



Programa de
Pós-Graduação em
Linguística

DISCURSOS, HEGEMONIA E AGRONEGÓCIO: tensão e luta de classes no contemporâneo

Camila Caracelli Scherma

SÃO CARLOS

2010



Universidade Federal de São Carlos

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO CARLOS
CENTRO DE EDUCAÇÃO E CIÊNCIAS HUMANAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM LINGUÍSTICA

DISCURSOS, HEGEMONIA E AGRONEGÓCIO: tensão e luta de classes no contemporâneo

CAMILA CARACELLI SCHERMA

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Linguística da Universidade Federal de São Carlos, como parte dos requisitos para a obtenção do Título de Mestre em Linguística.

Orientador: Prof. Dr. Valdemir Miotello

São Carlos - São Paulo - Brasil
2010

**Ficha catalográfica elaborada pelo DePT da
Biblioteca Comunitária da UFSCar**

S326dh

Scherma, Camila Caracelli.

Discursos, hegemonia e agronegócio : tensão e luta de classes no contemporâneo / Camila Caracelli Scherma. -- São Carlos : UFSCar, 2011.
123 f.

Dissertação (Mestrado) -- Universidade Federal de São Carlos, 2010.

1. Linguística. 2. Bakhtin, Mikhail Mikhailovitch, 1895-1975. 3. Ideologia. 4. Conflito social. 5. Discursos. I. Título.

CDD: 410 (20^a)

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Valdemir Miotello

Valdemir Miotello

Profa. Dra. Renata Maria Facuri Coelho Marchezan

Renata Maria Facuri Coelho Marchezan

Prof. Dr. Roberto Leiser Baronas

Roberto Leiser Baronas

AGRADECIMENTOS

Agradeço a todos aqueles que estiveram por perto durante a construção deste trabalho de pesquisa.

Agradeço ao Professor Valdemir Miotello, que depositou nessa nossa parceria tanta confiança; que me acolheu em São Carlos, na UFSCAR, ainda em 2008, como aluna especial; que me abriu as portas para ingressar nesta universidade para me tornar, por meio de seu incentivo e orientação, leitora e estudiosa de Bakhtin. Agradeço ainda por todo o trabalho realizado juntos, trabalho esse que me constitui enquanto sujeito, enquanto pensadora.

Agradeço à minha mãe, Neide, e ao meu pai, Waldomiro, pela dedicação dispensada durante toda a vida, até os dias atuais. Pela força, pela confiança em mim, pelo apoio, pela paciência e pelo amor incondicional nesta nossa luta de vida.

Aos meus irmãos, Marcelo, Daniela e Mirinho, pelo companheirismo, pela força e pela torcida.

Aos meus colegas do Grupo de Estudos dos Gêneros do Discurso – GEGe, especialmente Pajeú, Jocenilson, Nagai, Carlos, Marina, Ana, Nancy e Professor Kuiava, pelas longas discussões e apoio mútuo.

Aos Professores, Renata Marchezan (UNESP) e Roberto Leiser Baronas (UFSCAR), por terem aceitado o convite para o trabalho nas bancas de qualificação e defesa, dedicando horas à leitura e discussão desta pesquisa.

À funcionária da biblioteca da escola onde trabalho, Ângela, por sua indispensável colaboração na coleta de dados.

Aos meus amigos, Rafael e Carol, pelas longas conversas no decorrer desses anos.

E, finalmente, ao meu marido, Ricardo, que, ao meu lado, participou da construção deste trabalho, servindo-me de base, de apoio, de estímulo, um verdadeiro exemplo de força e de coragem para lutar na difícil batalha travada por nós, na construção diária da nossa vida juntos, da nossa família; nossa vida juntos tem sido construída como algo muito forte, muito intenso.

Muito obrigada a todos!

SUMÁRIO

	PÁGINA
INTRODUÇÃO.....	01
I. FORMAÇÃO DO TERRITÓRIO BRASILEIRO: mutações das bases materiais e as novas relações ideológicas	09
Introdução	09
1.1 Uma breve retomada da formação e da atual configuração do território brasileiro	09
1.2 A modernização da agricultura.....	12
1.3 Os discursos e a constituição da moderna agricultura no Brasil.....	19
II. INFRAESTRUTURA E SUPERESTRUTURAS: a constituição ideológica dos discursos nas diferentes esferas de atividade humana.....	24
Introdução	24
2.1 Relações, infraestrutura e superestruturas.....	24
2.2 A questão das ideologias.....	40
III. DIALOGISMO E TENSÃO NOS DISCURSOS: a luta de classes no contemporâneo.....	53
Introdução.....	53
3.1 O discurso alheio no discurso do eu: dialogismo na constituição dos textos.....	54
3.1.1 Algumas marcas de discursos alheios nos discursos de um eu	55
3.1.2 Os destinatários na constituição dos discursos.....	60
3.2 Discursos hegemônicos e não-hegemônicos.....	64
3.3 A luta discursiva, o agronegócio e a crise financeira mundial.....	79
3.4 A nova maneira de fazer e de ler o “jornal do futuro”.....	111
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	113
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	119

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Propaganda Volkswagen.....	31
Figura 2: Propaganda Case IH.....	32
Figura 3: Recorte da capa da revista Veja.....	73
Figura 4: Propaganda do jornal Folha de S. Paulo - investidores.....	82
Figura 5: Capa do jornal Brasil de Fato – uma visão mais popular do Brasil e do mundo.....	83
Figura 6: Ministro da Agricultura Reinhold Stephanes.....	94
Figura 7: Charge de Latuff – crise financeira mundial 2008.....	96
Figura 8: Capa do jornal Brasil de Fato: exploração dos cortadores.....	106
Figura 9: O Presidente, Luís Inácio Lula da Silva, e trabalhadores do corte de cana.....	107
Figura 10: O Presidente Lula em lançamento de plano agrícola e agropecuário.....	108

ÍNDICE DE QUADROS

Quadro 1: Períodos de Modernização da Agricultura.....	18
Quadro 2: Arranjos Produtivos Agropecuários.....	19

RESUMO

Com este trabalho pretendemos traçar um estudo das relações e lutas discursivas que se estabelecem nas bases materiais da sociedade, a infraestrutura, por meio dos discursos que se produzem sobre as atividades econômicas ligadas ao agronegócio. Interessa-nos compreender de que maneira as ações da base concreta são preparadas, justificadas e modificadas por meio de discursos, via palavra, via signo. Assim, tomando discursos coletados nas mais diversas esferas de atividade humana, dos mais variados gêneros, buscamos construir compreensões das tensas lutas discursivas e ideológicas que se travam na concretude dos enunciados, em função de concepções, valorações e tomadas de posição divergentes em relação às atividades agrícolas e pecuárias em larga escala, o agronegócio. Isso porque consideramos que há discursos que constroem essa atividade econômica como a chave para o desenvolvimento econômico de nosso país e, para sustentar tal posicionamento, luta pela manutenção e fortalecimento da atual ordem das coisas; e, por outro lado, há concepções que apontam todos esses esforços e investimentos como a consolidação da já histórica posição do Brasil de fornecedor de matéria-prima ao mercado internacional. As divergências discursivas são divergências ideológicas, que constituem um embate entre a estabilidade e a instabilidade, uma luta discursiva, que é uma luta ideológica, posto que os signos ideológicos que constituem os discursos refratam e refletem uma mesma realidade de maneiras distintas, uma vez que são pautados nos interesses de classes.

Palavras-chave: Discursos, ideologias-oficiais e não-oficiais, luta de classes, agronegócio

ABSTRACT

In this work we purpose a study of the relationships and discursive struggles that are established on material bases of society, the infrastructure, through the discourses that are produced about the economical activities linked to agribusiness. We are interested in understanding how the actions of the concrete base are prepared, justified and modified through discourses, through word, through signs. Thus, by the study of various discourses collected in the most varied spheres of human activity, of many different genres, we intend to build a comprehension of the tense ideological and discursive struggles that are waged in the materiality of the enunciations, according to divergent conceptions, values and positions related to agricultural and livestock activities on a large scale - agribusiness. That's if we consider that there are discourses that construct this economic activity as the key to the economic development of our country, and to sustain this position, struggle to maintain and strengthen the present order of things; and, by the other hand, there are conceptions that link all these efforts and investments to reinforce the historical Brazilian position as a supplier of raw materials to the international market. The discursive differences are ideological differences, which constitute a clash between stability and instability, a discursive struggle, which is an ideological struggle, since that ideological signs that constitute the discourses refract e reflect the same reality in different ways, since they are grounded on class interests.

Keywords: Discourses, official and unofficial ideologies, class struggle, agribusiness

O Cântico da Terra

Eu sou a terra, eu sou a vida.
Do meu barro primeiro veio o homem.
De mim veio a mulher e veio o amor.
Veio a árvore, veio a fonte.
Vem o fruto e vem a flor.

Eu sou a fonte original de toda vida.
Sou o chão que se prende à tua casa.
Sou a telha da cobertura de teu lar.
A mina constante de teu poço.
Sou a espiga generosa de teu gado
e certeza tranqüila ao teu esforço.
Sou a razão de tua vida.
De mim vieste pela mão do Criador,
e a mim tu voltarás no fim da lida.
Só em mim acharás descanso e Paz.

Eu sou a grande Mãe Universal.
Tua filha, tua noiva e desposada.
A mulher e o ventre que fecundas.
Sou a gleba, a gestação, eu sou o amor.

A ti, ó lavrador, tudo quanto é meu.
Teu arado, tua foice, teu machado.
O berço pequenino de teu filho.
O algodão de tua veste
e o pão de tua casa.

E um dia bem distante
a mim tu voltarás.
E no canteiro materno de meu seio
tranqüilo dormirás.

Plantemos a roça.
Lavremos a gleba.
Cuidemos do ninho,
do gado e da tulha.
Fatura teremos
e donos de sítio
felizes seremos.

Cora Coralina

INTRODUÇÃO

Olhar o mundo. Olhar o mundo faz parte da existência dos seres sociais, de todos aqueles que buscam pela compreensão daquilo que ocorre ao seu redor, daquilo que faz com que as coisas no mundo se organizem de determinado modo e não de outro, que os caminhos sigam determinados rumos e não outros, ou vários rumos ao mesmo tempo.

A compreensão do mundo e sua configuração é que nos movem a esta pesquisa. No entanto, não é a compreensão do mundo, mas de um pedacinho dele, de um pequeno constituinte da imensidão de relações humanas que se estabelecem nas ações contemporâneas.

É possível moldar a construção das compreensões a que se pode chegar de múltiplas maneiras. O lugar de onde se olha para o mundo, as lentes que nos servem de mediação para esse olhar variam e nos fazem perceber as coisas de modos distintos. Como um trabalho linguístico, esta pesquisa propõe um olhar sobre um campo específico de atividade humana – o agronegócio e suas relações – pelas lentes da linguagem, pelas lentes dos signos, pelas lentes do discurso, pois que “todos os diversos campos da atividade humana estão ligados ao uso da linguagem” (BAKHTIN, 2006, p.261).

O estudo desenvolvido aqui parte do trabalho com enunciados concretos. A partir deles busca-se uma compreensão da vida, de uma parte dela. “Ora, a língua passa a integrar a vida através de enunciados concretos (que a realizam); é igualmente através de enunciados concretos que a vida entra na língua” (BAKHTIN, 2006, p.265). Desse modo, a construção de nossas compreensões aqui expressas é uma construção pelos elementos linguísticos, pela linguagem, a partir dela, na concretude dos enunciados produzidos nas mais diversas esferas de atividade.

Assim, apesar de o tema deste estudo estar pautado nas atividades econômicas do agronegócio, seu objeto, antes de tudo, é a linguagem, os discursos, as inter-relações que se travam pelos enunciados concretos. Dessa maneira, acreditamos que seja possível contribuir, um pouco que seja, para a compreensão das ações que se dão em torno dessas atividades e de como os discursos constituem essas relações.

Nosso ponto de partida para o desenvolvimento da pesquisa é sempre o texto, uma vez que “onde não há texto não há objeto de pesquisa e pensamento” (BAKHTIN, 2006, p.307). Desse modo, nossos dados de análise e reflexão são textos que dizem respeito ao que gira em torno do agronegócio enquanto atividade econômica de grande difusão em nosso país e os signos ideológicos constituídos e constituintes dessa atividade.

Também pelo estudo desses textos, desses discursos, interessa-nos a luta que se trava pelas palavras, uma luta discursiva, que diz respeito aos interesses de classe dos sujeitos sociais envolvidos nas questões do agronegócio. Visamos à construção de pensamentos acerca dessas atividades. E, como se trata de uma pesquisa em Ciências Humanas,

o pensamento das ciências humanas nasce como pensamento dos outros, sobre exposições de vontades, manifestações, expressões, signos atrás dos quais estão os deuses que se manifestam (a revelação) ou os homens (as leis, os soberanos do poder, os legados dos ancestrais, as sentenças e enigmas anônimos, etc.) (Bakhtin, 2006, p.308).

O caminho traçado por nós neste trabalho trilha pelos discursos produzidos nas mais diversas esferas de atividade humana, em busca de compreender como as ideologias que compõem esses discursos e como as diversas manifestações sobre as ações em torno do agronegócio revelam os interesses das diferentes classes sociais envolvidas nesses embates, que são embates discursivos.

Trabalhamos com a hipótese de que os investimentos direcionados ao agronegócio (e toda a organização desse campo de atividade) são sustentados e justificados por discursos ideologicamente construídos para a manutenção e fortalecimento da atual ordem das coisas, numa tentativa das classes dominantes de tornar os discursos monovalentes (ideologia oficial). Tais discursos exercem um papel de criar e manter uma aparência de que o Brasil está se inserindo no contexto da economia mundial, com importante papel. Quando, na essência, a produção de *commodities* agrícolas apenas reforça a já histórica função do país na divisão internacional do trabalho, além de atender a uma lógica de mercado / financeira; isso com vistas em manter o saldo positivo da balança comercial e de pagamentos.

No entanto, a dialética interna do signo “agronegócio” revela as contradições, pois há também a construção de discursos não-hegemônicos que contestam a atual ordem das coisas, fazendo emergir as contradições, desestabilizando esses discursos hegemônicos, subvertendo e revelando o caráter deformador dos signos e, por meio deles, as contradições de classe no atual período.

Para desenvolver a tarefa à qual nos propomos, o conjunto de dados coletados por nós engloba textos de múltiplos gêneros, que circulam nas várias esferas de atividade humana. Trabalhamos, então, com artigos de revistas e jornais, propagandas impressas e propagandas transmitidas pela televisão, samba enredo, folhetos institucionais, fotos, músicas, charges. Não é um conjunto de dados definido, fechado. É um conjunto de dados com os quais fomos tomando contato ao longo do processo de pesquisa e que nos foram mostrando o funcionamento das diversas ideologias, no interior de discursos vários, que atuam na composição de ações nas relações humanas que, ao mesmo tempo, também compõem esses discursos.

Com isso, nos propomos a responder à questão: como discursos coletados em diversas esferas de atividade humana mostram o funcionamento das ideologias e seu constante embate sócio a partir de ações na base material da sociedade e do território? Essa luta nos signos também foi analisada por nós nos discursos encontrados em textos jornalísticos, sobretudo aqueles publicados no jornal Folha de S. Paulo e Brasil de Fato, em função de se constituírem a partir de destinatários distintos, com interesses distintos. O período de deflagração da mais recente crise financeira mundial foi o período em que esses dados foram coletados, posto que a luta discursiva embasada nos interesses de classe se intensifica em épocas de instabilidade. Não só a crise financeira nos motivou nessa coleta, mas também uma crise social, uma crise territorial. Nas palavras de Bakhtin e Voloshinov, a “dialética interna do signo não se revela inteiramente a não ser nas épocas de crise social e de comoção revolucionária” (BAKHTIN/VOLOSHINOV, 2009, p.48).

O estudo desses dados foi embasado na obra de Bakhtin e do Círculo, de maneira que, como afirmam no livro *Marxismo e Filosofia da Linguagem*, além de analisarmos o nosso objeto do ponto de vista do conteúdo, pudéssemos fazê-lo

também “[...] do ponto de vista dos tipos e formas de discurso através dos quais estes temas tomam forma, são comentados, se realizam, são experimentados, são pensados, etc.” (BAKHTIN, 2006, p. 44). Observamos também as seguintes regras metodológicas propostas por Bakhtin/Voloshinov:

1. Não separar a ideologia da realidade material do signo (colocando-a no campo da “consciência” ou em qualquer outra esfera fugidia e indefinível).
2. Não dissociar o signo das formas concretas da comunicação social (entendendo-se que o signo faz parte de um sistema de comunicação social organizada e que não tem existência fora deste sistema, a não ser como objeto físico).
3. Não dissociar a comunicação e suas formas de sua base material (infra-estrutura) (BAKHTIN, 2006, p. 45)

Este trabalho tem por objetivos: primeiro, construir uma breve análise da constituição do território brasileiro, das condições de produção e da estrutura sociopolítica, na busca pela compreensão de relações sociais e de relações de produção, resultantes dessa configuração territorial, e o modo como os discursos se constituem nessas relações, posto que as relações sociais, travadas na concretude, na base material, determinam todas as formas de discursos, todas as formas de comunicação entre os sujeitos que as constituem; segundo compreender a base socioeconômica, a materialidade concreta e as superestruturas ideológicas – infraestrutura – e as superestruturas, estudando uma multiplicidade de discursos em variados gêneros; buscar a compreensão do funcionamento de diferentes conjuntos ideológicos, no embate, no jogo, entre a estabilidade e a instabilidade e terceiro, levantar discursos impregnados de ideologias oficiais e de ideologias não-oficiais; discursos hegemônicos e não hegemônicos, para estabelecer, assim, uma leitura, uma compreensão da luta ideológica que se trava nas arenas sígnicas.

É importante ressaltar desde já que as concepções de ideologia com as quais vamos trabalhar ao longo desta pesquisa são aquelas propostas por Bakhtin e o Círculo¹. Não compreendemos, portanto, ideologia como falsa consciência ou como uma visão relativista dos fatos, em que tudo é ideológico.

¹ Sobre os interlocutores e os círculos de Bakhtin, ver Miotello (2008); Miotello (2009a) e Miotello (2009b).

Para situar nossa compreensão de ideologia, podemos citar Ponzio (2008), quando esclarece que,

para Bakhtin, o termo “ideologia” se emprega no sentido de ideologia da classe dominante, interessada em manter a divisão em classes sociais e em ocultar as reais contradições que tentam transformar as relações sociais de produção (ideologia como falsa consciência, como mistificação, como pensamento distorcido etc.), mas também é usado no sentido amplo que o termo assume, sobretudo a partir de Lênin, e que permite aplicá-lo tanto à “ideologia burguesa” como à “ideologia proletária” e à “ideologia científica” (esta última resultaria numa contradição de termos se partirmos da definição de ideologia em geral como falsa consciência) (Ponzio, 2008, p.115).

Assim, o conceito de ideologia com o qual procederemos às análises não é o conceito de ideologia como falsa consciência, mas um conceito que assume esse termo não só como uma visão de mundo, como opinião valorativa sobre as coisas, mas como tomada de posição diante delas, calcada nos interesses de classe, constituídos por ela e constitutivos dela, simultaneamente, e que “condiciona atitudes e comportamentos tanto dos sujeitos do grupo em questão como dos outros grupos sociais, quando se converte em ideologia dominante” (PONZIO, 2008, p.116).

Na busca pela compreensão de todas as inter-relações que envolvem que constituem as atividades ligadas ao agronegócio, tratamos de partir da análise da atual configuração do território brasileiro e a forma como os discursos penetram nessa organização, a relação dos fatos na base material em relação com as superestruturas, da questão das ideologias, operando na constituição dos discursos nas relações de luta por hegemonia, e a luta de classes que se trava nos discursos decorrentes das atividades em torno do agronegócio.

No **Capítulo I** desta dissertação, trabalhamos com o estudo dos sistemas de ações materiais no território brasileiro, das condições de produção e da estrutura sociopolítica, observando as mutações, adequações promovidas em nome de maiores investimentos nas atividades agrícolas e pecuárias, no que diz respeito à chamada modernização da agricultura e as mudanças na constituição dos discursos a partir das mudanças nas bases materiais, nas diferentes esferas ideológicas.

No desenvolvimento do **Capítulo II**, buscamos construir compreensões a respeito das diferentes relações entre infraestrutura, a base socioeconômica, a materialidade concreta e as superestruturas ideológicas a partir do estudo de diferentes discursos, produzidos por instituições e autores diversos nas mais variadas esferas de atividade humana. Para tanto, estudamos tais relações no embate entre a estabilidade e a instabilidade, de modo a observar a relação dialética e dialógica nos signos constitutivos desses discursos

Ao longo do **Capítulo III**, considerando que existem discursos que constroem o agronegócio como a chave para o desenvolvimento econômico brasileiro, buscamos coletar discursos a respeito das ações em torno dessa atividade econômica e que, com base nessa construção, lutam pela manutenção e pelo fortalecimento desse setor. Por outro lado, circulam também discursos que levantam questionamentos sobre essa atual organização das coisas, lutando pela subversão dessa ordem.

Essa luta ideológica é trabalhada por nós neste terceiro capítulo de modo a observar a constituição e o funcionamento das ideologias oficiais e das não-oficiais, discursos hegemônicos e não-hegemônicos, com base nas tensas relações sociais e a orientação dos interesses de classe para a constituição desses discursos que refletem e refratam significativamente a luta de classes nas questões da agricultura e da pecuária brasileiras.

No que diz respeito às análises por nós desenvolvidas nesta pesquisa, não são apenas observações de nosso objeto, de nossos dados. Como se trata de uma pesquisa em Ciências Humanas, não há somente a contemplação de dados, há também a construção de diálogos com eles, uma vez que esses são produzidos por sujeitos sociais e históricos. Assim, não há neutralidade ou imparcialidade, posto que “essa neutralidade de uma ciência particular é inteiramente fictícia: é impossível tanto por considerações *lógicas* quanto *sociológicas*” (BAKHTIN, 2009, p.21). O caminho percorrido aqui para a construção de compreensões sobre os discursos nas relações sociais, nas relações de luta discursiva, é um caminho também pautado nos interesses de classe. O modo como as compreensões foram sendo construídas revela o sujeito social dessas construções, uma vez que elas só se constituíram dessa maneira, só foram vistas dessa maneira não porque são o que são, mas porque nós, os

sujeitos dessa construção, somos o que somos; como a visão de Dom Quixote sobre os moinhos de vento. Ele só os via da forma como via porque ele, enquanto sujeito, era o que era. Outro sujeito os veria de outros modos, assim como Sancho Pança via os moinhos como moinhos e não como gigantes a serem combatidos, porque ele era outro sujeito. Isso tudo posto que os moinhos ou os gigantes não existem somente em si, mas na relação com os sujeitos que os constituem de uma ou de outra forma, a partir de um recorte do mundo material (Miotello, 2004).

Capítulo I



Sebastião Salgado (1993)

CAPÍTULO I

FORMAÇÃO DO TERRITÓRIO BRASILEIRO: mutações das bases materiais e as novas relações ideológicas

Introdução

Neste capítulo, pretendemos discutir brevemente a formação do território brasileiro, das condições de produção e da estrutura sociopolítica, estudando as relações entre infraestrutura e superestrutura, mediadas pela linguagem, e as mudanças na constituição dos discursos a partir das mudanças nas bases materiais, nas diferentes esferas ideológicas. Para tanto, buscamos compreender as relações de produção e as relações sociais que resultam da constituição do território e de que maneira os discursos são modificados a partir dessas relações, uma vez que tais relações e a estrutura sociopolítica diretamente derivada delas “determinam todos os contatos verbais possíveis entre indivíduos, todas as formas e os meios de comunicação verbal: no trabalho, na vida política, na criação ideológica” (BAKHTIN, 2006, p. 43).

1.1 Uma breve retomada da formação e da atual configuração do território brasileiro

O Brasil conheceu, até a atual configuração territorial, diferentes períodos de exploração econômica. Muitos autores ² trataram desses períodos sob perspectivas diferentes.

² Partindo da formação econômica, Celso Furtado estudou todos eles em sua obra clássica *Formação econômica do Brasil*, publicada em 1959. Furtado, propondo conhecer a dinâmica de ocupação do território do ponto de vista da economia, delimitou diferentes períodos, sendo eles: 1) fundamentos econômicos da ocupação territorial; 2) economia escravista de agricultura tropical (séculos XVI e XVII); 3) economia escravista mineira (século XVIII); 4) economia de transição para o trabalho assalariado (século XIX) e 5) economia de transição para um sistema industrial (século XX).

Darcy Ribeiro, no entanto, realizou um estudo da formação do Brasil do ponto de vista do seu povo, em sua obra *O povo brasileiro – a formação e o sentido do Brasil*, de 1995. Nesse livro, o autor trata dessa questão e nos dá uma abrangente interpretação da constituição da cultura e do

O estudo desses períodos, privilegiando o território como fala da nação e ainda tomando a periodização como caminho de método para conhecer e analisar as transformações sócio-territoriais foi escrito pelos geógrafos Milton Santos e María Laura Silveira, que propõem em *O Brasil* (2006) um estudo da história da organização do território brasileiro a partir de uma sucessão de meios geográficos, os meios naturais, os sucessivos meios técnicos e o meio técnico-científico-informacional. É a partir do território, então, que iniciaremos nossas discussões, para construir compreensões acerca das relações que se dão entre base material e superestruturas.

Aqui, pensaremos o último período: a atualidade do território brasileiro, os sistemas de ações em torno de moderníssimas atividades técnico-agrícolas, as quais alguns nomeiam de agronegócio. Interessam-nos, neste estudo, os discursos constituídos nas relações sociais como mediadores das ações na base material para as diferentes esferas ideológicas e que, como tais, refletem e refratam as mais ínfimas mudanças sociais por meio da palavra.

Os anos posteriores à segunda Guerra Mundial são anos de intensos processos de modernização das mais variadas atividades humanas. Isso em diversos países do mundo, mesmo em um país periférico e subdesenvolvido como o Brasil, novos sistemas técnicos são rapidamente difundidos, provocando alterações no meio geográfico.

A reconstrução ou remodelação dos espaços nacionais, juntamente com o da economia, sociedade e política era guiada pelas ideologias do consumo, do crescimento econômico e do planejamento, que foram importantes instrumentos políticos para esse processo. “Para realizar qualquer desses desígnios impunha-se equipar o território, integrá-lo mediante recursos modernos” (SANTOS; SILVEIRA, 2006, p.47). A modernização das técnicas, o uso da ciência para a implantação e execução das novas necessidades a partir da nova configuração social, econômica e política, que se dava mundialmente para adequação aos novos percursos capitalistas após a guerra, abriam as portas à revolução tecnocientífica. As redes de transportes são ampliadas, há a modernização das

povo brasileiro, primeiro, pela análise do processo de gestação étnica; depois, pelo estudo das linhas de diversificação que modelaram os modos regionais de ser; e, finalmente, por via da crítica do sistema institucional.

comunicações, condições de fluidez do território são criadas (SANTOS; SILVEIRA, 2006).

Concomitantemente a esses processos, as cidades conhecem novas funções, passam a receber milhares de novos habitantes, crescem em tamanho e em importância social. Se em 1960 tínhamos 44,7% da população vivendo em áreas urbanas, em 1991 esse percentual atinge 75,6%, o que corresponde a um aumento de aproximadamente 40%. Já em 1996 o percentual correspondente ao número de pessoas vivendo nas áreas urbanas do Brasil chega a 78,35%, representando um aumento de quase 3% em apenas 5 anos³.

As áreas agrícolas também se transformam. Novas técnicas são continuamente introduzidas, caracterizando o que alguns autores passam a chamar de modernização da agricultura. Por exemplo, se em 1960 havia 61.345 tratores atuando no campo, na década de 70 eles já eram 165.870; em 1980, 545.205 e atingem 803.742, em 1996⁴. “Os anos 70 são também um marco na modernização da agricultura, no desenvolvimento do capitalismo agrário, na expansão das fronteiras agrícolas e na intensificação dos movimentos dos trabalhadores volantes – os bóias-frias” (SANTOS; SILVEIRA, 2006, p.449).

A força das inovações produz uma realidade nova. Se durante a segunda metade do século XIX até a primeira metade do século XX a implantação do meio técnico possibilitava falarmos em um Brasil urbano e Brasil rural - este último caracterizado pela inexistência ou pela incompletude da introdução das modernidades agrícolas - as inovações da base técnica, a nova organização do território e a dinâmica do mundo criam a necessidade de um novo arcabouço conceitual: a divisão Brasil urbano e Brasil rural não é mais suficiente para expressar a nova realidade. Essa divisão passa, então, a ser expressa por meio da dicotomia Brasil urbano e Brasil agrícola (SANTOS; SILVEIRA, 2006).

Essa dicotomia, apontada por Milton Santos, movida pelas mudanças ocorridas na base material, concreta, das novas configurações do território reflete nos signos ideológicos que, por sua vez, também refratam as novas realidades.

³ IBGE. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br>>. Acesso em: fev. 2010.

⁴ IBGE – Estatísticas do século XX. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/seculoxx/economia/economia.shtm>>. Acesso em: fev. 2010.

Mudanças na base material, novas relações sociais, econômicas e produtivas dão origem a mudanças no campo ideológico.

No entanto, ao passo que a configuração do território e as relações nele estabelecidas mudam, muda também a linguagem, uma vez que se constituem mutuamente. E um dos estudos sobre essas novas relações é proposto por Bakhtin e o Círculo a partir do signo, já que “cada signo ideológico é não apenas um reflexo, uma sombra da realidade, mas também um fragmento material dessa realidade” (BAKHTIN, 2006, p.33). Assim, à medida que há a necessidade de mudança do termo Brasil rural para Brasil agrícola é porque na base material da sociedade houve mudanças suficientemente fortes que geraram essa adequação. Isso se dá porque “o próprio signo e todos os seus efeitos (todas as ações, reações e novos signos que ele gera no meio social circundante) aparecem na experiência exterior” (BAKHTIN, 2006, p.33). Essas mudanças se expressam, sobretudo, nos processos de modernização da agricultura, da qual pretendemos tratar no próximo item.

1.2 A modernização da agricultura

A inserção de novas técnicas no campo possibilitou a expansão das atividades agrícolas desenvolvidas, bem como o encurtamento do tempo que era necessário para a produção de certas *commodities*, ou seja, “inovações técnicas e organizacionais na agricultura concorrem para criar um novo uso do tempo e um novo uso da terra” (SANTOS E SILVEIRA, 2006, p.118).

Pesquisas científicas que promoveram a produção de novos tipos de sementes, herbicidas, agrotóxicos, fertilizantes, bem como mudanças no campo organizacional que englobam a implantação de programas de incentivo à produção agrícola, diferentes sistemas de assistência e também a intensificação de ações promovidas pelo Estado impulsionaram a moderna produção agrícola brasileira.

Todo esse novo sistema de ações englobou a formulação e reformulação de programas de apoio e incentivo a essa atividade econômica, tais como: o Sistema Nacional de Crédito Rural, o Polocentro – Programa de Desenvolvimento dos Cerrados / o Proine – Programa de irrigação do Nordeste / o Pronar – Programa de Ocupação Econômica de Novas Áreas / o PAPP – Programa de

Apoio ao Pequeno Produtor Rural / o Programa Grande Carajás e o Planvasf – Plano Diretor para o Desenvolvimento do Vale do São Francisco.

O Programa de Desenvolvimento dos Cerrados – Polocentro –, por exemplo, desenvolvido para expandir a produção agrícola do país, como parte do processo de modernização da agricultura, visava à expansão de áreas cultiváveis e apresentava como uma de suas metas a utilização da Região Central do país por conta de seu relevo não acidentado permitir a utilização de maquinários e implementos agrícolas na produção, o que aumentaria indiscutivelmente o volume plantado e colhido. Esse programa contava com crédito subsidiado pelo Governo Federal, que em documento oficial⁵ a respeito deixa clara sua intenção de explorar essa região do território brasileiro como pólo de desenvolvimento econômico do país.

Programas como esses, que são as vozes oficiais, o que é dito e ditado pelo discurso oficial do Estado, foram responsáveis por criar novas densidades técnicas e normativas. Toda essa modernização material e organizacional das atividades agrícolas “são novos fronts, que nascem tecnificados, cientificizados e informacionalizados” (SANTOS; SILVEIRA, 2006, p.119).

