

DOI: <https://doi.org/10.5902/2236672590503>

Agrojuventude, subjetivação e engajamento na sociedade do agronegócio

Agro-youth, subjectivation and engagement in agribusiness society

Agro-jeunesse, subjectivation et engagement dans la société agro-industrielle

Agrojóvenes, subjetivación y participación en la sociedad del agronegocio

 **Cleyton Gerhardt**

Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ)

Resumo

No final dos anos 2000, a confluência de interesses de parte do patronato rural e da agroindústria levou ao investimento em campanhas midiáticas de valorização do *agro* enquanto símbolo de brasilidade. Além da criação e colonização de inúmeras expressões da língua portuguesa, tal esforço deu início à estruturação de uma potente engrenagem produtora de significações que, ao reafirmar o sentido positivo do termo, com o tempo se autonomizou do controle e intenção original de seus proponentes. Por trás deste movimento de captura - material, cultural, simbólica, linguística, psíquica - encontra-se em curso a fabricação de uma “cosmologia *agro*” inclusiva e totalizante, com o próprio signo mobilizando pertencimentos entre quem habita a “sociedade do agronegócio” ou nela se vê incluída compulsoriamente. Ocorre que, embora mantenha uma estrutura extremamente hierarquizada, além da contínua segmentação e geração de espaços de socialização, nela há lugar para potenciais novos habitantes se engajarem. Com base em tal constatação, e através da imersão no principal meio por onde circula o emblema *agro* (a internet), hoje poderoso mediador de encontros atravessados por “agrosociabilidades”, o texto descreve como se dá a diferenciação de ambientes partilhados pela *agrojuventude*.

Palavras-chave: Agronegócio; Agro; Agrojuventude; Cosmologia Agro; Sociedade do Agronegócio.

Abstract: At the end of the 2000s, the confluence of interests on the part of rural patronage and agroindustry led to investment in media campaigns to value the *agro* as a symbol of Brazilianness. In besides to the creation and colonization of countless expressions in the Portuguese language, this effort start to structure of a powerful mechanism producing meanings that, in addition to reaffirming the positive meaning of the term, over time became autonomous from the control and original intention of its proponents. Behind this movement of capture - material, cultural, symbolic, linguistic, psychic - the fabrication of an inclusive and totalizing “*agro cosmology*” is underway, with the sign itself mobilizing belongings among those who inhabit the “agribusiness society” or is included in it compulsorily. It turns out that, although it maintains an extremely hierarchical structure, in addition to the continuous segmentation and generation of socialization spaces, there is room for potential new inhabitants to engage. Based on this observation, and through immersion in the main medium through which the *agro* emblem circulates (the internet), today a powerful mediator of meetings crossed by “agro-sociabilities”, the text describes how the differentiation of shared environments by *agro-youth* takes place.

Key-words: Agribusiness, Agro, Agroyouth, Agro Cosmology, Agribusiness Society.

Résumé: À la fin des années 2000, la convergence des intérêts des employeurs ruraux et de l'agro-industrie a conduit à investir dans des campagnes médiatiques valorisant le *agro* comme symbole de la brésilienne. En plus de la création et de la colonisation d'innombrables expressions dans la langue portugaise, cet effort a entamé la structuration d'un mécanisme puissant qui produit des significations qui, en réaffirmant le sens positif du terme, sont devenues au fil du temps autonomes du contrôle et de l'intention originale de son partisans. Derrière ce mouvement de capture – matérielle, culturelle, symbolique, linguistique, psychique – est en cours la fabrication d'une “*agro-cosmologie*” inclusive et totalisante, le signe lui-même mobilisant l'appartenance parmi ceux qui habitent la “société agro-industrielle” ou se considèrent comme obligatoirement inclus dans celle-ci. Il s'avère que, bien qu'il maintienne une structure extrêmement hiérarchique, en plus de la segmentation et de la génération continues d'espaces de socialisation, il y a de la place pour que de nouveaux habitants potentiels s'y engagent. Partant de ce constat, et par immersion dans le principal support par lequel circule l'*agro*-emblème (internet), aujourd'hui puissant médiateur des rencontres traversées par les “agro-sociabilités” e texte décrit comment s'opère la différenciation des milieux partagés par l'*agro-jeunesse*.

Mots-cle: Agro-industrie; Agro; Agrojeunesse; Agro Cosmologie; Société Agro-Industrielle.

Resumen: A finales de la década de 2000, la confluencia de intereses por parte de los empresarios rurales y el agronegocio llevó a invertir en campañas mediáticas para valorar el *agro* como símbolo de la brasilidad. Además de la creación y colonización de innumerables expresiones en la lengua portuguesa, este esfuerzo inició la estructuración de un poderoso mecanismo productor de significados que, al reafirmar el significado positivo del término, con el tiempo se volvió autónomo del control y la intención original de sus proponentes. Detrás de este movimiento de captura - material, cultural, simbólica, lingüística, psíquica - está en marcha la fabricación de una “*agro cosmología*” inclusiva y totalizadora, en la que el propio signo moviliza pertenencias entre quienes habitan la “sociedad agroindustrial” o se ven a sí mismos obligatoriamente incluidos en ella. Resulta que, si bien mantiene una estructura sumamente jerárquica, además de la continua segmentación y generación de espacios de socialización, hay espacio para que potenciales nuevos habitantes se involucren. A partir de esta observación, y a través de la inmersión en el principal medio por el que circula el emblema *agro* (internet), hoy poderoso mediador de encuentros atravesados por “agrosociabilidades”, el texto describe cómo se produce la diferenciación de ambientes compartidos por los *agrojóvenes*.

Palabras clave: Agronegocio; Agro; Agrojuventud; Agro Cosmología; Sociedad del Agronegocio.

introdução¹

Nas últimas décadas, tem sido usual identificar o chamado “agronegócio” no Brasil como uma espécie de grande onda avassaladora se expandido pelo território nacional, máquina eficaz tanto na produção de coisas (commodities e tecnologias a elas associadas, por exemplo) como na transformação radical de regiões e realidades bastante diversas. Contudo, e para além do poder dos “grandes capitais” e interesses econômicos que movem e alimentam esta mesma máquina em expansão, muitas vezes este tipo de constatação tende a deixar de lado o fato de que, por trás de tal fenômeno, encontra-se um conjunto pré-existente de condutas, vínculos e padrões culturais, bem como a criação de novos engajamentos socialmente partilhados.

Em parte, tal predisposição do olhar tem relação com a confluência de interesses que, ao menos desde o final dos anos 2000, se consolidou entre quem circula pelo “andar de cima” da chamada “sociedade do agronegócio” (Heredia, Palmeira, Leite, 2010). Com efeito, a “concertação política” (Pompeia, 2021) engendrada por um expressivo número de entidades ligadas ao patronato rural e agroindústria levou ao massivo investimento em marketing visando fixar o afixo *agro*² como símbolo de brasilidade (Gerhardt, 2021a). É o caso das constantes campanhas midiáticas que, durante toda década de 2010 e se estendendo até os dias de hoje, buscam capturar afetiva e ideologicamente públicos distintos e muitas vezes alheios ao que acontece no campo³. Desde então, através do investimento na montagem de uma sólida e produtiva estrutura de consultores e especialistas em mídia, há todo um esforço visando neutralizar os sentidos usualmente negativos associados ao termo agronegócio por meio da fixação da marca *agro* no imaginário coletivo (Gerhardt, 2021b). Esforço que, além de criar e colonizar uma infundável quantidade de expressões da língua portuguesa, deu início à estruturação de uma potente engrenagem geradora de significações e significantes que, mais do que reafirmar a positividade da referida expressão, com o tempo se autonomizou do controle original de seus proponentes.

Emblema inclusivo, totalizante e purificado de estigmas inculcados na expressão que lhe deu origem, a categoria *agro* figura hoje como nova síntese totêmica (Gerhardt, 2021b), mobilizando pertencimentos entre quem habita, se acha referido ou se vê compulsoriamente incluído no que tem sido chamado por especialistas da Associação Brasileira de Marketing Rural e Agronegócio (ABMRA) de *agrossociedade* (Gracioso, 2014; Megido, 2014a; 2014b). Mais do que isso, por trás deste movimento de captura simbólica e psíquica encontra-se em curso a fabricação de uma “cosmologia *agro*” (Meyer, Gerhardt, 2024) cuja orientação colonizadora tende a fazer avançar a sociedade do agronegócio sobre a sociedade em geral

¹ Uma primeira versão deste texto foi apresentada pelo autor no 10º Encontro da Rede de Estudos Rurais, ocorrido na Universidade Federal de São Carlos em 2023 (<https://redesrurais.org.br/encontro10/gts>).

² Visando marcar sua força simbólica e poder de difusão (com exceção dos termos agropecuária, agroindústria e agronegócio), usarei *italico* para indicar vocábulos compostos com a expressão *agro*. Usarei “agro” entre aspas quando for termo meu.

³ Entre diversos outros esforços dirigidos a grupos focais mais específicos encontram-se as campanhas “Time *Agro* Brasil”, “Movimento *Sou Agro*”, “*Agro*: a Indústria-Riqueza do Brasil” (que tinha como slogan “*Agro é Top, Agro é Tec, Agro é Tudo*”) e, mais recentemente, as repercussões da novela global “Terra e Paixão”, cuja trama tinha, como um dos temas centrais, a sucessão familiar no agronegócio. Para uma análise específica sobre as três campanhas citadas, ver Gerhardt (2021a) e Bruno (2013).

ao dela incorporar signos constituidores de uma “comunidade imaginada” (Anderson, 2008). Ocorre que, se há um pressuposto intrínseco ao conceito de cosmologia, é o de que sua narrativa deve conter ou ao menos dar conta de todos e tudo o que existe. Totalidade que inclui, por sinal, a existência do (ainda) desconhecido, pois, se algo parece lhe escapar, reconhecido o corpo estranho, fios e teias imaginárias já se lançam na direção da criação das condições de possibilidade de sua incorporação cosmológica.

Exemplo disso pode ser visto através do recorrente reconhecimento de potenciais *inimigos do agro* identificados no Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra⁴, na resistência de quilombolas e etnias indígenas⁵, na atuação politicamente situada de antropólogos, biólogos, ambientalistas e integrantes de organizações não governamentais⁶, na alusão a uma genérica “esquerda verde”⁷ ou nas ameaças externas de “sabotagem do agronegócio nacional”⁸ (Catedra, 2019) pelo que tem sido chamado de *agroterrorismo*⁹. Mas ao mesmo tempo em que este tipo de olhar acusatório surge junto com a reprodução de espaços de socialização comuns onde a positividade do *agro* é exaltada - tais como feiras e exposições agropecuárias, rodeios, ginateadas, vaquejadas, cavalgadas, leilões de gado e festas rurais de cunho religioso ou temático (ver Almeida, 2013; Leal, 2013) -, também se abre espaço para potenciais novos habitantes ajudarem a construir o *mundo agro*¹⁰, outra expressão usual entre quem se acha referido ao mesmo.

Como notou Bruno (1997), tal movimento de cooptação remete aos anos 1980 - portanto, antes mesmo da fundação da Associação Brasileira do Agribusiness (ABAG) na década seguinte -, estando seu embrião presente na tentativa de representantes patronais atraírem os chamados “pequenos e médios agricultores” através da mobilização da categoria genérica “produtor rural”. A diferença, porém, para o momento atual, está não só na

⁴ Ver, por exemplo, matéria escrita pela redação da revista digital Paradoxo (2023) “Invasores são inimigos do agro brasileiro”: <https://paradoxobr.com/cpi-do-mst-ricardo-salles-afirma-que-invasores-sao-inimigos-do-agro-brasileiro/>. Acesso em: 15/06/2024.

⁵ Embora a internet esteja repleta de acusações de lideranças do setor agropecuário, um texto bastante didático sobre como funciona o discurso contra estes dois grupos encontra-se no trabalho de Costa (2019).

⁶ Um exemplo emblemático e que mostra o nível de perseguição a que estes três personagens podem ser submetidos vem do relato de um grupo de pesquisadoras (Pereira et al., 2018, p.12) sobre a “Abertura Oficial da VI Colheita da Soja no Cerrado” roraimense em 2018: “fomos abordadas por dois funcionários da Amaggi que nos perguntaram o que fazíamos ali, pois nos observaram ontem ‘anotando tudo’, questionando se éramos ‘ongueiras’. Houve um mal estar. Explicamos que estávamos fazendo uma pesquisa [...] sobre sojicultura [...]. Perguntaram de novo de onde viemos, qual curso pertencíamos e quais aulas dávamos [...]. Um dos sócios da Granterra sentou-se com a gente claramente para entender o que queríamos e se isso poderia prejudicá-los [...]. Com mais recuo, percebemos que ficaram incomodados com a presença de potenciais ‘ambientalistas’ no evento. Me arrisquei a procurar representantes da [...] ‘Lavrado Agronegócios’. O dono é um jovem gaúcho, antipático, que não quis conversa. Acabei falando com [...] a mãe [...], que me perguntou se não era ambientalista (porque se fosse, não queria falar comigo)”.

