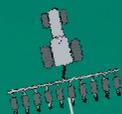
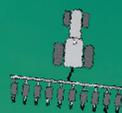
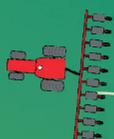


INSTITUIÇÕES, REGRAS E HÁBITOS

proposições teóricas
e aplicadas para estudos
rurais



JOÃO GARIBALDI ALMEIDA VIANA
PAULO DABDAB WAQUIL
(Organizadores)



A publicação constitui uma oportunidade de dar a conhecer os estudos e as pesquisas que estão sendo desenvolvidos no campo da economia institucional, sob perspectivas heterodoxa e evolucionária, em nosso país. Espera-se que a divulgação dessa obra ajude a compreender o campo de estudo da economia institucional, e estimule a realização de novos esforços de pesquisas acadêmicas e consequente publicação sobre a realidade contemporânea.

Prof. Silvio A. F. Cario
Programa de Pós-Graduação em
Economia - UFSC

João Garibaldi Almeida Viana
Paulo Dabdab Waquil
(Organizadores)

INSTITUIÇÕES, REGRAS E
HÁBITOS: proposições teóricas e
aplicadas para estudos rurais

Editora CRV - versão final do autor - João Garibaldi Almeida Viana/
Proibida a impressão e a comercialização

Editora CRV
Curitiba – Brasil
2020

Copyright © da Editora CRV Ltda.

Editor-chefe: Railson Moura

Diagramação e Capa: Designers da Editora CRV

Arte da Capa: shutterstock_Nattapol_Sritongcom/Openclipart public domain/
Pexels, Pixabay

Revisão: Analista de Escrita e Artes

DADOS INTERNACIONAIS DE CATALOGAÇÃO NA PUBLICAÇÃO (CIP)
CATALOGAÇÃO NA FONTE

Bibliotecária responsável: Luzenira Alves dos Santos CRB9/1506

IN59

Instituições, Regras e Hábitos: proposições teóricas e aplicadas para estudos rurais / João Garibaldi Almeida Viana, Paulo Dabdab Waquil (organizadores) – Curitiba : CRV, 2020. 242 p.

Bibliografia

ISBN Digital 978-65-5868-295-0

ISBN Físico 978-65-5868-278-3

DOI 10.24824/978655868278.3

1. Economia 2. Desenvolvimento rural 3. Economia institucional 4. Economia rural I. Viana, João Garibaldi Almeida. org. II. Waquil, Paulo Dabdab. org. III. Título IV. Série

CDU 338.43

CDD 333.7

Índice para catálogo sistemático

1. Economia 330

ESTA OBRA TAMBÉM ENCONTRA-SE DISPONÍVEL

EM FORMATO DIGITAL.

CONHEÇA E BAIXE NOSSO APLICATIVO!



2020

Foi feito o depósito legal conf. Lei 10.994 de 14/12/2004

Proibida a reprodução parcial ou total desta obra sem autorização da Editora CRV

Todos os direitos desta edição reservados pela: Editora CRV

Tel.: (41) 3039-6418 - E-mail: sac@editoracrv.com.br

Conheça os nossos lançamentos: www.editoracrv.com.br

Editora CRV - versão final do autor - João Garibaldi Almeida Viana/
Proibida a impressão e a comercialização

Conselho Editorial: Comitê Científico:

- Aldira Guimarães Duarte Domínguez (UNB)
Andréia da Silva Quintanilha Sousa (UNIR/UFRN)
Anselmo Alencar Colares (UFOPA)
Antônio Pereira Gaio Júnior (UFRRJ)
Carlos Alberto Vilar Estêvão (UMINHO – PT)
Carlos Federico Dominguez Avila (Unieuro)
Carmen Tereza Velanga (UNIR)
Celso Conti (UFSCar)
Cesar Gerónimo Tello (Univer .Nacional
Três de Febrero – Argentina)
Eduardo Fernandes Barbosa (UFMG)
Elíone Maria Nogueira Diogenes (UFAL)
Elizeu Clementino de Souza (UNEB)
Élsio José Corá (UFSF)
Fernando Antônio Gonçalves Alcoforado (IPB)
Francisco Carlos Duarte (PUC-PR)
Gloria Fariñas León (Universidade
de La Havana – Cuba)
Guillermo Arias Beatón (Universidade
de La Havana – Cuba)
Helmuth Krüger (UCP)
Jailson Alves dos Santos (UFRJ)
João Adalberto Campato Junior (UNESP)
Josania Portela (UFPI)
Leonel Severo Rocha (UNISINOS)
Lidia de Oliveira Xavier (UNIEURO)
Lourdes Helena da Silva (UFV)
Marcelo Paixão (UFRJ e UTexas – US)
Maria Cristina dos Santos Bezerra (UFSCar)
Maria de Lourdes Pinto de Almeida (UNOESC)
Maria Lília Imbiriba Sousa Colares (UFOPA)
Paulo Romualdo Hernandes (UNIFAL-MG)
Renato Francisco dos Santos Paula (UFG)
Rodrigo Pratte-Santos (UFES)
Sérgio Nunes de Jesus (IFRO)
Simone Rodrigues Pinto (UNB)
Solange Helena Ximenes-Rocha (UFOPA)
Sydione Santos (UEPG)
Tadeu Oliver Gonçalves (UFPA)
Tania Suely Azevedo Brasileiro (UFOPA)
- Ana Maria Ferreira Menezes (UNEB)
Ana Monteiro Costa (UPE)
Anderson Catapan (UTFPR)
André Nunes (UnB)
Antonio Isidro da Silva Filho (UNB)
Armando João Dalla Costa (UFPR)
Breno de Paula Andrade Cruz (UFRJ)
Carlos Alberto Ramos (UNB)
Clailton Ataídes de Freitas (UFSM)
Claudio Gontijo (UFSJ)
Daniel Arruda Coronel (UFSM)
Eduardo Armando (FIA)
Jose Carlos de Souza Santos (USP)
Luis Cláudio de Jesus Silva (UFRR)
Maria de Lourdes Rollemberg Mollo (UnB)
Marlete Beatriz Maçaneiro (UNICENTRO)
Mauricio Sardá de Faria (UFRPE)
Renata gomes de Jesus (IFES)
Vanessa de Oliveira Menezes (UNICENTRO)
Walter Bataglia (MACKENZIE)

Este livro passou por avaliação e aprovação às cegas de dois ou mais pareceristas *ad hoc*.

