito embora as relações de dominação e de exploração face os grupos subalternos, inclua, ainda que diferenciada.

Representantes dos produtores rurais e porta-vozes das demais cadeias produtivas disputam entre si o privilégio e a responsabilidade pela inauguração de um novo modelo de desenvolvimento. Para uns, os produtores rurais são os “alavancadores” do desenvolvimento brasileiro e principais responsáveis pela geração de divisa.

“Nós produtores rurais, nós sabemos produzir. Sabemos produzir, como é de conhecimento de vocês. Esse país só alavancou com a (...) do negócio. Nós é que geramos divisas pra esse país”. [APR-MT]

Dentro ou fora da porteira da fazenda

O lugar ocupado na atividade produtiva é definidor da concepção, diferenciada, de agronegócio. Situar-se “dentro da porteira da fazenda” ou “fora porteira da fazenda” de certa forma define posturas e leituras diferenciadas sobre o agronegócio. É o principal divisor de águas definidor do pertencimento ou exclusão e dá origem a discriminações.

Os “segmentos” localizados dentro da porteira da fazenda, amiúde são discriminados e por sua vez sentem-se discriminados pelos demais setores que

formam a cadeia agroindustrial e as redes do agronegócio quer os setores à jusante, quer à montante..

“O agronegócio não está na agricultura. O grupo começou a pensar sobre o agronegócio quando percebeu que não se ganha o jogo dentro da porteira” [ABAG]

“O PIB do agronegócio, se você for pegar, mais de 60% está depois da porteira da fazenda. Quer dizer, ele está no alimento industrializado, ele está nos serviços, na distribuição; em toda essa gama aí. Então aquela coisa de dentro da fazenda só, é importante e continua sendo importante, mas não é só isso”. (Depto de Agronegócio da FIESP)

Incluir ou não a agricultura familiar é secundário; não faz parte das divergências e tensões, somente a OCB, cuja base social é formada basicamente de “pequenos cooperados”, os defende. Para o presidente da entidade, para quem o agronegócio é toda a atividade agrícola e produtiva, a exclusão da agricultura familiar é “ideológica”.

Já o representante do Departamento de Agronegócio da Fiesp, a todo momento tenta redefinir e relativizar o papel dos produtores rurais: “Não dá mais para produzir pensando na fazenda. Você tem que produzir pensando no consumidor “, diz.

O elo mais fraco da cadeia

Os produtores rurais sentem-se discriminados pelo agronegócio por se considerarem o elo fraco da cadeia. Entretanto ser forte ou ser fraco não é algo estrutural, depende da conjuntura. Inclusive os demais setores da cadeia de agronegócio também podem em algum momento, representarem o elo mais fraco, argumentam..

“Eu acho que dentro do agronegócio, nós somos o elo mais fraco. O agricultor de grãos e do Centro-Oeste para mim é o elo mais fraco. Esse ano o elo forte é o pessoal da cana e o pessoal do café. A pecuária está ruim e o setor da agroindústria pelo menos está falando que está bem (pois) está vendendo trator para a cana [APROSOJA]

Representantes dos produtores rurais mais uma vez se sentem discriminados por serem procurados apenas em momentos de bonança: “no tempo da bonança,

parceria e integração. Nos tempos difíceis, abandono e discriminação por parte das grandes empresas”. [FAMATO]

“Quando a coisa estava indo muito bem só se falava em agronegócio. (...) No entanto quando veio à crise, a impressão que se passou é que a crise era só da Agropecuária, não era só do agronegócio. Então aqueles que há um tempinho atrás eram nossos parceiros passaram a ser nossos algozes. A cobrar a conta como se fossemos nós os incompetentes, porque nós não pagamos porque não quisemos, acabou a parceria, não enxergaram a gente como aquele parceiro, - ‘Olha, vamos juntos ver como superar isso’”. [FAMATO]

Ou seja, o agronegócio tornou-se refém de seu próprio sucesso. E, para manter-se como símbolo do sucesso – principal atributo de seu reconhecimento e legitimidade – não consegue conviver com os momentos de crise e procura excluir os setores em dificuldade. Eles não pertencem ao agronegócio, anunciam.

Por sua vez, são os produtores rurais que, em suas avaliações, se remetem à crise do agronegócio, relativizando, assim, o discurso conformador, “o melhor e maior negócio do mundo”.

