

**DA FAZENDA AO *GREEN BONDS*: UM ESTUDO DE CASO NA ELITE DO
AGRONEGÓCIO BRASILEIRO**

***DE LA GRANJA A LOS BONOS VERDES: UN ESTUDIO DE CASO EN LA ÉLITE DEL
AGRONEGOCIO BRASILEÑO***

***FROM FARM TO GREEN BONDS: A CASE STUDY IN THE BRAZILIAN
AGRIBUSINESS ELITE***



Salli BAGGENSTOSS¹
e-mail: salli@unemat.br



Júlio Cesar DONADONE²
e-mail: donadojc@uol.com.br

Como referenciar este artigo:

BAGGENSTOSS, S.; DONADONE, J. C. Da fazenda ao *green bonds*: um estudo de caso na elite do agronegócio brasileiro. **Teoria & Pesquisa: Revista de Ciência Política**, São Carlos, v. 34, n. 00, e025004, 2025. e-ISSN: 2236-0107. DOI: 10.14244/tp.v34i00.1079



| Submetido em: 10/11/2023
| Revisões requeridas em: 17/05/2024
| Aprovado em: 09/06/2025
| Publicado em: 14/08/2025

Editora: Profa. Dra. Simone Diniz
Editor Adjunto Executivo: Prof. Dr. José Anderson Santos Cruz

¹ Universidade do Estado de Mato Grosso (UNEMAT). Doutor em Engenharia de Produção (PPGEP). Mestrado Engenharia de Produção (PPGEP).

² Universidade Federal de São Carlos (UFSCar). Professor Titular da Universidade Federal de São Carlos. Bolsista produtividade 2 do CNPq. Coordenador do Núcleo de Sociologia Econômica e das Finanças (NESEFI).

RESUMO: O objetivo do artigo é analisar as transformações e reconfigurações da elite por meio do mapeamento de um caso do agronegócio no Brasil. Destarte, propôs-se analisar o processo de conversão de um agente do espaço econômico em relação ao campo político e suas influências, a reconversão dos capitais e a legitimidade. Com abordagem qualitativa, objetivo descritivo e auxílio da prosopografia, o agente pesquisado foi Blairo Borges Maggi, empresário do agronegócio que se destaca no campo político nacional. Dentre os resultados, observou-se que o poder simbólico conferido pela relação com a empresa familiar facilitou a inserção em outros espaços, como na política. O título de “rei da soja” legitima a eleição como governador, e outro título simbólico leva o agente e a empresa a se reorganizarem e traçarem novas estratégias para mitigar impactos e buscar a estabilização. Para a expansão, internacionalização e financeirização são estratégias nas quais a empresa e a família iniciam a imersão.

PALAVRAS-CHAVE: Transformações organizacionais, político, empresário, sociologia econômica.

RESUMEN: El objetivo del artículo es analizar las transformaciones y reconfiguraciones de la élite mediante el mapeo de un caso de agronegocios en Brasil. Por lo tanto, se propuso analizar el proceso de conversión de un agente del espacio económico en relación con el campo político y sus influencias, la reconversión del capital y la legitimidad. Con un enfoque cualitativo, objetivo descriptivo y asistencia de la prosopografía, el agente investigado fue Blairo Borges Maggi, empresario agroindustrial que se destaca en el campo político nacional. Entre los resultados, se observó que el poder simbólico que confiere la relación con la empresa familiar facilitó la inserción en otros espacios, como la política. El título de “rey de la soja” legitimó su elección como gobernador. Otro título simbólico llevó al agente y a la empresa a reorganizarse y trazar nuevas estrategias para mitigar impactos y buscar la estabilización. Para la expansión, la internacionalización y la financiarización son estrategias en las que la empresa y la familia empiezan a sumergirse.

PALABRAS CLAVE: Transformaciones organizacionales, gente de negocios, político, sociología económica.

ABSTRACT: The objective of the article is to analyze the transformations and reconfigurations of the elite by mapping an agribusiness case in Brazil. To this end, it was proposed to analyze the process of conversion of an agent from the economic space in relation to the political field and its influences, the reconversion of capital, and its legitimacy. With a qualitative approach, descriptive objective, and assistance from prosopography, the agent researched was Blairo Borges Maggi, an agribusiness entrepreneur who stands out in the national political field. Among the results, it was observed that the symbolic power conferred by the relationship with the family business facilitated insertion in other spaces, such as politics. The title of “soy king” legitimized his election as governor. Another symbolic title led the agent and company to reorganize and outline new strategies to mitigate impacts and seek stabilization. Expansion, internationalization, and financialization are strategies in which the company and the family begin to immerse themselves.

KEYWORDS: Organizational transformations, businesspeople, politician, economic sociology.

Introdução

Ao anunciar a intenção de sua terceira candidatura à presidência do Brasil, Luiz Inácio Lula da Silva buscou apoio de Blairo Maggi para intensificar o diálogo com o agronegócio. Após ser eleito, o presidente Lula escolheu Carlos Fávaro, nome apoiado por Blairo Maggi, como o novo ministro da Agricultura. Esses anúncios, realizados ainda em 2022, refletem a presença de uma liderança que, mesmo afastada oficialmente do cenário político desde 2019, mantém seu *status* quando se trata da elite do agronegócio no país.

As relações do agricultor e empresário Blairo Maggi com o cenário político são o escopo deste estudo, que busca, por meio da análise de sua trajetória, compreender como um agente que exerce liderança e representatividade em um setor econômico expressivo no país transita na área política com significativa influência.

Estudos que exploram as trajetórias econômicas e as relações políticas são recorrentes no campo da sociologia econômica (Ambiel; Donadone, 2021; Coradini, 1996; Saint Martin, 2008; Silva; Oliveira, 2015). Compreender como os agentes exploram as relações entre os espaços político e econômico tem sido de interesse múltiplo e justifica este estudo, que pretende contribuir ao avaliar como ocorre a transmissão de influência entre esses espaços, com foco no agronegócio e na política. Nesse sentido, apresenta-se o propósito deste artigo: avaliar como o agente, outrora intitulado “rei da soja”, passou de agricultor e empresário para o campo político e, mesmo ao se afastar oficialmente deste último, ainda mantém um papel ativo nos bastidores.

Este estudo envolve o agente Blairo Borges Maggi, terceiro e único filho (as outras quatro são filhas) de André Antônio Maggi, empreendedor no setor do agronegócio que iniciou as atividades com plantio de sementes de soja no interior do estado do Paraná. O grupo familiar Amaggi foi fundado por André Maggi em 1977 e, na década de 1990, surge como destaque na produção de soja no estado de Mato Grosso, no Brasil e no mundo.

Como fundamento metodológico, foi utilizada uma abordagem qualitativa e objetivo descritivo para análise da trajetória do agente, com auxílio da prosopografia. Para a coleta dos dados, foram utilizadas biografias publicadas, revistas, entrevistas e notícias disponibilizadas em mídia, ponderando a dificuldade no acesso direto ao agente.

A possibilidade de uma gestão de comunicação apresenta-se como um argumento plausível para a escolha de Blairo Maggi pelo silêncio, uma postura que se estende a toda a família Maggi. Uma entrevista poderia incitar a análise de um sujeito “reflexivo” a um agente atuante e, nessa concepção, também a trajetória de Blairo Maggi deve ser compreendida como

os “diferentes estados sucessivos da estrutura da distribuição das diferentes espécies de capital que estão em jogo no campo considerado” (Bourdieu, 1996, p. 190).

Apesar de uma entrevista não ter sido viabilizada, a opção de continuar a pesquisa com o auxílio de outras fontes se justificou ao se compreender que o acesso a diferentes tipos de informações, como entrevistas concedidas a revistas ou jornais, discursos e a biografia póstuma de seu pai, entre outros, carrega suas intenções, pois foram “ditas” e publicadas em momentos que o agente considerou propícios. A esses elementos, acrescentam-se outros dados que contribuem para a composição deste estudo. Os excertos selecionados seguem uma ordem cronológica com o intuito de evidenciar as relações e tensões entre os espaços transitados.

A seguir, serão apresentados conceitos e discussões teóricas que envolvem o tema para, na sequência, apresentar o estudo de caso. Optou-se pelo relato conjunto do empresário/político e da empresa, visto que as ações direcionadas ao primeiro repercutiram no grupo, permitindo que os impactos fossem acompanhados de forma mais objetiva.