MUITO ALÉM DO MARKETING: estratégias de institucionalização do agronegócio brasileiro pelo uso de celebridades da TV em exposição agropecuária

*Livio Sergio Dias Claudino
Paulo Dabdab Waquil
Jean François Tourrand
Philippe Lescoat*

Introdução

As exposições agropecuárias passaram por muitas transformações desde a primeira metade do século XX até os nossos dias. Oriundas dos modelos das Exposições Universais do século XIX, as específicas da agropecuária foram ganhando cada vez mais espaço, se multiplicando nos interiores do país, e ganhando novas configurações, incluindo, além dos produtos apresentados, uma multiplicidade de atrações. Pululam configurações de bom e belo, de avançado, eficiente e tecnológico, tornando tais eventos um excelente espaço para compreendermos como certas instituições, ou modos de pensar e agir, são legitimados e fortalecidos. Nos interessa, particularmente, neste capítulo, compreender como as relações entre imagens e discursos sobre as pessoas e as coisas são mobilizadas durante as exposições para legitimar certos modelos de agropecuária, com ênfase na pecuária bovina.

Para isso, a partir de um estudo feito durante uma exposição agropecuária realizada no Rio Grande do Sul (Brasil), apresentaremos alguns elementos reflexivos que podem nos ajudar a entender a relação entre a formação das instituições, com base na abordagem institucionalista de Veblen, já apresentada no capítulo inicial deste livro, e as imagens e discursos que são produzidos no entorno de pessoas e coisas envolvidas com a agropecuária, trazidas à tona durante a exposição. Privilegiamos a apresentação de dados coletados in loco, sempre buscando também a exterioridade dos eventos em busca de compreender os efeitos possíveis e as estratégias que estão em jogo e que produzem múltiplos e intensos fluxos de discursos e de imagens que vão muito além das cercas dos parques.

O texto está dividido em 4 partes, além da introdução. Na primeira parte, apresentamos os elementos da abordagem de Veblen que nos ajudam a compreender como o senso de finalidade e eficiência é gradualmente constituído

e produz métricas que parametrizam comportamentos considerados como adequados. A metodologia ocupa a segunda arte do texto. A terceira parte é dedicada aos resultados e discussões, iniciando com a apresentação da Exposição Internacional de animais, máquinas, implementos e produtos agropecuários (Expointer) e demonstrando o modo como as imagens e os discursos circulantes produzem e legitimam as instituições no contexto do evento. Por fim, na quarta parte, são elaboradas as considerações de encerramento do trabalho, indicando avanços possíveis nos estudos similares.

A Abordagem vebleniana das instituições e o senso de finalidade e eficiência

Nosso autor de referência, Thorstein Veblen, sempre esteve ocupado em demonstrar como as pessoas tendem a se comportar diante das outras, buscando a aprovação coletiva e evitando julgamentos negativos. Isso estaria no cerne para se entender a própria evolução social. Como parte das dinâmicas de julgamento exterior, o comportamento teleológico é apresentado como parte do processo evolucionário que favoreceu a seleção dos seres humanos, já que esse senso de finalidade os levou a agirem com propósitos. Para Veblen (2007 [1898]):

O homem é possuidor de um senso discriminatório de finalidade, razão pela qual produzem nele desgosto as situações de futilidade. É possível que a forma como este impulso por ação provida de propósito se expresse em cada indivíduo seja bastante diferente. Entretanto, a existência deste impulso em cada representante da espécie humana não é algo idiossincrático, mas sim um aspecto genérico da natureza humana (VEBLEN, 2007, p. 190).

Porém, essa discriminação de finalidade/propósitos ocorre necessariamente no confronto com os outros da mesma espécie, e é assim que a forma de ver a si mesmo se dá em comparação com os demais. A eficiência comparada e legitimada socialmente assume papel preponderante. Veblen explica:

Sob as regras de conduta impostas pelo instinto para o artesanato (*instinct of workmanship*), eficiência e serventia recebem aprovação da comunidade, enquanto ineficiência ou futilidade são rejeitadas. Ao contemplar sua própria conduta e a de seus semelhantes, o homem faz juízo e sanciona ou reprova suas atitudes e as dos outros. O grau de eficiência com que ele leva sua vida comparado ao padrão de eficiência socialmente aceito pela comunidade, de certa forma determina sua satisfação consigo mesmo e com sua situação. Uma discrepância acentuada e persistente neste sentido é responsável por extremo desconforto espiritual. O julgamento pode ser

feito, desta forma, sobre a intenção do agente ou sobre a serventia de sua ação. No que se refere à serventia ou eficiência, o indivíduo não somente considera cuidadosamente os efeitos de sua própria conduta; ele está também sujeito à aprovação ou rejeição por parte dos demais membros do grupo. Não apenas a percepção imediata da realização de um objetivo é gratificante e estimulante, mas o reconhecimento de eficiência das suas ações por um semelhante é não menos gratificante ou estimulante. Sensibilidade à aprovação ou rejeição é questão de necessidade seletiva sob as circunstâncias da vida em comunidade (VEBLEN, 2007, p. 197 – o grifo é nosso³¹).

Nesta abordagem, sob a influência de uma predisposição ao trabalho bem feito e rejeição à futilidade as pessoas conduzem suas vidas sempre em busca de aprovação pelos demais. Os modos de vida considerados improdutivos recebem desaprovação social e possíveis sanções, provocando desconforto naquele rejeitado, levando-o à reflexão das próprias ações e dos resultados consequentes, sendo que a gratificação de um trabalho só se completa quando passa pela aprovação coletiva. Mesmo sendo um esquema bem interessante, apesar de reducionista da ação-satisfação, é problemático seguir essas explicações que colocam em evidência as disposições instintivas como estando na raiz das ações. Segundo Veblen, dessas propensões inatas “brotam não só o propósito e eficiência da vida, mas também seus prazeres substanciais e sofrimentos” (VEBLEN, 1989³² *apud* SILVA, 2010, p. 291). Em outro texto foi elaborada uma discussão mais aprofundada sobre os instintos em Veblen, tentando demonstrar que a categoria, quando utilizada por esse autor, já estava completamente povoada por discursos políticos, não sendo possível considerar como algo do indivíduo (CLAUDINO, 2016). Dessa forma, não nos interessa aqui tratar dos instintos, mas da parte externa da motivação, ou seja, os efeitos de subjetividades e objetividades que se produzem em si e nos outros e como se define o que é eficiente ou não. Na sequência da argumentação, Veblen desenvolve:

Sob a influência deste gosto pelo trabalho bem feito, os homens são comparados uns com os outros e suas ações com o ideal estabelecido de eficiência, e são avaliados pelo senso comum de seus semelhantes de acordo com o esquema convencional de mérito e demérito. A atribuição de eficiência a uma ação necessariamente depende da existência de evidência desta eficiência. O sucesso visível de um homem é, assim, comparado

31 Por padrão, todos os destaques e grifos constantes em citações diretas reproduzem o original. Assim, apenas quando forem inseridos serão informados com a expressão: grifo inserido ou não consta no original.

