

VI ENCONTRO VIRTUAL DO CONPEDI

DIREITO, GOVERNANÇA E NOVAS TECNOLOGIAS III

JONATHAN BARROS VITA

YURI NATHAN DA COSTA LANNES

Todos os direitos reservados e protegidos. Nenhuma parte destes anais poderá ser reproduzida ou transmitida sejam quais forem os meios empregados sem prévia autorização dos editores.

Diretoria - CONPEDI

Presidente - Prof. Dr. Orides Mezzaroba - UFSC - Santa Catarina

Diretora Executiva - Profa. Dra. Samyra Haydêe Dal Farra Napolini - UNIVEM/FMU - São Paulo

Vice-presidente Norte - Prof. Dr. Jean Carlos Dias - Cesupa - Pará

Vice-presidente Centro-Oeste - Prof. Dr. José Querino Tavares Neto - UFG - Goiás

Vice-presidente Sul - Prof. Dr. Leonel Severo Rocha - Unisinos - Rio Grande do Sul

Vice-presidente Sudeste - Profa. Dra. Rosângela Lunardelli Cavallazzi - UFRJ/PUCRio - Rio de Janeiro

Vice-presidente Nordeste - Profa. Dra. Gina Vidal Marcilio Pompeu - UNIFOR - Ceará

Representante Discente: Prof. Dra. Sinara Lacerda Andrade - UNIMAR/FEPODI - São Paulo

Conselho Fiscal:

Prof. Dr. Caio Augusto Souza Lara - ESDHC - Minas Gerais

Prof. Dr. João Marcelo de Lima Assafim - UCAM - Rio de Janeiro

Prof. Dr. José Filomeno de Moraes Filho - Ceará

Prof. Dr. Lucas Gonçalves da Silva - UFS - Sergipe

Prof. Dr. Valter Moura do Carmo - UNIMAR - São Paulo

Secretarias

Relações Institucionais:

Prof. Dra. Daniela Marques De Moraes - UNB - Distrito Federal

Prof. Dr. Horácio Wanderlei Rodrigues - UNIVEM - São Paulo

Prof. Dr. Yuri Nathan da Costa Lannes - Mackenzie - São Paulo

Comunicação:

Prof. Dr. Liton Lanes Pilau Sobrinho - UPF/Univali - Rio Grande do Sul

Profa. Dra. Maria Creusa De Araújo Borges - UFPB - Paraíba

Prof. Dr. Matheus Felipe de Castro - UNOESC - Santa Catarina

Relações Internacionais para o Continente Americano:

Prof. Dr. Heron José de Santana Gordilho - UFBA - Bahia

Prof. Dr. Jerônimo Siqueira Tybusch - UFSM - Rio Grande do Sul

Prof. Dr. Paulo Roberto Barbosa Ramos - UFMA - Maranhão

Relações Internacionais para os demais Continentes:

Prof. Dr. José Barroso Filho - ENAJUM

Prof. Dr. Rubens Beçak - USP - São Paulo

Profa. Dra. Viviane Coêlho de Séllos Knoerr - Unicuritiba - Paraná

Eventos:

Prof. Dr. Antônio Carlos Diniz Murta - Fumec - Minas Gerais

Profa. Dra. Cinthia Obladen de Almendra Freitas - PUC - Paraná

Profa. Dra. Livia Gaigher Bosio Campello - UFMS - Mato Grosso do Sul

Membro Nato - Presidência anterior Prof. Dr. Raymundo Juliano Feitosa - UMICAP - Pernambuco

D597

Direito, governança e novas tecnologias III [Recurso eletrônico on-line] organização CONPEDI

Coordenadores: Jonathan Barros Vita; Yuri Nathan da Costa Lannes – Florianópolis; CONPEDI, 2023.

Inclui bibliografia

ISBN: 978-65-5648-747-2

Modo de acesso: www.conpedi.org.br em publicações

Tema: Direito e Políticas Públicas na era digital

1. Direito – Estudo e ensino (Pós-graduação) – Encontros Nacionais. 2. Direito. 3. Governança e novas tecnologias. VI Encontro Virtual do CONPEDI (1; 2023; Florianópolis, Brasil).