Estudo das elites e implicações

O termo elite carrega um sentido amplo e de definição imprecisa, remetendo à noção de dirigentes, privilegiados, classe de influentes, categoria favorecida, grupo dominante (Heinz, 2006; Saint Martin, 2008). Apesar disso, a noção de elite sustenta estudos de grupos de indivíduos que ocupam posições relevantes em um determinado espaço e dispõem de poder, influência e privilégios que não são compartilhados por todos os membros dessa sociedade (Heinz, 2006). Assim, por meio de uma análise mais apurada dos atores situados no topo da hierarquia, busca-se compreender a complexidade de suas relações e objetivos com o grupo envolvido.

Saint Martin (2008, p. 49) reforça que os interesses nos estudos de elite ocorrem:

pelas relações que unem ou que às vezes opõem, através de conflitos ou de lutas, os diferentes grupos dominantes, assim como pelas relações que as elites têm com outros grupos sociais e pelos modos de ação e de decisão, ou de deliberação. Da mesma forma, as transformações em curso, as recomposições, reconversões e a internacionalização crescente são temas que apresentam questões e suscitam pesquisas.

Sob esse prisma, Ambiel e Donadone (2021) focaram seus estudos nas relações de poder entre os campos, em que os agentes convertem capitais visando ao capital político, ocupando

posições estratégicas, como conselhos, cargos eletivos e representações classistas, de forma a angariar benefícios e conseguir vantagens do Estado. Para os autores, os agentes que possuem interesses em determinadas deliberações buscam uma forma de obter entrada nos espaços de poder, seja por meio de influência ou integrando-se como membros efetivos.

Para entender como se constituem as relações de poder, Saint Martin (2008) indica ser imperativo analisar os diferentes atores que detêm mais ou menos recursos sociais, econômicos, culturais e simbólicos no espaço pleiteado e entre diferentes grupos de elites envolvidos na decisão ou posição desejada. As interações entre os agentes de determinado campo são entendidas em função da posição que cada um ocupa no espaço e de seus capitais econômico, cultural, social e simbólico (Bourdieu, 1989).

As interações que os agentes sociais hábeis exercem, segundo Fligstein (2009), formam quadros alternativos para a organização do campo, multiplicando-os e convencendo outros a cooperar na construção e reprodução de ordens sociais locais, o que acaba por fortalecer o poder simbólico do agente. Dessa forma, os capitais do agente são elementares na reprodução da estrutura produzida, obtida através de seu poder simbólico, que produz significações e as difunde como legítimas (Bourdieu, 1989).

Nos estudos de Heredia, Palmeira e Leite (2010), ressalta-se que o “papel do Estado” permanece atuante por meio de políticas setoriais e globais ou, ainda, na tentativa de estabelecer um marco regulatório no campo das relações de trabalho e do meio ambiente. Destarte, fazer parte ou buscar formas de entrada no meio político significa ter condições de defender interesses e objetivos da elite que o agente representa, quiçá dele mesmo.

Os membros da elite econômica tendem a usar suas relações com membros da elite política para se inserirem em novos espaços, conforme assegurado por Ambiel e Donadone (2021). Essas interações são arranjadas em ambientes da alta sociedade, reservados às elites nacionais, visando à entrada no campo político, facilitada quando o agente dispõe de uma boa rede de relações.

Os agentes que possuem mais capitais têm mais facilidade nessa reconversão, que, para Saint Martin (Jardim; Martins, 2022), trata-se dos deslocamentos no espaço social de atores ou de grupos de atores — provocados por grandes transformações ou por transformações mais estruturais, com o abandono de posições estabelecidas e o ingresso em novos setores. Esses agentes veem a oportunidade de converter seus capitais profissionais e econômicos para outros objetivos.

Essas transformações podem decorrer da dinâmica do mercado. Para Fligstein (1990), essa dinâmica é resultado de uma sobreposição entre o Estado e outros agentes do campo, como as organizações. Quando o Estado promove alguma modificação, o campo precisa se adequar às novas condições existentes. Fligstein e McAdam (2011) definem campo como espaços socialmente construídos em que atores com variados recursos disputam por vantagens. Nas disputas pelo domínio do espaço almejado, que pode surgir em sua dinâmica, os diferentes capitais e recursos dos agentes são elementares para alcançar poder e obter seu controle.

Os conceitos descritos neste referencial são utilizados para compor o suporte teórico empregado nas análises referentes às relações e transformações do agente, neste estudo de caso

Estudo das elites e implicações

A fundação das Sementes Maggi remonta a 1977, quando o empreendedor André Antônio Maggi decidiu abandonar o setor madeireiro e focar na produção de sementes de soja em São Miguel do Iguaçu, no Paraná. O patriarca, nascido em Torres, no Rio Grande do Sul, após o casamento com Lúcia Borges Maggi, partiu para o oeste paranaense em busca de oportunidades. Iniciou sua carreira como funcionário em uma serraria e, após alguns anos, adquiriu a empresa.

Com a escassez de madeira na região paranaense e o declínio nos negócios, somados ao início das atividades da Usina de Itaipu, André Maggi passou a dedicar-se ao plantio de sementes. Em 1974, conseguindo financiamento junto ao Banco Regional de Desenvolvimento do Extremo Sul, com sede em Curitiba, o empresário adquiriu um armazém da fábrica Kepler Weber para sua produção, uma ação inovadora naquele período.

As décadas de 1960 e 1970 foram significativas para o agronegócio mundial. Com a chamada “revolução verde”, incentivada pela Fundação Rockefeller e pela Fundação Ford e adotada pelo Banco Mundial, foi difundido o uso de sementes híbridas, acompanhadas de fertilizantes químicos e maquinário agrícola para alta produtividade (Pereira, 2016). Para tanto, facilitou-se o acesso ao financiamento agrícola, especialmente em países subdesenvolvidos.

Assim, enquanto subsidiaram a sua agricultura, os EUA e a Europa Ocidental pressionavam - junto com o Banco Mundial - os países subdesenvolvidos a adotarem a revolução verde mediante a compra de máquinas e insumos químicos produzidos nos países centrais (Pereira, 2016, p. 230).

Sob a tese de que os agricultores eram abertos a incentivos econômicos e estavam dispostos à otimização da produção, seguindo critérios capitalistas de rentabilidade (Pereira, 2016), o Banco Mundial implantava suas estratégias nos países em desenvolvimento. No Brasil, vários programas de incentivo ao desenvolvimento do setor foram criados nesse período, como o Programa de Desenvolvimento dos Cerrados, no qual a Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária, a Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural e a Companhia de Desenvolvimento Agrícola realizavam experimentos com a soja na região central do Brasil. Incorporando essas estratégias, João Baptista de Figueiredo, ao assumir a presidência em 1979, lançou um programa de incentivo à agricultura com o slogan “Plante que o João garante!”.

Também em 1979, enquanto seu filho Blairo Maggi estudava agronomia na Universidade Federal do Paraná, em Curitiba, André Maggi adquiriu a primeira fazenda na região de Itiquira, em Mato Grosso, acompanhando as migrações sulistas para a região Centro-Oeste, incentivadas por políticas públicas.

Nesse cenário de expansão do agronegócio, em 1983, foi inaugurado o primeiro armazém do então grupo Maggi, em sua terceira propriedade no município de Itiquira (MT). A inauguração contou com a presença do governador do estado, Frederico Campos.

Nos anos seguintes, a expansão das áreas produtivas continuou, com investimentos em fazendas no oeste do estado. A região era considerada promissora para o plantio de grãos, sendo foco de investimentos no projeto “Itamarati Norte”, de Olacyr de Moraes, pioneiro no plantio de soja na região do Cerrado ainda na década de 1970. Como maior produtor individual de soja no mundo no período, Olacyr de Moraes foi considerado o primeiro “rei da soja”.

Na região que atualmente corresponde ao município de Sapezal (MT), André Maggi participou ativamente da criação do município e foi eleito seu primeiro prefeito em 1996. Como no local havia carência de infraestrutura, foi inaugurada, em 1992, a primeira Pequena Central Hidrelétrica (PCH) do grupo, visando garantir energia aos empreendimentos que se instalavam na área.

O ano de 1994 foi fundamental para a família e para o grupo: o filho Blairo Maggi iniciou sua carreira política como suplente de um senador representante do agronegócio; o município de Sapezal foi instituído, criado pela Lei Estadual n.º 6.534, de 19 de setembro de 1994. Além disso, foram iniciadas pelo grupo as negociações do projeto Corredor noroeste de Exportação e da navegação entre Porto Velho (RO) e Itacoatiara (AM), em parceria com o governo do estado do Amazonas.