32 VEBLEN, T. *The instinct of workmanship and the state of industrial arts* [1914]. New Brunswick: Transaction Publishers.1989.

com o de outro homem, e o reconhecimento e a estima são oferecidos a um indivíduo, e não a outro, com base na comparação discriminatória destes indivíduos transformada em hábito mais do que na consideração imparcial e direta da proficiência de cada linha de ação no que se refere à realização do objetivo. [...] O que passa a ser comparado de forma discriminatória entre os agentes é a força que o agente é capaz de despende, e não a serventia da aplicação desta força. Em pouco tempo, à medida que a estima dada à serventia em si de uma ação se confunde com a estima do indivíduo, de suas habilidades comparadas às de outros, o objeto da ação deixa de ser a eficácia pura com que o objetivo é atingido, mas sim a manifestação de força ou capacidade. [...] Uma vez que a imputação de eficiência e mérito discriminatório é dada com base na evidência de sucesso visível, a aparência negativa deve ser evitada sob pena de ser o indivíduo objeto de reprovação (VEBLEN, 2007, p. 198).

Conforme citação, inicialmente a luta é travada pela definição das evidências ou métricas indicativas da eficiência, constantemente postas em comparação. Gradativamente se forma e consolida o hábito de comparar as pessoas pelos resultados visíveis imediatos em conjunto, muito mais do que aos processos ou “linhas de ação” separadamente. Instituíam-se a comparação com base nas habilidades gerais dos indivíduos de alcançar aquilo que é determinado como mais importante socialmente; a ideia de sucesso passa a existir na medida em que o seu oposto se produz, permitindo a discriminação comparativa. Veblen destacou que o aprofundamento desses hábitos comparativos pelo estabelecimento e normalização de parâmetros regulares de comparação levou à personalização da eficiência nos indivíduos, independente da serventia daquela ação ou empenho de força.

O estudioso esteve atento aos deslocamentos que ocorrem indo desde a parametrização da eficiência, tendo em vista fins e propósitos de abastecimento coletivo, para a sua personalização, até as situações, em determinadas sociedades, em que passava a predominar a demonstração emulativa de força como meta individual. Isso proporcionava importante dinâmica na luta social, por meio de uma movimentação incessante dos objetos e símbolos, das métricas avaliativas, das condições e disponibilidades do ambiente, daquilo que se considerava útil e decente, das reflexões dos indivíduos, etc., influenciando diretamente as relações econômicas. Visto desse ângulo, o engajamento em lutas individuais pela estima pessoal decorre não necessariamente de alguma opressão violenta, antes, reside no desejo de buscar a aprovação pelo grupo por meio do cultivo e da prática daquilo que é valorizado socialmente. Nessa dinâmica estão os princípios da centelha dos dispositivos que promovem o comportamento emulativo que capturam os homens para a luta comparativa que poderiam não travar, mas que terminam por imiscuir-se.

Para o nosso trabalho, esse referencial ajuda a compreender como ocorrem as mobilizações imagéticas e discursivas, no contexto das exposições agropecuárias, a fim de indicar o que é mais eficiente. Os discursos sobre maquinários, as biografias de celebridades ou mesmo uma correlação com papéis artísticos, juntamente com os conhecimentos científicos, são elementos que contribuem para a legitimação e parametrização dos principais caminhos que as pessoas de sucesso ou os segmentos produtivos podem tomar para alcançarem a eficiência e prestígio no ramo da agropecuária.

Metodologia

O trabalho de campo foi realizado em agosto de 2013, durante a Expointer, em Esteio (região metropolitana de Porto Alegre, Rio Grande do Sul, Brasil). Nesse evento, além de visitar os espaços de exposição, fazendo registros fotográficos e recolhendo folhetos, acompanhei um seminário O valor do Agronegócio no Brasil, oferecido na Casa RBS, e promovido pelo Grupo Zero Hora e Federação das Associações Comerciais e de Serviços do Rio Grande do Sul (Federasul), que tratou dos entraves e possíveis encaminhamentos do agronegócio brasileiro³³. Ali, foi possível verificar com mais clareza a utilização dos conhecimentos científicos e das celebridades para a configuração dos discursos sobre o agronegócio e a pecuária, não apenas em termos de marketing, mas para a defesa de projetos específicos.

Duas evidências dessa articulação, que marcaram o trabalho de campo, foram a recepção do famoso ator e produtor rural Tarcísio Meira³⁴ que, ao chegar às instalações da Casa RBS, silenciosamente provocou um pequeno alvoroço, sem que isso causasse a interrupção da palestra. A outra evidência foram os outdoors digitais instalados no parque, nas proximidades do local de palestras, que exibiam o famoso futebolista Pelé e o ator Murilo Benício, e frases de efeito sobre a agropecuária brasileira. Depois, perseguimos o fluxo das veiculações midiáticas dessas celebridades e encontramos várias palestras, entrevistas, capas de revistas, etc., que apresentam esses personagens como ligados ao cenário de sucesso dos empreendimentos agropecuários, constituindo-as como porta-vozes de opiniões importantes como as decisões relacionadas ao Código Florestal (logo, desmatamento), à reforma agrária, entre outras, sempre mesclando carisma, trajetórias de vida e posicionamentos políticos dessas celebridades. De posse dessas informações, foi possível construir as análises e discussões apresentadas abaixo.

33 Programação do dia 24 de agosto de 2013 disponível em: <http://www.expointer2013.rs.gov.br/lista/468/2013-08-24>. Acesso em: 02 fev. 2016.

34 Conferir a chamada no link <http://economia.uol.com.br/agronegocio/album/2013/08/29/veja-as-novidades-da-expointer2013.htm#fotoNav=3>. Acesso em: 02 fev. 2016.

Expointer 2013 (Esteio - Rio Grande do Sul): seguindo o fluxo das imagens e discursos das celebridades

Considerada uma das maiores feiras agropecuárias da América Latina, a 36^o Expointer, foi realizada na cidade de Esteio, região metropolitana de Porto Alegre, Rio Grande do Sul, Brasil, entre os dias 24 de agosto e 01 de setembro de 2013. Teve por tema central: “É hora de festejar o nosso crescimento”. Nessa edição, mais de 384 mil pessoas visitaram a feira, movimentando um montante total maior que três bilhões de reais durante os nove dias de Exposição, conforme registrado no site oficial do evento³⁵.

O parque de Exposições é organizado de forma que no centro ficam as arenas onde as mercadorias de elite permanecem expostas à visitação (animais, implementos agrícolas e muitas outras), facilitando o acesso. Além disso, há salões para os leilões, arenas de rodeios, palcos e outros espaços destinados às atrações culturais e educativas.

