

O ORDENAMENTO TERRITORIAL EM REDE DO GRUPO ANDRÉ MAGGI

Carlos Alberto Franco da Silva - Universidade Federal Fluminense
francodasilva@terra.com.br

O cerrado brasileiro tem sido considerado área potencial para o avanço da fronteira agrícola capitalista. Nos últimos trinta anos, várias regiões e lugares do cerrado têm sido transformados, a partir de um processo ideológico e simbólico e anunciador de valores modernizantes das estruturas produtivas no espaço agrário brasileiro. De um modo geral, após a privatização das terras, projeta-se sobre áreas previamente de cerrado uma tecnificação do uso do espaço agrícola em detrimento do uso da mão-de-obra. Além disso, a escassez de recursos ao financiamento à lavoura subordina grande e médios produtores aos esquemas de comercialização impostos pelas corporações. O domínio de mais de 60% do comércio de grãos de soja e milho pelas corporações implica uma logística própria e a fragmentação dos territórios por determinadas tradings do agronegócio. Assim sendo, o objetivo deste trabalho é desvelar as práticas socioespaciais de uma importante corporação do agronegócio em áreas de domínio prévio do cerrado: o Grupo André Maggi. O recorte teórico-metodológico utiliza o conceito de território usado enquanto sistema indissociável de ações e de objetos, proposto por Milton Santos (1996 e 2001), e as categorias de rede, técnica, representações simbólicas ideológicas e culturais. A operacionalização da pesquisa se baseou em trabalho de campo, durante o período de 1999 a 2003, em áreas de influência da empresa, e em entrevistas com o ex-presidente do grupo, o atual governador de Mato Grosso, Blairo Maggi. Em termos de resultados, podemos afirmar que o Grupo André Maggi criou uma geografia própria em função de um processo de valorização do espaço, em que a constituição de territórios políticos articulados em rede era parte integrante da logística da empresa. Assim sendo, a implantação da hidrovía do Madeira, a criação de cidade de Sapezal, as parcerias estratégicas com tradings multinacionais, a fim de subordinar a renda do produtor, são algumas das práticas socioespaciais do grupo em áreas de fronteiras agrícola consolidada sobre antigos domínios do cerrado brasileiro.

THE TERRITORIAL MANAGEMENT IN NETWORK OF THE ANDRÉ MAGGI AGRIBUSINESS GROUP

Carlos Alberto Franco da Silva - Universidade Federal Fluminense
francodasilva@terra.com.br

The Brazilian savanna has been considered a potential area for the expansion of the capitalist agriculture frontier. During the last thirty years various regions and places of the savanna have been transformed, stemming from an ideological and symbolic process. In general, after the privatization of the lands, there was an increase in the use of technical practices in the savannas, which reduced the manual labor. Also, the scarce funding for crop plantations subordinated the medium and large sized farmers into the commercialization process imposed by the corporations. The corporations control more than 60% of the soy bean and corn markets in Brazil. This forces the corporations to have their own logistics and also territorial fragmentation. Therefore, the aim of this study is to analyze the social practices of one of the most important agribusiness corporations in the Brazilian savanna, the André Maggi group. The theoretical and methodological base uses the concept of used territory to understand the relationship between objects and social actions, proposed by Milton Santos (1996 and 2001), and the categories of networks, techniques and cultural, symbolic and ideological representations. The research methodology was based on field research from 1999 to 2003, in areas where the André Maggi agribusiness group dominates and there was an interview with the ex-president of the Maggi group, the current governor of Mato Grosso state. In terms of results, the André Maggi group created its own geography through a value added process of the land, whereas networking the political territory was part of the company logistics. For example the birth of the Madeira waterway, Sapezal city, and strategic partners with the objective of subordinating the farmers' income are some of the social practices of the Maggi group in the Brazilian savanna.