⁷ Expressão também contida na já citada matéria da revista digital Paradoxo (2023) “Invasores são inimigos do agro brasileiro”. Disponível em: <https://paradoxobr.com/cpi-do-mst-ricardo-salles-afirma-que-invasores-sao-inimigos-do-agro-brasileiro/>; e artigo de Renato Pereira (2024) sobre “A demonização do agro”. Disponível em: <https://www.diariodecuiaba.com.br/artigo/a-demonizacao-do-agro/671879>. Acesso em: 15/05/2024

⁸ Disponível em: <https://idcatedra.com.br/2019/10/o-que-e-agroterrorismo-e-porque-o-brasil-e-um-alvo/>. Acesso em: 13/05/2024.

⁹ Ver, por exemplo, a matéria assinada por Ricardo Nascimento (2023) “Laboratórios atuam contra os *inimigos do agro*”. Disponível em: <https://www.poder360.com.br/opiniaolaboratorios-atuam-contra-inimigos-do-agro/>. Acesso em: 13/05/2024.

¹⁰ Entre inúmeros outros exemplos em que a expressão é citada, ver: <https://agromundo.com.br/>. Acesso: 29/05/2023.

intensidade e no aprimoramento dos artifícios adotados, mas na ampliação radical de quem estaria habilitado a ser *agroconvertido*¹¹. Como ilustra o slogan de uma campanha recente do Serviço Nacional de Aprendizagem Rural (SENAR), ligado a Confederação Nacional da Agricultura (CNA): “*Agro. Do pequeno ao grande. Do campo para o mundo*”¹², iniciativas de *agroconquista* de possíveis adeptos dirigem-se tanto ao público em princípio distante de qualquer conexão ligada ao *agro* (caso da maior parte das pessoas que vivem em grandes centros urbanos, principal alvo das propagandas da ABMRA); a grupos internamente não hegemônicos (como crianças e jovens); a quem se encontra na fronteira das possibilidades de identificação com o agronegócio (caso de camponeses e trabalhadores rurais), mas também à alteridade máxima envolvida (sendo a referência mais emblemática quem é hoje chamado e por vezes se auto define como *agroindígena*¹³). De fato, no *agromundo* parece haver lugar para todos se incluírem, ou melhor, para todes, como indica a proliferação de autodenominações como *agromulher*¹⁴, *mulheres do agro*¹⁵, *elas do agro*¹⁶, *agro-mãe*¹⁷, *mãe é agro*¹⁸, *mães do agro*¹⁹, *mães no agro*²⁰, *agrowoman*²¹, *agro é delas*²², *elas no agro*²³ e *donas do agro*²⁴.

Muito disso se deve à necessidade de atenuar os efeitos refratários de marcadores sociais de caráter étnico, regional, geracional, de gênero e de classe que permeiam a imagem do agronegócio e que, dentro do processo de subjetivação e incorporação cosmológica acima referido, tende a dificultar possíveis engajamentos. Afinal, se há uma representação (estereotipada, é claro) que sintetizaria o *homem do agro*²⁵, ela provavelmente remeteria a uma figura masculina, branca, rica, com mais de 40 anos (geralmente acima do peso) e de

¹¹ Termo normalmente usado para se referir à conversão de florestas em plantações de *commodities* agrícolas. Ver, por exemplo: <https://exame.abril.com.br/tecnologia/agricultura-causa-49-do-desmatamento-tropical-diz-ong-2/>. Acesso em: 30/04/2020.

¹² Ver, por exemplo: <https://www.cnabrazil.org.br/noticias/senar-lanca-campanha-agro-do-pequeno-ao-grande-do-campo-para-voce>. Acesso em: 29/05/2023.

¹³ Ver, por exemplo: <https://www.facebook.com/watch/?v=270013388657188>. Acesso em: 23/06/2023.

¹⁴ Ver, por exemplo: <https://portal.agromulher.com.br/o-agro-e-delas/>. Acesso em: 10/05/2024.

¹⁵ Ver, por exemplo: <https://cnabrazil.org.br/areas-de-atuacao/mulheres-do-agro;> <https://premiomulheresdoagro.com.br/>. Acesso em: 04/05/2024.

¹⁶ Ver, por exemplo: <https://sistemafaeg.com.br/noticias/elas-no-agro;> <https://umanoseditora.com.br/produto/elas-o-agro/>. Acesso em: 04/05/2024.

¹⁷ Ver, por exemplo: <https://campovivo.com.br/sem-categoria/Campanha-Sou-Agro-e-lancada/>. Acesso em: 04/05/2024.

¹⁸ Ver, por exemplo: <https://www.mamaecriativa.net/mae-e-agro-mae-e-tec-mae-e-pop/>. Acesso em: 04/05/2024.

¹⁹ Ver, por exemplo: https://www.youtube.com/watch?v=YuXrIagV4g0&ab_channel=LavoroAgro. Acesso em: 04/05/2024.

²⁰ Ver, por exemplo: <https://agriculture.basf.com/br/pt/legado/maes-no-agro-e-seus-legados.html>. Acesso em: 04/05/2024.

²¹ Ver, por exemplo: [https://www.instagram.com/agrowoman_official/;](https://www.instagram.com/agrowoman_official/) https://www.youtube.com/channel/UC57_eplMM0p71XhVmKANj7g. Acesso em: 04/05/2024.

²² Ver, por exemplo: [https://globorural.globo.com/especiais/agro-e-delas/;](https://globorural.globo.com/especiais/agro-e-delas/) [https://portal.agromulher.com.br/o-agro-e-delas/;](https://portal.agromulher.com.br/o-agro-e-delas/) https://www.youtube.com/watch?v=xAMdIIOWIsg&ab_channel=AntonielaBigat%C3%A3o-Topic. Acesso em: 04/05/2024.

²³ Ver, por exemplo: <https://sistemafaeg.com.br/noticias/elas-no-agro>. Acesso em: 04/05/2024.

²⁴ Ver, por exemplo: <https://www.ufsm.br/unidades-universitarias/ccr/eventos/donas-do-agro-2023;> <https://mulheresdaparada.org/pages/donas-agro.html>. Acesso em: 04/05/2024.

²⁵ Ver, por exemplo: [https://www.instagram.com/homensdoagro/;](https://www.instagram.com/homensdoagro/) <https://www.tiktok.com/discover/homem-do-agro;> <https://www.podergoias.com.br/materia/18657/perfil-dos-cacs-em-goias-revela-homem-do-agro-emorador-da-regiao-sul>. Acesso em: 04/05/2024.

origem ou ascendência sulista/sudestina²⁶. Ocorre que, com exceção do recorte racial²⁷, a partir de 2010 representações ligadas à agropecuária/agroindústria passaram a mobilizar ações mais articuladas e incisivas visando integrar à *agrossociedade* aqueles que, em princípio, não se encaixariam em um ou alguns destes atributos. Processo que acabaria intensificando um movimento interno já existente de busca das próprias mulheres, jovens, indígenas e camponeses por inserir de modo mais efetivo e proativo no *mundo agro*.

No caso do recorte geracional, sejam representantes de setores da agropecuária e agroindústria, lideranças de entidades de classe da agricultura patronal, deputados e senadores da Frente Parlamentar da Agropecuária (FPA) (incluindo assessores, articuladores, advogados e lobistas), vereadores, prefeitos e secretários da agricultura de municípios com forte presença da agricultura de larga escala, executivos de grandes empresas e transnacionais ligadas à produção agrícola, ocupantes de cargos no alto escalão do executivo federal vinculados a este tipo de produção e, claro, latifundiários ou gerentes e administradores de suas fazendas, a imensa maioria dessas pessoas dificilmente terá menos de 30 anos. E, embora a valorização de certas qualidades geralmente imputadas à juventude (boa parte delas ligadas ao seu maior “dinamismo” e facilidade para lidar com novas tecnologias, inovação e tudo o que abrange o universo digital) seja algo recorrente entre quem ocupa alguma posição de poder na *agrossociedade*, em geral o personagem característico identificado ao agronegócio encontra-se já distante da mocidade.

Ocorre que a incisiva propaganda direcionada à criação de demanda por técnicos e “colaboradores” para atuar em todas as etapas da logística que movimenta o setor da agropecuária/agroindústria, a permanente exaltação das aparentes oportunidades de crescimento profissional que existiriam dentro do campo do direito agrário e gestão, administração e marketing rural, bem como a autopromoção generalizada de “casos de sucesso” realizada por um sem número de *agroempreendedores* que oferecem cursos e treinamento online ou *agroinfluencers* “criadores de conteúdo”, todas essas iniciativas incidem hoje fortemente sobre o público juvenil. Chamamento que acaba por se combinar sinergicamente com o aumento exponencial da importância das mídias sociais na captura de parte da vida e das relações tanto de quem se vê como *jovem do agro*²⁸ como daqueles que estariam aptos a integrar a *agrojuventude*²⁹. Como se pode notar, portanto, o processo de

²⁶ Desde 2017, durante as aulas das disciplinas que sou responsável na graduação nos cursos de Relações Internacionais e Defesa e Gestão Estratégica Internacional, tenho sistematicamente perguntado às respectivas turmas como identificar o perfil típico do *homem do agro*, sendo as respostas geralmente correspondentes à descrição citada acima.

²⁷ Talvez devido ao seu caráter potencialmente explosivo, e espelhando uma característica já historicamente presente na sociedade brasileira desde o fim da escravidão oficial no Brasil em 1888, a questão da desigualdade racial permanece sendo um tema tabu, sobretudo, para a elite branca que compõe a sociedade do agronegócio, com seu enfrentamento variando da simples negação à mobilização de comentários e “explicações” que apenas reforçam o lugar de conforto, privilégio, superioridade e vantagem estrutural da branquitude (Shucmann, 2014; Bento 2022; 2002). Situação que tem levado vários autores a qualificar os “efeitos do racismo sobre o acesso desigual à terra no Brasil” como “racismo fundiário” (Penna, 2022, p.2; ver também Gomes, 2019).

²⁸ Ver, por exemplo: <https://www.sinditabaco.com.br/item/o-que-pensa-uma-jovem-do-agro/>; <https://revistacultivar.com.br/index.php/noticias/congresso-de-jovens-do-agro-debate-transformacao-digital-e-o-papel-da-nova-geracao-do-setor-nesse-processo>; <https://www.instagram.com/jovensdoagro/>. Acesso em: 10/06/2024.

²⁹ Ver, por exemplo, o anúncio, feito pela nova diretoria da Associação dos Jovens Empresários de Fortaleza (AJE), do lançamento do programa “*Agrojuventude*, incitando jovens a investir no agronegócio”. Fonte: <https://www.oestadoce.com.br/economia/ajefortaleza-elege-nova-diretoria-2>. Acesso em: 30/04/2020.

subjetivação mobilizado através do signo *agro* inclui a convocação desta última para ocupar e viver instituições formativas marcadas por práticas cotidianas e rituais iniciatórios que instiguem e estimulem sua inserção na sociedade do agronegócio. Práticas e rituais que tem como orientação fazer com que o *agro jovem*³⁰ se sinta encorajado a dela participar como novo protagonista ou, como sugere um programa produzido pelo canal da Syngenta no youtube, como *agro protagonista*³¹.

Baseado em tal constatação e através da imersão no principal meio por onde circula o emblema *agro* (a internet), a intenção do presente texto é descrever como se dá a estruturação e diferenciação de ambientes compartilhados pelos *jovens do agro*, termo nativo que, como se verá a seguir, se soma a vários outros utilizados para identificar e se auto identificar com este tipo de público. Já o foco na produção de engajamento recai sobre espaços institucionais voltados à produção agropecuária, agroindústria, administração e marketing rural. Obviamente, seja por meio das tradicionais escolas agrícolas e da graduação em cursos vinculados às ciências agrárias, seja através de cursos de especialização e formação técnica (presencial e a distância) ou, de modo mais disperso, participando de seminários, workshops e dias de campo ou realizando estágios e atividades como bolsista em empresas, fundações, institutos, veículos de comunicação e programas de treinamento em *agromarketing*³², este recorte supõe a existência de uma diversidade ampla de oportunidades oferecidas a quem deseja buscar “qualificação profissional”. No presente caso, optei por eleger algumas instâncias de aprendizagem que contemplem a diferenciação socioeconômica que vai dos *agricultores* até os *agropobres*³³. Gradação esta que, espelhando a sociedade brasileira, se reproduz de modo ainda mais acentuado e desigual na sociedade do agronegócio.

Por fim, importante ressaltar que a opção pelo meio digital como terreno de observação não é fortuita. Isto porque o encontro e a circulação de quem se vê ligado ao *mundo agro* não se dá apenas através de uma conversa descontraída entre donos e gerentes de fazendas, numa reunião de integrantes do Instituto Pensar Agropecuária (IPA) em Brasília, durante o almoço de técnicos da Bayer num restaurante de Cristalina/GO, cidade com um dos maiores PIBs agrícolas do país³⁴, numa “saída de campo” de estudantes de uma faculdade de agronomia ou em momentos ritualizados como festas, shows e feiras que tem na agropecuária sua temática principal. Como qualquer outro espaço de socialização, sendo o ciberespaço constituído por esferas compartilhadas de significação (Hine, 2015, Lévy, 1997) cuja dinâmica atua potencializado o encontro social (Dornelles, 2004) - ou melhor, *agrosocial*³⁵ -, ele tem atuado como poderoso mediador de relacionamentos virtuais atravessados por “agrosociabilidades” (hierarquizadas, sem dúvida, mas ainda assim marcadas por trocas intersubjetivas). Mapear, portanto, como se dá a criação de

³⁰ Ver, por exemplo: <https://www.youtube.com/c/AgroJovemPodcast>. Acesso em: 10/06/2024.