Como é possível observar, as interações com o campo político são recorrentes na família e têm significativa presença na biografia póstuma de André Maggi (Baptista, 2018). São mencionadas participações em eleições municipais, negociações com auxílio de políticos, inaugurações com a presença de políticos de diversos partidos e registros de visitas a Brasília. Para Ambiel e Donadone (2022, p. 435), “os acordos discutidos diretamente entre os agentes econômicos e do Estado favorecem a manipulação dos projetos na direção de satisfazer as partes”.

A própria expansão do grupo segue uma agenda política de governo com incentivos significativos para a aquisição de terras nas regiões do Cerrado e da Amazônia (Heredia, Palmeira; Leite, 2010; Oliveira, 2017). Por tratar-se de colonização, havia carência de infraestrutura. Assim, as relações com os agentes políticos proporcionaram vantagens ao desenvolvimento regional e, conseqüentemente, ao crescimento do grupo.

É importante ressaltar as relações de troca, como a do senador Jonas Pinheiro (PFL-MT), que se afirmava representante do agronegócio, buscando, como suplente, um legítimo e próspero agricultor: Blairo Maggi. Por outro lado, a participação do Estado é fundamental na liberação de financiamentos para a expansão do grupo. Com o financiamento do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES), em 1997, foi inaugurada a Hermasa Navegação da Amazônia S/A, na presença do Presidente da República Fernando Henrique Cardoso. Também nesse ano, por benefícios advindos do BNDES, foi criada a Fundação André Maggi para ser responsável pelo gerenciamento do hospital construído em Sapezal. O hospital inaugurado foi nomeado Renato Sucupira, em homenagem ao presidente do BNDES naquele período.

O falecimento do fundador de uma empresa é um momento importante de ruptura entre concepções, de posicionamento para a nova gestão, de sua afirmação e legitimação. A morte do fundador e patriarca André Maggi, em 2001, deu início à reestruturação e implantação da governança do grupo, agora renomeado como Amaggi. A ferramenta adotada foi a holding familiar, que, segundo Mamede e Mamede (2017), possibilita a separação das áreas operacionais das áreas puramente patrimoniais. Os autores ressaltam o uso da holding para facilitar o planejamento societário e sucessório, representando uma configuração mais adequada para guardar e gerir o controle acionário nas organizações. Isso se alinha com os deslocamentos indicados por Saint Martin (Jardim; Martins, 2022), nesse caso motivados pela necessidade de reestruturação interna.

Enquanto a empresa retomava os investimentos com a inauguração da primeira esmagadora de grãos e da segunda PCH em 2002, Blairo Maggi consolidava sua trajetória com seus capitais acumulados (Bourdieu, 1989), convertendo-os em influência dentro de outro espaço de lutas simbólicas, agora o campo político.

A extensa área de soja plantada entre os anos 1990 e o início dos anos 2000 conferiu a André Maggi o título de “rei da soja” por torná-lo o mais recente maior produtor de soja do mundo. Com seu falecimento, o título foi herdado pelo filho. Assim, em 2003, o “rei da soja” foi eleito governador de Mato Grosso, sendo considerado um autêntico representante no estado, que tem como base econômica o agronegócio. “Ser” do agronegócio era importante, mas também ser um exemplo de empresário próspero no setor e ter uma história de vida no estado foram aspectos que contribuíram para sua eleição, na qual obteve mais de 50% dos votos válidos em sua primeira disputa eleitoral.

O poder econômico do agente pode ser representado pelas extensas áreas de terra produzidas, mas há também o seu poder simbólico. O poder simbólico, para Bourdieu (1989), é similar ao obtido pela força física ou econômica, mas somente é exercido se for reconhecido como poder, ou seja, não seja imposto. “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, 1989, p. 8).

Esse reconhecimento do poder pode ser observado por meio dos eleitores que o elegeram, mas também é percebido pelos patrocínios recebidos em sua campanha. Silva (2020) levantou a relação dos doadores para sua campanha em 2002. Além de doações do próprio grupo, empresas da elite do agronegócio, como Bunge Fertilizantes S/A, Syngenta Proteção de Cultivos LTDA, Fertipar Fertilizantes Paraná LTDA, ainda bancos contribuíram, como no caso do Banco Crédito Real Minas Gerais S/A. Como assevera a autora: “[...] podemos pensar que a elite agrária, ao se mobilizar e financiar a campanha de um dos seus representantes, também garantiu acesso ao Estado e às políticas públicas” (Silva, 2020, p. 147). A entrada de Blairo no campo político passa a ser facilitada pela rede de boas relações, amparada em seu acúmulo de capitais (Ambiel; Donadone, 2022).

Faz-se recorrente reportar a justificativa divulgada pelo agente para sua candidatura ao governo de Mato Grosso: “o investimento pessoal e familiar seria uma forma de retribuir ao povo mato-grossense, com desenvolvimento social e sustentável, o sucesso empresarial que teve dentro do Estado. Ser governador também era um sonho, que ele resolveu bancar” (Folha de São Paulo, 2002, apud Silva, 2020, p. 140). A autora entende que não há hegemonia no

espaço empresarial, por isso “houve a necessidade de sua candidatura como representante do bloco de poder do empresariado do agronegócio” (Silva, 2020, p. 141).

Em sua gestão como governador, o agronegócio em Mato Grosso foi alavancado por políticas públicas, especialmente na infraestrutura, parte responsável pelo escoamento da produção. Com isso, os índices de desmatamento também tiveram crescimento acelerado, despertando a atenção do mundo por ambos os motivos.

No segundo ano de seu mandato, em 2005, a Organização Não Governamental (ONG) Greenpeace conferiu ao governador Blairo Maggi o título simbólico de “Motosserra de Ouro” por ser considerado um incentivador do desmatamento na Amazônia. Aos olhos do mundo, o agente que era o “rei da soja”, um exemplo que afirmava garantir a produção de alimento ao planeta, passou a ser considerado o “rei do desmatamento”.

A título de contextualização, em 2004, havia um cenário mundial de preocupação com a sustentabilidade, que abordava a inclusão dos termos “*environmental*”, “*social*” e “*governance*” e convocava as instituições financeiras a assumirem a responsabilidade socioambiental de suas ações. Esse movimento foi iniciado pelo secretário-geral da ONU, Kofi Annan, com o documento “*Who Cares Wins*”, publicado pelo Pacto Global e Banco Mundial.

As sequelas daquele título simbólico ecoaram, causando mudanças nas estratégias, nos embates e, principalmente, nos agentes do espaço considerado. Empresas internacionais consumidoras de soja passaram a pressionar seus fornecedores no Brasil: não consumiriam soja associada ao desmatamento, à invasão de terras indígenas e à escravidão (Adario, 2016). O embargo econômico mundial alterou o cenário do agronegócio nacional e de todos os envolvidos.

Especificamente no caso analisado, uma das primeiras mudanças se reflete nos discursos proferidos pelo agente, que passa a flexibilizar a atuação do agronegócio, incorporando a sustentabilidade e buscando legitimidade na necessidade de produzir alimentos para o mundo.

Como exemplos, os discursos anteriores à atribuição do título: “para mim, um aumento de 40% no desmatamento não significa nada e não sinto a menor culpa pelo que estamos fazendo aqui” (Rohter, 2003); “Esse negócio de floresta não tem o menor futuro” (Elia, 2005). Após a repercussão, os novos discursos indicam a flexibilidade: “O empresário está tranquilo. Blairo Maggi não desmata mais” (Mourão, 2005); “Os produtores brasileiros possuem uma consciência muito grande da importância da preservação ambiental, que não existe em nenhum outro país do mundo” (Petroli, 2016).

Para mitigar as forças opositoras, servem os discursos, que são fontes para o encontro dos pontos de apoio morais faltosos e incorporam dispositivos de justiça (Boltanski; Chiapello, 2009). Assim, devido à grande repercussão gerada, houve a necessidade de acalmar os mercados e divulgar a crença de que o agronegócio é sustentável e essencial para o mundo. Fligstein (2007) considera que ajustes são elaborados por atores sociais hábeis de acordo com a atual organização do campo, da posição ocupada nele e dos movimentos realizados pelas habilidades sociais dos agentes de outros grupos nesse espaço.

