

O espaço agrário brasileiro e a mídia no Brasil: a escala adotada pela revista Veja como estratégia de apreensão da realidade agrária brasileira.^{1,2}

Introdução

Em trabalho anterior analisamos a representação do espaço agrário brasileiro presente no discurso difundido pela revista Veja. Buscamos compreender como determinadas práticas discursivas contribuem para a elaboração e a difusão de certas formas de representação social do espaço agrário brasileiro.

Vimos que as modernas relações de produção capitalistas são apresentadas ao público como via única para o desenvolvimento do campo. A modernização da agricultura é representada como algo positivo, porque estaria tornando a economia brasileira mais competitiva no mercado mundial. E isso é sinônimo de riqueza para o país. As práticas agrícolas camponesas são consideradas tradicionais e atrasadas. Por isso, é preciso superá-las. Os conflitos presentes no campo são colocados no centro do debate, deslocando a atenção do leitor das causas estruturantes da questão agrária para os conflitos que delas decorrem (DARÉ, 2007).

Observa-se que essas práticas discursivas contribuem para a legitimação do processo de modernização da agricultura – o que Marx e Engels definiram como a capacidade das classes capitalistas de revolucionar constantemente os meios de produção – e que hoje tem como grande símbolo o agronegócio globalizado.

Neste artigo analisamos a escala adotada pela revista Veja nas reportagens sobre o espaço agrário brasileiro. Buscamos mostrar como as diferentes escalas de observação/concepção dos fenômenos sócio-espaciais presentes no campo contribuem para elaborar e legitimar certas formas de representação do espaço agrário brasileiro. Essa reflexão se torna importante, uma vez que os fenômenos sócio-espaciais adquirem características particulares com a mudança da escala (LACOSTE, 1993; CASTRO, 2006). Assim, as diferentes escalas de observação/concepção do espaço agrário brasileiro apontam para diferenças de conteúdo e de sentido dos fenômenos sócio-espaciais presentes ali.

Essa discussão só é possível quando avançamos teórica e conceitualmente na noção de escala. Aqui, propomos trabalhar a idéia de escala não como projeção gráfica apenas, mas como uma estratégia de apreensão da realidade como representação (CASTRO, 2006). Estamos falando, portanto, de uma escala que vai além de uma simples relação de proporção entre objetos e superfícies e sua representação em mapas. A escala consiste em uma forma de expressar e representar os diferentes modos de perceber e de conceber o real.

A revista Veja pertence ao Grupo Abril, empresa fundada em 1950 e que se consolidou ao longo dos anos como um dos maiores e mais influentes grupos de comunicação da América Latina. Elegemos trabalhar com a revista Veja por três motivos principais: em primeiro lugar, por ser uma das principais revistas de informação do Brasil hoje, com grande relevância na formação da opinião pública; em segundo lugar, porque a revista foi criada no final da década de 1960, período marcado pela introdução de um modo industrial de produzir na agricultura brasileira, cuja base técnica era o modelo mecânico-químico-biológico da Revolução Verde; por último, pelas evidências que indicam ser a revista Veja um lugar social

¹ Trabalho apresentado à disciplina Cartografia Geográfica do Programa de Pós-graduação em Geografia da Universidade Federal do Espírito Santo (UFES), como requisito para avaliação. Para a elaboração final deste trabalho a autora agradece a orientação da professora Gisele Girardi e os comentários dos colegas de disciplina Alessandro Montenegro Bayer, Claudinéa da Cunha Teixeira, Elisabeth Dell’Orto e Silva, Fernando Mieis Caus, Laura Mariano Quarentei, Luciano Cajaiba Rocha, Soliane Bonomo e Thalismar Mathias Gonçalves.

² Apoio: FAPES (Fundação de Apoio à Ciência e Tecnologia do Espírito Santo).

que produz e dissemina estratégias de legitimação dos interesses da elite agroindustrial brasileira, assim como da classe capitalista em geral³.

Foram analisadas reportagens da revista *Veja* que trataram de assuntos relacionados ao espaço agrário brasileiro e que foram matérias de capa na revista, perfazendo um total de 13 edições analisadas. O recorte temporal são as décadas de 1990 e 2000. Justifica-se tal recorte por ser este um período de redefinição da questão agrária brasileira em função de um conjunto de transformações sócio-espaciais presentes no campo: intensificação dos conflitos por terra e territorialização dos movimentos sociais de luta por Reforma Agrária, principalmente do MST (Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem-Terra); consolidação do meio técnico-científico-informacional no campo; e expansão do uso de biotecnologias, como continuidade do processo de modernização da agricultura brasileira.

