

Exercícios de poder: entre o planejamento
estratégico e a banalização do mal

Carlise Schneider

Bacharel em Relações Públicas
Mestranda em Desenvolvimento Rural (PGDR)
Universidade Federal do Rio Grande do Sul

Resumo

Este artigo busca analisar as relações e os exercícios de poder que permeiam a atuação da agroindústria fumageira nos Vales do Rio Pardo/RS junto às famílias plantadoras de fumo e a comunidade. Além disso, pretende apresentar os campos envolvidos e as articulações da transnacional Souza Cruz Tabaco, controlada pelo grupo British American Tobacco (BAT) e as relações com os poderes legislativo, executivo, judiciário e com a mídia local. A partir do cenário em que atuam os agricultores as empresas fumageiras serão trazidos à tona elementos que habitam os campos sociais (da política, da educação, da economia). Também busca-se refletir sobre os capitais que os agentes envolvidos dispõem e as estratégias utilizadas na formação da imagem pública da Souza Cruz e do grupo internacional que controla a empresa desde 1913; o grupo BAT.

Palavras-chave: poder, imagem pública, agroindústria fumageira

A indústria fumageira: um breve relato

O tabaco é uma cultura agrícola não-alimentícia que rege a economia de mais de 150 países. Os impostos e taxas sobre o tabaco são fontes de receita para quase todos os governos. Conforme a Souza Cruz, no Sri Lanka, a receita proveniente do tabaco chega a 10% de tudo que o governo arrecada. No Quênia e no Brasil, o número é de cerca de 6%.

A cadeia produtiva do tabaco atinge, no mundo, 2,4 milhões de pessoas, envolvendo agroquímicos, materiais de construção, máquinas e implementos, transportadoras, postos de distribuição, fumicultores, safristas, usinas de processamento, exportação, fábrica de cigarros e varejistas.

No Brasil, o cultivo do fumo abrange os três estados do sul do país: Rio Grande do Sul, Santa Catarina e Paraná. As principais empresas de cigarros que operam no Brasil são a Souza Cruz, subsidiária da British American Tobacco, com uma parcela de aproximadamente 75% do mercado; e a Philip Morris do Brasil, integrante do grupo Philip Morris International, com cerca de 15% do mercado.

Com a ratificação da Convenção-Quadro¹, as famílias aguardam o programa do governo federal que vai apoiar a diversificação na região. Os primeiros imigrantes alemães chegaram em 1808 no Rio Grande do Sul e deixaram como herança a lavoura do fumo não apenas como fonte de renda, mas a partir de lógica própria, uma forma de hierarquização familiar.

Nosso recorte de estudo localiza-se no Vale do Rio Pardo, sul do Brasil. A Região é composta por vinte e dois municípios, sendo que, do total, apenas sete possuem população urbana superior à população rural. O tabaco surge nas proximidades dos municípios de Santa Cruz do Sul, nas pequenas propriedades baseadas na agricultura familiar.

O setor sempre encontrou resistência quanto ao seu consumo. Ao retrocedermos na história, em 1642, o Papa Urbano VIII proibiu o consumo do

¹ A Convenção-Quadro, que surge frente às reivindicações da sociedade civil devido a gama de informações sobre os problemas que o cigarro pode causar à saúde humana, encontra resistência na região produtora de fumo. Em fevereiro de 2004, o tratado internacional contra o tabagismo entrou em vigor propondo mudanças na oferta e na demanda de cigarro em todo o mundo. Em outubro de 2005, mesmo perante as pressões do setor fumageiro junto ao governo, o Brasil ratificou o tratado. Ratificado por 57 países - dos 192 membros da Organização Mundial da Saúde (OMS)--, o tratado foi o que teve a aprovação mais rápida na história das Nações Unidas.

tabaco entre os eclesiásticos. (NARDI, 1996). No início do século XX, nos EUA muitas leis antitabaco surgiram, mas em sua maioria, foram abolidas: as empresas

[...] conseguem driblar as varias legislações utilizando-se de estratégias pró-ativas e reativas (combinadas), por exemplo, vender os componentes do cigarro (o tabaco picado e o papel), introduzir ilegalmente pacotes nos estados em que a venda está proibida ou estabelecer negócios no exterior (BOEIRA; JOHNS, 2007).

O British American Tobacco (BAT) e a Souza Cruz Tabacos

A BAT² é um grupo internacional de tabaco que atua em mais de 180 mercados nacionais, produz e comercializa mais de 300 marcas de cigarro. Segundo o próprio grupo, uma característica marcante é a estrutura descentralizada, ou seja, “cada companhia local tendo uma grande liberdade de ação e responsabilidade por suas operações, dentro de uma grade global de princípios e padrões claramente definidos, a partir da sua sede em Londres³”.

São oitenta e uma fábricas em sessenta e quatro países, envolvendo cerca de noventa mil colaboradores e duzentos e cinquenta mil produtores agrícolas integrados às suas unidades.

No começo da década de 90, a British American Tobacco decidiu concentrar seus negócios no mundo no ramo do tabaco. Todas as empresas do grupo adotaram estratégias estabelecidas para atingir o objetivo estipulado de “tornar-se líder mundial do setor”. Na última década, a participação da BAT no mercado aumentou em quase 50%.