Para uns, é o lugar de entretenimento e negócios, para outros, constitui-se o momento de clímax após uma longa preparação para as apresentações musicais, desfiles de animais, leilões, torneios leiteiros ou de montarias. Como a grande maioria das exposições agropecuárias, é uma feira, mas também uma festa. Embora os espaços da cena espetacular nesses eventos são circunscritos, o evento não é destinado ao cotidiano, pois a prioridade é para aquilo que é grandioso e emocionante, aquilo que se distingue dos demais, a elite da elite, especialmente no que concerne aos animais e aos implementos agrícolas³⁶. Mas não tão grandioso que não possa ser comprado e nem tão espetacular que não possa ser utilizado. Como bem destacado por Leal (2014), a pecuária de elite brasileira se constrói recuperando a tradição e, ao mesmo tempo, produzindo outros discursos sobre as práticas modernas de seleção e manejo, o que pode ser bem visualizado nas exposições maiores. Trata-se de uma ideia recorrente no Brasil considerar a modernidade como característica da elite, e incluir a tradição na modernidade é elemento de valorização.

Na Expointer, a ala dos animais de exposição (touro, vacas, novilhos, etc. de elite) foi composta de baias padronizadas, separadas, dispostas especialmente por espécie animal ou finalidades (bovinos de leite e de corte, ovinos, etc.), sendo que o galpão principal reúne bovinos de corte/leite e ovinos. A ideia fundamental da distribuição espacial e também da disposição dos *stands* e baias, foi permitir, de forma operacional, que os visitantes possam olhar, sentir o cheiro, tocar e às vezes observar em funcionamento as máquinas e os animais

35 Foi uma semana de muitas chuvas, e isso deve ter desanimado muitos visitantes (Conferir em: <http://www.expointer2013.rs.gov.br/inicial>. Acesso em: 17 fev. 2016.

36 Uma excelente etnografia da pecuária de corte de elite brasileira pode ser encontrada nos textos de Natacha Leal, especialmente em sua tese de doutorado (LEAL, 2014). Além disso, também a dissertação de mestrado da autora foi uma etnografia dos peões de rodeios que atuam nas exposições agropecuárias (LEAL, 2008).

expostos, enquanto executam algum movimento, como as ordenhadeiras mecânicas e muitos outros equipamentos, além de degustar muitos alimentos de vegetais e animais ali expostos, permitindo diferentes níveis de interação.

Em outra localização, no parque, ficam as empresas de comunicação, que utilizam o espaço não apenas como base de transmissão de informações, mas também para promover eventos menores e facilitar a articulação de grupos sociais. Em geral, as empresas ficam instaladas nas laterais do parque, permitindo ao mesmo tempo a privacidade necessária para o trabalho, pela distância e silêncio, mas próximas o bastante para tornar fácil o acesso a todos os espaços do parque. Os profissionais das diversas etapas de produção das informações se dividem em grupos, cobrindo os acontecimentos ao mesmo tempo, havendo, no entanto, uma espécie de centro de processamento que reúne e retransmite as informações para os públicos. Na Expointer, entre as empresas de comunicação presentes, destaca-se a rede de comunicações RBS – afiliada da Rede Globo no Sul do Brasil –, que utiliza o espaço também para organizar palestras, premiações, encontros com celebridades, que por vezes são exibidas na televisão por meio do “Canal Rural” e nos diversos outros meios de comunicação, impressa e pela internet, de forma muito rápida.

No dia da abertura da 36ª Expointer (24/08), uma das atividades promovidas nesse espaço, em parceria com a Federasul – organismo de representação empresarial que se tornou na década de 1940 um órgão consultivo e técnico do governo do estado do Rio Grande do Sul³⁷ –, foi o seminário *O valor do agronegócio no Brasil*³⁸. Nesse seminário, diversos palestrantes puderam expor o que eles consideram como avanços do agronegócio brasileiro e os principais gargalos a serem superados, destacando pesquisas sobre a opinião pública acerca do agronegócio e a importância da mídia para a informação dos consumidores. Todos ressaltaram o papel dos meios de comunicação na construção da percepção mais geral, tanto por parte dos consumidores urbanos como dos políticos (chamados no seminário de “o pessoal de Brasília”), sobre o que acontece no meio rural e na agricultura de uma maneira mais geral.

Um dos destaques foi o jornalista, publicitário e professor José Luiz Tejon, que apresentou o estudo *A imagem do agronegócio na percepção da população brasileira*, onde frisou que atualmente as empresas de comunicação são obrigadas a mostrar dados do meio rural, pois está havendo um processo de mudanças na percepção sobre o mesmo e concernentes às prioridades sociais. O meio rural, segundo o pesquisador, é hoje sinônimo de tecnologias e não de atraso, e alertou: o setor do agronegócio e também das comunicações deve ficar atento às manipulações que possam surgir no que diz respeito a essa imagem de campo *versus* tecnologias. Essa palestra proferida na Expointer é parte

37 Fonte: <http://www.federasul.com.br/institucional/institucional.asp>. Acesso em: 28 jan. 2014.

38 Programação disponível em: <http://www.expointer.rs.gov.br/lista/468/2013-08-24>. Acesso em: 18 fev. 2016.

de um estudo que foi apresentado por Tejon em outras ocasiões, tendo sido possível “seguir o fluxo” pela internet em busca de discursos que não foram expressos por ocasião da exposição, mas que fazem parte do mesmo conjunto de enunciados. Gravada meses antes, e exibida no programa *Agrishow*, em palestra com o mesmo tema, Tejon destacou que a imagem do agronegócio frente ao cidadão urbano está boa, em geral, e que as estratégias de divulgação devem partir do pressuposto de que o agronegócio é bem visto pela população urbana. Em relação às estratégias de publicidade, Tejon ponderou: “o que eu acho é que o setor precisa falar suas coisas positivas. Por exemplo, meio ambiente está na cabeça das pessoas, isso é importante, água está sendo importante; o cidadão urbano não gosta dessa conversa de pegar índio; agora o que precisa é que o setor fale as suas virtudes”³⁹.

Enquanto ocorria esse seminário, certo burburinho fez chamar a atenção para algo que se passava do lado de fora da casa. Era o ator da Rede Globo de comunicações e produtor rural Tarcísio Meira. Após a recepção, esse foi encaminhado para uma sala no interior da casa. O objetivo era gravar entrevistas, tornando-se ele uma atração à parte da *Expointer*⁴⁰. Perseguindo um fluxo de discursos dessa celebridade sobre as questões da agropecuária, foi interessante constatar como ele esteve há muito sendo interpelado a opinar sobre temas polêmicos, inclusive sobre o Código Florestal e sobre pecuária na Amazônia. Particularmente durante o ano de 2013, o ator foi apresentado sucessivamente como alguém com legitimidade para falar dessas questões. Sua própria trajetória de vida passou a ser alvo para uma intensa produção midiática mostrando que o ator era também “fazendeiro”⁴¹. Um exemplo, e que iremos explorar, a fim de compreender como funciona essa produção de imagens e discursos, que têm por efeitos certa legitimidade, é a entrevista gravada para o programa *Globo Rural*, disponível no canal do Youtube (Imagem 01).

