

**Giselle Cappellesso**  
Universidade de Brasília – UnB  
gicappellesso@gmail.com

**Magali Costa Guimarães**  
Universidade de Brasília – UnB  
magaliguimaraes@unb.br

**José Márcio Carvalho**  
Universidade de Brasília – UnB  
jmcarvalho1708@gmail.com

## REPRESENTAÇÕES SOCIAIS SOBRE “AGRONEGÓCIOS”: UM ESTUDO COM DISCENTES DE CURSO LIGADO À SUA GESTÃO

### RESUMO

Quando se trata de agronegócios, o Brasil é considerado um global player. Não obstante, o termo “agronegócio” traz incorporado elementos contraditórios, sendo associado por muitos à aspectos negativos como, por exemplo, o desmatamento de florestas. A partir dessa problemática, objetivou-se com este estudo compreender as representações sociais de estudantes do curso de graduação em Gestão do Agronegócios da Universidade de Brasília/Campus Planaltina. Para sua realização, aplicou-se o Teste de Associação Livre de Palavras e, para análise dos dados, foram utilizados a Análise de Conteúdo bem como o software IRAMUTEQ. Observou-se que os discentes dos grupos analisados possuem um alinhamento, em termos de representações sociais, com a ideia “agronegócio” reproduzida pela grande mídia e pela sociedade em geral, sendo este, associado essencialmente à produção agrícola em escala. Contudo, as representações têm exercido sua função de saber e de adaptação possibilitando mudanças cognitivas no que se refere à compreensão do que vem a ser “agronegócio” por parte de discentes do final de curso.

**Palavras-chave:** Agronegócio. Representação social. Gestão do Agronegócio.

## SOCIAL REPRESENTATIONS ON "AGRIBUSINESS": A STUDY WITH COURSES LINKED TO ITS MANAGEMENT

### ABSTRACT

Brazil is considered a global player when it comes to agribusiness. Despite this, the concept of agribusiness carries antagonistic elements, is associated with deforestation and pollution. Therefore, the objective of this research was to understand and analyze the social representations about "agribusiness" of students from the Agribusiness Management course at the University of Brasília. The study was carried out with students at the beginning and end of the course of Planaltina and Darcy Ribeiro, applying the Free Word Association Test (TALP), comparing them through content analysis and research using IRAMUTEQ software. The study shows that students from both groups (Gi and Gr) seem to confer a greater alignment with the social representations reproduced by the mainstream media, by associating agribusiness with large-scale and technified production. However, there is a cognitive effort of change in the understanding of what is “agribusiness”, possibly a result of the knowledge/information acquired during the course that is being integrated to the common sense of the students.

**Keywords:** Agribusiness. Keyword 2. Social representation.

## 1. INTRODUÇÃO

Parece ser indiscutível a ideia de que o agronegócio se constitui em um importante setor econômico brasileiro. Há anos sua relevância é ressaltada pela mídia e pelos estudos acadêmicos. Quando se trata de agronegócios, é possível afirmar que Brasil transformou-se em um player global cada vez mais relevante, com uma “[...] expansão muito maior do que a de qualquer outra nação” (BARROS, 2014, p. 14). Contudo, quando se trata do entendimento do que seja “agronegócio”, este vocábulo traz consigo elementos contraditórios, sendo, por vezes, associado a fatores negativos, como o desmatamento, a poluição dos rios, o uso intensivo de agrotóxicos e o desperdício de água (WEISSHEIMER, 2006). Em função disso, o presente estudo se propôs a compreender as representações sociais de estudantes da Universidade de Brasília – especificamente do curso de Gestão do Agronegócio (Campus Planaltina/DF) – sobre “o que é agronegócio”.

É coerente que representações negativas afetam as políticas voltadas para o setor, os que nele trabalham, incluindo ainda, a relação com o consumidor final. Nesse sentido, a Associação Brasileira do Agronegócio – ABAG (2013) realizou um estudo no sentido de identificar a percepção do brasileiro sobre o agronegócio, apontando que os setores de Agronegócio e Construção eram vistos de forma semelhante pelos participantes do estudo, associados ao desmatamento e ao consumo de água.