“Muitas vezes o agronegócio está bem, mas o agricultor de soja no Mato Grosso está mal. E aí de novo a sociedade não entende e diz: ‘Mas escuta, você não é agricultor? Você não é fazendeiro?’ (APROSOJA).

Sentimentos dos bastidores

Percebemos ainda um discurso diferenciado no espaço público e nos “bastidores”. Alguns depoimentos declaram que, publicamente, reafirma-se a parceria e a integração de todos enquanto que nos bastidores, o sentimento é outro. Nos bastidores, impera a desconfiança ente produtores rurais e os demais setores. Contudo, a própria integração impede qualquer posicionamento contra as grandes empresas, avalia um dos entrevistados.

“Há um olhar meio de desconfiança, pelo menos da grande maioria dos produtores. Nós temos uma minoria de grandes, que esses, até por conta da influencia, do poder econômico e da parceria ou da integração que eles têm com essas grandes empresas eles não podem se posicionar muito, mas nos sentimentos dos bastidores, a grande maioria tem isso como um contencioso entre nós, ou seja, não são tão parceiros quanto pareciam ser nos momentos de bonança”. [FAMATO]

Outras divergências dizem respeito, por exemplo, à relação entre lucro e crescimento do agronegócio. Haveria segundo alguns entrevistados, um desencontro entre o suposto crescimento do agronegócio e o baixo lucro de alguns setores produtivos (APR-MT). E o eterno “débito” da sociedade brasileira para com o setor:

“O maior débito que a sociedade brasileira tem com esse segmento, talvez seja esse: nós temos consciência do que a gente contribui pra redução da inflação, nós temos consciência do que a gente contribui pra manutenção do preço da cesta básica, certo, no entanto nós fomos jogados aos leões (das multinacionais) e hoje a gente está totalmente dependente do mercado financeiro é uma dependência tremenda” [FAMATO].

O Tratoração é considerado pelo representante da FAMATO como o divisor de águas, o momento que os setores antes e depois da porteira abandonaram os produtores rurais com medo de vincular a sua imagem à deles.

“Eles tinham condições de ter comprado espaço, na grande mídia. De ter falado com os grandes veículos de comunicação. (...) Podiam estar pautando a mídia de uma outra forma, se fossem parceiros, arrumando espaço pra nós nos grandes veículos de comunicação, pra ir lá no Jô Sares. (...) Eles deviam estar fazendo esse tipo de trabalho. Nós não somos um BUNDE, que tá aí anunciando todo o dia, não somos uma CARGIL, certo, eles poderiam estar nos ajudando nesse sentido, porque eles são grandes anunciantes, BAYER, MONSANTO e etc..”.

“Foi exatamente aí, que os nossos companheiros do agronegócio, aqueles de antes e depois da porteira, nos abandonaram. (...) Eles não quiseram que a imagem do agronegócio ficasse vinculada com todos, que aquilo ali não era um problema do agronegócio, era um problema da agricultura, só dos agricultores, só de dentro da porteira. Foi a grande frustração nossa e o sentimento que nós tivemos, foi exatamente que nesse momento nós não achamos a parceria”. [FAMATO]

Por sua vez, o processo de constituição do agronegócio como palavra política é indissociável da construção da imagem dos empresários agronegócio. Nesse sentido, é grande a preocupação de alguns representantes com a construção “de uma imagem institucional menos distorcida de modo a neutralizar a imagem construída pela mídia e por determinados setores da sociedade”. E nesse sentido, critica-se o desconhecimento da sociedade brasileira sobre o que verdadeiramente significa o agronegócio; afirma-se reiteradamente que, infelizmente, o governo brasileiro não tem uma visão de agronegócio; critica-se a

associação que a sociedade faz entre agronegócio e poluição. Como por exemplo, a dona-de-casa em Ribeirão Preto (SP), “cidade que respira agronegócio, mas que ao ver a fuligem da queimada da cana não pensa o agronegócio como gerador de emprego e renda e sim como responsável pela poluição”. (Depto. de Agronegócio da FIESP). Denuncia-se a postura da Igreja Católica ao considerar publicamente o agronegócio “uma figura demoníaca”.

“Tem um amigo meu, que é professor da Getúlio Vargas no Rio de Janeiro, que estava numa missa lá em Copacabana e daí o padre começou a falar ‘A gente tem que combater o agronegócio esse demônio que tomou conta da sociedade. Colocando o agronegócio como uma figura demoníaca mesmo’, diz.

