

AGRONEGÓCIO, COTIDIANO E A ELABORAÇÃO DE UMA PSICOSFERA MODERNIZADORA NA REGIÃO DO MATOPIBA

Agribusiness, quotidian and the elaboration of a modernizing psychosphere in matopiba region

Agroindustria, cotidianidad y la elaboración de una psicoesfera modernizadora en la región del matopiba

Glaycon Vinícios Antunes Souza
glayconantunes@hotmail.com

Resumo

A região do MATOPIBA (composta por áreas dos estados de Maranhão, Tocantins, Piauí e Bahia) atualmente é considerada como uma porção do território estratégica para o agronegócio brasileiro. Os diferentes agentes envolvidos neste setor econômico (Estado e o mercado) estão criando um imaginário através de discursos e intencionalidades para legitimar ações que tornem a atividade agrícola mais competitiva. Tal narrativa tecida pelos atores hegemônicos insere-se no cotidiano dessa região, sobretudo nas cidades, onde observamos discursos que veiculam o agronegócio como sendo sinônimo de “progresso” e “desenvolvimento”. Assim, temos como objetivo discutir o caráter imaterial do espaço geográfico, sobretudo no que diz respeito à constituição de uma psicofera modernizadora que colabora para a expansão do agronegócio nesta região.

Palavras-chave: Campo moderno; discurso; imaginário.

Abstract

MATOPIBA, a region composed by areas of the states of Maranhão, Tocantins, Piauí and Bahia, is currently considered as a strategic portion of the territory for Brazilian agribusiness. The different agents involved in this economic sector (the State and the market) are creating an imaginary through discourses and intents to legitimize actions that make agricultural activity more competitive. Such narrative, voiced by the hegemonic actors, is inserted in this region quotidian, mostly in the cities, where we can observe that the discourses that convey the agribusiness are considered synonyms of “progress” and “development”. Thus, our objective is to discuss the immaterial character of geographical space, especially with regard to the constitution of a modernizing psychosphere that contributes to the expansion of agribusiness in this region.

Keywords: Modern countryside; discourse; imaginary.

Resumen

La región de MATOPIBA (compuesta por áreas de los estados de Maranhão Tocantins, Piauí y Bahía) es actualmente considerada como una parte del territorio estratégico para la agroindustria brasileña. Los diferentes agentes involucrados en este sector económico (Estado y mercado), están creando un imaginario a través de discursos e intencionalidades, con el fin de legitimar acciones que tornen la actividad agrícola más competitiva. Esa narrativa construida por los actores hegemónicos se inscribe en la cotidianidad de esta región, sobre todo en las ciudades donde se pueden ver discursos que impulsan la agroindustria como sinónimo de “progreso” y “desarrollo”. De esa manera, nuestro objetivo es discutir el carácter inmaterial del espacio geográfico, principalmente en lo que respecta a la constitución de una psicoesfera modernizadora que contribuya a la expansión de la agroindustria de esta región.

Palabras clave: Campo moderno; discurso; imaginario.

Introdução

Nas últimas três décadas observamos a estruturação de novos espaços agrícolas que foram seletivamente preparados para a expansão do agronegócio no território brasileiro, sobretudo em porções dos cerrados no Norte e Nordeste do país, região esta que atualmente é reconhecida pelo Estado como MATOPIBA, e que engloba porção dos estados do Maranhão, Piauí, Bahia e todo Tocantins. Tanto a delimitação geográfica quanto a nomenclatura desta região são proposições do Grupo de Inteligência Territorial Estratégica (GITE), vinculado à Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa). Vários eventos foram criados e sobrepostos pelo Estado e pela atuação do mercado para suprir as necessidades internas ao próprio território brasileiro. Tais eventos são datados desde os anos 1980, intensificados a partir de 1990 e ganham mais expressão nos anos 2000. Estes eventos também são resultados de condições exteriores do território e ao MATOPIBA, como a crescente demanda por *commodities* agrícolas, especialmente pela Ásia.

O MATOPIBA vem passando por transformações em sua composição técnica e normativa, pois o desenvolvimento produtivo do campo moderno exige um conjunto de ferramentas técnicas carregadas de conhecimento científico e de informação, assim como de políticas públicas que oportunizam o aprofundamento do agronegócio na região. A atividade agrícola no MATOPIBA está possibilitando a constituição de uma densidade técnica a partir da utilização de sistemas de objetos (máquinas agrícolas, sistema de irrigação, armazéns, entre outros), propiciando a conformação de uma tecnosfera para a atividade do agronegócio. Conforme Santos (2002), a tecnosfera é a esfera da materialidade, do meio artificialmente construído pela sociedade; são as formas geográficas implantadas no território a partir das relações sociais, conformando em verdadeiras “próteses” territoriais para a atividade capitalista.

A constituição de uma tecnosfera para o agronegócio no MATOPIBA não se efetivaria sem o conjunto de ações e de intencionalidades que animam e dão sentido à materialidade, e a partir desta perspectiva observamos a relação indissociável de sistemas de objetos e sistemas de ações (SANTOS, 2002). A tecnosfera se relaciona dialeticamente com a construção de um imaginário, de uma ideologia, ou seja, de uma psicofera, que permite a inserção de um conjunto de valores alinhados às demandas dominantes.

De acordo com Santos (2002), a psicofera é o reino das ideias, das emoções, sentimentos, desejos e das ideologias. Essa esfera imaterial é essencial para a construção de um imaginário que permita o estabelecimento de um novo conjunto de práticas, costumes e valores no lugar, revelando regras à racionalidade. A interpretação da construção de um imaginário (psicofera) no MATOPIBA auxilia-nos a compreender os usos do território, na relação construída entre ação política e território, pois o imaginário

social revela-nos o próprio discurso geográfico que é “[...] um dos caminhos para compreender o papel que as representações do meio desempenham nas práticas e na organização do espaço” (CASTRO, 1997, p. 178).

Observamos que há a construção de um discurso que busca legitimar a modernização de porções dos cerrados no Norte e Nordeste através da expansão do agronegócio globalizado no MATOPIBA. O agronegócio nessa região é visto pela elite dirigente, meios de comunicação e corporações como atividade econômica que está possibilitando o “progresso” e o “desenvolvimento” regional. Tal situação acaba invadindo no cotidiano dessa região e construindo uma psicofera modernizadora, que pode ser compreendida pela criação de um imaginário tecido pelos atores dominantes – aqueles que possuem controle técnico, econômico e político do território –, que buscam inserir no lugar uma racionalidade alinhada ao imperativo de competitividade regional, a partir da disseminação de discursos que veiculam o agronegócio como uma das possibilidades de transformação e melhoria dessa região.

Essa é uma das formas realizadas por estes agentes para inserir suas atividades produtivas de forma mais rápida e facilitada no lugar. Portanto, a psicofera modernizadora é fundamental para a inserção de uma racionalidade integrada com o espírito capitalista do atual período técnico-científico-informacional (SANTOS, 2002). Neste sentido, este trabalho visa debater como a construção de uma psicofera modernizadora é um importante elemento imaterial do espaço geográfico para a legitimação, expansão e consolidação do agronegócio no MATOPIBA, através da disseminação de um conjunto de discursos, práticas, intenções e expectativas tecidos pelos agentes de órgãos oficiais (Estado) e do mercado sobre esta região.

