

Agronegócio e educação ambiental: uma análise crítica

Rodrigo Lamosa*
Carlos Frederico B. Loureiro**

Resumo

Desde 2001, a Associação Brasileira do Agronegócio (ABAG) passou a difundir o agronegócio por meio do programa de educação ambiental “Agronegócio na escola”, desenvolvido na rede pública de ensino de diversos municípios do estado de São Paulo. Neste artigo, discutem-se, a partir da entrada de projetos de educação ambiental de organizações privadas nas escolas públicas, as implicações para as estratégias empresariais e para a comunidade escolar. A investigação se traduziu em um estudo de caso, cujo recorte se justifica à medida que a ABAG se insere em um conjunto de entidades empresariais que desenvolvem programas educacionais em escolas públicas. A argumentação sustentada neste trabalho é que as escolas públicas e a educação ambiental, por meio de projetos empresariais, são utilizadas como espaço e instrumento de difusão da nova sociabilidade do patronato rural e da ideologia do desenvolvimento sustentável. O artigo concluiu que é possível identificar que o programa garante elementos indispensáveis à qualidade da escola pública: formação de professores, material didático e projetos educacionais. Entretanto, a inserção do programa organizado por uma entidade privada retira a possibilidade de existência do caráter público da escola, dado que o ensino promovido neste espaço passa a ser mediado por interesses do mercado.

Palavras-chave: Educação ambiental. Escola pública. Associação Brasileira do Agronegócio. Programa Agronegócio na escola

* Professor FE/UFRJ; Professor Rede Municipal de Duque de Caxias; bolsista CAPES; Doutorando do Programa de Pós-Graduação em Educação (PPGE-UFRJ). E-mail: rodrigo1281@yahoo.com.br

** Professor do PPGE/FE/UFRJ; pesquisador CNPq; doutor em serviço social (ESS/UFRJ). E-mail: floureiro@openlink.com.br

1 Introdução

A Associação Brasileira do Agronegócio (ABAG), constituída por representantes dos segmentos produtivos que compõem o agronegócio brasileiro, foi fundada em 1993, em um evento no congresso nacional, com o objetivo de unificá-los em uma mesma representação patronal. A associação criou, ao longo de duas décadas, um braço pedagógico, responsável por formar os dirigentes de seus associados, difundir seus interesses e valorizar a imagem do agronegócio no país, defendido enquanto meio mais moderno de desenvolvimento econômico no campo, superior, portanto, ao latifúndio e às práticas produtivas de camponeses e demais trabalhadores rurais, vistas como resquícios de um passado a ser superado. Do ponto de vista do ideário ambiental, este é um discurso com apelo junto a amplos setores sociais que reproduzem o senso comum ambientalista, uma vez que o sentido de moderno posto pelo agronegócio indica ideologicamente uma associação direta com a urgência de se promover um tipo de desenvolvimento sustentável, que não é exequível, para o capital, com base em setores e formas de organização da produção classificadas por estes como arcaicas e de baixa capacidade tecnológica (LOUREIRO, 2012). Com isso, o mito da modernização ecológica, de uma sociedade sem conflitos, que aponta para a parceria, a racionalização no uso dos recursos naturais com aplicação de tecnologia limpa e de ponta (ALIER, 2009), se constitui em um eixo discursivo poderoso do agronegócio brasileiro.

A ABAG é um tipo novo de organização da classe dominante, difundido no país a partir dos anos 1990, no processo de reorganização do Estado (adoção do modelo de Estado gerencial) e liberalização da economia, com forte transferência das responsabilidades pelas políticas públicas e sociais para setores privados. Enquanto a forma de representação tradicional se restringia a organizar apenas um segmento da cadeia produtiva, o novo tipo de organização passou a mobilizar, organizar e representar diferentes frações do capital: agrária, comercial, industrial e financeira. Esse modelo de organização passou a desempenhar o papel de partido ou de “Príncipe Moderno” (GRAMSCI, 2011), no sentido de organizar e dar a direção moral e política à classe dominante no Brasil.

A capacidade de mobilização da organização de tipo novo não é o único fator que a difere do tipo tradicional de representação. As novas organizações da classe dominante, entre estas a ABAG, se caracterizam pelo alto poder de formação e difusão de seus interesses. O braço pedagógico deste tipo de representação é formado

por organizações que se dividem entre as tarefas de formar os intelectuais orgânicos da classe e assimilar os intelectuais tradicionais¹ ao seu projeto de poder. Segundo Gramsci (2011), ambas as tarefas são fundamentais para a hegemonia de uma classe. Enquanto os intelectuais orgânicos são aqueles responsáveis pela organização, em seus diferentes níveis, o intelectual tradicional remete àquelas categorias anteriores a instituição do capitalismo como forma dominante de organização social.

O braço pedagógico da ABAG se divide entre a formação dos intelectuais orgânicos do agronegócio e a assimilação dos intelectuais tradicionais, sobretudo, professores e jornalistas. Enquanto os intelectuais orgânicos são formados para atuarem como dirigentes na organização produtiva das empresas associadas, os professores e jornalistas são fundamentais na tarefa de disseminar um ideário que valorize as novas organizações. Ambas as categorias, professores e jornalistas, são recrutadas em eventos de premiação que afirmam a autoimagem do agronegócio como setor produtivo responsável social e ambientalmente.

A escola, local obrigatório de formação de jovens, neste contexto, passou a servir à divulgação desta imagem. A iniciativa de explorar o espaço escolar como meio de difundir a imagem empresarial foi promovida e materializada durante os últimos dez anos pelas classes dominantes. Desde a data de criação da ABAG, foram organizados diferentes movimentos de entrada de empresários nas escolas públicas brasileiras. Os principais foram: Movimento Brasil Competitivo (MBC), Conselho Empresarial Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável (CEBDS) e Movimento Todos pela Educação. Estes movimentos se caracterizam pela tentativa de unificar princípios dos setores empresariais que atuam no campo educacional. Em todos eles, houve presença de associados da ABAG (Banco Itaú, Banco Santander, Banco do Brasil, GLOBO Comunicações, VALE, MONSANTO, SADIA, Nestlé, por exemplo).