Escala geográfica: a apreensão da realidade como representação

A discussão sobre o conceito de escala na chamada cartografia geográfica ultrapassa os limites da analogia geográfico-cartográfica (onde a representação do real se faz a partir de um raciocínio matemático) e nos faz pensar num conceito de escala onde se exprime a representação das relações sociais que as sociedades mantêm com o espaço geográfico. Estaríamos falando, assim, de uma escala geográfica.

Castro (2006) destaca que a escala é também uma medida, mas não necessariamente do fenômeno, mas aquela escolhida para melhor observá-lo, dimensioná-lo e mensurá-lo. Por isso, não é possível confundir a escala, medida arbitrária, com a dimensão do que é observado. Como a própria autora ressalta, as projeções do real e o conteúdo de cada projeção ultrapassam as possibilidades explicativas e a simplicidade operacional da escala gráfica. E a questão que se coloca refere-se ao significado próprio do que se torna visível a uma determinada escala e o seu significado em relação ao que permanece invisível. Assim “[...] o que importa é a percepção resultante, na qual o real é presente. A escala é portanto o artifício analítico que dá visibilidade ao real.” (CASTRO, 2006, p. 133).

Dessa forma, Castro (2006) nos chama a atenção para o fato de que a análise geográfica dos fenômenos requer objetivar os espaços na escala em que eles são percebidos, pois um fenômeno observado a uma determinada escala ganha um sentido particular diferente daquele quando observado em uma outra escala. Mas o problema aqui reside no fato de que muitos geógrafos tratam a escala a partir de uma analogia com a cartografia, cuja representação do real se faz a partir de um raciocínio matemático. Esta operação muitas vezes se impõe, substituindo o próprio fenômeno.

Procurando problematizar sobre as escalas em Geografia e sua vinculação com a escala temporal, no sentido histórico, Haesbaert (2002) destaca que a escala geográfica se diferencia da escala cartográfica pelo seu aspecto qualitativo a partir de uma dada ordenação espacial dos fenômenos. Assim, a escala geográfica não se define apenas pela delimitação física, cartográfica, de um espaço. Na interpretação geográfica está inserida também a dinâmica (política, econômica, cultural) que cada espaço envolve o que exclui a definição de limites estanques e nos obriga a entender as diferentes escalas em suas múltiplas interações.

Lacoste (1988) já nos chamava a atenção para o fato de que entre as diversas escalas não há somente diferenças quantitativas, relacionado ao tamanho do espaço representado, mas diferenças qualitativas também, pois quando se muda a escala, muda-se o fenômeno a ser cartografado. Antes ainda, Racine, Raffestin e Ruffy (1983) tinham chamado a atenção para o hábito que os geógrafos adquiriram de postular que todos os comportamentos que eles

³ Segundo dados dos Estudos Marplan (2002) o público alvo da Revista *Veja* são as classes A e B, ou seja, um público pertencente às classes média alta e alta, para as quais é interessante a afirmação de uma visão tecnocrata e os valores hegemônicos de uma sociedade pelos meios de comunicação.

estudam, todas as ocorrências que observam, medem e correlacionam se manifestam praticamente numa só escala.

Racine, Raffestin e Ruffy (1983) trabalham a escala como um “processo de esquecimento coerente”, pois como não é possível apreender a realidade em sua totalidade, a escala aparece para preservar aquilo que é pertinente em relação a uma dada intenção. Trabalham com uma noção de escala enquanto mediadora entre intenção e ação, o que assinala o componente de poder no domínio da escala.

Podemos afirmar, então, que quando se trata de recortar a realidade, esse recorte nem sempre supõe uma simples escolha para melhor informar uma percepção do espaço; muitas vezes “a utilização de uma escala exprime uma intenção deliberada do sujeito de observar seu objeto” (MERLEAU-PONTY, 1964, apud CASTRO, 2006, p.134). Ou como coloca Castro:

A seleção da escala pode prosseguir, em teoria, até o infinito dos pontos de vista possíveis sobre uma realidade percebida ou sobre uma realidade em projeto. Em todos os casos o resultado é aquele de um recorte da realidade percebida/concebida de acordo com o ponto de vista, com a escolha do nível de percepção/concepção. (CASTRO, 2006, p. 134).

