UNIVERSIDADE ESTADUAL DE CAMPINAS
SISTEMA DE BIBLIOTECAS DA UNICAMP
REPOSITÓRIO DA PRODUÇÃO CIENTIFICA E INTELECTUAL DA UNICAMP

Versão do arquivo anexado / Version of attached file:

Versão do Editor / Published Version

Mais informações no site da editora / Further information on publisher's website:
https://publicacoes.agb.org.br/boletim-campineiro/article/view/2441

DOI: https://doi.org/10.54446/bcg.v2i2.65

Direitos autorais / Publisher's copyright statement:
©2012 by Associação dos Geógrafos Brasileiros. All rights reserved.

DIRETORIA DE TRATAMENTO DA INFORMAÇÃO

Cidade Universitária Zeferino Vaz Barão Geraldo
CEP 13083-970 – Campinas SP
Fone: (19) 3521-6493
http://www.repositorio.unicamp.br

A presença das grandes empresas do agronegócio nos cerrados nordestinos: o caso da Bunge Alimentos no sul do Piauí

Vicente Eudes Lemos Alves

veudes@terra.com.br

Resumo

Busca-se, neste artigo, discutir a presença das grandes empresas do setor agroalimentar nos cerrados nordestinos, especialmente, a presença da Bunge Alimentos no estado Piauí. A partir da análise da concentração de capital empreendida pelas grandes empresas hegemônicas, busca-se entender os mecanismos criados por elas para a dominação da cadeia produtiva do complexo agroindustrial centrado na produção de grãos. Tomando como exemplo a presença da Bunge Alimentos nos cerrados do sul do Piauí, tenta-se verificar de que maneira a empresa alterou substancialmente as relações de comercialização de produtos oriundos da agricultura moderna na região, na medida em que atua instituindo formas de monopolização na compra de soja, na venda de fertilizantes para os agricultores e, ainda, no financiamento das safras. Esses fatores são responsáveis pelo crescimento, nos últimos anos, das lavouras de grãos e pela submissão dos produtores agrícolas modernos aos interesses da grande empresa na região. A instalação da Bunge Alimentos nos cerrados do sul do Piauí significou também o aumento de problemas ambientais e o desaparecimento dos meios de reprodução da vida das populações locais.

* * *

PALAVRAS-CHAVE: cerrados nordestinos, agronegócio, empresas hegemônicas, produção de grãos, subordinação.

Introdução

O crescimento da produção de grãos nos cerrados nordestinos nas últimas décadas tem despertado interesses do agronegócio por aquela região. São empresas que se instalam com o objetivo de tirar proveito do expressivo crescimento da produção agropecuária moderna nessa área do Brasil, que abrange o oeste da Bahia e o sul do Maranhão e do Piauí. Atualmente vários grupos econômicos que atuam no complexo agroindustrial nos denominados setores a montante (empresas de maquinários agrícolas, de insumos, de consultoria técnica para a agricultura, etc.) e a jusante (empresas de processamento e comercialização de alimentos) estão presentes nos cerrados nordestinos. A implantação desses grupos na região ocorre a partir de uma ampla política de incentivos disponibilizada por governos estaduais e municipais no sentido de oferecer os suportes necessários para garantir a instalação deles na região, tais como, incentivos fiscais, investimentos em infraestrutura, doação de terrenos, etc. Por outro lado, a ampliação dos lucros dessas empresas ocorre também pela ampla exploração dos recursos naturais, da força de trabalho e do controle na aquisição e na circulação dos produtos gerados pela agropecuária local. Os cerrados nordestinos passam, neste sentido, a fazer parte dessa lógica de reprodução do capital conduzida pelas empresas hegemônicas a partir, especialmente, nos anos da década de 1990.

A presença dessas corporações econômicas e as suas formas de atuação numa nova região de avanço do agronegócio representa uma oportunidade de entendimento de determinados padrões de monopolização que elas desenvolvem em distintas partes do mundo. Embora tais estratégias sejam pensadas e estruturadas nos centros de comando das empresas, nos países centrais, a sua execução ocorre na escala do lugar e é ali onde aparecem os principais reflexos socioeconômicos e espaciais da ação desses grupos.

A ascensão e o domínio das grandes empresas do setor alimentar

No mundo contemporâneo, as grandes empresas assumem cada vez mais o papel de concentradoras de capital, eliminando as demais, especialmente as iniciativas empresariais regionais, através de um processo feroz de concorrência. O poder econômico que tais empresas possuem transforma-se em poder de comando nos territórios nacionais e/ou regionais, para os quais definem ações visando estabelecer formas de apropriação das riquezas sejam de recursos naturais e de exploração da força de trabalho. Suas estratégias de acumulação se fortaleceram diante da progressiva internacionalização da produção, possibilitando atuar em

diferentes países com custos reduzidos por conta da exploração da força de trabalho e de matéria-prima locais e do uso de tecnologia avançada no processo de produção e administração. Esses novos processos de produção de riqueza, diferentemente de outros momentos, reduz a participação de investimentos das grandes empresas direcionados à produção, principalmente porque a sua parcela de ganhos com a exploração da força de trabalho hoje ocorre cada vez em menor escala, diante do avanço das tecnologias poupadoras de mão de obra. Isso fez com que em muitas situações tais empresas transferissem a etapa de produção, antes sob sua responsabilidade, para o controle de outras empresas, num progressivo aumento de terceirização também do processo produtivo. Além disso, elas ampliam seus tentáculos sobre o mercado financeiro, controlando, nesse setor, parte importante da movimentação de capital.

Desse modo, pode-se afirmar que a grande empresa trabalha atualmente de maneira interligada a partir de sistemas de engenharia industrial sofisticados, poupadores de trabalho, e da movimentação de capital fictício. Em cada um desses níveis as empresas hegemônicas obtêm lucros extraordinários e poderes de comando nas decisões político-econômicas, tanto na esfera mundial quanto no âmbito dos Estados nacionais ou mesmo das regiões. A maneira pela qual a grande empresa reproduz seu capital, realizando a junção de suas operações entre o industrial e o financeiro, é apontada por Chesnais (1996, p. 275):

> No tocante ao grupo industrial, já deve ser banida a ideia de que haveria uma separação estanque entre as operações direta ou indiretamente ligadas à valorização do capital na produção, de um lado, e de outro lado as operações dirigidas à obtenção de lucros de tipo puramente financeiro. No entanto, permanece a distinção essencial, que separa o capital produtivo, engajado num movimento de valorização do capital onde é central a maximização da produtividade do trabalho, e o capital dinheiro, remunerado pelos juros, aos quais se somam atualmente todo tipo de lucros financeiros ligados ao movimento "autônomo" do capital monetário.