CDU: 34



VI ENCONTRO VIRTUAL DO CONPEDI

DIREITO, GOVERNANÇA E NOVAS TECNOLOGIAS III

Apresentação

O VI Encontro Virtual do CONPEDI, realizado em parceria com a Faculdade de Direito de Franca (FDF) e da Faculdades Londrina, entre os dias 20 e 24 de junho de 2023, apresentou como temática central “Direito e Políticas Públicas na Era Digital”. Esta questão suscitou intensos debates desde o início e, no decorrer do evento, com a apresentação dos trabalhos previamente selecionados, fóruns e painéis que ocorreram virtualmente.

Os trabalhos contidos nesta publicação foram apresentados como artigos no Grupo de Trabalho “DIREITO, GOVERNANÇA E NOVAS TECNOLOGIAS III”, realizado no dia 23 de junho de 2023, que passaram previamente por no mínimo dupla avaliação cega por pares. Encontram-se os resultados de pesquisas desenvolvidas em diversos Programas de Pós-Graduação em Direito, que retratam parcela relevante dos estudos que têm sido produzidos na temática central do Grupo de Trabalho.

As temáticas abordadas decorrem de intensas e numerosas discussões que acontecem, com temas que reforçam a diversidade cultural brasileira e as preocupações que abrangem problemas relevantes e interessantes, os grupos temáticos para organização dos trabalhos ficou organizado da seguinte maneira:

1 – Inteligência Artificial, Marco Civil da Internet e Regulação

1. A EVOLUÇÃO TECNOLÓGICA E O IMPACTO DA INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL NO PODER JUDICIÁRIO: UMA ANÁLISE DO DIREITO NA ERA DIGITAL - José Laurindo De Souza Netto , Higor Oliveira Fagundes , Amanda Antonelo

2. INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL E O SISTEMA DE PRECEDENTES: PROJETO VICTOR DO SUPREMO TRIBUNAL FEDERAL - José Laurindo De Souza Netto , Higor Oliveira Fagundes , Amanda Antonelo

3. A INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL NAS RELAÇÕES DE TRABALHO: A SUBORDINAÇÃO ALGORÍTMICA DOS MOTORISTAS DE APLICATIVO - Carlos Alberto Rohrmann , Alefe Lucas Gonzaga Camilo

4. CONSIDERAÇÕES ACERCA DA INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL NA ARRECADAÇÃO DO ITBI NO MUNICÍPIO DE GAROPABA/SC: A(I)LEGALIDADE NA APURAÇÃO DA BASE DE CÁLCULO. - Agatha Gonçalves Santana , Ana Carolina Leão De Oliveira Silva Elias

5. OS CHATBOTS EM DESENVOLVIMENTO PELAS GRANDES EMPRESAS DE TECNOLOGIA: VANTAGENS, DESVANTAGENS E PRECAUÇÕES - Jamile Sabbad Carecho Cavalcante

6. DESAFIOS DA LEGISLAÇÃO DO CIBERESPAÇO NO BRASIL: UMA ANÁLISE SOB A PERSPECTIVA DA PROTEÇÃO DOS DIREITOS FUNDAMENTAIS E DA AMPLIAÇÃO DA REGULAMENTAÇÃO - Marcelo Barros Mendes , Eduardo Augusto do Rosário Contani

7. O DIREITO DIGITAL, ARQUITETURA DA INTERNET E OS DESAFIOS NA REGULAMENTAÇÃO DO CIBERESPAÇO - Alex Sandro Alves , Eduardo Augusto do Rosário Contani

8. MARCO CIVIL DA INTERNET E A RESPONSABILIDADE DOS PROVEDORES DE APLICAÇÃO DE INTERNET: ANÁLISE DE DECISÕES JUDICIAIS SOBRE O ARTIGO 19 - Yuri Nathan da Costa Lannes , Jéssica Amanda Fachin , Stella Regina Zulian Balbo Simão