Como forma de alcançar o objetivo desta investigação utilizamos como ferramenta metodológica: reportagens de jornais locais, consulta em *sites* oficiais como do Ministério do Abastecimento, Pecuária e Agricultura (MAPA), Embrapa e o Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária (Incrá), *sites* de prefeituras, bem como de empresas que estão estendendo seus nexos corporativos nessa região, tendo como interesse principal obter conhecimento sobre os discursos e intenções desses agentes sobre o MATOPIBA. Além disso, a realização de trabalho de campo que teve um caráter exploratório, feito em maio de 2016, foi importante para a verificação da inserção de uma psicofera moderna no cotidiano de algumas cidades do MATOPIBA.

A ação do estado na elaboração da psicofera modernizadora

Entendemos que a constituição da tecnosfera para o desempenho do agronegócio no MATOPIBA se dá de forma concomitante ou mesmo posterior ao surgimento de uma psicofera, que “colabora para que seja atribuída a correta relevância à relação entre técnica e cultura no debate da modernidade brasileira” (RIBEIRO, 1991, p. 49), e assim viabiliza o aprofundamento da agricultura científica globalizada (SANTOS, 2001) a partir da cristalização de novas formas geográficas, normas e um conjunto de valores que imprimem novas dinâmicas territoriais ao lugar. Como assevera Santos (2009, p. 50),

[a]s necessidades de informação, inerentes à presença do meio técnico-científico e exigidas por sua operação, fazem com que, ao mesmo tempo em que se instala essa tecnosfera, haja a tendência paralela à criação de uma psicosfera (SANTOS, 1988a) fortemente dominada pelos discursos dos objetos, das relações que os movem e das movimentações que os presidem. [...] A psicosfera também faz parte desse meio ambiente, desse entorno da vida, fornecendo regras objetivas da racionalidade ou do imaginário, palavras de ordem cuja construção frequentemente é longínqua.

A psicosfera existe a partir de uma relação inseparável com conjunto de objetos técnicos que são integralmente articulados entre si (enquanto um sistema). A psicosfera também está diretamente ligada com o período de sua constituição, correspondendo ao conjunto sistêmico de objetos e ações de cada momento histórico. Cada período carrega consigo as suas especificidades e particularidades que podem ser expressas pelo surgimento de uma família de objetos técnicos que necessitam de um gama de regras, intenções, valores, ou seja, de uma racionalidade que é de fundamental importância para dotar a materialidade com um sentido filosófico. A cada nova fase do capitalismo um novo conjunto de ações e objetos emergem, e assim uma nova tecnosfera e psicosfera surgem para atender demandas precisas. É neste sentido que Kahil (2010, p. 477) nos fala de um duplo entendimento da psicosfera, em que “ela não é isolável e acha-se entretecida à esfera técnica do território e, portanto, a um momento nodal histórico e, sem nenhum romantismo de nossa parte, poderíamos dizer, – é o espírito de uma época (*Zeitgeist*)”.

A constituição de uma psicosfera de modernização no MATOPIBA é sustentada e mesmo legitimada a partir dos discursos que rotulam o agronegócio como atividade econômica propulsora do “desenvolvimento” da região, trazendo consigo todo o espírito de nossa época que é “[...] justamente este conjunto de crenças associadas à ordem capitalista que contribui para justificar esta ordem e a sustentá-la, legitimando os modos de ação e as disposições que são coerentes com ela” (KAHIL, 2010, p. 478). No atual período de globalização o espírito capitalista é marcado pelos imperativos de competitividade, fluidez de mercadorias e informações, de exportação, bem como pelo consumismo, ou seja, toda a carga de racionalidade que sustenta o capitalismo.

Essa situação é construída pela elite dirigente, seja através da criação de leis ou pelos pronunciamentos feitos por prefeitos e vereadores das cidades, sobretudo daquelas compreendidas como cidades do agronegócio (ELIAS, 2006), como é o caso da situação geográfica do MATOPIBA, pois essas são as cidades que mais vêm passando por transformações graças à expansão do agronegócio na região, sendo espaços indispensáveis para dar suporte técnico e político para a reprodução do capital do agronegócio. No Quadro 1 constatamos alguns discursos realizados por prefeitos de importantes municípios produtores de grãos da região.

Quadro 1 – Pronunciamento de prefeitos de importantes cidades do agronegócio no MATOPIBA

Narrador/ Instituição	Local	Discursos
Otoniel Antrade/ Prefeito	Porto Nacional (TO)	Estamos entusiasmados com a grandiosidade econômica e com a abrangência regional e territorial deste projeto (PDA-MATOPIBA), que certamente vai permitir a geração de muitos postos de trabalho e renda neste setor, o agronegócio, que é um importante gerador de

		riquezas para o Brasil consequentemente para nosso povo . (PREFEITURA DE PORTO NACIONAL, 2015, grifo nosso).
Humberto Cruz/ Prefeito	Luís Eduardo Magalhães (BA)	Segundo Humberto Cruz (prefeito de LEM), o município de Luís Eduardo Magalhães está pronto e faz questão de participar deste grandioso e instigante desafio que é a consolidação do Matopiba. “Tenham certeza de que nós vestimos a coragem e carregamos conosco, sempre, o compromisso com o bem comum”, comentou. (SIGIVILARES, 2015, grifo nosso)
Prefeitura	Bom Jesus (PI)	A cidade (Bom Jesus) respira o progresso. Localizada em uma área geográfica privilegiada, o vale do Gurguéia, a economia é tocada pelo comércio e serviços, boa parte consequência dos avanços no agronegócio. (PREFEITURA DE BOM JESUS, 2015)

Fontes: Prefeitura de Porto Nacional (2015); Sigivilares (2015); Prefeitura de Bom Jesus; MAPA (2015).
Org.: Autor (2017)

Percebe-se que o discurso é balizado pela exaltação do projeto modernizador, que é a “invenção” da região do MATOPIBA como instrumento de planejamento Estatal e viabilizadora da expansão do agronegócio, a partir da criação do Plano de Desenvolvimento Agropecuário (PDA) do MATOPIBA (SOUZA, 2017). Esse plano está carregado de intencionalidades de tornar essa região mais competitiva a partir do fortalecimento de setores importantes para o agronegócio, tais como: melhorar a infraestrutura de circulação de mercadoria, ou seja, a logística, e incentivar ainda mais o desenvolvimento de biotecnologias para o campo, fundamentalmente para aqueles cultivos mais voltados para o mercado externo – soja, milho e algodão. Por isso há uma expectativa em torno do PDA por parte dos prefeitos que administram municípios produtores de *commodities* na região, e que consideram esse plano como uma das possibilidades de desenvolvimento.

Ainda observamos, a partir do Quadro 1, a exaltação do agronegócio como atividade que promove “riqueza” e emprego para a população nessa porção do território, configurando-se como região estratégica para o país. Propagam-se discursos que evidenciam apenas o crescimento econômico promovido pelo agronegócio globalizado, negligenciando a outra face dessa relação que é a produção da desigualdade e da pobreza. Assim, alimenta-se uma psicofera da globalização como fábula (SANTOS, 2001), onde são apresentadas as “vantagens” que o agronegócio pode oferecer, bem como o encantamento que o crescimento econômico pode trazer para alguns, omitindo a faceta perversa desse processo que envolve a intensificação de conflitos por terra e água no campo, a superexploração dos recursos naturais e do trabalho, entre outros.