39 Essa palestra gravada no programa *Agrishow* é bem parecida com aquela ministrada durante a *Expointer*, porém mais longa e aprofundada, intitulada: “A imagem do Agronegócio na Percepção da População Brasileira” realizado no Auditório do Canal Rural na *Agrishow* 2013. (Youtube: *Agrishow* 2013 29/04/13 - Confira a palestra com José Luiz Tejon. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=w7dB0HpFaZw>>. acesso em: 18 fev. 2016).

40 Ele aparece na manchete eletrônica do jornal de Economia do UOL – Agronegócio: “Expointer leva pônei rosa, Tarcísio Meira e touros premiados a Esteio”, com a seguinte descrição: “O ator global Tarcísio Meira visitou a *Expointer* na tarde do sábado (24), com uma cuia de chimarrão nas mãos. Meira é garoto-propaganda da *New Holland*, empresa fabricante de máquinas agrícolas, que tem estande na feira que acontece no Rio Grande do Sul” (Disponível em: <http://economia.uol.com.br/agronegocio/album/2013/08/29/veja-as-novidades-da-expointer2013.htm>. Acesso em: 19 fev 2016).

41 Vale lembrar que a trajetória de destaque na televisão desse ator tem momento marcante no final dos anos 1960 com a novela “Sangue e areia”, onde protagoniza o papel de um toureiro. Trata-se de adaptação do romance homônimo de Vicente Blasco Ibáñez e protagonizada por Tarcísio Meira e Glória Menezes. Autoria: Janete Clair Direção: Daniel Filho e Régis Cardoso. Períododeexibição:18/12/1967–25/06/1968. Horário: 20h. Nº de capítulos: 135. (Informações resumidas sobre a trama, curiosidades da gravação, etc. estão disponíveis em: <http://memoriaglobo.globo.com/programas/entretenimento/novelas/sangue-e-areia.htm>. Acesso em: 18 fev. 2016).

Imagem 01 – Entrevistando Tarcísio Meira no programa Globo Rural – imagens de abertura, 2013



Fonte: Globo Rural, canal do Youtube (2013).

Nessa entrevista, ele conta que no final dos anos 1960, durante uma gravação de um filme na cidade de Itu (São Paulo), um amigo ofereceu um sítio para ele ficar⁴². Ele gostou do lugar, e pediu para outra pessoa procurar um sítio para comprar. Terminou por alugar uma área rural e, junto com um amigo, fizeram “confinamento” de bovinos que não deu muito certo. Mas essa experiência fez com que ele tomasse uma decisão: *“Chegou uma hora e eu quis ser fazendeiro. Então eu procurei um conhecido meu lá de São Paulo, que eu fui numa feira e encontrei em Belém e ele falou: eu tenho uma fazenda pra você como você quer! Ai ele tinha um avião, nós fomos lá. Eu gostei,*

42 “Entrevista: Tarcísio Meira. Rural Rural, o canal de vídeos da revista Globo Rural. Publicado em 19 de maio de 2013. O ator fala com Globo Rural sobre seu trabalho no campo e nos palcos. Categoria: Notícias e política” (Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=_o1jRjt8awo. Acesso em: 19 fev. 2016).

e fiquei, e virei fazendeiro... é". O entrevistador (Bruno Blecher) pergunta: "No Pará?" – ele acena com a cabeça que sim – e o é, pausando, parece responder a interpelação. O entrevistador ainda indaga: "De gado? Gado nelore?" Tarcísio responde: "É! Eu faço meio sangue. E tenho uma fazenda aqui em São Paulo, que é onde eu recrio esses animais, os bezerras que vêm do Norte [...]. Essa é a minha trajetória. [...] Eu tô há 40 anos mexendo nisso". Em seguida ele vai explicando a importância de ter uma vida e uma relação com o meio rural como forma de escapar ao desgaste da vida de ator e da vida urbana. Depois ele conta sobre o seu próximo personagem que será na telenovela Saramandaia, onde ele ficará literalmente enraizado, de tanto esperar e de permanecer no mesmo lugar.

O entrevistador pergunta: "Você acompanha, por exemplo, essas discussões, sobre o Código Florestal? Essas questões todas?" O ator responde: - "Meio de longe!" (e recosta-se à cadeira, fazendo gestos de visível desconforto). O entrevistador prossegue, refazendo a pergunta e contextualizando (buscando palavras, tentando afirmar, ao mesmo tempo em que questiona): "Porque hoje o homem do campo... o chamado ruralista, tem uma imagem... até os próprios... até as próprias atrizes falam... nãh... são pessoas que devastam a natureza e tal... E você que é produtor, você sabe que não é bem assim. Como é que você vê isso aí!". Tarcísio responde:

Eu vejo como um processo. As coisas estão caminhando. Estão andando [...]. Quando eu comprei minha fazenda no Pará eu queria ser fazendeiro, mas eu não tinha como, eu não tinha dinheiro para ser fazendeiro. Então tinha lá no Pará. Então eu vendi um pequeno lote que eu tinha, uma parte do meu sítio, e comprei uma fazenda grande lá, muito barato! E... naquele tempo, a única coisa que se falava de ecologia era [...]. E para você ter ideia, naquele tempo, o que eles preconizavam era transformar a Amazônia em um lago. Não tem cabimento um negócio desses [...]. E, hoje em dia, fazer um laguinho na Amazônia, como aliás, fazer um laguinho em qualquer lugar, é um problema muito sério, né? É uma transgressão da natureza. [...] Mas eu, eu preservei a minha mata, no que eu pude preservar, dentro da legislação direitinho. Era 50%.

Após isso, o entrevistador questiona se o mesmo vai fazer integração lavoura-pecuária-floresta. Tarcísio responde: "no Pará, não sei se estou falando uma tolice [...], mas eu tenho a impressão que o Pará é muito bom para a pecuária, é ótimo para a pecuária! Mas, agricultura, agricultura talvez não seja para o Pará, porque os pingos d'água lá são deste tamanho (sinalizando que são grandes). Então, erodir é muito fácil". Depois ele explica que é preciso ter muita técnica para alcançar bons resultados com a agricultura no Pará, pois pode-se facilmente perder a fazenda para a erosão do solo.

Por fim, o entrevistador pergunta se ele e a esposa vão muito à fazenda no Pará, Tarcísio responde que ele sim, a cada 2 meses vai passar uns dias, mas a esposa não, pois lá (no Pará) “*ela fica muito isolada*”. A entrevista termina mostrando o cenário de uma sala, com muitas pessoas no apoio e alegremente o ator e produtor rural colocando o chapéu na cabeça, um dos símbolos da pecuária nacional (Imagem 02).

**Imagem 02 – Entrevistando Tarcísio Meira no programa
Globo Rural – imagens do encerramento, 2013**



Fonte: Globo Rural, canal do Youtube (2013).