É considerando a relevância do tema, do setor e a pouca disponibilidade de estudos dentro

dessa temática, que este trabalho foi realizado. Nesse sentido, ele contribui com as discussões acadêmicas mais recentes relativas ao agronegócio, incluindo aquelas relacionadas à formação no campo da Gestão de Agronegócios, na medida em que tais representações afetam aqueles que estão se formando para nele atuar. Nesse contexto, verifica-se a importância de se compreender as representações sociais sobre o agronegócio para romper com visões pré-concebidas e impregnadas, muitas vezes, de vieses ideológicos que estão presentes dentro e fora do contexto acadêmico. Além disso, é importante para os profissionais que atuam no setor conhecer essa diversidade de representações sociais, de modo a auxiliar na formulação de estratégias organizacionais e de políticas públicas.

## 2. A TEORIA DA REPRESENTAÇÃO SOCIAL

De acordo com Moscovici (1988, p. 214, tradução nossa), “as representações sociais referem-se ao conteúdo do pensamento cotidiano e ao estoque de ideias que dá coerência às nossas crenças religiosas, às ideias políticas e às diversas conexões que criamos espontaneamente”. Além disso, o autor destaca que as representações moldam as relações do homem com a sociedade, tornando-se assim um componente da organização social, permitindo classificar pessoas e objetos, comparar e explicar comportamentos.

Assim, as representações sociais podem ser consideradas um produto da interação,

comunicação e influência social que constituem as realidades dos diferentes grupos da sociedade, atuando para apoiar os sistemas de identidade, comunidade, inclusão e exclusão (SAMMUT; HOWARTH, 2014; MOSCOVICI, 2007). Analisando a sua estrutura, toda representação está organizada em torno de um núcleo central, determinando sua significação e sua organização interna, e os elementos periféricos que auxiliam na concretização do significado, constituindo a interface entre o núcleo central e a situação concreta, de modo a proteger o núcleo central e contribuir para a sua adaptação ao contexto imediato (ABRIC, 1993; SÁ, 2002).

As representações sociais, além das funções já descritas, também possuem uma função identitária, situando indivíduos e grupos em um campo social. Elas orientam e justificam comportamentos. (ABRIC, 2001; SÁ, 2002).

Com base nestas propriedades e funções é que se pretende compreender as representações sociais sobre o agronegócio de estudantes dos cursos ligados à gestão de agronegócios da Universidade de Brasília – UnB, analisando os elementos centrais dessas representações.

### 3. METODOLOGIA

O presente estudo se caracteriza como sendo do tipo exploratório. Este tipo de pesquisa permite alcançar maior familiaridade com o problema (GERHARDT; SILVEIRA, 2009). Utilizou-se de amostragem do tipo não probabilística, onde a seleção dos participantes depende, ao menos em parte, do julgamento do pesquisador (MATTAR, 1996). Esse tipo de amostragem aplica-se normalmente em estudos

exploratórios, onde não possui a intenção de generalizar os resultados (GIL, 2008).

Em conformidade com a Resolução nº 196 de 1996 do Conselho Nacional de Saúde sobre pesquisa envolvendo seres humanos, foram garantidos a voluntariedade, o sigilo e anonimato aos participantes, sendo, ainda, solicitado a assinatura do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido.

Dois grupos de estudantes foram selecionados: 1) o primeiro grupo, denominado de G<sub>i</sub>, participaram 14 estudantes do início do curso, compreendendo o primeiro e segundo semestre; 2) no segundo grupo, referente aos estudantes do final do curso, e denominado de G<sub>f</sub>, participaram 16 estudantes, entre o 5º e 8º semestre, concentrando um maior número do 7º semestre, com 7 discentes.

A coleta de dados foi realizada com grupos de 5 a 6 estudantes, e empregando o Teste de Associação Livre de Palavras (TALP). Essa técnica auxilia na melhor extração de dados quando o estudo se referir aos processos cognitivos dos sujeitos envolvidos (NEVES et al., 2014). Assim, o TALP permitiu aos discentes projetarem suas crenças, conhecimentos e interpretação subjacentes sobre o objeto indutor de maneira espontânea. Neste estudo, o “objeto indutor” utilizado foram dez imagens que remetiam às várias interfaces do agronegócio.

