



Notícias de um certo desenvolvimento: análise da cobertura do agronegócio na revista *Exame*¹

Prof. Dr. Eduardo Refkalefsky (orientador)²
Felipe Rodrigues Siston³

Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro (ECO/UFRJ)

Resumo

Neste trabalho analisamos a revista *Anuário Agronegócio* (2007/2008) publicada pelo grupo *Exame* da editora Abril. Iniciamos com um breve panorama sobre os paradigmas de desenvolvimento e sustentabilidade que emergiram no contexto do mundo globalizado. Em seguida, apresentamos um cenário para o campo brasileiro, com diferentes modelos de produção agrícola. Por fim, exercitamos a análise da revista, delineando características do jornalismo de promoção do agronegócio, que, ao dispor de indicadores e bancos de dados consolidados, formam opinião sobre o que é entrave ou solução para o desenvolvimento econômico nacional; enquanto, por outro lado, apresenta limites ao dialogar com as dimensões sociais, culturais, políticas e territoriais do conceito de sustentabilidade.

Palavras-chave:

Agronegócio; Desenvolvimento; Socioeconomia; Sustentabilidade.

1. Introdução

A história da terra no Brasil foi por quase 400 anos a História do país. O projeto do Estado nacional brasileiro foi alimentado durante esse tempo, em grande parte, pelos bens produzidos na terra “onde em se plantando, tudo dá”. Esse laço só foi rompido no século XX com uma industrialização acelerada e tardia. Primeiro, o movimento industrial nacionalista em 1930 na “Era Vargas”; depois o desenvolvimentismo de Juscelino Kubitschek; logo em seguida, o milagre econômico e a lógica dos militares de 1964 até 1984 que propagava “deixar o bolo crescer primeiro” antes de dividir. Por fim o período da abertura internacional definitiva e as privatizações com Collor e Fernando Henrique. “Indústrias leves, como a de tecidos e de alimentos, multiplicam-se na Rússia, na Índia, na China, no México e no Brasil. Mas esse processo só toma um

¹ Trabalho apresentado na área de Jornalismo e editoração, categoria Iniciação Científica (INICIACOM), do XIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação da Região Sudeste. Agradecemos ao professor Beto Novaes (Instituto de Economia/UFRJ) pelas suas aulas sobre o padrão de desenvolvimento agrícola brasileiro. E também ao IBASE, pela oportunidade de estágio e experiência no trato com bancos de dados e empreendimentos da Economia Solidária.

² Professor Adjunto da ECO/UFRJ, doutor em Comunicação com a linha de pesquisa “Novas Estratégias de Comunicação”. E-mail: ref@ufrj.br

³ Aluno do curso de Graduação em Comunicação Social da UFRJ, 8º período, habilitação em Jornalismo. E-mail: felipesiston@gmail.com



impulso maior a partir de 1930, por efeito da crise mundial que perdura até o começo da Segunda Guerra Mundial. (SINGER, 2006, pág 118)

Na prática e no discurso, por todos esses modelos de desenvolvimento propostos ao logo do século XX para o país, o do Brasil grande potência industrial e exportadora esteve presente. Durante este mesmo tempo, alcançou o posto de décima maior economia do mundo.

Com um PIB PPP de US\$1,5851 trilhão em 2005, o Brasil representa 2,88% do PIB PPP mundial, metade da economia da América Latina e dois terços do total de gastos governamentais da região. Este valor situa o País como décima maior economia do mundo, após EUA (US\$ 12,3761 trilhões), China (5,3332), Japão (3,8703), Alemanha (2,5148), Índia (2,3410), Reino Unido (1,9017), França (1,8622), Rússia (1,6975) e Itália (1,6263). O PIB PPP per capita brasileiro em 2005 chegou a US\$ 8.606.⁴

E nesse empreendimento expansionista a agricultura, mesmo tendo a participação reduzida em comparação com o passado, interferiu e também foi afetada por esse processo. Hoje, o campo é industrial. O agronegócio brasileiro é chamado de “a nossa revolução verde”, isto é, foi o resultado de investimento de capital e poder, tendo o Estado como grande parceiro para que as indústrias química, mecânica e de biologia se inserissem nas atividades, antes artesanais, do campo. Para o nosso capitalismo foi um sucesso.

