
COMUNICAÇÃO SOCIOAMBIENTAL: A JBS E SUA ESTRATÉGIA DISCURSIVA EM RONDÔNIA

SOCIO-ENVIRONMENTAL COMMUNICATION: JBS AND ITS DISCURSIVE STRATEGY IN RONDÔNIA

Larissa Zuim Matarésio¹

Maria das Graças Silva Nascimento Silva²

RESUMO: Este trabalho apresenta algumas das estratégias da JBS, conhecida como Friboi e classificada como a maior processadora de carnes do mundo, utilizadas no Estado de Rondônia, na Amazônia, como forma de demarcação territorial onde se instala por meio de práticas discursivas com foco na comunicação socioambiental. Tem-se como objetivos: identificar o funcionamento desses discursos, analisar se a empresa cumpre com os princípios inerentes à comunicação socioambiental após a instalação da empresa em Rondônia. Para isso se utiliza da metodologia analítica-descritiva e de referencial bibliográfico, recortes jornalísticos e dados iconográficos que auxiliam na formação do quadro teórico-investigativo. Pelo viés jornalístico, reflete sobre o modelo de comunicação socioambiental, que, segundo as diretrizes das políticas públicas urbanas e da educação ambiental, propõe saberes interligados para enxergar os desafios do desenvolvimento sustentável por meio da produção de comunicações responsáveis e sem manipulações, a fim de que o acesso à informação contribua para a consciência crítica.

Palavras-chave: JBS-Friboi. Comunicação Socioambiental. Desenvolvimento regional. Estratégia discursiva.

ABSTRACT: This paper presents some of the strategies of JBS, known as Friboi and classified as the largest meat processor in the world, used in the State of Rondônia, in the Amazon, as a form of territorial demarcation where it is installed through discursive practices focused on socio-environmental communication. The objectives are: to identify the functioning of these speeches and to analyze if the company complies with the principles inherent to socio-

1 Doutoranda pelo Programa de Pós-Graduação em Geografia da Universidade Federal de Rondônia – PPGG/UNIR. Pesquisadora do Grupo de Estudos e Pesquisas em Geografia, Mulher e Relações Sociais de Gênero – GEPGENERO/UNIR. E-mail: larizuim@gmail.com.

2 Pós-doutora em Geografia pela Universidade Estadual de Ponta Grossa - UEPG. Professora do Departamento de Geografia e do PPGG/UNIR. Líder do GEPGÊNERO/UNIR. E-mail: gracinhageo@hotmail.com.

Artigo recebido em abril de 2020 e aceito para publicação em agosto de 2020.

environmental communication. For that, it uses the analytical-descriptive methodology and bibliographic reference, journalistic clippings and iconographic data that help in the formation of the theoretical-investigative framework. From a journalistic perspective, it reflects on the socio-environmental communication model, which, according to the guidelines of urban public policies and environmental education, proposes interconnected knowledge to see the challenges of sustainable development through the production of responsible and unmanaged communications, in order to that access to information contributes to critical awareness.

Keywords: JBS-Friboi. Discursive strategy. Regional Development. Socio-environmental Communication.

INTRODUÇÃO

O acrônimo JBS significa as iniciais de José Batista Sobrinho — nome completo do criador da empresa Friboi. No ano de 2007, quando a família abriu o capital da empresa, a Friboi se tornou JBS (a Friboi passou a ser apenas uma empresa do grupo). Sobre a empresa circulam muitas histórias, sempre associadas a alguém da cúpula política. Isso ocorreu, principalmente, quando o ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva estava no governo, tendo nas narrativas populares o dito que a empresa era de propriedade de seu filho. Sobre esse fato houve muitas controvérsias, mas o que convém dizer é que esse “mito” marcou partes do imaginário de alguns brasileiros e os envolvidos tratavam o assunto na justiça como calúnia.