2 – Proteção de Dados

9. LESÃO MORAL CAUSADA PELA INTERNET E O DEVER DE PROTEÇÃO INTEGRAL: TUTELA DAS CRIANÇAS E ADOLESCENTES NO MEIO DIGITAL - Antonio Jorge Pereira Júnior, Patrícia Moura Monteiro Cruz

10. APLICAÇÃO DA LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS (LGPD) NAS CLÍNICAS MÉDICAS - Fábio Da Silva Santos, Saulo José Casali Bahia , Mario Jorge Philocreon De Castro Lima

11. LGPD E A DOCTRINA DA PROTEÇÃO INTEGRAL: UM OLHAR CRÍTICO PARA OS DADOS PESSOAIS DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES NO BRASIL - Clara Cardoso Machado Jaborandy , Letícia Feliciano dos Santos Cruz , Lorenzo Menezes Machado Souza

12. DADOS PESSOAIS VERSUS DADOS SENSÍVEIS: QUANDO O VAZAMENTO DE DADOS PODE LEVAR AO DANO PRESUMIDO? ANÁLISE DA DECISÃO DO SUPERIOR TRIBUNAL DE JUSTIÇA À LUZ DOS DIREITOS DA PERSONALIDADE - Tatiana Manna Bellasalma e Silva, Ivan Dias da Motta

13. BASES LEGAIS PARA A TRANSFERÊNCIA INTERNACIONAL DE DADOS PESSOAIS NA LEGISLAÇÃO ARGENTINA E URUGUAIA - Alexandre Weihrauch Pedro

14. A PUBLICIDADE COMO PRINCÍPIO CONSTITUCIONAL DA ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA EM CONSONÂNCIA COM A PROTEÇÃO DE DADOS NOS CONTRATOS ADMINISTRATIVOS. - Sérgio Assis de Almeida, Zulmar Antonio Fachin

15. NO CONTROLE EFETIVO DO FLUXO INFORMACIONAL: OPERAÇÃO DE COMPENSAÇÃO COM A FAZENDA PÚBLICA POR CORRETORES DE DADOS NA VENDA DOS DADOS PESSOAIS PELO TITULAR - Valéria Fernandes de Medeiros, Ana Paula Basso

3 – Informação, Democracia, Negócios e Tecnologia

16. FAKE NEWS E DEEP FAKE - SEU EVENTUAL IMPACTO NO PROCESSO ELEITORAL DEMOCRÁTICO - Giulia Cordeiro Rebuá , Bruna Guesso Scarmagnan Pavelski , Mario Furlaneto Neto

17. OS GRUPOS DE INTERESSE NÃO PERSONALIZADOS E O COMBATE À DESINFORMAÇÃO NA ERA DA TECNOLOGIA PERMEADA PELAS FAKE NEWS: A PERSPECTIVA DE ATUAÇÃO DESSES ATORES NO AGRONEGÓCIO BRASILEIRO - Fabiane Velasquez Marafiga

18. A CRISE DA DEMOCRACIA NO REGIME DAS TECNOLOGIAS DE INFORMAÇÃO - Caroline Bianchi Cunha, Marina Witter Puss , Filipe Bianchi Cunha

19. O POLICENTRISMO (ESTADO E CIDADÃOS ATIVOS E RESPONSIVOS) E RADICALIZAÇÃO DEMOCRÁTICA - Cesar Marció , Clóvis Reis

20. GOVERNANÇA COMO INSTRUMENTO DE CONVERGÊNCIA DA RELAÇÃO ESTADO-SOCIEDADE - Vladimir Brega Filho, José Ricardo da Silva Baron, Ronaldo De Almeida Barretos

21. QUALIFICAÇÃO PROFISSIONAL NA ERA DIGITAL: A RESPONSABILIDADE SOCIAL DA EMPRESA COMO MEIO AUXILIAR NA TUTELA DE DIREITOS FUNDAMENTAIS - Nicole Schultz Della Giustina