Por fim, Castro (2006) parte da suposição de que a escala possui quatro campos fundadores: o referente, a percepção, a concepção e a representação. Assim:

Estes campos definem, pois, uma figuração do espaço que não é somente uma caracterização de um espaço em relação a um referencial, mas uma figuração de um espaço mais amplo do que aquele que pode ser apreendido em sua globalidade, ou seja, é a imagem que substitui o território que ela representa. Neste sentido, a escala é a escolha de uma forma de dividir o espaço, definindo uma realidade percebida/concebida, é uma forma de dar-lhe uma figuração, uma representação, um ponto de vista que modifica a percepção mesma da natureza deste espaço, e, finalmente, um conjunto de representações coerentes e lógicas que substituem o espaço observado. As escalas, portanto, definem modelos espaciais de totalidades sucessivas e classificadoras e não uma progressão linear de medidas de aproximação sucessivas. (CASTRO, 2006, p. 136).

A escala, portanto, é um meio de expressar as diferentes formas de perceber e conceber o real. O fato de se privilegiar determinadas escalas implica em ocultar aquilo que só pode ser apreendido em outra escala. Isso leva sempre a uma escolha, que não é simplesmente aleatória. A determinação de uma escala muitas vezes revela uma intenção propositada e intencional e transforma nossa própria concepção dos processos sócio-espaciais e da maneira de abordá-los.

A escala como estratégia de representação

Nos últimos anos, a mídia brasileira, sobretudo a imprensa escrita, tem mostrado uma participação cada vez mais expressiva do agronegócio na economia brasileira. O agronegócio e suas *commodities* têm sido apresentados como a expressão máxima da inserção de uma burguesia agroindustrial nacional nos circuitos comerciais globais. Os índices expressivos da exportação de produtos de origem agropecuária são apresentados para confirmar o suposto sucesso do agronegócio brasileiro. A agricultura industrializada aparece como único processo viável de desenvolvimento para o campo e de aumento da competitividade da economia brasileira no mercado internacional. Como consequência, a agricultura camponesa é negligenciada e junto com ela sua importância na construção de uma diversidade territorial brasileira.

Podemos encontrar ao longo das reportagens da revista Veja um amontoado de números e estatísticas tentando justificar a superioridade do agronegócio brasileiro⁴. Em muitos casos, encontramos desde quantificações genéricas até aquelas ambíguas e hiperbólicas:

Na quinta-feira passada o governo divulgou os dados mais recentes sobre o comportamento da economia brasileira. O que se viu foi uma impressionante demonstração de força do interior. A agropecuária, entre todas as atividades produtivas do país, foi a única que agüentou o tranco na crise. Cresceu 17,8% no primeiro trimestre deste ano, em comparação com o último trimestre de 1998. Na soma geral, graças ao desempenho do campo, o PIB brasileiro cresceu 1%, afastando as sombras de uma recessão que se anunciava bruta para este ano. “Para quem conhece o dinamismo do setor rural brasileiro não foi surpresa”, diz o cientista político carioca Sérgio Abranches. “Há décadas o interior vem se transformando na locomotiva da sociedade brasileira.” (SORIMA NETO; EDWARD, 1999, p. 122).

O Brasil rural possui uma presença significativa no comércio internacional. É o segundo maior exportador mundial de soja, segundo na produção de carne e o primeiro nas culturas de cana-de-açúcar e café. Considerados em bloco, os produtos de origem agropecuária representam 27% das exportações e vão gerar neste ano um superávit comercial superior a 20 bilhões de dólares. (SECCO; PATURY, 2003, p.45).

O movimento de José Rainha é um anacronismo sob qualquer ponto de vista pelo qual seja observado. Experiências revolucionárias no campo no mundo moderno não produzem explosões como no tempo de Guevara e Fidel Castro. O campo brasileiro enveredou por outro rumo. Hoje, domina os negócios agrários movidos a alta tecnologia, capital intensivo e baixo uso de mão-de-obra. O setor rural produz sozinho um superávit anual na balança de exportações de mais de 20 bilhões de dólares. Se essa fosse a única atividade econômica brasileira, o país teria um superávit no comércio exterior entre os dez maiores do mundo. (SALGADO; PERES, 2003, p. 79-80).