Em seguida, o fato passou a circundar a esfera do governo Temer, quando em 01 de junho de 2016, a Polícia Federal (PF) cumpriu mandado de busca e apreensão na sede da Eldorado Brasil, em São Paulo. Essa empresa de celulose foi um dos alvos da ação que investigava um suposto recebimento de propina por parte do presidente afastado da Câmara, Eduardo Cunha, que teria sido beneficiado por 12 operações de grupos empresariais que obtiveram aportes milionários do Fundo de Investimento do FGTS (FI-FGTS). Dentre algumas das irregularidades relatadas na delação de um dos envolvidos, dizia respeito à captação de recursos feita em 2012, pela Eldorado Brasil, do grupo J&F, holding que controla também o frigorífico JBS/Friboi.

Pois bem, essa breve recapitulação serve para pensar sobre a importância da JBS no contexto político e econômico do país, haja vista sempre circular pelas manchetes jornalísticas, nos noticiários televisivos, ou mesmo se presentificam em cenas de grandes publicidades utilizando figuras e/ou nomes de celebridades conhecidas do povo, patrocinando programas das grandes empresas de comunicação brasileira, e também nos espaços urbanos por meio de *outdoor*, etc.

Nesse sentido, a JBS para além da mídia ou dos acontecimentos políticos é uma empresa brasileira de grande porte, de referência nacional e internacional, e, principalmente, por estar localizada no estado de Rondônia tem relevância para o desenvolvimento estadual e para outros aspectos que chamam a atenção, como por exemplo, o tratamento com o meio ambiente, a cultura alimentar do estado, como também para a área econômica, pois, a companhia opera no processamento de carnes bovina, suína, ovina e de frango e no processamento de couros. Além disso, comercializa produtos de higiene e limpeza, colágeno, embalagens metálicas, biodiesel, entre outros. Seus negócios são divididos em três unidades: JBS Mercosul, JBS Foods e JBS USA, que inclui as operações de bovinos nos EUA, Austrália e Canadá, suínos e aves nos EUA, México e Porto Rico.

Sendo assim, quais são as principais estratégias utilizadas pela empresa nomeadas como ‘desenvolvimento econômico sustentável’ em sua instalação no estado de Rondônia, anos atrás? Será que realmente houve desenvolvimento regional a partir destas estratégias? É o que pretende-se analisar.

Dentre os objetivos específicos, tem-se um que vai ao encontro das atividades da JBS, qual seja: identificar a cultura alimentar do estado de Rondônia, levando em conta se o consumo da carne produzida pela referida empresa contribui para a soberania alimentar do estado; identificar se os produtos produzidos pela empresa no estado atendem às especificidades de padrão de qualidade; e, se os produtos que são produzidos no território rondoniense, mas que são exportados, servem ao desenvolvimento econômico e social local.

Para isso se utiliza da metodologia analítica-descritiva e de referencial bibliográfico, recortes jornalísticos, dados iconográficos que auxiliam na formação do quadro teórico-investigativo. Pelo viés jornalístico investigativo tem o propósito de formular o modelo de comunicação socioambiental que, segundo as diretrizes das políticas públicas urbanas e da educação ambiental, esse modelo de comunicação propõe saberes interligados (interdisciplinaridade); possibilita a educação e a comunicação cidadã apontando alternativas viáveis para os desafios do desenvolvimento regional, por meio das informações responsáveis e sem manipulações, a fim de que o acesso à comunicação social e as suas funções contribuam à formulação da cidadania e da consciência crítica.

A JBS NO CONTEXTO NACIONAL E DE RONDÔNIA

De acordo com a história da empresa, a origem do grupo teve início em 1953, quando o então Senhor José Batista Sobrinho iniciou as “operações de uma pequena planta com capacidade de processamento de cinco cabeças de gado por dia, na cidade de Anápolis, em Goiás, na região Centro-Oeste do Brasil” (3). Nesse ano foi fundada a Casa de Carnes Mineira, em Anápolis (GO).

De 1970 a 2001, a JBS expandiu significativamente as suas operações no setor de carne bovina no Brasil, pelo método de aquisições e investimentos nas unidades da família, alcançando a capacidade de abate diária de 5,8 mil cabeças.