Conforme o site da empresa, a British American Tobacco é uma empresa cidadã proeminente em muitos países que apóia uma grande variedade de projetos que beneficiam comunidades locais e nacionais: “[...] por isso que associamos explicitamente nossas atividades comunitárias aos nossos princípios de negócios[...]”. (BRITISH AMERICAN TOBACCO, 2007)

² Para mais informações sobre o BAT acesse o site www.bat.com

³ Informações obtidas no site do grupo <: www.bat.com >

A visão da empresa “liderar o mercado mundial de produtos de tabaco”, guia as estratégias e ações implantadas pelo grupo no mundo todo. Suas estratégias se baseiam em três palavras: crescimento, produtividade e lucratividade. (BRITISH AMERICAN TOBACCO, 2007).

Através do Investimento Social Corporativo, a BAT adotou três temas globais para o Investimento Social Corporativo: Agricultura Sustentável, Desenvolvimento Local e Participação Cidadã.

A Souza Cruz Tabacos

Fundada em 25 de abril de 1903, no centro da cidade do Rio de Janeiro, pelo imigrante português Albino Souza Cruz, a “Cia. Brasileira de Fumos em Folha” contava com 16 funcionários. Em 1910, a empresa expandiu seus negócios e comprou a Fábrica de Rapé Paulo Cordeiro na mesma cidade. Em 1914, Albino passa o controle acionário ao Grupo BAT. Em 1918, migrou para a região sul do país e passou a se chamar “Brazilian Tobacco Corporation”(1920). Em 1955, recebeu a denominação “Souza Cruz Tabacos”.

A Souza Cruz administra duas fábricas de cigarros (em Uberlândia /MG e em Cachoeirinha/RS), três centros de processamento de fumo (Santa Cruz do Sul/RS, Blumenau/SC e Rio Negro/PR); um Centro de Pesquisas e Desenvolvimento (Cachoeirinha/RS), seis centrais integradas de distribuição, trinta e cinco centros operacionais de distribuição e cento e cinquenta depósitos e postos de abastecimento.

Atualmente, a empresa detém 60% do mercado nacional. Atuando em todo o ciclo do produto, desde a produção e processamento de fumo até a fabricação e distribuição de cigarros. A Souza Cruz chega a contar com 9 mil colaboradores na época da safra de fumo. Na produção de fumo no sul do Brasil, são cerca de 45 mil famílias de produtores integrados que recebem assistência técnica da companhia.

Para atuar no mercado internacional e continuar atingindo suas metas, a Souza Cruz planeja suas ações conforme as normas internacionais de

padronização. Para agilizar suas exportações e manter boas relações com o comércio internacional, a Souza aderiu o programa Gaúcho de Qualidade e produtividade (PGQT), da qual participam como membro mantenedor, desde 2001. Em 2002 iniciou o processo de certificação integrada, através do sistema integrado de gestão QuEnSH: Qualidade (Qu); Meio Ambiente (En), Segurança (S) e Saúde Ocupacional (H).

Além do Sistema de Produção Integrada⁴, como uma forma de controle sobre os agricultores, as empresas buscam legitimidade através das parcerias firmadas com diversos setores da região e do Estado do Rio Grande do Sul. Entre elas, a Universidade de Santa Cruz do Sul (UNISC), a Gazeta Grupo de Comunicações, as prefeituras dos municípios da região, o Governo do Estado do Rio Grande do Sul e entidades representativas (do setor tabagista e dos agricultores).

Dentre as entidades representativas ligadas às empresas temos a Associação dos Fumicultores do Brasil (AFUBRA), Sindicato da Indústria do Fumo (SINDIFUMO), Câmara Setorial do Fumo, Associação Brasileira da indústria do Fumo (ABIFUMO). Por outro lado, defendendo os interesses dos fumicultores, encontramos o Movimento dos Pequenos Agricultores (MPA), Federação dos Trabalhadores da Agricultura Familiar da Região Sul (FETRAF-SUL) e a Federação dos Trabalhadores na Agricultura da Região Sul (FETAG RS).

A AFUBRA é uma entidade sem fins lucrativos que atua nos estados do Rio Grande do Sul, Santa Catarina e Paraná. Fundada em março de 1995, em Santa Cruz do Sul/RS, e que oferece ressarcimento de prejuízos causados por chuva, acidentes climáticos, auxiliando na reconstrução de estufas de fumo, orientando a produção nas propriedades, comercializando sementes, ferramentas agrícolas e insumos.

⁴ O Sistema de produção Integrada corresponde a um controle sobre a produção do fumo que inicia no plantio e se estende até a entrega do produto. A escolha do técnico agrícola, contratado para orientar os colonos durante o ciclo do fumo, media a relação empresa/produtor. A escolha deste instrutor dá-se a partir de alguns pré-requisitos, entre eles ser membro atuante da comunidade em que vive. Assim, a margem de resistência diminui na medida em que os próprios agricultores legitimam as sugestões e exigências do mercado.

Engajada na questão levantada pela Convenção-Quadro para o controle do Tabaco, a AFUBRA participa ativamente das reuniões que tratam da questão, encontrando abrigo e apoio das empresas fumageiras, do governo local e de entidades ligadas ao setor tabagista, como o Sindicato da Indústria do Fumo (Sindifumo), com forte atuação política junto aos órgãos públicos e a mídia.