Neste artigo, a proposta foi discutir, a partir da entrada de projetos de educação ambiental formulados por estas organizações nas escolas públicas, suas

1 Segundo Gramsci, o processo histórico de formação das diversas categorias intelectuais assumiu diversas formas. As mais importantes são duas: o intelectual orgânico e o intelectual tradicional. O primeiro “deve ser um organizador de massa de homens, deve ser um organizador da ‘confiança’ dos que investem em sua empresa, dos compradores de sua mercadoria, etc.” (GRAMSCI, 2010, p. 15). Enquanto o intelectual orgânico nasce da necessidade da classe social organizar o projeto de dominação, o intelectual tradicional é a expressão do desenvolvimento preexistente, tendo sua origem a partir da estrutura econômica anterior. Gramsci destaca como exemplo de intelectual tradicional os clérigos e identifica como sua principal característica a crença na independência política juntos ao grupo social dominante. “Dado que várias categorias de intelectuais tradicionais sentem com ‘espírito de grupo’ sua ininterrupta continuidade histórica e sua ‘qualificação’, eles se põem a si mesmos como autônomos e independentes do grupo social dominante.” (GRAMSCI, 2011, p 17).

implicações para as estratégias empresariais e para a comunidade escolar. Nesse sentido, foi analisado um estudo de caso: o projeto de educação ambiental, denominado “Agronegócio na Escola”, desenvolvido pela ABAG em redes municipais e na rede estadual de educação de São Paulo há mais de dez anos.

A principal argumentação sustentada neste trabalho é que as escolas públicas e a educação ambiental, por meio de projetos empresariais, são utilizadas como espaço e instrumento de difusão da nova sociabilidade da classe dominante brasileira, enquanto os professores, entendidos como intelectuais tradicionais, vêm sendo assimilados ao projeto societário hegemônico. Esse processo renovou as teses de proletarização e desprofissionalização docente, muito difundidas na década de 1980 (OLIVEIRA, 2004).

A principal referência teórico-metodológica deste artigo foi o Materialismo Histórico, fundamental para a Educação Ambiental Crítica, utilizada para contextualizar o movimento de reorganização da sociabilidade do patronato rural e a inserção de projetos empresariais de educação ambiental nas escolas. A investigação se traduziu em um estudo de caso (YIN, 2010), à medida que a ABAG se constitui como um tipo de organização que se difundiu no Brasil a partir da década de 1990, com características particulares que a difere de um tipo tradicional de organização da classe dominante brasileira. Além disto, o programa educacional “Agronegócio na Escola” é analisado neste artigo no contexto de entrada do empresariado nas escolas públicas, ocorrido, sobretudo, a partir dos anos 2000.

O artigo conclui afirmando que é possível identificar uma situação contraditória criada pela precariedade que caracteriza a educação pública brasileira. O programa garante às Secretarias de Educação elementos indispensáveis à qualidade da escola pública: formação de professores, material didático e projetos educacionais. Entretanto, ao fecharem acordo com a associação empresarial, as Secretarias permitem a inserção de um programa organizado por uma entidade privada que retira a possibilidade de existência da autonomia e do caráter público da escola. O ensino passa a ser mediado por interesses privados e a ideologia do desenvolvimento sustentável capitalista é reproduzida como única opção (FOLADORI, 2001), sem mediações críticas e historicidade na análise do modo de produção e suas implicações sobre o mundo do trabalho e o metabolismo sociedade-natureza.

A “escola desinteressada”, defendida por Gramsci (2011), como modelo de escola pública fica, então, impedida por um projeto de “escola interessada”, tendo seus interesses confundidos com o mercado. Consequentemente, o necessário sentido universalista de políticas públicas de educação fica reduzido a uma apropriação particularista do Estado, cujos interesses restritos de uma classe ou fração desta se afirma como interesses de todos, legitimando e naturalizando a apropriação privada do espaço escolar. E a educação ambiental, oriunda de um questionamento radical à sociedade contemporânea e ao modo de vida dominante, cuja criticidade está presente em sua Política Nacional (Lei n. 9795/99), assume também contraditoriamente função preponderante de reprodução ideológica de uma nova sociabilidade na qual o patronato rural vinculado ao agronegócio é um de seus protagonistas.

O contexto de criação da ABAG

A criação da ABAG ocorreu no contexto em que ganhou destaque nacional a Organização das Cooperativas Brasileiras (OCB). A OCB, fundada em 1969, foi a entidade de representação do patronato rural que reuniu as frações mais associadas ao processo de modernização do campo no Brasil, ocorrida entre os anos 1960 e 1970. A entidade foi presidida por Roberto Rodrigues durante todo este contexto e este, junto com o diretor Ney Araújo, foi um dos principais responsáveis pela criação da ABAG.

A ABAG surgiu como uma organização de tipo novo, reunindo, além da OCB, a tradicional Sociedade Nacional da Agricultura (SNA), fundada em 1897, e a Sociedade Rural Brasileira (SRB), criada em 1919. Enquanto Roberto Rodrigues ficou presidindo a OCB, a principal “representação legal-formal”, Ney Araújo se tornou presidente daquela que seria a principal “representação real” do patronato rural. (MENDONÇA, 2010). A principal diferença entre os dois tipos de representação é que a nova organização não é um tipo tradicional de representação patronal, ou seja, não fala apenas em nome de uma fração agrária. A nova associação mobiliza entre seus associados um conjunto de frações agrárias e outras frações da classe dominante brasileira que historicamente estiveram associadas à urbanidade, no caso das frações comerciais, industriais e financeiras.

O objetivo do partido do agronegócio foi formular e mobilizar, difundindo os interesses do conjunto das frações agrárias mais modernas do Brasil, além da unidade entre estas e outras frações da classe dominante, no interior da sociedade

civil. A ABAG está longe de ser apenas uma organização dos proprietários rurais. Desde sempre, seu objetivo foi aproximar a organização de grandes empresas de capital nacional e estrangeiro, membros das frações industriais e, principalmente, financeiras. Assim, a ABAG reuniu as características necessárias para ser a precursora de um movimento de reorganização do padrão de sociabilidade da classe dominante no Brasil. A sociabilidade corresponde à forma com que as classes sociais produzem e reproduzem as condições objetivas e subjetivas de sua própria existência, segundo Martins (2009), “sob mediação das bases concretas da produção, de uma dada direção política e do estágio de correlação de forças presentes num certo contexto.” A reorganização do padrão de sociabilidade do patronato rural ocorreu desencadeada por uma crise da representação, iniciada a partir das transformações surgidas do processo de modernização da agricultura brasileira. Esta modernização não operou mudanças apenas na base técnica da produção agrícola. Segundo Mendonça (2010), dois desdobramentos não econômicos resultaram da modernização da agricultura brasileira: “a emergência de novas posições sociais” e a “redefinição dos papéis desempenhados pelo Estado em sentido estrito”.