No segmento agroalimentar, assim como nos demais setores da economia, também ocorre grande concentração. As poucas empresas controlam atualmente toda a cadeia de produção e comercialização de alimentos. Em 1990, calculava-se que somente as cem maiores empresas de alimentos detinham cerca de um terço das vendas totais de alimentos processados no mundo (RAMA, 1994, *apud* MARTINELLI JR., 1999). Tal fato demonstra que as estruturas voltadas para a eliminação da concorrência que essas empresas mantêm são cada vez mais fortalecidas e eficientes, inviabilizando praticamente a presença de pequenas e médias empresas nesse setor, muitas delas (as mais lucrativas) adquiridas pelos

grandes grupos. Diante desse movimento concentrador, a competição se restringe a apenas alguns poucos grupos econômicos. A expressiva capacidade de gerenciamento, aliada à eficiência de execução de suas estratégias de atuação nos territórios nacionais, constituem os pilares da consolidação dessas empresas.

Outro fator que permitiu a expansão rápida das grandes empresas do segmento de alimentos diz respeito às mudanças ocorridas nos paradigmas de consumo alimentar da sociedade contemporânea, incorporando, crescentemente, alimentos processados pela indústria e produzidos em larga escala. Além disso, ocorre cada vez mais homogeneização dos hábitos alimentares da população mundial. Tais fatos favorecem o papel protagonista que as grandes empresas exercem atualmente, pois estão mais habilitadas a atender prontamente os novos costumes alimentares, muitos dos quais induzidos por elas próprias. Possuem, nesse sentido, estruturas suficientemente capazes de inserir em diferentes mercados os produtos que a sociedade global passa a consumir. Essa padronização dos gostos representou, assim, um passo importante para a ampliação da presença das grandes empresas em escala mundial. A esse respeito diz Ortiz (1994, p. 80-87):

> Os alimentos descolam de suas territorialidades para serem distribuídos em escala mundial. Não existe nenhuma 'centralidade' nas cervejas, chocolates, biscoitos, refrigerantes. Trata-se de produtos consumidos mundialmente e distribuídos por grupos multinacionais. (...) No mundo funcional da mercadoria-mundo, os alimentos perdem a fixidez dos territórios e dos costumes. Eles se adequam às circunstâncias que os envolvem. Nesse contexto, a veracidade dos mapas alimentares se esvai, pois seus traços essenciais são informações ajustadas à polissemia dos contextos. Não há mais centralidade, a mobilidade das fronteiras dilui a oposição entre autóctone e o estrangeiro; (...) rompe-se, assim, a relação entre o lugar e o alimento; a cozinha industrial não possui nenhum vínculo territorial.

A padronização do consumo global permitiu, por um lado, um afunilamento dos grupos com poderes de atuação para além das fronteiras nacionais ampliando seus lucros com a produção e a comercialização de alimentos. Por outro lado, tais empresas passam a diversificar suas áreas de atuação para outros setores complementares e, às vezes, muito distintos de seu ramo de atuação. Algumas delas expandem seus negócios apostando numa diversificação ampla de suas economias com presença, por exemplo, no sistema bancário, na indústria siderúrgica, na têxtil, na química, na de construção civil, etc. O mais frequente, entretanto, nas estratégias desses grupos, é a atuação de maneira vertical e integrada, estabelecendo controle dos setores a montante e a jusante da indústria

alimentícia. Essa situação se aplica àqueles grupos que ao mesmo tempo comercializam e processam grãos, industrializam e distribuem o produto final, mas também passam a ser importantes fornecedores de insumos e de outros ingredientes para os agricultores e para as empresas produtoras de alimentos finais.

Essas empresas que vencem a concorrência traçam também planos para as suas ações visando ampliar o poder de liderança nos distintos países, utilizam para isso suas poderosas estruturas econômicas. Para Martinelli Jr. (1999, p. 130) a internacionalização das poderosas empresas ocorre obedecendo esquematicamente quatro tipos básicos de estratégias, assim formulados por Tarandeau (1993 *apud* MARTINELLI JR, 1999): a doméstica centralizada, a industrial regional ou multidoméstica, a industrial global coordenada e a industrial regional e global combinada e coordenada. Este último tipo de empresa é o que mais se aproxima das estratégias adotadas pelas grandes empresas de alimentos, conforme esclarece Martinelli Jr. (1999, p. 130):

> caracteriza-se pela descentralização geográfica, mas diferentemente, as plantas de montagem são localizadas próximas ao mercado consumidor; neste tipo, a concepção de base dos produtos é centralizada no país de origem, mas as adaptações necessárias aos diferentes mercados são realizadas pelas plantas locais.

Continua o autor:

> No caso da internacionalização recente das empresas de alimentos (...), as evidências parecem apontar para a maior importância das estratégias regionais e globais levadas a cabo pelas grandes empresas. Nesse processo, porém, devem ser considerados ainda elementos que relativizam a possibilidade do deslocamento geográfico das plantas em função dos fatores locacionais da matéria-prima – principalmente das atividades processadoras primárias – e da amplitude de consumo possível, em cada mercado, devido a maior heterogeneidade existente nos diversos padrões de consumo.

Nas estratégias levantadas acima, as corporações hegemônicas definem as suas ações na divisão internacional do trabalho escolhendo aqueles países onde serão instalados os centros administrativos e de onde partem as decisões e aqueles onde se instalam as plantas de fábricas. Tais estratégias também são construídas no contexto dos territórios nacionais. Nestes, frequentemente, os centros administrativos das grandes empresas concentram-se nas regiões de comando, enquanto as outras regiões servem de base produtiva para a instalação das plantas de fábricas. Estes últimos, são interessantes às empresas porque são portadores de matérias-primas ou possuem localizações privilegiadas pela possibilidade de maior

fluidez de seus produtos, seja pela proximidade de sistemas de transporte para escoamento da produção ou de complexos portuários. A presença das grandes empresas no Brasil também resultou dessas estratégias, como é o caso da empresa Bunge Alimentos quando se instala no país.

A empresa Bunge Alimentos e as estratégias de sua territorialização no Brasil

O caso da Bunge Alimentos é bem característico de como agem as grandes empresas do setor agroalimentar. Tal corporação constituiu durante o século XX em um importante grupo econômico no setor alimentar e com presença marcante no Brasil a partir do início daquele século. A empresa, que se situa entre os maiores grupos econômicos do mundo, forma-se originalmente atuando no comércio de grãos, mas ao longo dos anos diversifica suas atividades para outros setores, tais como: têxtil, de papel, de química e de insumos agrícolas.

Nos anos 1980, o então grupo Bunge y Born já detinha mais de 40 empresas no Brasil, portando diversos nomes e áreas de atuação (BRUM, 1988). Nos anos 1990[1], a empresa concentra sua atuação no cenário mundial em três áreas do agronegócio, que se complementam: fertilizantes, grãos e oleaginosas e produtos alimentícios elaborados. No ano 2000, o grupo Bunge sofre reestruturação societária e no seu sistema de gerenciamento, o que culmina com uma maior centralização das operações administrativas, verticalizando o sistema de produção e comercialização de alimentos e fertilizantes. Forma-se daí um grande conglomerado de empresas, cujas divisões centram-se nos setores de fertilizantes com o controle da Manah, Serrana, Iap e Ouro Verde (Bunge Fertilizantes) e da Ceval e Santista (Bunge Alimentos); além da divisão de logística dos portos sob o comando da Fertimport[2].