A respeito da questão da modernização agrícola, do novo uso do território, no período técnico-científico-informacional, Santos e Silveira (2006) asseveram que

o aproveitamento de momentos vagos no calendário agrícola ou o encurtamento dos ciclos vegetais, a velocidade da circulação de produtos e de informações, a disponibilidade de crédito e a preeminência dada à exportação constituem, certamente, dados que vão permitir reinventar a natureza, modificando solos, criando sementes e até buscando, embora pontualmente, impor leis ao clima. Eis o novo uso agrícola do território no período técnico-científico-informacional. (SANTOS E SILVEIRA, 2006, p. 118)

Frente à expansão do meio técnico-científico-informacional, o território brasileiro incorpora novas técnicas, novas formas organizacionais influenciadas por uma economia e um conjunto de normas globalizadas, o que acarreta a

⁵ Ver: MINTER/SUDECO. SENADO FEDERAL / Comissão de Assuntos Regionais. In: *Encontro de Estudos e debates: II PND e os Programas de desenvolvimento da região Centro-Oeste*. Brasília, 13/05/1975c, p.31.

desvalorização da agricultura voltada à alimentação humana e de produtos tradicionais brasileiros – como o arroz, o feijão e a mandioca – para atender, numa velocidade cada vez maior, a demanda de produção das culturas de exportação. Essa mudança de produção voltada a culturas alimentares brasileiras para culturas de exportação é incorporada pela chamada revolução agrícola, o que, segundo Santos e Silveira (2006), consolida uma divisão de trabalho mundial. (2006, p.119)

Em *Globalização e Agricultura no Brasil* (2002), Denise Elias trata da reestruturação produtiva da agropecuária, afirmando que o processo de internacionalização da atividade agrícola brasileira, embora já se apresente desde o início do comércio em grande escala, no século XVI, é somente em meados do século XX que essa atividade conhece uma ação contínua de reestruturação e globalização.

A reorganização da relação entre a terra, o trabalho e o capital é uma transformação essencial nesse processo produtivo, já que o crescimento da produção agrícola na atualidade não depende mais diretamente do aumento da extensão da área cultivada. Essa mudança se deve ao uso intensivo de capital e tecnologia, com o amplo emprego de máquinas, insumos químicos e biotecnológicos, etc. Com esse processo, houve intensas mudanças na transformação da natureza pela atividade humana e da terra, que passa de “terra matéria” a “terra mercadoria” (ELIAS, 2002).

Com a modernização dos sistemas produtivos e todas as suas implicações – o uso de novos tipos de sementes mais resistentes às de origem natural, por exemplo – com uma intensificação técnica, científica e informacional, surgem novos *fronts* produtores no país. Rollo (2009), estudando a nova hierarquia entre as regiões produtoras de café e as relações entre a modernização do território, a redução da arena de produção e a expansão da área de circulação, distribuição e consumo do café, aponta que a implantação de modernos equipamentos e normas técnicas, ou seja, o uso da ciência, da tecnologia e da informação, permitiu a criação de novas infraestruturas. Assim, redes de telecomunicações, rodovias, armazéns, silos, entre outros facilitaram a circulação, estocagem e comercialização dessa produção, melhoraram as sementes, incorporaram objetos técnicos-científicos às lavouras – como fertilizantes, defensivos, sistemas de

irrigação – e todo esse conjunto de ações permitiu que os *fronts* de café se expandissem para regiões que, até a década de 1970, não tinham tradições cafeeiras, como o Cerrado Mineiro, o Centro-Sul da Bahia, Pernambuco, Ceará, estados do Centro-Oeste e, posteriormente, Rondônia, Amazonas, Acre e Pará. Outro dado relevante trazido por Rollo (2009) diz respeito à arena de produção de café no Brasil. No início da década de 1960, a área ocupada pela lavoura de café no país era correspondente a 5 milhões de hectares e no período entre os anos de 1998 a 2008 essa arena produtora caiu para menos de 2,5 milhões de hectares. A análise nos mostra que, embora a arena de produção tenha diminuído, no mesmo período (1998 a 2008) houve um aumento progressivo da produtividade de café no Brasil.

Essa nova organização dos processos produtivos das atividades do agronegócio, ligada à intensificação da internacionalização dessas atividades, é fruto dos imperativos de uma economia globalizada, que almeja cada vez mais rentabilidade do capital e que, para tanto, o processo produtivo da agricultura não pode ser diretamente dependente de fatores naturais, como clima, relevo, solo, temperatura, topografia, etc. Esses fatores sempre representaram um limite para a acumulação ampliada. Dessa maneira, um dos maiores objetivos da pesquisa tecnológica voltada para essa atividade econômica foi a aproximação desse processo produtivo ao funcionamento da indústria (ELIAS, 2002).

O emprego de maquinários e implementos agrícolas para a realização de atividades como semear, cultivar, colher, irrigar e fertilizar os solos, bem como as pesquisas científicas em torno do controle de doenças que prejudicariam a produção possibilitaram o uso de algumas áreas anteriormente desprezadas para a agricultura e proporcionaram o aumento do volume de produção.

Todo esse aparato técnico-científico-informacional aproximou as atividades ligadas à agricultura e à pecuária de outros setores da economia. E, quanto a esses aspectos, Elias acrescenta que:

Por tudo isso, nas áreas onde hoje a produção agropecuária se dá com importante participação da ciência, tecnologia e informação, a paisagem bucólica muito frequentemente associada à vida no campo não é mais do que mera lembrança, enquanto os meios natural e técnico vêm sendo rapidamente substituídos pelo meio

técnico-científico-informacional, aumentando a proporção da natureza social sobre a natural. (ELIAS, 2002, p.64)

A modernização das atividades agrícolas permitiu que o aumento da produção não fosse mais unicamente dependente do aumento da extensão das áreas cultiváveis. As inovações tecnológicas que foram sendo introduzidas na agricultura provocaram notáveis mudanças nas relações de produção, na divisão social e territorial do trabalho nesse circuito produtivo que se desenvolve em território nacional.

Investimentos em pesquisas, equipamentos e maquinários têm como objetivo o aumento do volume da produção agropecuária. Com o aumento da produtividade, o que se espera é que haja também um aumento da necessidade de força de trabalho nas regiões mais produtivas. No entanto, os dados trazidos por Bernardes (2004) apontam que o setor agropecuário foi o que mais perdeu em número de postos de trabalho – totalizando 8.980.000 – entre os anos de 1990 a 2001, apesar do crescimento da produtividade no mesmo período ter ficado em torno de 5% nesse setor. A autora atribui essa perda às mudanças tecnológicas nas atividades produtivas e afirma que as tendências apontam para a continuidade do processo de modernização e a diminuição do número de trabalhadores exercendo atividades nesse campo produtivo.

Tratando das mudanças tecnológicas nos dez municípios maiores produtores de soja do estado do Mato Grosso, Bernardes (2004) ainda aponta que esses dez municípios participaram, em 2001, com cerca de 65% de toda a produção de soja do estado, porém, no que diz respeito à mão-de-obra, utilizaram somente cerca de 27% do total de mão-de-obra agrícola empregada.

Analisando mais dados relacionados à implantação de novas tecnologias no campo, especialmente no que diz respeito à produção de soja no estado do Mato Grosso, Bernardes conclui que a dinâmica de modernização nesse estado, com relação ao trabalho, é menos de integração e mais de exclusão. E acrescenta:

Se puede inferir del expuesto que, en determinadas condiciones históricas, apesar de la expansión de las fuerzas productivas, las relaciones sociales pueden no alcanzar plena coherencia, las nuevas técnicas pueden ser implantadas, significando menos empleo, mayor especialización, ocurriendo muchas veces el desarrollo de la tecnología de la explotación de la fuerza de

trabajo, revelando que cada proceso de modernización tiene su peso específico y su concreto contenido histórico en cada tiempo y lugar. Tenemos, por lo tanto, en la economía moderna, un mundo del trabajo que niega el trabajador, particularmente el menos calificado y que lo estimula a una permanente migración. Así que es importante leer ese territorio como un recurso no solamente hacia la acumulación, pero hacia la vida.⁶ (BERNARDES, 2004, p.9).

Uma economia globalizada exige formas de produção que sejam mais eficazes. Desse modo, uma estrutura mais dependente de fatores naturais vai sendo substituída por formas mais controladas de produção em função de todo o aparato técnico-científico de que se dispõe. Esse processo de modernização é gradativo, e vai se constituindo em diferentes períodos. Daí a importância de realizarmos uma divisão do tempo em períodos para reconhecer a existência de uma sequência de modernizações, já que cada período é caracterizado pela existência de conjuntos de elementos de ordem econômica, social, política e moral (ELIAS, 2002). Dessa forma, elaboramos um quadro com uma divisão por períodos que compõem a modernização da agricultura brasileira:

⁶ Pode-se inferir a partir do que foi exposto que, em determinadas condições históricas, apesar da expansão das forças produtivas, as relações sociais podem não alcançar plena consistência, as novas técnicas podem ser implantadas, significando menos empregos, maior especialização, ocorrendo muitas vezes o desenvolvimento da tecnologia de exploração da força de trabalho, revelando que cada processo de modernização tem seu peso específico e seu conteúdo histórico concreto em cada tempo e lugar. Por isso, teremos, na economia moderna, um mundo de trabalho que nega o trabalhador, especialmente o menos qualificado, e que o estimula a uma permanente migração. Portanto, é importante ler esse território como um recurso não só para a acumulação, mas para a vida (tradução nossa).

Período	Processos	Principais características
A partir da década de 1950	<i>Mudança da base técnica</i> : emprego de insumos artificiais em detrimento dos naturais.	Difusão de inovações químicas (fertilizantes, agrotóxicos, corretivos etc.) e mecânicas (tratores, arados, colheitadeiras etc.).
Meados da década de 1960	<i>Industrialização da agricultura</i>	Ampla implantação de indústrias dos ramos a montante da agropecuária, fornecedores de insumos modernos (fertilizantes, máquinas, sementes etc.) e transformadores dos produtos agropecuários (agroindústrias); substituição da economia natural por atividades agrícolas integradas à indústria; intensificação da divisão do trabalho e das trocas intersetoriais.
Meados da década de 1970	Acirramento da utilização da ciência para a acumulação ampliada em vários setores econômicos	Integração de capitais a partir da centralização de capitais industriais, bancários, agrários etc.; expansão de sociedades anônimas, cooperativas agrícolas, empresas integradas verticalmente (agroindustriais ou agrocomerciais); organização de conglomerados empresariais por meio de fusões, organização de holdings, cartéis e trustes; redução do período de produção e potencialização das inovações químicas e mecânicas por meio da intensificação da biotecnologia;

Elaborado por Camila Caracelli Scherma / Fonte: Denise Elias (2006)

Quadro 1: Períodos de Modernização da Agricultura

Mudanças na base produtiva refletem também mudanças na divisão territorial do trabalho agropecuário. Diferentes arranjos produtivos sobrepõem-se a diferentes conjuntos de circuitos espaciais de produção. De acordo com Elias (2006), poderíamos citar pelo menos quatro principais agentes sociais ou econômicos associados à agropecuária que promovem circuitos produtivos com características específicas e produzem diferentes arranjos territoriais.

Agricultura Familiar ou Agricultura Camponesa	Não integrada ao agronegócio; vive da agricultura de subsistência ou da produção simples de mercadorias e continua a se reproduzir, apesar da difusão do capitalismo no campo
Pequena produção integrada ao agronegócio	Pode ser observado em vários segmentos do agronegócio, como na produção de frutas nos vales úmidos da região Nordeste, na avicultura no Sul e Centro-Oeste, no fumo no Sul etc.
Médios e grandes empresários agrícolas	As agroindústrias adiantam o capital da aquisição da matéria-prima em fases do ciclo produtivo anteriores à colheita. Com o adiantamento desse capital por ocasião da compra antecipada da colheita, as agroindústrias, por vezes, atuam como substitutas das instituições financeiras no fornecimento de capital de custeio.
Grandes <i>holdings</i>	Dominam parte significativa dos segmentos de cadeia produtiva de determinados sistemas agroindustriais, do plantio ao processamento agroindustrial.

Elaborado por Camila Caracelli Scherma / Fonte: Denise Elias (2006)

Quadro 2: Arranjos Produtivos Agropecuários

1.3 Os discursos e a constituição da moderna agricultura no Brasil

Além da remodelação do meio acontecer a partir da ciência e da técnica, a informação é elemento fundamental nesse processo. Santos (2008, p.38) postula que “a informação, em todas as suas formas, é o motor fundamental do processo social e o território é, também, equipado para facilitar sua circulação”.

Os processos de implantação de novas técnicas e novos modos de produção dentro das formações econômicas e sociais ocorrem de maneira local, no entanto são comandados muitas vezes à distância, atendendo a interesses não locais. Isso só é possível porque, juntamente com a preparação do meio técnico-científico, que acontece no campo material, há a construção de discursos que preparam esse meio e justificam as ações empreendidas pelo Estado ou por corporações, cujos interesses são atendidos em meio a esses processos. Vale reproduzir a passagem de Milton Santos:

As necessidades de informação, inerentes à presença do meio técnico-científico e exigidas por sua operação, fazem com que, ao mesmo tempo em que se instala essa tecnosfera, haja a tendência paralela à criação de uma psicofera (Santos, 1988) fortemente dominada pelo discurso dos objetos, das relações que os movem e das motivações que os presidem. A tecnosfera adapta-se aos mandamentos da produção e do intercâmbio e, desse modo, frequentemente traduz interesses distantes; desde,

porém, que se instala, substituindo o meio natural ou o meio técnico que a precedeu, constitui um dado local, aderindo ao lugar como uma prótese. (SANTOS, 2008, p. 50).

Os discursos, portanto, são parte integrante das mudanças ocorridas no meio técnico, nas formações econômicas e nas formações sociais. A relação entre discursos e ações na base material é uma relação dialógica, pois que, nesse processo, esses elementos se constituem mutuamente, o que equivale a dizer que as ações são preparadas, justificadas e modificadas por meio de discursos e esses também sofrem alterações e se (re)constroem a partir das ações.

O termo *psicosfera* empregado por Santos (1996) apresenta forte identidade com o termo *discurso*, considerando que este é constituído materialmente, uma vez que é ideológico e o ideológico tem sua base na materialidade concreta, já que onde está o ideológico está também o signo e “um signo é um fenômeno do mundo exterior” (BAKHTIN, 2006, p.33); do mesmo modo a *psicosfera* também se instaura com base nas relações concretas, preparando tais ações ou justificando-as.

Os termos *psicosfera* e *discurso*, respectivamente tomados da Geografia e da Linguística, são distintos, no entanto tratam das mesmas questões, mantendo uma relação de identidade: as formas de ditar as leis e as regras para fortalecer, justificar e implantar ações no meio social, a criação de objetos técnicos-científicos-informacionais a partir de interesses distintos. Embora ideológicos, tanto a *psicosfera* quanto os discursos são parte da realidade material, uma vez que se constituem a partir dela e ao mesmo tempo também a constituem. É possível justificar essa afirmação pelos dizeres de Milton Santos:

a *psicosfera* também faz parte desse meio ambiente, desse entorno da vida, fornecendo regras objetivas da racionalidade ou do imaginário, palavras de ordem cuja construção frequentemente é longínqua. Ela é local pelas pessoas sobre as quais se exerce, mas constitui o produto de uma sociedade bem mais ampla que aquele lugar, e cuja inspiração e leis têm dimensões ainda mais complexas. (SANTOS, 2008, p.50).

E de Mikhail M. Bakhtin, quando trata das palavras. E se consideramos que discursos são compostos também de palavras, é necessário tratar então da ubiquidade social da palavra. Nos dizeres de Bakhtin:

Tanto é verdade que a palavra penetra literalmente em todas as relações entre indivíduos, nas relações de colaboração, nas de base ideológica, nos encontros fortuitos da vida cotidiana, nas relações de caráter político, etc. As palavras são tecidas a partir de uma multidão de fios ideológicos e servem de trama a todas as relações sociais em todos os domínios. (BAKHTIN, 2006, p. 42).

O embate das relações no meio onde elas se dão, na base material, constitui o embate ideológico e é captado pelas palavras, pelos signos. As mudanças sociais, portanto, são refletidas e refratadas pelos signos, que, por sua vez, compõem os discursos. Nesse processo todo, novas relações constituem novos discursos e esses também as transformam. Desse modo, é pelo estudo da palavra, dos signos, dos discursos que poderemos então estudar as relações que se dão entre infraestrutura e superestrutura.

Para uma análise da configuração do território a partir da divisão do trabalho, é essencial que se olhe então para o meio, denominado por Milton Santos como o meio técnico-científico-informacional, e suas relações. “Quando se fala de modo de produção, não se trata simplesmente das relações sociais, que tomam uma forma material, mas também seus aspectos imateriais, como o dado político ou ideológico” (SANTOS, 1977, p. 91).

A configuração e o uso do território brasileiro estão ligados ao modo de produção e à formação econômica do país. O estudo de atividades em torno do que atualmente é chamado de agronegócio não pode se separar, portanto, do estudo do território e suas relações com a divisão do trabalho e os reflexos desse processo nas formações sociais. Isso porque “modo de produção, formação social, espaço – essas três categorias são interdependentes” (SANTOS, 1977, p. 86). Diante dessas novas relações entre as áreas rurais agrícolas e as áreas urbanas (território), a agricultura, no modo de produção capitalista, passa a modificar as técnicas empregadas na produção (modo capitalista de produzir) e a organização no interior dessa formação socioespacial passa também a atender aos novos interesses.

Os jogos de poder e de interesses que se dão na esfera material são constituídos e sustentados por jogos discursivos, posto que a luta que se trava é uma luta ideológica. Os discursos se movem na defesa dos interesses políticos, econômicos e sociais e ora defendem a atual ordem das coisas, ora questionam, tentam subverter essa mesma ordem para que haja mudanças, movimento. Entre os locutores desses discursos, estão banqueiros, diretores de grandes corporações ligadas ao agronegócio, políticos que lutam pela manutenção da atual ordem das coisas, grandes produtores e exportadores de commodities, representantes de pequenos produtores e camponeses, integrantes de movimentos sociais, políticos que defendem a reforma agrária e melhor distribuição dos recursos da agricultura e da pecuária, entre outros tantos sujeitos sociais que constituem e são constituídos por essas relações.

As relações econômicas que nesses jogos são constituídas são também sociais e, como tais, são sempre mediadas pela linguagem, pelos discursos. Para criar, justificar e fortalecer as novas necessidades das formações econômicas vigentes, os discursos são fundamentais. Essas novas necessidades organizacionais e produtivas, tanto no campo, quanto nas indústrias (nas cidades), surgem na infraestrutura da sociedade, que é a base material. No entanto, a informação necessária a esse processo e os discursos, que são concomitantemente constituídos e constitutivos dele, são ideológicos e, portanto, fazem parte das superestruturas. A passagem da base material para o ideológico se dá pela linguagem, que é a correia de transmissão do fato para a esfera das ideias.

Essa passagem da infraestrutura para a superestrutura não pode ser estudada ou compreendida de maneira mecanicista, pois que não é assim que as coisas se dão. Há que se estudar diferentes discursos, em relação com o movimento da infraestrutura, “considerando que toda esfera ideológica se apresenta como um conjunto indivisível, cujos elementos, sem exceção, reagem a uma transformação da infra-estrutura” (BAKHTIN, 2006, p. 40). O estudo da relação entre infra-estrutura e superestruturas por meio dos discursos sobre o agronegócio e as ações que o cercam é o que nos propomos a fazer no próximo capítulo.

Capítulo II



Sebastião Salgado (1993)

CAPÍTULO II

INFRAESTRUTURA E SUPERESTRUTURAS: a constituição ideológica dos discursos nas diferentes esferas de atividade humana

Introdução

Neste segundo capítulo, pretendemos compreender as diferentes relações entre infraestrutura, a base socioeconômica, a materialidade concreta e as superestruturas ideológicas a partir do estudo de diferentes discursos, produzidos por instituições e autores diversos nas mais variadas esferas de atividade humana. Além disso, para construirmos compreensões a respeito dessas relações, pretendemos estudar diferentes conjuntos ideológicos, no embate, no jogo entre a estabilidade e a instabilidade e, com base na leitura e compreensão de discursos vários, observar a relação dialética e dialógica na concretude, pelas palavras.

2.1 Relações, infraestrutura e superestruturas

A compreensão da formação e da organização do território brasileiro, bem como do processo de modernização da agricultura no país revela relações entre os acontecimentos na base material (infraestrutura) e a esfera das ideias, das ideologias (superestruturas); a mediação nessas relações se dá por meio dos discursos de maneira dialógica.

Os processos de ocupação de áreas ditas vazias do território, o desenvolvimento de técnicas a serem aplicadas na produção agrícola, bem como todos os esforços empenhados com a finalidade de se modernizarem os meios de produção para que as atividades agropecuárias modernas tomassem maiores proporções, aproximando-se das atividades da indústria (mudanças na infraestrutura social), refletem-se ideologicamente por meio dos signos e é também por meio deles que se refratam.

Na busca pela explicitação das relações entre a organização do território brasileiro em função das atividades agropecuárias em larga escala (nomeadas muitas vezes de agronegócio) e as transformações ideológicas decorrentes desses processos, desembocaremos num processo dialético de evolução social, “que procede da infra-estrutura e vai tomar forma nas superestruturas” (BAKHTIN, 2006, p. 41).

As questões das mudanças ideológicas, por meio dos discursos, procedentes de mudanças na infraestrutura e de como a realidade, as ações na base material, determinam os signos constituem o problema da relação entre infra e superestruturas. E “o problema da relação recíproca entre a infra-estrutura e as superestruturas [...] pode justamente ser esclarecido, em larga escala, pelo estudo do material verbal” (BAKHTIN, 2006, p.42). Assim, para compreendermos a relação recíproca entre a formação e atual configuração do território brasileiro, a modernização das técnicas, o uso da informação, as formações econômicas e sociais (infraestrutura) e os discursos circulantes a respeito das ações em torno do agronegócio, discursos esses ideologicamente construídos, o material verbal produzido em meio a esse complexo processo é o nosso material de estudo, ponto de partida e de chegada.

Na relação em questão, o que interessa, portanto, é a ubiquidade social da palavra, a forma como ela penetra em todos os tipos de relações sociais, “nas relações de colaboração, nas de base ideológica, nos encontros fortuitos da vida cotidiana, nas relações de caráter político, etc.” (BAKHTIN, 2006, p.42). As multidões de fios ideológicos que constituem a palavra “servem de trama a todas as relações sociais em todos os domínios” (BAKHTIN, 2006, p.42). A reação ideológica sobre as mudanças na infraestrutura é conduzida pela palavra, pelo signo. Cada mudança ou movimento, por menor que seja seu impacto na esfera material, social, é captada pelo signo, que passa a refletir e a refratar a realidade de maneira diferente.

É portanto claro que a palavra será sempre o indicador mais sensível de todas as transformações sociais, mesmo daquelas que apenas despontam, que ainda não tomaram forma, que ainda não abriram caminho para sistemas ideológicos estruturados e bem-formados. A palavra constitui o meio no qual se produzem lentas acumulações quantitativas de mudanças que ainda não

tiveram tempo de adquirir uma nova qualidade ideológica, que ainda não tiveram tempo de engendrar uma forma ideológica nova e acabada. A palavra é capaz de registrar as fases transitórias mais ínfimas, mais efêmeras das mudanças sociais. (BAKHTIN, 2006, p.42).

A mudança na nomeação das atividades ligadas à agricultura e à pecuária, que passa a adotar termos como agroindústria, agronegócio, *agribusiness*, por exemplo, ocorre porque na infraestrutura aconteceram movimentos responsáveis por tal mudança. Os termos agricultura e pecuária não desapareceram, mas não são mais capazes de expressar tudo aquilo que a palavra agronegócio, por exemplo, expressa. O agronegócio refere-se a atividades produtivas ligadas à agricultura e à pecuária, porém em grande escala, atendendo às lógicas de mercado, dos negócios, em ritmo industrial (agroindústria), voltadas aos negócios nacionais e internacionais (*agribusiness*), transformadas em espetáculo de consumo (*agrishow*⁷). Movimentos no mundo material (infraestrutura) fizeram com que os signos refletissem tais mudanças ideologicamente e refratassem essas novas realidades. Esse é um processo dialógico, uma vez que as mudanças sociais constituem mudanças ideológicas e vice-versa, de maneira simultânea e tensa.

No atual contexto político e econômico brasileiro, no qual grandes esforços são empenhados para a inserção do país no cenário econômico mundial, os discursos que justificam ações do Estado para fortalecer as atividades ligadas ao agronegócio são constituídos nas mais diferentes relações sociais, nas mais variadas esferas de atividade humana. Ligar o agronegócio e todas as atividades econômicas que o circundam ao desenvolvimento, à esperança de firmação do país internacionalmente é lugar comum na sociedade contemporânea brasileira.

Em sua página na internet, o Ministério da Agricultura deixa clara sua missão: *Promover o Desenvolvimento Sustentável e a Competitividade do*

⁷ “Para quem vive do agronegócio, nada como o som das máquinas e implementos agrícolas em ação. Isso é Agrishow. É puro agronegócio. A Agrishow nasceu exatamente da necessidade de se ter uma feira dinâmica, onde o produtor pudesse comparar, na prática, como uma nova tecnologia pode alavancar sua produtividade. De 1993 pra cá, a feira cresceu e vem se aperfeiçoando a cada ano, mas sem perder o foco: o agronegócio”. AGRISHOW. Disponível em: <<http://www.agrishow.com.br/A-Feira/Sobre-a-Feira/>>. Acesso em: 14 mar. 2010.

Agronegócio em Benefício da Sociedade Brasileira. Nesse discurso, desenvolvimento e agronegócio andam juntos⁸. Essa missão, segundo o texto do Ministério, *tem como consequência a geração de emprego e renda, a promoção da segurança alimentar, a inclusão social e a redução das desigualdades sociais.* Tal discurso reforça nossa afirmação de que o agronegócio vem caminhando em conjunto com os discursos de desenvolvimento econômico e social de nosso país. Ademais, a palavra, o signo “missão” já contém uma carga ideológica que apaga possíveis conflitos, possíveis questionamentos, posto que esse termo refrata uma realidade de ações em prol de “Bem Maior”, o bem comum. Carrega também uma conotação de algo sublime, entregue como tarefa por um conjunto de sujeitos que confiaram a determinado indivíduo ou a determinada instituição o poder de decidir por todos, de agir por todos. Nesse sentido, sai de jogo a palavra interesse, que envolve questões de classe, para entrar a palavra missão. Sai de jogo o dever político da geração de empregos e da redução das desigualdades para entrar a consequência de uma missão divina, ou seja, depois que o “Bem” estiver instaurado, conseqüentemente, de maneira natural, os empregos serão gerados e as desigualdades diminuirão. Não é preciso que haja luta, não é preciso que haja embate, não é preciso mobilização social. Isso ocorrerá de maneira natural. Até mesmo o signo fome foi substituído por “segurança alimentar”, que também nos é apresentada como outra parte da grande missão do ministério; assim, o combate à fome dá lugar à “promoção da segurança alimentar”, até mesmo aqui o sentido de combate, de luta, foi apagado.

E, em nome desse ideal, dessa missão sublime, as ações do Ministério são fortemente direcionadas ao agronegócio⁹, que assume o lugar de tábua de

⁸ “Estimular o aumento da produção agropecuária e o desenvolvimento do agronegócio, com o objetivo de atender o consumo interno e formar excedentes para exportação. Essa é a missão institucional do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (Mapa), que tem como consequência a geração de emprego e renda, a promoção da segurança alimentar, a inclusão social e a redução das desigualdades sociais”. MINISTÉRIO DA AGRICULTURA E ABASTECIMENTO. Disponível em: <<http://www.agricultura.gov.br/>>. Acesso em 29 abr. 2010.

⁹ Para cumprir sua missão, o Mapa formula e executa políticas para o desenvolvimento do agronegócio, integrando aspectos mercadológicos, tecnológicos, científicos, organizacionais e ambientais, para atendimento dos consumidores brasileiros e do mercado internacional. A atuação do ministério baseia-se na busca de sanidade animal e vegetal, da organização da cadeia produtiva do agronegócio, da modernização da política agrícola, do incentivo às exportações, do

salvação, de porto seguro, onde nossas forças e nosso empenho devem ser depositados, para onde nossos recursos devem ser direcionados, posto que o retorno – já que se trata de uma missão – será igual para todos, ou pelo menos justo. E a ligação que se faz entre Ministério da Agricultura e as atividades agropecuárias em larga escala comercial não é recente. O próprio título do texto que trata de sua missão diz: *Ministério da Agricultura, uma parceria histórica com o agronegócio*. Talvez, então, pudesse ocorrer já uma troca desde o nome do ministério para “Ministério do Agronegócio”, uma vez que a parceria já é de longa data e tende a se fortalecer.

Com a crescente associação das atividades do agronegócio ao desenvolvimento econômico, também os bancos direcionam serviços especializados para esse setor. O Banco do Brasil, por exemplo, justifica a criação de serviços voltados especialmente a essa atividade econômica afirmando que *o agronegócio é atualmente o setor mais importante da economia brasileira, respondendo por 1/3 (um terço) do produto interno bruto. Ocupa posição de destaque no âmbito global e tem importância crescente no processo de desenvolvimento econômico por ser um setor dinâmico e pela capacidade de impulsionar outras áreas*¹⁰. Dito um dos mais potentes motores para o desenvolvimento econômico brasileiro, o agronegócio movimenta ações políticas, bem como gera discursos para o seu fortalecimento.

Os discursos circulantes sobre a importante função do agronegócio no processo de desenvolvimento econômico são constituídos em esferas de atividade humana das mais diversas. A casca ideológica de mercado envolve também o carnaval. O caráter mercadológico dessa esfera de atividade acompanha uma das atividades econômicas mais difundidas e valorizadas do país. O carnaval e o agronegócio caminhando juntos. A escola de samba paulistana Águia de Ouro homenageou a cidade de Ribeirão Preto (SP) – a capital do agronegócio – com seu samba enredo no carnaval 2010, cujo tema era: *Ribeirão Preto, região à frente do seu tempo: da mineração ao agronegócio, terra*

uso sustentável dos recursos naturais e do bem-estar social. MINISTÉRIO DA AGRICULTURA E ABASTECIMENTO. Disponível em: <<http://www.agricultura.gov.br/>>. Acesso em 29 abr. 2010.

¹⁰ BANCO DO BRASIL. Disponível em: <<http://www.bb.com.br/portalbb>>. Acesso em 29 abr. 2010.

*de liberdade e riqueza*¹¹. O samba, iniciado com uma declaração de amor à cidade – *Ribeirão Preto, para sempre vou te amar* – traz em sua letra versos referentes ao agronegócio. Afirma ter sido o negro o responsável pela prosperidade da agricultura naquele chão – *O negro com braço forte trabalhou / Fez prosperar a agricultura neste chão*. O braço forte do negro trabalhou. É a parte pelo todo, numa relação metonímica, que considera a importância do negro na prosperidade de Ribeirão Preto na agricultura, pela força física por ele empregada, pelo trabalho braçal que cedeu em nome de um progresso que não lhe deu acesso igual aos resultados. Sua cultura, seus saberes nem sequer foram citados no samba enredo; o negro foi lembrado nesse discurso somente como força de trabalho, mão-de-obra. E a letra do samba, numa narrativa dos fatos considerados marcantes na constituição da cidade, aborda a afirmação dessa cidade como a capital do agronegócio no Brasil: *Ribeirão Preto se torna a capital do agronegócio nacional / No combustível a solução pra combater a poluição*. O embate das ações, as mudanças no mundo material, na base econômica, refletem nas ideologias presentes no samba: de desenvolvimento, prosperidade, força, sabedoria, e refratam, a partir delas, outras realidades, outras tantas cascas ideológicas que já pertenceram ou que ainda pertencerão a Ribeirão Preto. E os próximos projetos para essa cidade, em plena ascensão, envolvem o agronegócio, pois que é sabido, como o samba retrata, que a pretensão é de que essa cidade se torne a capital mundial do biocombustível.

A construção ideológica de discursos que justificam os altíssimos investimentos no setor do agronegócio é extremamente ampla e abrangente, colonizando os mais diversos campos da atividade humana. Uma propaganda da empresa Volkswagen faz a seguinte relação: *O agronegócio leva o Brasil nas costas. O caminhão Volkswagen leva o agronegócio na carroceria*. Logo, é graças à transnacional Volkswagen que o Brasil se desenvolve, já que os objetos técnicos produzidos por essa empresa carregam o agronegócio e que esse, por sua vez, é o responsável por carregar “o Brasil nas costas”. Com o objetivo de fortalecer ideologias que propaguem a grande atuação da transnacional em

¹¹ Os imigrantes europeus se juntam aos japoneses, e todos, com sua cultura e força de trabalho, ajudam Ribeirão Preto a se tornar um embrião de Civilidade, sempre renascendo como a Fênix da Mitologia Grega: antes capital do café, da cana de açúcar, do chopp, hoje capital nacional do agronegócio, caminhando para ser capital mundial do biocombustível. ÁGUIA DE OURO. Disponível em: <<http://www.aguiadeouro.com.br>>. Acesso em 02 maio 2010.

território brasileiro, a empresa, por meio do discurso veiculado nessa propaganda, toma para si o posto de responsável pelo desenvolvimento brasileiro. Já que esse posto pertence, segundo esse discurso, declaradamente, ao agronegócio, a maneira pela qual a empresa quer destacar sua importância é sendo responsável pela possibilidade de essa atividade se realizar pelas estradas brasileiras, por meio de seus objetos técnicos.

