



Argumentos - Revista do Departamento de Ciências Sociais da Unimontes

ISSN: 2527-2551

ISSN: 1806-5627

[revista.argumentos@unimontes.br](mailto:revista.argumentos@unimontes.br)

Universidade Estadual de Montes Claros

Brasil

Silva, Fernanda

O agronegócio como um projeto político-econômico das elites

Argumentos - Revista do Departamento de Ciências Sociais da Unimontes, vol. 20, núm. 1, 2023, Janeiro-Junho, pp. 257-264

Universidade Estadual de Montes Claros

Brasil

DOI: <https://doi.org/10.46551/issn.2527-2551v20n1p.256-264>

- ▶ Número completo
- ▶ Mais informações do artigo
- ▶ Site da revista em [redalyc.org](http://redalyc.org)



## Resenha

POMPEIA, Caio. *Formação política do agronegócio*. São Paulo: Elefante, 2021, 388 p.

## O agronegócio como um projeto político-econômico das elites

Fernanda Silva<sup>1</sup>

Recebido em: 22/12/2022

Aprovado em: 17/04/2023

Arquitetada por uma *intelligentsia* da Universidade de Harvard, nos Estados Unidos, em 1955, a noção de *agribusiness* vai dar origem ao conceito de agronegócio no Brasil. Essa é a ideia-chave do livro “Formação política do agronegócio”, de Caio Pompeia, lançado pela Editora Elefante em março de 2021. Traçando um percurso do conceito estadunidense em uma espécie de história social do termo, o autor demonstra como se deu a construção e a consolidação de uma arena intersetorial ligada à agricultura, um projeto político-econômico idealizado no âmbito acadêmico e transposto para a vida social por meio de agenciamentos políticos entre representantes de entidades de setores produtivos agrícolas, corporações a eles relacionados, acadêmicos e agentes políticos. Portanto, um fenômeno político.

Com uma linguagem acessível, a obra pode ser apreciada por um público de leitores não acadêmicos, considerando que o livro se fundamenta, como afirma Pompeia (2021, p. 40), em um “diálogo” entre sua pesquisa de doutorado, concluída na

---

<sup>1</sup>Doutoranda em Antropologia Social pelo Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social da Universidade Federal do Amazonas (PPGAS/UFAM) e Professora do Ensino Básico Técnico e Tecnológico na área de Ciências Sociais no Instituto Federal de Mato Grosso, *campus* Alta Floresta (IFMT/AF). E-mail: [fernandaoliveira.sociais@gmail.com](mailto:fernandaoliveira.sociais@gmail.com), Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-0784-8277>.

Unicamp em 2018 (com período de estudo na Universidade de Harvard), e seu trabalho de pós-doutorado na USP, finalizado em 2021, ambos na área da Antropologia Social. Nota-se, ainda, que a opção editorial não explicita as filiações teórico-metodológicas e problematizações conceituais presentes em suas pesquisas acadêmicas, como as que remetem às discussões do campo da Antropologia do Político e da Sociologia Pragmática Francesa (POMPEIA, 2018), dentre outras. Esta ausência, que pode chamar a atenção de leitores especializados, revela-se como estratégica, contribuindo com a circulação da publicação para além das discussões do campo da Antropologia, adentrando outros nichos de debate e obtendo em pouco tempo sucesso editorial, um feito para pesquisas científicas, como podemos notar pela quantidade de resenhas e outros meios de divulgação da publicação<sup>2</sup>.

As pesquisas de Pompeia apresentadas no livro se debruçaram na análise de documentos como publicações da imprensa escrita e audiovisual; textos acadêmicos: livros, artigos e resenhas (através do uso do banco de dados da Universidade de Harvard e da USP); documentos a presidenciáveis: cartas, planos e entrevistas com acadêmicos e representantes de entidades ligadas ao agronegócio dos setores primário, secundário e terciário; além de depoimentos de agentes políticos. Todas essas fontes situam o trabalho em uma etnografia das elites.