Ela também faz parte do “International Tobacco Growers Association” (ITGA), no Brasil denominada “Associação Internacional dos Produtores de Tabaco”. A ITGA, criada pela indústria fumageira, da mesma forma que a AFUBRA, apóia os interesses das empresas no que se refere aos interesses comerciais e também pressiona os governos contra ações de controle do tabaco.

Além disso, a AFUBRA faz parte da Câmara Setorial do Fumo, criado em 2003, no Governo Lula, pelo Ministério da Agricultura. A intenção inicial era oferecer um espaço de discussão sobre a assimetria das relações entre as fumageiras e o produtor rural.

O SINDIFUMO representa e defende os interesses das fumageiras junto a órgãos públicos, entidades públicas e privadas, instituições governamentais federais, estaduais, e municipais (legislação, carga tributária). O sindicato também participa das negociações entre empregador e empregado no que se refere à produção de fumo. Estas negociações envolvem a liberação de insumos agrícolas na produção junto ao governo, projeções de safra, custos de produção e preço do fumo, legislações e tarifas aplicadas no comércio internacional, entre outras.

O sindicato também coordena, em parceria com a AFUBRA e as empresas associadas, o programa “O Futuro é agora”, criado em 1998, a partir da assinatura do pacto do setor fumageiro pela prevenção e erradicação do trabalho infantil.

Também defendendo os interesses da indústria, temos a Associação Brasileira da Indústria do Fumo (ABIFUMO)⁵, sediada em Brasília, considerada um espaço para debates, um fórum que busca trazer à tona questões de interesse das empresas associadas. Fundada em 1979, é integrada pelas indústrias do setor tabagista e busca negociar e defender as necessidades das empresas.

⁵ Mais informações acessar o site www.abifumo.org.br.

Defendendo os interesses dos fumicultores, a FETRAF-SUL luta pelo direito de negociação dos agricultores no momento da negociação do preço do fumo e denuncia a assimetria das relações entre as empresa e os agricultores.

Fundada em março de 2001, está organizada em 22 microrregiões. Congrega noventa e três sindicatos de trabalhadores rurais em toda a Região Sul. Com sindicatos regionais, a FETRAF-SUL/CUT abrange mais de 288 municípios no Paraná, Santa Catarina e Rio Grande do Sul.

Entre as funções temos: articular os trabalhadores na Agricultura Familiar em torno dos sindicatos; colaborar com agricultores nas negociações com os governos municipal, estadual e federal; organizar projetos alternativos em diversas áreas; organizar os espaços regionais através da criação de sindicatos regionais e capacitar a organização nas comunidades e municípios (FETRAF-Sul, 2007)

A Federação dos Trabalhadores na Agricultura da Região Sul (FETAG-RS), criada em outubro de 1963, também participa na negociação do preço do fumo na comercialização da safra, no que se refere a classificação do tabaco⁶. A entidade representa atualmente cerca de 1,3 milhões de agricultores familiares, 60 mil famílias de pecuaristas e 200 mil assalariados rurais. Tem como missão: “Coordenar e mobilizar a categoria dos trabalhadores e trabalhadoras rurais a partir dos problemas sentidos e vividos, centrando a ação na construção de um modelo alternativo de desenvolvimento, tendo presente a organização e o crescimento da classe, cujo objetivo maior é uma sociedade mais justa e igualitária”.(FETAG-RS, 2007).

O Movimento dos Pequenos Agricultores(MPA) surgiu no Rio Grande do Sul, no início de 1996, quando cerca de 30 mil agricultores acamparam em Sarandi, perante a perda de suas lavouras com a seca e diante da falta de políticas públicas. O movimento abrange aproximadamente trinta e cinco mil famílias no Rio Grande do Sul e sessenta e cinco mil em outros dezoito Estados. Também defende uma transformação no modelo agrícola, em prol de um sistema que respeite o meio ambiente. Na região fumageira busca aprofundar o debate

⁶ A classificação do tabaco é complexa e envolve mais de 40 tipos de fumo em folha, de acordo com a cor da planta. Este é um momento de conflito, pois, geralmente, as empresas classificam de um modo e o fumicultor de outra forma.

acerca dos contratos de compra e venda do fumo e o sistema de integração de produção, segundo eles uma servidão moderna que consome a força de trabalho e a vida dos pequenos agricultores.

A Gazeta Grupo de Comunicações foi criada em 1945, em Santa Cruz do Sul, e é o maior grupo jornalístico do Vale do Rio Pardo. São dois jornais (Gazeta da Serra e A Gazeta do Sul), quatro emissoras de rádio (Rádio Rio Pardo, Rádio Gazeta AM e Gazeta FM 98.1 e Gazeta FM 101.7), um provedor de internet (Viavale Internet), uma editora e a Fundação Gazeta. O jornal A Gazeta do Sul, apresenta um tiragem diária de 18 mil exemplares. A Editora Gazeta Santa Cruz foi criada para atender a produção de anuários sobre o agronegócio, entre eles o Anuário do Fumo.