Aos participantes foi solicitado que registrassem, por escrito, três palavras ou expressões que lhes ocorriam imediatamente ao verem cada imagem (objeto indutor), sendo estabelecido um tempo limite de 30 segundos para cada imagem. No passo seguinte, solicitou-se aos participantes que colocassem em ordem de importância (representatividade) as imagens,

considerando como 1ª aquela tida como mais representativa da palavra “agronegócios”. Por fim, solicitou-se a justificativa, o motivo da primeira imagem que foi considerada mais representativa. As falas dos participantes foram gravadas por meio de um gravador e, posteriormente, transcritas para uma melhor análise dos dados.



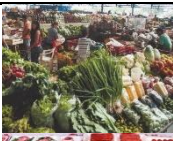













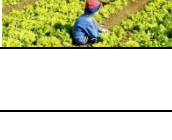

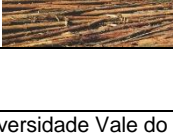

Os dados obtidos foram analisados através da técnica análise de conteúdo, juntamente com o uso IRAMUTEQ (Interface de R pour les Analyses Multidimensionnelles de Textes et de Questionnaires). Neste estudo, além do cálculo de frequência das palavras, a principal técnica de análise utilizada foi a análise de similitude, utilizada frequentemente por pesquisadores das representações sociais (CAMARGO; JUSTO, 2016).

#### 4. APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS E DISCUSSÃO

Primeiramente, considerando o ranking das imagens representativas do agronegócio entre ambos os grupos (cf. Figura 1), se verifica semelhança entre as imagens escolhidas. Nota-se que ambos os grupos julgaram as Imagens 1 e 3 como as imagens mais representativas. Observa-se que houve uma concordância maior no Gr, sendo que 68,75% dos discentes que escolheram a Imagem 1 como mais representativa.

Considerando o grupo do início do curso (Gi), 5 discentes consideraram a Imagem 1 como mais representativa do agronegócio, seguida pela Imagem 3. Analisando a primeira colocação, mais da metade (8 discentes) consideraram a Imagem 1 ou 3 como a mais representativa. Ambas as imagens remetem à produção primária (produção agrícola escala), retratando, respectivamente, uma grande área plantada e um trator operando em uma lavoura, como constata-se na Figura 1.

Figura 1 – Ranking das Imagens dos Grupos Gi e Gf com total de discentes (i)

	Início do Curso (Gi)		Final do Curso (Gf)			Início do Curso (Gi)		Final do Curso (Gf)	
	Imagem	i	Imagem	i		Imagem	i	Imagem	i
1º		1 5		1 11	6º		2 3		6 4
2º		3 5		3 9	7º		9 3		4 4
3º		1 3		10 7	8º		9 4		9 4
4º		8 4		8 4	9º		7 4		4 7
5º		5 6		8 5	10º		4 6		7 8

Em paralelo, no grupo do final do curso (Gf) também se verificou um comportamento semelhante, com 11 e 9 discentes considerando a Imagem 1 e 3, respectivamente, como as mais representativas. Uma notória diferença entre os grupos refere-se à terceira colocação, onde o Gf julgou a Imagem 10, referente ao processo de armazenamento, enquanto o Gi considerou também a Imagem 1. Um outro ponto que merece destaque é relacionado à agricultura familiar, sendo escolhida a imagem mais próxima desta como representativa do agronegócio somente para o Gi, aspecto que é melhor discutido mais adiante.

Com relação à imagem menos representativa, 6 discentes do Gi consideraram a Imagem 4, que remete ao setor primário (colheita de eucalipto). Neste caso, a associação com o desmatamento parece ter sido central. Palavras e expressões como: desmatamento, crime, lucro, errado, falta de visão, dentre outras, foram evocadas pelos discentes. Observando ainda a última colocação, e considerando em conjunto com a Imagem 7 (referente também à produção primária, porém retratando a colheita manual da cana-de-açúcar), grande parte dos discentes (9 discentes) julgou uma ou a outra imagem como menos representativa do agronegócio. Também no Gf, 8 discentes consideraram a Imagem 7 como a menos representativa. Esta imagem também fez evocar elementos negativos pelos discentes: boia-fria, trabalho sub-humano, risco, exploração, sofrimento, dentre outras.