22. SEGREDOS DE NEGÓCIO E ENGENHARIA REVERSA DE TESTES DO NOVO CORONAVÍRUS DURANTE A PANDEMIA DA COVID-19: UMA ANÁLISE SOB A ÓTICA DO DIREITO COMPARADO - Carlos Alberto Rohrmann , Ivan Ludovice Cunha , Sérgio Rubens Salema De Almeida Campos

4 – Saúde, Processo e Visual Law ante a tecnologia

23. NANOMEDICAMENTOS, SAÚDE HUMANA E RISCOS DO DESENVOLVIMENTO - Versalhes Enos Nunes Ferreira, Pastora Do Socorro Teixeira Leal

24. TUTELA DA TECNOLOGIA BLOCKCHAIN ÀS PESSOAS COM DUPLA DEFICIÊNCIA - Fabio Fernandes Neves Benfatti (Artigo integrante do Projeto contemplado pelo Edital 06/2021 - PROGRAMA DE BOLSAS DE PRODUTIVIDADE EM PESQUISA - PQ /UEMG, desenvolvido durante o ano de 2022)

25. O PRINCÍPIO DA INTEROPERABILIDADE E AS REPERCUSSÕES NO DIREITO PROCESSUAL BRASILEIRO - Solange Teresinha Carvalho Pissolato , Rogerio Mollica

26. VISUAL LAW: UMA ANÁLISE DA NECESSIDADE DE SIMPLIFICAÇÃO DA LINGUAGEM JURÍDICA DO MAGISTRADO ATRAVÉS DA NOÇÃO DE AUDITÓRIO DE CHAÏM PERELMAN - Priscila Vasconcelos Areal Cabral Farias Patriota, Samuel Meira Brasil Jr

Espera-se, então, que o leitor possa vivenciar parcela destas discussões por meio da leitura dos textos. Agradecemos a todos os pesquisadores, colaboradores e pessoas envolvidas nos debates e organização do evento pela sua inestimável contribuição e desejamos uma proveitosa leitura!

Profa. Dr. Jonathan Barros Vita– UNIMAR

Prof. Dr. Yuri Nathan da Costa Lannes –FDF/ Mackenzie/Unicap

OS GRUPOS DE INTERESSE NÃO PERSONALIZADOS E O COMBATE À DESINFORMAÇÃO NA ERA DA TECNOLOGIA PERMEADA PELAS FAKE NEWS: A PERSPECTIVA DE ATUAÇÃO DESSES ATORES NO AGRONEGÓCIO BRASILEIRO

NON-PERSONALIZED INTEREST GROUPS AND THE FIGHT AGAINST DISINFORMATION IN THE ERA OF TECHNOLOGY PERMEATED BY FAKE NEWS: THE PERSPECTIVE OF THESE ACTORS IN BRAZILIAN AGRIBUSINESS

Fabiane Velasquez Marafina¹

Resumo

A presente pesquisa propõe a análise crítica no que se refere as constantes alterações no seguimento do agronegócio, considerando as modificações na diplomacia econômica que acarretou a inserção e participação de múltiplos atores no setor, sobretudo de Grupos de Interesses Não Personalizados. Essa conformação ganhou maior relevo com a ampliação da participação feminina no setor, impulsionada pela era tecnológica, da ampla e facilitada divulgação de informações, notícias e dados. Ocorre que esse cenário também propicia a propagação de notícias falsas, que afetam negativamente o agronegócio. Diante desse contexto, indaga-se, como problema de pesquisa, quais seriam os atributos necessários para que Grupos de Interesse Não Personalizados, importantes atores da cena do agronegócio nacional, atuem efetivamente no combate à desinformação. O objetivo geral é identificar o papel desses grupos e sua atuação no combate às fake news. Como hipótese, afirma-se que o enfrentamento das fake news é necessário para a garantia do adequado acesso à informação, essencial ao setor do agronegócio, o que exige o impulso dos Grupos de Interesse Não Personalizados em atuação mais ampla possível. Como resultado, a pesquisa apontou que o desenvolvimento de estratégias e serviços de verificação de notícias falsas, específicos para o agronegócio, pode ser o caminho no combate a desinformação e difusão de notícias falsas.