O livro é estruturado em prefácio, agradecimentos, introdução e mais nove capítulos, além de quatro apêndices. No prefácio, intitulado “Um tratado de paz entre o agronegócio e os direitos indígenas?”, a antropóloga Manuela Carneiro da Cunha aprofunda uma crítica às violações, históricas e sistemáticas, aos direitos indígenas, agravadas no governo Bolsonaro, que se posicionou na defesa de um modelo de agronegócio explicitamente alinhado às políticas anti-indígenas e antiambientais. No corpo da obra, para apoiar suas análises, o autor lança mão de diversas tabelas que ilustram, em números, os dados examinados ao longo do texto, apresentando aos

---

2 Foram publicadas cinco resenhas em revistas acadêmicas, sendo duas nas áreas de Antropologia Social, duas na de Geografia e uma na de Educação (PUGA, Felipe. *Mana*, 2021, vol. 27, nº 3; **PINA, Raisa Ramos de.** *Anuário Antropológico [Online]*, v. 47, n. 2, 2022; LAMOSO, L. P. *Boletim Campineiro de Geografia, [S. l.]*, v. 11, n. 1, pp. 171–173, 2021; LOIOLA, V. *Geografia em Questão, [S. l.]*, v. 15, n. 01, 2022; BRITO, R. B. *Revista Trabalho Necessário*, v. 20, n. 41, pp. 01-05, 2022. Também podem ser acessadas *lives* e *podcasts* tratando da obra nos seguintes endereços: [https://www.youtube.com/watch?v=RSDFlgbAqQ;](https://www.youtube.com/watch?v=RSDFlgbAqQ;https://open.spotify.com/episode/0hF6PSF8lmM952Vw1DqQ6g?si=VxawLRTVSOKMbzd0pgJUpg&nd=1)  
[https://open.spotify.com/episode/0hF6PSF8lmM952Vw1DqQ6g?si=VxawLRTVSOKMbzd0pgJUpg&nd=1.](https://open.spotify.com/episode/0hF6PSF8lmM952Vw1DqQ6g?si=VxawLRTVSOKMbzd0pgJUpg&nd=1)

leitores, de forma sistematizada, as informações discutidas. Nos apêndices são reunidos dados como siglas das tantas instituições citadas e os anos de suas fundações; é discriminada a participação absoluta de associações nacionais ou regionais da “agropecuária” e das “indústrias” nos principais núcleos intersetoriais entre os anos de 1993-2019; são indicadas as entidades ligadas ao Instituto Pensar Agropecuária, ao Conselho do Agro e à Coalizão Brasil Clima, Florestas e Agricultura, entre os anos de 2020-2021.

Com uma trajetória de produção intelectual que remonta aos últimos cinco anos, Pompeia tem se focado em temas relacionados ao agronegócio, como investigações sobre o funcionamento de suas diferentes instituições representativas, a notabilidade de uma direita ultraconservadora ligada ao setor, seus atores e as formas de constituição e prática de poder político.

Em “Formação Política do Agronegócio”, o conteúdo é desenvolvido considerando três principais eixos, ou camadas, como destaca Pompeia (2021, p. 37). A primeira se foca em apresentar a heterogeneidade do que genericamente se denomina agronegócio, a segunda analisa os programas planejados e executados de maneira intersetorial e a terceira se dedica a desvelar as formas de relações e agenciamentos com os Estados.

Inicialmente, o autor demonstra quem são os líderes e as instituições envolvidas na constituição do conceito de agronegócio, possibilitando compreender, dessa maneira, em que circunstâncias políticas são criadas as nucleações que congregam e passam a representar os interesses de entidades regionais, estaduais e nacionais de setores variados, como a Associação Brasileira do Agronegócio (ABAG), o Fórum Nacional da Agricultura (FNA), o Conselho Superior do Agronegócio da Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (Cosag/Fiesp), o Instituto Pensar Agropecuária (IPA), o Conselho das Entidades do Setor Agropecuário (Conselho do Agro) e, por fim, a Coalizão Brasil Clima, Florestas e Agricultura.

Passamos a entender as distintas maneiras de operar os agenciamentos políticos e como a mobilização política gerou organizações intersetoriais, a montante e a jusante (termos usados no jargão agropecuário para referir-se ao “antes da porteira” como a produção de insumos/maquinários e ao “depois da porteira” como a armazenagem, o transporte e o comércio), para além do que é produzido “dentro da porteira”. Essa

arregimentação e interconexão de setores distintos, longe de ser espontânea, foi resultado do trabalho organizado nos Estados Unidos da América (EUA) pela Escola de Negócios de Harvard. A adaptação do discurso para a prática política foi empreendida pelos acadêmicos Ray Goldberg e John Davis, que criaram o conceito de *agribusiness*, escreveram livros e propuseram uma metodologia para sua implantação, apresentada anualmente para representantes de entidades do setor agropecuário, empresários e agentes políticos no *Harvard Agribusiness Seminar*. Esse seminário atraiu a participação de corporações brasileiras como a JBS e a BRF, do ramo de alimentos, bem como líderes que propagaram fortemente o conceito no Brasil nos anos de 1970, como Ney Bittencourt de Araújo (então diretor-superintendente da Agroceres) e Alysson Paolinelli (à época secretário de Agricultura de Minas Gerais).