Esse tipo de narrativa – agronegócio como fábula – também é formulado pelos responsáveis pela delimitação geográfica do MATOPIBA, a Embrapa e o Inra. Essa psicofera pode ser perceptível pelo discurso que, em alguns casos, soa de forma exagerada por compreender o MATOPIBA como uma “[...] região de **maior dinâmica (da) agricultura do Brasil** e maior fronteira agrícola da atualidade” (INCRA, 2014, grifo nosso) ou como sendo “a **última fronteira** agrícola em expansão **do mundo**” (BRASIL, 2015, grifo nosso). Sem dúvida, nas últimas décadas o crescimento produtivo nessa região vem aumentando de forma significativa. Contudo, em termo absoluto o Centro-Oeste ainda é a região brasileira de maior dinâmica da agricultura do país, sobretudo dos cultivos mais voltados para o mercado externo. Cerca de 45%

da área plantada e da quantidade produzida de soja no país em 2016 foi feita no Centro-Oeste, no mesmo ano a área plantada e a quantidade produzida de soja do MATOPIBA corresponderam respectivamente a 11% e quase 8% no conjunto nacional, conforme dados do IBGE (2016). Tais dados evidenciam a busca dos membros da Embrapa e do Incra em construir uma situação que de fato não corresponde a atual condição produtiva do MATOPIBA, de “região de maior dinâmica agrícola do país”.

Essas agências (Embrapa e Incra) divulgam a região como sendo o “Eldorado” dos Cerrados, onde convivem com harmonia o agronegócio e a agricultura familiar, pautados na sustentabilidade. Nas palavras de Evaristo Miranda o agronegócio e a agricultura familiar “[...] podem conviver perfeitamente, mesmo que uma nunca converse com a outra, [...] Essa convivência harmoniosa é única no País, só acontece nessa região” (ONDEI, 2015). Tal discurso é propagado pelo coordenador do GITE – Grupo de Inteligência Territorial Estratégica, Evaristo Miranda, que foi um dos grandes responsáveis pela delimitação do recorte espacial do MATOPIBA. Percebe-se, portanto, uma leitura que nos apresenta um espaço sem tensões e conflitos, que para nós configura-se como uma leitura míope da situação geográfica em questão, pois por essência a constituição de fronteira é promovida sob intensos conflitos (MARTINS, 2014).

Martins (2014) considera que a fronteira é constituída pelo choque de diferentes temporalidades existentes entre o contato da frente de expansão e frente pioneira. A frente de expansão é representada pelos grupos que estabelecem relações produtivas não propriamente capitalistas, visando uma produção na qual o dinheiro não é medida de regulação das práticas de produção, portanto, há uma economia de excedente. No caso dos Cerrados a frente de expansão é representada fundamentalmente pelos camponeses, geraizeiros, vazanteiros, indígenas, quilombolas, entre outros, ou seja, as comunidades “tradicionais” que historicamente vêm usando essa porção do território. Já a frente pioneira corresponde à expansão capitalista para as áreas de reserva onde há o estabelecimento de usos do território propriamente capitalistas em que o salário e a renda fundiária da terra geram uma economia de mercado, portanto o valor de troca substitui o valor de uso. É na expansão da frente pioneira sobre a frente de expansão que observamos, conforme Martins, a situação de conflito que não se resume no conflito de terras ou água, mas também um conflito de diferentes usos do território, de diferentes racionalidades e modos de vida.

Na expansão da frente pioneira é que observamos a disseminação de uma nova racionalidade no lugar, que busca estabelecer um ambiente favorável para a expansão do capital a partir do agronegócio, e uma das estratégias dos agentes hegemônicos do agronegócio é desenvolver um discurso sobre competitividade e desenvolvimento sustentável. O discurso de “desenvolvimento sustentável” e de competitividade, duas lógicas totalmente opostas, interagem entre si para a promoção de uma psicofera no atual período e são marcantes sobre essa região. Essa psicofera, esfera do imaginário, do discurso, da ideologia, é construída pelo Estado brasileiro através da narrativa de membros de instituições como a Embrapa. Tal situação pode ser atestada quando o presidente dessa instituição pronuncia que:

O Matopiba é peça-chave para o desenvolvimento da agricultura e para a segurança alimentar do País. “O investimento na produção sustentável na região do Matopiba será fator de segurança alimentar para o Nordeste, assolado por secas que matam as plantas de sede e os animais de fome”, apontou o

presidente da Embrapa, Maurício Antônio Lopes, que prevê com o crescimento do agronegócio um valioso desenvolvimento social para a região. "Ganhará o Matopiba e o Brasil como **um todo com desenvolvimento regional mais equilibrado, geração de mais empregos e renda, e menos perdas na pecuária do Semiárido**", ressalta Lopes. (EMBRAPA, 2014, grifo nosso).

Somando ao discurso feito pelo presidente da Embrapa sobre como o agronegócio pode ser um elemento importante para o “desenvolvimento” sustentável para a região, destacamos novamente a narrativa do Evaristo Miranda. Nas palavras do coordenador do GITE, uma das primeiras ações para a preservação dos Cerrados dá-se a partir da delimitação das unidades de conservação e da demarcação das terras indígenas que juntas somam quase 11 milhões de hectares dos 66 milhões de hectares de Cerrados presentes no MATOPIBA (MIRANDA, 2015). Para o pesquisador, essa é uma situação regional ímpar no país, pois em nenhuma outra região geoeconômica dos Cerrados há tantas áreas de preservação ambiental.

Outro ponto que Miranda considera extremamente importante para a conservação dos Cerrados dá-se através das imposições do código florestal, que exige uma área destinada à conservação da mata nativa (20% da propriedade rural, das fazendas localizadas nos Cerrados). Esta porcentagem da reserva legal aumenta para 35% em regiões da Amazônia Legal, e cerca de 60% do MATOPIBA está em área da Amazônia Legal. Assim, o técnico do GITE diz:

Se toda a cobertura de Cerrados do MATOPIBA na Amazônia Legal (32 milhões de hectares) fosse, um dia, ocupada apenas pela agricultura, o que está muito longe de ser o caso, mais de 11 milhões de hectares seriam preservados nas áreas de reserva legal (28%). No restante (fora da Amazônia Legal), os 20% de preservação dos Cerrados em imóveis rurais potencialmente representam 4,6 milhões de hectares e 17% da área total. (MIRANDA, 2015).

Diante da imposição legal (código florestal) Evaristo Miranda compreende o agronegócio como uma das grandes possibilidades de conservação dos Cerrados a partir das reservas legais, visto que “Existem **potencialmente** mais Cerrados a serem preservados como reserva legal das propriedades rurais do que em todas as áreas protegidas existentes no MATOPIBA” (MIRANDA, 2015, s. p., grifo nosso). Trata-se um discurso respaldado na análise do código florestal, que tem como intenção demonstrar uma falsa ideia de relação harmoniosa entre agronegócio e preservação ambiental.