Considerando este último aspecto, desempenhando sua função identitária (ABRIC, 2001; SÁ, 2002), as representações sociais de ambos os grupos atuam desassociando o

agronegócio de elementos percebidos como socialmente negativos, sendo a elas associados.

#### 4.1. Representação Social do Início do Curso (Gi)

Analisando especificamente as duas imagens mais representativas do agronegócio (Imagens 1 e 3), foram evocadas 80 palavras/expressões, sendo 32 registradas somente uma única vez. Acentua-se novamente que a Imagem 1 ficou tanto na 1ª quanto na 3ª colocação, ressaltando a significância da produção primária para o grupo. Por esse motivo, considerou-se nas análises somente as duas primeiras imagens mais representativas.

Utilizando-se a análise de conteúdo proposta por Bardin (1977), também foram consideradas as evocações para as imagens mais representativas, conforme já destacado. Como resultado, pôde-se identificar duas grandes categorias denominadas de “grande produção agrícola” (as palavras evocadas remetem ao negócio agrícola, considerando essencialmente a produção agrícola em escala) e “ruralidade” (as palavras evocadas remetem ao contexto produtivo rural, ao espaço onde essa produção acontece), conforme apresentado na Tabela 1.

No que se refere à grande produção agrícola, observa-se três subcategorias. A primeira compreende características relativas à *produção primária* e suas atividades (n=32). A segunda subcategoria que, apesar de estar ligada também à *produção primária*, enfatiza as ideias de mecanização relacionada ao setor (n=16). A terceira subcategoria ligada à essa produção, com evocações relativas à *dimensão econômica* e produtiva do setor (n=7), questões positivas do setor, ligadas ao aspecto econômico: “dinheiro” e “desenvolvimento”. Tais aspectos são

expressivamente disseminados nos meios de comunicação no país.

**Tabela 1** – Categorização das Palavras Associadas às Imagens Mais Representativas (Gi)

<b>Categorias</b>	<b>Palavras/Expressões (frequência)</b>	<b>Total de Evocações</b>
<b>Grande Produção Agrícola</b>	<b>Plantação</b> (7); Colheita (6); Trabalho (3); Irrigação (2); Produção (2); <b>Soja</b> (2); Trigo (2); Agricultura; Agronegócio; Grão; Mão-de-obra; Plantio; Produtor; Trabalhador; Qualificação;	<b>32</b>
	<b>Máquina/Máq. Agrícola/Maquinário</b> (8); <b>Trator</b> (4); <b>Pivot</b> (2); Mecânica; Plantadeira	<b>16</b>
	Dinheiro (2); Investimento (2); Desenvolvimento; Exportação; Valioso	<b>7</b>
<b>Ruralidade</b>	<b>Campo</b> (5); Verde (2); Água; Capim; Paisagem; Solo; Terra; Terreno; Lavoura; Fazenda; Hectares; Propriedade	<b>17</b>
<b>Outros</b>	Alimento; Fácil; Indústria; Ligação entre setores; Mantimentos; Praticidade; Sistema; Saúde	<b>8</b>

Buscando identificar os núcleos central e periféricos das representações, utilizou-se a análise prototípica, gerada a partir do software IRAMUTEQ, através das evocações das imagens mais representativas. Com base na Teoria do Núcleo Central, as palavras situadas no quadrante superior esquerdo – *plantação*, *máquina*, *campo*, *trator*, *soja* e *pivot* – caracterizam o possível núcleo central da representação deste grupo, uma vez que estas foram primeiramente evocadas e em maior frequência. Esses elementos, como destacam Abric (2001) e Sá (2002), dão significado para a representação social do grupo e cuja ausência desestruturaria ou mudaria seu significado.

Confrontando estes dados com a categorização anterior (Tabela 1), nota-se que é possível identificá-las na grande categoria: “grande produção agrícola”. Detalhando esta categoria, os elementos “*máquina*”, “*trator*” e “*pivot*” enfatizam as ideias de mecanização da *produção primária*, enquanto “*plantação*” e “*soja*” destacam as atividades do setor. Já o elemento “*campo*” foi único que se relacionou à categoria “*ruralidade*”.