³¹ Ver, por exemplo: https://www.youtube.com/watch?v=hSoDY0BmDgs&ab_channel=SyngentaBrasil. Acesso em: 21/10/2020.

³² Ver, por exemplo: <https://alpina.digital/blog/agromarketing-o-que-e-e-por-que-e-importante/>. Acesso em: 21/10/2020.

³³ Ambos os termos são muito recorrentes, sobretudo, em mídias sociais como instagram e tiktok.

³⁴ Ver, por exemplo: <https://exame.com/brasil/as-50-cidades-pequenas-mais-desenvolvidas-do-brasil/>. Acesso em: 21/10/2020.

³⁵ Entre inúmeras outras iniciativas, ver, por exemplo: <https://www.youtube.com/@AgrosocialPt/featured>; <https://grupopublico.com.br/projeto-conexao-agrosocial-beneficia-milhares-no-pr/>.

possibilidades para que relações e situações sociais deste tipo ocorram entre a *agrojuventude* e entre esta o mundo dos *agrovelhos*³⁶ faz parte das pretensões do presente trabalho.

Agrojuventude, subjetivação e engajamento

Entre os elementos que compõem a construção do sentido de pertencimento entre um grupo ou subgrupo qualquer está a seleção de “signos diacríticos que as pessoas procuram e exibem para mostrar sua identidade” (Barth, 2000, p.32). Sinais que, embora possam estar presentes na sociedade envolvente, ao serem inventados, bricoleados e/ou resignificados, adquirem conotação e funcionalidade específicas referida à constituição do respectivo grupo ou subgrupo. É o caso da própria forma de nomeação destes últimos. No caso do público juvenil, há várias categorias de identificação e autoidentificação, entre outras: *agrojovem*³⁷, *agrobaby*³⁸, *agrogirl*³⁹, *agroguri*⁴⁰, *nova geração agro*⁴¹, *agroadolescente*⁴², *agrolovers*⁴³, *jovem agroaprendiz*⁴⁴, *jovens no agro*⁴⁵, *juventude agro*⁴⁶, *agrojuventude*⁴⁷ e, por conta da faixa etária da maioria das pessoas envolvidas e da representação preponderante associada aos termos, *agroinfluencer*⁴⁸ e *agroempreendedor*⁴⁹. Integração nominativa que cada vez

³⁶ Ver, por exemplo: <https://www.twitch.tv/videos/2164373593>. Acesso em: 21/10/2020.

³⁷ Ver, por exemplo: <https://www.cnabrazil.org.br/noticias/inscricoes-abertas-para-desafio-agrojovem>. Acesso em: 21/10/2021.

³⁸ Ver, por exemplo: <https://www.youtube.com/watch?v=wbHC4HUiLvQ>. Acesso em: 05/05/2020.

³⁹ Ver, por exemplo: <https://www.instagram.com/agogirls/>. Acesso em: 05/05/2020.

⁴⁰ Ver, por exemplo: <https://www.youtube.com/@agoguri5772>. Acesso em: 05/05/2020.

⁴¹ Ver, por exemplo: <https://www.noticiasagricolas.com.br/videos/agronegocio/349232-nova-geracao-do-agro-e-pecuaria-sustentavel-com-gabriela-rodrigues-pecuarista.html>. Acesso em: 05/05/2020.

⁴² Ver, por exemplo: <https://www.tiktok.com/discover/meme-do-agro-adolescente-descolado>. Acesso em: 12/06/2023.

⁴³ Ver, por exemplo: <https://www.instagram.com/agro.lovers/>. Acesso em: 13/06/2024. Além disso, o termo é usado para qualificar um perfil identificado com o *agro* numa pesquisa feita pela ESPM (2013), tendo como características: "maior proximidade com a natureza, gostam de cavalos, animais domésticos, plantas, árvores e parques; se preocupam com origem dos alimentos e não são contrários aos alimentos transgênicos e à reciclagem". Note-se que a frase, ao partir da negação ("não são contrários") e associar "reciclagem" a "alimentos transgênicos" (nivelando-os), tende a positivar estes últimos.

⁴⁴ Ver, por exemplo: <https://www.lar.ind.br/lar-cooperativa-lanca-o-programa-jovem-aprendiz-agro/>; <https://portalcelulose.com.br/programa-agro-aprendiz-da-cenibra-prepara-jovens-para-o-mercado-de-trabalho/>; <https://www.instagram.com/aprendiz.agro/>. Acesso em: 15/06/2024.

⁴⁵ Ver, por exemplo: https://www.agrosolutions.agr.br/blog/assunto/A-nova-safra-do-agroneg%C3%B3cio%3A--Os-jovens-no-campo;jsessionid=EfcOeCBwpD-6xh_JW9elbQ. Acesso em: 25/06/2023.

⁴⁶ Ver, por exemplo: <https://blog.sensix.ag/tag/juventude-agro/>. Acesso em: 24/06/2023. Fonte: <https://blogs.canalrural.com.br/agrosuperacao/2022/10/24/nesta-semana-o-brasil-sera-a-capital-mundial-das-mulheres-e-da-juventude-do-agronegocio/>. Acesso em: 24/06/2023.

⁴⁷ Ver, por exemplo: <https://www.facebook.com/people/Agro-juventude/100066796909616/>. Acesso em: 30/06/2023.

⁴⁸ Ver, por exemplo: <https://marketingnoagronegocio.com.br/influenciador-digital-agronegocio-2/>; <https://www.instagram.com/agroinfluencer/>. Acesso em: 24/06/2024.

⁴⁹ Ver, por exemplo: <https://www.dinheirorural.com.br/a-vez-dos-agroempreendedores/>. Acesso em: 03/05/2020.

mais tem alcançado o público infantil⁵⁰, sendo comuns termos como *agrokids*⁵¹, *crianças do agro*⁵², *agroinfluencer mirim*⁵³, *agropiá*⁵⁴.

Olhando em retrospecto, a operacionalização do caráter totalizante presente no signo *agro* visando atrair a juventude se intensificaria profundamente a partir dos anos 2010. Desde então, esta última passou a ser vista como estratégica por lideranças patronais e da agroindústria e mais ainda por agências de marketing, veículos de comunicação e empresas de consultoria cujo trabalho é justamente vender a imagem positiva do agronegócio. Importância reconhecida, verbalizada e profetizada em 2020 por Rafael Gratão, a época presidente do Movimento Nacional dos Produtores (MNP), para quem, “em cinco anos, os jovens assumirão as *entidades agro*”⁵⁵.

Além deste tipo de chamamento/compromisso e da propaganda propriamente dita, tem crescido a abertura de “espaços jovens” em grandes eventos nacionais como a Showtec, Expointer, Expozebu e Agrobrasil, sendo depois repercutidos através da já extensa rede formada em torno da *agromídia* ou *mídia agro*⁵⁶. Assim, se a Confederação Nacional da Agricultura (CNA) estampava em seu site: “Papel da juventude na agropecuária terá destaque no Showtec 2017”⁵⁷; e a “Fundação MS para a Pesquisa e Difusão de Tecnologias Agropecuárias” exibia em sua página: “Jovens debatem agronegócio durante Showtec 2017”⁵⁸; o Canal Rural divulgava um “evento da Arena Canal Rural na Expointer” com a chamada: “INOVAÇÃO - *Geração Agro*: jovens apresentam casos de sucesso de quem se manteve no campo”⁵⁹. No caso da Showtec, para Artur Falcette, gestor do grupo *Sapé Agro* (que “atua na pecuária de corte [...] e produção de soja, milho e cana de açúcar”⁶⁰), “o agronegócio atualmente está muito mais atrativo ao jovem [...] em função de tantas tecnologias e inovações que o setor emprega”. Já Roberta Maia, diretora da Famasul-Jovem (Federação da Agricultura do Mato Grosso do Sul), acredita “que o papel da juventude hoje

⁵⁰ Não irei me ater por agora ao recorte e a distinção específica entre infância, juventude e seus outros, me limitando, com uma exceção, a olhar prioritariamente para espaços sociais construídos para um público que tende a variar entre 16 e 30 anos.

⁵¹ Ver, por exemplo: <https://www.prosapress.com.br/blog/agrokids/>. Acesso em: 15/06/2024.

⁵² Ver, por exemplo: <https://www.youtube.com/watch?v=fS29-hh3YAc>. Acesso em: 03/04/2023..

⁵³ Ver, por exemplo: <https://g1.globo.com/podcast/de-onde-vem-o-que-eu-como/noticia/2022/11/21/de-onde-vem-o-que-eu-como-16-amendoim.ghtml>. Acesso em: 04/04/2024.

⁵⁴ Ver, por exemplo: <https://www.facebook.com/agropiaoficial/videos/181834430380100/>; https://www.adesivosdoagro.com.br/MLB-2105089699-adesivo-agro-pia-do-agro-21cm-x-15cm-_J. Acesso em: 04/04/2024.

⁵⁵ Ver, por exemplo: <https://mnp.org.br/em-5-anos-os-jovens-assumirao-as-entidades-agro-afirma-presidente-do-mnp/>. Acesso em: 03/05/2020.

⁵⁶ Uso aqui o dois termos no sentido genérico, pois são bastante comuns, sobretudo entre publicitários. No caso do segundo, há, inclusive, uma empresa com este mesmo nome e cujo slogan é: “*mídia agro*, conectando você com o *Mundo Agro*”; algo parecido ocorre com o termo *agromídia*, o qual dá nome a uma revista digital. Disponível em: <http://tomwebdesign.net/midiaagro/>; <http://agromidiapublicidade.com>; <http://www.centev.ufv.br/incubadora/pt-BR/empresa/a-s-sistemas-agromidia-software-ltda>; <https://www.revistamidiabrasil.com.br/feminissim>. Acesso em: 04/05/2020.

⁵⁷ Ver, por exemplo: <https://www.cnabrasil.org.br/noticias/papel-da-juventude-na-agropecuaria-tera-destaque-no-showtec-2017>. Acesso em: 29/04/2020.

⁵⁸ Ver, por exemplo: <http://www.fundacaoms.org.br/jovens-debates-agronegocio-durante-showtec-2017>. Acesso em: 29/04/2020.

⁵⁹ Ver, por exemplo: <https://www.canalrural.com.br/sites-e-especiais/geracao-agro-jovens-apresentam-casos-sucesso-quem-manteve-campo-68655/>. Acesso em: 04/05/2020.

⁶⁰ Ver, por exemplo: <https://www.sapeagro.com.br/o-negocio>. Acesso em: 02/05/2020.

na agropecuária é a renovação, seja na quebra de paradigmas entre gerações [...], seja na maior interação do *agro* com as tecnologias e [...] os mercados”⁶¹.

Mas Falcette e Maia não são exceções ao acionar a conexão entre juventude, modernidade e tecnologia. Sobretudo dentro das representações patronais, é dito contínua e acentuadamente que a garantia do *agro do futuro*⁶² (e, mais importante, do negócio *agro*) passa pela atração desse contingente “antenado” e “plugado” de novos *agroempreendedores*⁶³. Para João Adrien, por exemplo, então diretor da Sociedade Rural Brasileira (SRB), se “somente a renovação [...] poderá dar sequência ao crescimento da atividade agrícola [...], a modernização na gestão é necessária para atrair as novas gerações”⁶⁴. Constatação que levou a SRB, que já tinha desde 2009 o “departamento Rural Jovem”, a criar em 2015 seu “Comitê de Liderança e Juventude”⁶⁵ e patrocinar, durante a Expozebu, o “Encontro Rural Jovem” (em 2022 já na sua 13ª edição), o qual “reúne as principais lideranças jovens do país, contribuindo para unir e engajar as novas gerações nos principais temas e oportunidade do *agro brasileiro*”⁶⁶.

Do ponto de vista do fortalecimento da *agroinclusão*⁶⁷, uma forma de produzir engajamento se dá através do acionamento deste componente que costuma ser bastante sedutor aos olhos da juventude em geral: novas tecnologias, sobretudo ditas de “última geração” ou da “agricultura 4.0 e 5.0”. E aqui me refiro a modos de aliciamento e espaços de *agroconversão* voltados a quem a mídia costuma categorizar como “geração digital” ou “geração z”, mas que no *mundo agro* são conhecidos, dependendo do seu estágio de adesão, como *agroempreendedores consolidados*, *agroempreendedores iniciantes* e *futuros agroempreendedores*⁶⁸. Como destaca, em matéria da revista Dinheiro Rural, Rafael Coelho, CEO da Agronow, empresa que trabalha com tecnologia de satélites para monitoramento de safras e que reúne um grupo de especialistas entre 25 e 35 anos⁶⁹, “está nascendo uma nova geração que irá aproximar a fazenda e a cidade para criar uma nova *agroeconomia*”⁷⁰.

De fato, matérias como: “Produtor rural: jovem, conectado e com maior presença feminina”⁷¹, publicada pela seção goiana do Serviço Nacional de Aprendizagem Rural (SENAR, vinculado ao Sistema CNA); títulos como: “Agricultura digital, o futuro do jovem

⁶¹ Ver, por exemplo: <http://www.fundacaoms.org.br/jovens-debater-agronegocio-durante-showtec-2017>. Acesso em: 02/05/2020.