As coligações e articulações entre estes agentes podem ser visualizadas na luta contra a ratificação da Convenção–Quadro, através da mensagem do prefeito de Santa Cruz do Sul, Alberto Wenzel, em 26 de junho de 2006 na Câmara de Vereadores do Município:

[...] Acabamos de sair da grande luta da Convenção-Quadro, em que valeu a pena o exercício da mobilização que se fez, a união que se conseguiu, em torno da nossa grande causa, nosso fator maior de sobrevivência. E a essa luta devemos e muito ao nosso grande líder da Afubra, que nos deixou há poucos meses. Certamente seu trabalho e seu empenho serão sempre lembrados e seguidos por todos que ao longo desses anos aprenderam a admirá-lo e respeitá-lo. Além disso, nossas indústrias tiveram grandes problemas com a retenção de ICMS pelo Governo do Estado por falta das compensações da chamada Lei Kandir, concebida para reparar as isenções nas exportações, impostas pela União. Precisamos conviver com a idéia de que o setor fumageiro está fadado a ser hostilizado cada vez mais pelos movimentos mundiais que, a pretexto de defender a saúde, criam corpo e passam a crescer a ano que passa [...]. (CÂMERA DE VEREADORES, 2007)

As disputas no campo das relações tabagistas podem ser observadas a partir das articulações estabelecidas na luta contra a ratificação da Convenção-Quadro, aprovada em 2006, no Brasil. Na reportagem “O ano das mudanças na cadeia produtiva”, veiculada na Gazeta do Sul, encontramos um relato da situação do fumo a partir da visão das fumageiras e seus coligados:

[...] a ratificação da convenção-quadro para o Controle do Tabaco foi apenas um dos fatos que marcaram o setor fumageiro. Embora

combatida pelas entidades representativas do setor a medida acabou sendo assinada pelo governo no início do ano. Mas foi a troca de lideranças que mais marcou o ano, conforme mostra o Novo Anuário Brasileiro do Fumo. O falecimento do presidente da Associação dos Fumicultores do Brasil (Afubra), Hainsi Gralow, em março deste ano, fez com que mudasse a direção da principal entidade representativa da cadeia produtiva. Em seu lugar assumiu o vice-presidente, Marcílio Drescher, que tem como vice Heitor Petry. Outras funções desempenhadas pelo dirigente também ficaram sob nova direção. A Associação Internacional de Produtores de Tabaco (ITGA), passou a ser comandada pelo tesoureiro da Afubra, Benício Serner. Já a Câmara Setorial da Cadeia Produtiva do Fumo ficou sob responsabilidade de Romeu Schneider, atual diretor secretário da entidade. [...] até mesmo na esfera federal houve mudança de dirigentes, que acabaram repercutindo na fumicultura, em junho, o ministro da agricultura, Roberto Rodrigues, que estava no cargo desde o início do Governo Lula, pediu demissão. Ele, que mantinha laços estreitos com o Vale do Rio Pardo, deu lugar a Luiz Guedes Pinto. (MACHADO, 2006)

Conforme percebemos na matéria acima, as entidades representativas dos agricultores são administradas pelos integrantes da AFUBRA, que, por sua vez, atua a favor das empresas.

O campo jornalístico: alguns recortes e discursos

A partir de um levantamento feito junto ao jornal A Gazeta do Sul, de 2003 a 2007, temos condições de observar um cenário interessante. Na breve análise do panorama apresentado pela mídia local, foi realizado um levantamento sobre os temas e a forma como foram abordados pelo jornal, ressaltando aqueles que possuem mais relevância aos campos em questão neste estudo.

Partimos da idéia do campo jornalístico como um microcosmos com leis próprias e definido por sua posição no mundo global e pelas atrações ou repulsões que sofre por parte dos outros microcosmos (BOURDIEU, 1997: 55). A autonomia deste campo⁷ ocorre nas relações de forças que fazem parte da estrutura do campo.

⁷ Para o autor, o campo refere-se ao “espaço social estruturado, um campo de forças – há dominantes e dominados, relações constantes de desigualdade no interior desse espaço (...) um campo de lutas para transformar ou preservar esse campo de forças”. (1997:57).

Em primeiro lugar, podemos observar uma abordagem que aterroriza a comunidade no que tange à fuga das indústrias do tabaco da região. Reportagens como “Catarinenses de olho nas fumageiras”, “Fumageiras podem estar indo para a Argentina”, “Superando dificuldades” e “Ministro pede sugestões de diversificação”, mostram um discurso de um Grupo⁸ engajado na causa das fumageiras.

Ao mesmo tempo, o jornal afirma a importância do fumo e da Souza Cruz na região, conforme se pode observar nos títulos das seguintes reportagens publicadas: “Anuário do fumo mostra toda força da fumicultura”, “UNISC e Souza Cruz instalam reserva ecológica”; “Souza Cruz doa 20 mil para construção da UTI do hospital”, “Souza Cruz repassa doações à Prefeitura” e “Souza Cruz doa área para a Reserva Natural da UNISC”, “O futuro já chegou à pequena propriedade”, “Souza Cruz marca 2006 com ações pioneiras” e “Fumo até em piscina”.

Outra observação relevante pode ser analisada na notícia “Comunidade busca auxílio para a construção de ginásio”. Esta apresenta a face estratégica da comunidade e a representação da empresa como apoiadora de ações sociais.

Perante este cenário, visibilidades e depoimentos, pergunta-se se o conceito de sustentabilidade local, pregado pela indústria fumageira, pode ser viável, tendo em vista os riscos causados aos consumidores do cigarro, dos agricultores e os problemas ao meio ambiente.