A partir dessa análise, é possível pensar em um posicionamento “restrito” sobre o que

seja o “*agronegócio*”, considerando-se a amplitude do conceito acadêmico ressaltado pelos diferentes autores (BATALHA, 2012; CASTRO; LIMA; CRISTO, 2002; DAVIS; GOLDBERG, 1957; ZYLBERSZTAJN; NEVES, 2000), visto que as palavras que formam o possível núcleo central focam essencialmente na produção agrícola primária.

Adicionalmente, a análise de similitude buscou identificar a conexão ou a força de ligação que um elemento mantém com outros da representação, bem como evidenciar uma organização relacional. Assim, na árvore gerada (Figura 2), observa-se alguns elementos de maior centralidade, como: *plantação*, *máquina*, *campo*, *trator* e *colheita*. O elemento que mais estabeleceu conexões foi “*plantação*”, já identificado como central na análise prototípica, sendo todas as ramificações provenientes deste elemento. Observa-se, também, um alta coocorrência entre os elementos “*plantação*” e *trator*” e “*máquina*” e “*campo*”.

A Figura 2 reforça a afirmação anterior de que os elementos “*plantação*”, “*colheita*”, “*máquina*”, “*campo*” e “*trator*” são centrais na representação social do grupo. São os possíveis elementos organizadores das representações



Elementos relacionados ao sistema pós-  
porteira e suas às atividades também são

identificados, relacionados, principalmente, ao  
processo de *armazenamento*.

**Tabela 2** – Categorização das Palavras Associadas às Imagens Mais Representativas (Gf)

<b>Categorias</b>	<b>Palavras/Expressões (frequência)</b>	<b>Total de Evocações</b>
<b>Grande Produção Agrícola</b>	Soja (11); <b>Colheita</b> (5); Agricultura (4); <b>Irrigação</b> (4); Plantação (4); Grão (3); Mão-de-obra (3); <i>Commodity</i> (2); Agricultura de precisão (2); Precisão (2); Produção (2); Manejo; Operador de máquina; Plantio; Semente; Sequeiro; Trabalho	<b>48</b>
	<b>Pivot</b> (10); <b>Máquina</b> (6); Tecnologia (4); <b>Trator</b> (4); Mecanização (2)	<b>26</b>
	Monocultura (4); Agricultura patronal (3); Agricultura convencional (2); Grande produtor (2); Grande colheita; Grande produção; Grandes equipamentos; Plantio convencional; Produção em grande escala;	<b>16</b>
	Produtividade (3); Desenvolvimento; Dinheiro; Eficiência; Sucesso	<b>7</b>
<b>Comercialização</b>	<b>Armazenagem</b> (11); <b>Silo</b> (7); Logística (4); Conservação (2); Exportação (2); Distribuição; Escoamento; Estocagem; Transporte	<b>30</b>
<b>Ruralidade</b>	Campo (2); Lavoura (2); Água; Terra	<b>6</b>
<b>Meio Ambiente</b>	Desmatamento; Meio ambiente	<b>2</b>
<b>Outros</b>	Gestão (3); Agronegócio (2); Indústria; Empresa de grãos; Horas; Processamento	<b>9</b>

A análise prototípica revelou que no quadrante superior esquerdo estavam as evocações: armazenagem, *pivot*, silo, máquina, colheita, trator e irrigação. Estas, portanto, parecem constituir o núcleo central da representação deste grupo. Verifica-se um posicionamento mais abrangente, porém, ainda fortemente associado à *produção primária* e à tecnologia/mecanização empregada nesta produção.

A árvore gerada (Figura 3) identifica as coocorrências entre as palavras e indicações da conexidade entre os termos “armazenagem”, “pivot” e “soja”, auxiliando na identificação da estrutura representação social. Observa-se que o elemento que mais estabeleceu conexões na árvore acima foi “armazenagem”, sendo todas as ramificações provenientes desse elemento. Esse fato o reafirma como um possível elemento central, organizador da representação social do grupo, já identificado nas análises anteriores. Esse elemento aparece com maior centralidade e

ainda apresenta relações importantes com inúmeros elementos que o complementam e lhe dão suporte, formando várias teias de desdobramentos.