Questiona-se: qual o intuito dessas correlações [do campo com o atraso e da cidade com a liberdade]? Extinguir com as bases feudais que impediam o avanço das relações capitalistas de produção. Portanto, relacionar o campo e seu modo de vida rural ao atraso foi uma forma de construir uma ideologia que solidificasse o novo modo de vida: o das cidades (urbano). (...) Destarte, com o objetivo de “civilizar o campo”, justificou-se o desmatamento, a expropriação, a expulsão e apropriação de recursos naturais. No momento em que as cidades despontaram enquanto centro comercial, o mito do “progresso” e do “novo” impulsionou as migrações. Assim, o objetivo de liberar o campo para exploração e tornar abundante a mão-de-obra nas cidades fora atingido. (BAGLI, 2006, pág. 43)

Assim, parece possível dizer que o domínio do capital sobre o campo não é elemento determinante para consolidarmos a idéia de progresso. É preciso, então,

⁴ Programa Internacional de Comparação 2005. Disponível em <
<http://web.worldbank.org/wbsite/external/homeportuguese/extrpaíses/extlacinpor/brazilinprextn> > Acesso em: 20 dez. 2007



investigar outros aspectos também relevantes, visto que o modelo de desenvolvimento baseado exclusivamente no crescimento econômico coexistiu historicamente com uma das maiores desigualdades de renda já vistas no mundo. Se os ganhos calculados pelo Produto Interno Brasileiro foram milagrosos nas últimas três décadas, as perdas sociais e ambientais foram ainda mais visíveis. Podem ser observadas nas cidades inchadas por intensos fluxos migratórios, nas reivindicações de décadas dos movimentos sociais que lutam a favor dos direitos humanos mais básicos e contra a concentração de terras. Esse quadro é ainda mais evidente no interior do país, onde as lutas cotidianas para a sobrevivência ainda não superaram os limites da miséria, onde faltam alimentos, educação e saneamento básico.

Até pouco tempo não havia cálculo sobre essas perdas, pois na lógica do paradigma tecnológico, que vigorou hegemonicamente da revolução industrial até, possivelmente, a segunda guerra mundial, as perdas não eram uma variáveis consideradas e, muito menos, quantificadas. Como vemos em Simms, isso já não é mais verdade:

Comparando a década de 1980 com a de 1990, podemos observar que na primeira, cada dólar usado na redução do número de pessoas vivendo com menos de U\$ 1 por dia custou U\$ 45 em crescimento econômico global. Já na segunda, cada dólar utilizado para reduzir a pobreza custou U\$ 166. É perverso que, em nosso sistema, as pessoas ricas tenham que ficar muito mais ricas para que as pessoas pobres fiquem um pouco menos pobres. Dessa forma, o consumo das pessoas ricas resulta em crises ambientais que atingem, primeiramente, e da pior forma, as pessoas mais pobres. (SIMMS, 2006, pág. 44)

O autor oferece dados que podem sinalizar para a necessidade de mudanças paradigmáticas como, no caso, do consumo inconseqüente. No mundo, o discurso, que enxergava nos resíduos do desenvolvimento industrial o símbolo de avanço sócio-cultural, mudou. Dito de outra forma, a fumaça que sai da chaminé de uma grande indústria simboliza, hoje, a presença de uma civilização atrasada, de uma sociedade que não se sustenta no longo prazo. A consideração científica do provável limite temporal dos recursos naturais do planeta deu dimensão global aos discursos ambientalistas, a ponto de se planejar a mudança da matriz energética com base em recursos fósseis.