Um contra-argumento para desmistificar a tese defendida por Miranda é que, justamente os municípios que mais desmataram os Cerrados entre 2002 e 2010 (momento histórico onde observamos a expansão do *front* agrícola de forma intensa nesta região) estão localizados no MATOPIBA (Figura 1), com desmatamento total de 50 mil km² nos quatro estados que compõem essa região, conforme dados do Ministério do Meio Ambiente (MMA, 2009; 2011a; 2011b).

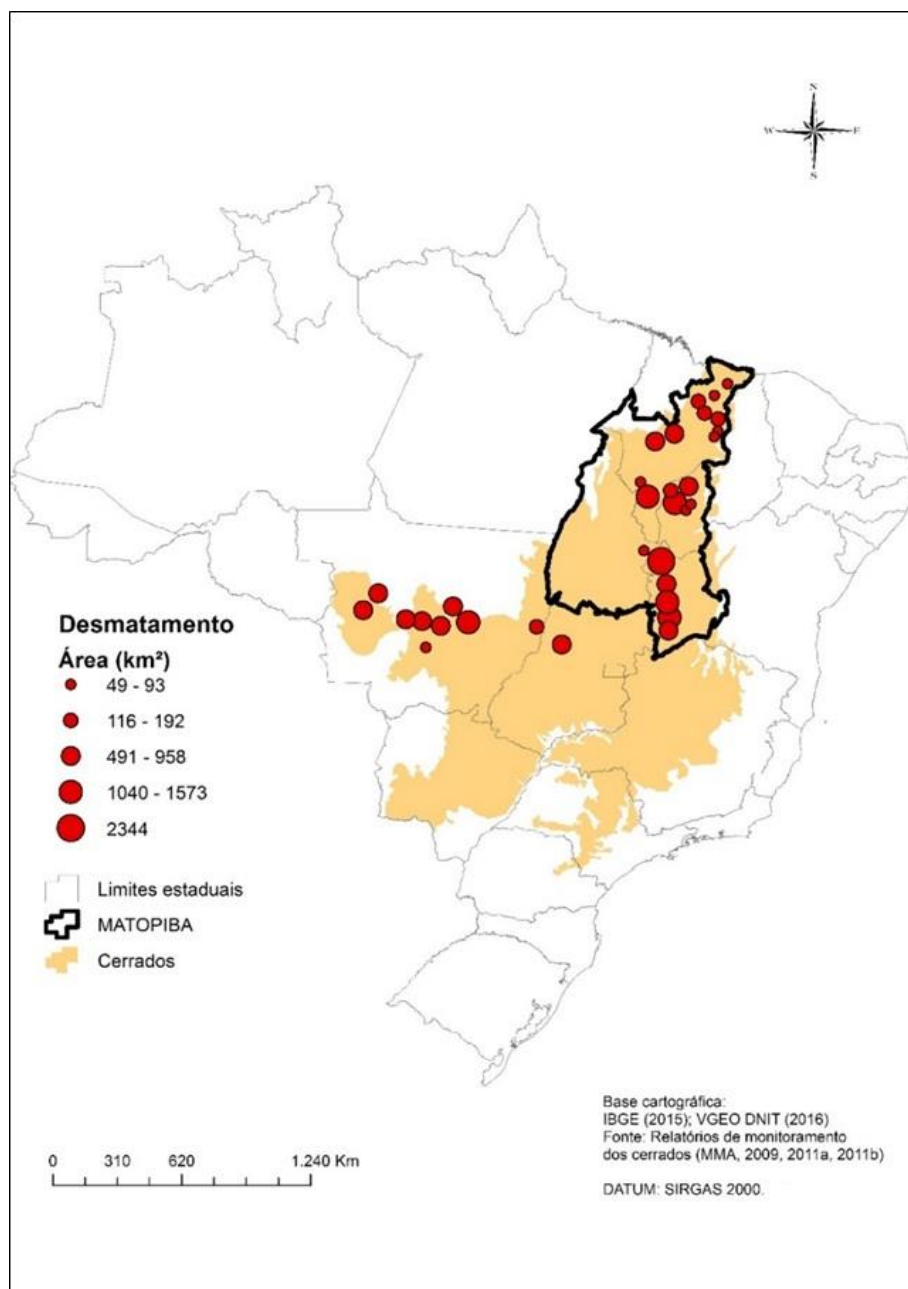


Figura 1 – Municípios que mais desmataram o bioma Cerrado (2002-2010)
Elaboração: Autor.

Cabe destacar que os municípios que mais desmataram foram os localizados no Oeste baiano, dentre eles estão Formosa do Rio Preto, São Desidério e Correntina. Cerca de 5 mil km² de Cerrados foram destruídos nestes municípios entre 2002 e 2010 (MMA, 2009; 2011a; 2011b). É importante mencionar que o Oeste baiano é uma das principais regiões produtoras de *commodities* do MATOPIBA, sendo também um dos lugares onde observamos a expansão mais agressiva do agronegócio nos últimos anos. Conforme Orioli e Camargo (2000), o desmatamento está entre os principais problemas ambientais provocados pela agricultura nos Cerrados, além disso esta atividade econômica gera a diminuição da biodiversidade da fauna e flora, erosão dos solos, contaminação do solo e de recursos hídricos em superfície e subsuperfície (com o uso inadequado e intensivo de fertilizantes e agrotóxicos), assoreamento de curso d'água, entre outros.

Percebemos que os debates e discussões sobre temas que envolvem as implicações territoriais advindas da expansão dos monocultivos tecnificados na região são timidamente mencionados pelo conjunto

de agentes dominantes, tais como o aprofundamento dos conflitos e da grilagem de terras, a crescente urbanização das principais cidades do agronegócio e o surgimento de novos “bolsões” de pobreza, os diversos impactos ambientais causados pela atividade, a superexploração de trabalhadores no campo – que em muitos casos são análogas à escravidão –. Logo “[...] é possível inferir que o discurso do agronegócio constrói uma tessitura de sentidos de potência e riqueza como se eles fossem partilhados igualmente por todos, distribuídos de maneira homogênea e geradores de um bem-estar coletivo” (ROMÃO, 2006, p. 2).

Diante desses fatos percebemos que o “equivoco aparece como verdade e torna-se consenso; mais precisamente, quando se mascara a dinâmica social do real e se naturaliza a sua história” (LENCIONI, 2003, p. 20), conformando em uma situação de mistificação regional, pois vários argumentos produzidos pelos agentes supracitados camuflam o antagonismo produzido pelo processo de aprofundamento do agronegócio no MATOPIBA, sendo, portanto, uma estratégia de manipulação social, que busca fortalecer a produção de *commodities* agrícolas voltadas para a exportação e muito racionalizadas a lógicas exógenas.

Há um esforço em criar um discurso único, em que uma das possibilidades (senão a única) de desenvolvimento e progresso social e econômico se dará a partir da extração e produção de matérias primas, *commodities* agrícolas. Assim observamos, a partir da avaliação empírica em questão, a busca de criar um “consenso das *commodities*” que potencializa a visão “[...] ‘eldoradista’ de uma América Latina como lugar por excelência de abundantes recursos naturais” (SVAMPA, 2013, p. 35).