“Então é importante um trabalho de conhecimento. De a gente fazer propagandas na televisão mesmo na Globo, no SBT, na Record, falando ‘Olha, o agronegócio é isso! É tantos por cento do PIB, é tantos por cento dos empregos; na região gera tanto, faz isso.’ Ou então mostrava uma escola, um projeto social das empresas. E mostrar principalmente o vínculo do agronegócio com o dia-a-dia das pessoas”.

Considerações finais

Como vimos, a capacidade explicativa da noção de agronegócio confunde-se com sua própria construção como palavra política. E nessa perspectiva são inúmeros e variados os elementos dessa construção: a necessidade de ampliar cada vez mais o campo de atores e processos identificados como agronegócio

Mas também, a seletividade e a exclusão de alguns setores, atores e temas. O imperativo em incorporar, mesmo que a contragosto, determinadas questões como é o caso do trabalho escravo e o meio ambiente.

E porque inserido no tempo hoje, cada vez mais o agronegócio procura associar-se à idéia de sustentabilidade, social e ambiental. Sustentabilidade de formação de recursos. Essa apropriação não se dá sem problemas⁷,

⁷ Elaine Lacerda em sua dissertação de mestrado (CPDA) procura mostrar que as lideranças do agronegócio ao se apropriarem da idéia de desenvolvimento sustentável são impelidas, a contragosto, a seguir certas regras do jogo e os termos do debate, dentre eles, meio ambiente e trabalho escravo.

Todos e cada um sente dificuldade de incorporar o meio ambiente ao processo de construção do agronegócio como palavra política. O meio ambiente é representado como “varejo” diante a amplitude e dimensão do agronegócio.

“A hora que se fala de agribusiness ou agronegócio, é escala. É massa. Não é varejo. E discussão ambiental aqui, é muito varejinho. É uma ONG que está lá na Serra do Canastra”. [ABAG]

Entretanto, mais adiante nosso entrevistado reconhece que o tema do meio ambiente “entrou goela abaixo” no universo do agronegócio e avalia que cada vez mais o “mundo todo estaria despertando a atenção para o meio ambiente”.

Está em jogo, e a cada momento se recoloca, a própria concepção de agronegócio – uma concepção também política que muda conforme as necessidades e interesses. Dependendo da conjuntura, todos são igualmente produtores de alimentos e situam-se dentro da porteira da fazenda. Noutros, o estranhamento e a divisão nós do agronegócio e eles os produtores de alimentos.

De um modo geral, são os representantes dos proprietários e produtores rurais os que mais ressaltam a abrangência do agronegócio e a necessidade de união. Ao mesmo tempo em que e denunciam a discriminação pelos demais setores da cadeia produtiva. Os demais representantes chamam a atenção para a natureza moderna e empresarial do agronegócio; relativizam o peso histórico do produtor rural na constituição e consolidação agronegócio; são os que mais demarcam quem pertence e quem não pertence e desqualificação do outro.

As divergências e tensões são constitutivas desse processo e, acredito, não se apresentam como elemento desagregador de práticas sociais, entretanto não devemos subestimá-las.

A grande vitória ideológica do agronegócio é a de ter conseguido diluir a questão da terra e construir o apagamento da questão fundiária, diz Nazareth Baudel Wanderley. Dessa perspectiva a reforma agrária é considerada um assunto ultrapassado, quer por julgarem que foi resolvida pela modernização da agricultura; quer por considerarem uma questão ideológica sem valor científico que justifique ações e recursos públicos.

De repente você pelo menos, você leva para o necrotério determinadas teses. As teses camponesas As teses de reforma agrária. As teses do MST. São teses que... morreu! Não enterraram, estão enterrando. Está sendo feito o velório” (ABAG)

Mas o agronegócio enquanto discurso da competência e do poder pressupõe um contradiscurso. Pressupõe também o sujeito do contradiscurso. Hoje Agronegócio e trabalhadores rurais, Sem Terra, agricultor familiar, camponeses, comunidades quilombolas, povos da floresta e tantos outros mais unidos pelo questionamento de sua condição de subalternos, são palavras políticas que se definem na relação que as negam. Designam o lugar social de cada uma das classes e grupos sociais em questão e expressam a unidade política, ideológica e simbólica de suas respectivas situações de classe.