Essa entrevista mostra uma forma de constituir os discursos das celebridades como legítimos. Tarcísio, antes de ser questionado sobre a delicada questão do Código Florestal, primeiramente apresentou sua trajetória como fazendeiro, destacando principalmente a sua experiência em uma fazenda no estado do Pará, marcadamente um dos mais “complicados” Estados quando se tratou da constituição do novo Código Florestal. Não foi por acaso que, mais do que o carisma, mas o conhecimento técnico e empírico do ator foram colocados em evidência para que o mesmo pudesse, ao final de uma entrevista que parecia ser apenas a celebração de uma carreira de sucesso, permitir pautar o tema político referente ao meio rural mais importante daquele momento.

Vale destacar que o entrevistador reitera a ideia de que os críticos dos “ruralistas” são principalmente “as atrizes”, ou seja, mulheres, que pouco entendem do que se passa no meio rural, diferentemente de Tarcísio, que “é

produtor, [e] sabe que não é assim”. De maneira muito perspicaz, o debate é isolado pelo desconhecimento de causa, deslegitimando aqueles que se manifestam desfavoráveis. Assim, a trajetória de sucesso – com a reiteração do mito do fazendeiro – encontra nessa ocasião um momento chave: o sulista com pouco dinheiro, que vende uma parte das terras e compra uma grande terra no Norte, trabalha duro e torna-se um grande fazendeiro. Porém, agora, esse mesmo produtor está tendo restrições de produzir devido às regulamentações ambientais pressionarem contra o avanço da pecuária bovina no Pará, que é “ótimo para a pecuária”.

Essas estratégias de constituir discursos legítimos, não necessariamente científicos, mas pela trajetória das celebridades pode ser vista em outras situações durante a Expointer 2013, que exploraremos agora. Do lado de fora da Casa RBS, no parque de exposições, havia um caminhão com um letreiro digital gigante que exibia imagens do ex-jogador de futebol Pelé (Edson Arantes do Nascimento) de um lado, e do outro, o ator e produtor rural Murilo Benício, conforme se pode ver nas fotos abaixo. A cada instante, frases apresentando resultados produtivos do agronegócio e em combate à criminalização ambiental dos produtores surgiam no letreiro nos idiomas português e inglês. Algumas frases eram: “O Brasil é campeão mundial em produção e preservação” (Imagem 03).

Imagem 03 – Letreiro digital sobre a agropecuária brasileira na Expointer. Pelé e Murilo Benício, produtores rurais



Fonte: Trabalho de campo, Expointer (2013).

Em sequência, outra mensagem era: “No Brasil, a agropecuária ocupa apenas 27,7% do território. Nenhum país preserva tanto” (Imagem 04). É preciso entender então como duas celebridades, constituídas em outros espaços de reconhecimento (cenários de novelas ou jogos de futebol), legitimam-se para produzir efeitos sobre tão específicas questões.

Imagem 04 – Letreiro digital sobre a agropecuária brasileira na Expointer. Pelé e Murilo Benício, produtores rurais



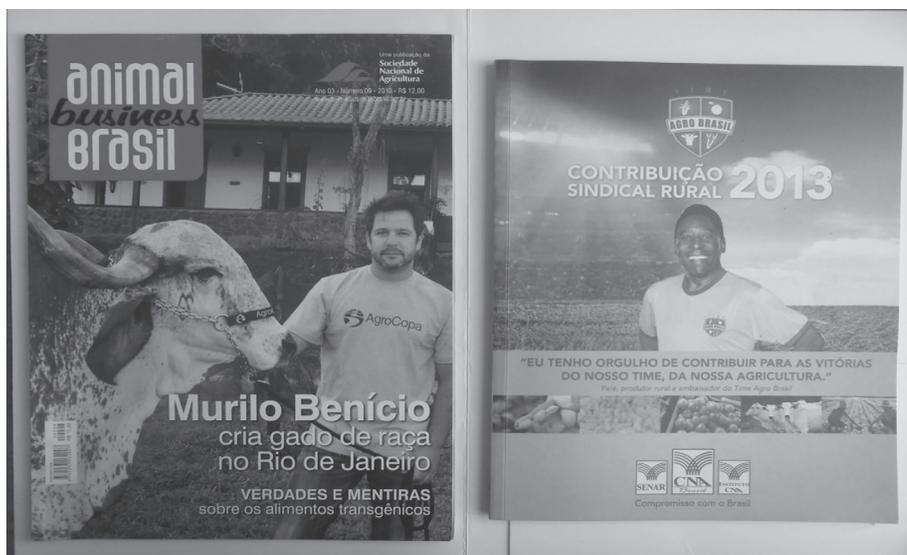
Fonte: Trabalho de campo, Expointer (2013).

Também para esse caso, foi importante perseguir o fluxo dos discursos que se produzia em torno dessas celebridades naquele momento, não em busca de uma constituição biográfica, mas tentando entender a produção de legitimidade tática para falar. Como visto anteriormente, para o caso de Tarcísio, se permanecermos imaginando apenas que o carisma seria suficiente para a escolha dele enquanto “garoto propaganda” e, ao mesmo tempo, alguém com conhecimento de causa do meio rural, não compreenderemos a constituição da legitimidade de quem fala.

No caso de Murilo Benício e Pelé, exibidos no *outdoor* digital, utilizamos as revistas rurais impressas e alguns textos da internet publicadas em 2013, que estiveram a produzir os contextos e trajetórias dessas celebridades para além dos palcos e dos campos de futebol ou de alguma vida privada, antes, especificamente como produtores rurais de sucesso. Durante a Expointer 2013, duas revistas que faziam essa interessante constituição de legitimidades com

o meio rural eram distribuídas aos visitantes. Uma das revistas é a *Animal business Brasil* (Ano 3, n. 9, 2013), publicada pela Sociedade Nacional de Agricultura (SNA), que trazia na capa a manchete: *Murilo Benício cria gado de raça no Rio de Janeiro*. A outra é o informativo da Confederação da Agricultura e Pecuária do Brasil (CNA), *Contribuição Sindical 2013*, que trazia na capa a imagem de Pelé e os seguintes dizeres: *'Eu tenho orgulho de contribuir para as vitórias do nosso time, da nossa agricultura'*. *Pelé, produtor rural e embaixador do Time Agro Brasil* (Imagem 05).

Imagem 05 – Montagem com as capas das Revista *Animal Business Brasil*, com Murilo Benício (2013) e a capa da Revista *contribuição Sindical*, com Pelé, ambas do ano 2013



Fonte: Revista *Animal Business Brasil* e *Impresso CNA – Contribuição Sindical Rural* (2013).