De 2001 a 2006, o grupo JBS passou a operar 21 plantas no Brasil e cinco na Argentina e aumentou a sua capacidade de abate para 19,9 mil cabeças por dia. Em 2005, a companhia iniciou seu processo de internacionalização e adquiriu 100% do capital social da Swift-Armour, maior produtora e exportadora de carne bovina na Argentina.

A companhia, no ano de 2008, adquiriu a Tasman Group, na Austrália, a Smithfield Beef, divisão de bovinos da Smithfield Foods, nos EUA, e os confinamentos da Five Rivers, com capacidade para engordar dois milhões de animais por ano, de acordo com os dados retirados do histórico da JBS.

Conta ainda no seu histórico que em 2009, a JBS incorporou o frigorífico Bertin, até então segundo maior no Brasil, e adquiriu o controle acionário da Pilgrim’s Pride, ingressando no mercado norte-americano de aves. Além disso, a companhia ampliou a sua capacidade diária de abate no Brasil com a aquisição de cinco novas unidades.

Em 2010, o grupo JBS adquiriu a Tatiara Meats e os ativos da Rockdale Beef, na Austrália, além do Grupo Toledo, na Bélgica. Também anunciou a aquisição do confinamento McElhaney nos Estados Unidos e ampliou sua participação na Pilgrim’s Pride para 67,27%. Realizou entre abril e maio daquele ano uma oferta pública primária de 200 milhões de ações ordinárias, equivalente a R\$ 1,6 bilhão.

Mas, foi em 2012 que a JBS deu um grande salto no negócio agroalimentar, quando nos Estados Unidos, a JBS aumentou novamente sua participação na Pilgrim's Pride, assumindo 75,3% do capital social da empresa. No Brasil, ampliou a capacidade anual de processamento de bovinos em 2 milhões de cabeças e iniciou sua operação no segmento de aves, expandindo em 15% sua capacidade global de produção nessa categoria, por meio do aluguel dos ativos da Frangosul. A Vigor deixou de ser uma subsidiária da JBS e passou a realizar a abertura de seu capital, passando a ter uma estrutura corporativa própria e independente. Em 2013, adquiriu a Seara Brasil e se consolidou como líder global no processamento de aves. O negócio eleva em 33% a capacidade diária de produção de frango, em 30% a de suínos, 14% a de couro e em 30% o número de colaboradores. Assim, o grupo passaria a atuar no segmento de alimentos industrializados, se transformando na segunda maior plataforma brasileira de produção e distribuição de produtos de valor agregado.

Segundo observou-se, há um hiato no histórico internacional da empresa entre os anos de 2010 e 2012. Significa que, de acordo nossas análises, nesse período o grupo passou a investir seu planejamento em ações mais específicas para o território brasileiro. Em 9 de maio de 2012, o grupo J&F chegou a afirmar que o Brasil seria seu principal foco de investimentos nos dois anos seguintes (4).

No estado de Rondônia, localizado na região Norte do Brasil, com importância na Amazônia Ocidental brasileira, a JBS começou os investimentos por meio da compra do Grupo Independência, anunciado em 23 de abril de 2012 (VAZ, 2012).

Em 23 de abril, a JBS apresentou uma proposta por ativos do Grupo Independência de 268 milhões de reais, sem assunção de dívida – desde outubro do ano passado a empresa não efetua os pagamentos aos credores. Os ativos são quatro unidades frigoríficas em Nova Andradina (MS), Campo Grande (MS), Senador Canedo (GO) e Rolim de Moura (RO); dois curtumes, em Nova Andradina e Colorado D'Oeste (RO); dois centros de distribuição; armazéns em Cajamar (SP) e Santos (SP); e todas as marcas.