O crescimento econômico do atual grupo Bunge que o levou a tornar-se uma empresa oligopolista do setor agroalimentar, entretanto, tem uma longa história no processo de concentração de capital. Suas operações iniciam na Holanda em 1818, quando foi fundada a Bunge & Co., para comercializar grãos e produtos importados das colônias holandesas. Em 1859, apoiada pelo reino da Bélgica,

1 As informações que seguem foram obtidas junto ao centro de memória da Fundação Bunge (www.fundacaobunge.org.br).

2 Em alguns portos brasileiros a Bunge é a única controladora dos terminais de grãos ou de importação de fertilizantes. Isso ocorre, por exemplo, no porto de Santos – SP. A exploração de duas áreas de terminais importantes de tal porto passou a cargo da Bunge após um acordo financeiro (sob suspeita de irregularidades) firmado com a Ferronorte (que recebeu do Estado a concessão, sem licitação, dessas áreas públicas de 500 mil m^2). Essa empresa ferroviária transferiu o controle de tais áreas à multinacional, garantindo a esta o domínio da importação de fertilizantes (In: *Folha de S.Paulo*, 25 de agosto de 2005).

transfere sua sede para a Antuérpia, onde se transforma no braço comercial da expansão internacional do novo Reino. Em 1884, um dos componentes da família Bunge muda-se para a Argentina, onde, com outros sócios cria a empresa coligada com o nome de Bunge y Born, a qual passa a participar do mercado de exportação de grãos do país. É um braço da Bunge y Born que se instala no Brasil, a partir de 1905, obtendo parte do capital da empresa brasileira Moinho Santista Indústrias Gerais.

Esse foi o começo de uma rápida expansão no país, em que as aquisições se estenderam para diversos setores, incluindo o de alimentação, o de agronegócios, o de minero-químico, o de têxteis etc. Nos anos 1990, a empresa fez uma grande investida de capital conquistando empresas importantes brasileiras, como o grupo Ceval, do ramo de processamento de soja e de frigoríficos; contam-se também a aquisição de diversos moinhos espalhados pelo Brasil, tais como: os moinhos Fluminense, Recife, Porto Alegre, Natal, Joinville, Ponta Grossa e Marilú, dentre outros. Essa mesma estratégia foi usada para o setor de fertilizantes, no qual se apropriou das principais empresas desse segmento produtivo, como a Manah, a Iap, e a Ouro Verde. Essas se juntaram à Serrana S.A. para a formação da Bunge Fertilizantes. Tais empresas, além de comercializarem fertilizantes, oferecem serviços de agricultura de precisão e, em consórcio com a DuPont, formaram uma *joint venture* para a produção e distribuição em escala global de ingredientes funcionais e lecitinas; dessa parceria surgiu a empresa Solae. Recentemente, a Bunge passa a se interessar também pela produção e comercialização de biodiesel, segmento do mercado de combustíveis que promete constituir-se em um dos mais promissores nos próximos anos. No estado de Tocantins, no município de Pedro Afonso, por exemplo, a empresa instalou em 2011 uma moderna usina para produção de açúcar e álcool a partir da cana-de-açúcar, caracterizando uma nova estratégia da empresa que se volta agora também para investimentos no setor de bioenergia (FORNARO, 2012).

Essas investidas visando a concentração de capital, sobretudo nos anos 1990, levaram o Grupo Bunge a aumentar a sua participação no setor de alimentos no cenário mundial e no brasileiro. Nesse período tornou-se a maior processadora mundial de oleaginosas e é a principal empresa brasileira nesse setor. Possui, ademais, a liderança na América Latina na industrialização de soja e trigo e na produção de fertilizantes. A presença da empresa no território nacional segue uma estratégia de localização que abrange os mercados regionais de aquisição de matéria-prima e venda de produtos semi e/ou industrializados e, ao mesmo tempo, busca ampliar sua logística de escoamento para o mercado externo.

Essa empresa passa a atuar nos cerrados nordestinos nos anos de 1990, com presença nos estados da Bahia, Maranhão e Piauí. Neste último estado, atuará estabelecendo o controle da compra e venda de soja *in natura* e/ou processada. Além disso, mantém sob seu domínio uma ampla rede de produtores agrícolas modernos.

A presença da Bunge Alimentos nos cerrados do sul do Piauí

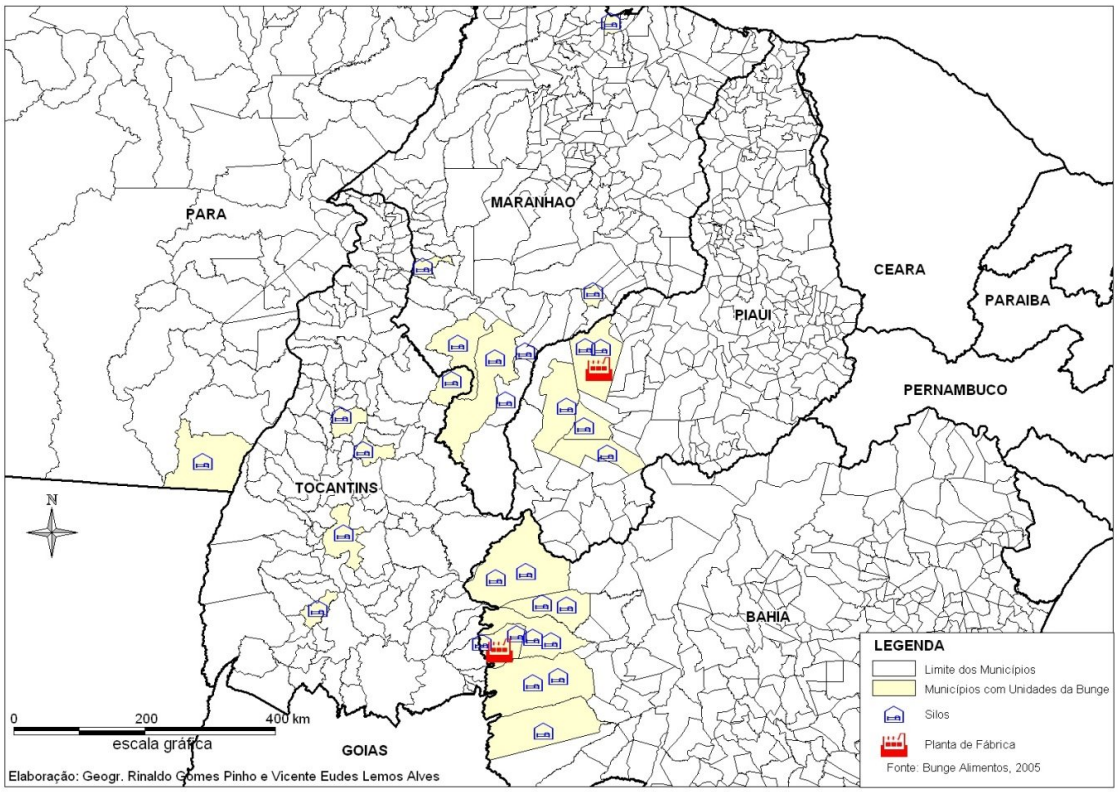
A primeira fase de instalação da Bunge no Piauí definiu-se pela tentativa de controlar aqueles setores estratégicos da cadeia de distribuição de grãos, sobretudo, na etapa de secagem e armazenamento do produto colhido. Nesse caso, a empresa adquiriu, a partir de 2002, todos os grandes silos dos cerrados piauienses estrategicamente localizados próximos às principais áreas produtoras de grãos, em Uruçuí, Bom Jesus e Currais. Tais silos passaram, a partir de então, apenas a armazenar soja, já que a unidade de processamento da empresa instalada em Uruçuí destinava-se ao esmagamento desse produto para obtenção de óleo e de farelo. Nasce daí o enquadramento da maioria dos novos produtores locais à lógica da empresa, pois restavam a eles poucas alternativas de comercializar seus produtos em outros mercados mais distantes, em função, sobretudo, do encarecimento do transporte. Além disso, a própria Bunge vendia na época o farelo no mercado nordestino, reduzindo, sobremaneira, a autonomia dos produtores para comercializarem suas safras com outros grupos econômicos.