Em primeiro lugar é importante destacar que o uso dessas celebridades carismáticas tinha por objetivos produzir uma nova imagem da agropecuária brasileira. Como explicado pela senadora Kátia Abreu, nessa edição da publicação *Contribuição Sindical 2013*:

Este ano, passamos a contar com um grande aliado neste desafio de mostrar ao mundo a qualidade, a produtividade e a eficiência de uma das maiores e mais sustentáveis agropecuárias do mundo. Entrou em campo para defender as cores do Time Agro Brasil Edson Arantes do Nascimento – o Rei Pelé. Fechamos o ano com essa campanha na rua, reforçando nossa força e teses, que começam a se consolidar e a lastrear as políticas públicas brasileiras (CNA, 2013a, p. 5).

Esse reforço com garotos propaganda vindos de outras esferas da publicidade cumpria, a um só tempo, o objetivo de apresentar a agropecuária brasileira aos compradores mundiais e consumidores nacionais, e também legitimar a constituição de políticas públicas que pudessem reforçar a pressão contra o endurecimento do Código Florestal e às políticas agrícolas específicas, como as do Plano Agrícola e Pecuário, conforme destacou a senadora. Isso explica, em período de preparação para a Copa do Mundo, a celebração e o *marketing* com um dos futebolistas mais famosos do mundo, sendo também um dos brasileiros mais conhecidos e carismáticos no exterior. Conforme consta na peça publicitária, “Considerado o melhor jogador de futebol de todos os tempos e eleito o “Atleta do Século XX”, Pelé, que também é produtor rural, tem presença confirmada no evento (CNA, 2012).

Ao tratar sobre a campanha estrelada por Pelé⁴³ lançada em 10 de julho de 2012, a assessoria de comunicação da CNA informa que o “objetivo é consolidar a imagem do agronegócio sustentável brasileiro no País e no exterior. A campanha será realizada até 2014 [...], para divulgar as práticas sustentáveis adotadas pelos produtores rurais brasileiros, além de outras iniciativas que assegurem a boa qualidade do produto nacional” (CNA, 2012).

Continuando a peça publicitária, essa construção da imagem do agronegócio brasileiro passa pela demonstração de dados agregados de uso do solo, produção e preservação:

O Time Agro Brasil mostrará que o País tem uma das maiores, melhores e mais sustentáveis agropecuárias do mundo, utilizando apenas 27,7% do território nacional para produzir grãos, carnes, matéria-prima para biocombustíveis e plantar florestas. Além disso, o País mantém intactos 61% dos seus biomas, a partir de práticas e tecnologias que, além de conservar a qualidade da água, solo e biodiversidade, também proporcionam aumento de produtividade sem precisar desmatar novas áreas (CNA, 2012).

Tal apresentação de informações agregadas alcança elevados níveis de convencimento. Porém, para ampliar ainda mais o alcance, ainda em 2013, a campanha recebeu um “reforço de peso”, “o produtor rural e ator Murilo Benício [que] entrou em campo com o Rei Pelé para mostrar ao Brasil e ao mundo a nossa agropecuária sustentável, que ocupa apenas 27,7% do território nacional e preserva 61% dos biomas do País”. Conforme disse Pelé, em uma reunião da Campanha: “Parece que é o pontapé inicial, mas não é, porque o Brasil já é referência na agricultura. Mas vamos fazer do Brasil o primeiro do mundo na agricultura porque Deus só me bota em equipes vencedoras”.

43 O vídeo de lançamento da campanha pode ser conferido na internet. (Disponível em: https://www.youtube.com/watch?feature=player_embedded&v=bZXyS-D3MU. Acesso em: 25 fev. 2016.

Na plateia estavam o vice-presidente Michel Temer⁴⁴, ministros, senadores, deputados, presidentes de federações de agricultura e pecuária, dirigentes do Serviço Nacional de Aprendizagem Rural (SENAR) e produtores rurais de vários estados. Assim, segundo a assessoria da CNA, “com Pelé e Murilo Benício, produtores rurais, no Time Agro Brasil o mundo vai saber que o Brasil, famoso por revelar grandes jogadores de futebol, também tem craques na agricultura e na pecuária” (CNA, 2013).

É bem instigante o fato de que os dois garotos propaganda tenham uma relação com o futebol. Naquela mesma época, Murilo Benício fez muito sucesso em uma das novelas brasileiras mais assistidas no mundo, *Avenida Brasil*, como um famoso jogador de futebol, representando o personagem Tufão⁴⁵, que é citado na revista *Animal Business Brasil* (2013) para referir-se ao ator e produtor rural⁴⁶. Isso foi levado em conta para a escolha dos garotos propagandas para estrear essa campanha que tinha por objetivo “consolidar a imagem do agronegócio sustentável brasileiro no país e no exterior”. Nada mais oportuno que esses dois personagens que lembram a simpatia, a vontade de vencer e a cordialidade do brasileiro, bem como a destreza nos “campos”, possibilitando que, durante toda a campanha, os agentes implicados valerem-se sempre dos trocadilhos com a palavra “campo”, referindo-se, ora ao futebol, ora aos campos de cultivo para a agropecuária.

Essas características peculiares que constatamos ao perseguirmos o fluxo de imagens e de discursos sobressalentes na Expoiner 2013 revelam que não se tratam apenas de relações econômicas e mercadológicas e mesmo recreativas, indicam alguns modos pelos quais as imagens e os discursos sobre a agropecuária, e particularmente a pecuária bovina, são constituídas nas exposições, nunca estando isoladas ou circunscritas apenas a esses locais. Em um momento pretérito, era principalmente a idoneidade dos produtores e dos cientistas que serviam para a defesa de interesses mais específicos do setor, porém, de algum tempo para cá, a trajetória e carisma das celebridades

44 Na época, era vice-presidente, depois de um processo de impeachment considerado por muitos legistas e pela maior parte da sociedade e comunidade acadêmica como “golpe civil parlamentar”, a presidenta à época, Dilma Rousseff, foi afastada em abril de 2016.

45 Escrita por João Emanuel Carneiro, a telenovela exibida de março a outubro de 2012 (179 capítulos), no horário das 21h, pela emissora de televisão Globo. Segundo consta no site a emissora: “Dados consolidados pela Diretoria de Negócios da Globo comprovam o sucesso da trama em mercados internacionais: até janeiro de 2016, 132 países compraram os direitos de exibição da novela. Avenida Brasil, segundo a mesma fonte, está no topo do ranking de programas mais vendidos ao exterior pela Globo” (conferir informações em: <http://memoriaglobo.globo.com/programas/entretenimento/novelas/avenida-brasil/curiosidades.htm>. Acesso em: 25 fev. 2016).

46 A revista informa que Murilo Benício iniciou essa criação de gado Gir leiteiro em 2009, por meio da empresa Agropecuária Copacabana, com fazendas em Minas Gerais. Essa atividade será uma alternativa para quando se aposentar, segundo relato do mesmo.

vieram a ser incorporadas nessa constituição dos dispositivos que legitimam certas formas de conduzir a pecuária bovina, mais do que para apenas vender algum produto. E mais, esse modo de conduzir genericamente as formas de falar da pecuária é indicativa da incessante construção e desconstrução das imagens da própria atividade. Quer dizer, produzir gado em grande escala no Pará (ou na Amazônia), mais do que nunca, foi defendido também utilizando o carisma de celebridades que reiteram dados estatísticos de produção, produtividade e uso dos espaços, “limpando a imagem negativa” relacionada à degradação ambiental e os conflitos com outras populações.