A negociação esteve condicionada à aprovação em assembleia geral de credores do Grupo Independência e do conselho de administração da JBS. Em abril, no início do mês, a JBS comunicou ao Cade a compra de mais duas unidades frigoríficas, uma em Rondônia e outra no Acre. As operações foram fechadas por aproximadamente 3 milhões de reais e juntos, os frigoríficos, passaram a ter a capacidade de abate de quase 900 cabeças por dia. Somente no ano de 2012, a empresa arrendou cinco frigoríficos, com capacidade de abate de 3.500 cabeças por dia, no estado de Rondônia.

A empresa JBS, atualmente é a maior processadora de carnes do mundo com um lucro líquido no quarto trimestre de 2019 de R\$ 2,43 bilhões (5).

A COMUNICAÇÃO SOCIOAMBIENTAL E A FUNÇÃO DA VERACIDADE DA INFORMAÇÃO PARA O DESENVOLVIMENTO LOCAL

A função da comunicação social é, primordialmente, a interação entre os indivíduos de modo a possibilitar uma troca de experiências. Paralelamente à Teoria da Informação e

estritamente vinculado a ela, deve-se ter em mente que comunicação não é exclusivamente “medida, quantidade” da ação de um sujeito em interação com outro. Comunicar é colocar em prática o exercício da interação social, porque a sociedade é mais que “massa manipulada”, é um agrupamento de sujeitos de consciência. Nessa inter-relação, muito significativo é o enlace entre comunicação e geografia. Para Milton Santos, a sociedade atual passa por um período técnico-científico e informacional, divididos pela tecnosfera e a psicofera, que são conectadas e influenciam uma à outra. Na psicofera encontra-se o plano das ideias, das paixões, da geração de sentido, enquanto que na tecnosfera dá-se a instrumentalização necessária para a expressão da psicofera, e as mídias se enquadram nesse processo.

Para entender um pouco o processo comunicacional, várias teorias surgiram desde a década de 1940, do século XX, quando os meios de comunicação de massa invadiram os modos de vida da sociedade moderna de modo mais intenso. Dentre as teorias, temos a conhecida Teoria da Agulha Hipodérmica.

A teoria hipodérmica parte da ideia behaviorista de que toda resposta corresponde a um estímulo, pois não há resposta sem estímulo ou estímulo sem resposta. Os indivíduos, por essa perspectiva teórica, são estudados e compreendidos de acordo com suas reações aos estímulos recebidos. Nesse contexto, é por demais conhecida a experiência de Pavlov com o cãozinho. À visão da comida, o cachorrinho respondia salivando - uma reação do organismo preparatória para o ato de digerir a comida. Pavlov passou a tocar uma sineta toda vez que alimentava o animal. Por fim, tocava apenas a sineta. Mesmo não havendo comida, o cão respondia ao estímulo (som da sineta) com uma resposta (salivando). O esquema E - R (Estímulo - Resposta) é essencial para a Teoria Hipodérmica. Assim, os meios de comunicação de Massa (MCM) enviariam estímulos que seriam imediatamente respondidos pelos receptores. A audiência é vista como uma massa amorfa, que responde de maneira imediata e uniforme aos estímulos recebidos.

Dentre alguns teóricos da Teoria da Comunicação encontra-se Paul Lazarsfeld. Para ele, o mais importante nos estudos dos *mass communication* era a investigação de acordo como seguinte esquema: “Comunicação = quem diz o quê, a quem, por que meio, e com que efeitos?”

Esse aporte teórico tem a ver com a necessidade de reflexões sobre o que é dado a informar para um povo, uma nação, um grupo, etc., porque o que lhe for dado como informação poderá ser a única verdade que atingirá sua formação crítica. Por isso, este trabalho vai ao encontro dessa preocupação no sentido de analisar como o grupo JBS se instalou no estado de Rondônia levando em conta um discurso de “desenvolvimento econômico” e “desenvolvimento sustentável” gerando um capital comunicacional. Com a comunicação se tornando um capital, em que grandes conglomerados transnacionais detém o poder, os espaços comunicativos vão se manifestar cada vez mais regidas por uma psicofera demandada por discursos em favor do capital financeiro, manipulados por estratégias comerciais que atingem a população de maneira incisiva e com contradições que vão aparecendo nos discursos.