Exercícios de disputa de poder

[...] O poder nunca é propriedade de um indivíduo; pertence a um grupo e permanece em existência apenas na medida em que o grupo conserva-se unido. Quando dizemos que alguém está ‘no poder’, na realidade nos referimos ao fato de que ele foi empossado por um certo número de pessoas para agir em seu nome. A partir do momento em que o grupo, do qual se originara o poder desde o começo (*potestas in populo*, sem um povo ou grupo não há poder), desaparece, ‘seu poder’ também se esvanece. [...]” (ARENDR, 1994: 36).

⁸ As reportagens podem ser encontradas no site do Jornal A Gazeta do Sul. Disponível em: www.gazetadosul.com.br.

Valendo-se das falas de renomados autores (Ricardo Abramovay, Fernandes Mançano, José Eli da Veiga, por exemplo) ligados à sociologia rural, as empresas passam a se apropriar destes discursos e repassá-los à família rural. Através do aparato institucional da empresa, a Revista Marco Social⁹ têm investido em ardorosos debates sobre o futuro da família rural. Mais do que isso, a Souza Cruz vem inserindo, junto aos seus produtores integrados e na comunidade, uma nova noção de propriedade:

Como uma pequena empresa. É assim que uma propriedade rural deve ser encarada no século 21. O conceito criado pela Souza Cruz em 1998 dizia respeito à propriedade no ano 2000, porém não perdeu atualidade com a virada do milênio. Quando colocado em prática todos saem ganhando: empresa, fumicultor, natureza. [...] Os que ainda não aderiram o modelo estão bem encaminhados. (RITTER; PANTE, 2007)

Os ideais do empreendedorismo têm como princípio a superação individual e, conseqüentemente, fomentam a competição, onde impera a lógica do capital. Além disso, a condição destes agentes é precária e não condiz com as possibilidades apresentadas pelas empresas.

Perante estes debates e discussões, temos um abismo que separa a realidade dos agricultores e as práticas discutidas. São impostas representações de uma nova ruralidade: empreendedora, diversificada. As famílias encontram-se imersas em valores que vêm sendo implantados pela mídia e pelas empresas.

Esta é uma luta complexa, onde cada um possui determinados capitais e, ao mesmo tempo, há espaço para estratégias representadas nas ações e reações frente aos conflitos gerados perante a família, a propriedade e o desejo de reproduzir-se como tal. Para assegurar sua sobrevivência, as organizações, em busca da formulação de uma imagem pública positiva e de posicionamento no mercado, buscam atuar junto à família rural.

Segundo Kaplún, em prol do mito do desenvolvimento e do progresso, muitos projetos carregam consigo um abuso ideológico. Citando Barthes, o autor

⁹ A Revista Marco Social, com periodicidade semestral, é publicada e mantida pelo instituto Souza Cruz. Mais informações acessar www.institutosouzacruz.org.br.

fala sobre o mito como uma palavra que despolitizada, que naturaliza e facilita este abuso ideológico:

[...] ao mesmo tempo oculta, ativamente, as relações sociais de poder. [...] O mito é um roubo de linguagem que facilita um abuso ideológico. O interesse de alguns se transforma em interesse de todos, ou simplesmente 'o que interessa'.[...] (KAPLÚN, 2006:167).

Se os projetos e programas implantados são viabilizados pelas fundações e organizações não-governamentais criadas e mantidas pelas grandes empresas, não é difícil visualizar o poder, atuando de forma silenciosa. Para Kaplún, a potencialidade articuladora de algumas ONGs não acontece

[...] porque são respostas cegas a angústias sentidas ou estratégias de sobrevivência de intelectuais afastados pela crise econômica ou pelos mecanismos repressivos. Não cumprem com seu papel articulador porque para poder sobreviver devem ajustar-se às prioridades de ação fixadas pelas agências. [...] (KAPLÚN, 2006:178).

As ações propostas partem do planejamento estratégico e de comunicação de uma empresa. Partindo-se da idéia de que a gestão da comunicação organizacional deve buscar o equilíbrio das instituições, é preciso considerar as etapas da sua elaboração de forma consciente. Isso porque grande parte dos programas e projetos não levam em consideração as necessidades das comunidades nas quais estão inseridos e encontram-se desprovidos de um diagnóstico realista.

Para Margarida Kunsch é preciso

[...] repensar os conceitos e paradigmas vigentes e estarmos em sintonia com a sociedade contemporânea. Temos que considerar, sobretudo, as organizações como lugar de representação de interações humanas e não apenas como lugar de relações produtivas e comerciais, e exercer função estratégica e mediadora nas organizações (AGÊNCIA EXPERIMENTAL DE RELAÇÕES PÚBLICAS 2007).

A Souza Cruz, vista na comunidade como uma empresa socialmente responsável e importante para o desenvolvimento econômico da região, busca, através desta imagem, fornecer sentido e legitimidade às suas ações.

Nesse sentido, a imagem torna-se narcísica, [...] pode adormecer a vigilância e, até mesmo, de forma suave, hipnotizar [...] (DEBRAY: 1994: 111). Entretanto, da mesma maneira que é necessário reconhecer que nenhuma imagem é inocente, também é preciso levar em conta que ela não é culpada, pois são os próprios agentes que a interpretam (DEBRAY, 1994:111).