⁶² Ver, por exemplo: <https://conexaosafra.com/agricultura/o-agro-do-futuro-e-o-futuro-do-agro/>. Acesso em: 23/05/2023.

⁶³ Ver, por exemplo: <http://www.cedagro.org.br/empreendedor/>. Acesso em: 23/05/2023.

⁶⁴ Ver, por exemplo: <http://www.semagro.ms.gov.br/srb-quer-unir-juventude-e-tradicao-do-agronegocio/>. Acesso em: 04/05/2020.

⁶⁵ Ver, por exemplo: http://www.famato.org.br/noticia_completa.php?codNoticia=235376. Acesso em: 04/05/2020.

⁶⁶ Ver, por exemplo: <http://www.srb.org.br/encontro-rural-jovem/>. Acesso em: 01/05/2020.

⁶⁷ Ver, por exemplo: <http://www.sistemafaerj.com.br/2024/03/06/artigo-inclusao-social-pelo-agro/>; <https://www.kuhnbrasil.com.br/noticias/inclusao-no-agro-empresa-cria-programa-para-ensinar-libras-aos-colaboradores>. Acesso em: 01/05/2020.

⁶⁸ Ver, por exemplo: <https://www.dinheirorural.com.br/a-vez-dos-agroempreendedores/>. Acesso em: 29/04/2020.

⁶⁹ Ver, por exemplo: <https://agronow.com.br/pt/>. Acesso em: 02/05/2020.

⁷⁰ Ver, por exemplo: <https://www.dinheirorural.com.br/a-vez-dos-agroempreendedores/>. Acesso em: 01/05/2020.

⁷¹ Ver, por exemplo: <https://sistemafaeg.com.br/senar/noticias/noticias/jovem-conectado-e-com-maior-presenca-feminina>. Acesso em: 23/04/2020.

no campo", veiculada pela *Conexão Agro* (segundo seu site, "plataforma de notícias de tecnologia e inovação no agronegócio"⁷²); canais do youtube como o *AgroPapo*: o "talk show digital do novo agronegócio, setor [...] que é cada vez mais jovem, digital, mobilie, sustentável"⁷³; e inúmeros outros portais de divulgação de *agronotícias*⁷⁴ voltadas à *agrojuventude* se tornaram corriqueiros, sendo que não irei explorar aqui sua diversidade e as matérias em si. O que importa marcar, todavia, é que a conexão entre jovialidade e tecnologia, ao se fazer presente, é periodicamente acionada em tais espaços, seja na programação de TVs online como Terra Viva, *Agrocanal* e Canal Rural, em matérias de revistas como Dinheiro Rural, Attalea Agronegócio, Agron e *Visão Agro*, ou eventos como a Showtec e Expozebu.

Já espaços importantes de socialização da *agrojuventude* se dão através dos chamados *agroencontros*⁷⁵ organizados justamente por quem se identifica com ela, eventos estes por onde circulam estudantes de nível médio, técnicos agrícolas ou que fazem especialização em agronegócio ou cursam faculdades de agronomia, veterinária, zootecnia, administração e engenharias florestal e de alimentos. Embora muito diferentes entre si, todos trazem o *agro* como referência central e cito apenas alguns a título de ilustração (pois são inúmeros, ocorrendo de janeiro a dezembro e espalhados por todo país): "Encontro Regional de Troca de Experiências com Jovens Rurais da região de Tubarão" (segundo uma das organizadoras, um espaço de "debate sobre os desafios da juventude frente aos avanços no agronegócio"⁷⁶); "Encontro *Agro Atitude Conecta*" (que "pretende estimular jovens universitários a se engajarem nas questões do agronegócio preparando-os para atuarem como mobilizadores e articuladores junto a sua comunidade"⁷⁷); "Encontro dos Alunos da Rede e-Tec Piauí" (que visa "aproximar estudantes do que eles irão vivenciar na prática enquanto profissional")⁷⁸; "Encontro de Jovens da Agropecuária", este último organizado pelo Movimento Nacional dos Produtores Jovens⁷⁹ (MNP-Jovem); Encontro da Juventude *Agro Paulista*⁸⁰ (que tem como objetivo "conectar empresas juniores, ligas e entidades universitárias do *agro*"); Encontro Nacional dos *Jovens do Agro*⁸¹ (que pretende "reunir, gerar networking, inspirar e

⁷² Ver, por exemplo: <https://conexaoagro.com.br/2018/06/11/agricultura-digital-o-futuro-do-jovem-no-campo/>. Acesso em: 23/04/2020.

⁷³ Ver, por exemplo: <https://www.youtube.com/channel/UCgRgQHGYRLhW2gCWa5qtO3A>. Acesso em: 25/04/2020.

⁷⁴ Ver, por exemplo: <http://www.portalagronoticias.com.br/>. Acesso em 25/04/2020.

⁷⁵ Embora possa ser usado em outros contextos, o neologismo existe segundo seus organizadores, como nome de "*um dos maiores eventos do setor sucroenergético do Brasil*", atualmente em sua 5ª edição. Disponível em: <https://ourofinoagro.com.br/releases/5-agroencontro-discute-o-futuro-do-produtor-de-cana-de-acucar/>. Acesso em: 29/04/2020.

⁷⁶ Conforme divulgado no site da prefeitura municipal: "Jovens rurais debatem futuro do agronegócio"⁷⁶. Disponível em: <https://www.riofortuna.sc.gov.br/noticias/index/ver/codMapaItem/16188/codNoticia/522252>. Acesso em: 02/05/2020.

⁷⁷ Ver, por exemplo: <https://olivre.com.br/jovens-participam-do-primeiro-encontro-de-integracao-do-agro-atitude-conecta>. Acesso em: 26/04/2020.

⁷⁸ Ver, por exemplo: <https://www.cnabrazil.org.br/noticias/fruticultura-e-tema-central-do-ii-encontro-dos-alunos-da-rede-e-tec-piaui>. Acesso em: 26/04/2020.

⁷⁹ Ver, por exemplo: <https://srcg.com.br/noticia/1o-encontro-jovens-da-agropecuaria/11166/>. Acesso em: 04/05/2020.

⁸⁰ Ver, por exemplo: <https://www.agricultura.sp.gov.br/pt/b/secretaria-de-agricultura-participa-de-encontro-com-jovens-liderancas-do-agro-paulista>. 26/04/2024.

⁸¹ Ver, por exemplo: <https://agroagenda.agr.br/event/1o-encontro-nacional-dos-jovens-do-agro/>. Acesso em: 26/04/2024.

fortalecer o movimento dos *jovens do agro* de dentro e de fora da porteira do nosso país”); "Ciclo de Palestras *Donas do Agro*"⁸² (que traz um recorte de gênero e é organizado por estudantes de veterinária da UFSM, tendo como foco “trazer ao debate o empoderamento feminino no *agronegócio*”); por fim, o encontro organizado no Brasil pelo Youth Agribusiness Movement International – YAMI⁸³ (segundo seu site, o “maior congresso de *jovens do agro* da América Latina”).

Mas organizações e iniciativas direcionadas a este tipo de público não se restringem ao contexto nacional, estando interconectadas com instituições estrangeiras com atuação em diversos países. É o caso do YAMI, que, segundo sua página no Brasil, representa "um verdadeiro movimento de *jovens do Agronegócio*" para quem "a nova *geração do Agro* pede passagem! A juventude deixou de ser o futuro do *Agro* para se tornar o presente. É a hora de quebrar paradigmas, renovar o modo de [...] nos relacionarmos com as novas tecnologias. É hora do *Agro 4.0!*"⁸⁴. Dirigida no país por brasileiros, entre outras atividades, os encontros organizados pelo YAMI oferecem "dois dias de imersão, conteúdo e muito networking, um espaço que servirá como uma grande incubadora de ideias, estimulando a inovação e buscando soluções reais para o futuro do *Agronegócio*".

E aqui é preciso ressaltar a atenção especial dada não só aos jovens em geral, mas às mulheres. Organizado em paralelo no mesmo momento e espaço das versões do YAMI no Brasil em 2019 e 2020, acontecia um encontro exclusivamente voltado “para elas”: o Congresso Nacional das *Mulheres do Agro*, então na sua quinta edição e cuja participação é maciçamente composta por um público feminino bastante jovem. Como informado no "Yami-book, oportunidades para fazer a diferença no *Agro*", material de divulgação dos dois eventos, a organização oferecia aos potenciais patrocinadores cinco planos com preços variados para "exporem e divulgarem suas marcas" num espaço comum aos dois *agroencontros*: Key Partner, Diamond, Gold, Silver, Bronze, podendo implicar um "investimento" que variava de 290 mil reais no caso do Key Partner até 69 mil para quem optasse pela modesta versão Bronze.

Como se pode notar, o chamamento dirigido aos *jovens do agro* se dá a partir de uma inclusão diferenciada, com a construção de espaços atrativos direcionados a pessoas não só com idades diferentes, mas vindos de classes sociais distintas (e distantes). Afinal, como se vê na fala de Alexandre Marcilio, então Diretor da Transamerica Expo Center, ao anunciar o primeiro evento da YAMI em 2019 no Brasil, não é qualquer um que poderá pagar 400 reais de inscrição para desfrutar os dois dias de imersão prometidos pela organização: “o projeto [...] reunirá jovens herdeiros, sucessores, estudantes recém-formados até 30 anos e que darão continuidade no crescimento do setor”⁸⁵. De fato, ao olhar para as atividades do encontro, há um foco evidente neste seleto grupo, "herdeiros" e "sucessoras", havendo inclusive uma "mesa redonda sobre Sucessão e Liderança com participação do Diretor da Safras & Cifras Franco Cammarota", o qual, ao divulgá-la na internet, indagava: "pergunto pra vocês: estão preparados para o que vem pela frente no seu negócio familiar? O papel a ser assumido?"

⁸² Ver, por exemplo: <https://www.santamaria.rs.gov.br/?secao=eventos&sub=ver&id=1774>. Acesso em: 04/05/2020.

⁸³ Ver, por exemplo: <https://www.feirasdobrasil.com.br/destaques.asp?codigo=313>. Acesso em: 16/03/2024.

⁸⁴ Disponível em: <http://yamimovement.com.br/>. Acesso em: 03/05/2020.

⁸⁵ Disponível em: <https://www.mulheresdoagro.com.br/sem-categoria/um-novo-evento-vem-por-ai-yami/>. Acesso em: 30/06/2023.

Estão preparados no que se refere a questões comportamentais, expectativas, medos? Me parece que nessa mesa redonda a gente vai poder discutir muito sobre isso!"⁸⁶.

Mas, evidenciando esta hierarquia existente na sociedade do agronegócio, o espaço para privilegiados nesta última pode ser ainda mais restrito. É caso do Nuffield International Farming Network, conforme seu site no Brasil, uma “iniciativa global de formação de novos líderes do Agro”⁸⁷. Segundo o mesmo, a Nuffield, uma “rede vanguardista composta de *agroprofissionais* e fazendeiros”, com presença em 40 países, foi fundada em 1947 por “Mr. William Morris, empresário e filantropo que começou a proporcionar viagens internacionais aos agricultores britânicos [...] para que viajassem em busca de conhecimento e inovação”. Para concorrer a uma vaga no Programa Nuffield de 2020, com duração de “114 dias durante 18 meses”, entre os cinco requisitos necessários era preciso: ter “idade entre 25 e 40 anos”, ser “fluyente em inglês” e atuar “na frente do negócio ou estar a pelo menos cinco anos no mercado”⁸⁸. Mas não só, além do pagamento da simbólica soma de 400 reais, sua inscrição só seria aceita, e eis o corte decisivo, mediante “referências de dois associados atuais” ou “Nuffieldianos”, como se autodenominam.

Assim, caso consiga se candidatar e ser selecionado para o Programa Nuffield e, após tê-lo cumprido, entrar no exclusivo grupo de 1.700 Nuffieldianos existentes no Brasil em 2022, a pessoa terá pela frente o dever de participar de “quatro atividades principais”: uma “conferência” de uma semana “reunindo Nuffieldianos, líderes mundiais da área agrícola, políticos, entidades de fomento da agropecuária e instituições de pesquisa”; o “Programa Foco Global”, quando de “sete a dez pretendentes a Nuffieldianos viajam juntos para conhecer a agricultura de seis países em seis semanas”; uma “viagem individual” de oito semanas para países que o candidato a Nuffieldiano tenha interesse; e, finalmente, a elaboração de “um relatório completo sobre o tema do seu estudo”⁸⁹. Cumpridas estas etapas, os novos “Nuffieldianos tornam-se naturalmente Embaixadores da Nuffield”, instituição que tinha em 2022 entre seus nove principais patrocinadores, Bayer, Syngenta e Meyer SA.

Mas, não sendo possível ingressar nesse seleto grupo, ainda assim há alternativas disponíveis não só para sucessores e herdeiras de estreitar vínculos com o *agromundo*. E aqui entra em cena outro recurso adotado para atrair um perfil não tão restrito: a disponibilização de cursos presenciais e a distância que vão da “gestão de agronegócios”, “técnico em agronegócio”, “especialização em *agroempreendedorismo*” até os mais específicos, como os oferecidos pela *AvantAgro*, empresa que forma “especialistas em mapeamento com drones na agricultura”⁹⁰. O que não significa que o recorde de classe não continue existindo também neste tipo de qualificação profissional.