Tendo no presidente Lyndon Johnson um entusiasta da ideia durante sua gestão (1963-1969, partido Democrata), uma das estratégias políticas para implementar intersetorialmente o *agribusiness* era prospectar novos campos produtivos, ou seja, países potencialmente produtivos como o Brasil. Para atender a esse novo interesse, Johnson reorganizou os órgãos públicos do governo norte-americano. Criou uma equipe para assessorar empresários a estabelecer relações com outras agências governamentais e entidades internacionais no final dos anos de 1960; o grupo funcionou como secretariado do Comitê Consultivo (órgão colegiado composto pelos Departamentos de Agricultura e Comércio dos EUA) e foi concebido para colaborar no desenvolvimento do projeto nos países sob sua influência geopolítica.

Outros elementos relevantes dizem respeito às narrativas legitimadoras usadas para vender a ideia de *agribusiness*, também praticadas pelo agronegócio no Brasil, como combater a fome ou a insegurança alimentar. Para tanto, a responsabilidade, que poderia ser atribuída ao setor público, nessa empreitada passou a ser dividida (discursivamente) com o setor privado. A narrativa se legitimava fundando-se em especulações malthusianas que apontavam para o aumento populacional em detrimento da produção de alimentos, o que catastróficamente levaria à fome mundial.

A saída proposta nesta “guerra contra a fome” que os EUA passaram a liderar, segundo o presidente Lyndon Johnson, era a de que “muitos dos países ‘em desenvolvimento’ precisariam urgentemente atribuir prioridade à melhoria e à modernização das estruturas de produção de alimentos [...]” (POMPEIA, 2021, p. 59).

Um exemplo que passou a fortalecer essa narrativa foi o da Revolução Verde, que atribuiu legitimidade à relação entre as indústrias a montante com a agropecuária. A expressão Revolução Verde foi empregada para nomear os ganhos de produtividade em países “em desenvolvimento”, resultantes do uso de novas tecnologias de produção, como variedades de sementes, fertilizantes e agrotóxicos. O responsável por nominar este conjunto de tecnologias foi Willian Gaud, administrador da USAID (agência governamental estadunidense). Segundo Gaud, essa proposta anunciava mudanças agrícolas que estavam sendo iniciadas, o que foi aproveitado na política norte-americana para articular a produção e a venda dessas tecnologias para outros países, tornando-se o epicentro deste projeto político-econômico.

Pompeia desvela nuances políticas, como o fato de que o principal divulgador do conceito de *agribusiness* no Brasil tenha sido Araújo, então diretor-superintendente da Agrocerec, empresa produtora de milho híbrido que desde 1947 era controlada majoritariamente pela Fundação Rockefeller (EUA). Também demonstrou que até 2010 essas engenharias institucionais tinham somente aprofundado a pulverização política nesse campo no Brasil, ocasionando inúmeras disputas entre as entidades. Faz pouco mais de dez anos que propostas centralizadoras de instituições do agronegócio foram constituídas para agremiar organizações fragmentadas e envoltas em disputas de poder. Por meio de representações estaduais, como as de Mato Grosso, as relações entre Estado e entidades do agronegócio foram alteradas completamente; exemplo disso é o Instituto Pensar Agropecuária, que constitui um núcleo empresarial forte e organizado, capaz de reverter a situação.

Na segunda e terceira camadas de sua análise, Pompeia demonstra como os programas propostos pelas entidades mudaram, dependendo das circunstâncias políticas e das relações com o Estado. O autor conclui que as propostas se aprofundaram e modificaram a cada novo pleito eleitoral, propiciando aproximações e afastamentos das instituições agregadoras de organizações regionais, estaduais e nacionais com o Estado. Houve uma diversidade de agentes empresariais ligados às entidades representativas que construíram relações com distintos poderes do Estado.

Mas antes de isso acontecer, Pompeia destaca que as condições criadas para as primeiras agremiações e suas proposições de planos e programas aconteceram durante os debates da Assembleia Constituinte (1987), que deram origem a uma Constituição

Federal democrática (1988) depois de 21 anos de um estado de exceção instaurado por um golpe civil-militar (1964-1985). O contexto que antecedeu à Constituinte foi permeado por discussões públicas sobre reforma agrária, oportunidade em que foi criado um Plano Nacional de Reforma Agrária. Pecuaristas, sobretudo, se reuniram para defender seus interesses: a defesa da propriedade privada passou a ser tomada como valor absoluto.