Assim, de sua prática comunicacional pressupõe-se o objetivo da visibilidade, o qual possui políticas e estratégias de comunicação, bem como, o aumento do alcance comunicacional que a ele é típico.

Em relatório formulado pela Câmara Legislativa do estado de Rondônia, cujo objeto foi a investigação por meio da Comissão Parlamentar de Inquérito – CPI, em 2015, de cartel praticado pelo Grupo JBS em Rondônia, verificou-se algumas incongruências relativas às atividades econômicas implantadas pela empresa no estado.

O relatório final da Comissão Parlamentar de Inquérito (CPI) formada para apurar possível formação de cartel de empresas frigoríficas de abate de bovinos cita ter sido verificado alinhamento de preços em Rondônia. Especifica, ainda, que isso começou com a aquisição de plantas frigoríficas e posterior fechamento, manipulando o mercado e mantendo níveis próximos ao do monopólio (ALE-RO, 2016)

De acordo com Teixeira (2009, p. 5), “o cartel é visto como uma conduta praticada por particulares que se reúnem com o intuito de elidir a livre concorrência ou restringi-la; com essa prática aniquila a liberdade de escolha do consumidor”. Uma vez que não há concorrentes, e a vontade de inovar torna-se cada vez imprópria, já que a presença de um mercado consumidor efetivo e presente garantem os lucros desses empresários, e em troca, não modernizam o setor cartelizado, não investem nos empregados, em melhorias para o consumidor, etc. “Temos o cartel como uma das condutas que mais prejudicam o interesse público e o seu bem-estar, assim como o próprio desenvolvimento econômico regional e nacional” (TEIXEIRA, 2009, p. 5).

Os cartéis constituem, assim, um dano não apenas para os consumidores, mas também para a economia onde o cartel se instala, porque é necessária a defesa da concorrência, base da disputa entre os agentes econômicos. Nesse sentido, a livre concorrência é um elemento importante para as práticas de mercado, pois, na Constituição brasileira de 1988 ao definir a livre iniciativa como fundamento da ordem econômica no artigo 17 caput, passou a garantir a propriedade privada dos meios de produção como direito individual fundamental, o estabelecimento da livre concorrência como princípio da ordem econômica (art. 170, IV) e, finalmente, a liberdade de atuação como base da economia nacional (art. 170, §único); regem o referido artigo em questão.

De acordo com o presidente da CPI da Câmara Legislativa do estado de Rondônia:

(...) grupo JBS-Friboi S/A foi responsabilizado pelo cartel de preços do boi gordo em Rondônia. “Em Ariquemes, região onde mais se mata gado, a JBS dá as cartas no mercado, marcando dia, horário e preço para abater o boi”, disse Adelino. Segundo ele, a conclusão da CPI, apontado o realinhamento de preços, foi encaminhada ao CADE (Conselho Administrativo de Defesa Econômica), Ministério Público Estadual, Ministério Público Federal, Comissão de Agricultura do Senado, Secretaria de Agricultura do Estado (Seagri) e nesta semana o documento também será enviado ao BNDES, já que a JBS possui vultosos empréstimos do banco estatal.

Tem-se, portanto, que ao confirmar o cartel por parte da empresa JBS está além de ferir os princípios constitucionais da livre concorrência, impede o desenvolvimento econômico e prejudica o consumidor por não ter opção para a compra de bens de outros agentes econômicos.

De acordo com o texto de Itamar Ferreira (2015) intitulado: “A falácia do JBS Friboi sobre falta da matéria-prima, o fechamento de frigoríficos em Rondônia e o cartel da carne”; dita:

... o todo poderoso JBS Friboi está fazendo os pecuaristas de Rondônia reféns de um cartel que está sendo ardilosamente consolidado, pois com o seu mega poderio econômico e com predomínio na exportação de carnes o gigante quer

ditar as regras ao mercado em Rondônia. Dentro desta estratégia este ano ele já fechou as unidades: de Ariquemes, 267 trabalhadores demitidos, e Rolim de Moura, com 469 demissões (estas demissões foram suspensas pela Justiça).