Em 1990 e 2002, o PIB agropecuário cresceu numa média de 3,20%, enquanto a economia como um todo ficou em 2,70%. Nos últimos cinco anos, o ritmo de crescimento do setor foi quase o dobro do registrado pelo país. Os agricultores brasileiros são os mais competitivos na produção de açúcar, soja, algodão e laranja. O país já é o maior exportador de carne bovina e de frango. Junto, o agronegócio representa cerca de 35% da economia brasileira. (SALGADO, 2004, p.91).

Não há dúvidas que o agronegócio brasileiro vem apresentando resultados positivos na balança comercial do Brasil. Em 2002, por exemplo, o agronegócio brasileiro vendeu quase US\$ 25 bilhões ao exterior. Em 2003 vendeu US\$ 30,7 bilhões, garantindo superávit na balança comercial do país. Esses resultados positivos se devem, sobretudo, à venda de produtos como a soja, o algodão, o milho, o trigo, o café e produtos do setor de carnes. No entanto, ao mesmo tempo em que o Brasil do agronegócio exporta, ele tem que importar, por exemplo, arroz, feijão, milho e trigo, além de soja e de algodão que estão na lista dos principais produtos cultivados no país.

O Brasil exporta produtos necessários a sua própria soberania alimentar. Como consequência, depois tem que importá-los. Essa contradição na pauta de exportação e importação do Brasil é camuflada pelos números expressivos da exportação do agronegócio tão exaltados pela Veja.

⁴ Não é raro também aparecer ao longo das reportagens da Veja inúmeras tabelas e gráficos apresentando os números relacionados à agricultura brasileira sempre enfatizando a importância do agronegócio.

O capitalismo só se desenvolveu graças ao comércio internacional, produto e condição da divisão internacional do trabalho. Dessa forma, o mercado mundial vai sendo a meta e o limite do agronegócio. E é o Brasil do campo industrializado que vai transformando a agricultura em algo regulado pelo lucro e pelo mercado mundial:

Nas áreas em que se planta com técnicas modernas, a agricultura brasileira é altamente produtiva, quase tanto quanto a europeia ou a americana. (SIMONETE, 1997, p.56).

É incrível a revolução que a tecnologia está provocando nas áreas rurais do Brasil. Graças à biotecnologia é possível desenvolver sementes resistentes a pragas e inseticidas e plantas que se adaptam bem a solos pobres e clima seco. Com inseminação artificial e transferência de embriões, técnicas da engenharia genética, pode-se produzir bois que rendem o dobro de carne e vacas que geram mais de quarenta bezerros num ano. [...] São técnicas como essa que dobraram a produtividade do campo brasileiro nas últimas décadas. “Para que o Brasil se torne um dos maiores produtores mundiais não basta ocupar a área ociosa. É preciso empregar tecnologia”, diz André Pessoa, um dos maiores especialistas agrícolas do país e sócio da Agriconsult, consultoria especializada em agricultura. (SORIMA NETO; EDWARD, 1999, p.126).

O Brasil atingiu o atual grau de excelência porque, além de investir pesadamente em tecnologia, conta com fazendeiros que administram suas propriedades como se fossem empresas. Os produtores voltados ao mercado externo estão conectados, muitos de forma simultânea, com o resto do Brasil e do mundo. Trabalham com os olhos na tela do computador, seja para acompanhar os preços na Bolsa de Chicago, seja para planejar novas estratégias e investimentos. Não basta saber plantar e colher. Para ter lucro, é necessário ser bom em todas as etapas: na compra de insumos, na produção e na comercialização. (SALGADO, 2004, p.94).

Nas grandes plantações de cana, são usadas entre quinze e vinte variedades de planta para reduzir os riscos com doenças. Diz Sebastião Henrique Rodrigues Gomes, diretor da Usina Santa Elisa, de Sertãozinho, no nordeste do Estado de São Paulo: “O agronegócio se vale de uma tecnologia que faz inveja até aos americanos”. O Brasil é reconhecido como o país que desenvolveu o melhor pacote de tecnologias para regiões tropicais. “Com o fim dos subsídios, os produtores foram obrigados a buscar ganhos de produtividade, e foi isso que permitiu o salto dos últimos anos”, diz Marcos Jank, presidente do Instituto de Estudos do Comércio e Negociações Internacionais (Ícone), de São Paulo. No agronegócio, o Brasil é respeitado e temido como uma grande potência. A civilização do campo, plugada na internet, remunerada em dólar e umbilicalmente ligada ao mundo exterior, é a mais alvissareira mudança na topografia econômica brasileira em muitas décadas. (SALGADO, 2004, p. 95-96).