No processo de modernização da agricultura brasileira o divórcio entre a agricultura, indústria e bancos, foi superado na esfera produtiva (MULLER, 1981). Em termos políticos, no entanto, o divórcio só seria superado na década de 1990, quando a ABAG conseguiu reunir todas as frações que “direta ou indiretamente encontram-se envolvidas com a atividade agrícola e agroindustrial.” (BRUNO, 1997, p. 36).

A modernização da agricultura brasileira acirrou entre o patronato rural, as disputas pela hegemonia da fração agrária. A disputa pelo monopólio legítimo da fração agrária da classe dominante, tanto na sociedade civil, quanto no interior do estado estrito, antagonizou duas entidades patronais durante todo o século XX: a tradicional Sociedade Nacional da Agricultura (SNA) e a Sociedade Rural Brasileira (SRB). Enquanto a primeira tinha raízes no Rio de Janeiro, a segunda era paulista. As diferenças entre as duas entidades patronais não são medidas pela localização, mas pelas divergências políticas que acirram as disputas entre estas durante todo o período republicano (MENDONÇA, 1997).

A concorrência entre as representações patronais agrárias aumentou na medida em que a modernização da agricultura foi responsável por uma ampla diferenciação de interesses entre as frações da classe dominante no campo. Segundo Mendonça

(2010), os efeitos da crise econômica da década de 1970 e, sobretudo, a escassez de recursos públicos para o financiamento da agricultura na década de 1980, aprofundaram a crise de representação patronal. Da mesma forma que a modernização especializou a agricultura, produziu uma enorme variedade de representações e interesses divergentes nas disputas pelo financiamento público. A diminuição dos recursos do Estado, escasseados pela crise, agravou ainda mais as diferenças entre as frações da classe dominante, com reflexos para a representação patronal. Segmentada ainda mais com a criação das cooperativas, surgidas nos anos de modernização do campo brasileiro, o patronato rural só conseguiu definir uma direção política de tipo partidária, no sentido de difundir a consciência de classe e organizar as diferentes frações da agricultura brasileira em torno de um mesmo projeto de poder, na década de 1990, com a criação da ABAG.

2 O braço pedagógico da ABAG

Em sua criação, a ABAG se definiu como “a instituição representativa dos interesses comuns aos agentes das cadeias agronômicas, de modo que possam expressar-se de maneira harmônica e coesa nas questões que lhes são comuns.” (ABAG, 1993, p. 18). A função assumida pela ABAG, no entanto, só poderia ter sucesso mediante a organização de uma poderosa capacidade dirigente. Neste sentido foi necessária a formação dos intelectuais orgânicos responsáveis por dar vida às estratégias de hegemonia e, por fim, representar a articulação campo-cidade no interior da classe dominante, por intermédio da unidade entre as frações agrária, industrial e financeira do capital. Enfim, a ABAG deveria cumprir o papel destinado a um partido, no sentido gramsciano, ou seja, elevar a consciência do patronato rural ao nível ético-político, sempre em busca da hegemonia, entendendo-a como direção intelectual e moral junto aos aliados, adversários e, inclusive, sobre os inimigos políticos. O partido, segundo Gramsci, exerce a função de:

equilíbrio e de arbitragem entre os interesses de seu grupo e os outros grupos, fazendo com que o desenvolvimento do grupo representado ocorra com o consenso e com a ajuda dos grupos aliados, se não mesmo dos grupos decididamente adversários. (GRAMSCI, 2011, p. 300).

A ABAG formou, ao longo das últimas duas décadas, um braço pedagógico compreendido pelo Instituto PENSA, localizado na Universidade de São Paulo (USP), e pelo Centro de Estudos do Agronegócio (GV Agro), na Fundação

Getúlio Vargas (FGV-SP), além de outros dois institutos. A atuação deste braço pedagógico foi fundamental, tanto na produção de pesquisas para o agronegócio, quanto na formação dos quadros dirigentes das empresas associadas ao partido do agronegócio e da própria ABAG (MENDONÇA, 2010).

As pesquisas realizadas pelas instituições que formam o braço pedagógico da ABAG servem tanto como suporte técnico-científico para seus associados, quanto para divulgação dos benefícios sociais e ambientais do agronegócio. As pesquisas são divulgadas em cursos produzidos por estes institutos, tanto em suas sedes, quanto nas sedes dos próprios associados.

O braço pedagógico da ABAG é fundamental na elaboração e divulgação dos interesses do partido do agronegócio, além da formação de seus intelectuais orgânicos. Segundo Gramsci, todo grupo social cria para si “uma ou mais camadas de intelectuais que lhe dão homogeneidade e consciência de sua própria função, não apenas no campo econômico, mas também no social e político (...)” (GRAMSCI, 2011, p. 203). O instituto PENSA, por exemplo, segundo Pinto (2010), conseguiu unificar, embasar e fortalecer o discurso das frações agroindustriais que criariam a ABAG “visando a reforçar e a ampliar seu espaço político de atuação e sua legitimidade também junto às agências da sociedade política.”

O PENSA desde sua criação esteve situado fisicamente no interior da Universidade de São Paulo (USP) e recebeu verbas de empresas privadas e organizações do agronegócio brasileiro. O programa se dedicou tanto a programas regulares de ensino, quanto à formação continuada, com destaque para os cursos dirigidos às empresas associadas. Em busca no site do instituto, é possível verificar que as pesquisas organizadas por professores com a participação de alunos se dedicam prioritariamente aos estudos de caso, com a participação das empresas. Os projetos desenvolvidos pelo PENSA, segundo Zylberstajn, visam a se dedicar a “[...] situações-problema enfrentados por empresas reais e que são ilustrativos do momento por que passa o agribusiness brasileiro e internacional.” (ZYLBERSTAJN, 1993, p. 23).