Na imagem veiculada numa revista especializada em negócios, numa edição especial sobre o agronegócio, o anúncio, que ocupa duas páginas inteiras, traz a foto de três modelos de caminhões, num campo de plantação de trigo. Os caminhões e a plantação funcionam na imagem de maneira harmônica, complementando-se mutuamente. O ângulo da imagem deixa os caminhões imponentes, fortes, robustos. E, além dos dizeres ao lado da logomarca da empresa, o texto escrito abaixo dessa imagem¹² dá indicações de usos mais apropriados a cada um dos modelos e resume seu objetivo no final do trecho: “Seja qual for o seu agronegócio, com certeza a Volkswagen tem o caminhão sob medida para você”. O enunciador, nesse discurso, é a multinacional, que oferece as melhores condições para que as atividades ligadas à produção agrícola e pecuária em larga escala se desenvolvam. O destinatário é o grande produtor, aquele que tem capacidade de produzir e de alcançar amplos mercados, nas áreas rurais, nas áreas urbanas, a longas distâncias. Não é a empresa que precisa de nossa mão-de-obra, de nossos recursos para produzir em território brasileiro; o Brasil é que precisa da Volkswagen para que sua atividade econômica mais promissora possa se desenvolver, pois que essa empresa se preocupa com as necessidades do setor produtivo agrícola e, conhecendo o país muito bem, projeta seus produtos sob medida para a necessidade desses grandes produtores envolvidos nas atividades do agronegócio.

¹² “Quanto mais a Volkswagen conhece o Brasil, mais os seus Caminhões se tornam sob medida para o país. A Linha Delivery tem baixo custo de manutenção, agilidade e ótimo desempenho para o trânsito urbano e zonas rurais. A Linha Worker é ideal para os serviços pesados e para operação nas condições mais severas. E a Linha Constellation é perfeita para o transporte rodoviário, com cabine leito, teto alto e tecnologia de ponta. Seja qual for o seu agronegócio, com certeza a Volkswagen tem o caminhão sob medida para você.”

O agronegócio
leva o Brasil nas costas.
O Caminhão Volkswagen leva
o agronegócio na carroceria.

Quanto mais a Volkswagen conhece o Brasil, mais os seus Caminhões se tornam sob medida para o país. A Linha Delivery tem baixo custo de manutenção, agilidade e ótimo desempenho para o trânsito urbano e zonas rurais. A Linha Worker é ideal para os serviços pesados e para operação nas condições mais severas. E a Linha Constellation é perfeita para o transporte rodoviário, com cabine leito, teto alto e tecnologia de ponta. Seja qual for o seu agronegócio, com certeza a Volkswagen tem o caminhão sob medida para você.

Caminhões e Ônibus - 25 anos

Volkswagen.
Caminhões sob medida.

Fonte: revista Exame – anuário 2006 – 2007 (Agronegócio), p.12 e 13

Figura1. Propaganda Volkswagen

Também num anúncio publicitário, a empresa Case IH¹³ – *um sistema avançado de fazer agronegócio* – afirma: *Brasil, referência mundial em produção agrícola*. É um jogo permanente de discursos que constroem a imagem de um Brasil agrícola, agroindustrial, com grande capacidade de produção e de negociação em larga escala. Na parte inferior da propaganda, o texto é complementado pelos dizeres: “Case IH, a referência mundial em agronegócio”. Aqui, o discurso se constrói numa relação de complementaridade. O Brasil está para a produção agrícola [referência mundial] assim como a Case IH está para o agronegócio [referência mundial]. Desse modo, o enunciador direciona seu discurso àqueles produtores agrícolas que querem expandir ou fortalecer seus negócios no setor agrícola e se coloca como referência mundial, “um sistema avançado de fazer agronegócio”. A imagem veiculada na propaganda é composta por uma foto de um dos maquinários fabricados pela anunciante e o fundo traz a mesma cor da máquina, em tons diferenciados. O brilho da máquina, o ângulo

¹³ A transnacional Case IH é hoje uma das maiores empresas de desenvolvimento, fabricação e venda de equipamentos e produtos agrícolas.

pelo qual ela é mostrada, o aspecto de modernidade, o espaço ocupado pela propaganda na revista [uma página inteira] demonstram a força da aposta dessa empresa no agronegócio; demonstram os rumos que essa atividade econômica está tomando, estamos nos tornando “referência mundial em produção agrícola”. No entanto, o anúncio traz o Brasil como o sujeito dessa referência, mas se dirige aos grandes produtores agrícolas, uma vez que os pequenos produtores não terão necessidade, nem recursos para dispor de um equipamento desse porte.



Fonte: revista Exame – anuário 2006 – 2007 (Agronegócio), p.58

Figura 2: Propaganda Case IH.

A revista Exame¹⁴, em seu guia *Exame Agronegócio*, traz na carta ao leitor uma apresentação do conteúdo desse guia, afirmando sua relevância, pois que o agronegócio brasileiro *é um dos setores mais importantes da economia do país. A inserção do Brasil no cenário econômico mundial é sustentada pelos dizeres: acreditamos firmemente que o agronegócio [...] é uma das grandes fronteiras de competitividade mundial do Brasil; [...] temos uma vocação inequívoca para liderar o setor. Por mais que desejem, outras economias não podem reproduzir nossas condições naturais* (EXAME, Anuário Agronegócio, 2006 – 2007, p.7). Portanto, de acordo com esses discursos, o agronegócio, além de ser uma chave para o desenvolvimento econômico, é um dom, uma vocação natural do Brasil. Vocação, aliás, é um termo que, entre outros significados, pode carregar consigo o tom de sacerdócio, um chamamento divino, uma obrigação sagrada, um dever a ser cumprido, um chamado do destino; tendência, uma propensão a cumprir determinada tarefa, exercer determinada função, desempenhar determinado papel num contexto naturalmente determinado. Outros países, ainda que queiram, que desejem ocupar esse cargo, não têm essa vocação, esse dom divino, essas condições tão privilegiadas quantas as nossas. Mas esse “temos”, que remete ao “nós”, primeira pessoa do discurso no plural, não é o “nós” povo brasileiro em geral, visto que uma parcela ínfima é que tem acesso às condições necessárias para que desenvolvam as atividades ligadas ao agronegócio, especialmente aquele voltado à exportação. O “nós” do “temos uma vocação inequívoca” é um seleto grupo de corporações e proprietários de grandes extensões de terras, com os incentivos fiscais, econômicos, políticos, para que essas atividades possam se desenrolar.

O que Bakhtin e o Círculo chamam de psicologia do corpo social, “uma espécie de elo entre a estrutura sociopolítica e a ideologia no sentido estrito do termo (ciência, arte, etc.), realiza-se, materializa-se sob a forma de interação verbal” (BAKHTIN, 2006, p.42 e 43). Essa psicologia do corpo social é

¹⁴ “Criada em 1967 pela Editora Abril, EXAME é hoje a maior, mais influente e respeitada revista de negócios e economia do Brasil. Com periodicidade quinzenal, possui uma circulação de cerca de 200 000 exemplares, sendo aproximadamente 160 000 assinaturas. A cada 15 dias, EXAME chega a aproximadamente 1 milhão de leitores. Sua missão é levar à comunidade de negócios informação e análises aprofundadas sobre temas como estratégia, marketing, gestão, consumo, finanças, recursos humanos e tecnologia”. REVISTA EXAME. Disponível em: <<http://portalexame.abril.com.br>>. Acesso em: 02 mai. 2010.

inteiramente exteriorizada na palavra, no gesto, no ato. Essa exteriorização se dá em diversos meios: pelas ações na esfera política, econômica, cultural, publicitária, intelectual. As ações, os atos empreendidos ideologicamente também constituem discursos que vão se espalhando, fincando raízes no corpo social, consolidando conceitos e (re)criando necessidades.

Um encarte institucional da empresa *Hermosa Navegação da Amazônia* traz em sua introdução um discurso que justifica sua própria criação. *A Hermosa Navegação da Amazônia S.A. surgiu da necessidade de incrementar o desenvolvimento socioeconômico de parte de Mato Grosso e do estado de Rondônia.* As palavras que compõem esse discurso exteriorizam ideologicamente justificativas dos atos de uma empresa – que, não coincidentemente, pertence ao grupo Maggi, cujo proprietário é Blairo Maggi, então governador do estado do Mato Grosso e um dos maiores produtores de soja do país. A empresa em questão é responsável pelo escoamento da produção de soja e outras commodities daquela região. A necessidade de impulsionar o dito desenvolvimento econômico da região que compreende parte do Mato Grosso e de Rondônia é construída por um discurso que prepara e sustenta ações no campo material, como a criação de uma empresa que beneficiará os grandes produtores de soja, entre eles o próprio grupo que propõe tal empreendimento, e que, simultaneamente, é constituído por essas mesmas ações sociais, políticas, econômicas.

Maggi, em uma entrevista concedida à revista *Valor Econômico*¹⁵, afirma estar empenhado em reverter a má impressão que causou um desgaste em sua imagem em função do processo de transformação do Mato Grosso em oportunidade de negócio para empreendedores nacionais e internacionais, com a intenção de levá-lo ao topo do ranking do agronegócio. Essa iniciativa consiste do combate ao desmatamento por meio do projeto MT legal.

Construindo discursos que sustentem suas ações, Maggi defende a tese de um “Estado moderno”, nos moldes de organização das empresas de seu grupo. *Ele explica que a ideia é aproveitar as matérias-primas locais e verticalizar a cadeia produtiva mato-grossense. Para isso, acena com incentivos fiscais, infra-*

¹⁵ Fruto gerado pelo Jornal Valor Econômico, que é um investimento conjunto do Grupo Folha e das Organizações Globo

estrutura para o escoamento da produção [como a criação de uma empresa privada de navegação, por exemplo] energia elétrica e uma gestão pública inspirada na iniciativa privada (ANTUNES, nov. 2008, p.18).

Em nome da construção do desenvolvimento econômico do Brasil com o uso da força produtiva agropecuária, os discursos são constituídos por meio das ações no campo social, na base material, ao mesmo tempo em que tais discursos constituem, geram novas ações, num jogo dialógico. E o elo entre a base material e a ideologia é exterior, está na superfície, na troca, no material, principalmente no verbal.

Os discursos, as materialidades por nós estudadas até aqui são discursos oficiais do governo brasileiro, de grandes instituições bancárias, de revistas de circulação nacional e internacional, de propagandas publicitárias veiculadas em suportes midiáticos de grande tiragem, de letra de música de um evento popular nacional, etc.; isso nos mostra a imponência desses discursos, a onipresença deles, a amplitude e poder de alcance de suas raízes. Tais discursos propagam a hegemonia política, econômica, social, midiática. Apresentam os discursos oficiais, as racionalidades. Constroem subjetividades. E essas subjetividades são construídas a partir das inter-ações no meio social, posto que este “deu ao homem as palavras e as uniu a determinados significados e apreciações” (BAKHTIN, 2009, p.86); dessa forma, as relações, as inter-ações nas mais diversas esferas de atividade humana que envolvem e são envolvidas pelo agronegócio geram palavras, geram discursos carregados de valor, de posicionamento diante de todas essas questões; no entanto, não é somente um posicionamento ideológico, uma valoração, é também uma tomada de posição diante das ações, e essa tomada de posição nasce da construção das subjetividades, que se dá nos discursos. E esse mesmo meio social em que todas as relações e inter-ações se dão “não cessa de determinar e controlar reações verbalizadas do homem ao longo de toda a sua vida” (BAKHTIN, 2009, p.86).

No entanto, a construção e fortalecimento de discursos que tentam monologizar as vozes, fortalecer e manter a atual ordem das coisas é imbricada pela construção de discursos outros, capazes de dimensionar os fatos da base material de maneira diversa, ideologicamente diversa. Discursos questionadores, subversores da atual organização das coisas, que apresentam as contra-

racionalidades, discursos da não-hegemonia. É possível também estudar materialidades outras que apresentem outros gestos, outros atos, outras palavras a respeito do agronegócio; que discutam esse assunto de forma a superar as aparências de desenvolvimento econômico, de bem-estar e responsabilidade social, de sustentabilidade.

Em sua edição do mês de abril de 2010, o jornal *Le Monde Diplomatique* Brasil traz uma série de artigos que questionam ações em torno do agronegócio. Entre eles, o artigo *Dinheiro público para o agronegócio*, escrito por Sérgio Sauer, defende a ideia de que, embora o Ministério da agricultura e a grande imprensa divulguem bons resultados do agronegócio em seu papel de garantir o abastecimento doméstico, defender a posição de destaque do país no mercado internacional e contribuir para o equilíbrio da balança comercial brasileira, essa atividade econômica *tem crescido à sombra do Estado. Sua importância aumenta também conforme crescem os subsídios e as renegociações das dívidas, assim como o financiamento das exportações [...]* (SAUER, abr. 2010, p.8). Esse artigo levanta dados dos investimentos do Estado - investimentos de várias espécies – e dos custos sociais para a manutenção e fortalecimento do atual modelo de desenvolvimento. Ainda ressalta a força da agricultura familiar na economia brasileira. Diante dessa reflexão, o autor aponta que o agronegócio *não é o principal e muito menos o único responsável pelo desenvolvimento econômico brasileiro* (SAUER, abr. 2010, p.8) e ainda cita dados do Censo Agropecuário de 2006, que revelam que *a agricultura familiar é a principal responsável pela produção de alimentos e pela ocupação da mão-de-obra no campo, contrastando com o modelo baseado na concentração de renda e na desigualdade social* (SAUER, abr. 2010, p.8). Pela leitura desse texto, o discurso aqui é gerado pela movimentação de grandes quantias de dinheiro, bem como de medidas promovidas pelo Estado – como incentivos fiscais e renegociações de dívidas – em favor dos grandes produtores e das grandes corporações do setor do agronegócio. Essas ações se dão na infraestrutura e são construídas ideologicamente a partir de inter-ações pelos discursos.

O agronegócio e as atividades que participam de seu círculo de cooperação também são discutidos em outros suportes como, por exemplo, a

revista Fórum¹⁶, que, em junho de 2008, publicou uma entrevista com Rubens Ricupero¹⁷ a respeito da demarcação da reserva Raposa Serra do Sol, em Roraima. Nessa entrevista, quando questionado a respeito das motivações dos conflitos na área em questão, Rubens afirma acreditar em uma mescla de motivações. E ainda acrescenta que *um primeiro problema é que muitos deles [os militares preocupados com o caso Raposa Serra do Sol] conservaram até hoje a visão de desenvolvimento a qualquer custo que era dos governos militares. A ingenuidade de que vai trazer desenvolvimento. Só se for para o governador do Mato Grosso [Blairo Maggi]* (MASSAD; ROVAI, jun. 2008¹⁸). Em seu discurso, Ricupero qualifica o atual modelo de agronegócio como “capitalismo do faroeste”.

A Comissão Pastoral da Terra (CPT), em nota sobre a expansão da monocultura da cana no Brasil, num artigo intitulado *Açúcar com gosto de sangue*¹⁹, traz a discussão das ações empreendidas na infra-estrutura social pelas políticas internacionais de aumento do consumo de álcool combustível. Para discutir essa questão, constrói um discurso que denuncia *esse processo como intrinsecamente maléfico*, pois que é baseado *na violação dos direitos humanos, sociais e ambientais*. A denúncia ainda expressa uma valoração sobre o agronegócio *como fenômeno econômico gerador de desigualdade social, de degradação ambiental e trabalho escravo como sua faceta mais trágica*. Além das denúncias contidas nesse discurso, a CPT reafirma *a urgência de efetivação da Reforma Agrária e valorização da agricultura camponesa como parte do processo de construção de um outro modelo de agricultura e de sociedade*²⁰.

¹⁶ “A revista *Fórum outro mundo em debate* é uma publicação mensal, de circulação em bancas de todo país. Inspirada no Fórum Social Mundial, foi lançada com a cobertura do primeiro evento, realizado em janeiro de 2001 em Porto Alegre. Seus leitores são professores, intelectuais, sindicalistas, economistas, jornalistas, sociólogos, advogados, cientistas sociais e estudantes universitários.” REVISTA FÓRUM. Disponível em: <<http://www.revistaforum.com.br>>. Acesso em: 02 mai. 2010.

¹⁷ Ministro do Meio Ambiente e da Amazônia Legal, 1993-1994; Ministro da Fazenda, 1994. Secretário-Geral da Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e desenvolvimento (UNCTAD), mandatos de 1995 a 1999 e de 1999 a 2004; Subsecretário Geral da ONU no mesmo período.

¹⁸ Disponível em: <http://www.revistaforum.com.br/sitefinal/EdicaoNoticialIntegra.asp?id_artigo=3190>. Acesso em: 02 maio 2010.

¹⁹ Disponível em: <<http://www.cpt.org.br/?system=news&action=read&id=252&eid=129>>. Acesso em : 10 mai. 2010. 16h04.

²⁰ CPT – COMISSÃO PASTORAL DA TERRA. Disponível em: <<http://www.cptnac.com.br/>>. Acesso em: 02 mai. 2010.

O que se apresenta no discurso da Pastoral da Terra é uma expressão, via signos, da valoração dessa instituição, desse grupo de sujeitos sociais, a respeito das atividades ligadas ao agronegócio como elas se configuram na atualidade. O meio social das ações humanas em torno das atividades de agricultura e pecuária em larga escala uniu às palavras desse grupo social significados e apreciações que pudessem constituir a visão do grupo a esse respeito: “fenômeno econômico gerador de desigualdade social”, “processo intrinsecamente maléfico”, baseado “na violação dos direitos humanos, sociais e ambientais”. E o mesmo meio social em torno dessa atividade econômica continua a determinar e controlar as ações e reações verbalizadas da Pastoral, que, a partir da valoração e da apreciação expostas sobre o agronegócio, verbaliza sua tomada de posição: exige que seja realizada efetivamente a reforma agrária e a valorização da agricultura camponesa, afirmando serem essas ações as responsáveis pela construção de um outro modelo não só de agricultura, mas também de sociedade.

O modelo de desenvolvimento econômico adotado pelo Brasil, com base na produção agrícola e pecuária em larga escala - as ações empreendidas nesse sentido - também é base de discussão do Jornal Brasil de Fato. Em um de seus tantos textos escritos e publicados a esse respeito, no editorial da edição especial sobre a Crise²¹ (julho de 2009), lemos que *a subordinação da economia brasileira ao mercado mundial fortaleceu setores da burguesia, impulsionou as transnacionais estabelecidas aqui e as exportações dos produtos primários, hegemonzados pelo agronegócio.*

Esses discursos, todos nascidos das relações materiais nas mais diferentes esferas ideológicas, corroboram nossa hipótese de que, embora sejam empenhados grandes esforços para que se construa uma imagem do Brasil internacionalmente competitivo no campo econômico, pela porta do agronegócio, há discursos outros que, com base nas mesmas ações e acontecimentos na infraestrutura social, denunciam desigualdades, cobram mudanças, movimentam a atual ordem das coisas, quebram a imagem de um Brasil com sua “âncora verde”, importante no cenário econômico mundial e constroem ideologicamente, por meio de seus discursos, um Brasil com seu papel, já historicamente consolidado, de fornecedor de matéria-prima, somente desempenhando sua

²¹ Crise Financeira Mundial, que tem seu ápice em meados de junho de 2008.

função na divisão internacional do trabalho. O estudo da dialética interna do signo ideológico nos revela as várias ideologias aí contidas, a hegemonia de alguns discursos, a não-hegemonia de outros, expressando desse modo, na materialidade, as contradições de classe.

No entanto, embora discursos sejam construídos pela veia da subversão da atual ordem das coisas, pela veia da cobrança por mudanças, por movimentação na base material, em busca de quebra de valores já historicamente consolidados, a força deles, em relação à força dos discursos hegemônicos, não é a mesma. Os discursos hegemônicos são aqueles impregnados dos interesses da classe econômica, social e politicamente dominante; da classe que tem em seu poder os meios de produção, os recursos financeiros, o poder maior de decisões políticas, os meios de comunicação em massa em suas variadas formas. Ao passo que os discursos da subversão são constituídos nas entranhas das relações daqueles sujeitos ou grupos de sujeitos que estão numa posição de resistência contra as regras impostas por esses outros discursos, que estão trabalhando na construção de realidades outras, diferentes das realidades existentes e dominantes, em busca de menos desigualdade.

A monologização das vozes, dos discursos, parece mais segura, e a sua propagação é tão forte, tão poderosa, tem um poder de alcance tão perverso, que toma as relações nas mais diversas esferas, colonizando as outras vozes, dificultando que se percebam os conflitos. Discursos que apagam as contradições, sufocam os conflitos, enfraquecem, com isso, a vontade de pedir por mudanças.

A constituição desses discursos se dá com base nas relações que os geram e que, por sua vez, geram ações que disseminam a passividade, que imprimem um tom de comodidade, de satisfação, sensações de que as coisas já estão melhorando e de que esse processo pode não ser assim tão rápido, mas que ele já está em andamento. O crédito, por exemplo, é uma das poderosas armas apontadas para todos aqueles que, se organizados, se dispostos a cobrar efetivamente as mudanças que precisariam acontecer, teriam essa força. Assim, a possibilidade de financiar a casa própria em trinta anos, um carro em cinco, uma geladeira nova em vinte e quatro meses, um aparelho celular em doze, entre tantas outras alternativas de consumo que se oferecem por meio do parcelamento com juros extorsivos, propicia rumos individuais às vidas dos sujeitos sociais,

desbotando muito do brilho da vida coletiva, da luta coletiva por um bem que também é coletivo. Todas essas ações que proporcionam novas relações na vida cotidiana dos sujeitos sociais das classes sociais não dominantes envolvem-nas e as mergulham numa visão monologizada das coisas, enfraquecendo, assim, as visões divergentes, polifônicas, dialogicizadas²².

Todos esses fatores são imbricados a uma luta, que é também uma luta discursiva e que produz diferentes construções da realidade com base nos diferentes interesses. A construção das diferentes visões é uma construção ideológica a partir dos diversos pontos de vista sobre o que ocorre no mundo material e se dá por meio dos signos, das palavras. Nas relações, as palavras nos revelam não só as diferentes visões, mas diferentes posicionamentos ideológicos acerca do mundo e das ações nele ocorridas. E é pelas palavras que lemos as diferentes realidades escritas, por cada classe social, a partir dos movimentos, das ações, dos acontecimentos, das relações que se dão na base material, econômica. E “a realidade é uma superestrutura situada imediatamente acima da base econômica” (BAKHTIN, 2006, p.36).

2.2 A questão das ideologias

Para Bakhtin e seu círculo, não há uma ideologia pronta, acabada, presente permanentemente na consciência dos indivíduos. É no jogo entre a estabilidade e a instabilidade que se constroem as ideologias. A relação entre os acontecimentos que se dão na concretude, na materialidade (infraestrutura) e as superestruturas ideológicas não pode ser estudada de maneira mecanicista, direta. É no movimento constante, no embate constante que se constroem essas relações.

A construção do conceito de ideologia para Bakhtin e o Círculo é concreta e dialética. A perspectiva marxista de uma ideologia como falsa consciência é aceita em partes pelo Círculo, que estabelece, paralelamente à ideologia oficial, a ideologia do cotidiano. Esse termo passa então a ser empregado no plural, considerando-se tanto a concepção de ideologia apontada por Marx como uma

²² Além desses fatores, trabalhamos outros, como a questão da abrangência de cada discurso, no capítulo 3, item 3.2.

“falsa consciência”, como também concepções de ideologia como em expressões “ideologia científica”, “ideologia marxista” etc. (PONZIO, 2008, p.115).

Em *A Revolução Bakhtiniana* (PONZIO, 2008), a noção de ideologia é caracterizada seguindo o uso que Bakhtin faz dela. Bakhtin, por meio do termo “ideologia”, indica as diferentes formas de cultura, os diferentes sistemas superestruturais, como a ética, a religião, a arte, o direito, o conhecimento científico, etc. (ideologia oficial), além dos diversos substratos da consciência individual, desde aqueles que coincidem com a “ideologia oficial” até os que compõem a “ideologia não-oficial”, os substratos do inconsciente, do discurso censurado (PONZIO, 2008, p.112, 113).

A respeito das diferentes ideologias – a oficial e a do cotidiano – Miotello, no texto intitulado *Ideologia*, esclarece que

a ideologia oficial é entendida como relativamente dominante, procurando implantar uma concepção única de produção de mundo. A ideologia do cotidiano é considerada como a que brota e é constituída nos encontros casuais e fortuitos, no lugar do nascedouro dos sistemas de referência, na proximidade social com as condições de produção e reprodução da vida. (MIOTELLO, 2005, p.168 e 169).

No embate das diferentes ideologias, o contexto ideológico mais amplo é constituído simultânea e mutuamente a partir das relações de estabilidade (ideologia oficial) e instabilidade (ideologia do cotidiano), que se dão de acordo com os interesses, com a concepção de mundo, com a visão e organização sobre a ordem das coisas na base socioeconômica.

No contexto social ligado às atividades econômicas em torno da agricultura e pecuária – o agronegócio – o jogo entre os discursos mais estáveis e os menos estáveis instaura ideologias distintas, que, no embate, refletem diferentes compreensões da realidade social e expressam pontos de vista contendo diferentes valorações dos fatos, diferentes refrações. Isso se dá uma vez que “a ideologia é a expressão das relações histórico-materiais dos homens, mas ‘expressão’ não significa somente interpretação ou representação, também significa organização, regularização dessas relações” (PONZIO, 2008, p.113).

A escolha das palavras para construir um texto é a escolha de signos ideológicos, uma vez que “a palavra é o fenômeno ideológico por excelência” (BAKHTIN, 2006, p.36). Ponzio, ao escrever sobre signo e ideologia, retoma Bakhtin, quando afirma que está sempre presente no signo ideológico “uma ‘acentuação valorativa’, que faz com que o mesmo não seja simplesmente expressão de uma ‘ideia’, mas a expressão de uma tomada de posição determinada, de uma práxis concreta” (PONZIO, 2008, p. 115).

Construir discursos que proclamem o agronegócio como a grande esperança brasileira na firmação do nosso país na economia mundial e, para tanto, escolher palavras como “desenvolvimento sustentável”, “geração de emprego e renda”, “redução das desigualdades sociais”, “promoção de segurança alimentar”, “competitividade em benefício da sociedade brasileira”, “o setor mais importante da economia brasileira”, “o agronegócio leva o Brasil nas costas”, entre outras várias, já trazidas e estudadas por nós no item anterior, é tomar posição diante desse quadro socioeconômico e expressá-la por meio dos signos ideológicos, da ideologia, que, por tratar da manutenção e fortalecimento da atual ordem das coisas, tornando os discursos monologizados e monologizantes, constrói os discursos oficiais; trata-se, portanto, da ideologia oficial.

No entanto, há outras tomadas de posição, outras valorações que podem ser construídas a partir das relações com a base material. Uma tomada de posição, por exemplo, questionadora, subversora da ordem das coisas, que coloca em evidência as desigualdades geradas a partir do atual modelo de desenvolvimento, que discute os acontecimentos além das aparências de estabilidade, numa análise mais profunda, que movimenta as estruturas já instauradas em busca de mudanças. A expressão dessa valoração, então, avalia o atual modelo de desenvolvimento ancorado no agronegócio com palavras como “modelo baseado na concentração de renda e na desigualdade social”, “processo intrinsecamente maléfico”, “baseado na violação dos direitos humanos, sociais e ambientais”, entre tantas outras. Na escolha dessas palavras e não de outras para construir seus discursos, há a presença da ideologia questionadora, a ideologia da instabilidade, a ideologia não-oficial. Essas diferentes ideologias se constituem no embate das relações travadas na base material da sociedade e, por meio dos signos, refletem e refratam diferentes realidades.

Assim como as palavras, imagens são signos e, portanto, são ideológicas, pois expressam valorações, tomadas de posição diante dos acontecimentos e essas posições geram ações, numa relação dialógica. Diferentes discursos geram ações diversas e são, ao mesmo tempo, gerados por elas. Os mesmos discursos de que estamos tratando até o momento a respeito do agronegócio são compostos também por imagens que, com a mesma carga ideológica das palavras, constroem e expressam o ponto de vista daqueles que são os seus autores e ecoam as vozes daqueles que são representados por esses autores por meio de tais discursos, que pertencem à mesma classe social.

Nos discursos que defendem, justificam e pregam o fortalecimento da atual configuração dos meios de produção, das ações políticas e econômicas para sustentar o atual modelo de desenvolvimento, as imagens, também signos ideológicos, refletem valorações sobre essa atividade econômica de maneira positiva, construindo sempre uma ideia de desenvolvimento, de produtividade, de progresso, de grandeza, modernidade técnica e científica.

As diferentes ideologias são construídas e consolidadas em processos extremamente amplos, cercando, colonizando os discursos. E nesse embate, nesse jogo de relações valem os mais diversos recursos linguísticos ideológicos, signos de formas variadas de diferentes materialidades. Numa de suas propagandas veiculadas na televisão²³, o Banco Bradesco apresenta o seu discurso sobre o Brasil. Que país é esse? País de quê? E nessa construção, é possível perceber a presença de vários outros discursos já consolidados a respeito de nosso país, como por exemplo, “O Brasil é o país do futebol”.

A imagem do comercial começa com os acordes da música *Isto aqui, o que é?* de Ary Barroso²⁴. Com uma tomada aérea do estádio do Maracanã, a propaganda se inicia a partir de um jogo de futebol e vai mostrando imagens variadas daquilo que essa instituição financeira julga ser o Brasil – máquinas

²³Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=coat5rurPko>>.

²⁴ Isto aqui, ô ô / É um pouquinho de Brasil iá iá / Deste Brasil que canta e é feliz, / Feliz, feliz, / É também um pouco de uma raça / Que não tem medo de fumaça ai, ai / E não se entrega não / Olha o jeito nas 'cadeira' que ela sabe dar / Olha só o remelexo que ela sabe dar / Morena boa, que me faz penar, / Bota a sandália de prata / E vem pro samba sambar

trabalhando em plantações de soja e cana, indústrias, prédios e casas, a torcida aplaudindo e vibrando com esse espetáculo que é o nosso país.

Além das imagens, as palavras que compõem esse discurso definem o que é o Brasil: *O Brasil é mais que o país do futebol* – aqui já há as vozes de uma ideologia já histórica em nosso país: o país do samba e do futebol, é a ideologia do cotidiano, dos encontros fortuitos, das conversas de ponto de ônibus, de fila do banco, das mesas de bares e restaurantes, dos encontros familiares no domingo, entre muitos outros contextos e relações sociais. Mas o Brasil é muito mais do que isso: *É o país da agricultura e da pecuária, onde o Bradesco tem presença, há mais de 60 anos, financiando produtores de todos os tamanhos* – muito embora as imagens só retratem as grandes e modernas máquinas trabalhando em plantações de soja e de cana-de-açúcar, que são os produtos mais exportados pelos grandes produtores do agronegócio.

A construção ideológica desse discurso prossegue: *é o país da iniciativa empresarial, com presença constante do Bradesco na vida do pequeno, médio e grande empresário*. Aqui, além de construir mais uma parte da identidade de nosso país – a iniciativa empresarial - o banco afirma-se presente em todos os níveis desse setor, no pequeno, no médio e no grande. Mas não diz quais as condições oferecidas a cada um, as taxas de juros, as facilidades para se conseguir crédito, as garantias que cada tipo de empresário deve possuir, enfim, coloca-se como atuante nas ações de todos os tamanhos de empresas, de maneira homogênea, enfraquecendo, mais uma vez, as situações de conflito, de desigualdade.

E segue: *é o país da diversidade e da igualdade, da iniciativa privada em equilíbrio com o setor público, onde o Bradesco tem presença em todas as classes, com o maior número de pontos de atendimento do país – em quase 100% dos municípios*. Diversidade então toma o lugar do signo desigualdade. Desigualdade carrega consigo o conflito, injustiça – social, política, econômica. Diversidade carrega consigo as diferentes identidades, as diferentes construções ideológicas, os diferentes desejos e interesses. Não desiguais, apenas diferentes. Como se houvesse o mesmo espaço e a mesma abertura para todas essas diferenças. Já a desigualdade expõe a ferida, revela um problema, pode gerar o desejo de combatê-la. Faz sentido combater a desigualdade, mas talvez não faça

tanto sentido assim combater a diversidade. Além disso, do modo como o discurso do Bradesco foi construído, a igualdade caminha junto com a diversidade. São signos que apresentam essa compatibilidade de certa maneira. No entanto, desigualdade e igualdade expressam sentidos, significados, opostos e, assim, não poderiam caminhar juntos.