Nesse contexto, ganham relevância política propostas e lutas referentes ao controle de emissões de carbono em nosso maior bem comum, a atmosfera, com destaque para a matriz energética. Assim, a mudança climática torna-se



arena central nas disputas sobre desenvolvimento e é capturada de formas variadas pelos diferentes sujeitos nos embates políticos, econômicos e culturais deste início do século XXI. (GRZYBOWSKI, 2006, pág. 14-15)

2. A Conjuntura Nacional e o Meio Rural

No Brasil, os discursos e as políticas de desenvolvimento do poder oficial também sofreram alterações. Considera-se que pela primeira vez a oposição é eleita como governo, representando um avanço na democracia nacional. Mas de outro lado, diz-se também, que o modelo econômico não se diferencia em grande parte dos governos anteriores. Mesmo assim é possível destacar no discurso e em algumas práticas políticas, a busca por um modelo de desenvolvimento alternativo ao até então em vigor. Basicamente, um que não reproduza a concentração de renda e poder, que não seja, exclusivamente, baseado na exportação e na grande indústria.

[O segundo mandato do Governo Lula] dará continuidade às medidas para a constituição de uma economia solidária, estimulando o cooperativismo, as iniciativas autônomas de desenvolvimento local, a autogestão, o micro crédito e ampliando a participação dos trabalhadores na economia. (GARCIA, 2006, pág. 11)

A conjuntura internacional de aparente mudança na matriz energética mundial, por um lado, parece desvelar a ponta do iceberg de um novo paradigma de desenvolvimento – fundado em princípios de preservação e sustentabilidade –, por outro lado, revela inúmeras oportunidades de crescimento para a grande indústria do campo brasileiro: o agronegócio. Colocamos dessa forma, em separado, porque entendemos que representam modelos paradoxais na atual conjuntura. Alguns dos motivos são apresentados no seguinte relatório de pesquisa sobre o Programa Nacional de Fortalecimento de Agricultura Familiar (Pronaf) realizada pelo Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas:

Ao longo dos últimos anos, é inegável que o aumento da competitividade do agronegócio, por meio da especialização produtiva, da adoção de tecnologias de ponta e da produção em larga escala, tem sido fundamental para obter saldos no comércio exterior e para ajudar a equilibrar as contas externas do país. No entanto, nas regiões ocupadas predominantemente pelo agronegócio, observa-se também uma fragilidade das redes formadas por micro e pequenas empresas, detentoras de inegáveis potencialidades para revitalizar as dinâmicas econômicas locais. (IBASE, 2006, pág. 7)

Ao compararmos o padrão do agronegócio brasileiro e o proposto por uma economia de empreendimentos radicalmente democráticos, como sugere a constituição



de uma economia solidária, vemos que o primeiro possui resultados limitados diante das demandas de sustentabilidade e preservação:

Paralelamente ao modelo anteriormente citado, observa-se o surgimento de uma nova proposta de desenvolvimento rural com enfoque nas diferentes dimensões da sustentabilidade (econômica, social, política, cultural, ambiental e territorial). De acordo com os princípios e as práticas dessa proposta, o meio rural tem um papel central na construção de um novo projeto de sociedade. Ele é visto como um espaço para: diversificar e multiplicar os sistemas de produção (não os uniformizando) e desenvolver atividades rurais não agrícolas; viabilizar novas estratégias de conservação ambiental compatíveis com a produção sustentável; promover e estimular dinâmicas de inclusão social e promoção da igualdade; gerar alternativas tecnológicas que favoreçam a disseminação da autonomia relativa de produtores(as) familiares. (IBASE, 2006, págs. 7 e 8)

Portanto, entendemos que o agronegócio tem se caracterizado por reduzir a pequenos grupos sociais e econômicos o acesso aos espaços de decisão sobre o modo de produzir, agenciar e distribuir os recursos naturais estratégicos para a vida humana, uniformizando a atividade do campo ao padrão tecnológico da grande empresa. Ao concentrar terras, tecnologias e meios de produção; ao utilizar mão de obra em situações de desvantagem sócio-econômica – sejam eles migrantes nordestinos, como no setor de açúcar e etanol de São Paulo, ou agricultores familiares do Rio Grande do Sul, inseridos em sistemas de comercialização que oferecem poucos compradores as suas produções, como acontece nos setores do fumo, aves e vinho. Enfim, ao praticar todas essas relações sociais e econômicas tal modelo tende a explorar recursos vitais segundo padrões estritamente econômicos, quando estão inseridos em uma arena política, deliberando sobre os recursos energéticos que interessam a vários grupos sociais muitas vezes desestimulados a participarem do debate ou negociações.