Na mesma direção o jornalista aponta:

A estratégia do JBS Friboi parece ser bem clara, ele se instala numa região, “quebra” a concorrência e depois fecha a unidade e transfere a produção daquele lugar para outro frigorífico da empresa mais próximo. Mas o “pulo do gato” é que ele “condena” a região em que foi fechado o seu frigorífico a não ter um outro instalado, pois ele mantém no local sua planta de produção instalada e pronta para entrar em operação caso algum outro grupo empresarial queira investir naquele município... (FERREIRA, 2015)

Por outro lado, há choques de informações no que se refere à idoneidade e responsabilidade social da empresa, porque se há dados os quais apontam que causa danos ao estado, há também informações sobre a prática de referência ao bem do desenvolvimento estadual. Isso é visto em texto publicado em 16 de dezembro de 2015, no jornal NewsRondônia:

As unidades da JBS Couros de Cacoal e Colorado do Oeste, em Rondônia, receberam na última semana a certificação máxima do Leather Working Group (LWG), por suas boas práticas ambientais. O LWG é uma instituição formada por grandes marcas internacionais, fornecedores, varejistas e empresas da indústria do couro, criada para desenvolver e manter um protocolo que avalia o desempenho ambiental da indústria coureira no mundo, promovendo as melhores práticas existentes.

Em outro documento, sobre a tecnologia usada pela JBS, é ressaltada a maior eficiência do sistema utilizado para contenção de gastos energéticos. Em Rondônia, a energia elétrica é um assunto muito discutido em diversas esferas, inclusive na política socioambiental.

Com três grandes empreendimentos hidrelétricos atravessando Rondônia e alterando espacialidades, na grande maioria das vezes de forma negativa ao retirar populações tradicionais de seus territórios para mandar energia a outros estados do país e cobrar taxas abusivas, focar na construção discursiva de que a empresa consome eletricidade de forma sustentável é uma estratégia muito bem engendrada para seu estabelecimento como empresa socioambientalmente correta. O que se reconhece na mídia e é posto como informação discursiva para a população, é que a empresa se preocupa com o meio ambiente.

Nessa lógica, as informações sobre a empresa também passam a ser uma prática socioambiental e cultural, haja vista que a comunicação é o elemento de consagração dos princípios instituídos na Constituição Federal, reforçando aquilo que é da “ordem econômica, fundada na valorização do trabalho humano e na livre iniciativa, tem por fim assegurar a todos existência digna, conforme os ditames da justiça social”, como previsto no Artigo 170.

Porém, os princípios listados no Art. 170, como defesa do consumidor, livre concorrência, defesa do meio ambiente, redução das desigualdades regionais e sociais,

não são plenamente atendidos em todos os seus aspectos pela JBS em suas práticas socioambientais, apesar de suas práticas discursivas quererem levar a população a crer nisso. Isso porque a empresa compreende o poder que a comunicação de massa exerce sobre as pessoas, e investe pesado em propagandas regionais, nacionais e internacionais, usando personagens marcadamente conhecidos pelos receptores, como forma de atestar sua confiabilidade. Enquanto isso, a empresa cresce, movimenta economia, influi na dieta local, no setor trabalhista, na comunicação.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nesse sentido, a proposta se trata na realidade da contribuição ao campo do desenvolvimento econômico do estado, porque não se pauta simplesmente no que é dito sobre a JBS (positivamente ou negativamente), mas avança no sentido de propor interpretar como a empresa se insere no contexto de Rondônia, pelo viés da Comunicação socioambiental, Economia e Mercado, da Cultura, cujo cerne subjaz o direito às informações a respeito do produto ou dos serviços disponibilizados pela empresa em território rondoniense criando práticas articulatórias; ou ainda, no âmbito da discussão entre Comunicação, cultura e Consumo se encontra a função socioambiental e sua significação na cadeia produtiva e do consumidor.