E, com todas essas características desse novo Brasil que estamos vivendo com forte apoio dessa instituição financeira, *esse não é mais um país do futuro. Hoje, no mundo, o Brasil é Presença e Presença no país é Bradesco.* A esperança de que nosso país se faça presente no cenário internacional já está se concretizando, segundo esse discurso; discurso, aliás, que não discute em nenhum momento qual o preço que está sendo pago por tudo isso, nem quem é que recebe os lucros de tamanho investimento, que não é só financeiro, mas também político, também social.

A perversidade ideológica nesse discurso se completa com a ideia de igualdade, de equilíbrio. Já está tudo bem, tudo equilibrado, temos a presença protetora de um banco em todas as classes sociais. Essa estrutura está, então, de acordo com esse discurso, atendendo às expectativas do povo. Essa construção é perversa por conta de plantar a ideologia que torna os discursos monológicos, que fortalece e prega a manutenção da atual ordem das coisas – vejam como o nosso país está crescendo, está diversificando suas atividades, vejam como o povo está feliz – as arquibancadas do estádio estão cheias de um povo que vibra, que aplaude, que canta, que pula, que comemora e que, com muito orgulho, levanta a bandeira brasileira.

Entre todas essas compreensões, há aquela que nos é uma das mais caras: *O Brasil não é mais o país do futuro. Hoje, no mundo, o Brasil é Presença.* Também aqui está a ideologia oficial dos discursos contemporâneos sobre o Brasil que temos. Um Brasil que está se fortalecendo cada vez mais no cenário mundial, que tem Presença, que tem voz. Hoje. E quanto a essa presença, não se discutem os preços sociais que são pagos, não se questionam as desigualdades – aliás, a desigualdade já virou diversidade, que, pela leitura desse discurso, caminha com a igualdade, com o equilíbrio.

E os signos ideológicos verbais e imagéticos nessa propaganda se somam ao som, aos acordes da música escolhida como fundo e que representam

também um discurso ideológico de um Brasil “que canta e é feliz”, de uma raça “que não tem medo de fumaça, que não se entrega, não”. Essa luta do povo brasileiro é sempre retratada como uma luta que vale a pena. Para isso, criam-se afirmações que viram até bordões e amplas campanhas publicitárias para que a garra do brasileiro, apesar de todas as dificuldades enfrentadas por ele, seja fortalecida: “sou brasileiro e não desisto nunca”. E toda essa luta é sofrida, mas tem o seu valor. Veja só o crescimento de nosso país. O mundo inteiro já sabe quem somos. Temos o nosso papel garantido no cenário mundial. E o agronegócio é a principal dessas forças que nos impulsionam para isso. Somos o “celeiro do mundo”. E a letra da música que é fundo desse vídeo comercial, embora não seja cantada durante a propaganda, ainda caminha, depois da luta, da raça e da felicidade do povo brasileiro, para a mulata que “bota a sandália de prata e vem pro samba, sambar”. Afinal, “somos mais que o país do futebol”. “Somos o país da agricultura e da pecuária” – do samba e da boa morena com molejo nas “cadeira”.

As vozes do povo brasileiro vão sendo monologizadas de maneiras várias. Em 2006, numa série de reportagens especiais no período que antecedia as eleições presidenciais, o Jornal Nacional criou a chamada “Caravana JN²⁵”, que consistia numa viagem feita por uma equipe desse telejornal pelas cinco regiões do Brasil para conhecer os desejos do povo brasileiro e suas expectativas com relação às eleições.

Numa dessas paradas, estava a chamada “terra do agronegócio” – o Mato Grosso, no Centro-Oeste. A grande missão de Pedro Bial e sua equipe seria captar “os desejos dos brasileiros na terra do agronegócio”. Em descrição entusiasmada dessa chegada, o texto da reportagem afirma *reencontramos o asfalto em grande estilo, na moldura luxuosa da Chapada dos Guimarães. No centro do continente sul-americano cresceu Cuiabá, capital testemunha de uma revolução brasileira* (grifo nosso). Por essas palavras está expressa a valoração dessa equipe jornalística com relação às atividades econômicas ligadas ao agronegócio – revolução brasileira.

25 JORNAL NACIONAL. Disponível em:
<<http://jornalnacional.globo.com/Telejornais/JN/0,,MUL569077-10406,00-OS+DESEJOS+NA+TERRA+DO+AGRONEGOCIO.html>>. Acesso em: 10 mai. 2010. – 17h45

E numa construção positiva a respeito dessa atividade e dos benefícios proporcionados por ela, as palavras de um morador da cidade, de um fazendeiro e de um funcionário caminham numa mesma direção. *Ninguém esperava que fosse evoluir tanto; A gente começou a ter condições melhores de trabalho, melhores salários e melhor qualidade de vida.* E a reportagem segue essa mesma construção *Nesses 20 anos, fazenda virou empresa.* E o discurso, enaltecendo a produção agrícola para exportação em larga escala, segue para o rumo das necessidades desse pessoal ligado a ela. O discurso é construído agora para tornar conhecida uma crise pela qual o setor estaria passando e aponta o que seria preciso para solucioná-la: *De 1996 a 2002 [época em que o governo ainda era de Fernando Henrique Cardoso – PSDB. 2002 é exatamente o ano em que o Presidente Lula vence a eleição presidencial], o agronegócio, a agricultura como um todo viveu uma época muito boa, uma fase muito boa.* Mas, segundo o entrevistado alguns entraves impedem o desenvolvimento maior dessa atividade: *A falta de infra-estrutura para escoar os produtos, a carga tributária abusiva, a concorrência dos transgênicos e o dólar baixo levam à crise.*

O discurso, portanto, leva, numa construção ideológica, os pedidos dessas pessoas para o próximo governo para que a *revolução brasileira* possa continuar cumprindo seu papel no desenvolvimento econômico em escala mundial: *“o agronegócio representa 20% do PIB brasileiro. Como superar a crise no próximo governo? Três desejos: ‘a liberação das variedades das culturas transgênicas, uma redução da carga tributária e que o governo invista em infra-estrutura de logística, de transporte’”.* E, com essas palavras, o discurso atribuído “às pessoas da terra do agronegócio” enaltece mais uma vez essa atividade econômica e prega o seu fortalecimento, expressando as necessidades [ditas do povo] para que o desenvolvimento, a “revolução brasileira possa continuar”.

E novamente no período que antecede as eleições presidenciais, agora em 2010, o programa de telejornalismo *Jornal Nacional* prepara uma série de reportagens sobre as necessidades e expectativas dos brasileiros para os próximos governos. Desta vez, o jornalista Ernesto Paglia visita vinte e sete municípios brasileiros a bordo de um avião. Um município por dia. Uma série que se define como “um retrato do país, dos desafios que precisam ser vencidos e das conquistas que devem ser preservadas”. O projeto foi iniciado em Macapá, no

estado do Pará. De lá, começaram a ser sorteadas as cidades que seriam visitadas pela equipe de jornalismo que desenvolveu o projeto. O nome *JN no ar* se deve ao fato de as viagens serem realizadas de avião, num jato da equipe do Jornal Nacional, e não de ônibus, como nas últimas eleições presidenciais, em 2006, durante o projeto denominado *Caravana JN*.

Da série de reportagens exibidas em 2006, analisamos trechos referentes a desejos e necessidades de cidadãos do Centro-Oeste do Brasil, em função de ser um estado com fortes ligações com o agronegócio. Agora, no projeto *JN no ar*, mais recente, vamos seguir o mesmo critério e analisar discursos construídos na visita da equipe de jornalismo do Jornal Nacional às cidades dessa região do país.

Colíder (MT), Planaltina de Goiás (GO), São Sebastião (DF) e Ponta Porã (MS)²⁶ foram as cidades visitadas pelos integrantes do projeto na Região Centro-Oeste. Antes das reportagens sobre a cidade, são apresentados dados sobre o Estado; dados esses como: mortalidade infantil, analfabetismo, renda média da população, acesso a saneamento básico, extensão, número de eleitores, número de habitantes e principal atividade econômica.

Nas cidades de São Sebastião e Planaltina de Goiás, foram mostradas as carências da população em relação a saneamento básico, educação, saúde, infraestrutura em geral; a pobreza foi bastante explorada nas imagens, ao lado da constatação de que, apesar da proximidade dessas duas cidades em relação à capital federal, o que elas recebem de recursos não atende nem o mínimo de suas necessidades básicas. Na cidade de Ponta Porã, o maior destaque da reportagem foi em relação à vontade do povo de resolver seus problemas com força e trabalho próprios, sem esperar muito auxílio dos governos, que, segundo esse discurso, não chega. Também foi bastante explorada a proximidade dessa cidade com o Paraguai e as influências culturais geradas nas relações entre esses povos. Nesses três lugares, não apareceu nenhum relato de crescimento econômico proporcionado por alguma atividade específica. Já no município de Colíder, fundado como parte de programa de ocupação do Centro-Oeste brasileiro, as histórias relatadas pela reportagem indicam crescimento, oportunidade, progresso.

²⁶ Ver: <http://g1.globo.com/platb/jnnoar/> - acesso em 01/10/2010 – 14h42

A introdução da reportagem já faz uma breve descrição desse município: “Colíder está vivendo hoje um momento de grande expansão, de crescimento e parece haver lá uma preocupação para que esse crescimento não repita os erros do passado”, referindo-se aos impactos ambientais causados pela ocupação das terras e pela implantação das atividades de agropecuária. As narrativas sobre a cidade são de pessoas que se mudaram para lá e mudaram de vida; são histórias de famílias que se formaram lá e que hoje, em vista das atividades econômicas lá desenvolvidas, colhem os frutos de tempos de trabalho. Sobre os empregos, afirma-se que, nesse discurso, os dois laticínios da cidade produzem queijos e que toda essa produção vai para São Paulo e que, com isso, “os empregos geram riqueza aqui mesmo”; os entrevistados afirmam: “valeu, porque a minha família eu criei aqui”; “não trabalha em Colíder quem não quer trabalhar, mão de obra qualificada muitas vezes falta aqui em Colíder”. E a reportagem segue apontando números da produção gerada pelos frigoríficos, das perspectivas de aumento das exportações e da expansão das atividades agrícolas e, principalmente, pecuárias.

É possível construir uma compreensão de todas essas informações de que nos lugares do Centro-Oeste em que o agronegócio não atua de maneira relevante, o que se tem é a pobreza, são as carências, a falta de perspectivas, reivindicações populares por mudanças; já nos lugares onde o agronegócio é forte, o crescimento é uma consequência, não existem reclamações nem reivindicações, não há necessidade de mudança, apenas de fortalecimento da atual ordem das coisas. Assim, o agronegócio gera crescimento, gera ações na base material da sociedade, tais ações geram discursos de manutenção dessa ordem e de seu fortalecimento, ao mesmo tempo em que já prepara terreno para ações futuras: “eles [os donos do frigorífico mostrado na reportagem] apostam no futuro do lugar”; Ernesto Paglia ainda faz uma seleção de ações que já estão sendo implantadas pelos governos municipal e estadual de infraestrutura, para que os erros ambientais do passado não se repitam, e afirma: “preparada assim, Colíder quer ficar só com a parte boa da futura hidrelétrica do rio Telles Pires. Tomara que o próximo salto de crescimento não repita os erros do passado”. O discurso aqui é construído no sentido de projetar as futuras ações e justificá-las discursiva e ideologicamente, destacando os bons resultados do passado, pelo menos no que diz respeito à visão de mundo dos locutores desse discurso.

As propagandas, os discursos jornalísticos, as canções, os discursos do governo brasileiro, do sistema financeiro, das grandes corporações, tanto daquelas envolvidas na produção direta das *commodities* agrícolas para exportação, quanto das que produzem maquinários de todos os tipos e outros materiais empregados nesse processo pregam a manutenção da atual configuração das coisas, do modelo de desenvolvimento adotado pelo país, da distribuição das terras, dos meios de produção, da renda. Por discursos como esse da propaganda do banco Bradesco e de outros já trazidos por nós nesse trabalho o povo vai sendo contido. As manifestações vão sendo freadas. A organização social por mudanças vai sendo criminalizada. As ideologias é que exercem essa função. As ideologias oficiais, aquelas que tornam a voz do povo brasileiro única, monológica. Que abafam vozes diferentes que destoam do coro de felicidade, de um povo guerreiro, que tem raça, que canta e é feliz.

Esse processo de monologização das vozes sociais pelas ideologias oficiais é um processo histórico, que acompanha a caminhada da organização social, política e econômica do Brasil. E nessa construção, há uma multidão de fios ideológicos que compõem, como num tecido, o manto de discursos que circulam a respeito de diferentes aspectos da nossa sociedade, em especial do agronegócio, nas mais diversas esferas de atividade humana. Não há só uma ideologia neles, há uma multidão delas. Não há somente uma razão para que esses discursos sejam construídos e amplamente divulgados. Há milhões delas. Como nos alerta Paulo Freire:

nunca um acontecimento, um fato, um feito, um gesto de raiva ou de amor, um poema, uma tela, uma canção, um livro, têm por trás de si uma única razão. Um acontecimento, um fato, um feito, uma canção, um gesto, um poema, um livro se acham sempre envolvidos em densas tramas, tocados por múltiplas razões de ser de que algumas estão mais próximas do ocorrido ou do criado, de que outras são mais visíveis enquanto razão de ser (FREIRE, 2008, p.18).

As tramas, os fios, as raízes, as capilaridades várias desses discursos vão modificando as relações sociais, vão contendo as vozes populares, vão inspirando o nascimento de outras vozes, vão conduzindo as ações políticas, econômicas, vão lutando por hegemonia, que, na atualidade, deve ser uma

hegemonia, acima de tudo, discursiva. E assim, as lutas contemporâneas são aquelas constituídas com base no poder, são lutas por poder. E arena onde elas acontecem com maior intensidade é no discurso. Visto que nos discursos são travadas as batalhas ideológicas do contemporâneo, passaremos, então, no próximo capítulo ao estudo dos discursos hegemônicos e dos não hegemônicos, do embate que os constitui.

Capítulo III



Sebastião Salgado (2000)

CAPÍTULO III

“O estilo é o homem’, dizem; mas poderíamos dizer: o estilo é pelo menos duas pessoas ou, mais precisamente, uma pessoa mais seu grupo social na forma do seu representante autorizado, o ouvinte – o participante constante na fala interior e exterior da pessoa” (BAKHTIN, VOLOSHINOV, 1976)

DIALOGISMO E TENSÃO NOS DISCURSOS: a luta de classes no contemporâneo

Introdução

Neste capítulo, trabalhamos com os discursos circulantes a respeito de ações em torno das atividades econômicas ligadas ao agronegócio, a partir da concepção de que há discursos que constroem o agronegócio como a chave para o desenvolvimento econômico do Brasil, bem como a porta para inserir o país no cenário econômico mundial e, partindo dessa construção, lutam pela manutenção e pelo fortalecimento desse setor. Ao mesmo tempo, circulam também discursos que lutam pela subversão dessa ordem das coisas, que questionam as ações em torno do agronegócio, afirmando a existência de alternativas de modelos de desenvolvimento, mais igualitários e menos excludentes e que, de fato, proporcionariam desenvolvimento para o país e não para um pequeno e seletivo grupo de grandes proprietários de terras e grandes produtores.

Essa luta, que é uma luta ideológica, será trabalhada por nós neste terceiro capítulo, de modo a levantar discursos impregnados de ideologias oficiais, aquelas que lutam pela manutenção e fortalecimento da atual ordem das coisas, e de ideologias não-oficiais, que são aquelas que lutam pela movimentação da base material, pela subversão da atual ordem de coisas, da atual organização; discursos hegemônicos e não hegemônicos, suas construções com base nas tensas relações sociais e a orientação dos interesses de classes para a constituição desses discursos que refletem e refratam significativamente a luta de classes nas questões da agricultura e da pecuária brasileiras.

3.1 O discurso alheio no discurso do eu: dialogismo na constituição dos textos

Uma enunciação põe em jogo palavras e expressões que, necessariamente, já foram enunciadas em outros momentos, em situações semelhantes ou não. Isso porque as palavras não estão no conjunto da língua abstrata e sim no conjunto de discursos concretos, que se ligam “a contextos situacionais e linguísticos concretos” (PONZIO, 2008, p.102).

Ao tomar o discurso do outro, o falante dá nova vida às palavras escolhidas para compor seu próprio discurso. É dessa forma que a vida das palavras é garantida, caso contrário, perderiam sua força, seu vigor. A mesma palavra se constitui de maneiras diferentes a cada enunciação, ganha uma nova roupagem, um novo uso naquele contexto em que foi empregada. São incorporados novos sentidos a cada novo uso. Assim, o discurso do eu está sempre impregnado do discurso do outro, uma vez que essa relação dialógica é que liga os textos, sejam eles falados ou escritos.

As escolhas feitas pelos autores de textos no que diz respeito às palavras e/ou expressões que serão empregadas e suas diferentes combinações não são escolhas feitas de maneira abstrata, mas “dependem dos instrumentos que uma determinada língua põe à disposição para representar a palavra alheia” (PONZIO, 2008, p. 104). Isso justifica nossa busca por elementos linguísticos que sejam capazes de marcar o discurso alheio no discurso do sujeito produtor dos textos por nós selecionados para compor esse trabalho.

O contexto histórico e social também é parte integrante na produção dos discursos e na reprodução de outros discursos alheios, seja para ressaltar, reafirmar, contrapor ou combater o seu conteúdo.

Condições sociais concretas são as que conduzem ao predomínio de alguns modos de situar-se diante do discurso alheio, que se têm transformado em “gramaticais” dentro de uma determinada língua e que se assumem como modelos sintáticos desta língua. A influência que exercem estes modelos sobre o comportamento dos falantes depende também de fatores histórico-sociais. (PONZIO, 2008, p.104).

O contexto social constitui o material verbal que se dá em determinados momentos de uma maneira ou de outra. Diante do anúncio de aumento de preço do açúcar, por exemplo, encontramos, no Jornal Folha de S. Paulo – caderno Agrofólia – a seguinte manchete: *Preços do açúcar reagem e podem ajudar usineiros* (ZAFALON, 2008, p. B12). Aqui, a constituição histórica e social desse suporte midiático dá forma à materialidade verbal da notícia de maneira positiva para determinado grupo social, nesse caso, os usineiros.

Em outro jornal, meses antes, também diante de um anúncio de aumento de preços de alimentos, vemos: *Alimento mais caro é culpa das grandes empresas transnacionais* (BRASIL DE FATO, 2008, p. 1). Nesse enunciado, as palavras escolhidas para estampar a capa do jornal colocam as grandes empresas como responsáveis por algo ruim para outro grupo social, no caso aqueles que precisam comprar alimentos e dispõem de pouco ou nenhum recurso monetário. É a luta de classes se dando nas palavras. É o discurso do outro ou de outros constituindo o discurso dos autores dos textos mencionados.

O trabalho com textos jornalísticos, que pertencem a uma esfera de atividade humana consolidada e que, por essa razão, apresentam características relativamente estáveis, nos ajuda a pensar sobre os discursos aí contidos. A leitura e a compreensão desses textos, desses discursos, buscam reconhecer, na da materialidade linguística, um discurso que não é produto exclusivo de seus autores, mas entrelaçado com o discurso de outros sujeitos, enquanto indivíduos, grupos ou classes sociais, atendendo a seus interesses ou justificando ações no campo produtivo, nesse caso específico, o agronegócio. A materialidade linguística, então, orienta na busca de marcas de palavras próprias e palavras alheias, constituintes dos discursos analisados. Tais marcas serão trabalhadas por nós no próximo item.

3.1.1 Algumas das marcas de discursos alheios nos discursos de um eu

A produção de um texto é sustentada por um projeto de dizer, uma intenção que aquele sujeito autor tem de colocar em jogo determinadas ideias e não outras, de discutir determinados assuntos e não outros, de abordar esses assuntos sob um ponto-de-vista e não sob outro e, com essas escolhas, por meio

desse projeto, as ideologias são constituídas e constitutivas de discursos que vão sendo construídos para mover ações no campo material e serem movidos por elas.

Os autores dos textos, nesse caso, os jornalistas, constituem-nos pensando as necessidades que seus leitores terão para que possam compreender aquilo que está sendo exposto por meio de suas palavras. Isso se dá, pois, “todo enunciado tem sempre um destinatário (de índole variada, graus variados de proximidade, de concretude, de compreensibilidade, etc.)” (BAKHTIN, 2003, p. 333). Os sujeitos autores do texto, do discurso, buscam e antecipam a *compreensão responsiva* de seu destinatário.

Em busca dessa compreensão por parte de seus leitores/destinatários, os autores dos textos com os quais trabalhamos, os jornalistas, lançam mão, por várias vezes, de orações explicativas, por exemplo, para trazer para mais perto esses seus leitores, os destinatários de seus textos. Observemos alguns exemplos, retirados do caderno Agrofólia, publicado semanalmente no interior do caderno Dinheiro, no jornal Folha de S. Paulo: *Tudo o que a avicultura não quer ver é o filme do primeiro semestre de 2006, quando os consumidores brasileiros foram brindados com preços extremamente baixos e embalagens escritas em árabe e em russo* (ZAFALON, 2008, p.B11). Nesse trecho, é possível perceber as vozes dos produtores de aves no Brasil, quando o sujeito autor, o jornalista, diz que os mesmos não querem ver o filme do início de 2006; em seguida, utiliza uma oração que esclarece o ocorrido na data mencionada, para que os seus leitores não careçam dessa informação para compreender o objetivo dele com essa fala. Dessa maneira, mesmo sem o uso de aspas ou o uso de expressões – como: segundo produtores, diz ..., afirma o diretor da empresa X - o jornalista tomou o discurso dos produtores de aves como parte de seu próprio discurso.

No mesmo artigo, encontramos *A alegria dos consumidores custou caro para os produtores* (ZAFALON, 2008, p.B11). Tal afirmação é escrita pelo autor do texto, mas revela, mais uma vez, a fala dos produtores e consumidores de aves. O jornalista incorpora à sua fala o discurso alheio, julgando o fato da diminuição dos preços de aves no mercado como negativo. Ainda dentro do texto de Mauro Zafalon, a expressão *A falta de recursos fez a empresa suspender o fornecimento de ração a produtores empregados* (ZAFALON, 2008, p.B11)

expressa a justificativa dos produtores para a suspensão do fornecimento de ração a outros produtores a eles integrados, que é feita pelo autor do texto, sem o recurso das aspas, ou de expressões que introduzem ideias de outras pessoas nos textos, como os verbos de dizer, etc.

Ao tratar da questão da redução de créditos para esse setor, o autor utiliza em seu discurso o trecho: *esse crédito servia de capital de giro para as empresas que, agora, terão mais dificuldades, principalmente porque não há repasse do crédito do governo pelos bancos* (ZAFALON, 2008, p. B11). Com essa fala, o sujeito produtor do texto toma para si mais uma vez o discurso dos produtores de aves para embasar as razões pelas quais esses produtores anunciam a redução na produção no setor de avicultura, não foi por vontade própria, mas pela necessidade, posto que agora as dificuldades para obtenção de crédito para servir como capital de giro aumentaram.

Num outro texto, também do caderno Agrolinha, a respeito da perda de R\$10 bilhões, sofrida pela cadeia da cana em dois anos, utilizando o trecho *a reação nos preços é o alívio de que produtores e usineiros necessitam para amenizar a falta de crédito, acentuada com a crise econômica mundial* (ZAFALON, 2009, p.B6), o autor, mais uma vez, justifica o aumento dos preços de biocombustíveis produzidos a partir da cana com base na *falta de crédito* para o setor. Novamente a fala do autor do texto é impregnada do discurso de usineiros, para ser usada em defesa deles e de seus interesses.

No mesmo texto, o jornalista, por meio da afirmação *algumas usinas ainda mantêm a produção, mas com baixa rentabilidade. Além disso, as pressões de caixa diminuiram nesse período, o que leva as usinas a colocarem menos álcool no mercado* (ZAFALON, 2009, p.B6), embasa a diminuição da oferta de álcool no mercado, absorvendo as razões expostas em algum momento por usineiros para tal medida, explicando o que significa a queda das pressões de caixa.

O autor expõe no seu discurso o lado de usineiros e de consumidores do álcool combustível: *se produtores e usineiros não sentem a recuperação dos preços da matéria-prima, os usuários do combustível nos postos também não veem muita retração nos valores* (ZAFALON, 2009, p.B6). Em seguida, sustenta esse fato por meio de justificativas usadas pelo mercado: *o repasse da baixa para o consumidor é sempre mais demorado do que o da alta* (ZAFALON, 2009, p.B6 –

grifo nosso). Por meio dessa afirmação, pode-se inferir que tal acontecimento seja *natural* no mundo comercial. O uso do advérbio de tempo *sempre* demonstra esse fenômeno, a nosso ver, como uma tradição, algo já instalado histórica e socialmente, uma ideologia já estabilizada, oficializada a esse respeito.

A respeito da medida adotada pelo Paraguai contra perdas na produção de soja, o jornalista, por meio de uma oração explicativa, apresenta a posição dos agricultores diante do aumento e da queda de preços nesse setor: *Já os agricultores, que estavam animados com a alta de preços da soja após a quebra de um volume superior a 15 milhões de toneladas na América do Sul, começam a ficar apreensivos com o recuo de preços na última semana* (ZAFALON, 2009, p.B10 – grifo nosso). A oração explicativa, aqui, acrescenta o posicionamento dos agricultores diante do aumento dos preços da soja – eles estavam animados com esse fato - e o posicionamento do mesmo grupo com relação ao recuo nos preços do produto nas últimas semanas – agora estavam apreensivos. Essa oração, portanto, demonstra o movimento discursivo, impulsionado pelo movimento das ações de alta e recuo dos preços da soja.

Também é possível perceber a presença do discurso de outrem no discurso de André Palhano, em texto publicado no caderno Agrofólia, sobre a busca de certificação pela cadeia de biocombustíveis. Em seu discurso, Palhano utiliza o trecho *como o Brasil tem características para se tornar o principal fornecedor mundial de etanol produzido a partir da cana-de-açúcar e um importante fornecedor de biodiesel, [...]* (PALHANO, 2008, p.B13) para explicitar algo que parece já ser consensual no país a respeito do tema. Portanto, é a presença do discurso de muitos brasileiros e do mercado mundial de biocombustíveis no interior do discurso desse autor. Aqui, pode-se perceber a ideia de que o caminho traçado e seguido pelo nosso país é um caminho que leva ao fortalecimento das atividades de cultivo de matérias-primas para a fabricação de biocombustíveis, uma vez que esse caminho, esse modelo de produção, nos conduzirá ao sucesso econômico do Brasil e à sua inserção no mercado internacional de biocombustíveis, o que economicamente seria interessante, na visão da classe produtora.

Palhano ainda divulga o objetivo da busca de certificação pelo setor da seguinte maneira: *o objetivo é derrubar argumentos externos de que o etanol*

brasileiro não atende critérios de sustentabilidade exigidos em países desenvolvidos, por conta da utilização do trabalho escravo ou infantil, ou desmatamento para o cultivo da cana (PALHANO, 2008, p.B13). Desse modo, o autor toma para si a ideia de que tais afirmações a respeito da produção de biocombustíveis são externas e precisam ser derrubadas para que esse setor tenha mais credibilidade no mercado internacional e possa aumentar seus lucros. Isso se considerarmos que a ideia interna, do próprio brasileiro, é de que o Brasil tem plenas condições de alcançar esse reconhecimento internacional e de que tal fato nos levará a um reconhecimento da economia brasileira no cenário global.

Os advérbios que constituem os discursos, os textos verbais com os quais trabalhamos, são outro recurso empregado e que aponta para um discurso consensual. Como é possível de ser observado nos trechos *crise é sempre ruim, mas esta pode proporcionar [...]; [...] já que os vinhos caros sempre terão consumo garantido* (ZAFALON, 2008, p.B15 - grifo nosso); ou ainda *Tradicionalmente na região de Bento Gonçalves, [...], a produção de uvas para vinho caminha, também [...]* (FOLHA DE S. PAULO, 2008, p.B15 - grifo nosso). Nesses trechos, encontram-se, respectivamente, dois usos do advérbio de tempo *sempre* e do advérbio de modo *tradicionalmente*, que podem indicar consensos sobre o assunto tratado, no caso, a produção e comercialização de vinhos. É como se o discurso presente nos dois textos trouxesse consigo discursos comuns a um conjunto bem maior de pessoas e que não está em discussão, já está instaurado assim, já está estabilizado. E a estabilidade é construída num processo ideológico, as ideologias oficiais são as relativamente mais estáveis, que conduzem as compreensões sobre os fatos de uma maneira mais monológica, que proporcionam uma manutenção da atual ordem das coisas. Se já é assim, se já está estabilizado dessa forma, se já há um consenso a respeito desses acontecimentos, basta-nos lutar para que fiquem assim (“em time que está ganhando não se mexe”) e para que, se possível, sejam fortalecidas. E, nesse jogo, os interesses são atacados e defendidos o tempo todo, numa disputa discursiva.

3.1.2 Os destinatários na constituição dos discursos

“A relação com a palavra alheia nunca é uma relação ‘de equivalência’, porque ela é concebida para um terceiro: o destinatário” (PONZIO, 2008, p.103). Pensando nisso, buscamos comparar o aparecimento do discurso alheio em jornais dirigidos a públicos diferentes: Folha de S. Paulo – nesse jornal, optamos por trabalhar com textos publicados no Caderno Dinheiro, direcionado a investidores, voltando nossos olhares mais especificamente para o caderno semanal Agrolfolha²⁷ – e Brasil de Fato, produzido por movimentos sociais como o MST, a Via Campesina, a Consulta Popular e as pastorais sociais, e que se define como um jornal que apresenta “uma visão mais popular dos fatos”. Contrastando textos desses dois suportes midiáticos, voltaremos nossos olhares aos diferentes posicionamentos defendidos e incorporados no discurso de cada sujeito/autor, que são, em sua essência, produtos histórico-sociais.

Na leitura dos textos, deparamo-nos com o mesmo assunto e, por se dirigirem a públicos distintos, constituem seus discursos com posicionamentos ideológicos também distintos. Trata-se da reivindicação de uma mesma empresa – a finlandesa StoraEnso – sobre mudanças nas leis ambientais de nosso país, pressionando com o argumento de retirada de investimentos caso as leis não atendam às suas necessidades.

Ao escrever a respeito de fusões no setor de produtos florestais, o autor do artigo publicado no caderno Agrolfolha sustenta o discurso de multinacionais sobre a retirada ou diminuição de investimentos no Brasil em função da crise econômica mundial. Pode-se observar essa dinâmica pelo trecho: *outra empresa que quer manter os investimentos, mas não depende dela, é a sueco-finlandesa StoraEnso* (FOLHA DE S. PAULO, 2008, p.B12 - grifo nosso); ou ainda: *no caso da multinacional, não é só a crise que dificulta o cenário, mas a indefinição da lei sobre as compras de terras por estrangeiros nas áreas fronteiriças* (FOLHA DE S. PAULO, 2008, p.B12 - grifo nosso). Por meio dessa afirmação, pode-se inferir a presença do discurso da empresa no discurso do jornalista, dando embasamento à retirada de investimentos e pressionando para que as leis de compra de terras por estrangeiros sejam revistas para que a economia não seja prejudicada. Com

²⁷ Caderno semanal publicado no interior do caderno Folha Dinheiro.

esses argumentos, percebemos, mais uma vez, a existência de ideologias que constroem as atividades de cultivo voltadas à exportação como positivas para a economia do país, bem como a grande importância de investimentos estrangeiros nesse setor para que isso seja consolidado, mesmo que, para isso, seja necessário mudar as leis aqui vigentes.

Ao tratar do mesmo projeto de lei supracitado, o jornal Brasil de Fato apresenta a questão, desde o subtítulo de seu texto, da seguinte maneira: *A empresa StoraEnso infringiu a lei, comprou terras em áreas de fronteira e, em vez de ser punida, pode ser beneficiada por uma mudança na Constituição* (BRASIL DE FATO, 2008, p.2). Por meio desse trecho, o autor fala do lugar daqueles que se apresentam contrários a tal decisão, inserindo assim em seu discurso um discurso coletivo dos pequenos produtores rurais. No mesmo texto, a afirmação: [...] *é sabido que os interesses dos grandes empresários do setor agroexportador estão muito bem representados no Congresso pela bancada ruralista* (BRASIL DE FATO, 2008, p.2 - grifo nosso), identificamos a ideia de coletividade expressa pelo termo *é sabido*, como a absorção do discurso daqueles que não são agroexportadores, e que sabem dessa representação dos interesses de grandes empresários pela bancada ruralista no governo, pelo discurso do jornalista responsável pela autoria do texto.