A União Democrática Ruralista (UDR) foi criada em 1985, com Ronaldo Caiado na liderança, anunciando pública e politicamente que tinha mobilizado toda a classe produtora no país. Em reação também foi criada a Frente Ampla da Agropecuária Brasileira (FAAB), liderada por Roberto Rodrigues e Flávio Teles de Menezes. Ainda havia a Organização das Cooperativas Brasileiras (OCB), que agrupava agentes heterogêneos e de setores agroalimentares e influenciava politicamente o Estado. Mas foram Roberto Rodrigues, Flávio Teles de Menezes e Alysson Paolinelli os destaques nas articulações na Constituinte. Paolinelli tinha sido ministro em 1975/76, durante o governo militar de Ernesto Geisel, e estava como deputado federal pelo PFL, tendo se tornado um dos líderes no que veio a se tornar a bancada ruralista na Assembleia. Foi por meio dele que os líderes da Faab passaram a controlar a Confederação Nacional da Agricultura, no final de 1987, posteriormente denominada Confederação da Agricultura e Pecuária do Brasil (CNA).

O tema “reforma agrária” se tornou motivo de dissenso entre as distintas entidades nas articulações políticas com o Estado; e a presença de agentes políticos (ligados ao setor, nada homogêneo e ainda denominado *agribusiness*) cresceria com o passar dos anos. No começo dos anos de 1990 foi criada formalmente a Associação Brasileira de *Agribusiness* (ABAG), com sede e previsão orçamentária próprias. Posteriormente essa entidade passou a adotar o termo agronegócio e foi fundamental para articular as políticas de Estado voltadas aos interesses intersetoriais produtivos. Ney Bittencourt de Araújo, como primeiro presidente da entidade, articulou-se, no governo do presidente Itamar Franco, com discussões que estavam públicas, como a campanha “Ação da Cidadania Contra a Fome, a Miséria e pela Vida”, liderada por Herbert de Souza, o Betinho, que o elogiou por suas proposições. No livro-marketing da ABAG, as narrativas contra a fome se fizeram presentes como justificativa para a

legitimação da entidade, uma apropriação da campanha de Betinho para justificar o projeto do *agribusiness*.

Dessa forma, deu-se início a uma prática que se repetiu em todos os momentos de eleição de presidentiáveis, isto é, o envio de documentos pleiteando ações programáticas do Estado brasileiro para investimentos na área do agronegócio, como diminuição de tributos, defesa da propriedade privada, seguro para as produções, investimentos e subsídios financeiros, regulamentações do uso de sementes geneticamente modificadas, investimentos no setor de logística, dentre outros. A ABAG inaugura uma articulação de relação com o Estado que se configura como um pacto nacional, aprofundado a partir do governo de Fernando Henrique Cardoso e aprimorado nos governos de Luiz Inácio Lula da Silva e Dilma Rousseff (2003-2015).

Durante os anos de 1990, o termo *agribusiness* foi mantido em inglês no debate público. Embora já se usasse a designação agronegócio em diferentes circunstâncias, o termo ganhou espaço no uso público após sua arregimentação governamental, durante os dois mandatos presidenciais de Fernando Henrique Cardoso (1995-2003).

Pompeia foca nos modos como as diferentes gestões das entidades do agronegócio, no Planalto, foram entrando em conflito ou se articulando de acordo com os governos eleitos. E nesse processo dois fatos foram importantes para reagrupar ou unificar os dissensos entre as entidades: as disputas em torno do Código Florestal (2012) e o golpe parlamentar que destituiu a presidenta Dilma Rousseff (2016), com apoio do seu vice, Michel Temer. Nesse cenário, o Instituto Pensar Agropecuária se oficializa e se fortalece consideravelmente, ele é o responsável por rearticular os agentes empresariais com a CNA e fortalecer a Frente Parlamentar Agropecuária (FPA). Ainda é destacada a notabilidade de representações de agentes políticos da extrema-direita no Planalto, preparando o contexto que levaria à eleição de Jair Bolsonaro.