A expansão da Bunge no Piauí ocorreu rapidamente; em pouco tempo a empresa comprou as unidades de armazenamento e instalou, em 2002, uma planta de fábrica em Uruçuí para beneficiamento de farelo e óleo de soja com capacidade de esmagamento de 6.000 toneladas do produto/dia. Essa planta de fábrica em território piauiense era tida como uma das mais modernas da empresa, apresentando uma reduzida equipe administrativa e um elevado nível de automação. A empresa possuía, em 2006, duas balanças rodoviárias eletrônicas, sistemas de classificação de grãos por coleta pneumática e de descarregamento por tombamento, imprimindo maior velocidade ao processo. Além disso, a fábrica possuía um sistema de limpeza, secagem e armazenamento para 100.000 toneladas armazenadas em dois grandes silos, de grãos e de farelo; ao passo que os tanques de óleo armazenavam cerca de quatro milhões de litros do produto bruto. O refino ocorria na unidade de Ipojuca, em Pernambuco, para onde era levado o óleo através de caminhões. Para se carregar um caminhão com farelo de soja gastava-se um tempo médio de 1,5 minuto, e com óleo cerca de 20 minutos, tudo controlado por meios automáticos.

O movimento de caminhões era intenso, dia e noite, dentro e fora da fábrica. No período da safra costumava-se desembarcar, em média, 700 caminhões diários que descarregavam até 8.000 toneladas/dia. Toda a frota, naquele momento, era terceirizada, pertencente a autônomos e a empresas transportadoras. A soja utilizada pela planta de Uruçuí para a sua transformação em óleo e farelo era produzida predominante no Piauí, mas em determinadas épocas enviava-se também dos estados do Maranhão e de Tocantins (Mapa 1). No caso piauiense, da produção de soja que se calculava, em 2006, para o estado (de aproximadamente 500 mil toneladas/ano), a Bunge ficava responsável pela compra de cerca de 400 mil toneladas/ano.

A outra parte da soja que a empresa adquiria dos produtores do Maranhão e de Tocantins era encaminhada para a planta de Luís Eduardo Magalhães ou era exportada. Nesse último caso, escoava-se o produto daqueles estados através do Porto de Itaqui – MA ou de Ilhéus – BA, com predomínio para o primeiro. Nos dois portos, a empresa possuía unidades receptoras de grãos. Em Itaqui, a unidade de armazenamento de 50.000 toneladas localizava-se dentro do porto e eram utilizadas as estruturas da Companhia Vale S.A. para embarcar o produto. Antes de chegar a São Luís – MA, entretanto, o escoamento da soja dos estados do Piauí e do Maranhão e, eventualmente, de Tocantins seguia inicialmente para o município de Porto Franco – MA, onde há outro silo da empresa com capacidade de 50.000 toneladas e de onde hoje se realiza o transbordo de carga que passa dos caminhões para os trens da Companhia Vale.

Mapa 1. Presença da empresa Bunge Alimentos nos Cerrados Nordestinos: Fábricas e Silos e sua área de Influência



Elaboração: Rinaldo Gomes Pinho e Vicente Eudes Lemos Alves. Fonte: Bunge Alimentos, 2005.

Nos estados de Tocantins, Bahia, Maranhão, Piauí e Pará, a Bunge possuía ou arrendava mais de duas dezenas de silos, os quais eram os mais requisitados para abastecer a planta de fábrica de Uruçuí[3]. Essas áreas produziam, em 2005, aproximadamente 2.300.000 toneladas de soja, sendo que 630.000 das quais podiam permanecer nos silos da Bunge[4], empresa que mais apresentava capacidade de armazenamento do produto nessa área. Tais unidades de armazenamento foram construídas, frequentemente, em lugares estratégicos, nas proximidades das fazendas produtoras de grãos, seguindo uma orientação da política adotada pela empresa, qual seja, a de manter uma maior "empatia" com os agricultores vendedores de grãos. No caso piauiense, a empresa possuía uma grande capacidade de armazenamento em silos instalados nos municípios de Uruçuí, Currais, Bom Jesus e Baixa Grande do Ribeiro. Tal situação praticamente obrigava o produtor agrícola modernizado a comercializar suas safras com a empresa; isso acontecia

3 Às vezes a soja armazenada nos silos desses estados (principalmente a de Tocantins) é enviada também para a planta de fábrica de Luís Eduardo Magalhães – BA.

4 Informações obtidas através de entrevista realizada a funcionários administrativos da unidade de Uruçuí, em janeiro de 2006.

principalmente com aqueles de menor estrutura financeira, que não possuíam lugares adequados para guardar por mais tempo os seus produtos.

Por um lado, verifica-se, desse processo, a consolidação das amarras estabelecidas pela Bunge sobre os produtores agrícolas, obrigando-os a comercializarem seus produtos com a empresa, pois essa se encarregou, com seu poder de vencer a concorrência, de construir as infraestruturas para armazenar o produto. Por outro lado, essa mesma empresa organiza outros mecanismos de subordinação impostos aos agricultores. Trata-se, por exemplo, do comércio de defensivos e serviços agrícolas necessários ao produtor.

Nessa ponta do processo produtivo o grupo Bunge atua com as empresas da Bunge Fertilizantes que controlam parte significativa desse setor. Nos cerrados piauienses havia poucas opções aos agricultores, pois a empresa os cercavam ao estabelecer uma intricada rede de relação de compra do produto agrícola, venda de defensivos e serviços e, ainda, de empréstimos nos mesmos moldes do sistema bancário. Porém, o pagamento não ocorria em dinheiro, mas em produto, através do programa conhecido como "Soja Verde".