A atividade do PENSA não pode ser percebida apenas como uma mera instrumentalização de frações agrárias que passaram a ter assistência na inovação tecnológica. Os intelectuais associados ao PENSA são responsáveis por organizar e uniformizar o discurso do agronegócio brasileiro, assumindo postos importantes na própria ABAG.

A ABAG reuniu entre suas associadas indústrias à montante, indústrias a jusante, armazenadores, transportadores, distribuidores, entidades financeiras, comerciais e de serviços. Tomando como referência a diretoria e o conselho administrativo da ABAG, encontram-se entre seus principais associados os representantes de cooperativas, como a Batavo, Cotia, Mococa, Carol, Holambra, Cooxupe, Copersucar e Fecotriço. Do setor ligado ao comércio estão a CPM Comércio Exterior Ltda., Agroceres S.A., Eximcoop, Cotia Trading Comércio, Exportação e Importação, Comercial Quintela e Casas Sendas. Entre as indústrias estão a Monsanto, VALE, Gerdau, Fertibras, Iochpe-Maxion, ICI do Brasil e Copas. Entre as empresas agroindustriais estão presentes a Sadia, Nestlé, Cambuhy, Suprarroz e Sanbra. Entre os bancos estão o Itaú, Santander, Banco Noroeste e o Credit Lyonnais. Há a representação da Bolsa de Cereais de São Paulo, da Bolsa de Mercadorias e Futuros e das Fazendas reunidas Cabrera (ABAG, 2002).

O partido do agronegócio reivindica o número diverso de frações da classe dominante que representam, segundo o site oficial da ABAG, cerca de 30% do PIB, 40% das exportações, mais de 60% do fluxo de caixa interno, 40% de toda a força de trabalho do país e 70% do consumo das famílias brasileiras. A proposta da ABAG é ter o reconhecimento deste peso político, sendo sua agenda de interesses encaminhada pelas agências do estado estrito (ABAG, 2008).

O pensamento produzido pela ABAG, a partir de seu braço pedagógico, se baseou no binômio: competitividade internacional e segurança alimentar. A competitividade seria garantida pela inserção definitiva do agronegócio brasileiro no mercado mundial. Para organizar esta estratégia, a ABAG criou o Instituto de Estudos do Comércio e Negociações Internacionais (ICONE). A segurança alimentar foi o tema difundido, internacionalmente, pelos intelectuais coletivos do capital (Banco Mundial, Fundo Monetário Internacional, UNESCO) e, nacionalmente, pela ABAG. A questão sobre a segurança alimentar, evidentemente, não é a negação da importância do atendimento às necessidades vitais de nutrição e alimentação e acesso a alimentos de qualidade. O que não é apresentado pelo agronegócio é o debate sobre soberania alimentar, que indica um posicionamento político e econômico de autonomia na produção, com destaque para a produção familiar e agroecológica. Nessa construção discursiva do agronegócio é secundarizado um debate concreto sobre como garantir a segurança alimentar em uma cadeia produtiva de alimentos sob controle concentrado de reduzido número de agentes econômicos, que atuam no monopólio tanto na produção quanto na distribuição e circulação do alimento. (PORTO-GONÇALVES, 2004).

Para organizar a difusão da “responsabilidade social” e o “compromisso do agronegócio com a sustentabilidade”, termos retirados de seu próprio site, a ABAG criou, em 2008, o Instituto para o Agronegócio Responsável (ARES). Estes são “ideias-força” que ganharam espaço na política nacional e internacional pós anos 1990, com a difusão da proposta de “terceira Via”, assumida no Brasil no governo Fernando Henrique Cardoso, com reflexos, inclusive, em sua proposta de Estado Gerencial, sob o comando intelectual de Bresser-Pereira. (KAPLAN; SERRÃO; LAMOSA; LOUREIRO, 2012).

A “Terceira Via” parte do princípio de que a “sociedade civil”, como a que existia no passado já não existiria mais. Os conflitos entre as classes sociais que estruturaram o capitalismo em um determinado período da história teriam sido “produto de arranjos sociais que não mais existem” (GIDDENS, 1996, p. 114). Afinal, o trabalho como visto anteriormente, não seria mais central nesta sociedade. No novo padrão de sociabilidade, o Estado deveria ser capaz de produzir a “renovação das solidariedades danificadas” pela antiga luta de classes (GIDDENS, 2007).

Assim, os conceitos “classe social”, “conflito” e “exploração”, seriam substituídos, segundo os teóricos da “Terceira Via”, por conceitos como “responsabilidade social”, “colaboracionismo” e “voluntariado”. Entendendo que as empresas, sobretudo as corporações industriais, são, com frequência, as principais fontes de poluição, Giddens propõe que

ie

[...] os democratas modernizadores deveriam sempre que possível procurar trabalhar com as empresas em vez de contra elas. Os grupos e organizações empresariais devem ser ativamente recrutados para ajudar a criar uma sociedade, tanto no nível local como mundial, em que tenham um papel responsável (GIDDENS, 2001, p. 144).

fe

A perspectiva da responsabilidade das empresas é defendida pelos teóricos da “Terceira Via” como fundamental no novo padrão de sociabilidade das empresas. Segundo Giddens, o governo deve “garantir que a responsabilidade corporativa dê peso total à responsabilidade ecológica, nos vários significados que este termo carrega” (GIDDENS, 2001, p. 148). A responsabilidade social e ecológica passou a fazer parte da estratégia política de diversas empresas, podendo afetar nos seguros de seus empreendimentos, na administração, em suas vendas e na relação com os consumidores.

A proposta da “Terceira Via”, até pelo momento histórico em que é concebida, dialoga perfeitamente com o discurso da sustentabilidade, baseado na economia verde, na gestão racional de recursos, na cooperação internacional para a transferência tecnológica e na solidariedade enquanto apelo ético. Assim, este discurso é produzido como se não houvesse mais projetos societários em disputas com usos antagônicos do conceito de sustentabilidade e de proposição de caminhos outros para a produção, a organização político-institucional e a garantia da diversidade de modos de vida. Ou seja, o ambiental/ecológico é utilizado como apelo em torno de algo que nos une e que elimina, nesse movimento, todas as desigualdades e conflitos, como se o ambiental já não fosse produto histórico de relações sociais determinadas.