Neste caso, e ainda no “andar de cima”, uma possibilidade é fazer um “treinamento” no Programa *AgroTalento*, como se fica sabendo pelo seu site, “feito para quem quer ter mais LUCRO, mais harmonia, mais RESULTADO no seu negócio do Agro”⁹¹ (mantive a caixa alta do texto original). Seu idealizador, Miguel Cavalcanti, tem sido apresentado (e diga-se,

⁸⁶ Ver, por exemplo: <https://ms-my.facebook.com/yamimovement/videos/374375516838770/>. Acesso em: 04/05/2020.

⁸⁷ Ver, por exemplo: <https://www.nuffield.com.br/quem-somos>. Acesso em: 03/05/2020.

⁸⁸ Ver, por exemplo: <https://www.nuffield.com.br/participe>. Acesso em: 01/05/2020.

⁸⁹ Ver, por exemplo: <https://www.nuffield.com.br/programa-nuffield>. Acesso em: 01/05/2020.

⁹⁰ Ver, por exemplo: <http://avantagro.com.br/>. Acesso em: 03/05/2020.

⁹¹ Ver, por exemplo: <https://miguel-cavalcanti.mykajabi.com/encerradas-agrotalento>. Acesso em: 04/05/2020.

faz questão de assim se apresentar) como modelo de jovem *agroempreendedor* de sucesso, sendo inclusive um dos convidados a falar no dia da inauguração do já mencionado Comitê Liderança e Juventude da SRB. De fato, impressiona sua capacidade de atender públicos com diferentes inserções e interesses profissionais. Além de ter e gerenciar dois canais de mídia, o "Negócio de Expressão" e o "BeefPoint"⁹², Cavalcante traz um cardápio diversificado de opções. Assim, se o Programa *AgroTalentos* é direcionado à gestão do "negócio Agro" (que inclui a administração de uma fazenda, por exemplo), o *agroempreendedor* também oferece o "Programa de Crescimento Pessoal e Desenvolvimento Profissional para os Novos Líderes da Pecuária Brasileira"⁹³ e o curso "AgroTalentos Consultores", segundo ele, "um treinamento completo para quem quer [...] construir uma empresa de consultoria no Agro". E se a pessoa já tem uma empresa do tipo, o *agroempreendedor* promete ainda "dobrar sua *agroconsultoria*"⁹⁴.

No que se refere especificamente a sucessores e herdeiras, está disponível o "Workshop *AgroTalentos*, Gestão Profissional da Fazenda da Família", que alega ser "um encontro imperdível para quem trabalha na fazenda da família"⁹⁵. Já para os não sucessores, uma oportunidade é fazer os cursos da *AgriPoint* Consultoria Ltda., que tem Miguel Cavalcanti como diretor de marketing e opera através de quatro portais que repercutem notícias sobre o *negócio agro*: MilkPoint, EducaPoint, FarmPoint e CaféPoint⁹⁶. Por fim, além do recorte familiar, o mesmo criou recentemente um curso para outro nicho específico: o "*AgroTalentos Mulheres*", destinado a quem exerce as seguintes atividades: "produção agropecuária (fazenda da família, fazenda própria, funcionária contratada), consultoria agropecuária, revenda agropecuária, executiva multinacional, representante comercial, pet shop, frigorífico, professora universitária, fábrica de insumos, mídia agropecuária"⁹⁷.

No caso de jovens com menos recursos e que não podem fazer os cursos da *AgroTalentos*, a Federação da Agricultura de Mato Grosso (Famato) criou, para quem tem entre 18 e 24 anos, o "Projeto Futuros Produtores do Brasil", como diz no site da instituição, "um programa voltado para os jovens [...] a fim de apresentar as inúmeras oportunidades de carreira no setor do *Agronegócio*", tendo por objetivo "gerar paixão nos jovens e [...] fomentar a formação de lideranças jovens [...] em suas comunidades"⁹⁸. Porém, embora não envolva diretamente a dimensão econômica, note-se que também aqui a entrada é condicionada por uma distinção específica, sendo o referido programa voltado apenas para "filhos de produtores rurais" que, além de respeitar a faixa etária, "devem ter concluído o ensino médio e precisam estar cursando uma graduação ou curso técnico". E, assim como acontece com a necessidade de apresentar "referências de dois associados Nuffieldianos", a

⁹² Ver, por exemplo: <https://www.beefpoint.com.br/tag/significado/>. Acesso em: 04/05/2020.

⁹³ Ver, por exemplo: <https://www.youtube.com/channel/UCfYiry1Qg20ZSu6VuUDN2tA/about>. Acesso em: 04/05/2020.

⁹⁴ Ver, por exemplo: <https://miguel-cavalcanti.mykajabi.com/encerradas-agrotalentos>. Acesso em: 04/05/2020.

⁹⁵ Esta última frase chegou junto com uma mensagem enviada ao meu email após agendar uma vaga no referido workshop pelo link: <https://sociali.io/thanks/92276/10workshopagrot>. Acesso em: 02/05/2020.

⁹⁶ Ver, por exemplo: <http://www.crescerbemconsultoria.com.br/palestrante/miguel-da-rocha-cavalcanti/5>. Acesso em: 04/05/2020.

⁹⁷ Ver, por exemplo: <https://beefpoint.typeform.com/to/gHjRgG>. Acesso em: 04/05/2020.

⁹⁸ Ver, por exemplo: http://sistemafamato.org.br/portal/famato/futuros_produtores.php. Acesso em: 03/05/2020.

Famato alerta que "somente serão aceitas inscrições indicadas pelos sindicatos rurais"⁹⁹. Ou seja, nos dois casos, seja filho de um rico fazendeiro ou de um casal de agricultores familiares, o candidato deverá passar por uma triagem chancelada por pessoas específicas e próximas da instituição promotora. O que significa que, se o controle de entrada é totalmente pessoalizado no caso da Nuffield, a participação no curso da Famato permanece condicionada a uma autoridade (Sindicado Rural) vinculada à realidade de quem deseja fazê-lo.

Mas e quem não tem condições de cumprir os requisitos para entrar em espaços tão seletos como as imersões do YAMI, o Programa Nuffield, os cursos de crescimento pessoal do *AgroTalento* e o Projeto Futuros Produtores do Brasil? E quem não é "herdeira" ou "sucessor", não possui um "negócio" ou "revenda agropecuária", não trabalha (ou quer trabalhar) com *agroconsultoria*, não é "fluyente em inglês", não tem acesso a um sindicato rural, não pode arcar com os custos ("investimento", segundo seus promotores) que implicam poder participar destes espaços ou então tem dificuldade de ficar sabendo dessas possibilidades por conta do universo social em que vive? Ainda assim há lugar para todes.

Uma alternativa, que pretende "ajudar a galera do campo a encontrar oportunidades de carreira no setor", seria tentar entrar no "Programa Nestlé Iniciativa pelos Jovens", o qual oferece cursos como o "Jovem Aprendiz Nestlé", direcionados a "estudantes e recém-formados no Ensino Médio, dos 14 aos 24 anos", e o "Programa de Trainee da Nestlé", cujo foco são "estudantes do último semestre [de faculdade] ou com até 2 anos de formação"¹⁰⁰. Mas talvez o esforço mais ambicioso de trazer para o *agromundo* quem, mesmo vindo das classes populares, ainda está começando a pensar no seu futuro profissional e ser um *agroempreendedor*, venha do chamado Sistema CNA. Além da Faculdade CNA, "a primeira voltada exclusivamente para o agronegócio", o SENAR (que, como dito, faz parte do Sistema CNA) oferece mais de 70 cursos à distância, todos gratuitos e direcionados ao "ensino técnico de nível médio"¹⁰¹, estando eles separados por programas como: "agricultura de precisão", "agricultura de baixa emissão de carbono", "campo sustentável", "empreendedorismo e gestão de negócios", "gestão de riscos", entre outros.

Por fim, outro meio de cativar e capturar a *agrojuventude* se dá por meio da apresentação de "cases de sucesso" e concursos visando identificar "lideranças". É o caso dos "vencedores do Programa CNA Jovem", realizado na sede do Sistema CNA/SENAR, em Brasília. Contando com a participação de "120 jovens com idade entre 22 e 35 anos de 24 estados", cuja "formação teve aproximadamente 300 horas e uma metodologia inovadora", ao final foram premiadas "cinco jovens lideranças que poderão impulsionar ainda mais o setor empresarial rural"¹⁰². Na matéria são citadas frases dos vencedores, tais como: "agora tenho uma bandeira e sei como levantar essa bandeira e defender o *Agro*"; "quero estar integrada com as cadeias produtivas e ajudar no gerenciamento e implantação de iniciativas da CNA"; "pretendo trazer o meu Plano de Ação [...] para dentro da Faculdade CNA de Tecnologia"; "visualizo estar dentro do Sistema com ideias inovadoras"; "seremos um grupo

⁹⁹ Ver, por exemplo: http://www.famato.org.br/noticia_completa.php?codNoticia=238018. Acesso em: 29/04/2020.

¹⁰⁰ Ver, por exemplo: <https://www.jovenes.nestle.com/br/programa-de-estagio-nestle>. Acesso em: 01/05/2020.

¹⁰¹ Ver, por exemplo: <https://www.cnabrasil.org.br/senar>. Acesso em: 02/05/2020.

¹⁰² Ver, por exemplo: <http://etec.senar.org.br/extra-classe/noticias-e-artigos/conhecidos-os-cinco-novos-lideres-jovens-do-agro-brasileiro/>. Acesso em: 30/04/2020.

que vai trabalhar junto para ajudar o setor. Penso em formar uma comissão para intervir junto aos jovens".

Ora, considerando as pretensões do programa da CNA Jovem, que visa "descobrir potenciais de liderança na nossa juventude rural [...] para que assumam progressivamente o protagonismo nas áreas institucional, sindical, político-partidária, educacional e empresarial"¹⁰³, vê-se seu potencial de engajamento quando, após participar do programa, as novas "lideranças" formadas confessam ter "uma bandeira" e, estando "dentro" e "integrada" para "defender o *Agro*", buscarão daqui para frente "ajudar o setor" e "intervir junto aos jovens" com o "plano" de também trazê-los "para dentro" do "sistema", isto é, do *mundo agro*. Como se pode notar, o esforço de, pedagogicamente, internalizar o *agro* (e seu negócio) à "consciência nacional", enfatizando o que é "comum a todos" ou que deveria sê-lo, também traz consigo um componente civilizatório (ou, nos termos nativos, "agrocivilizatório"¹⁰⁴). E para tanto é preciso ensinar "quem está chegando" submetendo-os a um processo de "formação" (termo usado na apresentação do Programa CNA Jovem) que é, um última instância, transformador, visto que altera e, não raro, desfaz e refaz estruturas mentais, cognitivas, desejantes e psíquicas.

***Agrojuventude* interpelada, qualificada, incorporada**

Partindo do pressuposto de que, nas sociedades modernas, o ambiente educacional, seja ele mais institucionalizado ou informal, estatal ou privado, tende a ter um caráter "intrinsecamente conservador" (Peralva, 1997), funcionando como instrumento de reprodução da cultura dominante (Bourdieu, Passeron, 1992), o mesmo ocorre na sociedade do agronegócio. Condição agravada e fortemente reforçada pelo fato de que, nesta última, hierarquias e marcadores sociais são ainda mais acentuados. Muito disso se deve ao fato de que, potencialmente, a juventude representa um perigo futuro, uma ameaça subversiva à ordem social e moral estabelecida. Como notou Hannah Arendt (2005, p.235), qualquer agrupamento humano "necessita de proteção para que não seja derrubado e destruído pelo assédio dos recém-chegados que irrompem sobre ele a cada nova geração". Afinal, o caráter inovador normalmente atribuído ao jovem pode se voltar justamente para a desconstrução da normatividade a qual ele deve se submeter. O que faz com que a educação, diria Durkheim (2011, p.54), enquanto "ação exercida pelas gerações adultas sobre as gerações que não se encontram ainda preparadas para a vida social", tenha como objetivo inculcar "certo número de estados físicos, intelectuais e morais exigidos tanto pelo conjunto da sociedade política quanto pelo meio específico ao qual ela está destinada a particular".

Ocorre que, no caso do "meio específico" que constitui a sociedade do agronegócio, mais do que uma integração não questionadora - e, portanto, dócil ao *agro* -, encontra-se em operação a imposição de um "arbitrário cultural" (Bourdieu, Passeron, 1992) informado por toda uma "agrocossmologia"¹⁰⁵. Somado ao discurso autorreferente e de cunho doutrinário mobilizado por representações da agropecuária e agroindústria (Porto, 2014; Pompeia, 2021),

¹⁰³ Ver, por exemplo: <https://www.cnabrazil.org.br/projetos-e-programas/cna-jovem>. Acesso em: 13/04/2020.

¹⁰⁴ Ver nota 107.

¹⁰⁵ Ver nota 107.

projetos, programas e ações as mais diversas têm sistematicamente interpelado o público juvenil sobre a possibilidade de construir seu futuro - como exaltaram os vencedores do Programa CNA Jovem - “dentro do Sistema”, isto é, dentro do *agrossistema*. Seja através de iniciativas destinadas aos filhos e filhas da *agroelite*¹⁰⁶ (por exemplo, percorrendo o mundo patrocinado pela Nuffield), das classes média-alta (frequentando cursos e workshops do Programa *AgroTalentos*), média-média (integrando o Projeto Futuros Produtores da Famatec), média-baixa (fazendo o curso de "agricultura de precisão" do Senar) ou ao “jovem aprendiz” (que irá trabalhar como estagiário na Nestlé), todas elas contribuem para formar um sujeito social que age, sente e pensa de determinada forma. Trata-se aqui, portanto, assim como no estudo de Cordeiro (2015) sobre famílias gaúchas que migraram na década de 1970 para a região da amazônica, também da construção de “modos de existência” vividos coletivamente.