O embargo imposto pelo mercado internacional à soja brasileira, cuja repercussão foi amplificada pelo título “Motosserra de Ouro”, provocou a criação do acordo denominado “Moratória da Soja” em 2006. Trata-se de um pacto comercial promovido pela Associação Brasileira das Indústrias de Óleos Vegetais (ABIOVE) e pela Associação Brasileira dos Exportadores de Cereais, com a participação do governo e da sociedade civil. Nesse pacto, seus signatários assumiram o compromisso de não comercializar e financiar grãos produzidos em áreas no Bioma Amazônia desmatadas ilegalmente após 2006 (ABIOVE, 2022). As tradings signatárias do pacto se comprometeram a não comprar soja originária dessas áreas. Entre elas estão multinacionais como ADM, Bunge, Cargill, LDC e a Amaggi.

Apesar das sequelas geradas, Blairo Maggi permaneceu como representante legítimo do agronegócio e foi reeleito governador de Mato Grosso em 2007. A votação, maior que na primeira eleição, superou os 65% dos votos válidos. Nessa segunda eleição, o número de doadores para sua campanha aumentou em 313% (Silva, 2020); contudo, não se manteve a hegemonia do agronegócio, ampliando seu leque de apoiadores oriundos de diversos setores.

De acordo com dados levantados por Silva (2020) junto ao Tribunal Superior Eleitoral, um dos maiores doadores pessoais foi Mauro Mendes (eleito em 2019 governador de Mato Grosso), proprietário da empresa Bimetal, também doadora. A empresa foi beneficiada por renúncia fiscal desde 2003 com o Programa de Desenvolvimento Industrial e Comercial de Mato Grosso, criado na gestão de Blairo Maggi. Em 2015, a empresa decretou falência e ingressou com pedido de recuperação judicial.

Em seu segundo mandato e declarando apoio oficial ao governo Lula, as viagens de Blairo Maggi ao exterior como governador incluíram o papel de divulgar que a produção de grãos não promove o desmatamento ilegal e de difundir o discurso de que o agronegócio tem o papel de alimentar o mundo. Esse destaque foi apresentado por *Dinheiro Rural* (2007) sobre uma dessas viagens: “Maggi, o embaixador do agronegócio. O governador Blairo Maggi visitou

dez cidades na Europa, defendeu a carne brasileira e travou batalhas contra ativistas ambientais”.

Entre o internacional e a financeirização

O processo de internacionalização de uma empresa constitui um marco significativo de sua expansão. As viagens de Blairo Maggi como governador coincidem com a abertura do primeiro escritório internacional do grupo Amaggi em Roterdã (Holanda), em 2008. No ano seguinte, ocorreu a aquisição de 51% das ações da esmagadora norueguesa Denofa, que, posteriormente, foi totalmente adquirida pelo grupo. Em 2010, foi a vez de focar na Argentina, com a abertura de outro escritório internacional, posteriormente somando-se escritórios no Paraguai, Suíça, Singapura e, mais recentemente, na China.

A abertura de novos pontos de atuação com a circulação internacional é recorrente no processo de expansão das empresas, como visualizado nos estudos sobre o setor sucroalcooleiro de Saltorato e Mundo Neto (2008), sobre o grupo Gerdau por Ambiel e Donadone (2022), ou do transporte aéreo brasileiro por Mundo Neto (2011). Para Seidl (2013), é possível constatar o lugar central que o internacional tende a ocupar nos esquemas de legitimação dos mais diversos grupos dirigentes, elemento que tem imprimido nova dinâmica na disputa pelo poder. Isso também se evidencia na área do direito, conforme os estudos de Ponzilacqua (2017), que afirmam haver um jogo internacional cujas variáveis político-econômicas e dinâmica específica fomentam o desenvolvimento de um processo global de declínio da eficácia dos sistemas nacionais de direito. A percepção é de que essa dinâmica reflete em vários campos, não se restringindo ao direito apenas.

Para o processo de internacionalização, o grupo Amaggi deveria seguir as regras do jogo internacional, em especial porque o mercado mundial se mantinha atento às repercussões sobre o desmatamento na Amazônia. Nessa perspectiva, a empresa focou em legitimar ações envolvendo sustentabilidade, criando uma diretoria e contratando uma especialista para dar início às estratégias internas de responsabilidade socioambiental.

A implantação da ISO 14001 em 2005, a participação no Certificado de Responsabilidade Social promovido pela Assembleia Legislativa de Mato Grosso (Baggenstoss; Donadone, 2010) por diversos anos, a aderência ao Pacto Global da ONU em 2009 e a obtenção da certificação *Round Table on Responsible Soy Association* em 2011 são exemplos das estratégias desenvolvidas envolvendo a sustentabilidade. A incorporação foi

significativa e, em 2013, Waldemir Ival Loto, então presidente executivo do grupo, discursou na *Global Compact Leaders Summit*, evento promovido pela ONU, momento em que convidou os principais líderes empresariais do planeta a pensarem um modelo de agricultura mais sustentável em seus países (Amaggi, 2013).

Certificados, certificações, premiações, títulos, relatórios e participações em eventos fazem parte da estratégia de reconhecimento e legitimação como empresa sustentável. Em 2016, houve ainda a criação do próprio selo, o “*Amaggi Responsible Standard*”, que promove o gerenciamento da cadeia produtiva da soja de acordo com os compromissos socioambientais assumidos. Os atos mencionados nos remetem à justificativa que Boltanski e Thévenot (1991) relatam como combates dos agentes que são expostos em situações de desavença em um espaço social, onde utilizam argumentos persuasivos para se defenderem.

Além da questão da sustentabilidade, o cenário de internacionalização também requer novas estratégias do grupo para se adequar às exigências dos novos mercados em que pretende atuar. Seidl (2013, p. 193) discorre sobre o processo de internacionalização:

Compreender a lógica das trocas, as estratégias de legitimação e imposição dos modelos, objetivar os múltiplos atores em jogo (governos e grupos dirigentes nacionais, ONGs, bancos, organismos internacionais, universidades, multinacionais, escritórios de advocacia, *think tanks*) — em especial a figura-chave dos mediadores (*brokers, passeurs*) — e as diversas modalidades de luta estão no cerne dos questionamentos.

Pela sua atuação como *trading* em *commodities* do agronegócio, a Amaggi tem como concorrentes o conhecido quarteto Archer Daniels Midland Company (ABCD, Bunge, Cargill e LDC), que são consideradas as líderes mundiais no setor. As estratégias assumidas pelo grupo, por vezes, são modelos que essas empresas testaram e fazem uso, ou mesmo modelos que o mercado impõe a elas e, por ser uma desafiante (Fligstein, 2001), a Amaggi precisa jogar como parte do jogo. É o caso da estratégia de integração vertical que todas utilizam, investimentos em logística, até mesmo a não abertura de capital, como é o caso da Cargill, uma das maiores empresas de capital privado do mundo.

Como desafiante, o caminho a ser percorrido até atingir a posição dominante é longo. No entanto, estratégias podem facilitar esse trajeto. É o caso das *joint ventures*, comuns entre as empresas do agronegócio e o quarteto ABCD. A Unitapajós é uma *joint venture* realizada com a Bunge, em 2013, visando ao escoamento de grãos por meio do corredor norte, pela

hidrovia Tapajós-Amazonas, que, posteriormente, agregou a Estação de Transbordo de Cargas em Miritituba (Itaituba-PA) e o Terminal Portuário de Barcarena (PA).

A atuação da Amaggi na logística inclui a composição de outra *joint venture*, desta vez com a Louis Dreyfus Company e a japonesa Zen-Noh Grain, no estado do Maranhão, com o Porto de Grãos. Recentemente, a Amaggi, LDC, Cargill, ADM e TIP Bank formaram nova *joint venture* nomeada de Carguero, um ambiente virtual voltado à negociação de frete e pagamento, que envolve cerca de 100.000 motoristas de caminhão, embarcadores e transportadoras.

Mediante o exposto, Ambiel e Donadone (2022, p 432) esclarecem:

Assim como a organização da empresa se adequa aos seus interesses estratégicos de crescimento, seus representantes se posicionam de maneira relacional a ela. Na mesma proporção em que obtém prestígio por meio de resultados prósperos, a empresa concede ao seu representante a posição de porta-voz do setor de negócio em que se insere.