Essa comparação nos possibilita perceber a constituição dos discursos de diferentes sujeitos sociais, por meio dos sujeitos leitores, que direcionam a composição desses discursos. São os destinatários concebendo a relação entre as palavras alheias, de que nos fala Augusto Ponzio, em cada um dos discursos por nós analisados. Também se pode observar durante as leituras que cada instituição, de acordo com o público a quem fala, orienta seu projeto de dizer e direciona seu ponto de vista sobre os fatos, dando voz e sustentando os interesses de um ou outro grupo social, mais que isso, instaurando uma tomada de posição com relação às ações na base socioeconômica, lutando pela manutenção da atual ordem das coisas ou por grandes modificações, tentando subverter essa mesma ordem.

Em defesa da produção camponesa como uma alternativa, o jornalista afirma: *apenas a agricultura camponesa, com técnicas agroecológicas, pode produzir alimentos de qualidade, mais baratos, sem agrotóxicos nocivos à saúde,*

e garantir a soberania alimentar – o direito que cada povo tem de se alimentar com dignidade (LIMA, 2008, p.3). A voz dos camponeses, nesse trecho, está constituída pela voz do autor do texto, que incorpora em seu discurso os ideais camponeses.

No editorial do mesmo jornal, em que lemos *É preciso mudar o modelo do agronegócio*, o autor defende a necessidade da discussão de um novo modelo de produção agrícola da seguinte maneira: *discutir o futuro do campo brasileiro é refletir sobre que tipo de sociedade queremos* (BRASIL DE FATO, 2008, p.1 - grifo nosso). Ao utilizar o verbo conjugado na primeira pessoa do plural, o sujeito autor leva para dentro de seu discurso o discurso de todos os brasileiros, construindo um querer coletivo, refletindo e refratando por meio dos signos as ideologias não-oficiais, em desacordo com o discurso oficial, que não coloca a produção familiar como prioridade de investimentos e como modelo de produção.

Ainda no mesmo texto, encontramos afirmações, tais como: *no modelo de produção do agronegócio, os fazendeiros substituem a mão-de-obra pelo agrotóxico em suas lavouras de monocultivos* (BRASIL DE FATO, 2008, p.1), o que demonstra um posicionamento daqueles que não são fazendeiros e que também defendem a criação de mais empregos no campo.

Ao escrever: *em vez de melhorar o transporte público, com metrô e trens, as elites apresentam como solução o agrocombustível ou 'biodiesel', como batizaram de forma manipulada. Porque não tem nada de vida (bio)* (BRASIL DE FATO, 2008, p.1), o autor incorpora o discurso das elites em seu próprio discurso para refutá-lo, o que se confirma com o emprego do verbo *batizar* na terceira pessoa do plural e não na primeira, não assumindo para si esse ato.

No trecho: *os usineiros e as transnacionais ganham mais dinheiro e nós vamos pagar a conta, sofrendo com o desequilíbrio ambiental, com mais venenos e destruição da biodiversidade* (BRASIL DE FATO, 2008, p.1), o discurso do autor é constituído do discurso de todos aqueles que não pertencem ao grupo de usineiros nem de transnacionais, o que é marcado pelo emprego do pronome da primeira pessoa do plural *nós* para aqueles que vão pagar a conta em contraposição aos usineiros e às transnacionais, estabelecendo uma divisão, um confronto de interesses e de papéis sociais.

“A língua não é o reflexo das hesitações subjetivo-psicológicas, mas das relações sociais estáveis dos falantes” (BAKHTIN, 2006, p.153). Não há características abstratas na escolha das palavras ou da forma como elas serão organizadas para produzirem sentidos. “Conforme a língua, conforme a época ou os grupos sociais, conforme o contexto presente tal ou qual objetivo específico, vê-se dominar ora uma forma ora outra, ora uma variante ora outra” (BAKHTIN, 2006, p.153). Dessa maneira é que atestamos a força ou a fragilidade de determinadas tendências “na interorientação social de uma comunidade de falantes, das quais as próprias formas linguísticas são cristalizações estabilizadas e antigas” (BAKHTIN, 2006, p.153).

O que determina a maneira como os sujeitos constituem seus discursos são os interesses que cada um tem, tais interesses são fruto da história e da classe social a que cada um desses sujeitos pertence. Essa constituição histórica e social de cada sujeito ou da instituição que ele representa enquanto jornalista dota os acontecimentos de valor, que compõe o ponto-de-vista de cada um e determina o que cada texto vai dizer sobre os fatos, como cada sujeito autor vai tratar desses fatos e imprimir sua marca nesse texto, e tudo isso está diretamente relacionado ao projeto de dizer de cada um, às intenções que constituem os discursos.

Essa compreensão pode ser construída especialmente a partir de textos que tratam de um mesmo fato social, nesse caso a pressão feita pela empresa StoraEnso no que diz respeito às mudanças das leis ambientais do Brasil para atender a seus interesses. Sobre essa mesma questão, o jornalista responsável pela autoria do texto publicado no jornal Folha de S. Paulo escreve em defesa dessa transnacional. Já o jornalista que escreve para o jornal Brasil de Fato se mostra contrário às pressões exercidas pela mesma empresa, sugerindo sua punição por ter infringido uma lei brasileira; e afirma que, sob seu ponto de vista, a bancada ruralista no Congresso Nacional funciona para atender aos interesses de grandes empresários e não do povo brasileiro.

Aquele que enuncia, o sujeito do discurso, é portador coletivo da voz de um povo, uma nação, um grupo social (Bakhtin, 2003). Os sujeitos do discurso nos artigos trazidos para este trabalho são portadores dos discursos de classes sociais distintas, uma vez que, pela leitura dos textos, em sua materialidade,

pelas relações que se podem fazer com a realidade e pelos destinatários a quem cada jornal se dirige, podemos perceber a presença dos discursos de grandes instituições ligadas ao agronegócio, no caso dos textos retirados do caderno Agrofolha, e de trabalhadores e instituições ligadas a eles, no caso dos textos do jornal Brasil de Fato.

3.2 Discursos hegemônicos e não-hegemônicos

Pensar e discutir as relações de hegemonia no campo material, na base socioeconômica, implica pensar os discursos circulantes nesse meio, pensar sobre as relações sociais, as inter-relações, as inter-ações que geram e modificam os discursos e que simultaneamente são geradas e modificadas por eles. Os discursos são impregnados de ideologias e a multiplicidade de ideologias é constituída pela multiplicidade de sujeitos. Isso se considerarmos o conceito de Bakhtin e seu Círculo na obra *Marxismo e Filosofia da Linguagem* a esse respeito: o de que não há ideologia sem signo e que “os signos só emergem, decididamente, do processo de interação entre uma consciência individual e uma outra”. Mais adiante, acrescentam que “a consciência só se torna consciência quando se impregna de conteúdo ideológico (semiótico) e, conseqüentemente, somente no processo de interação” (BAKHTIN, 2006, p. 34).

Dessa interação de um sujeito com outro no mundo, no contexto social em que esses sujeitos estão inseridos, os objetos ou acontecimentos, que têm uma materialidade física e sócio-histórica, recebem valor, o ponto de vista dos sujeitos que com ele se relacionam, inter-agem. A partir daí, é possível constatar diferentes concepções de mundo expressas pelos textos, que são os mediadores nas inter-ações humanas.

Ao longo de processos sócio-históricos, constroem-se concepções distintas da realidade, de acordo com a constituição social dos sujeitos que com ela estão inter-agindo. E nas relações de poder há o estabelecimento de concepções mais estáveis e menos estáveis sobre as coisas e acontecimentos no mundo, o que Bakhtin e seu Círculo chamam de ideologia oficial e não-oficial, respectivamente.

Dessa forma, é possível pensar que grupos distintos de sujeitos sociais concebem o mundo e as coisas ocorridas nele e assim posicionam-se diante

desses acontecimentos de maneiras também distintas. É nesse jogo que gostaríamos de pensar sobre a ideologia, sobre os discursos, sobre as hegemonias no jogo de interesses de diferentes classes sociais. Nessa luta, vemos fatos concretos sendo concebidos distintamente por grupos de sujeitos que organizam o mundo do seu jeito, sob o seu olhar e se expressam sobre isso pela linguagem, pelos textos. Para tanto, olhamos para a linguagem como o lugar em que essa luta dos interesses pelas classes sociais acontece. São os textos em relação a outras tantas coisas no mundo, refletindo e refratando ideologicamente as diferentes percepções da realidade.

Por meio do confronto dos discursos de jornais de circulação nacional, buscamos compreender “a luta entre diferentes motivos ideológicos” (PONZIO, 2008, p.83). Os textos publicados nesses jornais nos mostram essa luta de classes em atividades humanas concretas, materialmente constituídas e, para buscar explicações efetivas das ideologias, é preciso partir “para a esfera das relações sociais materiais e das condições materiais objetivas, dentro das quais os homens operam e criam discursos e representações” (PONZIO, 2008, p.83).

Na contemporaneidade, a luta por hegemonia é uma luta discursiva. Assim, faz-se necessário ler e ouvir o que está sendo dito a respeito dos acontecimentos no mundo, por quem está sendo dito e para quem. Enxergar na linguagem as diferentes concepções de mundo que são expressas nos discursos sobre o agronegócio. A ideologia dominante (oficial), que tenta imprimir uma visão monológica, “única de produção de mundo” (MIOTELLO, 2005, p.169), e a ideologia do cotidiano, mais instável, constituindo-se reciprocamente, na materialidade da palavra.

Nesses discursos é possível enxergar a ideologia no seu papel de defender interesses específicos das classes sociais envolvidas com o sistema de ações em torno do agronegócio, no seu papel de brigar por hegemonia política, econômica, social. De um lado, o discurso oficial, reproduzindo a ordem das coisas, e de outro, o discurso não-oficial, questionando as relações sociais, já que

em sociedades que apresentam contradições de classe social, as ideologias respondem a interesses diversos e contrastantes; ora podem reproduzir a ordem e manter como definitivos alguns dos sentidos das coisas (“Integrantes do MST invadem uma fazenda em Pernambuco”), e ora podem discutir e subverter as relações

sociais de produção da sociedade capitalista (“A terra é de quem nela trabalha”), desde que as mesmas obstaculizem o desenvolvimento das forças produtivas (MIOTELLO, 2005, p.171).

Assim também, na busca por essas diferentes concepções sobre as ações em torno do agronegócio, encontramos, sob o ponto de vista de classes economicamente dominantes, um discurso que prega a reprodução das coisas como estão, a manutenção de um sistema vantajoso a grupos sociais como as grandes corporações ligadas ao agronegócio, por exemplo. Nessa luta, as palavras são as mediadoras na defesa de interesses, na justificativa de medidas capazes de reforçar o sistema econômico atual, nos debates a respeito de normas que regulam a produção ou negociação das commodities agrícolas, na ampliação da rede de poder, uma vez que o verdadeiro lugar do ideológico é “o material social particular dos signos criados pelo homem. Sua especificidade reside, precisamente, no fato de que ele se situa entre indivíduos organizados, sendo o meio de sua comunicação” (BAKHTIN, 2006, p.35).

A organização social dos sujeitos se dá a partir de jogos de interesses que norteiam (ou, como diria Paulo Freire, “suleiam²⁸”) as ações das classes em defesa de seus objetivos e daquilo que lhes é mais vantajoso. Sujeitos sociais com interesses calcados na manutenção do atual sistema produtivo agrícola voltado para o agronegócio organizam-se para garantir que haja a reprodução das atuais condições econômicas e produtivas. A partir daí, os discursos são as armas nessa luta ideológica por meio dos textos.

Nesse sentido, podemos observar a mediação das palavras nos discursos em defesa dos interesses dessas classes organizadas. Em meio à crise financeira mundial, desencadeada no final do ano de 2008, o governo brasileiro anunciou medidas para que a safra de 2010 não fosse prejudicada. Tal anúncio, no jornal Folha de S. Paulo, é justificado por meio do seguinte discurso: [Ministério da] *Agricultura prepara novas medidas contra a crise. Entre elas, está a colocação de cerca de R\$ 5 bilhões em crédito de bancos privados* (FOLHA DE S. PAULO, 2008, p.B14). Por meio dessas palavras, percebe-se o uso dos discursos para justificar ações do governo em prol dessa classe social. No mesmo texto,

²⁸ Paulo Freire usa esse termo em sua obra “Pedagogia da Esperança”. Nessa obra, encontramos uma belíssima nota a respeito do termo “sulear” – tomado do físico Márcio Campos – em vez de “nortear”. (FREIRE, 1992).

encontramos a fala do então vice-presidente do agronegócio do Banco do Brasil – Luís Carlos Guedes Pinto – defendendo a manutenção das ações em torno dessa atividade econômica: *temos 2.000 agências no país ligadas diretamente ao setor. Nelas, o clima por enquanto é de manutenção do ritmo da safra passada* (FOLHA DE S. PAULO, 2008, p. B14).

O caderno Agrofolha é direcionado a investidores no setor da agricultura e pecuária. Os discursos nele publicados refletem os interesses dessa classe social organizada, por meio das ideologias neles contidas. Nesse jogo, fazem valer seus “direitos” por meio de diferentes argumentos. É o que podemos observar em outro trecho da fala de Luís Carlos Guedes Pinto, citado pelo jornalista: *para Rodrigues, o governo deveria fazer valer a lei dos preços mínimos, recalculando agora os valores com base nos novos custos de produção e colocando recursos do orçamento para que a lei seja cumprida na colheita* (FOLHA DE S. PAULO, 2008, p. B14).

Mais adiante, palavras do próprio vice-presidente de agronegócio do Banco do Brasil: *existe uma lei muito antiga, dos anos 1970, que estabelece que, quando os preços de mercado caem abaixo do custo de produção, o governo paga a diferença ou compra o produto, tirando do mercado e fazendo a regulação entre oferta e demanda* (FOLHA DE S. PAULO, 2008, p.B14). Por esse discurso vê-se a forma como as ideologias são consolidadas na interação dessas classes sociais com as ações do governo em torno do agronegócio. Tais ações são sustentadas pelo discurso de garantir o desenvolvimento econômico, propagando a ideia de que o agronegócio é a “âncora verde” do país.

Discurso semelhante poderia ser construído, evocando as leis da Constituição Federal, por exemplo, para garantir a subsistência digna de todos os cidadãos brasileiros. Ao passo que as grandes corporações e os grandes produtores do agronegócio são protegidos pela chamada “Lei do preço mínimo”, evocada por Luís Carlos Guedes Pinto em seu discurso, moradia digna, alimentação, educação, saúde pública de qualidade, segurança, entre muitos outros, são direitos previstos pela Constituição Federal e que necessitam de defesa para que sejam cumpridos. Para tanto, há a necessidade de discursos com ideologias que façam valer os interesses e direitos dos cidadãos brasileiros comuns, aqueles que não são latifundiários ou acionistas de grandes corporações

instaladas em território brasileiro. Discursos que sejam subversivos à ordem das forças produtivas capitalistas. Tais discursos circulam na sociedade, mas parecem não ter a mesma força, talvez por não tratarem de questões de interesse da classe econômica e politicamente hegemônica.

Há também os discursos circulando em defesa de outras classes sociais, como é o caso dos discursos publicados no jornal Brasil de Fato. Esse jornal se define como *um semanal político, de circulação nacional, para contribuir no debate de ideias e na análise dos fatos do ponto de vista da necessidade de mudanças sociais em nosso país* (BRASIL DE FATO, 2009, p.6). Numa de suas edições, a respeito de ações em torno do agronegócio, vemos a reflexão a partir do ponto de vista do trabalhador rural: *Revolução verde: uma promessa fracassada. Entrevista: Para o ecologista Carlos Vicente, com o avanço da transgenia e dos agrotóxicos, os trabalhadores rurais se veem expulsos de seus territórios para ir engrossar as zonas de pobreza das grandes cidades* (BRASIL DE FATO, 2009, p.6). Nesse trecho é exposto o posicionamento do Jornal em relação à expansão das atividades agrícolas voltadas à economia, classificada por ele como fracassada. Ainda no mesmo texto, o jornalista cita as palavras do ecologista Carlos Vicente, que afirma que *a revolução verde iniciada nos anos de 1960 e acentuada na década de 1990 tem tornado o trabalhador rural 'cada vez menos importante'* (BRASIL DE FATO, 2009, p.6).

O ideológico, aqui, está em defesa da classe social de trabalhadores, em contraposição ao discurso de que o agronegócio seja a chave para o desenvolvimento do país, uma vez que os trabalhadores, representados pelo discurso do Brasil de Fato, tornam-se descartáveis, à medida que novas tecnologias são aplicadas no campo. Ao tomar para si a defesa dos direitos dos trabalhadores, esse suporte midiático apresenta falas do ecologista contra as grandes corporações ligadas à agricultura como atividade econômica: *de fato, temos uma história de 10 mil anos de agricultura, e os agrotóxicos foram introduzidos nos últimos 60 anos como parte de um modelo agrícola que busca mercantilizar nossa alimentação para engordar corporações* (BRASIL DE FATO, 2009, p.6). Ainda na mesma entrevista, lemos: *é muito claro que é possível reverter esse processo, e o segredo é um só e simples: dismantelar o poder que*

as corporações adquiriram para recuperar o controle dos povos sobre a agricultura e a alimentação (BRASIL DE FATO, 2009, p.6).

Um jornal voltado a investidores defende os interesses desses e luta pela manutenção das atuais condições de produção do setor de agricultura e pecuária no Brasil, uma vez que essas têm sido vantajosas a essa classe. Já um jornal criado por movimentos sociais que exigem mudanças na estrutura produtiva, em busca de uma melhor distribuição dos recursos do país, dá voz à classe daqueles que não detêm os meios de produção. Esse embate é mediado por textos, publicados em veículos de comunicação de circulação nacional, o que nos permite compreender as diferenças econômicas e sociais refletidas ideologicamente nas palavras, que são signos ideológicos. E a esse respeito, Bakhtin e o Círculo afirmam que “o domínio do ideológico coincide com o domínio dos signos: são simultaneamente correspondentes. Ali onde o signo se encontra, encontra-se também o ideológico” (BAKHTIN, 2006 p. 32-33). Ainda tratando dos signos, vale reproduzir a passagem:

os signos só podem aparecer em um terreno interindividual. Ainda assim, trata-se de um terreno que não pode ser chamado de “natural” no sentido usual da palavra: não basta colocar face a face dois homo sapiens quaisquer para que os signos se constituam. É fundamental que esses dois indivíduos estejam socialmente organizados, que formem um grupo (uma unidade social): só assim um sistema de signos pode constituir-se. A consciência individual não só nada pode explicar, mas, ao contrário, deve ela própria ser explicada a partir do meio ideológico e social. (BAKHTIN 2006, p.35).

Face aos discursos publicados nos dois jornais vistos por nós anteriormente, é possível visualizar duas classes sociais organizadas a partir de seus interesses e em defesa deles. No jornal FOLHA DE S. PAULO, o discurso das grandes corporações ligadas ao agronegócio, formadas por sujeitos sociais com interesses comuns, defende a ideologia da manutenção e fortalecimento do sistema produtivo atual. Em contrapartida, o jornal Brasil de Fato dá voz aos trabalhadores, que também constituem um grupo formado por sujeitos sociais organizados, na luta por mudanças no modelo econômico e produtivo vigente.

As duas classes sociais organizadas, sustentando seus valores, lançam as palavras na disputa por poder, na disputa pelo espaço social que julgam ser seu.

E nessa disputa, expressam o seu ponto de vista para o governo brasileiro, reivindicando aquilo que defendem como justo. No texto do jornal Folha de S. Paulo, Luís Carlos Guedes Pinto exige que o governo faça valer a lei dos preços mínimos; no Brasil de Fato, Carlos Vicente assevera que [...] *enquanto os governos continuarem sendo reféns do poder corporativo* [...] (BRASIL DE FATO, 2009, p.6), o processo de reversão do poder sobre a produção agrícola se mostra um desafio muito difícil de ser superado.

Discursos distintos em defesa de valores também distintos circulam entre as diversas classes sociais contemporâneas. A força que cada um tem também depende dos recursos disponíveis para cada uma dessas classes nessa luta. O discurso dominante, hegemônico, que propaga uma ideologia dominante, constitui-se mais forte, uma vez que dá voz àqueles sujeitos sociais que detêm o controle dos governos, dos recursos financeiros, da grande mídia, na defesa de seus interesses. A comparação da tiragem dos dois jornais de que retiramos os textos com os quais trabalhamos aqui pode representar parte desse desequilíbrio das forças: a Folha de S. Paulo apresenta uma tiragem média de 296.808 exemplares por dia²⁹, enquanto o Brasil de Fato possui tiragem de 50.000 semanalmente. O embate constitui simultaneamente as ideologias - oficial e não-oficial, hegemônica e não-hegemônica. Os que detêm poder político e econômico detêm também a ideologia hegemônica. Os que não a detêm, são aqueles que, por meio de seus discursos, tentam subverter a atual ordem das coisas, ainda que sua força seja política e economicamente desigual.

A forma pela qual diferentes grupos, organizados socialmente, expressam a realidade que os cerca está diretamente ligada aos interesses de classe e esses

[...] encontram expressão e realização, ou seja, se esses interesses são os de classe – ou de uma parte dela – que objetiva defender seus próprios privilégios e impedir a transformação do sistema social, também a custo de mistificar e deformar a realidade objetiva; ou mesmo segundo os interesses de classe revolucionária que tenta continuamente adequar o conhecimento à realidade como base para sua transformação, que se propõe a desvendar o que se esconde sob as aparências das estruturas e dos profundos processos (as reais condições) e submeter à crítica

²⁹ Segundo dados do grupo Folha na internet, a tiragem de Agosto/2009 foi de 344.353 exemplares aos domingos, 288.884 exemplares em dias úteis, com uma média de 296.888 exemplares. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/folha/grupofolha/>. Acesso em: 15 jul.2009

e à discussão o que se apresenta como óbvio, certo, natural, unívoco. (PONZIO, 2008, p. 117).

O agronegócio, como atividade produtiva econômica de grandes proporções no Brasil, provoca a manifestação de diferentes classes sociais em torno do sistema de ações que o envolve. A propriedade de grandes extensões de terras, de grande parte dos meios de produção, incentivos à exportação das *commodities*, programas de crédito, garantias contra quaisquer tipos de risco às safras, acumulação dos lucros gerados pelas atividades agrícolas e pecuárias voltadas aos grandes produtores e corporações, políticas públicas para atender a interesses privados: tudo isso gera discursos pela manutenção e fortalecimento da atual ordem das coisas, pela hegemonia. Os interesses da classe econômica e politicamente hegemônica são defendidos, nesses casos, por meio de textos publicados no jornal Folha de S. Paulo, que carregam a expressão valorativa desse grupo de sujeitos sociais sobre o sistema produtivo corrente.

Os discursos subversivos, que põem em discussão, que propõem críticas ao atual modelo econômico e produtivo e trazem a expressão do lugar social dos trabalhadores rurais ou daqueles que questionam a ordem das coisas, do lugar da não-hegemonia, aparecem no Jornal Brasil de Fato, que em sua própria definição enquanto instituição defende a necessidade de mudanças na sociedade brasileira.

Tratando da matéria linguístico-ideológica, Ponzio discute os diferentes interesses ideológicos e a luta entre eles por meio dos discursos, fazendo distinção entre “consciência oficial” e “consciência não-oficial”. Para ele,

Ainda que a consciência oficial e a consciência não-oficial sejam discursos, como a consciência oficial não está sujeita à censura ela não tem dificuldade para se expressar através do discurso exterior, além de subsistir como discurso interior. Disso resulta o fato de que se expressar é muito mais difícil para a consciência não-oficial, quando contrasta abertamente com a consciência oficial, e também quando se reduz ao âmbito do indivíduo e não encontra possibilidade de organizar-se através de grupos de indivíduos que têm os mesmos interesses e que, portanto, possam pressionar para afirmar novas formas ideológicas e lutar contra as ideologias dominantes. (PONZIO, 2008. p.86)

O confronto das ideologias é inteiramente social. É a partir da relação com outros sujeitos sociais, com outros grupos, outras classes sociais, que se dá a

inter-ação das ideologias. Numa sociedade de classes, a organização dos sujeitos numa relação de colaboração em defesa dos mesmos interesses permite que a ideologia não-oficial entre num embate com a ideologia dominante e tenha a possibilidade de modificar a ordem estabelecida das coisas. (PONZIO, 2008. p.86). Todas essas relações complexas entre sujeitos sociais ou classes socialmente organizadas se dão por meio dos textos, que são a correia de transmissão entre os acontecimentos da base material do mundo e a esfera das ideias. São os textos e suas relações com os fatos no mundo.

A organização e regularização das relações, numa sociedade de classes, envolvem a defesa dos interesses comuns às classes sociais. Tal defesa é mediada pelos discursos, que são ideológicos. É possível observar e compreender a valoração expressa pelos discursos, de acordo com os interesses de classe, por meio do trabalho com fatos do cotidiano social. Uma vez que, neste trabalho, propomo-nos a analisar os discursos constituídos a partir das ações em torno do agronegócio e, por meio deles, a luta de classes, a questão da terra, da propriedade e do acesso a ela é uma questão fundamental.

A disputa pela terra e pelos meios de produção gera discursos dos mais variados, ligados aos interesses das diferentes classes sociais envolvidas. A questão da reforma agrária no Brasil, fonte de grandes discussões e motivo de forte disputa, mais uma vez vem à tona diante de um ato do Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem-terra que, no final do mês de setembro de 2009, ocupou a fazenda Santo Henrique, em São Paulo, registrada em nome da produtora de sucos de laranjas Cutrale. Essa ação movimentou discursos dos mais diversos e, através deles, é possível visualizar, tomar contato com diferentes ideologias, em defesa de diferentes interesses.

Na revista semanal de circulação nacional, *Veja*, publicada em 14 de outubro de 2009, dias depois da ocupação da fazenda, já na capa, há uma foto de um trabalhador do movimento dos sem-terra (ou pelo menos alguém representando tal trabalhador), que usa um lenço amarrado no rosto (simulando uma referência aos bandidos dos filmes do Velho Oeste), acompanhada da manchete *MST – até quando os crimes da quadrilha ficarão impunes?*



Fonte: revista Veja edição 2134, ano 42 nº. 41, de 14 de outubro de 2009

Figura 3: Recorte da capa da revista Veja

No interior da revista, no espaço reservado ao desenvolvimento da matéria anunciada na capa, o título do texto expressa a valoração construída por essa empresa a respeito do fato: *A explosão da barbárie*. E no chamado lide, lemos: *além de invadir, depredar e saquear fazendas, agora o Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem-Terra (MST) também faz ameaça de morte, pratica extorsão e espalha o terror entre os próprios camponeses* (KRAUSE; ESCOSTEGUY; SALGADO, 2009, p.65).

O texto segue narrando, sob o ponto de vista dessa revista, a ação do MST. Nessa narrativa, os atos citados pelos autores recebem diferentes nomes, tais como: métodos, violência, espetáculos grotescos, estratagemas, invasões, atos de vandalismo, ilegalidades, livre exercício da violência, manifestações de brutalidade autoritária, ordens despóticas, atividades criminosas, relação siamesa entre INCRA e o MST, abusos, entre outros. Com o emprego dessas palavras, desses signos, e não de outras, procurando imprimir tais sentidos carregados por elas e não outros, a revista declara sua valoração dos fatos. As ações do MST poderiam ser descritas, talvez, como: ocupação, reivindicação, protesto, declaração de desacordo, reclamação, luta por direitos das minorias, manifestação, movimento, defesa de posicionamento político, estratégia para ganhar atenção da mídia e das autoridades, entre tantas outras expressões que imprimiriam outra valoração, diferente da que a revista objetivava. A escolha dos signos ideológicos, portanto, não é uma escolha abstrata, casual, neutra ou aleatória; é uma escolha baseada nos interesses, interesses de classe, que expressam valor, ponto de vista e que, com isso, declara uma tomada de posição.

Além dos nomes que substituem as ações do Movimento, os verbos escolhidos cuidadosamente para compor a narrativa são: queimar, saquear, ameaçar, invadir, devastar, roubar, sumir, quebrar, entre outros. Tais verbos

contêm as cascas ideológicas de palavras que carregam consigo sentidos passíveis de punições, de sanções. Se o MST e suas ações são considerados criminosos, logo devem ser punidos. Se os verbos escolhidos para compor determinado discurso são verbos que carregam esse sentido, a tomada de posição dessa revista pode ser compreendida como uma posição que reclama punições, sanções, às ações empreendidas pelo Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem-terra.

Em meio a uma construção extremamente sofisticada da valoração ideológica desses autores – em nome da revista para a qual trabalham – com relação ao fato ocorrido na Fazenda Santo Henrique e à atuação do Movimento dos Trabalhadores Sem-Terra de modo geral, adjetivos e qualificações atribuídos aos integrantes desse Movimento expressam o ponto de vista em relação aos integrantes desse movimento social por meio de palavras como: homens do MST, líderes da organização, soldado do movimento, jagunços do movimento, criminosos do MST, integrantes do MST, sem-terra, MST e seus comparsas, vândalos, movimento dos sem-terra, organização, cartilha maoísta do MST, lideranças do movimento, pistoleiros do MST, bandidos, integrantes e simpatizantes do movimento, dirigentes sem-terra, entre outros. Da mesma forma, a tomada de uma outra posição diante desses sujeitos, poderia resultar em nomeações como: trabalhadores, excluídos, militantes, protestantes, participantes de reivindicação pública, reivindicatórios, reclamantes, defensor de causas políticas econômicas e sociais, entre tantas outras que talvez pudessem impregnar esses sujeitos de valores merecedores de louvor e não de punição, de reconhecimento e não de denúncia, de enaltecimento e não de diminuição. Valores que pudessem estimular a multiplicação de ações como essas, com objetivos como os que esse movimento social defende e não de coação, inibição e de ameaça.

Os signos ideológicos que compõem o discurso da revista *Veja* acerca da ação na Fazenda Santo Henrique expressam não somente a ideia que esse suporte midiático tem a respeito do MST, mas também a sua tomada de posição com relação à reforma agrária no Brasil e, mais especificamente, com relação às medidas tomadas pelo governo Lula no que diz respeito à distribuição de terras no país. Os autores do texto definem de maneira bastante direta sua visão sobre

o Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem-Terra: *uma organização criminosa, espalhada pelos quatro cantos do país, mantida por dinheiro dos contribuintes e cujo poder provém do livre exercício da violência* (KRAUSE, 2009, p.66).

No entanto, o grande objetivo do texto se revela em seu fechamento, em que lemos: *essa relação siamesa entre o INCRA e o MST está na raiz do fracasso do projeto de reforma agrária do governo Lula. Nos últimos anos, o INCRA distribuiu mais terras do que em toda a história do país. Foram 43 milhões de hectares, nos quais cerca de 520.000 famílias de sem-terra foram assentadas.* (KRAUSE, 2009, p.68). A expressão da valoração com relação à reforma agrária que consta no projeto do governo Lula é de fracasso. O julgamento dessas ações do governo por parte da revista é embasado pelo acontecimento da ocupação da Fazenda Santo Henrique. Uma das idéias presentes aí é a de que somente distribuir terras para indivíduos bandidos, participantes de uma organização criminosa, juntamente com seus jagunços e seus comparsas é um fracasso para o país. O texto ainda é fechado com uma solução para o problema: *em vez de usar o dinheiro da reforma agrária para financiar as atividades criminosas do MST, o governo deveria investi-lo na produção agrária dos assentamentos.* Com esse encerramento, pode-se inferir que não é necessário distribuir mais terras para estimular ações criminosas, basta aumentar os investimentos nos assentamentos já existentes, ou seja, a manutenção das atuais condições já é suficiente para o desenvolvimento da economia do país. Tal solução é resumida ainda pelos autores como “impecável”.

A ideologia interessada na manutenção da atual organização social, na manutenção da divisão de classes, no ocultamento das reais contradições que tentam transformar as relações sociais de produção (falsa consciência, pensamento distorcido, mistificação, etc.) é empregada, segundo Bakhtin, como a ideologia da classe dominante. No entanto, o termo ideologia também é empregado num sentido amplo, sobretudo a partir de Lênin, e que permite sua aplicação tanto à “ideologia burguesa” como à “ideologia proletária” e à “ideologia científica”, etc. (Ponzio, 2008, p. 115).