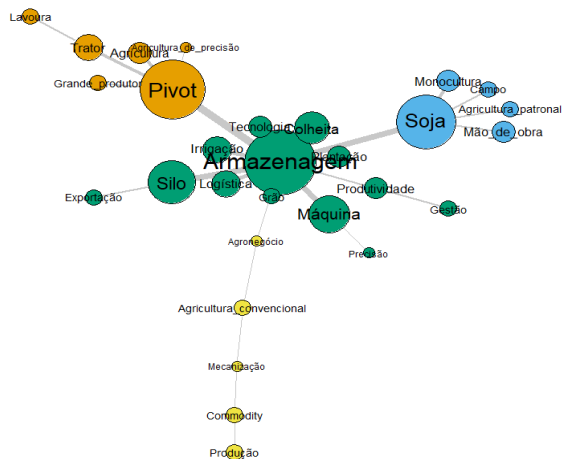
Em suma, é possível afirmar que, além dos elementos relacionados ao processo de comercialização, a representação social do Gf é também fortemente associada às questões produtivas no setor primário, principalmente à produção de commodity em larga escala, com elementos periféricos significantes – monocultura, agricultura patronal, grande produtor, agricultura convencional.

Um outro ponto, relativo à agricultura familiar e sua oposição ao agronegócio, foi destacado por somente dois discentes em suas justificativas, porém, com sentidos opostos: “[...] eu acho o agronegócio ligado a agricultura familiar, só que o que a gente vê na mídia é mais a agricultura convencional, para a exportação. Geralmente a mídia separa a agricultura familiar de agronegócio, mas eu acho que é tudo junto”;



“[...] e a agricultura de pequeno porte não é tão considerada por outros como o agronegócio. E quando tem uma larga, grande escala, já é considerado mais do agronegócio [...]”.

**Figura 3** – Análise de Similitude das Evocações Mais Representativas (Gf)



É possível inferir a partir dos achados que as representações sociais desse grupo evidenciam uma transição, como apontada por Moscovici (1988), onde a nova teoria científica do que vem a ser agronegócio está sendo integrada ao saber cotidiano dos discentes. Apesar disso, as representações, ao exercerem suas funções de saber e de identidade, estabelecem uma coerência com os valores sociais e historicamente determinados. Ou seja, observa-se ainda que o agronegócio é associado a elementos similares daqueles reproduzidos pela grande mídia (SILVA; GUIMARÃES, 2016) e na sociedade (ABAG, 2013), onde o associam exclusivamente à produção agropecuária em escala.

## 5. CONCLUSÕES

A partir das análises realizadas, conclui-se que o “agronegócio” é fortemente associado à produção primária, em especial para os discentes do início do curso (Gi), no qual suas

representações são mais fortemente influenciadas pelas informações que circulam nos veículos de comunicação. Por outro lado, aqueles que se encontram mais avançados no curso se encontram numa fase de regulação, ajustando suas representações aos novos conhecimentos adquiridos (função de saber da representação social). Neste sentido, observou-se no Gf uma representação que pode ser descrita como mais abrangente, considerando elementos para além da produção primária.

Acredita-se que o avanço do setor depende fortemente do rompimento com uma determinada visão de mundo, pré-concebida e ideologicamente construída. Assim, o espaço acadêmico, propício às diferenças e ao debate, possibilita uma nova reflexão sobre esses posicionamentos, questionando-os sob uma perspectiva científica. Ao profissional que atua (ou atuará) neste setor torna-se importante ampliar sua visão em relação ao que se compreende como agronegócios, contribuindo para que outros superem determinada perspectiva, seja ela enviesada ideologicamente ou pelo senso comum.

É importante destacar alguns elementos limitantes da pesquisa, sendo o principal o número de participantes sugerindo-se analisar as representações sociais sobre o agronegócio com um número maior de participantes e dos docentes, verificando se essas também influenciam na formação da representação social dos discentes.

O desconhecimento sobre o conceito de “agronegócio” e do que ele engloba tem, muitas vezes, dificultado o diálogo entre os diferentes grupos sociais. Assim, apreender as representações sociais de diversos grupos sociais

também é essencial para conhecer como o agronegócio é visto pela sociedade. Além disso, esse estudo possibilita verificar elementos impregnados de vieses e assim contribuir para dirimir as diferenças e buscar transformações de cunho político, econômico e social.