De tal modo que o grupo prospera, a trajetória de Blairo Maggi como político prossegue. Conforme descrito anteriormente, as decisões do governador Blairo beneficiaram o setor do agronegócio e, conseqüentemente, beneficiaram também o grupo. No entanto, houve casos em que seus parceiros políticos tomaram as decisões, visando diretamente aos interesses do grupo.

Um exemplo disso é a aprovação, por seu sucessor Silval Barbosa no governo de Mato Grosso (foi vice-governador de Blairo Maggi no segundo mandato), do projeto de lei que institui a política de planejamento e ordenamento territorial — o Zoneamento Socioeconômico e Ecológico do Estado (ZSEE) — em 2011. O ZSEE foi criticado por ambientalistas, considerado representante dos interesses do agronegócio. No ano seguinte, o Ministério Público Estadual moveu uma liminar para sua suspensão, e a Comissão Nacional de Zoneamento o considerou ilegal, rejeitando a nova proposta de zoneamento. O grupo Amaggi possui cinco PCHs, e há outras em projeto para construção, algumas delas envolvendo áreas indígenas que foram motivo de conflitos (Galvão, 2020), diretamente afetadas pelo ZSEE proposto.

Outro caso, este em causa própria, é o Projeto de Lei n.º 6.299/2002³, em que Blairo Maggi, como suplente e ao substituir o senador Jonas Pinheiro, elaborou sua proposição. O chamado “PL do veneno” está em tramitação desde 1999, recentemente com outros nomes responsáveis, mas continua gerando polêmica no Congresso Nacional brasileiro (Agência

³ O projeto de lei propõe alteração na legislação atual para modificar o sistema de registro de agrotóxicos, seus componentes e afins, desta forma liberando a entrada de novos produtos no mercado nacional que não são permitidos pela lei atual.

Senado, 2022). Esse projeto permitiria a negociação de novos defensivos agrícolas, insumos que também são negociados pelo grupo Amaggi. A discussão do projeto envolve a bancada rural, a bancada dos ambientalistas, além de pesquisadores, institutos, associações, fundações, entre outros.

Como membro da bancada ruralista e representante do agronegócio, Blairo Maggi foi nomeado Ministro da Agricultura do governo Michel Temer, em 2016. Atuou por dois anos e teve seu nome envolvido em um escândalo denominado “Operação Carne Fraca”, além de ser acusado de atos de corrupção pela Polícia Federal na “Operação Ararath”. Antes de sua saída do ministério, em 2018, anunciou seu voto em Jair Bolsonaro (Borges, 2018) e, posteriormente, divulgou seu afastamento da vida pública para cuidar dos negócios da família.

Em contrapartida, o grupo Amaggi, em âmbito interno e próximo a completar 40 anos, empenha-se cada vez mais em vincular seu nome às práticas de sustentabilidade. Em 2017, elaborou e publicou políticas de Posicionamento Global em Sustentabilidade, *Compliance* e Integridade. Com novos projetos de implantação de PCHs, declarou-se usuário de energia renovável, não-poluente e de baixo impacto ambiental, além de anunciar investimentos em 35 usinas fotovoltaicas classificadas como sustentáveis. Tais políticas são recorrentes em grandes empresas, especialmente aquelas que assinaram o Pacto da Moratória da Soja, anteriormente citado.

Paralelamente a isso, a estratégia de aquisições do grupo permanece: foi comprada a “vizinha” Fazenda Itamarati, em 2018, dos herdeiros de Olacyr de Moraes; em 2021, foram negociadas áreas em Mato Grosso com o grupo O Telhar Agro; e, em 2022, em Rondônia, com o “rei da pecuária” Garom Maia, novas áreas foram adquiridas (Amaggi, 2022).

Esses são alguns dos pontos em que o grupo se diferencia de seus principais concorrentes. Um deles é o foco na produção de soja, milho e algodão, sendo que o quarteto ABCD tem investimentos nos setores de cacau, açúcar, camarão, entre outros, mas não especificamente nesses cereais. Outro item é a aquisição de terra como áreas produtivas, o que não é recorrente no quarteto ABCD, mas tem sido fonte de interesse de investidores, principalmente dos fundos *private equity*, que apostam em projetos *greenfields*, como os de etanol discutidos por Saltorato e Mundo Neto (2008).

As apostas em projetos *greenfields* têm um fator relevante: o custo. As aquisições e fusões têm sido inflacionadas pela demanda de mercado, como descrevem Saltorato e Mundo Neto (2008). Assim, “partir do zero” apresenta-se como uma alternativa viável, especialmente nas áreas de expansão da produção de grãos, que possuem valores menores que os de outras

regiões. No entanto, é válido lembrar que essas áreas, que fazem parte do bioma amazônico e do cerrado, estão frequentemente vinculadas às questões de desmatamento ilegal.

Ao completar quatro décadas de fundação, a Amaggi acumulou conhecimento e expertise no que se refere ao preço da terra, investindo significativamente nesse setor. Judiney Carvalho, ex-presidente executivo do grupo, afirmou à Reuters que a demanda por commodities agrícolas brasileiras sustenta o plano de crescimento da empresa, tanto por meio de aquisições quanto por projetos *greenfields* (Mano, 2021). Carvalho destacou a intenção do grupo ao afirmar: “a forma como somos estruturados faz nossa tomada de decisão ser mais rápida se comparada às ABCDs” (Mano, 2021), referindo-se às suas concorrentes diretas. A partir de 2018, foi colocado em operação o AL5 Bank, um banco próprio com operações de capital de giro oferecidas aos produtores que negociam com o grupo Amaggi, com antecipação de recursos aos fornecedores por meio de operações de desconto de recebíveis e operações de crédito consignado aos funcionários.

A abertura do banco “vem ocupar estrategicamente uma lacuna deixada pelas instituições do segmento” (AL5 Bank, 2023). O financiamento do plantio aos produtores sempre foi feito pela Amaggi, em parte com recursos obtidos prioritariamente no exterior. De acordo com dados da Forests & Finance (2022), coletados entre 2013 e 2022, o grupo arrecadou US\$ 544.196.396,01 em empréstimos corporativos de instituições financeiras como SMBC Group (Japão), BNP Paribas (França), JPMorgan Chase (EUA) e do brasileiro BNDES. Apesar de ser uma empresa de capital privado, esses passos têm sido dados indicando o caminho da financeirização.

Seguindo o exemplo de outras empresas do agronegócio, como a SLC Agrícola, em 2021 a Amaggi lançou sua primeira operação no mercado internacional de dívidas com a emissão de US\$ 750 milhões em *sustainability bonds*, os chamados “*green bonds*”, para captar recursos e aplicar em projetos sustentáveis, alinhados aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável propostos no Pacto Global da ONU. Ao descreverem a reestruturação do mercado de bioenergia rumo à financeirização, Saltorato e Mundo Neto (2008) realizam um mapeamento dos movimentos de fusões, aquisições e fundos de participação para construir um espaço que adere aos focos da sociologia das finanças e ao isomorfismo institucional, aspectos também observados neste estudo.

O isomorfismo (Powell; Dimaggio, 1991) indica a análise dos atores e dos comportamentos dos que os cercam, influenciando os modelos cognitivos e guiando suas ações, comportamentos e decisões. Os modelos estão no mercado em que o grupo opera e deseja

expandir, sendo recorrente seguir os caminhos indicados, muitas vezes já trilhados por disputas que outras empresas tiveram de enfrentar para alcançar seu espaço. Portanto, ao atuar no mercado do etanol, como deseja a Amaggi, é necessário conhecer e operar com as estratégias recorrentes do mercado da bioenergia. Consequentemente, ao adotar essas estratégias, a empresa demonstra um processo isomórfico que pode conduzir à financeirização.

Nessa perspectiva, a elite também passa a ser conduzida, indicando quais caminhos possivelmente serão percorridos pelos herdeiros, abordagem dada na sequência.

As novas gerações e os novos caminhos

Em relação ao conselho de governança da Amaggi, Blairo Maggi não exerceu nem exerce cargo, apenas compõe uma das holdings que formam o grupo. Todavia, seu nome é sempre vinculado ao grupo, quer seja como “do grupo Amaggi”, “acionista do grupo” ou mesmo como seu porta-voz. O capital econômico, social, cultural e simbólico, neste processo de reconversão de empresário a político, certamente foi expandido. Uma simples busca por notícias pode indicar esse capital: “Mãe de Blairo é a única mulher entre os 10 mais ricos do país” (Minuto MT, 2023).