Do ponto de vista da abordagem institucionalista vebleniana, é interessante constatar que tanto a definição de finalidade e eficiência como a busca de aprovação social são, em diversos momentos, reforçados no contexto das exposições agropecuárias. O “senso discriminatório de finalidade” (VEBLEN, 2007, p. 190), no contexto de tais eventos, é atribuído pelas afirmações científicas, ao lado de trajetórias de celebridades com experiências práticas no meio rural, que reafirmam o que é ser eficiente. Os padrões de qualidade e também de prestígio são constantemente reproduzidos em função tanto dos conhecimentos técnicos validados quanto pela publicidade alcançada através das próprias narrativas de vida das celebridades. Veblen tinha razão ao afirmar que a trajetória para a formação das instituições passava pela legitimação dos hábitos que eram apontados como formas de se alcançar a aprovação social.

Considerações finais

A partir de um referencial baseado na abordagem de Thorstein Veblen, sobretudo sobre a formação das instituições, incorporando ao referencial a noção de imagens e discursos, a pesquisa teve por objetivo analisar como as imagens e os discursos produzidos no contexto de uma exposição agropecuária no Rio Grande do Sul favoreciam a modos específicos de legitimar certos modos institucionalizados de conduzir a agropecuária brasileira. De maneira estratégica, utilizando os recursos da pesquisa científica e também a exposição de celebridades carismáticas que pudessem debater sobre temas de solução complexa, as biografias e o carisma dos artistas foram incorporados e trabalhados para dar legitimidade da fala sobre a pecuária bovina. Optou-se por perseguir os fluxos das imagens e dos discursos de um pesquisador que fez palestra durante a Expointer, e duas celebridades, um jogador de futebol e dois atores, que foram apresentados como produtores rurais, de modo a compreender sua legitimação como porta-vozes do agronegócio brasileiro.

Foi interessante constatar que aqueles artistas utilizados nas peças publicitárias do evento, tiveram a vida, enquanto produtores rurais, colocadas em evidência bem antes do evento em si ocorrer. Embora, à primeira vista, possa parecer trivial o uso de celebridades para divulgar produtos, conforme demonstrado acima, há muito mais envolvido. A interpelação para responderem temas mais complexos, bem como os letrados digitais expõem dados controversos sobre a produção agropecuária no país, indicam a estratégia: usar o capital social que os artistas possuem, de modo a simplificar temas como Código Florestal Brasileiro, Reforma Agrária, populações tradicionais, preservação ambiental, impactos do agronegócio, entre outros. O canal já aberto com espectadores do Brasil e do exterior era parte da estratégia imagética e discursiva a fim de promover a simplificação da narrativa.

O referencial vebleniano da Economia Institucional Original aos poucos vem sendo mais utilizando, mostrando-se muito potente para revelar relações de dominação que são construídas a partir de hábitos e formação de instituições baseadas principalmente nos modelos impostos pelas classes dominantes. Embora não tenha sido objeto de análises nesse artigo, vale destacar que o uso das imagens de celebridades, construindo-se uma trajetória em uma causa específica tem sido muito utilizado nas últimas décadas, como por exemplo, Bill e Melina Gates, com seus projetos sociais, o músico inglês Sting em seu apoio aos Yanomamis⁴⁷, a atriz brasileira Bela Gil e sua militância em prol da alimentação, e outros ainda jovens como a Greta Thunberg ou Malala. Assim, conhecer como tais formas narrativas operam, pode também favorecer a construção de estratégias similares para gerar maior divulgação de conteúdo sobre agroecologia, a importância dos conhecimentos tradicionais, a relevância da biodiversidade, bem como do fortalecimento das agriculturas familiares e canais curtos de comercialização para a redução das desigualdades socioeconômicas, entre outros temas que nos são caros.

47 Interessante movimento imagético e discursivo foi promovido em live musical que reuniu diversas celebridades em prol de populações indígenas no contexto da combate ao Covid-19 (Disponível em: <https://www.folhape.com.br/cultura/artistas-nacionais-e-internacionais-se-reunem-em-live-em-prol-da-cao/144212/> Acesso em: 21 jul. 2020).

REFERÊNCIAS

CLAUDINO, L. S. D. **Instintos: categoria discursiva em movimento?** *Revista Clareira - Revista de Filosofia da região Amazônica*. v. 3, n. 1, p. 160-175, 2016. Disponível em: <http://www.revistaclareira.com.br/index.php/clareira/article/view/82/63>. Acesso em: 21 jul. 2020.

CONFEDERAÇÃO NACIONAL DA AGRICULTURA - CNA. Pelé lança Time Agro Brasil. S.I. Notícia julho 2012. Portal Campo Vivo. Disponível em: <https://campovivo.com.br/sem-categoria/Pele-lanca-Time-Agro-Brasil/>. Acesso em 21 jul. 2020.

CONFEDERAÇÃO NACIONAL DA AGRICULTURA - CNA. **Time Agro Brasil ganha reforço**. Informativo. 2013. [S.I]. Disponível em: <http://www.senarpb.com.br/noticia/time-agro-brasil-ganha-reforco/>. Acesso em: 20 fev. 2020.

LEAL, N. S. “**É de agronegócio!**”: circuitos, relações e trocas entre peões de manejo, peões de rodeio e tratadores de gado em feiras de pecuária. Dissertação (Mestrado em Antropologia Social), Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2008. Disponível em: https://teses.usp.br/teses/disponiveis/8/8134/tde-07042009-162728/publico/NATACHA_SIMEI_LEAL.pdf. Acesso em: 05 jun. 2020.

LEAL, N. S. **Nome aos bois: zebus e zebuzeiros em uma pecuária brasileira de elite**. Tese (Doutorado em Antropologia Social), Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2014. Disponível em: https://teses.usp.br/teses/disponiveis/8/8134/tde-12052015-102330/publico/2014_NatachaSimeileal_VCorr.pdf. Acesso em: 09 abr. 2020.

SILVA, V. L. da. Fundamentos do institucionalismo na teoria social de Thorstein Veblen. **Política & sociedade**, v. 9, n. 17, p. 289–323, 2010. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/politica/article/view/15681>. Acesso em: 15 maio 2020.

VEBLEN, T. O instinto para o artesanato e a aversão ao trabalho em geral. **OIKOS (Rio de Janeiro)**, v. 6, n. 2, p. 188-202, 2007. Disponível em: <http://www.revistaioikos.org/seer/index.php/oikos/article/viewFile/15/11>. Acesso em: 17 maio 2020.