Para analisar o sentido de “prática articulatória” tal como aqui se propõe, apoia-se na definição de Laclau e Mouffe, na qual as práticas articulatórias se estabelecem quando diferentes elementos têm sua identidade modificada, formando o discurso em torno de uma articulação.

[...] nós chamaremos articulação qualquer prática que estabeleça a relação entre elementos tal que suas identidades sejam modificadas como um resultado da prática articulatória. À totalidade estruturada resultante da prática articulatória, nós chamaremos de discurso. As posições diferenciais na medida em que elas aparecem articuladas dentro do discurso, nós chamaremos de momentos. Por contraste, nós chamaremos elementos qualquer diferença que não seja discursivamente articulada. (LACLAU; MOUFFE, 1985, p. 105).

Já que, no nesse entendimento, essas práticas são definidas pelas relações sociais que se articulam entre população e a empresa, a ideia que fica marcada são os pontos nodais que estruturam estas práticas. Sendo assim, as diferentes ações e atuações da JBS passam a ser ressignificadas no âmbito público, formando contratos de comunicação entre empresa e sociedade por meio da enunciação, um ato instaurador de sentido na interação entre esses sujeitos do discurso.

No que expressa Laclau (2013) em sua teoria, o discurso que não se sustenta na aplicação de seus próprios valores é o discurso em si, que por não apresentar elementos com significados definitivos possuem certa ambiguidade em sua tentativa de alcançar o todo social e é por meio das práticas articulatórias que se definem os sentidos que se quer que o discurso assuma.

Assim, o cidadão que consegue “encarnar” o discurso da JBS sobre o “projeto econômico sustentável”, buscará elementos discursivos que corroborem tal prática, porque aqui se presentifica os valores emanados na constituição dessa construção argumentativa.

NOTAS

3 <http://www.jbs.com.br/pt-br/historia>. Acesso em: 14 nov. 2016.

4 Com inúmeros contratos fechados com o governo – inclusive a reforma do estádio do Maracanã para 2014 -, a empreiteira multiplicou seu faturamento de 67 milhões de reais para 3 bilhões de reais em nove anos. De acordo com o blog Primeiro Lugar On-Line, a compra da companhia chegou a atrair propostas em torno de 1 bilhão de reais de outras grandes empreiteiras. **Revista Veja.com**. Disponível em: <http://veja.abril.com.br/economia/onde-o-grupo-jf-ja-investiu-este-ano-e-onde-esta-de-olho-agora/>. 09 de maio de 2012. Acesso em: 10 nov. 2016.

5 <https://exame.abril.com.br/negocios/lucro-da-jbs-dispara-no-quarto-trimestre-e-supera-previsoes/>. Acesso em: 10 abr. 2020.

REFERÊNCIAS

ALE-RONDÔNIA. Assembleia Legislativa do Estado de Rondônia. **Relatório final da Comissão Parlamentar de Inquérito – CPI – ALE-RO**. 2016. Disponível em: <http://www.al.ro.leg.br/institucional/noticias/relatorio-da-cpi-dos-frigorificos-apontamento-de-precos-em-rondonia>. Acesso em: 12 nov. 2016.

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil**. São Paulo: Saraiva, 2007.

CANCLINI, N.G. **A globalização imaginada**. São Paulo: Iluminuras, 2003.

COULON, A. **A escola de Chicago**. Campinas: Papyrus, 1995.

DEMAJOROVIC, J. **Sociedade de risco e responsabilidade socioambiental: perspectivas para a educação corporativa**. 2000. 270 f. Tese (Doutorado em Educação) – Universidade de São Paulo-USP, São Paulo, 2000. Disponível em: <https://teses.usp.br/teses/disponiveis/48/48132/tde-27022005-143102/pt-br.php>. Acesso em: 10 mar. 2020.

DOUGLAS, M.; ISHERWOOD, B. **O mundo dos bens**. Rio de Janeiro: EdUFRJ, 2004.