Parece-nos, portanto, que o setor carece de uma comunicação comprometida em estimular o debate, sem criminalizar os discursos, seja ele proveniente dos atores que reivindicam direitos sobre a terra ou dos que nela produzem para garantir a balança comercial favorável do país. No campo da comunicação, talvez esteja reservado um desafio ético e histórico no plano do desenvolvimento sustentável não apenas ambientalmente, como também, territorial, cultural e socioeconômico. Desponta como necessidade a tarefa de fazer com que os conflitos do campo deixem de seguir na direção contrária ao aprofundamento democrático levados por movimentos como a Economia Solidária e as reivindicações de reforma agrária. “Para que o modelo seja sustentável será necessário prosseguir combinando a Reforma Agrária, o apoio à



agricultura familiar, o incentivo ao agro-negócio e o equacionamento de seus problemas estruturais de comercialização.” (GARCIA, 2006, pág. 11)

Terminado este regate histórico e conjuntural e identificados os diferentes modelos de desenvolvimento econômico e social, vamos, agora, desenvolver um exercício de análise com base na revista *Exame Agronegócio*, buscando conhecer através deste periódico os costumes e hábitos da prática jornalista econômica que se dedica às grandes empresas agrícolas. Está em vista o objetivo de avançar na compreensão sobre o papel que a comunicação possui no lugar em que ocupa – seu *ethos* - para orientar “a vida no sentido de uma práxis (conjunto prático-teórico das regras de conduta) compatível com o Bem comunitário” (SODRÉ, 2002, pág. 84).

3. A Economia Visível na Revista Agronegócio Exame

Quando um arqueiro atira sem alvo nem mira, está com toda a sua habilidade. Quando atira para ganhar uma fivela de metal, já fica nervoso. Se atirar por um prêmio em ouro, fica cego ou vê dois alvos – está louco! Sua habilidade não mudou. Mas o prêmio cria nele divisões. Preocupa-se. Pensa mais em ganhar do que em atirar – e a necessidade de vencer esgota-lhe a força.

Chuang-Tsu⁵

A revista anuário agronegócio teve a primeira publicação no início de 2006 com “a missão de lançar luzes sobre as oportunidades e os desafios do agronegócio brasileiro”. O posicionamento dela desde então já era explícito como mostra o editorial da edição de 2007/2008:

No início do ano passado, em meio a uma das piores crises do agronegócio brasileiro, EXAME decidiu lançar o primeiro número de um anuário dedicado ao setor. Parecia um péssimo momento para uma iniciativa como aquela. Nós, no entanto, enxergamos uma oportunidade. Era a chance de mostrarmos ao mercado e aos leitores o tamanho de nossa crença no potencial do agronegócio brasileiro. (VASSALLO, 2007, pág. 6)

Com esse editorial, o leitor da revista é apresentado a um tipo específico de jornalismo. Nele, faz-se um recorte, que talvez possa ser entendido como ideológico. Sobre isso fala Lage:

⁵ Epígrafe extraída de SODRÉ, Muniz. A héxis educativa, p 83 In: Antropológica do Espelho, 2002.



A instituição da pauta como procedimento padronizado é relativamente recente. Institucionalizou-se, a princípio, nos magazines: a razão é que revistas, ao contrário de jornais, não tem o compromisso de cobrir todos os assuntos de sua área de abrangência: devem selecioná-los, sob pena de ter fantástico excesso de produção – e perda de investimento. [...] A revista, bem mais do que o jornal, obedece a um discurso institucional que lhe é próprio: magazines sobre automóveis vendem a cultura do automóvel (não necessariamente produtos de uma fábrica ou marca); [...] certos padrões de gosto e estilo; [...] alguma estética e certa ética, ainda que liberal. A identificação pelo leitor dessa ideologia ou forma de ver o mundo é o segredo de marcas como Time, Playboy ou The National Geographic Magazine. (LAGE, 2006, págs. 29 e 30)

