

# A RESSIGNIFICAÇÃO LEGITIMADORA DO AGRONEGÓCIO: O IMPACTO DOS SLOGANS CATIVANTES DE RECONHECIMENTO DO SETOR

**Autor:** Prof. Dr. Roberto Bazanini

O objetivo da palestra está em discutir criticamente a importância dos slogans cativantes para reconhecimento do setor no sentido de legitimar práticas não condizentes com os princípios da sustentabilidade através do *greenwashing*.

O slogan pode ser concebido como um grito de guerra e a consolidação da reputação de uma marca no mercado. O agronegócio brasileiro recorre aos slogans cativantes de reconhecimento do setor para encobrir ações que resultariam em legitimidade questionada, caso os procedimentos subjacentes fossem manifestos.

Dissemina-se uma visão parcial e enviesada das facetas do agronegócio, uma visão ufanista relacionada às ideias de abundância, riqueza, produtividade, utilidade, dinamicidade, modernidade e sustentabilidade que contradizem princípios de transparência, como proposto pelo Fórum de Davos (2020), o Manifesto dos Empresários e as Metas da Agenda ONU 2030.

Esses slogans produzem “um efeito do poder” da própria circulação do signo.: “agro é pop! o agro é tech! o agro é trabalho no campo! [...] o agro é dignidade à vida no Campo! o agro é tudo”. A reflexão crítica sobre o emprego desses slogans na forma de *greenwashing* no agronegócio se torna relevante para a realidade brasileira devido à importância econômica desse setor, a sua influência econômica e política e aos impactos sociais e ambientais que geram na sociedade brasileira.