Será durante experiências como estas passadas neste momento da vida que condutas e valores serão afirmados, confirmados e interiorizados. Para sucessoras e herdeiros¹⁰⁷ de donos de fazendas ou de empresas ligadas à agricultura/agroindústria, por exemplo, a passagem pelo processo de socialização secundária irá não só prepará-los, mas, sobretudo, por fim convencê-los subjetivamente de que seu destino é ser dono destas mesmas fazendas e empresas. Mas o mesmo ocorre com filhos de camponeses ou de uma família cujos pais trabalham como funcionários no comércio local de uma pequena cidade cuja economia gira em torno da produção de commodities agrícolas, com a diferença de que tal convencimento irá na direção da aceitação de que, na *agrossociedade*, eles devem ocupar uma posição inferior.

Ocorre que, tanto para o trainee da Nestlé, o *agroempreendedor* ou o herdeiro que virará sucessor, embora pareça se tratar de uma opção individual e uma conquista alcançada com seu próprio esforço e dedicação, por trás de ambas (opção e conquista) encontra-se em operação um conjunto de princípios e valores materializados em determinadas instituições que, ao inseri-los numa “cadeia de ações, práticas e rituais, produzem um sujeito” (Grisolia, 2020, p.25), ou melhor, um “agrosujeito”¹⁰⁸. Se, como notou o autor citado (2020, p.30), desde a infância até o final da juventude certa pessoa termina se vendo como “católico, brasileiro e homem”, o que a leva a “agir de determinada forma” (indo “a igreja rezar, votando nas eleições para presidente, frequentando banheiros específicos e urinado em pé”), a tais auto atribuições pode se somar outra: a de *agrocidadão*.

Mas se continua sendo necessário, através de mecanismos de diferenciação interna, formar pessoas aptas a aceitar o status quo e a estratificação desigual presente na sociedade do agronegócio, por outro lado, é preciso fazê-lo produzindo ao mesmo tempo um gozo, uma satisfação em ser parte de uma coletividade maior; de, como também confessaram os mesmos estudantes do concurso promovido pela CNA, se orgulhar de "estar dentro", "integrado" e disposto a "defender o Agro". Mesmo reconhecendo a existência de uma relativa autonomia,

¹⁰⁶ Ver, por exemplo: <https://www.youtube.com/channel/UC9p0IX47acOowqBjSXTzDcA>. Acesso em: 10/11/2023.

¹⁰⁷ Indicando a importância desta questão, no *mundo agro* é recorrente fazer-se a diferenciação entre herdeiro e sucessor, com o primeiro indicando quem apenas fica com o espólio dos bens de um familiar falecido (podendo deles dispor do modo que desejar) e o segundo quem efetivamente dará continuidade aos negócios da família voltados à produção agropecuária.

¹⁰⁸ “Agrosujeito”, “agrocivilizatório”, “agrocossologia” e “agrosociabilidade”. Dentre todas as cerca de 90 expressões aqui citadas que contêm o signo *agro*, não encontrei apenas estas quatro na internet, ainda!

como mostra o exaustivo estudo realizado por Grisólia (2020, p.25) sobre os efeitos psíquicos provenientes da entrada de jovens de classes populares na universidade, também a interpelação pelo *agro* “conta uma história em que o indivíduo é aquele que é responsável por suas ações”, com a “sujeição do sujeito” passando a ser tomada “como algo que ele escolheu fazer”. Autoconvencimento que o levará a se entender como alguém que quis querer pertencer ao *agro* e tem orgulho disso, mas, sobretudo, que sente que está ajudando a também fazer¹⁰⁹ o *agro*.

Embora a *agromídia* seja bastante eficaz em anular o efeito da crítica a este último fazendo-a aparecer para a opinião pública como um ruído disperso e/ou fora de lugar, este tipo subjetivação não pode ser subestimada. Ao contrário, ela se mostra extremamente poderosa considerando que, sobretudo em localidades marcadas pela presença da agricultura de larga escala, eventuais questionamentos sobre impactos sociais e ambientais do agronegócio ou a positividade incorporada no emblema *agro* tendem a produzir reações veementes de defesa cujo conteúdo pode alcançar um teor bastante agressivo e mesmo chegar à violência física propriamente dita. De fato, assim como o caso descrito na nota seis, não faltam relatos de professores de Institutos Federais de Educação, Ciência e Tecnologia (IFs) ou cursos de agronomia e veterinária de Universidades Federais com campus distantes dos grandes centros os quais se sentem constrangidos ou são publicamente intimidados por estudantes de graduação quando *agro* e agronegócio são abordados de modo crítico. Blindagem que novamente aponta para o caráter estratégico por trás da necessidade de domesticar (“ensinando”) quem, ao alcançar o mundo dos adultos, poderia virar *inimigo do agro*.

Um dos meios de produzir tal adestramento se dá a partir da construção, desde muito cedo, de um ímpeto pela busca por “formação qualificada”, lida e traduzida muitas vezes como domínio de certas técnicas e conhecimentos combinado com a eficiência no cumprimento de metas e resultados. Conduta que receberá de quem as propôs um reforço positivo, isto é, uma recompensa visando consolidar um comportamento desejado. Eis aí a importância de prêmios como o oferecido pela CNA e o enaltecimento público de “casos de sucesso” entre a *agrojuventude*. É o caso, por exemplo:

a) do jovem empresário Daniel Guidolin ao contar sua trajetória e de seu irmão na empresa da família após a morte do pai num espaço organizado pela Sociedade Rural Jovem dentro de um grande evento nacional como a 13º Expozebu (Figura 1);

b) do relato sobre sua inserção exitosa no mundo do trabalho de mulheres que terminaram seus cursos de graduação a não muito tempo num encontro menos pretencioso - quarta edição das *Donas do Agro* - organizado por estudantes de veterinária da Universidade Federal de Santa Maria (Figura 2);

c) do “*videocase*” produzido pela multinacional MJV Technology & Innovation contendo o depoimento de duas jovens “colaboradoras” da empresa sobre um projeto “inovador” que ambas elaboraram em parceria com a Bayer do Brasil (Figura 3);

d) de um episódio da websérie *Ser Agro é Bom* (produzida pela Bayer) em que Sarita Rodas, filha de uma tradicional família produtora de laranjas de São Paulo, conta a

¹⁰⁹ Aliás, outro verbo da língua portuguesa já *agrocolonizado*, sendo recorrentes na internet referências ao *agrofazer*. Ver, por exemplo: <https://www.youtube.com/@agrofazer>. Acesso em: 30/09/2024.

história de como, em 2008, ainda muito nova, começou a se preparar para assumir os negócios da família após a morte do pai¹¹⁰.

Figuras 1: Plateia (na maioria com até 17 anos) do evento organizado pela Sociedade Rural Jovem durante a 13ª Expozebu



Fonte: YouTube¹¹¹

Figura 2: Palestrantes convidadas para o 4º Donas do Agro, evento, segundo seu site, que visa “celebrar o incrível papel das mulheres que lideram e impulsionam o agronegócio”



4ª Edição DONAS DO AGRO - Gestão de Propriedade | 12/10

Fonte: YouTube¹¹²

¹¹⁰ Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=odHVnuiqfjo&ab_channel=AgroBayerBrasil. Acesso: 02/10/2024.

¹¹¹ Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=oV8V-G7JtPI&ab_channel=ABCZ-Associa%C3%A7%C3%A3oBrasileiradosCriadoresdeZebu (ver a partir do minuto 42:20)

¹¹² Disponível em: https://www.youtube.com/results?search_query=donas+do+agro;
<https://www.ufsm.br/unidades-universitarias/ccr/eventos/donas-do-agro-2023>.

Figura 3: Palestrantes convidadas para o 4º Donas do Agro, evento, segundo seu site, que visa “celebrar o incrível papel das mulheres que lideram e impulsionam o agronegócio”



4ª Edição DONAS DO AGRO - Mulher na Indústria da carne bovina | 13/10

Fonte: YouTube¹¹³

Figura 4: “Colaboradoras” da multinacional MJV Technology & Innovation relatando seu “case de sucesso”



Case de sucesso: como a MJV revolucionou o modelo cultural de trabalho da Bayer?

Fonte: YouTube¹¹⁴

¹¹³ Disponível em: https://www.youtube.com/results?search_query=donas+do+agro;https://www.ufsm.br/unidades-universitarias/ccr/eventos/donas-do-agro-2023.

¹¹⁴ Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=Q2Vp5U0h67g&ab_channel=MJVTechnology%26InnovationBrasil.

Veja-se que, em todas estas situações muito diferentes, o principal efeito que elas produzem não se destina a quem está recebendo o prêmio, falando sobre sua expertise ou contando publicamente sua história de “vencedor”, mas sim aos “recém-chegados” de que fala Hanna Arendt. Ou seja, sobretudo quando o público que assiste for ainda moço, é a plateia (presencial ou virtual) o principal alvo a ser atingido, fígado e trazido para o *agromundo*, e não quem “se destaca” em alguma atividade específica ou que possua uma qualidade que o faça “brilhar” entre os demais.

Um tipo de reforço positivo que, no caso específico do público feminino, independe do recorte geracional tendo em vista o lugar subalterno também ocupado pelas mulheres na sociedade do agronegócio. Um exemplo de tal expediente são as edições do “Prêmio Mulheres do *Agro*”, idealizado pela ABAG em parceria com a Bayer do Brasil e que visa “dar espaço e valorizar o trabalho das mulheres que fazem a diferença no campo”¹¹⁵. E aqui note-se que a busca pela *agro inclusão* destas últimas não deixa de reconhecer certa diversidade existente entre as próprias *agromulheres*¹¹⁶, havendo, além da categoria “ciência e pesquisa”, “vencedoras premiadas” segundo a divisão entre “grande”, “média” e “pequena propriedade”.

Mas de onde vem o “sucesso”, ou melhor, o que irá legitimá-lo? Por um lado, como mostram diversas etnografias realizadas em diferentes zonas de expansão da grande agricultura nos anos 1970/80 (Lacerda, 2021; Desconsi, 2018; Cordeiro, 2015; Almeida, 2013), as narrativas disseminadas sobre o passado “heroico” do “desbravador” vindo do sul/sudeste (figura mítica que inclui sua família, obviamente) remetem amiúde ao “sofrimento” mesclado com “orgulho” de se ter vencido “grandes dificuldades” através da autodisciplina e aptidão para o trabalho. Atributos que, na sociedade do agronegócio, funcionam como em sinais diacríticos utilizados para reforçar o sentimento de pertencimento coletivo (sobre o tema, ver Meyer, Gerhardt, 2024). Ocorre que a chamada “ideologia do pioneirismo” (Heredia, Palmeira, Leite, 2010) presente na exaltação dos “gaúchos”¹¹⁷ que então se dirigiram às regiões norte e centro-oeste parece estar cedendo sua centralidade à outra ideologia focada justamente na busca incessante por “qualificação profissional” e que, por sua vez, tende a produzir efeito ainda mais potente sobre os mais jovens. Se o destemido pioneiro de 40 atrás representa, para os *defensores do agro*¹¹⁸, o “progresso” e a “civilização” chegando aos grotões do Brasil profundo, o antenado, plugado e descolado jovem *agroempreendedor* de hoje figura como novo herói que irá “revolucionar” as agriculturas “ponto zero” e suas tecnologias robóticas, ciber-financeiras e genômicas ultra automatizadas.

Note-se, porém, que aqui há apenas uma reelaboração e um redirecionamento dos mesmos atributos diacríticos do seu antecessor, com disciplina, trabalho e coragem sendo depositados nesse outro personagem cujo destino será enfrentar os “desafios do mercado”

¹¹⁵ Disponível em: <https://premiomulheresdoagro.com.br/>. Acesso em: 29/09/2024.

¹¹⁶ Para uma elaboração produzida pela Plataforma *Agromulher* sobre o esforço de tornar o “*agro* cada vez mais inclusivo”, ver: <https://portal.agromulher.com.br/diversidade-e-inclusao-de-mulheres-no-agro/>. Acesso: 30/09/2024.

¹¹⁷ Como também apontam os trabalhos citados acima, *Gaúcho* não se refere aqui apenas a quem nasceu no Rio Grande do Sul, mas ao sentido genérico que o termo adquiriu desde as iniciativas de colonização patrocinadas pela ditadura militar nos anos 1970, passando desde então a incluir todos aqueles cuja origem vem das regiões sul e sudeste.

¹¹⁸ Ver, por exemplo: <https://www.youtube.com/c/DefensoresdoAgro>. Acesso em: 11/06/2024.

(seja de trabalho, produtivo ou financeiro). Afinal um empreendedor não deixa de ser uma espécie de desbravador das “oportunidades” que o mundo dos negócios oferece. Como se vê, portando, da mesma forma que o gaúcho que migrava se via como tendo uma “vocaçãõ natural” para conquistar o cerrado e a floresta amazônica, o mesmo se dá em relação ao “profissional qualificado” do agronegócio, só que agora também em relação a outros ecossistemas.