Segundo Svampa (2013), o consenso das *commodities* está enraizado em uma postura neoliberal, que de certo modo é uma herança/influência do consenso de Washington. Uma das principais ideias do consenso das *commodities* está baseada na visão clássica de vantagem comparativa. Essa concepção clássica da economia postula que os países da América Latina têm uma condição “natural” de serem grandes produtores e exportadores de matérias primas de baixo valor agregado, sendo esta a aposta de inserção competitiva dos países latino-americanos na divisão internacional do trabalho.

Nesse sentido, a constituição de uma psicofera torna-se relevante para sustentar ideologicamente o avanço do agronegócio nos cerrados do MATOPIBA, como uma forma de afirmação da condição brasileira de grande produtor de bens de consumo com baixo valor agregado, de origem mineral ou agrícola. A constituição desse consenso das *commodities* configura-se como uma das grandes “ferramentas”, uma “vocação” competitiva para os países sul americanos, na qual a relação entre o Estado e o mercado (corporações) dá-se de forma concatenada para a constituição dessa situação. A atuação do setor privado tem especial importância para a criação de uma psicofera que busca tornar mais fácil o aprofundamento da especialização produtiva na região do MATOPIBA, como forma de verticalizar suas ações corporativas.

Lógicas do mercado na constituição de um novo cotidiano no MATOPIBA

Segundo Kahil (2010), a criação de novos valores e normas é importante para a inserção da racionalidade hegemônica nos lugares, tal construto ganha maior relevância no período técnico-científico-informacional, quando a atuação das multinacionais se faz de forma mais intensa no território, ou seja, a

elaboração de discursos carregados de intencionalidades forma uma psicofera que viabiliza o uso corporativo da esfera técnica do território na atual fase do capitalismo. A organização técnica e política implementada no território é cada vez mais estabelecida para atender as necessidades dos agentes hegemônicos do capital, com vista de tornar o espaço estruturado e racionalizado para atuação mais intensiva das grandes corporações. Desta forma vivemos em um momento histórico ápice da

[...] tragédia que transformou a razão esclarecedora em razão instrumental e que marcaria profundamente o espírito de nossa época; momento em que a ciência, a cultura e a política, dominadas por uma técnica marcadamente informacional e instrumental ao capital e ao serviço das corporações e instituições multinacionais, administram o ritmo de nossas vidas e a dinâmica dos territórios. É assim que, ao mesmo ritmo e também sob a égide do mercado, o meio geográfico, agora um meio técnico-científico e informacional se organiza para atender, sobretudo aos interesses dos agentes hegemônicos da economia, da cultura e da política. (KAHIL, 2010, p. 478).

Sem dúvida as empresas que controlam a atividade agrícola moderna cooperam para o fortalecimento do discurso de modernização do campo para alcançar o desenvolvimento regional. De fato, esses agentes dominantes, as corporações, são os principais formuladores dessa situação. Encontramos pronunciamentos de representantes de firmas, notoriamente as *tradings* agrícolas, nos quais o teor discursivo está baseado na velha ideia que a instalação da empresa promoverá a oferta de vagas de emprego, e com isso proporcionará a dinamização econômica do lugar de forma harmônica com a sustentabilidade ambiental e com o compromisso social.

Tal pensamento perfila-se como uma estratégia de aproveitamento da condição de escassez que essa região possui (situação que não é condição única desta porção do país), devido a distribuição desigual da densidade técnica e normativa, bem como o acesso restrito da população ao consumo de bens e produtos. Diante dessa situação de escassez as corporações apresentam-se como “salvação” para a população local, a partir da dinamização da vida econômica nos lugares, ou seja, há uma formulação de um sentido único do agronegócio (ROMÃO, 2006). É como se o agronegócio fosse a única forma de “solucionar” qualquer tipo de problema da sociedade, “[...] esse sentido (único do agronegócio) passa a ser naturalizado como único possível de ser dito, único possível de descrever as relações dadas e cravadas pelo agronegócio, único possível de explicar a vida do cidadão comum” (ROMÃO, 2006, p. 7).

Mesmo com a sua ação hegemônica as empresas têm uma relação de necessidade com o resto da sociedade, e desta forma estabelecem laços com outros segmentos da sociedade. É assim que o discurso se torna elemento essencial para conquistar adesão junto à sociedade. Uma das táticas de fortalecimento desta ideologia, dá-se através da construção de projetos sociais, principalmente em lugares que são importantes para a construção da opinião social, como as escolas de nível básico. De acordo com Pereira (2007, p. 6),

As empresas procuram, por meio da responsabilidade social, aproximar-se da força comunicacional dos lugares e dela tirar vantagens mercantis. Através da psicofera proporcionada por essa aproximação, a marca da empresa passa a se associar não apenas ao produto em si e sua propaganda direta, mas a todo o conjunto de valores que a empresa afirma produzir.

Assim observamos *tradings* nacionais e internacionais, como a Agrex do Brasil e CHS, bem como corporações de especulação fundiária, como a SLC Agrícola, desenvolvendo projetos “educativos” em diferentes escolas e em diversos municípios da região do MATOPIBA, sobretudo onde elas estabelecem bases produtivas ou especulativas (Quadro 2), buscando alcançar certa credibilidade com as comunidades locais a partir destas ações.

Além da inserção corporativa nas escolas, verificamos pronunciamento de empresa que supostamente não visa apenas a obtenção de lucro a partir da atividade agrícola moderna, pois a empresa possui um suposto compromisso com a sociedade e com o meio ambiente, como é o caso da Risa (grupo local que atua fundamentalmente no Sul do Maranhão e Sudoeste do Piauí na produção e venda de grãos). Tal caso é observado no seguinte trecho:

A RISA não tem apenas o objetivo da maximização dos seus lucros, e está sempre disposta a contribuir com a mudança de quadros que complicam **o desenvolvimento de processos de caráter social**, abarcando os segmentos da educação e do meio ambiente, a partir da criação de espaço para diálogos com organizações interessadas em implementar projetos que defendam a **preservação de ecossistemas** e outros interesses da natureza”. (RISA, 2016, grifo nosso).

A formulação da denominada “responsabilidade social” que as corporações relatam é uma estratégia criada para a inserção ou invasão de um conjunto de valores e práticas produtivas no lugar, que em muitas vezes são estranhas às práticas constituídas preteritamente a expansão do agronegócio no MATOPIBA. A busca de estabelecer nexos mais próximos com a população local, a partir da responsabilidade social empresarial, tem como finalidade criar uma imagem da empresa como a representante do desenvolvimento social e regional.