Se os agentes se re-apropriam e re-apresentam um fato, conforme seu contexto, *habitus* e os capitais de que dispõem, tais representações podem influenciar visões de mundo e comportamentos. Seguindo esse viés, para Gomes, a imagem

[...] neste novo contexto histórico, assume um terceiro papel, diferente da imagem-mito e da imagem-referência, que combina a representação do visível e do invisível e tem como função principal inspirar a esperança no futuro e não mais evocar as memórias arcaicas ou conservar objetivamente presente [...].(M GOMES, 2007).

Além disso, também é importante captar o que ela carrega consigo, descobrir suas intenções. Segundo Weber, a imagem pública envolve o cognitivo e a semiótica, sendo “[...] resultante da imagem conceitual emitida por sujeitos políticos em disputa poder e recuperada na síntese de imagens abstratas (o intangível, a imaginação) com as imagens concretas (o tangível, sentidos)[...]” (WEBER, 2004: 262). Logo, a imagem, conforme Debray,

[...] é, na origem e por função, mediadora entre os vivos e os mortos, os seres humanos e os deuses; entre uma comunidade e uma cosmologia; entre uma sociedade de sujeitos visíveis e a sociedade das forças invisíveis que os subjugam. Essa imagem não é um fim em si, mas um meio de adivinhação, defesa, enfeitiçamento, cura, iniciação [...]. (DEBRAY, 1994: 33).

Seguindo esta linha, pode-se considerar a imagem pública como uma estratégia que, segundo Gomes, abarca três elementos: o conceito-imagem, a imaginação e o visível. E cada um desses elementos corresponde a um nível de participação discursiva na elaboração da Imagem Pública (o ator, o diretor e o público) e pode também ser vista de modo dinâmico e integrado, como uma função estrutural presente em todos os momentos e em cada parte. (W.GOMES apud M. GOMES).

Para Wilson Gomes (2004), é preciso considerar também o mundo dos negócios, pois é necessário também conhecer o contexto social, os agentes e as instituições que compõem a produção do sentido do discurso político mediado.

As fumageiras ainda convivem com os problemas gerados na saúde dos agricultores e para o meio ambiente. Nesse sentido, a discussão sobre a prática da responsabilidade social na percepção pública das corporações remete a necessidade da recondução das políticas de comunicação corporativa.

Dessa forma tem-se, na convergência das necessidades das empresas, da mídia e da política, uma busca pela visibilidade (WEBER, 2004). Tais perspectivas possibilitam que os agentes institucionais e políticos legitimem suas ações, alcancem visibilidade e exerçam o poder, ocasionando conflitos e representações, que perpassa a realidade do meio rural. O papel político dos meios de comunicação pode ser visualizado nas relações estabelecidas nos campos das relações tabagistas. De acordo com Habermas

[...] mesmo que pudéssemos opinar sobre quem dispõe do poder dos meios, não teríamos clareza sobre o qual os meios de massa afetam os fluxos intransparentes dos meios de comunicação da esfera pública política. No entanto são mais claras as reações normativas dos complexos das mídias [...] (HABERMAS, 1997: 111).

Logo, é no campo da comunicação que ocorrem as negociações entre as transnacionais, as entidades representativas e os agricultores. Dessa forma, o campo da comunicação “[...] altera continuamente o mapa da contemporaneidade ao interferir ininterruptamente, no funcionamento das relações sociais, culturais, econômicas e políticas [...]”. (WEBER, 2007).

A partir deste cenário, tem-se aqui, conforme Pierre Bourdieu, o poder operando em todas as relações. Trata-se de um poder caracterizado pela sua invisibilidade, o qual “[...] não pode se exercer sem a colaboração dos que lhe são subordinados e que só se subordinam a ele porque o constroem como poder [...]”. (BOURDIEU, 1999:53). Para ele, é preciso descobri-lo

[...] onde ele se deixa ver menos, onde ele é mais completamente ignorado, portanto, conhecido: o poder simbólico é, com efeito, esse poder invisível o qual só pode ser exercido com a cumplicidade daqueles que não querem saber que lhe estão sujeitos ou mesmo que o exercem [...] (BOURDIEU, 2007:7-8).

É este mesmo poder que, ao construir determinadas realidades, ou representações destas realidades, submete o agricultor à desesperança, à imobilização. Não é difícil perceber nos fumicultores o sentimento do medo, da submissão, da insegurança e do risco que acompanham o trabalhador ligado ao plantio do tabaco.

As relações assimétricas nas negociações também podem ser vistas como um sofrimento naturalizado, cercado de estratégias defensivas e ambíguas construídas pelo grupo. Dentre estas estratégias ressalta-se a alienação provocada pela precariedade de mobilização coletiva contra o sofrimento, que nos remete ao desenvolvimento da tolerância à injustiça. (DEJOURS, 1999: 24)

Partindo-se das *estratégias coletivas de defesa*, segundo Dejours, é possível interpretá-las como o

[...] resultado de uma composição entre o sofrimento e a luta (individual e coletiva) contra o sofrimento no trabalho. Portanto a normalidade não implica ausência de sofrimento, muito pelo contrário. Pode-se propor um conceito de 'normalidade sofrente', sendo pois a normalidade não o efeito passivo de um condicionamento social, de algum conformismo ou de uma 'normalização' pejorativa e desprezível, obtida pela 'interiorização' da dominação social, e sim o resultado alcançado na dura luta conta a desestabilização psíquica provocada pela pressão do trabalho [...] (DEJOURS, 1999:36).