Como vimos no trecho anterior referente ao editorial da revista, essa visão ou “discurso institucional” que Lage aborda é assumido, no caso, como espécie de “crença”, ou seja, um aceite prévio do modo de produção e organização da vida que a empresa agrícola. As reportagens são, portanto, como meios usados para se obter fins distintos ao próprio ato de informar, em outras palavras, podemos relacionar a identidade deste jornalista com a do arqueiro que atira tendo alvo e mira bem delimitados. Ainda comparando com a reflexão milenar de Chuang-Tsu, colocada logo no início desta análise, o prêmio visado por esse jornalismo, que também não altera sua habilidade, é a promoção do agronegócio. Não deixa de ser jornalista, pois trabalha com informação, fontes e técnicas próprias da sua habilidade, mas nas escolhas sobre o que emitir e omitir ao receptor da mensagem é que realiza o jornalismo de promoção.

No setor de carne, o Brasil surge como sede da maior multinacional do planeta. (...) Ninguém produz soja com tanta eficiência quanto os agricultores brasileiros. Após anos de perda de prestígio, o café brasileiro começa a recuperar sua fama no mundo. (...) Os relatos da trajetória e dos resultados dessas companhias expõem um Brasil pujante e, muitas vezes, escondido. Um país que vale a pena conhecer. (...) O que parece *inquestionável* é que o Brasil está marcado para ser uma das grandes potências mundiais do agronegócio. Será preciso *muita gente fazendo muita bobagem* para escapar disso. (VASSALLO, 2007, pág. 6, grifos nossos)

Com esse último trecho, a revista deixa claro que busca fazer um jornalismo que não questiona o campo cujo nome intitula o próprio veículo. Também não busca lançar luz sobre as relações entre o “Brasil pujante” e um “outro” que talvez não funcione. Sugere com esse discurso a existência de vários “Brasis” isolados e sobrepostos, um amontoado de nações do qual é possível extrair apenas um “que vale a pena conhecer” para que possa vingar melhor sem se perder no meio dos “outros”.



Assume esse posicionamento com o cuidado de legitimá-lo como um bem diante da crise a qual pretende combater. Considera-se crise a mudança da conjuntura econômica, antes favorável ao setor estratégico para o país na obtenção de saldos positivos no comércio exterior e no equilíbrio das contas nacionais, como já vimos anteriormente:

O agronegócio brasileiro - mesmo enfrentando os problemas de *infra-estrutura*, as *pressões ambientais* (algumas legítimas, outras nem tanto) e o *enfraquecimento do dólar* - vive um período esplendoroso e dá uma enorme contribuição ao bom momento da economia do país. (VASSALLO, 2007, pág. 7, grifos nossos)

A superação desta crise foi possível graças à mudança de conjuntura global, mas também e, principalmente – segundo a revista – em função do que representa o agronegócio, como podemos ver:

Pode-se colecionar uma série de motivos para a virada - a ajuda do clima, um mundo em crescimento, a entrada no mercado global de milhões de pessoas que precisam ser alimentadas. Todos eles são reais. Mas seria um equívoco ignorar a enorme modernização pela qual o setor vem passando. (VASSALLO, 2007, pág. 6)

Essa “modernização” possui, então, um valor de superação da “crise”. Está situada na dimensão do “inquestionável”, como outros elementos práticos que compõem a empresa agrícola, tais como: alta tecnologia; indústria química e mecânica; pesquisas genética, química e biológica; meios de produção baseado em grandes propriedades de terra; relações de trabalho diversificadas com uma classe de trabalhadores rurais segmentada; produção em larga escala; mercado externo e lucro como atividade fim.

Assim, a revista parece assumir como natural os elementos citados acima. Sobre eles não são feitos questionamentos ou investigações de base. Ela atua como um instrumento de visibilidade para o modelo de produção abordado em suas páginas. Mas o fato de dar a conhecer - “lançar luz” – não coloca conseqüentemente, como poderíamos supor a princípio, em debate, pois já é aceito de antemão como um conjunto de práticas naturais para se atingir um desenvolvimento nacional: “inquestionável é que o Brasil está marcado para ser uma das grandes potências mundiais do agronegócio”.