Quadro 2 – Ações e discursos corporativos

Empresa	Atividade	“Ação social”
CHS	<i>Trading</i> agrícola (compra e venda de grãos)	Atua em escolas piauienses de Bom Jesus e Currais a partir da ação intitulada “Memória Local na Escola”. O objeto do projeto é instruir os professores de diferentes áreas do conhecimento, de 13 escolas, a trabalharem juntamente com os alunos para elaborarem uma memória coletiva local a partir da história oral das pessoas que vivem nas comunidades da região. Assim, “para a CHS, é fundamental estabelecer laços fortes e duradouros com as comunidades com as quais se relaciona, sobretudo apoiando projetos de natureza socioeducacional, principalmente entre jovens e crianças” (CHS NOTÍCIAS, 2015).
Agrex do Brasil	<i>Trading</i> agrícola (compra e venda de grãos)	“A Agrex tem buscado desenvolver atividades junto à comunidade nos locais próximos das áreas de atuação, principalmente nas fazendas de produção própria. Temos hoje uma aproximação com 3 escolas: uma em Batavo, município de Balsas (MA), outra no interior do município de Ribeiro Gonçalves (PI) e uma ação mais recente com a Escola do Povoado de Apinajé no município de São Valério da Natividade (TO). Com isso, estamos buscando maneiras dos alunos conhecerem nossa atividade através de visitas nas áreas de produção” (AGREX DO BRASIL 2016).
SLC Agrícola	Especulação fundiária e produção agrícola	“Os principais projetos e ações sociais desenvolvidos pela Fazenda Parceiro (localizado em Formosa do Rio Preto - BA) se concentram nas cidades de Formosa do Rio Preto (BA) e Cristalândia do Piauí (PI). A horta comunitária cultivada no Colégio Municipal Doutor Luiz Viana Filho, envolve mais de 100 estudantes e produz hortaliças que são destinadas à merenda escolar da própria entidade. As ações sociais são sempre direcionadas para comunidades carentes da região, como o evento do Dia das Crianças na Escola Clóvis Nepomuceno Nogueira” (SLC AGRÍCOLA, 2017).

Esses discursos acabam seduzindo e se inserindo no cotidiano da população, criando um ambiente obediente. Desta forma as corporações conseguem penetrar no cotidiano do lugar, pois quando as firmas “alegam seguir princípios e valores que estariam em consonância com as expectativas da sociedade, toda a sua atuação passa a ser mais docilmente aceita pelos lugares onde a empresa atua, tanto pela população em geral como pelo Estado” (PEREIRA, 2007, p.50). Assim, a construção desta psicofera torna-se uma ferramenta para ação política das corporações que acabam controlando a vida da população local e utilizando o território de acordo com seu próprio interesse.

Segundo Santos (1996, 2002), o cotidiano pode ser compreendido como a quinta dimensão do espaço. Silveira (2017) contextualizou brevemente o percurso histórico da geografia (de forma não linear), e reconheceu o predomínio, em determinados momentos, de uma concepção do espaço com duas dimensões, tendo propostas geométricas e topológicas. Já em outro momento houve a predominância de correntes apoiadas na visão newtoniana de tempo como *continuum* e, posteriormente, evidencia-se uma concepção tridimensional do espaço a partir dos kantianos. Ainda segundo a referida autora, nas proposições de Einstein que consideram tempo-espaço como elementos relativos, e não mais como absolutos, o espaço assume uma quarta dimensão, e “nesta interpretação, o mundo não é mais percebido como uma multiplicidade de partículas em movimento, mas como uma multiplicidade quadridimensional de eventos” (SILVEIRA, 2017, p. 371). Nas palavras de Santos (1996, p. 11),

[o] espaço, considerado primeiro como tendo duas dimensões, depois como tendo três, depois conforme Einstein, como tendo quatro dimensões, tem também uma quinta dimensão que é o cotidiano. O espaço tem esta quinta dimensão. Mas, sobretudo, o cotidiano tem como dimensão essencial no mundo de hoje a dimensão espacial. A dimensão espacial é a dimensão talvez central do cotidiano do mundo de hoje.

Ainda segundo Santos (1996, 2002), o cotidiano enquanto quinta dimensão do espaço se manifesta no lugar porque apreendemos os múltiplos acontecimentos do cotidiano no lugar. É no lugar que as possibilidades, as oportunidades, e os eventos do mundo realizam-se e tornam-se história concreta, é nesta dimensão geográfica que se realiza a cidadania. O cotidiano torna-se uma possibilidade no espaço contíguo que é o lugar, pois no lugar as verticalidades e as horizontalidades são efetivadas a partir dos eventos geográficos que transportam as ações, as intencionalidades e interesses dos agentes sociais, animando a materialidade existente, permitindo, também, as conexões entre o local e o global. Além do mais, o espaço banal (SANTOS, 1996, 2005), espaço de todos, de todas as empresas, de todas instituições, independentemente de suas forças, suas riquezas e influências, manifesta-se no lugar, e neste sentido apreendemos a inseparabilidade entre lugar e cotidiano. Assim, o cotidiano é constituído por uma união

[...] material e simbólico do qual participam todos os indivíduos, empresas, instituições e organizações, de diferentes maneiras e em diversos graus, partindo sempre do seu lugar de referência. O cotidiano é também, ao mesmo tempo, o resultado de todo o conjunto de práticas concretas e virtuais que se dão num lugar específico, comportando certo ritmo de sucessão das ações, encadeadas

por rupturas e repetições demarcadoras de múltiplas temporalidades (técnica, naturais, políticas, normativas globais, locais, etc.). (BALBIM, 2003, p. 157).

Portanto é no lugar que constatamos os usos do território, pois “no lugar – um cotidiano compartimentado entre as mais diversas pessoas, firmas e instituições – cooperações e conflito são a base da vida comum” num incessante (re)produzir do espaço geográfico (SANTOS, 2002, p. 322).

Este jogo de cooperação no conflito e conflito na cooperação é verificado sobretudo nas cidades, “porque numa cidade estamos condenados a viver juntos” (SANTOS, 1996, p. 12) e assim há o embate de interesses diferentes, já que os diferentes agentes sociais estabelecem usos do território igualmente diversificados, produzindo situações de conflito e negociação permanentes. No MATOPIBA, algumas das cidades que podem ser compreendidas como cidades do agronegócio, a partir da concepção debatida por Elias (2006), são comumente consideradas como “capitais do agronegócio” ou “polos do agronegócio” pelos meios de comunicação e pela elite dirigente local. Essa situação é uma forma de representar a pujança e o “ímpeto” dessas cidades na gestão das práticas produtivas agrícolas (e também as atividades não agrícolas – serviço e comércio) de forma competitiva em âmbito local/regional. A repetição discursiva, disseminada pelos meios de comunicação, atinge parcela da população que incorpora a fabulação do agronegócio como símbolo de modernidade e como sinônimo de desenvolvimento.

Outra situação que nos aponta como essa psicofera “modernizadora” influencia no cotidiano dessas cidades foi examinado em trabalho de campo realizado em maio de 2016 em diferentes cidades da região – Luís Eduardo Magalhães (BA), Balsas (MA), Bom Jesus (PI), Uruçuí (PI), Porto Nacional (TO) e Pedro Afonso (TO). Durante o trabalho de campo observamos que em diferentes estabelecimentos de Uruçuí – PI (em hotel, lanchonetes, restaurantes e empresas) possuíam banners e/ou *outdoors* com publicidades das empresas que “contribuíram para o crescimento dos Cerrados” (Figura 2 e 3).

Algumas das empresas presentes nessas publicidades estão intimamente relacionadas com a atividade agrícola moderna. Tais como a Lavronorte (revendedora John Deere), Risa S/A, Agrobahia (defensivo agrícola), Grupo MAPITO (compra e venda de terras), Lavro Campo (venda de sementes e insumos agrícola), entre outros. Há nestas publicidades a exaltação do agronegócio como promotor do crescimento dos Cerrados, e em todos os *outdoors* há imagens de satélites dos principais municípios produtores de *commodities* do Sudoeste do Piauí (Uruçuí, Baixa Grande do Ribeiro e Ribeiro Gonçalves), com a delimitação das grandes fazendas produtoras de grãos, bem como a unidade processadora de grãos da Bunge em Uruçuí.