Bibliografia

- ABAG -Associação Brasileira de *Agribusiness* Um panorama do *agribusiness* no Brasil São Paulo:ABAG Ed. (mimeo) 1994.
- ARAÚJO, A. & TAPIA, J. "Corporativismo e neocorporativismo: o exame de duas trajetórias", São Paulo:BIB n. 32. 1991.
- ARENDR, Hannah, *Essai sur la Révolution*. Paris, Gallimard.1963
- BITTENCOURT DE ARAÚJO et. al *Agribusiness. O complexo Agroindustrial Brasileiro*. São Paulo:Edições ABAG Coleção *Agribusiness* nº 1.1992.
- BOSCHI, Renato Raul *Elites industriais e democracia: hegemonia burguesa e mudança política no Brasil*. Rio de Janeiro: Loyola,1979.
- BOURDIEU, Pierre *O poder simbólico* Rio de Janeiro: Bertrand Brasil. 1998
- BRUNO, Regina (1997) *Senhores da Terra, Senhores da Guerra, a nova face política das elites agroindustriais no Brasil* (Rio de Janeiro: Forense Universitária/Ed. UFRRJ)
- _____,CARNEIRO, Olavo Brandão e SEVÁ, Janaina Tude "Grupos de Solidariedade, Frentes Parlamentares e Pactos de Unidade e Ação. Em pauta o fortalecimento da representação patronal no campo". Relatório Final de Pesquisa. REDES/CPDA/MDA/NEAD, 240 pp 1997.
- BRUNO, Regina et al. Um Brasil Ambivalente. Agronegócio, ruralismo e relações de poder. Mauad X Ed. /Edu-UFRRJ, 2009.
- CHAMPAGNE, Patrick. *Formar Opinião: o novo jogo político*. Petrópolis: Editora Vozes.1996.
- GRAMSCI, Antonio. *Maquiavel, a Política e Estado Moderno*. Civilização Brasileira: Rio de Janeiro, tradução de Luiz Mário Grazzane, 6 edição.1988
- GRAZIANO DA SILVA, José (1991) "As representações empresariais da agricultura brasileira moderna: as disputas na transição para a democracia. Campinas, XXIX Congresso Brasileiro de Economia Rural. Anais da Sober.
- DAMATTA, Roberto *Conta do Mentiroso. Sete ensaios de Antropologia brasileira* (Rio de Janeiro:Rocco, 1992

DA ROS, César Augusto. O movimento "vistoria zero" e as ações de resistência do patronato rural as políticas de assentamento no Rio Grande do Sul entre os anos de 1999 e 2002. Anais do XIII Congresso Brasileiro de Sociologia, Recife/PE.2007.

DELGADO, Guilherme da Costa. *Capital financeiro e agricultura no Brasil: 1965-1985*. Campinas: Ed. da Unicamp/Ícone. 1985

_____. "O agronegócio: realidade e fantasia rondando o país" www.ufsm.br.2004

ELIAS, Norbert. *Os estabelecidos e os Outsiders. Sociologia das relações de poder a partir de uma pequena comunidade*. Rio de Janeiro: Zahar, 2000.

FERNANDES, Florestan *A revolução Burguesa no Brasil. Ensaio de interpretação sociológica*. Rio de Janeiro:Zahar. 1981

GOMES, Sérgio *Organizaciones empresariales rurales: una analisis de los casos de Brasil y de Chile* São Paulo: ANPOCS) (mimeo), 179 pp.1986.

GRAZIANO DA SILVA, José "As representações empresariais da agricultura brasileira moderna: as disputas na transição para a democracia". Campinas, XXIX Congresso Brasileiro de Economia Rural. Anais da SOBER.1991.

HEREDIA, Beatriz; PALMEIRA; Moacir. LEITE, Sérgio Pereira. (2009) "*Sociedade e Economia do "agronegócio" no Brasil*. 33º Encontro Anual da ANPOCS, 2009.

LACERDA, Elaine Vieira. "Brasil integrado: a ideologia sistêmica do agronegócio na Associação Brasileira de Agribusiness". Primeira versão da dissertação de Mestrado. CPDA/UFRRJ, (mimeo). 2009

LAMOUNIER, Bolivar (org.) "Determinantes políticos da política agrícola: um estudo de atores, demandas e mecanismos de decisão. Estudo de Política Agrícola" (Brasília: IPEA) n. 9. 1994.