## REFERÊNCIAS

ABRIC, J.C. Central system, peripheral system: their functions and roles in the dynamics of social representations. *Papers on social representations*, Aix en Provence, v. 2, n. 2, p. 75-78, 1993.

ABAG. A percepção da população dos grandes centros urbanos sobre o agronegócio brasileiro, 2013. Disponível em: <<http://www.abag.com.br/media/analise-abag-nacional.pdf>>. Acesso em: 22 out. 2015.

BARDIN, L. *Análise de conteúdo*. Lisboa: Edições 70, 1977.

BARROS, J. R. M. O passado no presente: a visão do economista. In: BUAINAIN, A. M., et al. *O mundo rural no Brasil do século 21: a formação de um novo padrão agrário e agrícola*. Brasília: EMBRAPA, 2014. Cap. prolegômenos, p. 16-22.

BATALHA, M. O. *Gestão agroindustrial*. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2012.

CAMARGO, B. V.; JUSTO, A. M. IRAMUTEQ: um software gratuito para análise. *Temas em Psicologia*, v. 21, n. 2, p. 513-518, 2013. Disponível em: <<http://pepsic.bvsalud.org/pdf/tp/v21n2/v21n2a16.pdf>>. Acesso em: 08 dez. 2016.

CASTRO, A. M. G.; LIMA, S. M. V.; CRISTO, C. M. P. N. Cadeia produtiva: marco conceitual para apoiar a prospecção tecnológica. In: *SIMPÓSIO DE GESTÃO DA INOVAÇÃO TECNOLÓGICA*, 22., 2002, Salvador. Anais... Salvador: [S.n], 2002.

CAUME, D. J. Agricultura familiar e agronegócio: falsas antinomias. *Redes*, v. 14, n. 1, p. 26-44, 2009.

DAVIS, J. H.; GOLDBERG, R. A. *A concept of agribusiness*. Boston: Harvard University, 1957.

GERHARDT, T. E.; SILVEIRA, D. T. *Métodos de pesquisa*. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009.

GIL, A. C. *Métodos e técnicas de pesquisa social*. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

MATTAR, F. N. *Pesquisa em marketing: edição compacta*. São Paulo: Atlas, 1996.

MOSCOVICI, S. Notes towards a description of social representations. *European Journal of Social Psychology*, v. 18, n. 3, p. 211-250, 1988.

MOSCOVICI, S. *Representações sociais: investigações em psicologia social*. Tradução de Pedrinho A. Guareschi. 5. ed. Petrópolis: Vozes, 2007.

NEVES, D. A. B. et al. Protocolo verbal e teste de associação livre de palavras: perspectivas de instrumentos de pesquisa introspectiva e projetiva na ciência da informação. *PontodeAcesso*, v. 8, n. 3, p. 64-79, 2014.

SÁ, C. P. *Núcleo central das representações sociais*. 2. ed. Petrópolis: Vozes, 2002.

SAMMUT, G.; HOWARTH, C. Social representations. In: TEO, T. *Encyclopedia of Critical Psychology*. New York: Springer, 2014. p. 1799-1802.

SILVA, P. B.; GUIMARÃES, M. C. O conceito de agronegócios e suas representações na mídia brasileira. In: *PRE-CONGRESO ALASRU*, Santiago del Estero. Libro de Resúmenes... Santiago del Estero: ALASRU, 2016, p. 60.

WEISSHEIMER, M. A. Expansão do agronegócio oculta pesado custo ambiental para o país. *Repórter Brasil*, [S.l], 6 Janeiro 2006. Disponível em: <<http://reporterbrasil.org.br/2006/01/expansao-do-agronegocio-oculta-pesado-custo-ambiental-para-o-pais/>>. Acesso em: 19 out. 2015.

ZYLBERSZTAJN, D.; NEVES, M. F. *Economia e gestão dos negócios agroalimentares*. São Paulo: Pioneira, 2000.

---

**Giselle Cappellesso**

Mestranda em Agronegócios pela Universidade de Brasília

---

---

**Magali Costa Guimarães**

Doutora em Psicologia pela Universidade de Brasília

---

---

**José Márcio Carvalho**  
Doutor em Engenharia Elétrica pela Universidade  
Federal de Pernambuco

---