Como exemplo dessa atuação como porta-voz do grupo, destaca-se o anúncio de Blairo Maggi, em 2021, em reunião com o governador de Mato Grosso (Mauro Mendes, doador em sua segunda eleição), sobre investimentos superiores a R\$ 500 milhões em construção de armazém, fábrica de fertilizantes, fábrica de biodiesel, nova PCH e aquisição de equipamentos agrícolas (Assunção, 2021).

A representação exercida não difere em termos de empresa. De acordo com dados disponíveis no endereço virtual do grupo, em 2022, a Amaggi informou que refez a distribuição de capital do grupo, apresentado como “*shareholders*”. O percentual de Lúcia Maggi reduziu-se para 4,68% do capital, e o percentual das cinco holdings aumentou para 19,06% do capital. As cinco holdings sinalizam os cinco filhos de Lúcia e André Maggi.

No quesito governança, o conselho de administração e a diretoria executiva são apontados como os órgãos principais. Em 2022, do conselho fazia parte Lúcia Maggi, que o presidiu inicialmente e, então, passou a conselheira. Com ela, também tinham assento uma das filhas e dois genros, além de dois netos. No histórico, foram três presidentes que se alternaram na direção do conselho desde a formação da governança no grupo: primeira gestão com Lúcia

Maggi; na sequência, Pedro Jacyr Bongioiolo, funcionário da empresa desde 1978; e, recentemente, Sérgio Luiz Pizzatto, economista que também iniciou sua carreira no grupo em 1994 (Forbes, 2023), assumindo as funções em junho de 2023.

Lúcia Borges Maggi assumiu a direção da empresa em 2001, após o falecimento do esposo e fundador André Maggi, com quem teve quatro filhas (Fátima, Rosângela, Marli e Vera) e um filho, Blairo, formado em Agronomia pela Universidade Federal do Paraná (UFPR). De acordo com a autobiografia publicada da matriarca, as filhas também estudaram no estado do Paraná. Um exemplo é Rosângela Maggi Schmidt, a quarta filha, formada em Direito na Universidade Católica do Paraná (Bustamante, 2012).

Saint Martin (2008) e Seidl (2013) corroboram que, nas análises de reconversão da elite, há necessidade de observar:

“os modos de transmissão de diferentes recursos sociais aos membros da família, com ênfase nos elementos educativos e culturais, na preservação e ampliação controlada do capital de relações pessoais e, sobretudo, das alianças matrimoniais — elemento decisivo na reprodução bem-sucedida dos grupos” (Seidl, 2013, p. 203).

Destarte, ao levantar informações sobre os casamentos da segunda geração da família, como descrito nas biografias dos fundadores, sugere-se que esses replicam os modelos de seus genitores, sendo todos acomodados com cargos na empresa.

Lúcia Borges Maggi e Marli Maggi Pissolo aparecem na lista da *Forbes* em 2022 entre as dez mulheres mais ricas do Brasil. Mãe e filha são viúvas, o que justifica o capital em seus nomes. No caso dos genros Itamar Locks e Hugo Ribeiro, casados, respectivamente, com as filhas Fátima Maggi e Vera Maggi, ambos constam como acionistas do grupo, com patrimônios superiores a US\$ 1,2 bilhão e, recentemente, foram relacionados em lista de bilionários do agronegócio (Forbes, 2023).

De acordo com Leite e Assis (2022), é a dimensão de casamentos estáveis e duradouros que ressalta a importância da família e da herança como transmissão de capitais perpetuados. Em suas pesquisas, que incluem as bilionárias Maggi, identificaram que ocorre “diferenciação de categorias de gênero que afasta as mulheres das classes altas do mundo profissional e as coloca como ocupantes de conselhos consultivos das empresas – quando herdeiras” (Leite; Assis, 2022, p. 20).

Fátima Maggi presidiu a Fundação André Maggi até 2015 (a nomenclatura foi alterada para Fundação André e Lúcia Maggi — Falm), que então passou a ser gerida por Belisa Souza Maggi, terceira geração da família. Seidl (2013) relata que essas inserções em associações filantrópicas se conjugam como várias formas de celebração social da “tradição” familiar, da “riqueza” e do “sucesso”. Atuando desde 1997, a instituição se apresenta como responsável pela gestão do Investimento Social Privado da Amaggi, com editais destinados à seleção de projetos que receberão investimentos.

Essa herdeira, filha de Blairo Maggi, é formada em Direito em uma universidade particular de Curitiba e cursou liderança executiva em Harvard. A descrição em seu perfil revela passos que parecem ser repetidos: presidente do Instituto Signativo, cofundadora da startup Puppa — Inovação, Educação e Desenvolvimento Humano Ltda.; sócia administradora da Agropecuária Pirapora; e conselheira de Administração no AL5 Bank (Linkedin, 2023). Ela cumpre seu papel na gestão da Falm e na reprodução bem-sucedida de uma elite, participando em cargos do grupo, investindo em inovação e dando continuidade ao capital escolar, ao investir em um instituto de inovação e desenvolvimento humano.

Nada obstante, em sua trajetória, relatada em publicação na *Folha de São Paulo*, confirma a posse de uma área produtora de soja no município colonizado pelo avô, a qual gerencia com auxílio do marido, formado em Administração. “É a continuação do legado dele” (Trindade, 2022). Mais uma vez, o poder simbólico de Blairo Maggi é acionado: “filha do ‘rei da soja’ quer deixar legado no agro e na educação” é o título dado à matéria.

Ao descrever a reprodução da elite e ao citar o exemplo das grandes “écoles”, Saint Martin (2008, p. 54) afirma:

Deve-se reconhecer-lhe esforços de adaptação e de modernização, os quais não implicam, no entanto, uma transformação realmente importante, as mudanças sendo com frequência apenas de fachada, concessões, em resposta aos críticos, trazendo não mais do que progressos sutis.

É possível visualizar essa assertiva em relação ao descrito sobre a herdeira anteriormente. Há busca por especialização em Harvard; entretanto, a graduação foi cursada no Brasil. Há investimentos em inovação e educação; porém, o carro-chefe é apresentado como dar seguimento ao legado, tal qual pai e avô foram, portanto, produzindo grãos.

A terceira e a quarta geração da família são formadas por 16 netos e 23 bisnetos de Lúcia e André Maggi, constantes na autobiografia da matriarca. Os relatos sobre os netos revelam que

a maioria cursou a graduação em Curitiba, alguns em Agronomia, mas também em Comércio Exterior, Economia, Psicologia e Administração. Também é relatado que vários tiveram experiência no exterior, onde alguns até residiram fora do país por alguns anos. As informações sobre a família Maggi são restritas, o que tem razão de ser. Todavia, é possível observar que, nos enlances matrimoniais publicados da terceira geração, é enfatizado o sobrenome “Maggi”, tornando possível afirmar que a preservação da dinastia continua sendo garantida, somada aos novos agregados.

A aposta em inovação tem sido uma das estratégias incutidas pela terceira geração ao grupo. Leonardo Maggi Ribeiro, neto de André Maggi e sobrinho de Blairo Maggi, se autodenomina “chefe da provocação” e atua como o “*head*” de inovação do grupo, conforme entrevista concedida ao Plant Project (Sá, 2020). Com formação em Administração por uma universidade particular do Paraná e um MBA nos EUA, com passagem pelo Vale do Silício, seu nome está vinculado a termos como *startups*, *climate-tech*, *agro hub*, *agri-tech* e investidor-anjo, entre outros na área de inovação.

Em uma entrevista, Leonardo Ribeiro delinea o rumo que os herdeiros devem seguir no grupo: “plantar é como uma *startup* todo ano. Renova a cada safra”. Ainda:

hoje fazemos *corporate venture* de uma forma brejeira. Na família Maggi cada um tem seu *business*. Um ou outro faz pequenos investimentos em tecnologia, seja anjo, seja *seed*. Um fundo de *corporate venture* capital é um movimento natural para nós. Muito em breve vai acontecer de forma mais estruturada (Sá, 2020).

Belisa Maggi, em uma parte da entrevista anteriormente descrita, revelou que ela e mais 11 herdeiros estavam se preparando para a sucessão com um programa de desenvolvimento de acionistas e famílias empresárias oferecido por uma escola de negócios renomada no país. Pensando na sustentabilidade de uma empresa familiar, asseverou ainda que está em estudo a implantação de um *family office* (Trindade, 2022). Essa foi uma estratégia que a multinacional Cargill implantou com o intuito de auxiliar no gerenciamento das necessidades da família e promover o engajamento e aprendizado entre as gerações mais jovens.