Na matéria intitulada “Em busca do equilíbrio verde”, em que dá voz a entidades da sociedade civil organizada, é possível dizer que mais uma vez a necessidade de síntese e recorte do jornalismo propicia uma simulação da abertura à crítica, ou seja, do princípio do contraditório. Ao mesmo tempo em que dá visibilidade reduz, através do



enfoque escolhido, o discurso da sustentabilidade à questão ambiental e aos direitos trabalhistas. Como vimos anteriormente, as dimensões da sustentabilidade com as quais o agronegócio interage são diversas - econômica, social, política, cultural, ambiental e territorial - mas só a ambiental e a trabalhista, um aspecto social, não se chocam com a cultura do agronegócio.

Mas uma vez, podemos identificar a proteção. Agora, no principal produto oferecido pelo Anuário: a relação de dados objetivos e quantificados que resultam de pesquisas estatísticas econômicas sobre as empresas agrícolas. Esses dados passam por uma classificação baseada, principalmente no lucro, e só então ocorre o tratamento jornalístico. São pautas as empresas mais lucrativas e competitivas averiguadas pela classificação do banco de dados.

A escolha das melhores companhias dos 17 principais setores do agronegócio foi realizada seguindo o conceito de excelência empresarial, que é obtida pela soma de pontos ponderados conseguidos pelas empresas em cada um destes sete indicadores: crescimento das vendas (peso 10), liderança de mercado (peso 15), liquidez corrente (peso 15), liquidez geral (peso 10), rentabilidade (peso 25), reposição da capacidade produtiva (peso 15) e riqueza por empregado (peso 10). [...] O maior peso atribuído ao item rentabilidade deve-se à premissa clássica de que a função primária de uma empresa é a busca do lucro para a criação de valor. (ANUÁRIO EXAME AGRONEGÓCIO, 2007, pág. 138)

Esse sistema de classificação é complementado com pontuações caso a empresa tenha se destacado em outros anuários da *Exame*, como o de “Boa Cidadania Corporativa” e “As 150 Melhores Empresas para Você Trabalhar”, além da transparência na divulgação de informações. Por um lado, essa utilização de técnicas estatísticas junto a cobertura jornalística pode ser interpretada no sentido que propõe Sodré quando fala da coexistência e interação entre modelos de produção:

A variação de modelos dá-se, entretanto, no quadro da evidência histórica da apropriação e valorização do processo informativo em todos os seus níveis pelo capital. De um lado estão as forças sociais, os tradicionais direitos sociais e políticos, que podem eventualmente sentir-se ameaçados pela estrutura de poder emergente. De outro, os interesses das empresas transnacionais ou dos oligopólios que investem na montagem de redes para armazenar, processar e difundir informação para todo o mundo, em função de seus interesses comerciais/industriais. (SODRÉ, 2002, págs. 79 e 80)

Por outro lado, também podemos interpretar a combinação do uso de bancos de dados com a linguagem jornalística como um avanço no sentido de que ela estimula a transparência de empresas deste setor estratégico para os campos econômico, político,



ambiental e social. No entanto, o maior peso conferido aos indicadores de rentabilidade e lucro, além da forma como estes são desvinculados dos indicadores de direitos sociais e políticos sugerem que funcione mais apropriadamente aos “interesses comerciais/industriais” que ao aprofundamento da transparência social e da democracia.

4. Conclusão

Portanto, é possível dizer que *Anuário Exame Agronegócio* reproduz, com poucas ressalvas e aberturas, o paradigma da nação conquistadora dos mercados globais e celeiro industrial do mundo. Responde a questão sobre qual Brasil o mercado global precisa, mas com raras exceções se questiona sobre a capacidade deste mesmo mercado se sustentar no longo prazo neste planeta, como demonstramos na primeira parte deste trabalho.