As várias ideologias se constituem mutuamente e estão presentes, num embate, nos mesmos discursos. No artigo da revista Veja, por exemplo, toda a articulação de argumentação construída pelos autores em ataque às ações

empreendidas pelo Movimento dos Trabalhadores Sem-Terra, bem como, em defesa de interesses de grandes corporações como a Cutrale – maior produtora de sucos de laranja do país – reproduzem os discursos permeados da ideologia das classes economicamente dominantes, que pregam a manutenção da atual ordem das coisas, temendo grandes “movimentos”.

Por outro lado, esse mesmo discurso é também constituído de ideologias várias, como a ideologia do proletariado, uma vez que, em defesa de uma grande empresa capitalista – Cutrale – atacando a ocupação da fazenda pelo MST e, para sustentar sua visão sobre o MST como o vilão dessas relações todas, traz relatos de camponeses já assentados em suas terras pelo governo, que denunciam uma conduta de exploração por parte de alguns integrantes desse movimento social. Conduzindo a argumentação para tornar evidente o perigo da atuação do MST no campo, a ideologia do proletariado emerge no momento em que os jornalistas comparam a relação de extorsão de um percentual dos financiamentos concedidos aos camponeses com uma relação de uma empresa capitalista que sabe como aumentar seus lucros e fazer com que o seu capital renda. Além dessa comparação, ao tratar da exploração denunciada pelos camponeses, os autores expressam a situação comparando o MST ao patrão (explorador) e os camponeses que tiveram seu dinheiro extorquido, ao proletariado (explorados).

É o embate de diferentes ideologias que se constituem no mesmo discurso. No entanto, a ideologia do proletariado presente nesse discurso o constitui, mas não tem a mesma força que a ideologia da classe dominante, já que o texto é produzido em função da defesa da manutenção das condições de produção, bem como dos interesses daqueles economicamente dominantes, na tentativa explícita de afastar movimentações nas bases das relações de produção da sociedade brasileira.

Contudo, qualquer valor que uma ideia possa ter, independentemente de seu valor de verdade, nunca depende de sua “neutralidade”. É sua forma ideológica, ou seja, é a expressão de determinados interesses sociais que lhe dá consistência, importância, duração, e que a coloca em circulação e lhe concede qualquer possibilidade de incidência prática sobre os comportamentos e sobre as coisas (Ponzio, 2008, p.117).

Meses depois da ocupação da Fazenda Santo Henrique pelos trabalhadores sem-terra, o jornal Brasil de Fato, publicado na semana de 04 a 10 de março de 2010, estampa em sua primeira página a manchete *Cutrale comprou fazenda, mesmo sabendo se tratar de terra pública*. A chamada da capa já afirma em seguida: *a empresa Sucocítrico Cutrale agiu de má-fé*. No interior do jornal, no espaço dedicado ao desenvolvimento do artigo anunciado pela manchete da capa, o título do texto afirma: *Cutrale se aproveitou de quase 100 anos de abandono para grilar terras* (LIMA, 2010, p.3).

Nesse texto, a construção do discurso é baseada na acusação de má-fé da empresa Cutrale. Aqui, neste suporte midiático, a ideologia da classe economicamente dominante é questionada, há uma contraposição de ideias, retirando a imagem de criminosos criada pela grande mídia com relação ao MST e voltando a posição de ilegalidade para a empresa “proprietária” da fazenda, onde ocorreu a ocupação e derrubada de pés de laranjas.

A ocupação da fazenda da União pela empresa, de acordo com a valoração ideológica dela com relação a esse fato, é de direito, tem base legal, uma vez que está documentada, mesmo alguns sujeitos ou instituições acusem que esses documentos apresentam uma série de irregularidades. A ocupação de terras públicas pela empresa, de acordo com a ideologia daqueles que reclamam terras para que possam nelas produzir, é má-fé. Por outro lado, a ocupação da fazenda pelos integrantes do MST, aos olhos da elite econômica do país, é crime, é barbárie, por conta da construção ideológica das imagens de violência, de destruição dos pés de laranjas tão explorada pela grande mídia.

No jornal Brasil de Fato, o papel de criminosa ficou com a empresa. A construção ideológica dessa tomada de posição social por meio dos signos é perceptível pelo emprego de palavras e expressões que se referem à empresa, e às ações empreendidas por ela nessa questão, tais como: má-fé, culpados, a grileira da vez. Aqui também os termos que se referem à Cutrale poderiam ter sido outros, carregando outras valorações: empresa, produtora de sucos de laranja, organização comercial, uma das envolvidas na questão em jogo, proprietária das terras, aquela que reclama a propriedade das terras, detentora da posse legal do imóvel, detentora temporária da posse do imóvel, entre tantos

outros signos que pudessem expressar uma das funções da Cutrale, sem caracterizá-la como criminosa ou oportunista.

A luta ideológica nesse debate gira em torno da manutenção das atuais condições (a empresa continua com a posse das terras em função das “benfeitorias” nelas realizadas e dos documentos ditos irregulares de que dispõe; a grande distribuição de terras para assentamentos de trabalhadores pelo governo Lula foi um fracasso, o ideal é apenas investir nos assentamentos já existentes sem mexer, sem movimentar mais as bases produtivas, etc.) e o questionamento dessas mesmas condições, a luta por mudanças, o pedido por movimentação das atuais condições (reivindicações por reforma agrária eficiente e urgente, combate à concentração de terra nas mãos de grandes corporações, ações que sejam capazes de voltar as atenções de todos para aquilo que se questiona – como a destruição de pés de laranjas em rede nacional, por exemplo).

Essa luta é discursiva, é ideológica. Reflete os diferentes interesses das classes sociais. Refrata a realidade de desigualdades e desequilíbrio financeiro, social. E a arena em que esse embate se concretiza é a palavra, que carrega consigo cargas sociais, históricas e ideológicas capazes de sustentar as coisas como estão ou subverter essa organização, balançar estruturas pré-estabelecidas e já tidas como naturais. Como assevera Ponzio a respeito da relação ideológica por meio dos signos:

portanto, podemos dizer que ideologia, para Bakhtin, não é uma simples “visão de mundo”, mas uma projeção social, no sentido em que a define Rossi-Landi: a mesma pode reproduzir a ordem social existente e manter como “definitivos” e “naturais” os sentidos que as coisas têm em um determinado sistema de relações de produção ou, ao contrário, discutir e subverter na prática essas relações e sua articulação sócio-ideológica, quando impedem o desenvolvimento das forças de produção. Numa realidade social que apresente contradições de classe, as ideologias respondem a interesses diferentes e contrastantes. Os signos ideológicos refletem – “refratam” – a realidade segundo projeções de classe diferentes, e em contraposição a elas, as quais tentam manter as relações sociais de produção, inclusive quando as mesmas se convertem em um obstáculo para o desenvolvimento das forças produtivas ou, ao contrário, propõem-se como instrumento de luta e de crítica do sistema. (PONZIO, 2008, p.116).

A luta por hegemonia ocorre significativamente nos discursos. As ideologias – oficiais e não-oficiais – constituem esses discursos num embate constante. No entanto, a força que esses discursos ganham nas relações em que são gerados, lugar de seu nascedouro, não é a mesma, não é equilibrada. No caso da invasão da fazenda pelo MST, por exemplo, embora os discursos sejam constituídos pelas várias ideologias, embora haja a circulação de discursos em defesa dos diferentes lados da história e seus envolvidos, a posse da fazenda ainda é da empresa Cutrale. Mesmo com todas as pendências, admitidas pela própria empresa, mesmo estando sob investigação sobre estar situada em terras públicas e tendo isso questionado, o discurso que prevalece é o discurso da manutenção da fazenda para a empresa e não de restituição dessas terras ao Estado, muito menos de remanejamento e redistribuição dessas terras para movimentos sociais que reivindicam a reforma agrária. Os discursos circulam, as ideologias os compõem, mas os discursos hegemônicos são aqueles produzidos por quem detém a força política, a força econômica.

3.3 A luta discursiva, o agronegócio e a crise financeira mundial

Esse pensar sobre as crises que constituem o regime de acumulação e o papel do Brasil nesse contexto financeiro nos guia a relacionar os efeitos da mais recente crise financeira mundial, acentuada no Brasil a partir de setembro de 2008, especificamente às atividades relacionadas à agroindústria, ao agronegócio, uma vez que tais atividades são foco do grande investimento do Estado brasileiro como a possibilidade de desenvolvimento econômico do país e sua consolidação e fortalecimento no contexto econômico mundial.

Para tanto, direcionamos nossos estudos aos discursos que circulam nos textos jornalísticos que abordam as relações de produção voltadas às atividades econômicas relacionadas à agricultura e pecuária em grande escala. E mais que pensar esses discursos que circulam em dois importantes jornais brasileiros, é nossa intenção apontar aspectos ideológicos que constituem tais discursos em nome da luta das diferentes classes sociais envolvidas nesse processo.

Nos discursos que serão submetidos à análise, além da parte puramente verbal dos enunciados, levaremos em conta o “contexto extraverbal” (Voloshinov / Bakhtin, 1976, p.5) que compreende: 1) o horizonte espacial comum dos

interlocutores (a unidade visível); 2) o conhecimento e a compreensão comum da situação por parte dos interlocutores; 3) sua avaliação comum dessa situação (Voloshinov/Bakhtin, 1976, p.5).

O horizonte espacial a que nos referimos nos discursos em análise é aquele que diz respeito à mais recente crise do sistema financeiro mundial (subprime), seus desdobramentos no sistema financeiro brasileiro e como foco principal deste trabalho, os negócios relacionados a atividades agrícolas, o agronegócio. É nesse contexto que a análise será dirigida, aquilo que é visível econômica e socialmente durante a crise financeira no campo da agricultura e pecuária, especialmente nas produções de grande escala.

O conhecimento e a compreensão comum nesta análise dizem respeito à organização de grupos sociais distintos, agrupados de acordo com seus interesses, que, a partir dessa organização, constroem enunciados em defesa desses interesses. E, como afirmam Voloshinov e Bakhtin, “[...] qualquer que seja a espécie, o enunciado concreto, sempre une participantes da situação comum como co-participantes que conhecem, entendem e avaliam a situação de maneira igual” (VOLOSHINOV/ BAKHTIN, 1976, p.6). Dessa forma, ao definir seus princípios editoriais, os jornais direcionam seus discursos àqueles sujeitos sociais que selecionam como co-participantes na construção desses discursos ideológicos³⁰.

A organização de sujeitos sociais, baseada nos interesses de classe, gera enunciados e “o enunciado, conseqüentemente, depende de seu complemento real, material, para um e o mesmo segmento da existência e dá a este material expressão ideológica e posterior desenvolvimento ideológico comuns” (VOLOSHINOV/ BAKHTIN, 1976, p.6).

³⁰ * “O Jornal Brasil de Fato foi lançado no Fórum Social Mundial de Porto Alegre, em 25 de janeiro de 2003 [...] É um jornal semanal, com circulação nacional. Por entender que, na luta por uma sociedade mais justa e fraterna, a democratização dos meios de comunicação é fundamental, movimentos sociais como o MST, a Via Campesina, a Consulta Popular e as pastorais sociais criaram o jornal Brasil de Fato.” Disponível em <http://www.brasildefato.com.br/v01/agencia/quem-somos>

* Agrofolha é um caderno semanal publicado no interior do Caderno Folha Dinheiro. (“A conjuntura econômica, brasileira e internacional, e o mundo dos negócios são o principal alvo do Caderno Folha Dinheiro” [...] “Com informações precisas, linguagem clara e elucidativa, o caderno orienta quanto a investimentos, traz indicadores econômicos e faz a cobertura de temas que mereçam atenção especial em função da conjuntura econômica.”. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/folha/grupofolha/>. Acesso em: 15 jul.2009

O ideológico presente nos discursos produzidos por diferentes grupos calcados nos interesses de classe constitui a avaliação comum desses sujeitos da situação posta em debate. Dessa forma, a crise financeira mundial e seus reflexos no sistema financeiro brasileiro são avaliados de maneira comum numa mesma classe social, porém de maneira bastante distinta por outra, de acordo com a valoração ideológica emitida por cada uma delas.

Nesse sentido, VOLOSHINOV e Bakhtin afirmam que um enunciado concreto compreende duas partes, como um todo significativo: 1) a parte realizada em palavras e 2) a parte presumida. Com base nessa afirmação, os autores comparam o enunciado concreto ao etimema. E, tomando tal comparação, ainda constroem a ideia do etimema como uma senha que somente aqueles que pertencem ao mesmo campo social conhecem, e acrescentam: “contudo, o horizonte comum do qual depende um enunciado pode se expandir tanto no espaço como no tempo: o ‘presumido’ pode ser aquele da família, do clã, da nação, da classe e pode abarcar dias ou anos ou épocas inteiras” (VOLOSHINOV / BAKHTIN, 1976, p.6).

Assim, os discursos produzidos por um jornal voltado a investidores no campo do agronegócio (figura 2) avaliam a situação concreta “crise” de uma determinada perspectiva, atribuindo aos acontecimentos determinados valores, enquanto um jornal que define sua visão das coisas como uma visão mais “popular” (figura 3) avaliará sob outros aspectos.



Fonte: Jornal FOLHA DE S. PAULO – Caderno Dinheiro, 18 nov. 2008, p.B17

Figura 4: Propaganda do jornal Folha de S. Paulo – investidores

A propaganda da Folha de S. Paulo aqui destacada apresenta as alternativas que poderiam interessar a seus leitores. Àqueles a quem interessam investimentos nas ações, nos fundos monetários, na bolsa, e outros tantos investimentos para quem possui capital para isso, é recomendada a leitura do caderno Dinheiro, ilustrado na imagem acima, logo após a pergunta: “Quer investir em fundos?”; já àqueles que possuem capital e interesse para investir em terras, em grandes propriedades e nos negócios possíveis a partir desses investimentos é recomendado o acompanhamento do caderno Agrofolha, também ilustrado acima, seguindo a pergunta: “Quer investir em terras?”. Tais enunciados vinculados às imagens dos cadernos da Folha podem levar à compreensão de que os destinatários desse jornal, e especialmente desses cadernos, são os investidores.



Fonte: Jornal Brasil de Fato

Figura 5: Capa do jornal Brasil de Fato – uma visão mais popular do Brasil e do Mundo

O outro jornal selecionado por nós para fornecer dados de análise sobre os discursos vinculados às atividades do agronegócio, Brasil de Fato, constrói para si uma posição de possuir “uma visão popular do Brasil e do mundo”. Popular. Entre tantas concepções que se podem construir a partir desse signo, existem as concepções de “relativo ou pertencente ao povo”; “ligado às pessoas simples, comuns”; “relativo ao público, às pessoas em geral”; “dirigido às massas”; “gente comum”. Se esse jornal afirma apresentar uma visão popular dos fatos, nacionais e internacionais, pode-se inferir que seja sob o ponto de vista daqueles que imprimem seus valores aos fatos, às ações, do lugar dos que não desagradam ao povo, do lugar daqueles que pertencem às grandes massas populares ou que lutam por elas, por seus direitos, pela garantia de seu espaço, de sua voz como sujeitos sociais.

Nosso trabalho de análise nesta parte da pesquisa começa com uma operação que visa apenas à observação e estudo de movimentações discursivas que se dão na concretude de manchetes divulgadas por meios eletrônicos, nos períodos que antecedem o grande estouro da crise financeira mundial e tempos depois de sua repercussão. O que pretendemos com essa primeira análise é uma breve leitura de como as manchetes nos revelam as relações dialógicas das ações empreendidas pelo Estado e por grandes corporações ligadas ao agronegócio e os discursos que delas nascem ou, também no movimento inverso, como os discursos vão impulsionando ações na base concreta conforme as relações que se travam no meio material.

Para esse passo inicial das análises, procedemos à digitação da palavra, do signo “agronegócio” no recurso de buscas do site da Folha on line fomos acompanhando por períodos o que se divulgava a respeito da crise financeira em relação às atividades econômicas desse setor. Entre os meses de junho e agosto de 2008, não se pode perceber grande preocupação com a crise financeira mundial. Nesse período, encontramos manchetes positivas do ponto de vista econômico, tais como: “Agronegócio vende US\$ 7,5 bilhões e bate recorde de exportações” (09/06/2008); “Com preços em alta, exportação do agronegócio cresce 25% até maio” (17/06/2008); “Exportações do agronegócio somam US\$ 33,8 bilhões no semestre” (17/07/2008); “Cresce participação do Brasil no comércio do agronegócio” (14/08/2008); “PIB do agronegócio cresce 4,96% em cinco meses” (26/08/2008). Essas manchetes constituem discursos que podem ir animando o leitor no que diz respeito aos resultados apresentados pelo setor do agronegócio. É um setor importante, em pleno crescimento, está em destaque, está colocando o Brasil também em destaque no cenário mundial. E a iminência da crise ainda não é motivo de grandes preocupações, visto os excelentes desempenhos do setor.

A partir do mês de setembro de 2008, as manchetes já denunciam a presença da crise financeira mundial, contudo expressando ainda um tom de tranquilidade: “Crise financeira afeta pouco o agronegócio” (16/09/2008). Já em outubro, o clima de crise vai se fortalecendo e as manchetes revelam esse processo: “CNA [Confederação Nacional da Agricultura] reduz estimativa de crescimento do PIB do agronegócio” (09/10/2008); e as garantias oferecidas pelo governo com relação às atividades em torno do agronegócio vão aparecendo numa tentativa de ir acalmando os leitores por meio da tranquilidade oferecida, na verdade, aos grandes produtores: “Ministro diz que plantio da safra está garantido, mesmo com crise” (14/10/2008); “CMN [Conselho Monetário Nacional] vai ampliar crédito para empresas do agronegócio, diz Mantega” (30/10/2008).

As providências em socorro a esse setor da economia brasileira vão se fortalecendo e ganhando corpo: “BB [Banco do Brasil] compra R\$ 8,2 bi em carteiras e eleva a previsão de alta de crédito” (13/11/2008); “Governo prepara incentivos para energia, agro, veículos e construção” (05/12/2008); “Governo libera banco público para dar crédito para devedores de impostos” (16/12/2008).

A análise das manchetes que aparecem no período de junho a dezembro de 2008, época em que a crise financeira mundial se alastra, nos revela a movimentação que vai se construindo no setor do agronegócio nesse cenário de crise. A Folha de S. Paulo *on line*, no caderno Dinheiro, direcionado a grandes investidores, apresenta um movimento pré-crise em que enaltece a importância crescente das atividades ligadas ao agronegócio, lançando números, apresentando resultados, expondo a grande aceitação do agronegócio brasileiro no cenário mundial. Em seguida, gradativamente, vai colocando as necessidades desse setor diante da crise, vai ditando o que deve ser feito para que esse setor, em plena ascensão, não sofra demasiadamente com os efeitos da crise. Esses discursos já vão preparando os terrenos para as medidas que o Estado começa a anunciar. Assim, não se estranha quando quantias bilionárias são direcionadas às atividades do agronegócio.

Nesse movimento, as informações e os discursos vão se sucedendo, na construção dos novos rumos políticos e econômicos ligados ao agronegócio: “PIB do agronegócio recua 0,88% em outubro, diz CNA” (08/01/2009) – aqui, temos uma ameaça, já que o PIB dessa atividade estava alcançando números altíssimos, inclusive batendo recordes antes de começar a sentir os efeitos da crise. Já em fevereiro, mais um acontecimento desperta atenção: “Frigorífico Independência suspende abate bovino em todo o país” (26/02/2009) – é preciso que sejam tomadas providências, posto que os sinais da crise estão ficando cada vez mais evidentes e constantes. Uma próxima manchete prossegue com o alerta: “Colapso da infra-estrutura do transporte ameaça o agronegócio” (22/03/2009). Diante da possibilidade de abalo nas estruturas da atividade econômica de maior interesse do Brasil, pois que é responsável por 1/3 do PIB nacional, é de primeira necessidade que se socorra, que se vá em busca de segurança, de garantias para que o país não seja privado dessa oportunidade histórica de consolidação de uma posição no cenário econômico mundial.

E essas compreensões construídas com base na leitura dos discursos impressos nas manchetes levantadas por nós se fortalecem quando acompanhamos a evolução das notícias divulgadas na Folha *on line*: “Crise faz governo liberar mais R\$ 12,6 bi para financiar agronegócio” (16/04/2009); “Lula pede agilidade na liberação de recursos para agronegócio” (17/04/2009). As

primeiras providências do Estado em socorro ao setor são, então, anunciadas. Os discursos na justificativa dessas ações já estavam sendo construídos, como vimos, antes mesmo das ações propriamente ditas. E, após serem tomadas as primeiras providências, novos discursos já começam a se constituir no embate com as ações: “Indicadores mostram que o agronegócio se recupera” (05/05/2009); “Perdigão quer aproveitar momento da virada do mercado, diz executivo” (15/05/2009); “CMN aumenta direcionamento da poupança rural e libera R\$ 2 bi para safra” (28/05/2009); “Setor sucroalcooleiro vê melhora de cenário” (02/06/2009); “Nova rodovia que liga Brasil e Peru dará acesso limitado ao Pacífico” (21/06/2009); “Plano do governo destinará R\$ 107,5 bi a setor agropecuário” (21/06/2009).

Somente com o trabalho com as manchetes, o movimento que se pode compreender é um movimento dialógico, ideológico, é o embate entre infraestrutura e superestruturas. É dialógico, pois que discursos constituem ações e são constituídos por elas nesse jogo e, assim, novas ações e novos discursos vão se construindo ao longo das relações, já que “enunciados concretos continuam e desenvolvem ativamente uma situação, esboçam um plano para uma ação futura e organizam esta ação” (VOLOSHINOV / BAKHTIN, 1976, p. 6). É ideológico, posto que há valorações impressas nesses signos ideológicos escolhidos cautelosamente para compor tais discursos. E mais do que valoração, há nesses discursos uma tomada de posição com relação àquilo que é importante para o país, àquilo que deve ser feito, àquilo que é prioridade. E essa tomada de posição atende a interesses de classes, nesse caso, as classes ligadas à produção agropecuária em larga escala: os grandes produtores e as grandes corporações ligadas ao agronegócio.

Da mesma forma, discursos sobre a crise também circularam em diferentes jornais, sob olhares e compreensões diferentes. Apesar de o Jornal Brasil de Fato não ter publicado reportagens específicas que tratem das relações entre a crise financeira internacional (subprime) e seus impactos nas atividades relacionadas ao agronegócio, inúmeros são os espaços dedicados a esse assunto no que toca suas relações com as perdas dos trabalhadores e, o que mais nos interessa, a contestação das transferências monetárias de fundo público (seja por meio do

crédito ou de auxílio financeiro) às grandes empresas, na maior das vezes, todas elas ligadas ao moderno sistema financeiro internacional.

Estamos inseridos num discurso que afirma ser o agronegócio a chave para o desenvolvimento econômico do país e a porta para a inserção e afirmação da economia brasileira no cenário mundial. Num estado de crise financeira que estoura no país de hegemonia econômica (EUA) e se propaga de maneira sistêmica para países do mundo todo, as apostas para garantir esse espaço no campo dos negócios internacionais são altas. Os jogos de poder são brutais. As estratégias nessa luta são os discursos, pois que

O meio social deu ao homem as palavras e as uniu a determinados significados e apreciações; o mesmo meio social não cessa de determinar e controlar as reações verbalizadas do homem ao longo de toda a sua vida.

Por isso, todo o verbal no comportamento do homem (assim como os discursos exterior e interior) de maneira nenhuma pode ser creditado a um sujeito singular tomado isoladamente, pois não pertence a ele, mas sim ao seu grupo social (ao seu ambiente social). (BAKHTIN, 2009, p.86).

Do lugar de onde as coisas são vistas, as visões são variadas. Aqueles que já se encontram numa situação de ganhos, de altas fatias na distribuição das riquezas e seu lucro, lutam para manter essa posição. Mais do que isso: lutam pelo fortalecimento dessa posição e pela ampliação de suas raízes. Nesse caso, no cenário de crise mundial, o agronegócio é visto como salvação, como porto seguro, como fonte capaz de gerar elementos para superar as dificuldades.

Desse modo, os investimentos são gigantescos, mas são vistos como investimentos e não como gastos, posto que o retorno é o fortalecimento da atividade econômica em que se depositam muitas esperanças e na qual se apostam muitas fichas. Os recursos públicos, então, podem ser direcionados em grande volume para socorrer as grandes corporações e os grandes produtores do agronegócio, bem como as instituições financeiras que garantem o crédito a eles, mesmo que tais recursos sejam produzidos pela grande massa de trabalhadores, por meio de seus impostos, por exemplo, já que o retorno desses investimentos cabe ao país de modo geral – afinal, trata-se da atividade econômica responsável por 1/3 do PIB brasileiro. Essa é a visão daqueles grandes produtores e grandes

corporações. Para essa visão dos fatos, o agronegócio corresponde ao desenvolvimento e, por isso, deve ser fortalecido, amparado e garantido.

Miotello, em seu artigo *Os discursos hegemônicos são turbulentos* (2004) retoma Sérgio Rouanet, ao usar o quixotismo para demonstrar os diferentes modos de se construir uma visão sobre as coisas. Segundo ele, “Dom Quixote via o que via não porque as coisas eram o que eram, mas porque ele era o que era” (MIOTELLO, 2004, p.65). Assim também o agronegócio é visto como grande oportunidade de desenvolvimento econômico do nosso país não porque assim o é e sim porque aqueles que o veem dessa forma são o que são: grandes corporações ligadas à agricultura e à pecuária em grande escala, grandes instituições financeiras que lucram com o crédito e com as transações comerciais nesse setor, meios de comunicação ligados a essas grandes corporações, a quem interessam os discursos pela manutenção da atual ordem das coisas e que, a partir disso, propagam essa visão ideologicamente construída.

Da mesma forma, porém, o agronegócio é visto como entrave para o verdadeiro desenvolvimento do Brasil por aqueles que são outros, com outras ideologias, pertencentes a grupos com outros interesses, porque esses outros são o que são. O jornal Brasil de Fato, por exemplo, nos primeiros meses após o anúncio do estouro da crise nos EUA, vai apresentando a seus leitores esse cenário financeiro mundial sob o ponto de vista dos trabalhadores, dos camponeses, sob uma visão popular.

Na semana de 30 de outubro a 05 de novembro de 2008, é publicado um artigo intitulado *O mundo inteiro está em crise*. Nesse artigo, circulam discursos que constroem a visão dos moinhos de vento quixotescos a partir do olhar dos camponeses. A crise aqui é tratada como “multidimensional”, pois se trata da crise “de alimentos, de energia, de clima e de finanças”. Logo na introdução lê-se posição desse grupo em relação aos fatos. Uma visão construída por sujeitos que são o que são e que, por esse motivo veem as coisas do modo como veem: “As soluções que o poder propõe – mais livre comércio, sementes transgênicas etc. – ignoram que a crise resulta do sistema capitalista e do neoliberalismo, e somente aprofundarão seus impactos. Para encontrar soluções reais, temos que olhar para

a soberania alimentar que propõe a Via Campesina³¹” (BRASIL DE FATO, 2008, p.2).

Esse discurso da busca pela soberania alimentar é construído a partir do ponto de vista daqueles que não se reconhecem parte do poder, posto que afirmam ser os discursos que combatem propostos pelo “poder”. O artigo segue pensando os caminhos que nos trouxeram até a crise. Por esses caminhos, passamos pelo avanço do capitalismo financeiro e pelo avanço de empresas transnacionais “sobre todos os aspectos da agricultura e do sistema alimentar dos países do mundo”. Uma constatação é feita e, a partir dela, é construído um olhar sobre a crise de alimentos: “os alimentos deixaram de ser um direito de todos e todas, e tornaram-se apenas mercadorias”.

A ofensiva do capital também é trazida por esse discurso no que diz respeito à crise do clima, no avanço sobre os recursos naturais. A crise financeira, sob o olhar da Via Campesina, aliada à crise dos alimentos “estão vinculadas à especulação do capital financeiro com os alimentos e a terra, em detrimento das pessoas”. Nesse caminhar, a visão que se constrói dos grandes desvios de recursos públicos em socorro das atividades de exportação não é uma visão de investimento que gerará retorno ao país. Essa visão dos moinhos de vento é uma visão daqueles que são contrários ao sistema imposto pelo capital: “agora, o capital financeiro está desesperado, assaltando os erários públicos para seus resgates, os quais obrigarão ainda mais os países a fazerem cortes orçamentários, condenando-os a maior pobreza e maior sofrimento” (BRASIL DE FATO, 2008, p.2).

³¹ La Vía Campesina es un movimiento internacional de campesinos y campesinas, pequeños y medianos productores, mujeres rurales, indígenas, gente sin tierra, jóvenes rurales y trabajadores agrícolas. Defendemos los valores y los intereses básicos de nuestros miembros. Somos un movimiento autónomo, plural, multicultural, independiente, sin ninguna afiliación política, económica o de otro tipo. Las 148 organizaciones que forman la Vía Campesina vienen de 69 países de Asia, África, Europa y el continente Americano. Disponible em: <http://www.viacampesina.org/sp/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=27&Itemid=44>. Acesso em: 18 maio 2010 – 14h05.

A Via Campesina é um movimento internacional de campesinos e campesinas, pequenos e médio produtores, mulheres rurais, indígenas, gente sem terra, jovens rurais e trabalhadores agrícolas. Defendemos os valores e os interesses básicos de nossos membros. Somos um movimento autônomo, plural, multicultural, independente, sem nenhuma filiação política, econômica ou de outro tipo. As 148 organizações que formam a Via Campesina são de 69 países da Ásia, África, Europa e o continente Americano (tradução nossa).

A mais recente crise financeira mundial, chamada por muitos de crise financeira dos EUA, movimentou as relações sociais, políticas, comerciais etc., o que constitui discursos com base nessas novas inter-relações. Os discursos, então, começam a expressar e construir pontos de vista com relação a essa nova realidade global, revelando também tomadas de posição movidas pelos acontecimentos no mercado financeiro mundial. As movimentações no cenário financeiro mundial despertam reações que vão se constituindo também verbalmente e as raízes objetivas até mesmo das reações verbalizadas mais pessoalmente íntimas estão na consciência de classe (Bakhtin, 2009, p.87).

No trabalho com textos publicados em dois jornais de circulação nacional, os jogos de interesses vão derrubando os véus e revelando a luta de classes por meio de signos ideológicos que compõem os discursos. Neles, as ideologias constituídas pelos embates constroem e sustentam tomadas de posição divergentes com base nas relações sociais.

No início dos rumores da crise financeira mundial, cada um desses jornais selecionados por nós – Brasil de Fato e Folha de S. Paulo – luta, por meio dos discursos, em defesa dos interesses das classes sociais das quais esses jornais são as vozes. O Brasil de Fato, com sua “visão mais popular do Brasil e do Mundo” pretende trazer a público os discursos dos trabalhadores, dos movimentos sociais; a Folha de S. Paulo, mais especificamente o caderno Agrofólia, constituindo as vozes dos grandes produtores, das grandes corporações ligadas ao agronegócio.

A edição do jornal Brasil de Fato publicada na semana entre 25 de setembro a 1º de outubro de 2008 constrói, já a partir de seu editorial, uma visão sobre a crise com base nos interesses das classes trabalhadoras, em oposição aos interesses da classe detentora dos meios de produção, apresenta uma solução “a solução de uma crise econômica da envergadura da que hoje se abate sobre os EUA (e, por extensão, a todas as economias estruturadas em torno da lógica do capital) não se dá apenas nos limites da Economia, mas também no nível da política” (BRASIL DE FATO, 2008, p. 2).

Essa construção de uma reflexão a respeito da solução é geral, não voltada especificamente à agricultura, mas uma construção de um discurso que luta por mudanças. Essa luta vai ganhando forças num artigo, na mesma edição,

que analisa a crise como “a rendição do capitalismo”. O discurso então caminha para um pensar sobre o modelo do liberalismo e as ações geradas em momento de crise “e então, como sempre acontece nesses momentos em que o capital (leia-se banqueiros e especuladores) se vê diante da ruína, apelam, sem qualquer cerimônia, às premissas do comunismo, em que o Estado regula a economia e promove intervenções para ajustá-la” (BRASIL DE FATO, 2008, p. 10). O discurso aqui, mesmo sendo de oposição ao poder econômico e político hegemônico, é constituído por ideologias já cristalizadas a partir das relações – nesse caso as premissas do capitalismo – e ideologias outras, não-hegemônicas, subversoras da atual ordem das coisas – as premissas do comunismo. As ideologias hegemônicas e não-hegemônicas estão se constituindo aqui nesse embate, nesse mesmo discurso. Elas não se separam, não existem separadamente, separadamente não significam. São faces constitutivas do mesmo discurso.