EXAME. **Lucro da JBS dispara no quarto trimestre e supera previsões**. Disponível em: <https://exame.abril.com.br/negocios/lucro-da-jbs-dispara-no-quarto-trimestre-e-supera-previsoes/>. Acesso em: 10 abr. 2020.

FERRARA, L.D. **Comunicação espaço cultura**. São Paulo: Annablume, 2008.

FERREIRA, I. **A falácia do JBS Friboi sobre falta da matéria-prima, o fechamento de frigoríficos em Rondônia e o cartel da carne**. 2015. Disponível em: <http://www.rondoniagora.com/noticias/a-falacia-do-jbs-friboi-sobre-falta-da-materia-prima-o-fechamento-de-frigorificos-em-rondonia-e-o-cartel-da-carneuuu+2015-07-20.htm>. Acesso em: 12 nov. 2016.

GEERTZ, C. **A interpretação das culturas**. Rio de Janeiro: Zahar Edit., 1978.

GIRARDI JR., L. **A sociologia de Pierre Bourdieu e o campo da comunicação**. 2004. Tese (Doutorado em Sociologia) - FFLCH/USP, São Paulo, 2004.

HALL, S. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 4. ed. Rio de Janeiro: L&PM, 2000.

HALL, S. **Da diáspora: identidades e mediações culturais**. Belo Horizonte: EdUFMG, 2006.

HALL, S. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2004.

LACLAU, E. **A razão populista**. São Paulo: Três Estrelas, 2013.

LACLAU, E.; MOUFFE, C. **Hegemony and socialist strategy: toward a radical democratic politics**. London: Verso, 1985.

JBS. **História**. 2016. Disponível em: <http://www.jbs.com.br/pt-br/historia>. Acesso em: 15 out. 2016.

MARTINS, S.R.; SOLER, A.C.P.; SOARES, A.M. Instrumentos tecnológicos e jurídicos para a construção da sociedade sustentável. *In*: VIANA, G.; SILVA, M.; DINIZ, N. (Orgs.). **O desafio da sustentabilidade**: um debate socioambiental no Brasil. São Paulo: Perseu Abramo, 2001.

MATTELART, A.M. **História das teorias da comunicação**. Tradução Luiz Paulo Rouanet. 6. ed. São Paulo: Loyola, 2003.

SANTOS, M. **O espaço do cidadão**. São Paulo: Nobel, 1987.

SANTOS, M. **Técnica, espaço, tempo**: globalização e meio técnico-científico informacional. São Paulo: Hucitec, 1994.

NEWSRONDÔNIA. **JBS recebe nota máxima por boas práticas ambientais em unidades de processamento de couros em Rondônia**. 2015. Disponível em: <https://www.newsrondonia.com.br/noticias/jbs+recebe+nota+maxima+por+boas+praticas+ambientais+em+unidades+de+processamento+de+couros+em+rondonia/68443>. Acesso em: 09 mar. 2020.

REVISTA FORUM. **Henrique Meirelles era o todo-poderoso da J&F no período investigado pela PF**. 2016. Disponível em: <https://revistaforum.com.br/noticias/henrique-meirelles-era-o-todo-poderoso-da-jf-no-periodo-investigado-pela-pf/>. Acesso em: 10 nov. 2016.

TEIXEIRA, O.F. Cartel como forma de abuso do poder econômico. *Jus Societas*. CEULJI/ULBRA v. 3, n. 1, p. 82-96, 2009.

VAZ, T. Onde o grupo J&F já investiu este ano (e onde está de olho agora). *Revista Veja Com*. Disponível em: <http://veja.abril.com.br/economia/onde-o-grupo-jf-ja-investiu-este-ano-e-onde-esta-de-olho-agora/>. 09 de maio de 2012. Acesso em: 10 nov. 2016.

VIVACITY. Automação viva. Tecnologia da Vivacity proporciona maior eficiência energética à Friboi. Boletim informativo da Vivacity automação industrial, ed. 1, 2011.