Eis uma tentativa clara de superestimar a importância das grandes lavouras mecanizadas. O avanço tecnológico aparece como único responsável pelo progresso do campo. Dentro deste modelo de agricultura é preciso apoiar as unidades produtivas mais avançadas, ajudá-las a se reproduzir e, ao mesmo tempo, eliminar as mais atrasadas que não conseguem mais recuperar o atraso. Como consequência, percebe-se a desvalorização de todos os modelos de agricultura que não se baseiam nesse modelo dominante, pois a diferenciação e a diversidade das formas de se produzir são consideradas empecilhos ao desenvolvimento. O discurso de uma economia forte é o de uma economia competitiva. E para sermos competitivos temos que absorver mudanças e transformar a estrutura produtiva, ou seja, superar o campo antigo e camponês pelo campo novo e moderno.

As posições expressivas na pauta de exportações de produtos de origem agropecuária justificam também as afirmativas de que não faz sentido distribuir terras através de uma

política de reforma agrária, pois a repartição da terra poderia desestabilizar este setor competitivo do campo e deixar o país vulnerável em sua política de exportação de grãos. Encontramos várias expressões que contribuem para associar a repartição da terra como algo negativo ao desenvolvimento. Do ponto de vista econômico não faz mais sentido falar em reforma agrária, pois não é a repartição da terra que vai garantir o aumento da produtividade no campo:

A reforma agrária saiu da agenda dos países a partir dos anos 70. Ou já tinha sido feita, com resultados variados, ou não era mais necessária como fator de desenvolvimento. “Até os anos 60, ela era fundamental para a modernização. Depois, a produtividade da agricultura moderna mostrou-se capaz de garantir o abastecimento sem outra revolução que a tecnológica”, analisa o professor Bastiaan Reydon, do Núcleo de Economia Agrícola da Unicamp. [...] Os teóricos do desenvolvimento, que também saíram de moda, agora mudaram de enfoque e temem que a fragmentação do solo agrícola em propriedades menores prejudique a escala da produção. (LINTOWITZ, 1997, p. 54).

A reforma agrária saiu da agenda dos países há mais de vinte anos. Ou já tinha sido feita, ou não fazia mais sentido como fator de desenvolvimento. Até a década de 60, distribuir terras garantia um aumento na produção agrícola dos países. Depois, com o aumento da produtividade, garantiu-se o abastecimento não pela repartição da terra, e sim pelo uso da tecnologia. A necessidade de mão de obra no setor vem caindo, aumentando diretamente a legião dos sem-terra. O Brasil tinha mais da metade de sua força de trabalho no campo até a década de 60. Hoje tem 23%. A Europa mantém aproximadamente 6% de sua população trabalhando no meio rural e, nos Estados Unidos, a porcentagem cai para 2%. De um ponto de vista estritamente agrícola, portanto, a reforma agrária não tem mais nenhuma razão de ser. (OINEGUE, 2000, p. 43-44).

Vale ressaltar que há atualmente, inclusive entre grandes estudiosos da agricultura brasileira, uma nítida tentativa de opor as novas lavouras modernas ao antigo latifúndio: atrasado tecnicamente, disfuncional socialmente e de baixa produtividade. A intenção é reforçar a idéia de que as grandes fazendas não são mais improdutivas, mas, ao contrário, altamente produtivas, modernas, dinâmicas e competitivas no cenário internacional. No entanto, segundo dados do IBGE referentes ao último censo agropecuário (1995/96) são as pequenas unidades de produção as principais responsáveis pelos produtos do campo. Elas produzem mais em volume de produção e produtos voltados para o mercado interno, além de serem as que mais geram emprego e renda no campo.