Essa precariedade do trabalho, conforme Bourdieu

[...] se inscreve num *modo de dominação* de tipo novo, fundado na instituição de uma situação generalizada e permanente de insegurança, visando obrigar os trabalhadores à submissão, à aceitação da exploração [...] (BOURDIEU, 1998: 124).

Dentre as conseqüências para os agricultores, observa-se a corrosão dos laços que unem. Alguns estudos (LIEDKE, 1977; ETGES, 2006) revelam a falta de engajamento dos colonos em sindicatos, seguido pela imobilização e descrédito no futuro da propriedade rural e da família. Ao mesmo tempo, todos são associados à AFUBRA, aliada das fumageiras e do Sindicato das empresas de fumo (SINDIFUMO, 2007). A ausência de solidariedade horizontal e a não - associatividade são conseqüências da dependência que cada família, individualmente, possui com as empresas através da produção integrada.

Considerações finais

Alguns dados econômicos podem ajudar a elucidar o emaranhado de representações e mediações no dia-a-dia da família ligada ao cultivo do tabaco. A renda média bruta das famílias gira em torno de R\$ 9.300,00 mil ao ano. Porém, ao verificarmos o valor final arrecado pelas unidades familiares, entendemos que os rendimentos se reduzem, com os produtos, sementes e insumos adquiridos no decorrer do ano. Após estes descontos, a renda líquida é de R\$ 2.511,00 por família/ano, o que equivale a uma renda mensal de R\$ 61,54 por trabalhador, ou seja, um terço do salário mínimo nacional (ETGES at alii, 2002).

Dessa forma, questiona-se: porque esse agricultor permanece plantando o fumo? O fumicultor defende-se dizendo que não pode abandonar a produção do tabaco porque é lucrativa. Porque é a única coisa que sabe plantar. Porque seus antepassados vieram da Alemanha trazendo consigo as sementes do tabaco. Ao mesmo tempo, no final da safra, a maior parte encontra-se endividada com a fumageira. A maior parte continua trabalhando na lavoura e parcelando suas dívidas. Alguns se suicidam¹⁰. Os jovens, em sua maioria, migram para a cidade.

Sabendo-se que a família rural vem se desintegrando e alterando seus valores e relações de trabalho, através do entendimento das representações dos agentes perante a atuação das empresas, será possível acessar o campo simbólico dos agentes. Se o trabalho comunicativo produz símbolos e estes fazem algo significar e comunicam algo, entende-se que a representação é um deslocamento de sentido simbólico, ou seja, coloca uma coisa no lugar da outra. O

¹⁰ A região apresenta um alto índice de suicídio, devido aos encontrados nos agrotóxicos utilizados no plantio do tabaco, o organofosforado. Em Santa Cruz do Sul (RS), em 2001, ocorreram 21 suicídios por 100 mil habitantes, a maioria de agricultores, contra a média nacional de 4 por 100 mil. O problema teve destaque em 1996, quando a cidade vizinha Venâncio Aires registrou a taxa de 37,22 por 100 mil habitantes. Os venenos também causam lesões cerebrais, problemas de locomoção e neurocomportamentais. O Metamidophos, ou Tamarón, é um organofosforado de ação sistêmica que age por contato, ingestão ou de forma sistêmica. Inseticida e acaricida, hoje é comercializado como Classe II, isto é, "altamente tóxico". O registro original era Classe I, "extremamente tóxico", alterado devido a uma Portaria do Ministério da Saúde a partir de 1992. O agrotóxico é produzido pela Bayer.

símbolo evoca, remete-nos a algo. Essa nova configuração da ordem simbólica faz com que, cada um e todos, passem a resignificar algo.

Sendo o sistema de representações construído historicamente, no cotidiano e na relação entre o grupo, a família fumicultora passa a ver o mundo a partir da sua realidade. Dessa forma, parte-se de um universo simbólico legitimado pela indústria do fumo através do processo de formação da imagem pública e das imagens expostas nos meios de comunicação. As representações geradas são absorvidas pela comunidade e re-apresentadas de forma conflituosa. Nesse viés, é possível considerar o espaço cotidiano dos fumicultores como lugar repleto de estratégias que visam driblar o medo e o sofrimento, e a eles como agentes cujas escolhas estão, quase sempre, submetidas e impostas pelo poder invisível.

Bibliografia consultada

AGÊNCIA EXPERIMENTAL DE RELAÇÕES PÚBLICAS. Agência Experimental de Relações Públicas da Metodista completa 25 anos Sua mentora, Margarida Kunsch, recebe homenagem e fala sobre Planejamento e Gestão. **SINDICATO DOS PROFISSIONAIS LIBERAIS DE RELAÇÕES PÚBLICAS NO SETADO DE SÃO PAULO**. Disponível em: <<http://www.sinpropr.org.br/Clipping/2006/124.htm>>. Acesso em: 05 out. 2007.