A difusão dessa ideologia compatibilista da responsabilidade socioambiental do agronegócio brasileiro é feita, portanto, por todo o braço pedagógico: PENZA (USP), GV Agro (FGV-SP), ARES e ICONE. O investimento no agronegócio é divulgado pela ABAG como a ferramenta fundamental para a inserção do Brasil no mercado internacional e estratégia para solução dos problemas sociais do país. A divulgação do pensamento formulado por este braço pedagógico é realizada através de diversas revistas: *Agroanalysis* – A revista de agronegócios da FGV, editada desde Junho de 2006; a *Revista Nacional do Cooperativismo*, o informativo OCB, editado desde 1990; a *Revista Panorama Rural*: a revista da Agrishow, editada desde 1999; o *Informativo da ABAG*, editado desde 2006; e o *Boletim do PENZA*, editado desde 2006.

Desde setembro 2001, a ABAG desenvolve a Campanha de Valorização Institucional da Imagem do Agronegócio. Batizada no passado como a *Capital do Café*, Ribeirão se consagra nos dias de hoje como a “*Capital Brasileira do Agronegócio*”, onde a cadeia produtiva do “*Ouro Negro*” continua figurando ao lado de tantas outras. Segundo a ABAG, em seu site oficial, grande parte da população ainda pensa que a finalidade do agronegócio se restringe à produção de comida, esquecendo-se das fibras e energia, dos empregos, dos salários e de tudo o que gira em torno do que é produzido no campo.

A importância do agronegócio na vida das pessoas e para o desenvolvimento econômico e social das cidades, da região e do país são os principais assuntos abordados pelas Campanhas da ABAG. Foram produzidos 37 filmes institucionais, com duração de 30 e 60 segundos, que são veiculados diariamente nas principais

emissoras de TV da região. Na primeira fase da Campanha (2001 a 2005) o slogan escolhido foi: “Agronegócio: sua vida depende dele”. Foram mostradas várias nuances da interdependência campo-cidade.

Em 2006 a Campanha ganhou novo slogan: “Agronegócio: todos fazem parte” (ABAG, 2008). Nesta fase foi mostrado que o Agronegócio não se faz apenas com grandes propriedades rurais. Os pequenos proprietários também são relevantes para o setor e desempenham importante papel na geração de emprego, renda e no abastecimento dos centros urbanos. Em 2009, uma nova fase da campanha entrou no ar, com o slogan: “Agronegócio: você também faz parte”. Como estratégia para melhorar sua imagem, a ABAG desenvolve peças publicitárias em que a palavra Agronegócio assume contornos diferentes: AgroTrabalho, AgroSaúde, AgroVida, AgroEnergia e AgroFuturo. A substituição do termo “negócio” por outras que permeiam o dia a dia das pessoas serviu para mostrar o quanto o agronegócio está presente em suas vidas, sem que elas se deem conta disso.

Em 2011, a ABAG lançou mais uma campanha publicitária, cumprindo assim seu papel difusor da nova imagem construída para o patronato rural. A campanha “Sou Agro”, divulgada nos principais canais de televisão, revistas e jornais impressos do país foi a principal iniciativa neste sentido. Esta campanha publicitária vem sendo apresentada por artistas da Instituição Globo de comunicação, uma das principais associadas da ABAG. Anualmente, segundo informa o site oficial da ABAG, estão sendo veiculadas mais de duas mil inserções, entre vinhetas de patrocínio e filmes institucionais. Desta maneira, a ABAG continua nos seus quase vinte anos de existência, cumprindo sua missão de atuar na construção de uma nova imagem do agronegócio.

O braço pedagógico da ABAG foi fundamental para a organização e difusão do novo padrão de sociabilidade do patronato rural. As classes sociais produzem e reproduzem ao longo da história as condições objetivas e subjetivas de sua existência, ou seja, adequando sua sociabilidade à situação histórica. Na atual fase do capitalismo, estas condições foram substancialmente modificadas, refletindo em um novo padrão de sociabilidade e em novos preceitos de participação, cidadania e organização do patronato rural. Foi neste contexto em que a escola pública, em geral, e a educação ambiental, em particular, foram inseridas no projeto da ABAG.

3 O programa Agronegócio na Escola e a nova imagem do patronato rural

Na medida em que a educação brasileira se expandiu, sobretudo no segmento do Ensino Fundamental e, mais recentemente, no próprio Ensino Médio, o interesse do empresariado em se inserir nas escolas aumentou. O movimento “Todos pela Educação”, criado em 2006, propôs a “parceria” de todos os segmentos da sociedade, incluindo, sobretudo, seus fundadores e associados, com as escolas públicas, espaço de formação de milhões de jovens em todo o país (LEHER, 2011). A força de mobilização, deste movimento está inserida em um contexto mais amplo de reorganização da sociabilidade da classe dominante no Brasil (NEVES, 2005), onde o empresariado assumiu uma fisionomia neofilantropica, aproximou-se do discurso ambiental e passou a ter na escola pública um espaço de difusão desta nova imagem.

A ABAG pode ser considerada uma vanguarda desse movimento empresarial de inserção na escola pública, pois realiza, desde 2001, em “parceria” com a Secretaria Estadual de Educação de São Paulo e, desde 2008, com diversas prefeituras municipais do mesmo estado, o programa Agronegócio na escola. O programa está situado em uma região caracterizada por constantes conflitos entre o agronegócio e movimentos sociais sem-terra, responsáveis por vários assentamentos. O programa, portanto, se insere na estratégia da ABAG em reorganizar a sociabilidade da classe dominante no campo brasileiro, operando novas táticas políticas com o objetivo de difundir a nova imagem do patronato rural, representado no atual contexto pelo agronegócio.

A estratégia de inserir nas escolas um programa de educação ambiental do Agronegócio visa a “promover a valorização da imagem do agronegócio”, segundo o próprio site da ABAG. O programa objetiva educar jovens, filhos de trabalhadores, apresentando o ideário da responsabilidade social e ambiental do agronegócio, enquanto caminho moderno e viável para a sustentabilidade, em uma região marcada pelo conflito social e ambiental. Em seu site oficial, a ABAG justifica o investimento no programa Agronegócio na escola, pois entende que “um dos instrumentos mais eficazes para promover a valorização da imagem do Agronegócio é a educação.” A valorização da imagem do Agronegócio deve ser feita pelo programa, através da ampliação da “consciência dos estudantes sobre as atividades agroindustriais da região”.