Nos exemplos seguintes aparece mais uma forma clara de enaltecimento de um modelo: exaltar o produtor conectado às redes globais, bem instruído e familiarizado com as novas tecnologias. Os grandes fazendeiros são representados por meio de ações que os apresentam como os únicos responsáveis pelo desenvolvimento do espaço agrário brasileiro e como protagonistas de um rural moderno e avançado:

Diz Lúcia Lippi Oliveira, pesquisadora do Centro de Pesquisa e Documentação de História Contemporânea do Brasil da fundação Getúlio Vargas: “O homem do campo era visto como um coitado porque tinha de ir a São Paulo e Rio de Janeiro para saber das coisas. Isso mudou. O sucesso do agronegócio fez com que o atrasado de ontem se tornasse o globalizado de hoje”. É verdade. O agricultor de soja perdido no interior de Mato Grosso está mais próximo do Primeiro Mundo, a cujas bolsas de mercadorias ele se liga instantaneamente por internet, do que a dona-de-casa que compra uma lata de óleo de soja na prateleira de um supermercado da capital. (SALGADO, 2004, p. 90).

O caubói brasileiro não está copiando apenas a roupa, a bota e o chapéu do Primeiro Mundo rural. Está imitando também o que ele tem de melhor em termos de tecnologia agrícola. A agricultura de precisão, aquela que conta com a ajuda até de satélite para melhorar a colheita, é um exemplo. Os agricultores conseguem produzir no interior de Minas Gerais e de Mato Grosso tanto quanto seus colegas americanos. Colhem até 180 sacas de milho por hectare, enquanto a média brasileira oscila entre 100 e 120 sacas dependendo da região. (SORIMA NETO; EDWARD, 1999, p. 126).

O Brasil atingiu o atual grau de excelência porque, além de investir pesadamente em tecnologia, conta com fazendeiros que administram suas propriedades como se fossem empresas. Os produtores voltados ao mercado externo estão conectados, muito de forma simultânea, com o resto do Brasil e do mundo. (SALGADO, 2004, p.94).

Um número crescente de empresários do campo examina suas lavouras palmo a palmo, digita informações sobre as condições das plantas e do solo num computador e, com a ajuda de um aparelho de GPS, que dá as coordenadas de latitude e longitude via satélite, registra o local exato. [...] Se o agricultor comete algum erro que afete a produção, corre o risco de perder o equivalente a um laptop a cada 10 000 metros quadrados. (SALGADO, 2004, p.95).

A imagem do agricultor ideal, ou seja, o fazendeiro vem somar-se às proposições de inovação técnica como aspectos mais enfatizados ao longo da *Veja*, o que reflete a capacidade de competição da agricultura brasileira no mercado internacional.

Há uma preferência em retratar o fazendeiro, sobretudo o grande fazendeiro, como um empreendedor, termo recorrente hoje em dia para designar um empresário bem sucedido, inclusive no campo. Ao representar o fazendeiro dessa forma a revista *Veja* sugere que ele é um indivíduo com perfil empresarial e, portanto, capaz de dinamizar o campo e de trabalhar a terra como uma fábrica ou uma empresa, em oposição à economia natural da pequena produção camponesa. Esses empresários do campo são capazes de serem competitivos. E a competição é a base da inovação e do processo de revolução das formas de se produzir.

Considerações finais

O avanço teórico e conceitual sobre a noção de escala realizado no âmbito da cartografia geográfica tem aqui papel relevante. Primeiro, porque nos faz pensar que a realidade é sempre apreendida por representação, mas não uma representação necessariamente cartográfica. Segundo, porque nos coloca o desafio de trabalhar empiricamente com um conceito de escala liberto da analogia cartográfica, concebendo a escala como estratégia de apreensão da realidade como representação. Por último, porque nos faz entender a escala como um meio de expressar às diferentes formas de perceber e de conceber o real.

A capacidade de competição no mercado internacional está no centro dos debates da revista *Veja*. A escala adotada pela revista, portanto, prioriza a agricultura industrializada consumidora de novas tecnologias e revela um campo brasileiro em que a industrialização da agricultura estaria tornando a economia brasileira mais competitiva no mercado mundial, o que seria sinônimo de riqueza e de desenvolvimento para o país. Por outro lado, a agricultura camponesa é negligenciada, pois ela seria apreendida numa outra escala de observação/concepção, que não a escala global. Como consequência, se oculta sua participação no mercado interno do país, pois são as pequenas unidades de caráter familiar as que mais produzem em volume de produção e produtos voltados para o mercado interno.