A visão “popular do Brasil e do mundo” vai se construindo por meio desse olhar sobre os acontecimentos pelas classes não-hegemônicas. Os atos do governo dos EUA (personificado pelo então presidente, George W. Bush) são vistos como ônus ao povo, ao cidadão comum, posto que o socorro proposto às grandes instituições financeiras, sob a justificativa de evitar um colapso, “vai custar aos cofres e bolsos do povo estadunidense exatos 700 bilhões de dólares”. A partir dessa constatação, há a suposição de que “se essa dinheirama fosse distribuída ao povo do país, cada pessoa dos Estados Unidos receberia dois mil dólares. Já seria uma boa ajuda para quem não pode pagar os empréstimos pela compra da casa própria”.

A tensão ideológica, os jogos ideológicos é que constituem esse discurso, que só existe em oposição a outros, no embate. As relações é que constroem esses discursos, sob a mediação dos signos, e isso só se dá em oposição a outros discursos circulantes em função de outros interesses. Os acontecimentos desencadeiam essas lutas e são, ao mesmo tempo, modificados por elas. Os discursos constituídos de ideologias já historicamente mais estáveis são evocados para instaurar a instabilidade, a não-oficialidade, a não-hegemonia: “os últimos acontecimentos destroem todos os mitos construídos nos últimos 30 anos, de que o pensamento único do livre mercado levaria a sociedade à abundância e

que seria o ‘fim da história’ para qualquer alternativa fora dos marcos capitalistas” (BRASIL DE FATO, 2008, p. 10).

O anúncio da instalação de uma situação de crise global aparece, no que se pode compreender por esses discursos, como uma esperança, um projeto de dizer que há uma vontade de derrota, de decadência do capitalismo, do modelo alternativo a esses, um modelo com menos concentração de renda e de poder: “os Estados Unidos, repetindo cenas dos anos 1920, vai (sic) ver ranger de dentes, fome, suicídio e um adeus a um estilo de vida que eles sempre julgaram eterno”.

Em defesa dos interesses do agronegócio, daqueles que com ele lucram e que nele apostam suas fichas, o caderno semanal Agrolinha ainda, em meados do mês de setembro de 2008, constrói discursos na direção de tranquilizar os investidores do setor: “Crise dos EUA afeta pouco o agronegócio – saída dos fundos de investimento do mercado derrubou os preços, mas estoque ainda é pequeno e demanda continua” (FOLHA DE S. PAULO, 2008, p. B11); “Após turbulência, agricultura refaz contas – alta do dólar aumenta a renda dos agricultores, mas o setor deve ser o primeiro a sofrer os efeitos do aperto no crédito” (FOLHA DE S. PAULO, 2008, p.B11).

Em duas semanas os movimentos na base sócio-econômica geram discursos distintos. Na primeira manchete, há a admissão da existência de uma crise, no entanto ela é dos EUA, não do Brasil. Ademais, a derrubada dos preços afetará “pouco” o agronegócio, já que a “demanda continua”, posto que o estoque é “pequeno”. Dessa forma, os discursos vão sendo construídos no sentido de que a situação, para aqueles ligados à cadeia de produção do agronegócio, não é de todo ruim, pois “a alta do dólar em relação ao real dará novo fôlego ao agronegócio, principalmente porque esse setor depende das exportações” (FOLHA DE S. PAULO, 2008, p.B11). A tranquilidade expressa nesse discurso segue uma lógica de mercado de certo modo até simples: “a agricultura é câmbio”, logo, “quanto maior a subida do dólar no mercado interno, maior é a remuneração do produtor” (FOLHA DE S. PAULO, 2008, p.B11).

Na semana seguinte, as palavras, por conta de sua ubiquidade social, como assevera Bakhtin, captam as mais ínfimas mudanças sociais, aquelas que ainda “nem tiveram tempo de adquirir uma nova qualidade ideológica” (2006,

p.42). A possibilidade da escassez do crédito faz com que se comece a plantar uma semente de preocupação naqueles que estão envolvidos na produção agropecuária em larga escala. Ao considerarem-se esses fatores, a crise já começa a abalar, a ser como um “turbulência”, que gera a necessidade de refazer as contas. Aqui, a alta do dólar deixa de ser um fator positivo, por meio do qual os produtores “ainda” lucrariam bastante, para ser um fator ainda positivo, mas não suficiente para que o setor não sofra “os efeitos do aperto no crédito”.

A constatação da possibilidade de o agronegócio ser o primeiro a sentir o aperto na oferta de crédito é um estalo para que esse setor comece a lutar, uma vez que “o agronegócio é sempre um dos primeiros alvos quando há falta de liquidez”. Ao passo que sob a visão do jornal Brasil de Fato há uma construção de compreensão da crise financeira mundial como um alerta aos trabalhadores sobre a chance de lutar por um modelo diferente do que vivemos hoje, no discurso da Folha há a construção, primeiramente, de uma chance de maiores lucros, mas, já na semana seguinte, de preocupação, especialmente com a questão do crédito. Mas, em nenhum momento nos discursos da Folha dessas duas semanas foi questionado o atual modelo econômico, a atual lógica de mercado. Menos ainda um questionamento ou uma proposta de grandes mudanças. Os discursos dos grandes produtores, das grandes corporações, propõem a tomada de providências em socorro desse modelo de produção para seu fortalecimento e manutenção.

A crise financeira mundial provoca muitas ações em torno dos setores produtivo e econômico. As ações trabalham na busca ou na manutenção do poder. O poder político. O poder econômico. Assim, uma das atividades econômicas ditas de maior importância para o Brasil – o agronegócio – atrai para si grandes medidas em prol de seu fortalecimento. Na edição de 14/10/08, o caderno Agrofolha publicou o anúncio de medidas feito pelo Ministro da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. Antes mesmo do início do texto escrito a respeito das medidas anunciadas, a foto do Ministro no momento do anúncio (figura 4) constitui um discurso que recomenda calma aos envolvidos com o agronegócio. Diante de uma bancada, de posse de um microfone para fazer o pronunciamento, a foto foi feita exatamente no momento em que o Sr. Reinhold Stephanes estendia as duas mãos, como os gestos de quem pede calma. Essa não deve ter

sido a única foto do Ministro feita naquela ocasião, porém foi justamente essa a escolhida para compor o artigo publicado naquele dia. A foto, assim como os enunciados verbais constituintes do discurso sobre as medidas em favor do agronegócio, carrega consigo a valoração do sujeito autor desse discurso em relação ao anúncio. São medidas ansiosamente aguardadas, necessárias, essenciais para que essa atividade econômica continue em ação, continue contribuindo para o tão necessário desenvolvimento econômico brasileiro.



Fonte: Agrofolha – Caderno Dinheiro – FOLHA DE S. PAULO, 14 out. 2008, p. B14

Figura 6: Ministro da Agricultura – Reinhold Stephanes

As mãos do ministro fazem um gesto que pede calma, sugere tranquilidade. O lugar de onde ele fala, além do lugar físico onde ele se encontra – um ambiente formal, lugar onde se discutem e se resolvem questões referentes à coletividade e de onde as medidas tomadas por decisão de um grupo de sujeitos responsáveis por tais decisões são anunciadas. O microfone lhe garante que sua voz, de sujeito social responsável por tal anúncio, chegue bem aos ouvidos daqueles que estejam interessados no que ele tem a dizer. A placa em frente ao microfone identifica o sujeito que está falando, o sujeito que está anunciando o que será feito em relação aos acontecimentos que tanto afligem grande parte dos

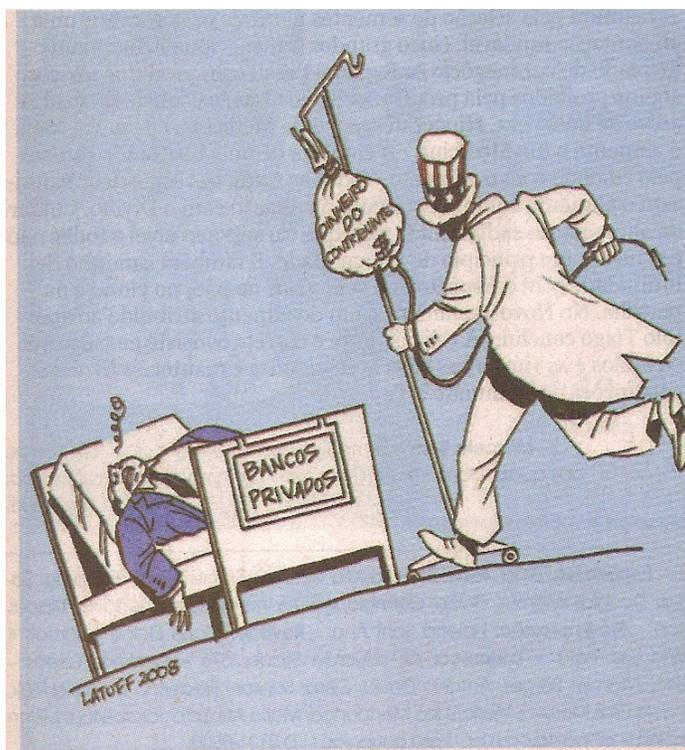
indivíduos envolvidos com os investimentos nas atividades relativas ao agronegócio; essa placa garante que não é um sujeito qualquer a pedir calma, a estender as mãos sugerindo diminuição das inquietações, das dúvidas, das inseguranças, é o Excelentíssimo Sr. Reinhold Stephanes – Ministro de Estado da Agricultura, Pecuária e Abastecimento.

A disponibilização de cerca de R\$ 5 bilhões em crédito para a garantia da safra é justificada pelos discursos que compõem essa página do jornal, sempre na direção da importância do agronegócio para o Brasil e do quanto a crise financeira pode abalar a safra, a produção, as exportações. “A agricultura brasileira será afetada pela crise de crédito na safra 2008/2009, uma vez que o plantio de grãos começou no meio da turbulência financeira, mas as medidas anunciadas pelo Banco Central poderão chegar a tempo de remediar o aperto no financiamento da exportação” (FOLHA DE S. PAULO, 2008, p.B14). A ameaça é construída ideologicamente como séria para o Brasil e não para os exportadores de grãos. Como se o risco de prejuízos atingisse de maneira equipolente todo o país, quando, de fato, o não financiamento da safra representa riscos mais acentuados aos produtores, às transnacionais do agronegócio.

Em oposição ao discurso da necessidade de se lançarem medidas salvadoras das grandes instituições financeiras e das grandes corporações, a visão do cidadão comum, daquele que não é um grande produtor do agronegócio, por exemplo, do chamado apenas de contribuinte, é expressa no editorial do Jornal Brasil de Fato, em sua edição da semana de 16 a 22 de outubro de 2008. Com o discurso de que diante das crises a conta é paga geralmente pelos trabalhadores, Juan Somavia – diretor da OIT [Organização Internacional do Trabalho] – assevera que “os trabalhadores, suas famílias e comunidades têm tanto direito de serem salvos dessa crise quanto as instituições financeiras que, finalmente, nos colocaram nesta confusão” (BRASIL DE FATO, 2008, p.2). Além do socorro imediato às grandes instituições, o discurso também se constitui de críticas às medidas tomadas com relação aos cortes nos gastos sociais em diminuir os direitos trabalhistas, conquistados com anos de árduas lutas. E ainda que “quando esse sistema navegava em águas tranquilas e produzia lucros gigantescos, em nenhum momento se falou em socializar seus ganhos”. Mas as perdas, que ainda nem ocorreram concretamente, posto que as medidas que

vinham sendo anunciadas tinham caráter preventivo, já são propostas e construídas como responsabilidade de todos, logo, devemos nos sacrificar para que possamos contribuir para o bem de nosso país.

A expressão da valoração desse jornal a respeito da crise também é construída ideologicamente em um discurso composto por signos verbais e imagéticos. A charge, publicada na capa dessa mesma edição, de Latuff, constitui o acontecimento do campo sócio-econômico com relação à crise numa cena de hospital, em que o paciente, em estado muito grave, é socorrido pelo médico na figura do Tio Sam e recebe o medicamento capaz de torná-lo à vida, no caso, o que é capaz de devolver ao sistema financeiro privado à vida, com seu coração batendo forte, é uma grande dose de recursos públicos provenientes dos cidadãos comuns, os tais contribuintes, na veia.



Fonte: Jornal Brasil de Fato, 16 a 22 out. 2008, p.1

Figura 7: Charge de Latuff – crise financeira mundial 2008

A cama, nos moldes de cama de hospital, comporta um sujeito que parece estar num estado bastante grave, desacordado, precisando de socorro. A urgência nesse socorro também é percebida pela postura do suposto enfermeiro,

que corre a passos largos na direção do doente. As roupas identificam o doente e o enfermeiro, que vestem, respectivamente, terno e gravata – simulando grandes executivos e investidores, talvez banqueiros – e a fantasia característica do tio Sam, figura que representa uma identidade estadunidense bastante tradicional. O recipiente que contém o soro, o remédio capaz de salvar o doente, tem proporções maiores do que as de um soro convencional. Isso demonstra que o estrago foi grande e que as doses que serão capazes de reanimar esse moribundo terão de ser gigantescas.

Fora de um contexto, é somente uma charge, um homem num leito de hospital precisando de socorro. Nesse contexto de crise, nessa relação, nesse campo de atividade humana, os elementos dessa charge, desse discurso, são signos ideológicos que refletem a realidade financeira global e a refratam ideologicamente. E as ideologias, num embate, se chocam, se opõem, se constituem nesse jogo. As ideologias oficiais, relativamente estáveis, de que é preciso mesmo que todos nós trabalhemos em socorro das instituições financeiras, produtoras, exportadoras em oposição àqueles que questionam, que pedem mudanças, que expressam sua vontade, seu projeto de dizer que é preciso subverter a atual ordem das coisas. Os signos, verbais ou não verbais, constituem a arena para esses embates.

A disputa por investimentos provenientes dos recursos públicos, por crédito, pela posição de ser capaz de promover a economia brasileira a nível internacional, pelo reconhecimento de ser a atividade econômica de maior importância para o país prossegue com cada vez mais vigor. E a crise financeira mundial parece oferecer um combustível, um motivo a mais para o fortalecimento dessa luta, posto que estabelece uma situação propícia para angariar recursos públicos em nome do não colapso, do não abalo à economia.

Um novo anúncio de investimentos é então divulgado em 04 de novembro de 2008, no caderno Agrolinha, que estampa a seguinte manchete: “Governo prepara uma nova injeção de recursos no campo.” Por esse enunciado já sabemos que não é a primeira injeção desses recursos no setor. E o anúncio feito pela manchete é todo justificado por um discurso que constrói, mais uma vez, as atividades em torno do agronegócio como a grande esperança para a economia brasileira.

No chapéu do artigo, que ocupa quase toda a página, o montante direcionado ao campo ganha uma justificativa bastante clara: “na avaliação da Presidência da República, campo pode se converter em âncora verde, capaz de minimizar o impacto da crise mundial” (FOLHA DE S. PAULO, 2008,p. B16). A imagem da âncora criada por esse discurso proporciona a sensação de segurança, de estabilidade. Se estamos numa maré de crise, em que as economias dos países vão sendo atingidas por gigantescas ondas ou “marolinhas”, estar num barco com uma âncora potente, capaz de nos manter firmes e minimizar os impactos das águas revoltas seria uma condição privilegiada. E se essa âncora é construída a partir do agronegócio, é nele que os recursos em maior escala devem ser investidos. Tudo isso se trabalharmos somente com a manchete e com o chapéu. No entanto, ao explorarmos o artigo como um todo, podemos construir compreensões ainda mais amplas sobre a tomada de posição desse suporte jornalístico com relação aos impactos da crise sobre o agronegócio.

Logo no primeiro parágrafo, há a afirmação categórica sobre as palavras do presidente brasileiro a respeito do setor: “eleito pelo presidente Luís Inácio Lula da Silva como uma âncora verde fundamental para sustentar o crescimento da economia nos dois últimos anos de seu mandato e minimizar o impacto da crise mundial, o setor do agronegócio terá uma nova injeção de recursos nos próximos dias”. Por esse discurso, nota-se que o que se vai fazer é uma “injeção de recursos” e não gasto de dinheiro público ou desvio de recursos do setor público para o privado, como poderia ser dito por outros grupos sociais não envolvidos com as grandes corporações e os grandes produtores do agronegócio. E as justificativas trazem elementos como “âncora verde FUNDAMENTAL para sustentar o CRESCIMENTO da economia”. O grande discurso, o discurso hegemônico, que liga o agronegócio ao crescimento, ao desenvolvimento econômico do país mais uma vez se fortalece aqui, vai ganhando ainda mais estabilidade, mais força em seu papel de homogeneizar a visão que se tem sobre essa atividade econômica.

A construção desse discurso que ampara novos direcionamentos de recursos e os denomina como positivos para a economia brasileira é bastante sofisticada e cuidadosa. São trazidas para o texto, além das falas do presidente

Lula, as falas de Reinhold Stephanes – Ministro da Agricultura. A equipe econômica do governo brasileiro recebeu orientações do próprio presidente para que as reivindicações do setor do agronegócio fossem atendidas para garantir uma boa safra em 2009 e 2010. Técnicos da Agricultura percorreram o interior do país durante duas semanas e concluíram que, “sem um socorro para o Centro-Oeste, o país corre o risco de ter uma forte queda na produção do ano que vem”. Conclusão essa que, a partir desse discurso, vai gerar ações de direcionamento de grandes montantes para os produtores dessa região em forma de crédito, além de propiciar uma abertura a renegociações de financiamentos contraídos em períodos bem anteriores à crise e até mesmo à prorrogação, por até dois anos, de dívidas já vencidas. A relação entre os discursos e as ações se dá de maneira dialógica, pois que se constituem mútua e simultaneamente, ao passo que a construção de novos discursos impulsiona ações na base socioeconômica e esses discursos também vão se constituindo outros, com novas roupagens ideológicas, a partir dessas ações.

Os valores a serem destinados ao setor, os novos prazos, toda a articulação necessária dos diferentes ministérios do governo, tudo isso já está estrategicamente organizado para atender às reivindicações do setor. As justificativas para toda essa articulação mais uma vez são pautadas no discurso que liga agronegócio a desenvolvimento ou crescimento econômico. O ministro da Agricultura novamente traz ao discurso o dado referente à participação das atividades ligadas ao agronegócio no PIB brasileiro – cerca de 32%. “A aposta do governo na agricultura, segundo Stephanes, vem da avaliação de que, além de ser a principal atividade econômica em 4000 dos 5.600 municípios do país, a agricultura é importante para o controle da inflação, para a geração de emprego e renda e para o superávit comercial do Brasil” (FOLHA DE S. PAULO, 2008, p.B16).

Toda essa construção ideológica é parte de uma luta discursiva pela manutenção da atual ordem das coisas: se temos uma atividade econômica de tamanho porte e tamanha potência dentro do nosso país, vale a pena dispensar tanta atenção, cuidado e, acima de tudo, recursos para seu fortalecimento e sua manutenção – mesmo que isso signifique levar dinheiro público para o setor privado – já que um abalo nessas estruturas seria também um abalo nas

estruturas da economia brasileira, por conta do PIB, do superávit comercial, dos empregos, da renda e de tantos outros “benefícios” gerados pela agricultura e pecuária de exportação.

Na mesma página em que foram publicados esses novos investimentos no setor do agronegócio, é publicado também um pequeno artigo que trata das incertezas com relação à produção familiar. Anunciado pela manchete: “Indefinição cerca venda de produção familiar”, o texto aponta as dificuldades em que se encontra esse setor e afirma que “num sinal de influência direta da crise financeira global sobre o campo brasileiro, a fase de comercialização da safra 2008/2009 da agricultura familiar [...] “ainda é uma incógnita”, segundo o secretário de Agricultura Familiar do Ministério do Desenvolvimento Agrário, Adoniran Peraci”. Embora o artigo levante as causas das dificuldades vividas pelo setor e traga dados apresentados pelo Censo Agropecuário de 2006, ressaltando a importância da participação da Agricultura Familiar na economia, as medidas anunciadas até agora garantiriam uma tranquilidade um pouco maior somente quanto à comercialização. No entanto, não parece haver, pelo menos no que é possível de se compreender nesses discursos, tanto empenho e tanta organização e mobilização cercando a Agricultura Familiar quanto se pode notar que cerca a produção em larga escala, voltada à exportação. O que cerca a Agricultura Familiar nesse discurso são as incertezas. Além disso, o fato desse pequeno artigo sobre a produção familiar ter sido publicado logo abaixo de mais um anúncio de grandes investimentos no setor de agronegócio pode nos levar a associar esses investimentos também a essa produção em menor escala. Ao passo que são direcionados muitos recursos públicos ao campo, podemos pensar que o campo dito no artigo anterior refere-se às duas atividades: ao agronegócio e à agricultura familiar. No entanto, a informação exata sobre onde serão aplicados esses recursos não aparece, o que pode direcionar, numa leitura menos atenta, a uma compreensão de que os dois setores serão igualmente socorridos.

A luta discursiva nesse campo apresenta jogos de interesses variados, provenientes de grupos sociais também variados. Na mesma semana em que o caderno Agrolinha publica essa nova injeção de recursos no campo em função da

crise global, o jornal Brasil de Fato afirma que “o mundo todo está em crise” e faz isso por meio da cobertura da 5ª Conferência Internacional da Via Campesina.

Definindo a crise como multidimensional: de alimentos, de energia, de clima e de finanças, o artigo discute, na seção denominada “debate”, como chegamos à crise e o que a Via Campesina defende: a soberania alimentar, frente às crises energéticas e climáticas, a agricultura camponesa sustentável, o avanço das mulheres e o avanço de todos, o direito à semente e à água, não à criminalização dos movimentos sociais, a juventude do campo.

Num cenário multi-crise, os discursos hegemônicos e as soluções apresentadas por eles são questionados e refutados. “As soluções que o poder propõe – mais livre comércio, sementes transgênicas etc. – ignoram que a crise resulta do sistema capitalista e do neoliberalismo, e somente aprofundarão seus impactos.” Nesse discurso, o autor se coloca como não pertencente ao poder, situando-se em oposição a ele e também em oposição ao capitalismo e ao neoliberalismo, responsabilizando-os pela atual situação de crise geral e global. E acrescenta: “Para encontrar soluções reais, temos que olhar para a soberania alimentar que propõe a Via Campesina” (BRASIL DE FATO, 2008, p.2).

As soluções propostas pelo poder, na visão desse jornal, são irreais ou fantásticas, posto que, pelo que se compreende dessa leitura, as soluções “reais” são as propostas pela Via Campesina e dizem respeito à soberania alimentar, de onde se depreende que o poder não preza por essa mesma soberania.

Como temos visto ao longo deste item do trabalho, a crise financeira mundial constitui uma oportunidade de intensificação da luta por hegemonia, especialmente na esfera do agronegócio. No entanto, em função dos interesses de classe, os discursos são constituídos de maneiras variadas e cada classe envolvida nessa luta por hegemonia vê na crise uma oportunidade diferenciada. No artigo dessa semana, o jornal Brasil de Fato afirma que “no seio da crise, as oportunidades se fazem presentes. Oportunidades para o capitalismo, que usa a crise para se reinventar e encontrar novas formas de manter suas taxas de lucro, mas também oportunidades para os movimentos sociais, que defendemos a tese de que o neoliberalismo perde legitimidade entre os povos e que as instituições financeiras internacionais (Banco Mundial, FMI, OMC) estão mostrando sua incapacidade de administrar a crise (além de serem parte dos motivos da mesma)

criando a possibilidade que sejam desarticuladas e que outras instituições reguladoras da economia global surjam e que atendam outros interesses”. A ideologia não-oficial, aquela que subverte a ordem das coisas, que questiona a atual organização política, econômica, social, por meio desse discurso vai abrindo uma brecha na hegemonia já historicamente instaurada e estabilizada. O discurso pede, reivindica mudanças, movimentos na atual ordem das coisas – o surgimento de outras instituições reguladoras da economia, que atendam a outros interesses, diferentes dos que já vêm sendo atendidos. É uma luta ideológica pelo poder, por mudanças.

O embate ideológico nesse artigo coloca frente a frente os papéis da produção camponesa e da produção do agronegócio: “somente a agricultura camponesa alimenta os povos, enquanto o agronegócio produz para a exportação e sua produção de agrocombustíveis é para alimentar os automóveis e não para alimentar gente”. O confronto de funções dos diferentes modos de produção estabelece o confronto de tomadas de posição com relação à produção agrícola: “está claro que a produção mundial de alimentos controlada pelas empresas transnacionais não é capaz de alimentar o grande contingente de pessoas neste planeta enquanto que a soberania alimentar baseada na agricultura camponesa local faz-se mais necessária do que nunca”.

Há discursos que constituem o agronegócio e a produção para exportação para atender as exigências do mercado internacional como a chave para o desenvolvimento econômico do país; por outro lado, ao mesmo tempo, circulam os discursos que constituem a produção camponesa de alimentos como a solução real para a crise multidimensional pela qual passamos na contemporaneidade. Todos esses discursos existem, são veiculados em suportes jornalísticos de circulação nacional, nascem das próprias relações que se travam nas esferas de atividade humana e geram ações em torno dessas construções discursivas ideológicas. Porém, tais discursos não são paralelos, eles coexistem; só existem um em relação ao outro, posto que “dois sentidos materializados não podem estar lado a lado como dois objetos: devem tocar-se internamente, ou seja, entrar em relação semântica” (BAKHTIN, 2008, p.216).

A grande questão está em torno da hegemonia desses discursos que também é refletida e refratada nas ações da base material, da base

socioeconômica. Aqueles discursos que são construídos com a finalidade de manter e fortalecer a atual organização das coisas, que tentam estabilizar as ações e as falas em torno delas, que tentam tornar as posições a respeito dessas ações monológicas, têm sido os discursos hegemônicos, posto que têm tido mais força, que têm determinado os detentores dos meios de produção, os detentores de terras, do comando da política e da economia. Já aqueles discursos que tentam subverter a atual ordem das coisas, que questionam, que põem em debate, que propõem mudanças, movimentos, constituem os discursos da não-hegemonia, posto que os que os proferem são aqueles que não detêm o poder, que não detêm o comando político e econômico, são os discursos com vozes destoantes daquelas que monologizam, são as vozes que instauram a instabilidade em oposição à estabilidade discursiva corrente na atualidade da esfera de atividade do campo, da agricultura e da pecuária brasileiras.

Tomar posição diante dos acontecimentos é construir discursos a partir das relações sociais que se estabelecem diante dos fatos. Os interesses de classes orientam a constituição ideológica desses discursos. Um mesmo fato que se dá na base material da sociedade é visto de maneiras distintas de acordo com quem os vê. Investimentos na produção agrícola voltada para as exportações podem ser vistos como incentivo, como estratégia para consolidar o desenvolvimento econômico do país por aqueles que vão lucrar com isso. Aqueles que terão suas safras financiadas por esses investimentos, provenientes de recursos públicos, aqueles que terão suas dívidas renegociadas, com ampliação dos prazos de pagamento e que, em troca, quase nada precisam oferecer. No entanto, há possibilidades outras para se construir uma visão a respeito de maiores esforços e investimentos para a produção voltada à exportação. Os que trabalham, vendendo por um preço quase que simbólico o único meio de sobrevivência – a força de trabalho, a mão-de-obra – e que não serão beneficiados por esses novos montantes de recursos públicos destinados à produção de matéria-prima para abastecer o mercado externo, por exemplo.

Na semana de 5 a 11 de junho de 2008, o jornal Brasil de Fato, também anunciando maiores investimentos na produção de etanol, faz essa discussão do ponto de vista do trabalhador, com a manchete estampada na capa: “Por mais etanol, Lula libera exploração dos cortadores”. Nesse artigo, as falas do presidente da República não constituem esse discurso para justificar os investimentos ou para construir as atividades ligadas ao agronegócio como “âncora verde” capaz de oferecer estabilidade à economia brasileira em época de crise. As palavras de Lula aqui mostram a visão oficial, a visão hegemônica sobre o trabalho dos cortadores de cana. Uma visão de que alguns sacrifícios valem a pena em nome do desenvolvimento econômico: “O presidente Luiz Inácio Lula da Silva, mais uma vez, minimizou as precárias condições de trabalho dos cortadores de cana para defender os agrocombustíveis”.

Sobre a questão do desenvolvimento econômico, a fala do presidente brasileiro é trazida ao discurso do jornal para mostrar a voz oficial da presidência sobre o que significa trabalhar para se desenvolver economicamente. Nas palavras de Lula, o trabalho no corte de cana “não é mais duro do que o trabalho em uma mina de carvão, que foi a base do desenvolvimento da Europa. Pegue um facãozinho e passe um dia cortando cana e desça numa mina a noventa metros de profundidade para explodir dinamite para você ver o que é melhor” (BRASIL DE FATO, 2008, p.3). Na visão de um jornal criado e mantido por movimentos sociais de trabalhadores do campo, que vivem o trabalho com o “facãozinho” na mão, “o petista comparou o esforço dos canavieiros com o dos mineradores de carvão europeus, historicamente submetidos à superexploração para fornecer energia ao desenvolvimento do capitalismo industrial. Dessa maneira, Lula ignora as mortes por esforço de ao menos 21 pessoas nos canaviais paulistas, entre 2004 e 2007. Além disso, reforça um modelo que subordina novas extensões de terra e mais trabalhadores ao mercado global de biocombustíveis e alimentos, setor totalmente controlado pelas transnacionais” (BRASIL DE FATO, 2008, p.1).

As relações de trabalho, as relações econômicas, as relações políticas são construídas por discursos e também os constroem e os modificam. A produção de commodities agrícolas para o mercado global é defendida por discursos das

grandes corporações e do governo que, no caderno Agrofolha, tomam as palavras de Lula para reafirmar a importância e a força do agronegócio na economia brasileira, em nome do desenvolvimento. Os discursos dos trabalhadores, no jornal Brasil de Fato, são construídos ligando o desenvolvimento dessas atividades econômicas à exploração dos trabalhadores, levantando os números de mortes por exaustão no campo, as difíceis condições de trabalho dos cortadores. E não consideram que isso tudo seja em nome do desenvolvimento econômico do país, mas em nome da geração de lucros para o capitalismo se desenvolver, para o controle ainda maior das transnacionais em território brasileiro.

A luta de classes que se trava nos discursos, pelos signos, também está explícita nas imagens contidas em cada jornal. Para falar do conceito de desenvolvimento do Presidente Lula e, em seguida, construir sua crítica a respeito, o jornal Brasil de Fato seleciona a imagem de um trabalhador do corte de cana (figura 8), sob forte sol, em plena atividade; essa imagem é exibida na capa do jornal, como chamada para a reportagem que vem publicada em seu interior. Na parte inferior, vemos a manchete, que reforça o ponto de vista desse suporte midiático sobre as relações dos trabalhadores rurais e do desenvolvimento econômico do país. Essa imagem não é mera ilustração. É parte integrante da argumentação do jornalista e dos editores desse jornal, que falam para e em nome da classe trabalhadora. É texto. É discurso.



Fonte: Jornal Brasil de Fato, 5 a 11 jun. 2008, capa

Figura 8: Capa do jornal Brasil de Fato – exploração dos cortadores

O trabalhador, sob o sol forte, lidando com a cana queimada, cortando com o facão as toneladas que lhe cabem diariamente, embora esteja vestido com o uniforme que segue os padrões de segurança – percebemos que ele veste botas com protetores nas canelas, óculos, boné, roupas compridas para proteger do sol e luvas – é representado por seu esforço, pelas condições de trabalho nada confortáveis, nada leves. É um trabalho exaustivo. A manchete que acompanha a imagem complementa o sentido que o sujeito autor desse texto quer imprimir: a força de trabalho como fruto da exploração. A declaração do presidente Lula é citada nesse contexto revelando um tom de que, por sua fala, Lula tenha considerado justa a venda da mão-de-obra pelo trabalhador em nome de um aumento da produção daquele que é um dos produtos em que mais se investe em nosso país nos últimos tempos – o etanol.

No interior do jornal (na página 3), encontram-se mais duas imagens no topo da página, que também corroboram a ideia de exploração expressa pelo discurso do sujeito/autor do texto (Figura 9). Tais imagens, dispostas lado a lado,

exercem uma argumentação complementada pela legenda, que diz “A situação a que os cortadores de cana são submetidos parece ser ignorada pelo presidente Lula, que recentemente comparou o trabalho do corte da cana ao de um balconista”.



Fonte: Jornal Brasil de Fato, 5 a 11 jun. 2008, p.3

Figura 9: O Presidente, Luís Inácio Lula da Silva, e trabalhadores do corte de cana

Nesse conjunto de imagens, vemos o Presidente em discurso, vestindo terno e gravata. Ao lado, em oposição, os trabalhadores do corte de cana, com roupas e acessórios para se protegerem do sol, como se esperassem alguma solução para sua situação. Tanto Lula quanto os trabalhadores rurais estão em seus ambientes de trabalho; aquele como Presidente da República, estes como cortadores de cana, trabalho manual pesado, exaustivo e, na maior das vezes, temporário, pois que depende das safras. A legenda que complementa o texto verbal e icônico levanta declarações do presidente a respeito de comparações feitas por ele no que diz respeito ao trabalho no corte de cana. Segundo a legenda, Lula teria afirmado que trabalhar como balconista não seria tão mais fácil que o trabalho nos canaviais com um “facãozinho” nas mãos.