O programa Agronegócio na escola está inserido no projeto de hegemonia da ABAG. Por um lado o partido do agronegócio organizou seu braço pedagógico, formado pelo PENSA (USP), GV Agro (FGV-SP), ARES e ICONE, visando a operar a formação de seus intelectuais orgânicos. Através do programa Agronegócio na escola a ABAG incorporou em seu projeto de hegemonia os intelectuais tradicionais associados ao sistema público de educação. Segundo Gramsci, “uma das características mais marcantes de todo grupo que se desenvolve no sentido do domínio é sua luta pela assimilação e pela conquista “ideológica” dos intelectuais tradicionais (...)” (GRAMSCI, 2011, p. 206) Os intelectuais tradicionais são aqueles vinculados a instituições herdadas pelo capitalismo de épocas anteriores, como é o caso do sistema escolar.

A assimilação da escola pública e seus intelectuais ao projeto de hegemonia de uma determinada fração da classe dominante retira desta escola seu caráter público, à medida que seu projeto político pedagógico passa a sofrer a mediação de interesses privados. Assim, não é a comunidade escolar que produz seu projeto político pedagógico e seus mecanismos internos de discussão do planejamento escolar e curricular, mas certos interesses passam a mediar escolhas, a partir de então determinadas por benefícios materiais (material didático de qualidade, oferta de cursos, de complementação de renda, etc.) e convencimentos ideológicos que são inerentes à entrada de projetos de educação ambiental privados no espaço escolar público (LAMOSA, 2010). A escola “desinteressada” (GRAMSCI, 2011), aquela em que a formação dos jovens não se dá mediada por interesses privados, exige o caráter público que é antagônico ao processo de privatização exercido por programas como o Agronegócio na escola.

A escola pública, por ser o espaço obrigatório de educação para milhares de jovens, tornou-se, há dez anos (2001-2011), uma parceira na divulgação da autoimagem construída pela ABAG. Entre 2001 e 2008, o programa foi realizado em parceria com a Secretaria Estadual da Educação e desenvolvido em escolas pertencentes a dez Diretorias de Ensino da macrorregião de Ribeirão Preto. O programa foi destinado, segundo o site oficial da ABAG, aos estudantes do ensino médio, com o objetivo de “levar os conceitos fundamentais do agronegócio para as salas de aula, de forma multidisciplinar.” (site oficial da ABAG)

Em 2008, o Programa sofreu ajustes decorrentes de novas diretrizes da Secretaria Estadual da Educação. Em virtude das mudanças, vinte e nove escolas, de seis

Diretorias de Ensino, participaram do Programa. Ao todo, próximo de 4.800 alunos realizaram cerca de noventa visitas de campo às propriedades de associados da ABAG. Desde 2009, a ABAG firmou parcerias com as Secretarias Municipais de Educação do estado de São Paulo, sendo Ribeirão Preto a primeira a assinar o convênio. Segundo o site da associação, participaram do projeto cerca de 5.300 alunos de vinte e cinco escolas do município.

O programa se expandiu pelo estado de São Paulo e, em 2012, já está presente em sessenta e seis escolas de quatorze municípios. Nos mais de dez anos de história do programa, mais de 110 mil alunos foram educados pelo agronegócio. Um dos objetivos do Programa Agronegócio nas escolas, expostos no site oficial da ABAG, é unir as oportunidades dos alunos, os interesses de divulgação das empresas, associadas da ABAG na região, visitadas pelo projeto, e a preservação ambiental:

possibilitar aos alunos a conexão entre teoria e prática, levando a realidade para a sala de aula e vice-versa; oferecer oportunidades para que os alunos ampliem seus horizontes, enxerguem perspectivas, se orgulhem da região onde vivem; mostrar as diversas categorias profissionais envolvidas nas atividades do Agronegócio; contribuir para a diminuição da evasão escolar, estimulando o interesse e participação nas disciplinas cursadas; conscientizar os alunos sobre a necessidade da preservação ambiental, do resgate dos valores de cidadania e da melhoria na qualidade de vida. (ABAG, 2012).

A investigação documental sobre o programa identificou que o objetivo de valorizar a imagem do agronegócio brasileiro através da escola pública vem atingindo seus resultados. A assimilação dos profissionais da educação e a “conscientização” das crianças vêm ocorrendo por meio da formação continuada dos professores e de uma política de concursos e premiação. O “prêmio professor” avalia aqueles profissionais em seu processo de formação, que envolve palestras e visitas às unidades produtivas das empresas associadas da ABAG, e os projetos desenvolvidos nas escolas. Os professores vencedores ganham computadores e um passeio na feira Agrishow, organizada pela ABAG em Ribeirão Preto.

Os alunos são incentivados a participar do programa por intermédio da visita às empresas associadas à ABAG e através de concursos de frases e desenhos, cujo tema é o próprio agronegócio. Em 2011, as frases vencedoras foram:

Agronegócio: uma palavra, milhões de emprego; Agronegócio: cultivando reserva de vida para o futuro!; Agronegócio: é o combustível que faz o mundo funcionar; Apague com a borracha de látex toda a ideia que você tinha do agronegócio. Escreva em um papel de celulose as palavras progresso e sustentabilidade; Agronegócio: simples pra quem vê, essencial para quem vive. (ABAG, 2012).

O resultado do concurso de frases permite identificar como os valores promovidos pela ABAG foram assimilados pelos alunos. A nova imagem do agronegócio brasileiro, promovida pelo programa, através da apostila, das visitas às empresas associadas à ABAG e pela política de premiação fica expressa nas frases vencedoras. É evidente que o programa não atinge cem por cento daqueles que são formados por ele, educadores e alunos, mas as frases vencedoras mostram que entre os 100 mil alunos que passaram por ele, muitos foram educados pelo agronegócio.