O papel da escala encontra força aqui na capacidade de gerar representações específicas do espaço agrário brasileiro. Assim como as diversas práticas discursivas utilizadas pelos meios de comunicação, a escala geográfica é utilizada pela revista *Veja* como uma estratégia para elaborar e difundir um discurso hegemônico sobre o campo brasileiro.

Mesmo que a produção capitalista agroexportadora esteja se expandindo intensamente pelo território brasileiro, há espaços que mantêm uma produção que se diferencia desse modelo de agricultura. Ao observar o campo na escala local é possível verificar a presença de lógicas alternativas à produção agropecuária industrializada. Várias famílias camponesas apresentam um padrão produtivo estável, capaz de gerar excedente suficiente para o consumo doméstico e para o mercado. São espaços que vêm se mostrando resistentes ao processo de produção capitalista exportador.

No entanto, o discurso apresentado pela *Veja* sustenta o pensamento de que o processo de globalização e a produção global tende a suprimir o local. Porém, o local é tão perceptível quanto o processo de produção capitalista, mas não aparece nas reportagens da *Veja* porque a revista adota uma única escala de observação/concepção dos fenômenos sócio-espaciais presentes no campo. Reproduz dessa forma um discurso ideológico sobre o espaço agrário brasileiro identificado num modelo único de agricultura: os das grandes áreas de produção agrícola de caráter exportador.

Trabalhar a questão agrária, portanto, implica trabalhá-la em suas múltiplas dimensões e expressões espaciais. É imprescindível a consideração de múltiplas escalas para que seja possível apreender o espaço agrário brasileiro em seus múltiplos aspectos e dimensões, desmistificando o discurso apresentado pela revista *Veja* e por grande parte da mídia brasileira. Nenhuma escala pode ser excluída. Até porque, muitas vezes, é na própria relação entre elas que se compreende melhor os fenômenos.

Referências bibliográficas

CASTRO, Iná Elias de. O problema da escala. In: CASTRO, Iná Elias de; GOMES, Paulo Cesar da Costa; CORRÊA, Roberto Lobato (Org.). **Geografia: conceitos e temas**. 8. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2006. p. 117-140.

DARÉ, Raquel. **O espaço agrário brasileiro nas reportagens da revista *Veja* das décadas de 1990 e 2000**. 2007. 58 f. Monografia – Universidade Federal de Viçosa, Viçosa, 2007.

HAESBAERT, Rogério. Escala espaço-temporais. In: _____ **Territórios alternativos**. São Paulo: Contexto, 2002. p. 101-115.

LINTOWITZ, Jaime. Problema resolvido. **Veja**, São Paulo, ano 30, n. 15, p. 52-54, abr. 1997.

LACOSTE, Yves. **A Geografia – isso serve em primeiro lugar para fazer a guerra**. 3. ed. Campinas: Papirus, 1988. 263 p.

OINEGUE, Eduardo. Sem terra e sem lei. **Veja**, São Paulo, ano 33, n. 19, p. 42-49, maio 2000.

RACINE, J. B.; RAFFESTIN, C.; RUFFY, V. Escala e ação, contribuição para uma interpretação do mecanismo de escala na prática da Geografia. **Revista Brasileira de Geografia**, Rio de Janeiro, v. 1, n. 45, p. 123-135, jan./mar. 1983.

SALGADO, Eduardo. A civilização do campo. Quem são e como vivem os protagonistas da revolução do agronegócio brasileiro. **Veja**, São Paulo, ano 37, n.39, p. 88-96, set. 2004.

SALGADO, Eduardo; PERES, Leandra. O beato rainha. **Veja**, São Paulo, ano 36, n. 24, p. 72-80, jun. 2003.

SECCO, Alexandre; PATURY, Felipe. O campeão mundial do suco de laranja. **Veja**, São Paulo, ano 36, n. 19, p. 38-45, maio 2003.

SIMONETE, Eliana. Gigante adormecido. **Veja**, São Paulo, ano 30, n. 15, p. 56-58, abr. 1997.

SORIMA NETO, João; EDWARD, José. O Brasil que agüenta o tranco. **Veja**, São Paulo, ano 32, n. 20, p. 122-127, maio 1999.