Este sistema de crédito rural, mantido pelas agroindústrias, segue mecanismos de financiamento semelhantes aos do setor bancário em geral, mas incorporando outras modalidades que elevam a subordinação do agricultor com a empresa credora. Nesse tipo de financiamento, o agricultor, ao adquirir dinheiro das processadoras, através de empréstimo, firma compromissos de pagamento de juros, os quais, comumente, superam as taxas cambiais operadas no mercado financeiro. Além disso, ele se sujeita a outras obrigações, como a de entregar diretamente à empresa financiadora uma parcela importante de sua produção. A empresa, por conseguinte, é quem estipula o preço a ser pago pelo produto. Com esse mecanismo de crédito de venda antecipada do produto, cujo preço é fixado no mercado futuro, a empresa adianta recursos financeiros para o custeio da safra mediante garantias dadas pelo agricultor, que podem ser a hipoteca das propriedades, penhor agrícola e promissórias. Além disso, nesse tipo de contrato exige-se do agricultor a aquisição de outros serviços ou produtos oferecidos pela empresa, compondo um pacote que inclui "dinheiro, fertilizantes, defensivos e serviços ao produtor, como análise do solo e agricultura de precisão" (GASPES; CONCEIÇÃO, 2001, p. 151).

O agricultor que não aceita participar desse sistema de subordinação dificilmente consegue permanecer como produtor de soja. Tal mecanismo empurra-o para uma frequente dependência financeira às empresas, restando-lhe poucas alternativas para a comercialização de seu produto fora do cerco do capital

especulativo.

A "venda casada" – como é conhecida essa modalidade exercida pelas empresas processadoras de compra de soja e financiamento do produtor – enquadra-se nesses mecanismos de controle mantidos pelas grandes corporações. O capital incorporado por elas acumula, nesse sentido, nas duas pontas do negócio: compra-se o produto com preços abaixo daqueles que se pratica no mercado; financia-se a safra com juros, às vezes superiores aos do setor bancário e, ainda, vende-se os insumos e outros serviços aos agricultores sem que estes exerçam a "liberdade" de buscar melhores condições para desenvolver sua lavoura. A relação do produtor com as grandes empresas, estabelecendo uma crescente subordinação do primeiro, amplia-se ainda mais pela grande dependência aos insumos industrializados, a qual a agricultura moderna se submete, especialmente as lavouras de soja[5]. Nos cerrados nordestinos esse tipo de crédito vem sendo ampliado na relação estabelecida entre as empresas e os produtores agrícolas com grande submissão destes às empresas hegemônicas. Tal fato coloca em evidência as estratégias das grandes empresas em suas atuações nos lugares ampliando suas margens de lucros e subordinando uma extensa rede de agentes socioeconômicos que estavam ou que se instalavam na região.

A presença da Bunge Alimentos nos cerrados piauienses é, nesse sentido, representativa de como as grandes empresas agem nos lugares. No Piauí, a empresa também desenvolve essa relação de crédito com os novos produtores agrícolas modernos da região, estabelecendo com eles uma relação de subordinação que os deixa com poucas opções para comercializar sua produção. Esse tipo de relação foi observado quando realizamos o trabalho de campo no sul do Piauí, em 2003. Naquele momento a empresa havia recém-instalado a planta de fábrica no município de Uruçui e passava a adquirir a produção agrícola dos produtores de soja, especialmente a dos colonos migrantes originários de municípios da região Santa Rosa (RS), também recém instalados no sul do Piauí. Esses migrantes se deslocaram, em 2001, para os cerrados piauienses conduzidos pela Cooperativa Tritícola Santa Rosa (COTRIROSA).

A situação pela qual a COTRIROSA e seus colonos passaram mostra claramente os tipos de mecanismos adotados por uma grande empresa interessada em eliminar os grupos correntes menores.

5 Cálculos realizados para o estado do Mato Grosso indicavam que do total geral dos custos de produção nas lavouras de soja, o item insumos representava 51,75%; sendo que dele a semente melhorada ocupava 10,60%, e os outros componentes (fertilizantes, inseticidas e herbicidas) cerca de 41,15%. Tais informações demonstram o grau de sujeição do agricultor frente às grandes empresas do complexo agroalimentar nas duas pontas do processo de produção (BERNARDES, 1996, p. 359).

A cooperativa instalou em Uruçui uma unidade de secagem e de armazenamento destinada a atender à produção dos cooperados, não somente de soja, mas de outros produtos agrícolas, como o arroz. Mas, o projeto de implantação do sistema de cooperativismo nos cerrados piauienses foi abortado no meio do caminho por conta da crise financeira da cooperativa. A Bunge se aproveitou desses problemas da cooperativa para se apoderar, a baixos custos, de suas instalações. Após a concretização dessa etapa de eliminação da concorrência, a grande empresa partiu para estabelecer novas bases de relacionamento com o produtor colono, subordinando-o em todas as esferas econômicas. Se antes havia a participação dos colonos nas decisões dos rumos da cooperativa, com a Bunge essas iniciativas desapareceram. Os espaços de decisão tornam-se totalmente verticalizados. Além disso, ela aumenta substancialmente o grau de exploração de seus novos empregados diretos ou de seus fornecedores, na medida em que, com a redução ou com o desaparecimento da concorrência, torna-se mais fácil impor as estratégias de subordinação aos produtores.

A relação da Bunge com os antigos cooperados da COTRIROSA passa a ocorrer, a partir daquele momento, ditadas pelas regras da empresa hegemônica. No entanto, para o produtor/fornecedor, apesar de perceber o distanciamento de tratamento na relação com a grande empresa (agora já não é a "nossa cooperativa", como ficava claro nos depoimentos recolhidos de alguns colonos), ele ainda enxerga, sobre a nova relação com a grande empresa, uma pretensa liberdade, pois, segundo sua concepção, poderia procurar qualquer outro concorrente para comercializar seu produto, como fica evidente nas declarações de um morador da agrovila Nova Santa Rosa, no sul do Piauí:

> isso é aberto, você pode vender para qualquer um, para qualquer multinacional: a Bunge, a Cargill (...). Pode vender para qualquer produtor, para qualquer pessoa, isso é livre (Entrevista concedida por migrante sulista em setembro de 2003)

Se não voltarmos um olhar mais atento sobre essas palavras, podemos até acreditar que, realmente, o produtor/fornecedor é livre para comercializar sua produção com quem ele desejar, não havendo qualquer restrição dessa liberdade. É como se o trabalhador de posse de sua mercadoria, força de trabalho, pudesse se mobilizar em busca de quem pagasse mais pelos seus serviços. Não é isso, entretanto, o que ocorre. O trabalhador é mobilizado para aqueles mercados de demanda de força de trabalho pelos mais diversos motivos, mas chegando ali há um rebaixamento do preço de sua única mercadoria que lhe é disponível, a própria força de trabalho. O mesmo ocorre com aquele produtor/fornecedor que se sente livre para vender seus produtos para qualquer mercado, mas ao final percebe que

não existem tantos compradores assim, pois a grande empresa tratou de monopolizar os mecanismos necessários para a eliminação da livre concorrência.