Em função das práticas institucionalizadas pelo jornalismo, principalmente, nas revistas especializadas, os dados e informações que *Anuário Agronegócio* reúne no ranking das quinhentas maiores empresas, reafirmam a opinião do editorial analisado. Indicadores de rentabilidade, lucro líquido, patrimônio e riqueza gerada servem como ótimos registros de controle para o desenvolvimento do próprio sistema de produção, agregando valor às empresas mais bem posicionadas e estimulando a competitividade. No entanto, pouco contribui como ferramenta para modelos que valorizam igualmente e de forma integrada os princípios empreendedor e cooperativo.

Com este exercício de análise, concluímos que o trabalho da comunicação no sentido de fortalecer relações mais democráticas, solidárias e transparentes entre atores sociais diversos pode ser fortemente limitado pelo jornalismo promocional, quando este utiliza contextos de crise para resgatar paradigmas conservadores sem levá-los ao debate público. E também, que as características de alguns veículos de informação e a forma como são consumidos podem limitar as possibilidades de diálogo com modelos alternativos e movimentos sociais contemporâneos. Nas práticas desse jornalismo podemos dizer, enfim, que a promoção de modelos de produção agrícola supera a capacidade de incentivar o debate público, transparente e aprofundado.

Referências bibliográficas:

AMARAL, Márcio Tavares. **Comunicação e diferença**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2004



ANUÁRIO EXAME AGRONEGÓCIO. Rio de Janeiro: Abril, nº 3, Revista de negócios, 2007/2008.

BAGLI, Priscila. **Campo e Cidade: A construção dos Mitos In: Dos Mitos Pretéritos às recentes transformações.** Presidente Prudente: UNESP, p. 42-55, 2006, on line. Disponível em < <http://www4.fct.unesp.br/nera/teses/PRISCILLA.pdf>> Acesso em: 25 Agosto 2007.

ECO, Umberto. **Como se faz uma Tese.** São Paulo: Perspectiva, 10ª ed, coleção, 2006
GARCIA, Marco Aurélio (cod.). **Lula Presidente – Programa de governo.** Disponível em: < http://www.wilsoncenter.org/news/docs/Plano_Governo_Lula.pdf> Acesso em : 25 Agosto 2007.

GILLONE, Daniela. **Em busca do equilíbrio verde.** Nº 3 Anuário Exame Agronegócio (Revista de negócios), p. 36-38, 2007.

GRZYBOWSKI, Cândido. **Contradições e limites dos agrocombustíveis no Brasil.** nº36, Democracia Viva (Revista de Sociologia e Economia), Rio de Janeiro, 2007

LAGE, Nilson. **A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística.** Rio de Janeiro: Record, 6ª ed, 2006.

SODRÉ, Muniz. **Antropológica do Espelho: Uma Teoria da comunicação linear e em rede.** Petrópolis, RJ: Editora Vozes, 3ª ed., p. 9-87, 2002.

PROGRAMA Internacional de Comparação 2005, **The world Bank.** Disponível em:< <http://web.worldbank.org/wbsite/external/homeportuguese/extrpaises/extlacinpor/brazilinprextn> > Acesso em: 20 Dez. 2007.

PINTO, João Roberto Lopes. **Economia Solidária. De volta `a arte da associação.** 1ª Edição. 2006.

IBASE. **Pronaf e sua evolução como política pública no Paraná.** In: **Relatório PRONAF: Resultados da Etapa Paraná.** Rio de Janeiro: IBASE, p. 7-17, 2006.

PRIORE, Mary Del & VENANCIO, Renato. **Uma História da Vida Rural no Brasil,** Rio de Janeiro, Editora Ediouro, 2006

SINGER, Paul. **O que é Economia.** São Paulo: Contexto, 24ª ed, 2006.

_____. **Introdução à Economia Solidária.**São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 1ª ed., 2002.

SIMMS, Andrew. **O Planeta é o preço de uma vida melhor?** nº36, Democracia Viva (Revista de Sociologia e Economia), Rio de Janeiro, 2007



VASSALLO, Cláudia. **O mundo olha para nós** (carta aos leitores). nº 3 Anuário Exame Agronegócio (Revista de negócios), 2007.