LEAL, Giuliana Franco "Guardiões da propriedade. Organizações da burguesia agrária e reforma agrária - um estudo sobre a Confederações da Agricultura e Pecuária no Brasil", CNA (1955-2001). Dissertação de Mestrado. IFCH-UNICAMP, 150 pp.2002

_____. "O novo e o velho nas práticas e discursos das organizações de grandes proprietários e empresários rurais na virada do milênio" XXVIII Encontro Anual da ANPOCS. Disponível em meio eletrônico. 2004.

LERRER, Débora *Reforma Agrária: os caminhos do Impasse*. São Paulo:Ed Garçon.1994

MARTINS, José de Souza. *Os camponeses e a política no Brasil* (Petrópolis:Vozes).1981

_____. *O poder do atraso. Ensaio de sociologia da história lenta*, São Paulo: Hucitec.1994

_____. *O sujeito oculto. Ordem e transgressão na reformar agrária*. Porto Alegre: Editora UFRGS.2003

MEDEIROS, Leonilde Servolo de. *Reforma agrária no Brasil: história e atualidade da luta pela terra*. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo. (Coleção Brasil Urgente) 2003

MENDONÇA, Sonia Regina de "Entidades Patronais Rurais no Brasil Recente: Indicações sobre o Processo de Disputa pela Liderança Setorial" (Niterói:PPGH /UFF). 2004

_____. *A Sociedade Nacional de Agricultura: representação empresarial e reforma agrária no Brasil dos anos 1980*. Anais ALASRU (pp 2639-2648).2002

_____. A questão agrária no Brasil: a classe dominante agrária – natureza e comportamento – 1964-1990. Stedile, J.P. (org.), São Paulo: Expressão Popular. 2006

_____. *A nova hegemonia do patronato agrário brasileiro: da Organização das Cooperativas Brasileiras à Associação Brasileira do Agribusiness*. Antítese - Marxismo e Cultura Socialista. nº. 02, maio de 2006.

MORAES, P. G. Algumas observações para o estudo das Classes Dominantes na Agropecuária Brasileira. Revista Reforma Agrária. Campinas, ano 17, nº 2, pp 17-33, ago/nov.1987

MORUZZI, Paulo Eduardo “Segurança Alimentar: a intervenção da Associação Brasileira de Agribusinees no campo de disputa e produção ideológica”. Dissertação de Mestrado CPDA/UFRRJ. 123pp.1996

PINAZZA, uiz Antonio e Bittencourt de Araújo, Ney (2002) “Os desafios do *agribusiness* brasileiro” Brasil rural: C&T no campo. SPPC.

_____ et al (1999) Reestruturação do *agribusiness* brasileiro - agronegócio no III Milênio. (São Paulo: ABAG/FGV) 266 pp.

PALMEIRA, Moacir. e LEITE, Sérgio. Debates econômicos, processos sociais e lutas políticas. In Costa, L.F.C. e Santos, R. (org.) Política e Reforma Agrária. Rio de Janeiro: Mauad.1998

REIS, Elisa Pereira *Processos e escolhas: estudos de sociologia Política* Rio de Janeiro: Contra Capa,1998.

RODRIGUES, Roberto (1996) “*Ney Bittencourt, o dínamo do agribusiness*” (São Paulo:SRB).

RICCI, François e BRAMANT, Jean. *Gramsci dans le Texte*. Paris: Ed.Sociales, 1977

SNA – “9º Congresso de Agribusiness. Oportunidade e Riscos do Agronegócio”. Sociedade Nacional de Agricultura. Rio de Janeiro, 2009 (gravação).

SEVÁ, Janaina Tude “Propriedade da terra e (re)configuração do poder no Mato Grosso” CPDA/UFRRJ (mimeo) 23pp. 2007.

SEVERINO, Cláudio Francisco “Espaço, modernidade e modernização em discursos da ABAG e do MST. Conflitos, consonância e dissonâncias”. Dissertação de Mestrado. Departamento de Geografia da Universidade Federal Fluminense.2003.

_____ “Novas estratégias de organização política dos empresários: o caso da ABAG”. XXVIII Encontro Anual da ANPOCS, disponível em meio eletrônico. 2004.

WILKINSON, John. Agronegócio e Agricultura Familiar: entre o confronto e o diálogo. Brasil, Oxfam.2007.

ZYLBERSZTAJN, Décio “Ações coletivas - o papel das associações de interesse privado no *agribusiness*” São Paulo: PENSA. Setembro, 15 pp. disponível em www.pensa.usp.br 1998.