Figura 2 – Publicidade em Uruçuí (PI). Fonte: Trabalho de Campo (maio, 2016); Autor.



Figura 3 – Publicidade em Uruçuí (PI). Fonte: Trabalho de Campo (maio, 2016); Autor.

A partir do exposto acima, bem como as figuras anteriores, percebemos a relação dialética entre a psicosfera e tecnosfera, e vice-versa, na conformação de uma situação geográfica marcada pelo aprofundamento da especialização territorial produtiva de *commodities*. Logo, “o cotidiano são os dois (tecnosfera e psicosfera), ele não é dado apenas pela materialidade que nos cerca. A imaterialidade também

é um constrangimento às vezes mais forte de que a materialidade” (SANTOS, 1996, p. 10), o cotidiano também é conduzido por normas que cada vez mais são regidas por uma racionalidade globalizante.

Elias (2003, p. 193), apoiada em Santos (1979c), afirma que: “Toda atividade do circuito superior da economia urbana utiliza o *marketing* como instrumento de transformação de hábitos e costumes, para conseguir erigir novas demandas e aumentar seu mercado consumidor”. Nas ruas destas cidades encontramos diversas propagandas de empresas que prestam serviços às demandas produtivas do campo moderno. Tal prática é recorrente em Porto Nacional (TO) e em Bom Jesus (PI), cujas principais divulgações são de consultoria agrícola, revendedora de máquinas e implementos agrícolas, venda de insumos, pesticidas, fertilizantes, entre outros (Figura 4).



Figura 4 – Propagandas em Porto Nacional e Bom Jesus. Fonte: Trabalho de Campo (maio, 2016); Autor. A) Porto Nacional (TO); B) Bom Jesus (PI).

O consumo torna-se um dos pilares do atual período de globalização e uma das formas mais expressivas de exaltação do consumo produtivo – aquele consumo que é base para a realização do processo produtivo (ELIAS, 2003), e toda a ideologia que envolve esse tipo de consumo para o campo moderno é estabelecida nas feiras do agronegócio. Esse tipo de feira configura-se como “vitrine” de divulgação de modernos objetos técnicos, considerados como indispensáveis para tornar a atividade agrícola ainda mais

competitiva, colaborando para a construção de um imaginário sobre quão modernas tecnicamente são as regiões produtivas que realizam essas feiras comerciais.

No MATOPIBA há pelo menos quatro grandes feiras do agronegócio, a Bahia Farm Show realizada em Luís Eduardo Magalhães (BA) – considerada uma das maiores do país; Agrotins, a maior feira agropecuária da região Norte do país, feita na cidade de Palmas (TO); AgroBalsas, a maior feira do Maranhão que acontece em Balsas (MA); em Bom Jesus (PI) há a realização da Piauí Exposhow. Essas feiras são responsáveis por dinamizar o circuito superior da economia urbana (SANTOS, 2008), através da comercialização de insumos agrícolas, máquinas e implementos, sistema de irrigação, aviões de disseminação de agrotóxicos, bem como pela oferta de volumosos financiamentos agrícolas ofertados pelos bancos públicos e privados presentes nessas exposições, entre outros, e desse jeito são injetados milhões de reais na economia das cidades.

Conforme Pereira (2013, p.146), as feiras do agronegócio

[...] para além da inegável importância econômica e do seu papel de difusão da informação no campo, também personificam esta psicosfera que rege os espaços do agronegócio, ao mesmo tempo em que fortalecem, no lugar, um cotidiano e um modo de vida muito administrados pela racionalidade corporativa da modernização do campo.

Dessa forma, essa psicosfera modernizadora vai sendo aderida nas práticas cotidianas do lugar a partir do consumo de produtos ditos modernos como máquinas e implementos agrícolas, sementes geneticamente modificadas, e serviços especializados como o georreferenciamento e geoprocessamento de propriedades agrícolas, assistência técnica agrícola de agrônomos e veterinários, entre outros, que estão presentes nas feiras do agronegócio. É assim que verificamos como o “moderno”, e sobretudo o agronegócio, se instaura no cotidiano local, especialmente nos agentes que participam diretamente nas atividades do setor. Desta maneira, vão sendo criadas no MATOPIBA bases que estimulam e colaboram para o aprofundamento do agronegócio e todas suas implicações territoriais produzindo, assim, um meio racionalizado e condizente com as necessidades do mercado.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Observamos a busca dos agentes hegemônicos (mercado e Estado) do agronegócio em construir um discurso único. A produção de *commodities* e consequente expansão do agronegócio são ditas como únicas possibilidades de desenvolvimento do Brasil, e constatamos tal situação a partir do MATOPIBA, onde o agronegócio é apresentado como a grande condição de melhoria de vida das populações da região. Essa conformação política e ideológica é uma das formas de evidenciarmos a constituição de um “consenso das *commodities*” (SVAMPA, 2013), em que a especialização na produção de mercadorias mais competitivas (como *commodities* agrícolas, soja, algodão, entre outros, para o caso brasileiro) torna-se elemento central para uma inserção competitiva na divisão internacional do trabalho dos países sul americanos.

A criação de um discurso único busca evidenciar a “vocação natural” desses países de serem grandes produtores e exportadores de matérias primas de baixo valor agregado, configurando-se como a única possibilidade dos países sul americanos de se inserirem de forma competitiva no cenário internacional. Assim, a formação de discursos, de uma psicofera, de desenvolvimento econ mico a partir da produção de *commodities* torna-se elemento que viabiliza e legitima o avanço do agronegócio na região do MATOPIBA. Configura-se, portanto, na busca da inserção no lugar de uma racionalidade vinculada com as dinâmicas econ micas e políticas da globalização, que em muitas vezes divergem com as necessidades das populações que historicamente vivem nos cerrados.

O Estado brasileiro tem papel fundamental para a inserção desta racionalidade hegemônica no MATOPIBA. Este macroorganizador do espaço está construindo um discurso baseado em informações técnico-científicas (lembrando o papel da Embrapa para construir uma região para o agronegócio) para evidenciar a importância do MATOPIBA para o país na atualidade, sendo uma estratégia de convencer os diversos segmentos sociais sobre a necessidade do desenvolvimento de políticas públicas para o fortalecimento do agronegócio no MATOPIBA, sobretudo na produção de *commodities* voltadas para o mercado externo. Constrói-se uma divulgação da região com o propósito de evidenciar as várias vantagens produtivas do lugar, configurando como uma das formas de demonstrar as oportunidades que essa região oferece para a ampliação da riqueza dos grandes grupos empresariais envolvidos com o agronegócio. Tal condição retrata-nos a busca incessante do Estado em produzir condições materiais e imateriais para o uso corporativo do território.

Percebemos, também, que os discursos dos agentes hegem nicos não são neutros, pois suas narrativas são carregadas de intencionalidades e expectativas que buscam qualificar o agronegócio como via de “progresso” regional, configurando-se como uma das poucas “alternativas” para superar a escassez de recursos materiais e imateriais pela qual passa essa região. Desta forma, a constituição de uma psicofera torna-se uma ferramenta de atuação política das corporações, que acaba intervindo no cotidiano da população local e produz um ambiente disciplinado e obediente aos seus interesses. Portanto, as corporações influenciam na dinâmica do território a partir da elaboração de um novo conjunto de valores, práticas, e ações que propiciam maior competitividade regional.