Logo abaixo das imagens, o título do artigo reforça a chamada da capa: “Expansão da cana aumenta a exploração”. O subtítulo “Enquanto Lula defende a produção de etanol, crescem os casos de trabalhadores submetidos a condições desumanas” explica as duas imagens – o presidente em discurso em favor de

maior produção da cana como matéria-prima para o etanol e os trabalhadores em duras condições de trabalho.

O jogo entre as imagens e as palavras, no jornal Brasil de Fato, levanta a bandeira de questionamento em relação à postura do governo brasileiro, personificado pelo presidente Lula, no que diz respeito às condições de trabalho e desenvolvimento econômico. É a voz dos trabalhadores trazida à cena pelo jornalista. São os interesses desse grupo social sendo expressos por um jornal. Nesse jogo, há traduzido o ponto de vista desses trabalhadores sobre o *desenvolvimento*.

Utilizando-se também do jogo imagens/palavras, a Folha de S. Paulo apresenta, no artigo citado por nós anteriormente, imagens com forte poder argumentativo, ao lado do texto verbal (figura 10).



Fonte: Agrofolha – Caderno Dinheiro – FOLHA DE S. PAULO, 04 nov. 2008, pB16

Figura 10: O presidente Lula em lançamento de plano agrícola e pecuário

Na figura 10, vemos o presidente pensativo; atrás dele um cenário com imagens de plantação de cana, grãos de soja, caixas que embalam produtos do

tipo exportação. Essa imagem está disposta num plano vertical, talvez indicando crescimento. A legenda traz as seguintes palavras: “O presidente Lula em lançamento de plano agrícola e pecuário”. Ao lado de um texto carregado de números e projeções ligados à economia do país, a imagem mostra o desempenho e o esforço do governo brasileiro – aqui também personificado por Lula – para alcançar o desenvolvimento. Nesse jogo, percebe-se a voz daqueles ligados à produção agrícola e pecuária em larga escala, que defendem o campo como a “âncora verde”, capaz de trazer ao Brasil (pelo menos no que diz respeito à plataforma econômica) esse *desenvolvimento*.

Esses jogos de palavras e imagens, tanto aqueles vistos no jornal Brasil de Fato, como os do jornal Folha de S. Paulo, constituem uma luta de classes. Dando voz a diferentes grupos sociais, os jornais assumem para si o discurso - dos trabalhadores ou dos representantes do agronegócio e de grandes corporações ligadas a ele – por meio dos signos aí empregados. As palavras constituem signos e as imagens, nesse contexto, também.

Isso porque,

os signos também são objetos naturais, específicos, e, (...) todo produto natural, tecnológico ou de consumo pode tornar-se signo e adquirir, assim, um sentido que ultrapasse suas próprias particularidades. Um signo não existe apenas como parte de uma realidade; ele também reflete e refrata uma outra. Ele pode distorcer essa realidade, ser-lhe fiel, ou apreende-la de um ponto de vista específico, etc. Todo signo está sujeito aos critérios de avaliação ideológica (isto é, se é verdadeiro, falso, correto, justificado, bom, etc.). O domínio do ideológico coincide com o domínio dos signos: são mutuamente correspondentes. Ali onde o signo se encontra, encontra-se também o ideológico. *Tudo que é ideológico possui um valor semiótico.* (BAKHTIN, 2006, p.33).

Os signos ideológicos imagéticos selecionados por cada sujeito/autor, de acordo com o público a quem se destina, são fiéis aos argumentos e às palavras empregadas, constituem também a compreensão do seu leitor. Aqui, produtos tecnológicos – as fotografias – tornaram-se signos, adquirindo sentidos que ultrapassam sua própria realidade. Diante de uma mesma questão, que diz respeito a uma das principais atividades econômicas do país – o agronegócio – há a luta de interesses que forma os jogos de relações de poder. Essa luta ocorre no campo da linguagem, no campo do discurso. Diferentes ações sociais no

mundo produtivo alimentam discursos também diversos, dependendo de quem os produz, para quem e com que intenção.

O modo de dizer constitui o sentido que o leitor depreende daquilo que lhe é dito. Por essas compreensões feitas a partir dos artigos e suas respectivas imagens, fica claro para nós que, de acordo com o lugar de onde se fala, não o conteúdo, mas o sentido do conteúdo (Rancière, 1994) da fala do presidente Lula nos é contado de maneiras diferentes.

As diferentes formas de discursar sobre o desenvolvimento do Brasil são frutos das intenções dos produtores desses discursos. Tais intenções estão de acordo com os grupos sociais a quem se destinam os dois jornais analisados e que são representados por esses. A linguagem é mediadora das interações entre esses grupos e é através dela que os sujeitos representam o mundo e as ações nele ocorridas. E, como nos diz João Wanderley Geraldi,

em consequência, as ações praticadas com a linguagem são, a cada passo, “ditadas” pelos objetivos pretendidos, o que pode levar um locutor a representar de modo distinto uma mesma realidade em função dos interlocutores a que dirige suas falas ou em função da ação que sobre eles pretende realizar. Dado que a fala se realiza entre os homens, as ações que com ela praticamos incidem sempre *sobre o outro*, pois através delas representamos, e apresentamos a nossos interlocutores uma certa construção da realidade, para com isso interferirmos sobre seus julgamentos, opiniões, preferências. (GERALDI, 1997, p.27).

O agronegócio e as atividades econômicas ligadas a ele são uma das molas propulsoras de grandes ações políticas e econômicas no Brasil, uma vez que essa atividade constitui uma das grandes esperanças para que o país trilhe os caminhos do desenvolvimento. Em função disso, as ações em torno desse setor são justificadas e sustentadas por meio de discursos, que também agem com a linguagem, seguindo os passos dos objetivos de cada um dos sujeitos envolvidos nesse contexto ou de cada uma das classes sociais a quem o agronegócio interessa ou atinge de maneira negativa. Uma mesma realidade – o aumento de investimentos na produção de commodities, por exemplo – pode ser refletida e refratada de diferentes formas, por diferentes locutores e de seus respectivos destinatários, incidindo sobre outros a realidade construída a partir de valorações distintas.

É um jogo de interesses pautado nas relações entre grupos sociais distintos. Esse jogo ocorre por mediação da linguagem e é também por meio dela que os sujeitos são motivados a tomarem tal ou tal atitude, a agirem de tal ou tal modo, a representarem o mundo de acordo com aquilo que lhes é mais vantajoso. A realidade dos moinhos de vento pode ser construída de inúmeras formas, dependendo de que a constrói, com que objetivo, de acordo com aquilo que os próprios sujeitos são, enquanto sujeitos históricos e sociais.

3.4 A nova maneira de fazer e de ler o “jornal do futuro”

No primeiro semestre de 2010 O Grupo Folha lançou uma campanha anunciando grandes mudanças no modo de apresentação do jornal Folha de São Paulo. Chamado de o jornal do futuro, a nova Folha é divulgada pela atriz Fernanda Montenegro, em comerciais de TV. O discurso publicitário reproduzido pela atriz define o jornal: “a Folha é o maior e mais respeitado jornal do país”. As mudanças, segundo esse discurso, nem precisariam acontecer, pois que por essa condição a Folha “podia perfeitamente não mudar, mas aí, não seria a Folha”. O antigo slogan: “Folha, não dá pra não ler” foi complementado em função das novas mídias que o jornal assumiu, agora, “não dá pra não ler, não clicar, não baixar”. O jornal, construído nesse discurso como um “jornal inquieto” nem estando já no topo pára de buscar a evolução, “não poderia se acomodar”.

As mudanças são várias e grande parte delas é exposta no comercial: por conta da necessidade do Brasil de enxergar melhor as coisas, as letras e as fotos ficaram melhores; foram convidados novos colunistas; novos cadernos foram criados e alguns dos já existentes ganharam novo formato; as diferenças entre o jornal impresso e o digital acabaram. E com tudo isso, “não dá pra não clicar, acessar, receber. Não dá pra não ler”.

O jornal que se define como o “jornal do futuro” tem suas modificações descritas e analisadas neste trabalho em função da mudança de dois cadernos que compõem este nosso estudo. Os cadernos Dinheiro e Agrofolla, que compõem fonte de dados analisados por nós ao longo desta pesquisa. A mudança dos nomes desses dois cadernos é o que nos interessa aqui. O caderno *Dinheiro* passa agora a se chamar *Mercado*. O caderno *Agrofolla* passa a se

chamar *Commodities*. A princípio podem parecer apenas mudanças de nomes, para acompanhar o novo estilo do jornal. Mas os nomes carregam consigo a materialidade das ações concretas. As palavras *Mercado* e *Commodities* são signos e, por isso, refletem e refratam realidade ideologicamente. Se os nomes Dinheiro e Agrofolha não servem mais para intitular os cadernos, é porque algo ocorreu de concreto na esfera material da sociedade brasileira que fez com esses nomes não dessem mais conta de expressar tudo o que esses cadernos têm como objetivo.

O signo Dinheiro, vinculado à materialidade das moedas correntes, carregadas de valores monetários, já não dava mais conta de expressar tudo o que o signo Mercado expressa. As grandes transações financeiras da atualidade já nem são mais negociadas em dinheiro, *in cash*. São negociadas em papéis. Papeis, títulos, ações. Operações financeiras de grande porte que ocorrem na esfera digital. Aliás, o dinheiro também já é um dinheiro virtual, digital.

Agrofolha, junção de Folha de S. Paulo com Agronegócio, também já não comporta mais os assuntos tratados nesse caderno. *Commodities* são os produtos, geralmente de origem agropecuária, produzidos em larga escala e destinados à exportação. Mas não são produtos quaisquer. É necessário que apresentem características homogêneas, que atendam às normas internacionais do mercado, sendo comercializados inclusive seguindo os preços determinados pela oferta e pela demanda internacional.

Os dois cadernos são direcionados a grandes investidores e essa mudança torna os novos nomes atribuídos a eles mais apropriados, posto que esses investidores acompanham os movimentos do mercado e não do dinheiro, das *commodities* e não da agropecuária. Os interesses dos leitores mudaram levando também as denominações dos cadernos a eles direcionados à mudança.

A base material mudou, sofreu movimentação, mudam também as palavras, os signos, que passam a assumir novas cascas ideológicas a partir de novos sentidos imbricados em sua materialidade. Se esse é o jornal do futuro, pois que “enquanto discutiam o futuro do jornal, a Folha fez o jornal do futuro”, essa futuridade é refletida e refratada nos signos, que são capazes de denunciar as mais ínfimas mudanças no campo social.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Chegamos ao final deste trabalho de pesquisa, por meio do qual procuramos tratar da questão da tensa luta de classes que ocorre nos discursos, especialmente aqueles que tratam do agronegócio e das atividades e interesses que o circundam. Embates discursivos que revelam os objetivos das diferentes classes sociais e, a partir deles, a construção de expressões de valores, e a tomada de posição diante dos fatos e do mundo.

Essa luta discursiva, esse embate ideológico refletem uma realidade de conflitos e tensões, dentro da qual convivem diferentes indivíduos, organizados em diferentes classes sociais e que, com base nos seus interesses, interesses de classe, se lançam na arena discursiva, lutando, ora pela manutenção da atual ordem das coisas, ora pela subversão dessa mesma ordem.

A tensão constitutiva dos discursos e constituída por eles está no fato de que há a construção de uma imagem do Brasil como grande promessa internacional de desenvolvimento; um país que está trabalhando duro, fazendo grandes investimentos na produção agrícola e pecuária em larga escala e visando o mercado exterior, para se consolidar como voz ativa nas decisões internacionais, com importante papel. Mas, ao passo que esses discursos trabalham no sentido de construir tal imagem, essa aparência do potencial brasileiro, há discursos outros que afirmam que tais esforços não passam de trabalho para manter uma posição já historicamente consolidada de um Brasil que é fornecedor de matérias-primas a baixos preços e que usa de seus vastos, mas finitos, recursos para isso.

A palavra, o signo agronegócio carrega consigo uma dialética interna cujo estudo revela tais contradições, posto que discursos hegemônicos, aqueles impregnados de ideologia oficial, pregam e reproduzem a manutenção e fortalecimento da atual ordem das coisas, enquanto os discursos não-hegemônicos lutam para que essa ordem seja quebrada, refeita, movimentada.

A (re)configuração do território brasileiro em função das novas atividades agrícolas e pecuárias, a chamada modernização da agricultura, com a diminuição da extensão da área de cultivo, do tempo dos ciclos de produção, da mão-de-obra empregada ao mesmo tempo em que se aumenta a produção são ações que determinam o novo perfil de território, uma nova organização e divisão do trabalho

para atender os interesses de mercado na esfera de atividades do agronegócio sob o discurso de garantir os benefícios a todos os cidadãos brasileiros, em busca do tão sonhado desenvolvimento.

Essa movimentação e (re)modelação do território e os grandes investimentos de esforços para a ampliação das atividades econômicas agrícolas e pecuárias em larga escala, com foco nas exportações, ocorrem na infraestrutura social, nas bases materiais, concretas. A relação que se dá entre a infraestrutura e as superestruturas não é uma relação mecanicista, posto que é dialógica, impregnada de ideologia. Desse modo, ao passo que são planejadas ou efetuadas ações no campo concreto, na base material, novos discursos são gerados, justificando, mantendo e fortalecendo tais ações; do mesmo modo, discursos são planejados, mantidos e fortalecidos pelas ações num movimento tenso e constante entre infra e superestruturas. O fio condutor dessas relações constituídas entre as duas esferas – a material e a ideológica – é sempre a linguagem, mediadora das relações e arena para grandes embates. Via signo, via palavra.

Desse modo, o estudo por nós realizado ao longo desta pesquisa trata não do agronegócio e das atividades a ele ligadas, mas dos discursos que se constroem e que circulam a esse respeito nas diversas esferas de atividade humana. Para tanto, interessou-nos a ubiquidade social da palavra, o modo como ela compõe todas as relações ao mesmo tempo em que é composta por elas. As multidões de fios ideológicos constitutivos das palavras, que “servem de trama a todas as relações sociais em todos os domínios” (BAKHTIN, 2006, p.42).

As transformações sociais observadas e analisadas em torno da produção agrícola e pecuária em larga escala, os grandes investimentos nesse setor, os conflitos e tensões nele gerados, foram estudados pela linguagem, pelo estudo dos discursos, dos enunciados concretos, ideológicos. Pelas relações dialógicas que se estabelecem e ganham vida nos signos.

A compreensão de discursos vários, no estudo da relação dialética e dialógica na concretude, pelas palavras se deu com base na leitura e na análise dos embates ideológicos discursivos que se travam, num jogo tenso entre estabilidade e instabilidade das relações. Para a construção da compreensão sobre a organização do território brasileiro em função das atividades ligadas ao

agronegócio e das transformações ideológicas originárias desses processos, desembocamos num processo dialético de evolução social, procedente da infraestrutura e que toma forma nas superestruturas. (Bakhtin, 2006),

A análise de discursos cujos lugares de nascedouro variam no universo das diferentes esferas de atividade humana, entre elas, política, cultural, publicitária, jornalística, empresarial, de movimentos sociais, como em tantas outras, nos permitiu ler e compreender as diferentes formas e sentidos que os signos assumem diante dos objetivos e interesses dos enunciadores e diante dos interesses de classe, revelando a hegemonia de alguns discursos e a não-hegemonia de outros.

Nessa luta por hegemonia, as ideologias têm papel fundamental, posto que se constituem nesse jogo entre estabilidade, em que a luta é pela manutenção da atual ordem das coisas (ideologias oficiais), e a instabilidade, em que a luta é pela mudança, pela desconstrução dessa ordem (ideologias não-oficiais). A escolha das palavras, dos signos que compõem os discursos é uma escolha ideológica, o que representa não só a expressão de idéias, mas também a expressão de tomada de posição diante das ações concretas.

Nesse sentido, a construção de discursos que proclamem o agronegócio como a grande esperança brasileira na firmação do país no cenário econômico mundial é uma tomada de posição que luta pela manutenção dos investimentos nesse setor, luta pela manutenção dessa atividade econômica como grande chave para o desenvolvimento e, para tanto, utiliza-se de signos como “desenvolvimento sustentável”, “geração de emprego e renda”, “redução das desigualdades sociais”, “promoção de segurança alimentar”, “competitividade em benefício da sociedade brasileira”, “o setor mais importante da economia brasileira”, “o agronegócio leva o Brasil nas costas”, entre tantos outros.

Já a construção de discursos que lutam não pela manutenção dessa ordem das coisas, mas pela subversão dela, é calcada na escolha de signos que refletem e refratam o agronegócio e as atividades que o circundam como “modelo baseado na concentração de renda e na desigualdade social”, “baseado na violação dos direitos humanos, sociais e ambientais”, “processo intrinsecamente maléfico”, e assim por diante.

Nos discursos pela manutenção e pelo fortalecimento das atividades e dos investimentos em torno da produção agrícola e pecuária em larga escala, as palavras empregadas carregam sentidos que promovem um certo apagamento dos conflitos, das tensões existentes em torno dessas atividades econômicas. Esses signos impregnados da ideologia oficial, da ideologia hegemônica, imprimem sentidos que tentam monologizar os discursos, construindo uma aparência de naturalidade das coisas: “somos o país da agricultura e da pecuária – do samba e da boa morena com molejo nas ‘cadeira””; “somos o celeiro do mundo”; “somos um pouco de uma raça que não tem medo de fumaça, que canta e é feliz”, “que não se entrega, não”. No entanto, como afirma Paulo Freire (2008), nunca um acontecimento, ou um feito, tem por trás de si uma única razão; mas se acha sempre envolvido em densas tramas, movido por muitas razões de ser. E, dessa forma, os discursos, os feitos, as propagandas, as ações, as canções, os investimentos não se sustentam por apenas uma razão – a busca pelo desenvolvimento econômico de nosso país, por exemplo – mas tudo isso é movido por múltiplas razões de ser e, ainda segundo Freire (2008), algumas delas estão mais próximas do ocorrido ou do criado e outras são mais visíveis enquanto razão de ser.

O sustentar dessas ações para a manutenção e fortalecimento da atual ordem das coisas, no que diz respeito ao agronegócio, considerado por muitos como a grande chance brasileira de consolidação de nosso país no cenário mundial e de promoção de desenvolvimento para todos é um sustentar dos discursos nesse sentido, discursos que propagam e defendem essa atividade econômica, pondo em jogo palavras capazes de expressar e de carregar esses significados, pois que são signos ideológicos.

Nos signos, que são as grandes arenas das grandes lutas contemporâneas, dos grandes embates ideológicos, as ideologias – oficiais e não oficiais – em suas multiplicidades, em sua plurivalência, vão se constituindo, se modelando, se reconstruindo, mas somente umas em relação às outras. As ideologias oficiais só existem, só fazem sentido em relação às não-oficiais e vice-versa. As hegemônias só existem em relação às não-hegemonias, posto que elas só se constituem nas inter-relações.

Os signos que compõem os discursos oficiais, hegemônicos, em torno dessas questões todas são aqueles trazidos por enunciadores que, de acordo com as condições sociais concretas em que estão inseridos, situam-se diante dos fatos, expressando valor sobre as ações e tomando posição diante delas, de modo a fortalecer o agronegócio e tudo o mais de que depende essa atividade econômica, construindo seu próprio discurso, mas um discurso impregnado dos discursos alheios, dos grandes investidores, das grandes corporações nacionais ou transnacionais ligadas ao agronegócio, da bancada ruralista no Congresso, de proprietários de grandes latifúndios, numa relação dialógica que constitui a luta por hegemonia, nesse caso, hegemonia discursiva, política, econômica.

Da mesma maneira, os signos que compõem os discursos não-oficiais, não-hegemônicos, em torno das atividades econômicas ligadas ao agronegócio também nascem das condições sociais concretas em que estão imersos, situando-se diante dessa atividade econômica numa posição de combate, de contestação, de questionamento, de luta por mudanças de modo que os resultados desses processos sejam distribuídos de forma mais igualitária, que atenda uma parcela maior da sociedade brasileira. Os discursos nesse sentido nascem igualmente de processos de interação com outros a quem eles interessam, a quem eles representam, de quem são também as vozes. São discursos impregnados dos discursos alheios, de integrantes de movimentos sociais que lutam pela distribuição de terras, de camponeses que trabalham com a pequena propriedade, de intelectuais de esquerda, em relações dialógicas que constituem a luta pela subversão da atual ordem das coisas, pela mudança de lugar das hegemonias políticas, econômicas e sociais.

Assim, discursos em torno do agronegócio publicados em diferentes mídias, escritos por diferentes jornalistas são compostos não só pela voz social daquele sujeito autor, mas também pelas múltiplas vozes daqueles cujos interesses são compatíveis aos do discurso construído. Portanto, os suportes midiáticos em que circulam discursos em favor da manutenção e do fortalecimento da atual ordem das coisas ou pela subversão e movimentação dessa mesma ordem falam por eles mesmos, enquanto instituição, de acordo com os seus princípios editoriais, falam pelo sujeito autor dos textos ali publicados, falam por aqueles a quem tais discursos são dirigidos, já que o destinatário faz parte de atitudes responsivas em

prol das quais o enunciado se constrói, posto que “o papel dos outros, para quem se constrói o enunciado, é excepcionalmente grande” (BAKHTIN, 2006, p.301).

As ações na base concreta são também ações praticadas pela linguagem e seguem os objetivos e interesses da classe social de que provêm o enunciador e seus destinatários, pois que cada sujeito ou cada classe social representa a realidade, as ações, os fatos, os acontecimentos, de modo distinto. As relações que constituem cada sujeito social determinam a construção de realidade que se fará a partir da leitura que esse sujeito tem do mundo e de sua organização; nesse jogo, nessa inter-relação é sobre o outro que incide o meu pensar, o meu falar, o meu agir, posto que todos esses processos ocorrem pela linguagem.

Referências Bibliográficas

BAKHTIN, M. M. **Discurso na vida e discurso na arte**. Tradução de Cristóvão Tezza. Nova York:Academic Press, 1976. (Mimeografado).

_____. **Estética da criação verbal**. 4ª ed. – São Paulo: Martins Fontes, 2003.

_____. **Marxismo e Filosofia da Linguagem**: problemas fundamentais do método sociológico da linguagem. 12 ed. – São Paulo: Hucitec, 2006. [1929]

_____. **Problemas da Poética de Dostoevski**. 4ª ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2008.

_____. **O Freudismo** : um esboço crítico; tradução Paulo Bezerra – São Paulo: Perspectiva, 2009.

BERNARDES, J. A. **Técnica y reorganización del territorio en la provincia de Mato Grosso – Brasil**. Scripta Nova (Barcelona), Barcelona / Espanha, v. 8, n. 170 (24), 2004.

ELIAS, D. S. **Globalização e Agricultura no Brasil**. Geo UERJ, Rio de Janeiro, v. 1, n. 12, p. 23-32, 2002.

_____. **Globalização e fragmentação do espaço agrícola do Brasil**. Globalização e fragmentação do espaço agrícola do Brasil. Scripta Nova (Barcelona), Barcelona / Espanha, v. 1, p. 59-81, 2006.

FREIRE, Paulo. **Pedagogia da Esperança**: um reencontro com a pedagogia do oprimido – Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1992. [2008]

FURTADO, Celso. **Formação econômica do Brasil**. 26 ed. – São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1997.

GERALDI, João Wanderley. **Portos de passagem**. 4ª ed. – São Paulo: Martins Fontes, 1997.

MIOTELLO, V. . **Os discursos hegemônicos são turbulentos**. In: Aline André Bakhtin Clécio Diego Fran Miotello Moutinhors; Nagai Sandoval Tânia Ziggy. (Org.). Quimera e a peculiar atividade de formalizar a mistura do nosso café com o revigorante chá de Bakhtin. São Carlos: Grupo de Estudos dos Gêneros Discursivos, 2004, p. 63-74.

_____. **Ideologia**. In: Beth Brait. (Org.). Bakhtin - Conceitos-chave. São Paulo: Editora Contexto, 2005, p. 167-177.

_____. **Os interlocutores de Bakhtin**. Linguagem, v. 2, p. 1-5, 2008. Disponível em: <http://www.letras.ufscar.br/linguasagem/edicao02/02c_vm.php>. Acesso em: 17/01/2011.

_____. **Círculos de Bakhtin I.** Linguasagem, v. 5, p. 01-06, 2009a. Disponível em: <http://www.lettras.ufscar.br/linguasagem/edicao05/col_cb.php>. Acesso em: 17/01/2011.

_____. **Círculos de Bakhtin II.** Linguasagem, v. 7, p. 01-05, 2009b. Disponível em: <http://www.lettras.ufscar.br/linguasagem/edicao07/coluna_conversando.php>. Acesso em: 17/01/2011.

PONZIO, Augusto. **A Revolução Bakhtiniana:** o pensamento e a ideologia contemporânea – São Paulo: Contexto, 2008.

RANCIÈRE, Jacques. **Os nomes da História:** ensaio de poética do saber - São Paulo: EDUC/Pontes, 1994.

RIBEIRO, Darcy. **O povo brasileiro:** evolução e o sentido do Brasil – São Paulo: Companhia das Letras, 1995. [1996]

ROLLO, M. A. **As novas dinâmicas do território brasileiro no período técnico-científico-informacional** - o circuito espacial de produção do café e seu respectivo círculo de cooperação no Sul de Minas. Dissertação de Mestrado, Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, UNESP, 2009.

SALGADO, S. **Trabalho** – Editorial Caminho. 1993.

_____. **Êxodos** – São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

SANTOS; SILVEIRA, M. L. **O Brasil:** território e sociedade no início do século XXI / Milton Santos e María Laura Silveira. 9ª ed. – Rio de Janeiro: Record, 2006.

SANTOS, Milton. **Sociedade e espaço:** a formação social como teoria e método. Boletim Paulista de Geografia, nº. 54, p. 81 – 100, jun. 1977.

SANTOS, M. **A Natureza do Espaço:** técnica e tempo. Razão e emoção. São Paulo: Hucitec, 1996.

_____. **A Urbanização Brasileira.** 5ª ed. – São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2008.

Jornais e Revistas

ANTUNES, Z. **A hora de agregar valor à expansão.** Revista Valor Econômico, p. 18-21, nov.2008.

BRASIL DE FATO. **Alimento mais caro é culpa das grandes empresas transnacionais.** Brasil de Fato, editorial – edição especial Via Campesina, p.1, jun. 2008.

_____. **Bancada ruralista no Congresso defende interesse das empresas.** Brasil de Fato – edição especial Via Campesina, p.2, jun. 2008.

_____. **Por mais etanol, Lula libera exploração dos cortadores.** Brasil de Fato, capa, 05 a 11 jun.2008.

_____. **É o fim da era Bush?** Brasil de Fato, p.2, 25 set. a 1 out. 2008.

_____. **A rendição do capitalismo (ou os desvios ideológicos de Mr. Bush).** Brasil de Fato, p.10, 25 set. a 1 out.2008.

_____. **Com a crise financeira, é hora de propor mudanças profundas.** Brasil de Fato, p.2, 16 out. a 22 out. 2008.

_____. **O mundo inteiro está em crise.** – carta de Maputo, Moçambique. 5ª conferência internacional da Via Campesina. Brasil de Fato, p.2, 30 out. a 5 nov. 2008.

_____. **Revolução Verde: uma promessa fracassada** – IHU on line. Brasil de Fato, p.6, 16 a 22 jul. 2009.

D'AMORIM, S.; ALENCAR, K. **Governo prepara uma nova injeção de recursos no campo.** Folha de São Paulo, Agrofolha, p.B16, 4 nov. 2008.

EXAME. Anuário 2006 – 2007. **Guia Exame Agronegócio.** jun.2006.

FOLHA DE S. PAULO. **Agricultura prepara novas medidas contra a crise.** Folha de São Paulo, Agrofolha, p.B14, 14 out. 2008.

_____. **Para ter mais qualidade, produto sobe a serra.** Folha de São Paulo, Agrofolha, p.B15, 28 out. 2008.

_____. **Agricultura prepara novas medidas contra a crise.** Folha de São Paulo, Agrofolha, p.B14, 14 out. 2008.

_____. **Apesar da crise, Suzano mantém investimentos.** Folha de São Paulo, Agrofolha, p.B12, 16 dez. 2008.

KRAUSE S.; ESCOSTEGUY D.; SALGADO R. **A explosão da barbárie.** Revista Veja, p.64 – 68, 14 out. 2009.

LIMA, E. S. de. **Produção camponesa é a alternativa.** Brasil de Fato – edição especial Via Campesina, p.3, jun. 2008.

_____. **Cutrale se aproveita de quase 100 anos de abandono para grilar terras.** Brasil de Fato, p.3, 04 a 10 mar. 2010.

MASSAD, A.; ROVAI, R. **Índios e capitalismo de faroeste.** Revista Fórum on line. ed.63, 11 jun.2008.

MERLINO, T. **Expansão da cana aumenta a exploração.** Brasil de Fato, p.3, 5 jun. a 11 jun. 2008.

MOREIRA, M. **A rendição do capitalismo (ou os desvios ideológicos de Mr. Bush).** Brasil de Fato, p.2, 25 set. 01 out. 2008.

PALHANO, A. **Cadeia de biocombustíveis busca certificação.** Folha de São Paulo, Agrofolha, p.B13, 30 set. 2008.

SAUER, S. **Dinheiro público para o agronegócio.** Le Monde Diplomatique Brasil, p.8-9. abr.2010.

ZAFALON, M. **Crise dos EUA afeta pouco agronegócio.** Folha de São Paulo, Agrofolha, p.B11, 16 set. 2008.

_____. **Após turbulência, agricultura refaz contas.** Folha de São Paulo, Agrofolha, p.B11, 23 set. 2008.

_____. **Avicultura quer enfrentar crise com menor produção.** Folha de São Paulo, Agrofolha, p.B11, 21 out. 2008.

_____. **Vinho nacional comemora a desvalorização do real.** Folha de São Paulo, Agrofolha, p.B15, 28 out. 2008.

_____. **Preços do açúcar reagem e podem ajudar usineiros.** Folha de São Paulo, Agrofolha, p.B12, 2 dez. 2008.

_____. **Contra perdas, Paraguai faz 2ª safra de soja.** Folha de São Paulo, Agrofolha, p.B10, 17 fev. 2009.

_____. **Cadeia da cana perde R\$ 10 bi em 2 anos.** Folha de São Paulo, Agrofolha, p.B6, 24 fev. 2009.

Websites Consultados

Agrishow – disponível em: <www.agrishow.com.br/A-/Feira/Sobre-a-Feira/>. Acesso em 2010.

Águia de Ouro – disponível em: <www.aguiadeouro.com.br>. Acesso em 2010.

Banco do Brasil – disponível em: <www.bb.com.br/portalbb>. Acesso em 2010.

Brasil de Fato – disponível em: <<http://www.brasildefato.com.br/v01/agencia/quem-somos>>. Acessos em 2008, 2009 e 2010.

CPT – Comissão Pastoral da Terra – disponível em: <www.cptnac.com.br/>. Acesso em 2010.

_____. <www.cpt.org.br//system=news&action=read&id=252&eid=129>. Acesso em 2010.

Folha de São Paulo. Grupo Folha apresenta dados sobre os diferentes departamentos que compõem o Grupo Folha. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/grupofolha/>>. Acesso em: 15 jul. 2009

Folha on line – disponível em: <<http://search.folha.com.br/search?site=online>>. Acesso em 2010.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – disponível em: <www.ibge.gov.br>. Acesso em 2010.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – Estatísticas do século XX – disponível em: <www.ibge.gov.br/seculoxx/economia/economia.shtm>. Acesso em 2010.

Jornal Nacional – disponível em: <jornalnacional.globo.com/Telejornais/JN/0.,MUL569077-10406,00-OS+DESEJOS+NA+TERRA+DO+AGRONEGOCIO.html>. Acesso em 2010.

Jornal Nacional – disponível em: Ver: <<http://g1.globo.com/platb/jnnoar/>>. Acesso em 01/10/2010 – 14h42

Ministério da Agricultura – disponível em: <www.agricultura.gov.br>. Acesso em 2010.

Revista Exame – disponível em: <portalexame.abril.com.br>. Acesso em 2010.

Revista Fórum – disponível em: <www.revistaforum.com.br>. Acesso em 2010.

Via Campesina – disponível em: <www.viacampesina.org/sp/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&jd=27Itemid=44>. Acesso em 2010.

You tube – propaganda do Banco Bradesco. Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=coat5rurPko>>. Acesso em 2010.