O papel dos docentes no programa é realizar a mediação entre a ABAG e os alunos. No programa de televisão “Ação Cooperativa” que foi ao ar no canal Bandeirantes, no dia 23/06/2012, a coordenadora do programa foi entrevistada, deixando claro o papel dos educadores e seus objetivos:

Estas visitas são importantes porque elas trazem os professores até as empresas do agronegócio para que eles conheçam o real valor do setor e o que isto agrega de valor na região. Depois estes professores vão passar os conceitos e fundamentos do agronegócio que eles apreenderam para os alunos na sala de aula. Então estes alunos ficam motivados a conhecer, participar dos concursos, fazer frases, desenhos, participar dos concursos de redação.

Na fala da coordenadora do programa é possível identificar que o papel dos docentes se reduz a “passar” aquilo que a ABAG entende como sendo o papel do agronegócio na região. O resultado esperado pela coordenadora, em relação ao processo de ensino-aprendizagem, é, no mínimo, curioso. A proposta de educar os alunos para fazer frases, desenhos e participar dos concursos indica ser esta a principal forma de internalização entre os alunos da nova imagem promovida pelo agronegócio brasileiro, expressa nas frases vencedoras e premiadas pela ABAG.

A principal implicação do programa Agronegócio na Escola para o trabalho docente é a perda do protagonismo do educador na produção do conhecimento. Este é o principal aspecto que atualiza as teses de proletarização e desprofissionalização docente, muito recorrentes em trabalhos acadêmicos durante toda a década de 1980 (OLIVEIRA, 2004). Segundo estas duas teses, o profissional perdeu sua autonomia para conduzir o processo de ensino aprendizagem, elemento indispensável à profissionalização da carreira docente, e, sobretudo, o controle dos instrumentos de produção do conhecimento, tornando-se um proletário, um entregador de conhecimento, como fica claro na fala da coordenadora do programa Agronegócio na Escola.

Entre os alunos, a principal questão, debatida inclusive em reuniões do Conselho Municipal de Educação, é a perda da criticidade do processo de aprendizagem, como é possível identificar pela ata da reunião do dia 23/02/2011:

A conselheira Adriana disse que muitos projetos precisam ser repensados, porque possuem um viés ideológico e isso é perigoso e citou o Agronegócio na escola. Afirmou que apesar dos projetos chegarem como opcionais para a escola há uma pressão indireta e velada. Na verdade não é dessa forma que devemos estruturar e conduzir projetos a serem desenvolvidos na escola. A conselheira Ana Paula também se revelou preocupada com projetos dessa natureza, pois devemos apresentar aos alunos as várias dimensões da agricultura e não uma visão única, fechada em determinado modelo. O conselheiro Arnaldo, também se mostrou preocupado em especial com esse projeto.

3 Conclusão

Este artigo conclui que o esforço feito pelo patronato rural para reorganizar o padrão de sociabilidade no campo brasileiro, nos últimos trinta anos, se materializou na atuação da ABAG e, conseqüentemente, em seus projetos de difusão da nova imagem desta fração de classe, como o “Agronegócio na escola”. A formação da ABAG consagrou a unidade política do patronato rural com as principais frações do capital, incluindo aquelas predominantemente urbanas, como é o caso das frações industriais, comerciais e financeiras. Ao longo de sua existência, esta associação atuou, em termos gramscianos, como Moderno Príncipe do Agronegócio, capaz de mobilizar o patronato rural, para além de seus interesses imediatamente econômicos, para uma dimensão ético-político.

A unidade política e a transformação da imagem do patronato rural se materializaram na formação de uma organização de novo tipo: ABAG. Por intermédio desta organização, o patronato rural, unido ao capital industrial, comercial e financeiro, passou a organizar a formação de intelectuais orgânicos, contando com a parceria dos institutos de ensino superior na USP e na FGV-SP, a produção de periódicos, artigos e livros. Passou também a difundir suas propostas e sua concepção de sustentabilidade através de programas como o Agronegócio na escola. Estas ações visam a ora formar os dirigentes e quadros intermediários dos associados da ABAG, ora difundir o novo padrão de sociabilidade do patronato rural, que se afirma em ações e estratégias políticas de responsabilidade social e de educação ambiental, em uma perspectiva pragmática e focada no comportamento individual (LAYRARGUES; LIMA, 2011; LOUREIRO, 2009).

Na análise do braço pedagógico da ABAG, foi possível verificar a capacidade decisiva para mobilizar, formar e difundir um novo projeto de hegemonia. A ação pedagógica do partido do agronegócio se estende desde cursos de graduação e pós-graduação que visam à formação de intelectuais, a produção de revistas e projetos, orientados pelo ideário da responsabilidade social e sustentabilidade do agronegócio, até o programa Agronegócio na escola.

O artigo concluiu que é possível identificar uma situação contraditória criada pelos projetos empresariais. Por um lado, o programa garante elementos indispensáveis à qualidade da escola pública: formação de professores, material didático e projetos educacionais. Entretanto, a inserção do programa organizado por uma entidade privada retira completamente a possibilidade de existência do caráter público da escola, dado que o ensino promovido neste espaço passa a ser mediado por interesses privados. A “escola desinteressada”, defendida por Gramsci como modelo de escola pública fica, então, impedida por um projeto de “escola interessada” quando tem seus interesses confundidos com os do mercado. O ensino passa a ser mediado por interesses privados inseridos pela lógica de projetos e a ideologia do desenvolvimento sustentável capitalista é reproduzida por uma educação ambiental que perde, com isso, seu caráter crítico-transformador, voltada para uma educação emancipatória.