Por outro lado, na medida em que a medida da qualificação é também uma medida de desqualificação, a busca sem fim pela primeira acaba servindo como meio para justificar a desigualdade social e a própria hierarquia presente na sociedade do agronegócio. Isto porque, ao final, a distribuição desproporcional de “quem será qualificado em que” irá não só determinar o tipo de função exercida pela pessoa, mas também conferir status e poder diferenciado entre quem se qualifica para mandar e gerir e quem se qualifica para obedecer e ser gerido. Dito nos termos de Bourdieu e Passeron (1992), o gradiente de qualificação entre aspirantes a fazerem definitivamente parte da *agrossociedade* é que irá balizar a divisão social da violência e do poder, respectivamente, nela exercida e nela sofrida. Além disso, ao prender cognitivamente o *jovem agroaprendiz* num raciocínio circular, a ideia de uma busca sem fim por qualificação funciona, no sistema capitalista, como uma espécie de chantagem disfarçada, visto que, como notou Grisolia (2020, p.47), necessariamente “o indivíduo deve se qualificar para adquirir as habilidades que o mercado considera necessárias para garantir sua inserção” neste mesmo mercado.

Mas também a alusão a maior “facilidade” e “agilidade” para lidar com novas tecnologias acaba funcionando como reforço positivo na medida em que coloca o jovem num outro patamar, passando este a ser visto como aquele que “sabe mais” e é “mais competente” do que os mais velhos no uso e manejo de determinados equipamentos, tecnologias, mídias e formas de se expressar (Castro, 2001). Porém, no fim este aparente elogio (recompensa) termina novamente reforçando sua subalternidade ao atuar como incentivo à busca por melhor direcionar tais “habilidades” dentro da (agro)normatividade a qual está submetido. Eis que entra em cena uma das principais funções da *agromídia*, que será justamente criar e fortalecer o desejo (manifesto ou inconsciente) por adquiri-las via qualificação. Além disso, como a juventude, estando localizada dentro da estrutura geracional, vive um momento crítico e liminar de consolidação da sua identidade, sobrevém à importância de transformar o sofrimento e a angustia que tal empreendimento implica em “desafio”. De fato, caso o sentimento de ser desafiado se realize psicicamente, sua aceitação pode se converter numa espécie de prisão psíquica. Ao ver-se definido como um sujeito que deve ser formado para tomar seu lugar no futuro como adulto (Grisolia, 2020), caso seja capturado por tal provocação, sua energia tenderá a se adequar ao que lhe é oferecido pelos produtores de *conteúdo agro*¹¹⁹, disso decorrendo uma rotinização de determinadas condutas e investimentos pessoais.

Por outro lado, somada a distância de classe já existente, as diferentes formas de se qualificar fazem às vezes do exame, da prova, do exercício imposto aos alunos de uma determinada escola. Com uma diferença. Se nesta última, como mostraram em detalhe Bourdieu e Passeron (1992), todos que conseguirem chegar ao momento de ser examinados

¹¹⁹ Ver, por exemplo: <http://www.conteudoagro.com.br/>. Acesso em: 15/06/2020.

(pois alguns deles se auto eliminarão antes disso) serão submetidos a tais constrangimentos trazendo consigo “capitais culturais” assimetricamente distribuídos, na sociedade do agronegócio a própria oportunidade de qualificação é desigualmente dividida. Afinal, o que será avaliado e selecionará as pessoas não é o resultado do exame (como ocorre, por exemplo, na prova do Enem), mas sim a condição social que a qualificação possível de ser empreendida insere o sujeito na *agrossociedade*. Em suma, haverá os qualificados pela Nufield e haverá os qualificados pela Nestle.

Contudo, antes disso ocorrer, será preciso capturar não só aquele que é visto como estando quase pronto ou preparado para participar “plenamente” da vida em sociedade, mas também a criança e quem vive a pré-adolescência. É o caso da produção da série de *audiobooks* “O Reino de Agrus”¹²⁰ (Peres, 2021), cujo alcance abrange crianças de três a 10 anos (Figura 4); e da apostila “O Agro para estudantes: 10 temas para tornar o ensino mais atrativo” (Graziano Neto, Neves, 2020), dirigida a um público com idade entre oito e 14 anos (ver Figuras 3) e produzida pelos agrônomos Xico Graziano (ex-secretário do Meio Ambiente do Estado de São Paulo) e Marcos Neves (professor da Fundação Getúlio Vargas que se auto intitula *doutor agro*¹²¹). Patrocinados respectivamente pela ABMRA e ABAG, ambos os materiais fazem parte do “Movimento Todos A Uma Só Voz”, iniciativa, como explica o “O Agro para estudantes”, que tem entre seus principais objetivos “criar uma narrativa compreensível por todos (em especial pelas crianças e jovens) e estimular a empatia e a admiração da população urbana pelo campo e pelos produtores rurais” (Graziano Neto, Neves, 2020, p.3). Já na descrição do audiobook sobre o conto de fadas envolvendo o “Rei Amós e a Rainha Ester”, Xico Graziano confirma ser “o material um poderoso recurso para ensinar sobre a importância que o Agro tem em nossas vidas” (Peres, 2021).

Figuras 5: Capa da apostila “O Agro para estudantes” e material de divulgação do audiobook “O Reino de Agrus”



Fonte: Graziano Neto; Neves (2020).

¹²⁰ Disponível em: <https://abag.com.br/o-reino-de-agrus-se-prepara-para-o-futuro-e-intensifica-a-adocao-de-praticas-sustentaveis-e-de-bem-estar-animal/>. Acesso em: 03/06/2024.

¹²¹ Ver: <https://doutoragro.com/>. Acesso em: 05/06/2024.

Figuras 6: Capa da apostila “O Agro para estudantes” e material de divulgação do audiobook “O Reino de Agrus”



Fonte: Graziano Neto; Neves (2020).

Obviamente, seja criança, adolescente ou pós-adolescente, como já dito, embora limitada, há certo grau de liberdade e agência por parte dos *agroaprendizes*, cujo futuro da grande maioria, se tudo der certo, poderá ser virar funcionário de uma multinacional como a Bayer ou Nestle, talvez *agroinfluencer* ou mesmo *agroempreendedor*, mas muito dificilmente gerente de fazenda e, exceto para um número muito reduzido, jamais herdeiro desta. O que significa que, a despeito do seu destino, ele irá se apropriar a seu modo do conteúdo ideológico ao qual tem sido exposto e dará seu próprio sentido às experiências vividas no *mundo agro*. O que abre espaço para a “contrasubjetivação” de que fala Grisolia (2020), visto que sempre há algo que escapa à dominação, que escorre por entre as frestas deixadas pelo seu exercício, com o caminho trilhado podendo ser bastante criativo e interrogativo. Porém, isso se dará sempre dentro de certos limites já pré-fixados. Ao fazer uma especialização em marketing rural, um curso de “gestão de negócios” ou andar pelo mundo patrocinado pela Nufflild, não se está só “participando” do que está sendo oferecido, mas também interiorizando, simbólica e afetivamente, uma consciência moral (Montag, 2017) que irá orientar, por sua vez, preferências, atitudes e preconceitos diversos.

Em suma, por trás do aparente protagonismo dos *jovens do agro* se encontra a construção de uma pré-disposição para perceber determinadas relações e posições sociais como fazendo parte da ordem normal das coisas, o que, dependendo do caso, pode começar a ser construído já dentro do ambiente familiar, mas se dará de modo mais intenso no decorrer do seu processo de escolarização. Contudo, como mostra Castro (2001), durante o período de socialização primária e secundária, ao mesmo tempo em que vai sendo produzido um gosto pelo *agro*, os próprios jovens são levados a incorporar subjetivamente essa demanda. E será exatamente por serem então permanentemente constrangidos a se verem ocupando uma posição inferior a dos adultos que, por “não existirem sujeitos vazios” (Bourdieu, Passeron, 1992), o período visto como de “formação profissional” será decisivo na fabricação social do *agrocidadão*. Sujeito que, no limite, se aceitar a convocação do Reino de Agrus (ver Figura 4), será “apaixonado” pelo *agro*.

Considerações finais

Se olhada em termos produtivos e econômicos, bem como do ponto de vista dos inúmeros conflitos agrários que este tipo de atividade pressupõe, os impactos da agricultura de larga escala e da agroindústria têm sido bastante estudados. Embora em menor medida, também crescem trabalhos relacionados à atuação do “andar de cima” da sociedade do agronegócio, suas representações de classe e lideranças políticas dentro dos poderes legislativo e executivo¹²². Contudo, quando se olha para o universo cultural que está na base destes mesmos impactos e atuação, o *mundo agro* é ainda pouco explorado por cientistas sociais em geral e antropólogos em particular¹²³. Talvez devido a sua importância em termos macroeconômicos e à dramaticidade com que se revela localmente, tende-se a esquecer que tudo é produção, incluindo a produção - ao mesmo tempo real e simbólica, racional e afetiva - do *agro*. Para além da esfera dos interesses, estratégias, articulações, discursos performativos, acordos, barganhas, acertos e conchavos que cercam o universo da política e dos negócios, se trata de viver e inventar um modo de existir coletivamente. O que só pode ser feito a partir de um engajamento construído com base em processos de subjetivação que, se por vezes escapam ao controle e manipulação dos atores que tendem a hegemonizar a produção de sentidos sobre o signo *agro*, ao final ajudam a produzir e reproduzir a *agrocultura*¹²⁴.

Claro que o encantamento que ronda a idealização da tecnologia e da qualificação, hoje utilizada como porta de entrada para atrair o universo juvenil, não é algo novo, datando dos anos 1980, momento em que se converteu “em uma das fontes de legitimação ideológica e mistificadora das novas e velhas classes e grupos dominantes do campo” (Bruno, 1997, p.5). O mesmo se pode dizer, ainda com a autora, sobre movimentações que buscam reunir, “numa mesma identidade (...) 'nós, do *agrobusiness*”, esforço que hoje se atualiza através do signo *agro* como “reorganizador de novos símbolos e novas práticas” (Bruno, 1997, p. x e xii) associadas, no imaginário, à ideia de moderno, atual, inovador, sofisticado. Porém, diferente daquele período, se lá a diferenciação dentro dos produtores e empresários rurais se expressava “na necessidade constante em demarcar um 'nós' em relação aos 'demais'” (p.XII), agora o que se pretende é transformar os “demais em nós”, em *agropessoas*¹²⁵. Ainda que grande parte delas venha a ser um habitante de segunda, terceira ou quinta categoria na *agrossociedade*, o que importa, como disse uma das “jovens lideranças” do Programa CNA Jovem, é que irão continuar “levantando a bandeira o *Agro*”, movimento que, no limite, pode levar a torná-la a própria bandeira nacional.

¹²² Sobre este tema, além dos trabalhos contidos neste dossiê, ver Bruno (2009), Mendonça (2012), Sevá (2016), Porto (2014), Pompeia (2021; 2023; 2022), Severo (2024), Gerhardt (2021a), Gerhardt (2021b), Gerhardt; Meyer (2024).

¹²³ Além dos trabalhos realizados por Andrade (2008) e Gaspar e Andrade (2014), outra exceção tem sido os estudos produzidos pelo grupo de antropólogos que integraram o citado projeto de pesquisa comandado por Herédia e Palmeira (2010) sobre a sociedade do agronegócio no final dos anos 2000 e que, ao longo da década seguinte, produziram diversos trabalhos de cunho etnográfico. Ver: Almeida (2021, 2013); Desconsi (2021, 2018); Lacerda (2021); Cordeiro (2018, 2015); Bezerra (2012); Rumstain (2012).

¹²⁴ Ver, por exemplo: <https://cultura.uol.com.br/programas/agrocultura/>; <https://www.youtube.com/playlist?list=PL0Qz-covvhxQ-Sd1alXJbEDYRHh56Pyuw>. Acesso: 30/06/2023.

¹²⁵ Ver, por exemplo: <https://br.freepik.com/fotos/agro-pessoas>. Acesso: 13/06/2024.