Considerações finais

As investigações realizadas para este artigo buscaram analisar as transformações e recomposições na elite do agronegócio resultantes do ingresso de um agente do setor econômico do agronegócio ao campo político.

Ao concluir, alguns apontamentos ainda se fazem necessários. Em primeiro plano, destaca-se a relação entre o agente estudado e a empresa familiar que, ao carregar o sobrenome, lhe confere também poder simbólico. O nome familiar Maggi não possuía herança de pertencimento a uma elite, mas, com o crescimento do grupo, tornou-se uma referência no agronegócio mundial em poucas décadas (e gerações).

Essa notoriedade facilitou a inserção em outros campos, como o político. Ser o “rei da soja” abriu uma passagem direta e legitimada ao cargo de governador de um estado em que o agronegócio é a base econômica (assim como ao atuar como suplente de senador do MT). Tal constatação é também mencionada nos relatos de Ambiel e Donadone (2022) sobre o grupo Gerdau e Jorge Gerdau. Todavia, diferenciando-se da família Gerdau, a família Maggi construiu seu capital em duas gerações, pai e filhos, em quase meio século.

A reconversão do empresário bem-sucedido, possuidor de capitais que lhe permitiram abrir novos caminhos, como o político, amparado na rede de relações que construiu, não foi suficiente para evitar o impacto de um título simbólico como o da “motosserra de ouro”. Esse acontecimento afetou significativamente tanto o agente quanto a empresa. As principais críticas e movimentações, como os embargos, foram internacionais, e a reestruturação da empresa precisou ser reavaliada e reformulada. Com o objetivo de expansão, a internacionalização tornou-se uma estratégia fundamental.

Para recomposição dos espaços fragilizados, Blairo Maggi, a empresa e demais envolvidos precisaram se reorganizar e buscar novas estratégias como forma de mitigar os impactos e alcançar estabilidade, tanto no setor do agronegócio quanto no setor político. Apesar do capital simbólico acumulado e da rede de relações construída pelo agente, também foi necessário utilizar sua habilidade social, conforme descrito por Fligstein (2007), que envolve agentes de diversos espaços para elaborar ajustes que possam acomodar as críticas. Os agentes devem demonstrar capacidade de articular suas aspirações de justiça e fundamentar suas justificativas em convenções normativas (Boltanski; Thévenot, 1991). Neste caso, pode-se afirmar que os resultados foram bem-sucedidos, pois ocorreu a reeleição como governador e o grupo iniciou seu projeto de internacionalização.

O passo dado para atuar fora do país demanda mudanças estratégicas para operar em novos mercados, especialmente considerando que o grupo Amaggi permanece em destaque na mídia, atrelado ao desmatamento na Amazônia. Para isso, é comum buscar modelos de referência, devidamente testados e legitimados. Assim, a financeirização acaba sendo um caminho a ser percorrido, dado que os principais concorrentes do grupo operam estratégias nesse sentido. Conceitos como *holding*, governança corporativa, CEO, acionistas e publicação de relatórios são exemplos de novos arranjos organizacionais envolvidos nesse processo. O isomorfismo ocorre quando os atores compreendem e adotam o comportamento daqueles que podem servir como exemplo, reformulando seus modelos cognitivos com base nisso, muitas vezes sem que as partes envolvidas percebam.

A internacionalização e a financeirização são estratégias frequentemente adotadas pelas principais empresas que atuam no agronegócio, assim como por outras grandes empresas que visam expandir seus negócios. O grupo também está imerso nesse universo e está preparando a próxima geração para atuar nessa perspectiva. “Esse é um caminho natural a ser seguido”, afirma o herdeiro Leonardo Maggi Ribeiro (Sá, 2020).

Como parte da reprodução da elite, ainda não foi abordada a questão de quem será o herdeiro político, ou se haverá um, pois ainda não houve manifestação pública sobre o assunto. Foi possível encontrar relatos de familiares que investiram em políticos que não eram apoiados por Blairo Maggi, prestes a completar 70 anos, em tempo de possuir um.

De fato, é importante compreender que o capital acumulado pelo agente decorre de sua trajetória, intervenções, transferências e conversões que demandaram suas habilidades. Se, atualmente, ele exerce influência no campo político, mesmo sem ser um agente efetivo (político eleito), isso se deve a esse capital acumulado. Caso haja um herdeiro político nesse espaço, é provável que trace seu próprio caminho, embora certamente se beneficie da experiência do antecessor. A reprodução do capital político ainda não está configurada, o que pode sugerir uma direção para futuras investigações.

REFERÊNCIAS

- 15 agro bilionários do Brasil entram no ranking global da Forbes 2023. AgroForbes. **Forbes**. São Paulo, 5 abr. 2023. Disponível em: <https://forbes.com.br/forbesagro/2023/04/15-agro-bilionarios-do-brasil-entram-no-ranking-global-da-forbes-2023/>. Acesso: 12 jun. 2023.
- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS INDÚSTRIAS DE ÓLEOS VEGETAIS (ABIOVE). **Sustentabilidade**. São Paulo. Disponível em: <https://abiove.org.br/>. Acesso: 10 set. 22.
- ADARIO, P. Moratória da soja completa dez anos. Blog. **GREENPEACE**. São Paulo, 25 jul. 2016. Disponível em: <https://www.greenpeace.org/brasil/blog/moratoria-da-soja-completa-dez-anos/> Acesso em: 5 ago. 2022.
- AGÊNCIA SENADO. Aprovado na CRA, PL dos Agrotóxicos vai a Plenário. Brasília, 19 dez. 2022. Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2022/12/19/aprovado-na-cra-pl-dos-agrotoxicos-vai-a-plenario> Acesso: 11 abr. 23.
- AMAGGI. Disponível em: www.amaggi.com.br.
- Amaggi anuncia novo presidente para seu conselho de administração. AgroForbes. **Forbes**. São Paulo, 27 mar. 2023. Disponível em: <https://forbes.com.br/forbesagro/2023/03/amaggi-anuncia-novo-presidenta-para-seu-conselho-de-administracao/> Acesso: 30 jun. 23.
- AMAGGI emite US\$ 750 milhões em títulos sustentáveis. Mercado de capitais. **Investidor Institucional**, São Paulo, 21 jan. 2021. Disponível em: <https://www.investidorinstitucional.com.br/sessoes/mercados/mercado-de-capitais/35450-amaggi-emite-us-750-milhoes-em-titulos-sustentaveis.html> Acesso: 11 jan. 23.
- AMAGGI. CEO do Grupo André Maggi discursa em evento da ONU. *In: AMAGGI Brasil*, 20 nov. 2013. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=ZFwiCMMqY20&t=81s> Acesso: 14 mar. 23.
- AMBIEL, E.; DONADONE, J. C. Internacionalização, financeirização e transformações organizacionais: O estudo do Grupo Gerdaui como entendimento de ação política dos empresários brasileiros. **Novos Rumos Sociológicos**, v. 9, n. 15, p. 412-445, 2021.
- ASSUNÇÃO, A. Blairo e Mendes anunciam investimentos da Amaggi de R\$ 574 milhões em MT. Política. **VG NOTÍCIAS**. Cuiabá, 7 jul. 2021. Disponível em: <https://www.vgnoticias.com.br/politica/blairo-e-mendes-anunciam-investimentos-da-amaggi-de-r-574-milhoes-em-mt/79780> Acesso: 12 jan. 23.
- BAGGENSTOSS, S.; DONADONE, J. C. A Difusão da Responsabilidade Social: Enfoque no Certificado de Responsabilidade Social de Mato Grosso. **Teoria & Pesquisa**, v. XIX, p. 171-194, 2010.
- BAPTISTA, M. **André Maggi**: do cabo da enxada ao centro do agronegócio brasileiro. Cuiabá: Entrelinhas, 2018.

BOLTANSKI, L.; THÉVENOT, L. De la justification. **Les économies de la grandeur**. Paris: Gallimard: 1991.

BORGES, A. Blairo Maggi, ministro da Agricultura, assume voto em Bolsonaro. **Estadão**. São Paulo, 17 out. 2018. Disponível em: <https://www.estadao.com.br/politica/eleicoes/blairo-maggi-ministro-da-agricultura-assume-voto-em-bolsonaro/> Acesso: 11 fev. 23.