Numa outra entrevista com migrante da agrovila de Nova Santa Rosa, este me relatava que, daquilo que fora obrigado a entregar a Bunge pelo contrato de Soja Verde, havia sobrado sete mil sacas do produto em seu galpão, mas teve dificuldades em vendê-las, pois aquela empresa estava aumentando sua participação no mercado nordestino com farelo de soja, reduzindo suas chances de encontrar outras empresas interessadas em adquirir o seu produto, conforme aparece no relato:

> Aqui nós temos contrato de 35 sacas por hectare. Aí tinha botado debaixo do galpão 7.000 sacas que deu a mais, esse aí foi vendido para outro. Só que agora a Bunge já está vendendo farelo no comércio interno do Nordeste, estragando nosso negócio. Por isso, o resto ficou empenhado ali (...) Se tivesse vendido logo na safra teríamos ganhado em média seis reais a mais por saca. Agora com isso está dois a três reais de diferença. (A.S., morador em Nova Santa Rosa. Entrevista concedida em setembro de 2003).

As poucas alternativas existentes para encontrarem outros compradores, que não as demais grandes empresas do mesmo ramo econômico, como a Cargill, que também atuava nessa região; e as restrições colocadas para obter empréstimos de bancos oficiais, forçavam esses produtores a participarem do "pacote" de financiamento da Bunge. Ou seja, passam a se atrelar à empresa não somente como fornecedores de soja, mas também como compradores dos insumos necessários à lavoura que eram fornecidos pela Bunge Fertilizantes, tida como a maior do mundo nesse setor. Em 2003, os contratos firmados entre os produtores e a empresa estabeleciam que, além de adquirirem os insumos da própria Bunge, os produtores teriam de obter de suas lavouras uma produção mínima que, naquele momento, era de 35 sacas por hectare. A soja, que no mercado interno estava cotada, em média, a 34 reais a saca, era vendida para a Bunge a 24 reais. Percebe-se, dessa forma, que, ao fazer o adiantamento, a empresa embutiu outro mecanismo de taxa de juros, constituído no menor preço, ao existente no mercado, pela aquisição do produto. Por vezes, a safra adquirida dos produtores era vendida no mercado interno pela própria Bunge a uma cotação, em outubro de 2004, de 32 reais a saca. A empresa ganhava, nesse sentido, nas duas pontas do processo, pois recebia a soja do produtor abaixo do preço médio do mercado e vendia posteriormente com um preço acima do que ela pagava ao produtor. A liberdade do produtor, desse modo, era fictícia, pois não existiam tantas outras opções de comercializar a não ser com os poucos grupos econômicos hegemônicos; como

retrata o depoimento abaixo:

> Aqui no momento é preciso acabar com o monopólio de uma empresa no financiamento, por isso eu volto a insistir nessa questão do crédito oficial. Hoje praticamente a região é movida a crédito de uma única empresa que atua na área de grãos. Estão também desenvolvendo o papel de agente financeiro com um custo muitas vezes maior do que o custo de crédito oficial. Hoje nós teríamos num financiamento de custeio agrícola taxa média de 28,75% ao ano. Enquanto que o crédito dessas empresas é até mais facilitado, mas a um custo aí de 25, 30 até 40% ao ano. O que seria a margem de lucro do produtor é canalizada toda para essa multinacional. Então, hoje sabemos que o setor de grãos está todo ele nas mãos das multinacionais, mas aqui enfrentamos um problema ainda mais grave que é a falta de concorrência entre eles. É um monopólio mesmo. Então, não havendo alternativa de tentar o crédito junto ao concorrente é ir morrendo aos poucos, atrelando nossa produção a essa empresa (M.P.C., gaúcho recém instalado nos cerrados piauienses. Entrevista concedida em setembro de 2003).

Evidenciam-se, dessa maneira, os mecanismos adotados Bunge Alimentos para a reprodução de seu capital. Ao mesmo tempo em que é uma empresa que usa o discurso de modernidade, pautando-se pela ideia de eficiência no gerenciamento administrativo e nas modernas instalações das plantas de fábrica, com equipamentos de última geração em tecnologia, poupadores de mão de obra; encobre determinadas relações com aqueles que trabalham para que a grande empresa possa obter matéria-prima destinada à produção de mercadorias a serem colocadas em circulação no mercado nacional e/ou mundial. Aquele discurso de modernidade, como foi visto, não é condizente com a realidade. Estes mesmos discursos são utilizados por estas grandes corporações para a questão ambiental, como veremos a seguir.

A presença da Bunge Alimentos e de outras empresas nos cerrados piauienses e a questão ambiental

É característico das grandes empresas atualmente articularem um discurso de preservação ambiental com campanhas publicitárias voltadas para a sociedade ou destinarem recursos financeiros para aquelas entidades dedicadas a essa causa, como determinadas Organizações Não-Governamentais (ONGs). As grandes empresas frequentemente forjam situações em que se colocam como as guardiãs do ambiente natural. A própria Bunge possui um departamento no organograma da empresa que se dedica unicamente à questão ambiental. A empresa recebeu, inclusive, homenagens de entidades ambientalistas por suas pretensas iniciativas

nesse setor. É o caso, por exemplo, do prêmio "Flitz Muller" da Fundação do Meio Ambiente (Fatma), do governo de Santa Catarina, concedido a Bunge pelo reconhecimento de sua pretensa contribuição "às melhores práticas na defesa da natureza e da qualidade de vida dos catarinenses"[6].

Essa preocupação de preservação ambiental, no entanto, não encontra sintonia com a sua prática desenvolvida nos cerrados piauienses e em outros lugares onde possui atuação. A sua verdadeira ação na prática se sustenta na lógica da apropriação dos recursos naturais dos lugares também como fonte de ampliação dos lucros, não importando quais impactos acarretarão sobre os ecossistemas locais e sobre a população que sobrevive deles, como as diversas populações agroextrativistas habitantes nas áreas com presença das grandes empresas hegemônicas.

É também característico desses grupos econômicos desenvolverem de imediato, nos lugares onde se instalam, um discurso mistificador da modernidade; com ele, tenta-se mostrar que a presença de uma grande empresa num determinado local representaria a felicidade de todos, na medida em que pretensamente as pessoas do lugar teriam acesso às riquezas produzidas a partir da instalação do empreendimento. No caso piauiense, com a presença da Bunge Alimentos o discurso existente era o de que a empresa representaria para a região dos cerrados a chegada do progresso numa área carente de modernização. Tal imagem, no entanto, não condizia com a forma pela qual a empresa explorava os recursos naturais dessa sub-região dos cerrados nordestinos. A empresa se instalou no Piauí, mas não sem antes realizar uma ampla rede de articulação que julgou necessária para não sofrer muitos impedimentos em seu projeto de ampliação dos lucros no estado. Antes de instalar a planta de fábrica em Uruçuí, ela financiou a campanha eleitoral de vários políticos, candidatos a cargos dos poderes executivos e legislativos, estadual e federal, de distintas filiações partidárias. Em busca do pretenso progresso, o poder público estadual concedeu à empresa, na época, 15 anos de isenção do ICMS, além de outras vantagens fiscais e promessa de melhoramento de infraestruturas viárias e energéticas. A partir de então, a empresa ganhou, no estado, simpatizantes que ocupavam cargos no legislativo estadual e executivo, e eram estes os principais defensores de adequação das leis, principalmente ambientais, para garantir a presença da empresa no Piauí.