ARENDDT, Hanna. **Sobre a violência**. Rio de Janeiro: Relume-Dumará, 1994.

BOEIRA, Sérgio Luís; JOHNS, Paula.. Indústria de Tabaco vs Organização Mundial da Saúde: um confronto histórico entre redes sociais de *stakeholders*. **Intherthesis** Disponível em: <http://www.interthesis.cfh.ufsc.br/interthesis7/06_v4n1_interthesis.pdf >. Acesso em: 10 set. 2007.

BOURDIEU, Pierre. **O Poder Simbólico**. Lisboa: Rio de Janeiro, Difel-Bertrand, 2007.

_____. **A dominação masculina**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1999.

_____. **Contrafogos**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1998.

_____. **Sobre a televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.

BRITISH AMERICAN TOBACCO. **About us**. Disponível em: < www.bat.com > acesso em: 17 jul. 2007.

CÂMERA DE VEREADORES DE SANTA CRUZ DO SUL. **Olhos no futuro**. Disponível em: <
http://www.pmscs.rs.gov.br/download/mensagem_prefeito_wenzel.pdf >. Acesso em: 10 set. 2007.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das Mídias**. São Paulo: Contexto, 2006.

DEBRAY, Régis. **Vida e morte da imagem – um olhar sobre o ocidente**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1994.

DEJOURS, Christophe. **A banalização da injustiça social**. Rio de Janeiro: Editora Fundação Getúlio Vargas, 1999.

ETGES, Virgínia E.; FERREIRA, Marcos A. F. (Org.) **Produção do tabaco: impacto no ecossistema e na saúde humana na região de Santa Cruz do Sul/RS**. Santa Cruz do Sul: Edunisc, 2006.

FEDERAÇÃO DOS TRABALHADORES NA AGRICULTURA NO ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL. **Institucional**. Disponível em: <
<http://www.fetagr.com.br>>. Acesso em: 12 set. 2007.

FEDERAÇÃO DOS TRABALHADORES NA AGRICULTURA FAMILIAR DA REGIÃO SUL. **Quem somos**. Disponível em: < <http://www.fetrafsul.org.br>>. Acesso em: 12 set. 2007.

RITTER, Catarina; PANTE, Mara. O futuro já chegou à pequena propriedade. **Gazeta OnLine**. 25 jul. 2005. Disponível em: <
http://www.gazetadosul.com.br/default.php?arquivo=_noticia.php&intIdConteudo=36583&intIdEdicao=598>. Acesso em: 20 out. 2007.

GOMES, Wilson. **Transformação da Política na era da comunicação de massa**. São Paulo: Paulus, 2004.

GOMES, M. B. Hermenêutica, teoria política e imagem pública. **I CONGRESSO ANUAL DA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE PESQUISADORES DE COMUNICAÇÃO E POLÍTICA**. Disponível em: <
http://www.fafich.ufmg.br/compolitica/anais2006/Gomes_2006.pdf. Acesso em: 01 set. 2007.

HABERMAS, Jünger. **Direito e democracia – entre factividade e validade**, vol. II. Rio de Janeiro, RS: Editora Tempo Brasileiro, 1997.

KAPLÚN, Gabriel. Entre mitos e desejos: desconstruir e reconstruir o desenvolvimento, a sociedade civil e a comunicação comunitária. In: PAIVA, Raquel (Org.). **O retorno da comunidade: os novos caminhos do social**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007.

KIRST, Luciano. Os conceitos de qualidade vão muito além de um bom resultado na qualidade do produto ou serviço. **Gazeta OnLine**. 14 maio 2007. Disponível em:

<http://www.inovar.org.br/mbc/inv/index.php?option=com_noticia&task=noticias_detalhes&Itemid=38&id=3298> . Acesso em: 31 jul. 2007

LIEDKE, Elida R. **Capitalismo e camponeses: relações entre indústria e agricultura na produção de fumo no RS**. 1977. Dissertação (Mestrado em ciências sociais) – Instituto de Ciências Humanas, Universidade de Brasília.

MACHADO, Dejair. O ano das mudanças na cadeia produtiva. **Gazeta OnLine Sul**. 30 nov. 2006. Disponível em: <http://www.gazetadosul.com.br/default.php?arquivo=_noticia.php&intIdConteudo=65985&intIdEdicao=1020>. Acesso em 10 mar. 2007.

NARDI, Jean-Baptiste. **A história do fumo brasileiro**. Rio de Janeiro: ABIFUMO, 1985.

SINDIFUMO - Sindicato da Indústria do Fumo do Estado de São Paulo. Disponível em: <<http://www.sindifumo.org.br/>>. Acesso em: 14 out. 2007.

SOUZA CRUZ. Disponível em: <<http://www.souzacruz.com.br>>. Acesso em: 25 mar. 2007.

WEBER, Maria Helena; COELHO, Marja P; PEREIRA, Marcos V. O voto, a rua e o palco (questões sobre comunicação & política). **ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO**. Disponível em: <http://www.compos.org.br/data/biblioteca_132.pdf?PHPSESSID=b31c1bd8e353609a0f2993e692808ccd>. Acesso em: 05 out. 2007.

WEBER, Maria Helena. A imagem pública, 2004. In: RUBIM, Albino; **Comunicação e Política: conceitos e abordagens**. Salvador: Edufba, 2004.