Referências

- ALIER, J. M. *O ecologismo dos pobres*. Rio de Janeiro: Contexto, 2009.
- ABAG. Associação Brasileira do Agronegócio. *15 anos ABAG: uma história de realizações em benefício do agronegócio brasileiro*. São Paulo: ABAG, 2008.
- _____. Associação Brasileira do Agronegócio. *Segurança alimentar: uma abordagem de agribusiness*. São Paulo: ABAG, 1993.
- _____. Associação Brasileira do Agronegócio. *Agribusiness Brasileiro: a história*. São Paulo: Evoluir, 2002.
- _____. Associação Brasileira do Agronegócio. Site oficial. 2012. Disponível em: <<http://www.abag.com.br>>. Acesso em: 10 de fevereiro de 2012.
- BRUNO, R. *Senhores da terra, senhores da guerra: a nova face política das elites agroindustriais no Brasil*. Rio de Janeiro: Forense Universitária-UFRRJ, 1997.
- FOLADORI, G. *Limites do desenvolvimento sustentável*. Campinas: Edunicamp, 2001.
- GRAMSCI, A. *Cadernos do cárcere*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2010. (volume 2).
- _____. *O Leitor de Gramsci*. Rio de Janeiro: Ed. Civilização Brasileira, 2011.
- GIDDENS, A. *Para além da esquerda e da direita: o futuro da política radical*. São Paulo: Editora da UNESP, 1996.
- _____. *A Terceira Via e seus críticos*. Rio de Janeiro: Record, 2001.
- _____. (Org.). *O debate global sobre a Terceira Via*. São Paulo: Editora Unesp, 2007.
- KAPLAN, L., SERRÃO, M., LAMOSAS, R.; LOUREIRO, C. F. B. Aproximações entre os discursos do Estado e do empresariado: os exemplos da sustentabilidade e da responsabilidade social. In: LOUREIRO, C. F. B. (Org.). *Gestão pública do ambiente e educação ambiental: interfaces e caminhos*. São Carlos: RIMA, 2012.

LAMOSA, R. *A Educação Ambiental e a reorganização do padrão de sociabilidade do capital: um estudo de caso na rede municipal de Teresópolis*. Dissertação (Mestrado)–

Programa de Pós-Graduação em Educação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2010.

LAYRARGUES, P. P.; LIMA, G. Mapeando as macro-tendências político-pedagógicas da educação ambiental contemporânea no Brasil. In: ENCONTRO DE PESQUISADORES EM EDUCAÇÃO AMBIENTAL, 6., Ribeirão Preto. *Anais...Ribeirão Preto*, 2011.

LEHER, R. Desafios para uma educação além do capital. In: JINKINGS, I.; NOBILE, R. (Org.). *István Mészáros e os desafios do tempo histórico*. São Paulo: Ed. Boitempo, 2011.

LOUREIRO, C. F. B. (Org.) *Repensar a educação ambiental: um olhar crítico*. São Paulo: Cortez, 2009.

LOUREIRO, C. F. B. *Sustentabilidade e educação: um olhar da ecologia política*. São Paulo: Cortez, 2012.

MARTINS, A. S. *A direita para o social: a educação da sociabilidade no Brasil Contemporâneo*. Juiz de Fora: UFJF, 2009.

MENDONÇA, S. R. *Ruralismo brasileiro*. São Paulo: Hucitec, 1997.

MENDONÇA, S. R. *O patronato rural no Brasil recente (1964-1993)*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2010.

MULLER, G. *O complexo agroindustrial brasileiro*. São Paulo: FGV, 1981.

NEVES, L. M. W. *A nova pedagogia da hegemonia: estratégia do capital para educar o consenso*. São Paulo, Ed. Xamã, 2005.

OLIVEIRA, D. A. A reestruturação do trabalho docente: precarização e flexibilização do trabalho docente. *Revista Educação e Sociedade*, v. 25, n. 89, p. 1127-1144, set./dez. 2004.

PINTO, R. G. *O novo empresariado rural no Brasil: uma análise das origens, projetos e atuação da Associação Brasileira do Agribusiness (1990-2002)*. Dissertação (Mestrado)–Programa em Pós-Graduação em História da Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2010.

PORTO-GONÇALVES, C. W. Geografia da riqueza, fome e meio ambiente: pequena contribuição crítica ao atual modelo agrário/agrícola de uso dos recursos naturais. *Inter Thesis*, Florianópolis, 2004.

YIN, R. K. *Estudo de caso: planejamento e método*. 4. ed. Porto Alegre: Bookman Companhia Ed., 2010.

ZYLBERSTAJN, D. *Estudos de casos em agribusiness*. Porto Alegre, RS: Ed. Ortiz, 1993.

Agribusiness and environmental education: a critical analysis

Abstract

Since 2001, Associação Brasileira do Agronegócio (ABAG)- Brazilian Agrobusiness Association - has started to spread agrobusiness by an environmental education program called “Agrobusiness at school”, developed by public educational system in various districts in São Paulo state, Brazil. This article discusses the starting of environmental education projects by private organizations in public schools and the implications of business strategies for the school system. This investigation is translated into a case study that considers ABAG as one of the business entities developing educational programs in public schools. The argumentation supported by this work is that public schools and environmental education, by means of business projects, are used as space and instrument of diffusion of a new sociability of rural patronage and of sustainable development ideology. This article concludes that it is possible to identify that the program provides essential elements for the qualification of public schools: teacher’s formation, pedagogical material and educational projects. Nevertheless, the insertion of a program organized by a private entity takes out the possibility of public character of schools, as learning promoted in that space is mediated by market interests.

Keywords: *Environmental education. Public school. Associação Brasileira de Agronegócio. Programa Agronegócio na escola (Agrobusiness at school program)*

Agronegocios y educación ambiental: un análisis crítico

Resumen

Desde 2001, la Asociación Brasileña de Agronegocios (ABAG) empezó a difundir la agroindustria a través del programa de educación ambiental “Agronegocios en la escuela”, desarrollado en las escuelas públicas de varios municipios del estado de San Pablo, en Brasil. En este artículo, se discuten, a partir de la entrada de proyectos de educación ambiental de organizaciones privadas en las escuelas públicas, las implicaciones en el área de las estrategias empresariales y de la comunidad escolar. La investigación resultó en un estudio de caso, cuyo recorte se justifica debido a que la ABAG se inserta en un conjunto de entidades empresariales que desarrollan programas educativos en escuelas públicas. La argumentación de este trabajo es que por medio de proyectos empresariales se usan las escuelas públicas y la educación ambiental como espacio e instrumento de difusión de la nueva sociabilidad de patrones rurales y de la ideología del desarrollo sustentable. El artículo concluye que es posible identificar que el programa garantiza elementos indispensables para la calidad de la escuela pública: formación de profesores, material didáctico y proyectos educativos. Pero debido a que se trata de una entidad privada que organiza y respalda la inserción del programa, tal hecho retira la posibilidad de existencia del carácter público de la escuela, dado que la enseñanza promovida en este espacio pasa a ser mediada por intereses del mercado.

Palabras clave: Educación ambiental. Escuela pública. Asociación Brasileña de Agronegocios. Programa de Agronegocios en la escuela.