Referências

AGREX DO BRASIL. **Sustentabilidade**. (2016). Disponível em: <<http://www.agrex.com.br>>. Acesso em 14 nov. 2016.

BALBIM, Renato Nunes. A quinta dimensão do espaço cotidiano e práticas espaciais. In: SOUZA, Maria Ad lia Aparecida (Org.). **Território brasileiro: usos e abusos**. Campinas: Edições Territorial, 2003. p.174-185.

BRASIL. **Governo Federal lança plano para desenvolver nova fronteira agrícola**. 2015. Disponível em: <<http://www.planalto.gov.br/noticias>>. Acesso em: 04 out. 2016.

CASTRO, Iná Elias. Imaginário político e território: natureza, regionalismo e representação. In: CASTRO, Iná Elias; GOMES, Paulo Cesar da Costa; CORRÊA, Roberto Lobato (org.). **Explorações Geográficas**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1997. p.155-196.

CHS NOTÍCIAS. Telegram: na rota do crescimento. **Chs Notícias**. [S.I], p. 1-1. jul. 2015.

ELIAS, Denise. **Globalização e agricultura**: a região de Ribeirão Preto – SP. São Paulo: Edusp, 2003.
_____. Globalização e fragmentação do espaço agrícola no Brasil. In: **Scripta Nova - Revista Eletrônica de Geografia y Ciências Sociales**. Barcelona, v. 10, 2006.

EMBRAPA. **Matopiba é fator de segurança alimentar do Nordeste**. 2014. Disponível em: <<https://www.embrapa.br/busca-de-noticias/-/noticia/2108739/matopiba-e-fator-de-segurancaalimentar-do-nordeste>>. Acesso em: 08 out. 2016.

INCRA. **Incra e Embrapa promovem diagnóstico territorial estratégico da região do MATOPIBA**. Disponível em: <<http://www.incra.gov.br/noticias/incra-e-embrapa-promovemdiagnostico-territorial-estrategico-da-regiao-do-matopiba>>. Acesso em: 30 set. 2016.

KAHIL, Samira Peduti. Psicoesfera: uso corporativo da esfera técnica do território e o novo espírito do capitalismo. **Sociedade e Natureza**, Uberlândia, v.22, p.475-485, 2010.

LENCIONI, Sandra. Introdução. In: _____. **Região e geografia**. São Paulo: Edusp, 2003. p.15-30

MARTINS, José de Souza. O tempo da fronteira: retorno à controvérsia sobre o tempo histórico da frente de expansão e da frente pioneira. In: _____. **Fronteira**. A degradação do outro nos confins da humanidade. São Paulo: Contexto, 2014

MINISTÉRIO DO MEIO AMBIENTE. **Relatório Técnico De Monitoramento Do Desmatamento No Bioma Cerrado, 2002 a 2008; 2008-2009; 2009-2010**. Dados Revisados. Brasília: Centro de Informação, Documentação Ambiental, 2009; 2011a; 2011b. Disponível em: <<http://www.mma.gov.br>>. Acesso em: 9 nov. 2015.

MIRANDA, Evaristo. **Cerrados**: salvação na lavoura. 2015. Disponível em: <<http://www.evaristodemiranda.com.br/page/1/>>. Acesso em: 04 out. 2016.

ORIOLI, Álvaro Luiz; CAMARGO, Amábilio J. A. de. Principais problemas ambientais causados pela implantação de lavouras. In: YOSHII, Kazuhiro; CAMARGO, Amambílio J. A. de; ORIOLI, Álvaro Luiz (Org). **Monitoramento ambiental nos projetos agrícolas do PRODECER**. Planaltina, DF: CAMPO/EMBRAPA Cerrados/JICA, 2000, p.19-26.

PEREIRA, Evelyn Andrea Arruda. **A empresa e o lugar na globalização**: a 'responsabilidade social empresarial' no território brasileiro. 205 f. Dissertação (Mestrado) - Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2007.

PEREIRA, Mirlei Fachini Vicente. **Território e economia na região do agronegócio em Minas Gerais: as cidades e o campo moderno no Triângulo Mineiro/Alto Paranaíba (Uberlândia, Uberaba e Patrocínio)**. Uberlândia, 2013. (Relatório final de pesquisa).

PREFEITURA DE BOM JESUS. **Bom Jesus e destaque em programa da tv cidade verde**. 2015. Disponível em: <<http://www.bomjesus.pi.gov.br>>. Acesso em 11 nov. 2016.

PREFEITURA DE PORTO NACIONAL. **Otoniel recebe gerente da Granol que informa início das operações industriais da empresa em Porto Nacional**. 2015. Disponível em: <<http://www.portonacional.to.gov.br/>>. Acesso em: 20 dez. 2016.

RIBEIRO, Ana Clara Torres. O poder (des)organizador dos meios de comunicação. In: PIQUET, Rosélia; RIBEIRO, Ana Clara Torres (Org). **Brasil território da desigualdade: descaminhos da modernização**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1991. p.44-55.

RISA. **Risa agricultura**. (2016). Disponível em: <<http://risasa.com/>>. Acesso em: 18 jul. 2016.

ROMÃO, Lucília Maria Sousa. O discurso do agronegócio e a evidência do sentido único. **Revista NERA**, Presidente Prudente, p. 1-13, 2006.

SANTOS, Milton. **Por uma outra globalização**. Rio de Janeiro: Record, 2001.

_____. **A natureza do espaço**. Técnica e tempo. Razão e emoção. São Paulo: Edusp, 2002.

_____. O retorno do território. **OSAL: Observatório Social de América Latina**. Buenos Aires, n. 16, p.250-261, 2005.

_____. **O espaço dividido**: os dois circuitos da economia urbana dos países subdesenvolvido. São Paulo: Edusp, 2008.

_____. **A urbanização brasileira**. São Paulo: Edusp, 2009.

SIGIVILARES. **Prefeito aproveita lançamento do Matopiba para reforçar pedidos junto ao Ministério da Agricultura**. (2015). Disponível em: <<http://sigivilares.com.br>>. Acesso em: 11 nov. 2016.

SILVEIRA, María Laura. Banalidade das finanças e cidadania incompleta: lugar e cotidiano na globalização. **Geosp – Espaço e Tempo**, v. 21, p. 370-383, 2017

SLC AGRÍCOLA. **Informações institucionais**. (2017). Disponível em: <<https://www.slcagricola.com.br>>. Acesso em: 01 fev. 2017.

SOUZA, Glaycon Vinícios Antunes. **A elaboração da viabilidade territorial para o agronegócio na região do MATOPIBA**. 194 f. Dissertação (mestrado) – Curso de geografia, Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, 2017.

SVAMPA, Maristella. Consenso de los *Commodities* y lenguajes de valoración en América Latina. **Nueva Sociedad**, [s.i], v. 244, p.30-46, 2013.

Agradecimento

Este artigo resulta de uma pesquisa de mestrado que contou com o apoio financeiro da Fundação de Amparo à Pesquisa de Minas Gerais (FAPEMIG).