BOURDIEU, P. **O Poder Simbólico**. Rio de Janeiro: Difel, 1989.

BOURDIEU, P. A ilusão biográfica. **Usos e abusos da história oral**, v. 8, p. 183-191, 1996.

BOURDIEU, P. **Meditações pascalianas**. 2ª ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2007.

BUSTAMANTE, A. **O olhar da Fortaleza**. 2ª ed. Mato Grosso: 2012. Disponível em: https://issuu.com/grupomaggi/docs/livro__a_vis__o_da_fortaleza_-_2_e e Diversos acessos.

CORADINI, O. L. Engajamento associativo-sindical e recrutamento de Elites políticas. In: **Revista de Sociologia e Política**, n. 28, jun. 2007.

CORADINI, O. L. Grandes famílias e elite ‘profissional’ na medicina no Brasil. **História, ciências, saúde-Manguinhos**, v. 3, p. 425-466, 1996.

ELIA, C. Império da devastação. Reportagens. **O ECO**. Rio de Janeiro, 8 mai. 2005. Disponível em: https://oeco.org.br/reportagens/1112-oeco_12351/. Acesso: 27 mar. 2022.

FLIGSTEIN, N. Habilidade social e a teoria dos campos. **Revista de Administração de Empresas**, v. 47, p. 61-80, 2007.

FLIGSTEIN, N. **The transformation of corporate control**. Cambridge: Harvard University Press, 1990.

FLIGSTEIN, N.; MCADAM, D. Toward a general theory of strategic action fields. **Sociological theory**, v. 29, n. 1, p. 1-26, 2011.

FREITAS, H. Lula conversa com Blairo Maggi e quer falar com presidente da Fiesp. **Metrópoles**, Brasília, 23 mai. 2022. Disponível em: <https://www.metropoles.com/brasil/lula-conversa-com-blairo-maggi-e-quer-falar-com-presidente-da-fiesp> Acesso: 22 ago. 22.

HEINZ, F. M. **Por outra história das elites**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006.

HEREDIA, B.; PALMEIRA, M.; LEITE, S. P. Sociedade e economia do” agronegócio” no Brasil. **Revista brasileira de ciências sociais**, v. 25, p. 159-176, 2010.

JARDIM, M. C.; MARTINS, T. J. Entrevista com Monique de Saint Martin. **Tempo Social**, v. 34, n. 3, p. 427-437, 2022.

LEITE, E. S.; ASSIS, K.G. Riqueza e Mulheres: trajetórias sociais e dimensões morais das desigualdades. In: 46º Encontro Anual da ANPOCS, 2022, Campinas. **Anais...**Campinas: UNICAMP, 2022. Disponível em:

<https://biblioteca.sophia.com.br/terminal/9666/acervo/detalhe/1222?guid=1699447088850&returnUrl=%2fterminal%2f9666%2fresultado%2flistar%3fguid%3d1699447088850%26quantidadePaginas%3d1%26codigoRegistro%3d1222%231222&i=1> Acesso: 12 jun. 23.

LINKEDIN. Disponível em: <https://www.linkedin.com> Diversos acessos.

MÃE de Blairo é única mulher entre os 10 mais ricos do país. Economia. **Minuto MT**, Cuiabá, 5 jan. 2023. Disponível em: <https://minutomt.com.br/economia/mae-de-blairo-e-unica-mulher-entre-os-10-mais-ricos-do-pais/> Acesso: 12 jan. 23.

MAGGI, o embaixador do agronegócio. Economia. **Dinheiro Rural**, São Paulo, 1 nov. 2007. Disponível em: <https://www.dinheirorural.com.br/maggi-o-embaixador-do-agronegocio/> Acesso: 10 set. 22.

MAMEDE, G. MAMEDE, E. C. **Holding Familiar e suas Vantagens**: planejamento jurídico e econômico do patrimônio e da sucessão familiar. 9. ed. São Paulo: Atlas, 2017.

MANO, A. Exclusivo-Amaggi aumenta investimento e capacidade, acirrando competição. Economia. **Terra**. São Paulo, 26 ago. 2021. Disponível em: <https://www.terra.com.br/economia/exclusivo-amaggi-aumenta-investimento-e-capacidade-acirrando-competicao,617885e2305c6a7b0be3d79be1d3e8f54nogybgw.html> Acesso: 11 jan. 23.

MANUAL do Pacto Global. Entendimento Prático da Visão e dos Princípios. **Documentos Essenciais**. Disponível em: <https://www.pactoglobal.org.br>. Acesso: 13 set. 22.

MOURÃO, Carolina. Maggi arrependido. Reportagens. **O ECO**. Rio de Janeiro, 13 jul. 2005. Disponível em: https://oeco.org.br/reportagens/1213-oeco_13045/ Acesso: 27 mar. 2022.

MORAES, O. F. Depoimento: história empresarial vivida. **Revista de Administração (RAUSP)**, São Paulo, v. 20, n. 2, p. [sem paginação], abr./jun. 1985.

OLIVEIRA, C. E. Fronteiras diversas em regiões de colonização recente de Mato Grosso: Tangará da Serra, Campo Novo dos Parecis e Sapezal. **História e Diversidade**, v. 9, n. 1, p. 74-95, 2017.

OLIVEIRA, O. Motosserra de ouro. **Folha de S.Paulo**. São Paulo, 17 jun. 2005. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/ciencia/fe1706200503.htm> Acesso em: 27 mar 2022.

PEREIRA, J. M. M. Modernização, combate à pobreza e mercado de terras: uma análise das políticas do Banco Mundial para agricultura e desenvolvimento rural (1944-2003). **Varia Historia**, v. 32, p. 225-258, 2016.

PETROLI, V. Sustentabilidade da agropecuária é destacada por Maggi para 21 países. Política. **Olhar Direto**. Cuiabá, 27 out. 2016. Disponível em: <https://www.olhardireto.com.br/agro/noticias/exibir.asp?noticia=sustentabilidade-da-agropecuaria-e-destacada-por-maggi-para-21-paises&edt=13&id=24358> Acesso: 13 dez. 23.

PONZILACQUA, M. H. P. A sociologia do campo jurídico de Bourdieu e Dezalay. **Revista Direito e Práxis**, v. 9, p. 226-249, 2018.

QUEM somos. **AL5 Bank**. Cuiabá. Disponível em: <https://al5bank.com.br/quem-somos/> Acesso: 11 jan. 23.

ROHTER, L. Relentless Foe of the Amazon Jungle: Soybeans. **NEW YORK TIMES**. New York, 17 set. 2003. Disponível em: <https://www.nytimes.com/2003/09/17/world/relentless-foe-of-the-amazon-jungle-soybeans.html> Acesso: 21 mar. 2022.

SÁ, L. F. O provocador da Maggi. **PlantProject**, São Paulo, edição 22, 19 nov. 20. Disponível em: <https://plantproject.com.br/2020/11/o-provocador-da-maggi/> Acesso: 13 jan. 23.

SAINT MARTIN, M. Da reprodução às recomposições das elites: as elites administrativas, econômicas e políticas na França. In: **Tomo – Dossiê Sociologia do poder e das Elites**. Ano X, n. 13, jul/dez, 2008.

SEIDL, E. Estudar os poderosos: a sociologia do poder e das elites. In: **As ciências sociais e os espaços da política no Brasil**/ Ernesto Seidl e Igor Gastal Grill (org.). Rio de Janeiro: Editora FGV, 2013. p.179-226.

SILVA, L. S. “**Mato Grosso: celeiro do mundo**”. Um estudo sobre as relações de poder e as implicações nas políticas públicas. 2020. Tese (Doutora em Sociologia). Programa de Pós-Graduação em Sociologia. Universidade Federal de São Carlos, 2020.

SILVA, M. K.; OLIVEIRA, G. L. A face oculta (da) dos movimentos sociais: trânsito institucional e intersecção Estado-Movimento: uma análise do movimento de economia solidária no Rio Grande do Sul. **Sociologias**, v. 13, p. 86-124, 2011.

TRINDADE, E. Coluna. Filha do ‘Rei da Soja’ quer deixar legado no agro e na educação. **Folha de São Paulo**, 23 nov. 2022. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/colunas/redesocial/2022/11/filha-do-rei-da-soja-quer-deixar-legado-no-agro-e-na-educacao.shtml> Acesso: 13 jan. 23.

Processamento e editoração: Editora Ibero-Americana de Educação
Revisão, formatação, normalização e tradução