Referências

- ALMEIDA, L. S. Gaúchos, festas e negócios: o agronegócio da soja no Meio-Norte matogrossense. 2013. *Tese* (Doutorado em Antropologia Social) Universidade Federal do Rio de Janeiro, Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social, Rio de Janeiro, 2013. Disponível em: <http://nuap.etc.br/teses/gauchos-festas-e-negocios-o-agronegocio-da-soja-no-meio-norte-matogrossense/>. Acesso nov. 2024.
- _____. Significados locais da colonização interna no norte mato-grossense. *Revista Brasileira de Estudos Urbanos e Regionais*, Belo Horizonte, v.23, p.1-22, 2021. Disponível em: <https://rbeur.anpur.org.br/rbeur/article/view/6375>. Acesso nov. 2024.
- ANDERSON, B. *Comunidades imaginadas: reflexões sobre a origem e a difusão do nacionalismo*. São Paulo: Companhia das Letras, 2008.
- ARENDT, H. *Entre o passado e o futuro*. São Paulo: Perspectiva, 2005.
- AUSTIN, J. L. *Dizer é fazer: palavras em ação*. Porto Alegre: Artes Médicas, 1990.
- BARTH, F. *O guru, o iniciador e outras variações antropológicas*. Rio de Janeiro: Contra Capa Livraria, 2000.
- BENTO, C. *O Pacto da Branquitude*. São Paulo: Companhia das Letras, 2022.
- _____. Branqueamento e branquitude no Brasil. In: CARONE, I.; BENTO, C. (Orgs). *Psicologia social do racismo: estudos sobre branquitude e branqueamento no Brasil*. Petrópolis: Vozes, p.25-58, 2002.
- BEZERRA, M. Pertencimento local, políticas de município e gestão de populações em duas áreas de agronegócio. *Revista de Antropologia*, São Paulo, v.55, n.2, p.609-655, 2012.
- BOURDIEU, P.; PASSERON, J. *A reprodução: elementos para uma teoria do sistema de ensino*. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1992.
- BRUNO, R. Movimento Sou Agro: marketing, habitus e estratégias de poder do agronegócio. 36º *Encontro Anual da Anpocs*. Caxambú: 2013. Disponível em: <http://observatory-elites.org/wp-content/uploads/2012/06/Regina-Bruno.pdf>. Acesso nov. 2024.
- _____. *Um Brasil Ambivalente*. Rio de Janeiro: Mauad X, 2009.
- _____. *Senhores da Terra, Senhores da Guerra*. Rio de Janeiro: Forense, 1997.
- CASTRO, L. *Crianças e jovens na construção da cultura*. Rio de Janeiro: Nau Editora, 2001.
- CORDEIRO, M. Pioneiros, fundadores e aventureiros: A ocupação de terras em Rondônia. *Revista de Antropologia*, São Paulo, v. 61, n. 1, p.125-146, 2018.
- _____. A casa a rodar: projetos e pioneirismo na Amazônia Ocidental. *Tese* (Doutorado em Antropologia Social) Universidade Federal do Rio de Janeiro, Pós-Graduação em Antropologia Social, Rio de Janeiro, 2015. Disponível em: <http://objdig.ufrj.br/72/teses/827837.pdf>. Acesso nov. 2024.
- COSTA, J. O “Agir temerário, fraudulento e tirânico”: a antropologia e os antropólogos segundo a CPI da Funai e do Incra (2015-2017). 2019. *Dissertação* (Mestrado em Antropologia Social). UnB, Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social. Brasília, 2019. Disponível em: http://icts.unb.br/jspui/bitstream/10482/37838/1/2019_JuliaMarquesDallaCosta.pdf. Acesso nov. 2024.

- CRUZ, F. B. Os novos sertanejos que fazem sucesso na trilha da ‘agro-exaltação’. *Revista Veja*, 2022. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/coluna/o-som-e-a-furia/os-novos-sertanejos-que-fazem-sucesso-na-trilha-da-agro-exaltacao>. Acesso jun. 2024.
- DAMAZIO, N. Realidade do campo está de volta ao horário nobre em nova novela da Globo. *Globo Rural*. Disponível em: <https://globorural.globo.com/cultura/noticia/2023/04/realidade-do-campo-esta-de-volta-ao-horario-nobre-em-nova-novela-da-globo.ghtml>. Acesso mai. 2024.
- DESCONSI, C. *O controle da lavoura: a construção de relações sociais e a produção de soja entre assentados do norte de Mato Grosso*. Campina Grande: EDUEPB, 2021.
- _____. “Aqui a gente planta em família”: notas sobre a relação entre família e a lavoura de soja em assentamentos rurais do meio norte de Mato Grosso. *Aceno – Revista de Antropologia do Centro-Oeste*, Cuiabá, v.5, n.9, p.111-124, 2018. Disponível em: <https://periodicoscientificos.ufmt.br/ojs/index.php/aceno/article/view/5975>. Acesso nov. 2024.
- DORNELLES, J. Antropologia e internet: quando o “campo” é a cidade e o computador é a “rede”. *Horizontes Antropológicos*, Porto Alegre, v. 10, n. 21, p. 241-271, 2004. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ha/a/Xk47dxQf3PMrN8HZXqktZjw/>. Acesso nov. 2024.
- DURKHEIM, É. *Educação e sociologia*. Petrópolis: Vozes, 2011.
- ESPM/ABAG. *Percepção da População dos Grandes Centros sobre o Agronegócio*. Rio de Janeiro, IPESO, 2013. Disponível em: https://abag.com.br/wp-content/uploads/2020/09/Analise_ABAG_Nacional-min.pdf. Acesso nov. 2024.
- GERHARDT, C. Da sociedade do agronegócio à cosmologia agro: subjetivação e conquista de novos territórios. *Revista Contemporânea*, São Carlos, v.11, n.3, 2021a. Disponível em: <https://www.contemporanea.ufscar.br/index.php/contemporanea/article/view/890>. Acesso nov. 2024.
- _____. Agronegócio “desde o gene até o meme”: a invasão do vírus/totem agro. *Revista Mana*, Rio de Janeiro, v.27, n.3, p.2-36, 2021b. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/mana/a/CB4DdpWntGr9ypDFygTNrct/>. Acesso nov. 2024.
- GOMES, T. D. *Racismo fundiário: a elevadíssima concentração de terras no Brasil tem cor*. Salvador: CPT - Regional Bahia, 2019. Disponível em: <https://cptnacional.org.br/publicacoes/noticias/artigos/4669-racismo-fundiario-a-elevadissima-concentracao-de-terras-no-brasil-tem-cor>. Acesso jun. 2024.
- GRACIOSO, F. Agrossociedades: o Brasil que deu certo. *Revista da ESPM*, São Paulo, v.93, n.3, p.138, p.6, 2014a. Disponível em: https://arquivo.espm.edu.br/ic.espm.br/arquivos/revista_espm_maio-jun_2014/files/assets/common/downloads/publication.pdf. Acesso nov. 2024.
- GRAZIANO NETO, X.; NEVES, M. *O Agro para estudantes: 10 temas para tornar o ensino mais atrativo*. São Paulo: ABMRA, 2020. Disponível em: <https://doutoragro.com/wp-content/uploads/2021/05/Agro-para-Estudantes-Xico-Graziano-e-Marcos-Fava-Neves-compactado.pdf>. Acesso nov. 2024.
- GRISOLIA, F. S. Jovens de camadas populares em instituições de ensino superior de prestígio: dinâmicas e contradições na construção de uma trajetória universitária. 2020. *Tese* (Doutorado em Psicologia), Universidade Federal do Rio de Janeiro, Pós-Graduação em Psicologia, Rio de Janeiro, 2020. Disponível em: <objdig.ufrj.br/30/teses/883622.pdf>. Acesso nov. 2024.
- HEREDIA, B.; PALMEIRA, M.; LEITE, S. Sociedade e Economia do “Agronegócio” no Brasil. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, São Paulo, v.25, n.74, p.159-176, 2010. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rbcsoc/a/r5ZkZNPbHDqKckcBxrDSxrS/>. Acesso nov. 2024.

- HINE, Christine. *Ethnography for The Internet: embedded, embodied and everyday*. London: Bloomsbury Academic, 2015.
- LACERDA, R. A cidade como forma de diferenciação: famílias pioneiras e fundadores na Amazônia”. *Revista Wamon*, Manaus, v.6, n.1, p.69-89, 2021. Disponível em: <https://periodicos.ufam.edu.br/index.php/wamon/article/view/9085/7272>. Acesso nov. 2024.
- LEAL, N. “Do agronegócio!”: o trabalho de tratadores de gado, peões de manejo e peões de rodeio em feiras de pecuária. *Composição: Revista de Ciências Sociais*, Campo Grande, v. 7, n. 12, p.150-164, 2013. Disponível em: https://teses.usp.br/teses/disponiveis/8/8134/tde-07042009-162728/publico/NATACHA_SIMEI_LEAL.pdf. Acesso nov. 2024.
- LÉVY, P. *A Inteligência Coletiva: por uma antropologia do ciberespaço*. Lisboa: Instituto Piaget, 1997.
- MEGIDO, J. L. T. Agrossociedade: a nova fronteira do agronegócio. *Revista da ESPM*, São Paulo, n.3, p.138, 2014a. Disponível em: https://arquivo.espm.edu.br/ic.espm.br/arquivos/revista_espm_maio-jun_2014/files/assets/common/downloads/publication.pdf. Acesso nov. 2024.
- _____. Do agronegócio para a agrossociedade. *Revista da ESPM*, São Paulo, n.2, p.82-91, 2014b. Disponível em: https://arquivo.espm.edu.br/ic.espm.br/arquivos/revista_espm_abril_2014/files/assets/basic-html/page-82.html. Acesso nov. 2024.
- MENDONÇA, S. *Patronato Rural no Brasil Recente (1964-1993)*. Rio de Janeiro: Editora da UFRJ, 2010.
- MEYER, G.; GERHARDT, C. Dos intrépidos gaúchos aos homens de camisa azul: Moralidade, Sociabilidade e Hierarquia na Sociedade do Agronegócio. *Revista Dados*, Rio de Janeiro, v.67, n.4, p.1-42, 2024. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/dados/a/qPp6GRRqHgf55XqvXVrwLkp/>. Acesso nov. 2024.
- MONTAG, W. Individuals: interpellable and uniterpellable: reflections on james r. martel’s the missinterpellated subject. *Post-modern culture*, v.27, n.3, 2017.
- NASCIMENTO, R. Laboratórios atuam contra os inimigos do agro. *Poder 360*, 2023. Disponível em: <https://www.poder360.com.br/opiniao/laboratorios-atuam-contrainimigos-do-agro/>. Acesso mai. 2024.
- PARADOXO. Invasores são inimigos do agro brasileiro. *Paradoxo*, 2023. Disponível em: <https://paradoxobr.com/cpi-do-mst-ricardo-salles-afirma-que-invasores-sao-inimigos-do-agro-brasileiro/>. Acesso mai. 2024.
- PENNA, C. O agro é branco? Seletividade racial e política fundiária no Brasil. *Estudos Sociedade e Agricultura*, Rio de Janeiro, v.30, n.2, p.1-15, 2022. Disponível em: https://revistaesa.com/ojs/index.php/esa/article/view/esa30-2_07/e2230214pdf. Acesso nov. 2024.
- PERALVA, A. O jovem como modelo cultural. *Revista Brasileira de Educação*, Rio de Janeiro, v. 5, p.15-24, 1997. Disponível em: <http://educa.fcc.org.br/pdf/rbedu/n05-06/n05-06a03.pdf>. Acesso nov. 2024.
- PEREIRA, R. P. A demonização do agro. *Diário de Cuiabá*, 2024. Disponível em: <https://www.diariodecuiaba.com.br/artigo/a-demonizacao-do-agro/671879>. Acesso mai. 2024.
- PEREIRA, L. C.; SILVA, A. L.; GOMES, C.; SENRA, E. *Diagnóstico da Cadeia Produtiva da Soja em Roraima* (relatório). Brasília: Instituto Socioambiental, 2018.

- POMPEIA, C. As cinco faces do agronegócio: mudanças climáticas e territórios indígenas. *Revista de Antropologia*, v.66, p.1-27, 2023. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/mana/a/SLYsJxd4FqySMYmgZGdPpZj/>. Acesso nov. 2024.
- _____. Uma etnografia do Instituto Pensar Agropecuária. *Mana*, Rio de Janeiro, v.28, n.2., p.1-33, 2022. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/mana/a/SLYsJxd4FqySMYmgZGdPpZj/>. Acesso nov. 2024.
- _____. *Formação Política do Agronegócio*. São Paulo: Editora Elefante, 2021.
- PORTO, J. R. O discurso do agronegócio: modernidade, poder e “verdade”. *Revista Nera*, São Paulo, v.17, n.25, p.25-46, 2014. Disponível em: <https://revista.fct.unesp.br/index.php/nera/article/view/2769/2731>. Acesso nov. 2024.
- RUMSTAIN, A. *Peões no Trecho: trajetórias e estratégias de mobilidade no Mato Grosso*. Rio de Janeiro: E-papers, 2012.
- SCHUCMAN, L. *Entre o encardido, o branco e o branquíssimo: branquitude, hierarquia e poder na cidade de São Paulo*. São Paulo: Annablume, 2014.
- SEVÁ, Janaína. A Mão que Afaga é a Mesma que Apedreja: a reforma do Código Florestal Brasileiro de 1965. 2016. *Tese* (Doutorado em Ciências Sociais), Instituto de Ciências Humanas e Sociais, UFRRJ, 2016. Disponível em: <https://tede.ufrj.br/jspui/bitstream/jspui/1293/5/2016%20-%20Jana%20adna%20Tude%20Sev%20c3%a1.pdf>. Acesso nov. 2024.
- SEVERO, M. Estado e agronegócio no Brasil: a oficialização de uma imagística. *Revista Mana*, Rio de Janeiro, v.30, n.1, 2024. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/mana/a/HS5z9Fp4MYNLpflBqVsRJhR/>. Acesso nov. 2024.

Recebido em: 05-01-2024
Modificado em: 19-03-2024
Aceito em: 20-06-2024

Cleyton Gerhardt

Pesquisador e professor do Instituto de Relações Internacionais e Defesa (IRID) da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Doutor em Ciências Sociais pelo Programa de Pós-Graduação de Ciências Sociais em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade (CPDA/UFRRJ). Atua nas áreas de Antropologia do Desenvolvimento, Antropologia do Meio Ambiente e Sociologia Rural, tendo como principais temas de pesquisa conflitos ambientais e agrários. Email: cleytonge@gmail.com