Nesta relação das entidades com o Estado, Pompeia demonstra a capilarização de um tom mais homogêneo dos discursos, que até os anos 2000 apresentavam diferenças, a depender das organizações. Havia setores que mantinham o entendimento de que o desenvolvimento do agronegócio deveria respeitar as regras de proteção ambiental, reforma agrária e direitos territoriais de povos indígenas e comunidades tradicionais, e outro mais conservador e ligado aos pecuaristas e produtores de grãos, que discordavam de tais ações e defendiam o fim da demarcação de terras indígenas,



mudanças na legislação para a conservação de florestas e assentamentos da reforma agrária. Este último setor vai arregimentar forças e se tornar influente com o IPA nos governos Temer e Bolsonaro.

As análises finais de Pompeia remetem a períodos mais recentes, dos anos 2016 a 2021, demonstrando como se aprofundaram as posições do agronegócio. Como em um jogo de xadrez, as peças são mexidas pensando nos ganhos de cada parte; as tomadas de decisões políticas relacionadas ao meio ambiente e às questões territoriais, que têm a ver diretamente com o setor produtivo, passam a ser controladas por interesses do agro. Os presidentes fazem um jogo que coloca o agronegócio num protagonismo jamais visto no Brasil. A moeda de troca é o favorecimento político, como nos escândalos da não aprovação pelo Congresso Nacional do pedido de abertura da investigação de fraudes ligadas à gestão de Michel Temer, no caso de corrupção envolvendo a JBS ou nas inúmeras proposições de *impeachment de Jair Bolsonaro* jamais autorizadas pelo presidente da Câmara dos Deputados.

Outro fator estratégico apontado no livro, que sempre caminhou junto com as ações do agronegócio, foram os investimentos em publicidade para divulgar as ações “benéficas” do setor. Pompeia nos situa que a partir dos anos 2000 o agro passou a receber críticas contundentes por conta de controvérsias envolvendo suas produções, seja devido ao aumento do desmatamento e conseqüentemente à colaboração com o agravo do efeito estufa, seja pelo uso indiscriminado de agrotóxicos nocivos à saúde ou por desrespeitar direitos territoriais de povos indígenas, de povos tradicionais e de assentamentos.

Além disso, a crítica ao setor por não produzir alimentos para o consumo interno se tornou presente socialmente, dando início às disputas narrativas entre o que seria agronegócio e o que seria agricultura familiar. Para aqueles que o desaprovam, o agronegócio estaria voltado à produção de rações para o gado e à exportação dos grãos (venda de *commodities*); enquanto a agricultura familiar produziria alimentos para o consumo interno, mas estaria sendo relegada a segundo plano nas políticas estatais. Essa discussão se estendeu até o governo Temer, momento em que se iniciou o processo de desmonte de políticas destinadas aos agricultores familiares.

A famosa campanha “Agro é tech”, “Agro é pop”, “Agro é tudo”, “Agro é gente”, como assistimos nas propagandas midiáticas promovidas desde 2017 pelo grupo Globo

(associado à Abag), colaborou para melhorar a imagem do setor. Mas antes dessa, outras a antecederam e foram veiculadas constantemente em redes de televisão abertas, além do grupo Globo, como SBT, Bandeirantes e Record. Foram campanhas desenvolvidas com a intenção de associar o agro à preservação ambiental, à produção de alimentos saudáveis e à valorização dos pequenos produtores. Uma narrativa publicitária totalizadora que mascara as tantas camadas que envolvem o conceito, bem aos moldes do que já propunha o conceito de *agribusiness* formulado em 1955 nos Estados Unidos.

O livro de Caio Pompeia preenche uma lacuna nas pesquisas sobre o tema do agronegócio e suas tantas complexidades, priorizando uma abordagem de percurso histórico; no entanto, não aprofunda determinados debates subjacentes aos agenciamentos políticos realizados intersetorialmente, como a chegada do projeto-conceito ao Brasil, apoiado pelos Estados Unidos no contexto do golpe militar (financiado pelos EUA); os conflitos territoriais com povos indígenas, com povos tradicionais e com movimentos sociais ligados à terra e suas manifestações de resistência, situações entrecruzadas às investidas do agronegócio; ou a atuação de setores do agro nos financiamentos das campanhas eleitorais de agentes políticos. Contudo, a obra tem o mérito de contribuir com o entendimento do cenário político contemporâneo e abrir um campo para diversas pesquisas de questões relacionadas ao agro que não foram aprofundadas.

## Referências

POMPEIA, Caio. Formação Política do Agronegócio. Campinas, 2018. Tese (Doutorado em Antropologia Social) – Universidade Estadual de Campinas.