Em alguns outros segmentos sociais, como comerciantes, prestadores de serviços a agricultura moderna e proprietários e/ou especuladores de terras, exaltava-se o discurso das oportunidades de novos negócios trazidas pela empresa,

6 Revista Bunge Planeta, ano 03, número 32, agosto de 2005.

pois ela intensificaria o comércio de maquinários, de insumos e a valorização das terras da região. Nos anúncios de vendas de terras veiculados a partir da instalação da empresa no sul do Piauí traziam, invariavelmente, informações sobre a distância do local onde se encontrava as unidades de recebimento ou da fábrica de processamento de soja da Bunge. A partir disso, o mercado imobiliário de terra agrícola passou a se regular pela distância das instalações da empresa.

A questão mais expressiva, no entanto, após a instalação da empresa no sul do Piauí, refere-se aos impactos ao ambiente natural, com importante capacidade de destruição do bioma dos cerrados, principalmente, de sua vegetação, que servia de fonte energética para o aquecimento das caldeiras da fábrica esmagadora de soja. A partir de sua instalação, a empresa passou a receber várias acusações de crimes ambientais nos Ministérios Públicos, federal e estadual, e, inclusive, com execução de processos judiciais que tratavam da exploração de uso de madeira dos cerrados. As acusações apontavam que a fábrica da Bunge adotava práticas inadequadas no uso da matriz energética; ao invés de gás ou outras fontes energéticas – mais onerosas financeiramente para a empresa, mas com menos impacto sobre o meio ambiente local – adotou-se o uso da lenha das matas nativas de cerrados[7]. Calculava-se que, para manter o ritmo de produção empreendido pela fábrica de Uruçui, a empresa consumia 11.021 quilos ou 27,5 metros cúbicos de lenha por hora, correspondendo a 217,5 milhões de metros estéreis por ano, ou 10.876,7 hectares/ano, conforme destacava reportagem da Revista Isto É, de 08 de outubro de 2003. Pagava-se, em média, 0,60 centavos de real aos trabalhadores rurais para cada metro cúbico de lenha recolhida, enquanto a Bunge desembolsava 22 reais pelo metro estéril de lenha aos detentores desse comércio. Esse lucrativo negócio produziu grande interesse dos produtores de soja que passaram a retirar a vegetação de suas áreas também para a comercialização de lenha para a Bunge, agravando ainda mais a situação da manutenção das matas nativas de cerrado.

A outra opção que se vislumbrada naquele momento pela empresa para abastecer as suas caldeiras era obter madeira a partir do eucalipto. O uso dessa fonte energética, no entanto, não era possível, pois ainda não havia sido iniciada na região a produção de monocultivos florestais, o que pressionava para o consumo da mata nativa do cerrado.

Visando menor exposição do nome da empresa em escândalos ambientais, a Bunge terceirizou os serviços de fornecimento de lenha a partir da vegetação nativa, encarregando tal tarefa à Mineradora Graúna, empresa do grupo

7 Na reportagem, com o título "O cerrado vira lenha", de 08 outubro de 2003 (n° 1775), a revista Isto É trazia uma ampla denúncia sobre a instalação da Bunge no Piauí e o uso da lenha como principal recurso para o aquecimento de suas caldeiras.

Canel (Central Agrícola Nova Era), parceira da Bunge no Piauí, em cujas terras houve a instalação da planta de fábrica de esmagamento de soja da empresa. A Graúna fornecia, além disso, calcário aos produtores agrícolas atrelados à grande empresa, como parte do "pacote" que lhes foi imposto para financiar suas lavouras de soja. Naquele momento, ocorriam diversas denúncias contra essa mineradora que, por sua vez, contratava de maneira irregular mão de obra dos trabalhadores locais para a derrubada da mata, pagando a eles preços aviltantes pela madeira retirada. A Canel era uma das empresas citadas recorrentemente nos relatórios de fiscalização do Ministério do Trabalho e do Emprego por descumprir as leis trabalhistas com seus empregados nos cerrados piauienses.

Vê-se, assim, que o caso da instalação da Bunge Alimentos dos cerrados do sul do Piauí indica a forma pela qual essas grandes empresas estabelecem suas diferentes estratégias para a apropriação indiscriminada dos recursos naturais e da própria força de trabalho de famílias de pequenos produtores locais. Estas, diante das condições de vida oferecidas, não possuem outras alternativas, senão as de disponibilizarem a sua própria força de trabalho para os novos grupos econômicos que se instalam na região. As empresas vencedoras, por sua vez, quanto mais reduzem o número de seus concorrentes, menos procuram se colocar à frente de situações em que comprometam a sua imagem perante os consumidores. Protegem-se, desse modo, por meio de outros grupos econômicos subordinados a elas, os que realizam, digamos, o "trabalho sujo". São as empresas globais, entretanto, as que verdadeiramente lideram tais ações e as que mais se beneficiam da maximização da exploração tanto do trabalhador expropriado quanto dos recursos naturais. O discurso, porém, que se tenta construir pela e para a grande empresa é o de que ela se preocupa com a degradação ambiental crescente no mundo de hoje, frequentemente disseminando falsas promessas de defesa da natureza. Os problemas ecológicos produzidos por essas grandes empresas incidem, frequentemente, nos custos que o Estado assumirá e/ou sobre as populações locais que pagam elevado preço diante do desaparecimento de seus meios de vida.

Considerações Finais

Na conjuntura econômica vigente, as grandes empresas do setor agrícola usam da estratégia de agente financeiro para a ampliação de seu capital. Os lucros são maiores quanto mais a empresa vencedora elimina seus concorrentes, reduzindo os raios de ação do produtor, através do cerco sobre a cadeia produtiva. A ideia, portanto, do *status quo* de que há uma democracia no mercado se anula diante das evidências de atuação dos grandes conglomerados econômicos. O que prevalece, nesse caso, é a ação destrutiva sobre os mais fracos e a imposição

de formas de subordinação destes em favor de uma pequena parcela de empresas.

A maior participação do capital privado nos sistemas de financiamento agrícola que, a princípio, constitui uma fonte a mais de recurso para o setor, não representa, dessa maneira, uma solução para a produção alimentar brasileira, muito menos para garantir aqueles produtos de base da alimentação dos brasileiros. A grande empresa se interessa fundamentalmente pela agricultura moderna de exportação e/ou por alguns setores do mercado interno, como o etanol, cujos retornos financeiros são mais imediatos. Isso ocorre em função da maior rentabilidade do comércio agrícola internacional e/ou nacional e da possibilidade de disponibilizar financiamentos para aqueles agricultores com melhor estrutura econômica. Estes, portanto, estão mais propensos a contraírem maiores volumes de recursos financeiros a partir do sistema de crédito e são potencialmente melhores consumidores de derivados industriais vendidos por essas empresas, como é o caso dos insumos.

A possibilidade das empresas perderem capital, investindo nos setores agrícolas mais modernos, torna-se reduzida, haja vista o fato de os riscos de insucessos serem repassados para o conjunto dos agricultores e da sociedade em geral. Mesmo porque poucas delas se envolvem diretamente na produção, evitando-se, assim, situações que possam levar a prejuízos financeiros, como as de intempéries climáticas.

O sistema de financiamento dos produtores de soja mantido por uma grande empresa privada, como é o caso da Bunge Alimentos no Piauí, é ilustrativo das formas de atuação de tais empresas do setor agroalimentar. Nessas formas, é possível a realização do circuito completo de valorização do capital. Ou seja, agindo como especulador financeiro, a empresa efetua parte da circulação de seu capital. Ganha mais dimensão quando ela se torna comercializadora de matéria-prima agrícola ou de insumos e de serviços necessários ao funcionamento da agricultura capitalista. Esse circuito se completa, enfim, com sua presença na esfera da industrialização e da comercialização de produtos elaborados; ademais, exercem o controle do sistema de logística.

Os mecanismos de valorização do capital dessas empresas, portanto, vão muito além de uma simples atuação na compra de matérias-primas e no seu processamento, mas se ampliam para todas as esferas existentes no circuito de valorização do capital. Todos esses processos se realizam na escala da região, como tentamos demonstrar no exemplo da presença da empresa Bunge Alimentos, no estado do Piauí.

Do que vimos, a respeito do avanço da modernização da fronteira agrícola brasileira sob o comando das grandes corporações econômicas, torna-se pertinente a seguinte questão: essas empresas hegemônicas ao se instalarem em determinadas regiões levam desenvolvimento a estes locais ou produzem ali novas modalidades de crise tanto sociais quanto ambientais? Até o momento a segunda opção parece ser a resposta que prevalece.

Bibliografia

BERNARDES, Júlia Adão. As Estratégias do Capital no Complexo da Soja. In CASTRO, I.E., GOMES, P.C.C. & CORRÊA, R.L. (Orgs.). *Brasil: Questões Atuais da Reorganização do território.* Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1996, pp.325-366.

BRUM, Argemiro J. *Modernização da Agricultura: Trigo e Soja*. Petrópolis/Ijuí: Vozes/FIDENE, 1988.

BUNGE ALIMENTOS S.A. *Centro de Memória Bunge: Guia Eletrônico do Centro de Memória. Bunge Alimentos S.A.,* Disponível em: http://www.fundacaobunge.org.br. Acesso em 10/01/2007.

BUNGE ALIMENTOS S.A. *Unidades Industriais e Áreas de Atuação. Bunge Alimentos S.A.*, Disponível em: http://www.bunge.com.br. Acesso em 10/01/2007.

CHESNAIS, François. *A Mundialização do Capital*. São Paulo: Xamã, 1996.

FORNARO, Alexandre C. *Logística e Agronegócio Globalizado no Estado de Tocantins: um Estudo sobre a Expansão das Fronteiras Agrícolas Modernas no Território Brasileiro*. Dissertação Mestrado, Instituto de Geociências (IG) – Unicamp, Campinas, 2012.

GASQUES, José Garcia; CONCEIÇÃO, Júnia Cristina P. R. da. "Financiamento da Agricultura – Experiências e Propostas". In GASQUES, J.G.; CONCEIÇÃO, J.C.P.R. da (orgs.). *Transformações da Agricultura e Políticas Públicas*. Brasília: IPEA, 2001, pp. 96-155.

MARTINELLI JR., Orlando. *A Globalização e a Indústria Alimentar: um Estudo a partir das Grandes Empresas*. São Paulo: Fapesp, 1999.

OLIVEIRA, Ariovaldo U. de. BR – 163 Cuiabá – Santarém: Geopolítica, Grilagem, Violência e Mundialização. In TORRES, Maurício (org.). *Amazônia Revelada: os Descaminhos ao Longo da BR – 163*. Brasília: CNPq, 2005, pp. 60-169.

ORTIZ, Renato. *Mundialização e Cultura*. São Paulo: Brasiliense, 1994.

Sobre o autor

Vicente Eudes Lemos Alves: Licenciado e bacharel em Geografia, mestre e doutor em Geografia Humana pela USP (Universidade de São Paulo). Atualmente é professor do Departamento de Geografia Unicamp (Universidade Estadual de Campinas).

* * *

ABSTRACT

The presence of large companies of the agribusiness in the cerrados northeastern's: the case of Bunge Foods in south of the Piauí.

This article seeks to discuss the presence of large companies in the agribusiness sector in the cerrados Northeast, especially the presence of Bunge Foods in Piaui state. From the analysis of capital concentration undertaken by large hegemonic companies, we seek to understand the mechanisms created by them to the domination of the productive chain of the agroindustrial complex centered on the production of grain. Taking as an example the presence of Bunge Foods in cerrados of southern Piaui, this article attempts to verify how the company substantially altered the relationship marketing of products derived from modern agriculture in the region, as it acts instituting forms of monopolization in the purchase soy, on the sale of fertilizers to farmers and also the financing of crops. These factors are responsible for the growth, in recent years, of grain crops and the submission of the modern agricultural producers to the interests of this big company in the region. The installation of Bunge Foods in the cerrados of southern Piauí also meant the increase of environmental problems and the disappearance of the means of reproduction of the life of the local people.

KEYWORDS: northeastern cerrados, agribusiness, hegemonic companies, production of grain, subordination.

RESUMEN

La presencia de grandes empresas del agronegocio en los cerrados del noreste: el caso de Bunge Alimentos en el sur del Piauí

En este artículo se busca discutir la presencia de grandes empresas en el sector agroalimentario en la región noreste, especialmente la presencia de Bunge Alimentos en la provincia del Piauí. A partir del análisis de la concentración de capital realizada por grandes empresas hegemónicas, se intenta entender los mecanismos creados por ellas para la dominación de la cadena productiva del complejo agroindustrial, centralizada en la producción de granos. Tomando como ejemplo la presencia de la empresa Bunge Alimentos en el bioma Cerrado del sur de Piauí se procura verificar de qué manera la empresa ha alterado fundamentalmente las relaciones de comercialización de productos derivados de la agricultura moderna en la región, en la medida que actúa imponiendo formas de monopolio en la compra de soja, en la venta de fertilizantes a los agricultores e, incluso, en la financiación de cosechas. Estos factores son responsables por el crecimiento en años recientes de los cultivos de granos y por la sumisión de los productores agrícolas modernos a los intereses de las grandes empresas en la región. La instalación de Bunge Alimentos en el Cerrado del sur de Piauí significó también el aumento de los problemas ambientales y la desaparición de los medios de reproducción de la vida de la población local.

PALABRAS CLAVE: cerrados nordestinos, agronegocio, empresas hegemónicas, producción de granos, subordinación.

BCG: http://agbcampinas.com.br/bcg

Artigo recebido em agosto de 2012. Aprovado em setembro de 2012.