Palavras-chave: Agronegócio, Diplomacia econômica, Grupos de interesse não personalizados, Tecnologia, Notícias falsas

Abstract/Resumen/Résumé

This research proposes a critical analysis regarding the constant changes in the agribusiness segment, considering the changes in economic diplomacy that led to the insertion and participation of multiple actors in the sector, especially Non-Personalized Interest Groups. This conformation gained greater prominence with the expansion of female participation in the sector, driven by the technological era, the wide and easy dissemination of information, news and data. It turns out that this scenario also favors the spread of false news, which negatively affects agribusiness. In view of this context, the research question is what are the

¹ Mestrado Profissional de Direito da Empresa e dos Negócios

necessary attributes for non-personalized interest groups, important actors in the national agribusiness scene, to effectively act in the fight against disinformation. The general objective is to identify the role of these groups in and their actions in the fight against fake news. As a hypothesis, it is stated that tackling fake news is necessary to guarantee adequate access to information, essential to the agribusiness sector, which requires the impulse of non-personalized interest groups to act as broadly as possible. As a result, the research pointed out that the development of strategies and services to verify false news, specific to agribusiness, can be the way to combat misinformation and the dissemination of false news.

Keywords/Palabras-claves/Mots-clés: Agribusiness, Economic diplomacy, Non-personalized interest groups, Technology, Fake news

1 INTRODUÇÃO

Ao considerar como marco histórico e temporal a Guerra Fria (1945-1990), é possível identificar que mudanças ocorreram no cenário internacional com o avanço do processo de globalização em quase todos os países inseridos sob o regime democrático.

No Brasil, considerando o lapso pós-1988, com a redemocratização e a abertura econômica, ocorreram alterações em inúmeros setores, com a participação de novos atores, inclusive no agronegócio. Todas as tensões que permearam os referidos cenários impactaram, também, na diplomacia econômica nacional.

Nessa perspectiva, a expansão do agronegócio no mercado, inclusive em nível mundial, por meio do aumento da produção, foi acompanhada pela crescente participação dos atores privados nas discussões políticas, com destaque para o crescimento da participação feminina no seguimento.

Essa conformação contextual, permeada pelo alargamento dos meios de comunicação, pela digitalização do comércio e das práticas negociais, no entanto, é, conseqüentemente, tensionada por fenômenos negativos como, por exemplo, a propagação das denominadas notícias falsas, mais conhecidas como *fake news*. Em razão disso, agrava-se a atribuição ao agronegócio da adjetivação de setor elitista e refratário às dinâmicas atuais.

Diante desse complexo cenário, indaga-se, como problema de pesquisa: quais seriam os atributos necessários para que Grupos de Interesse Não Personalizados, importantes atores da cena do agronegócio nacional, atuem efetivamente no combate à desinformação?

Como hipótese, afirma-se que o enfrentamento das *fake news* é necessário para a garantia do adequado acesso à informação, essencial ao setor do agronegócio, o que exige o impulso dos Grupos de Interesse Não Personalizados em atuação mais ampla possível.

O objetivo geral do artigo é identificar o papel dos Grupos de Interesse Não Personalizados no cenário do agronegócio brasileiro e sua atuação no combate às *fake news*, para o estabelecimento da segurança da divulgação de informações, dados e notícias adequados ao maior número de pessoas.

Já os objetivos específicos refletem a estrutura do desenvolvimento da pesquisa, que é elaborada em três tópicos. No tópico dois serão analisados quem são os atores públicos e privados e a diplomacia econômica, sobretudo no âmbito do agronegócio brasileiro. O tópico três, dedica-se a apresentar os aspectos da comunicação na era da tecnologia e a configuração das *fake news*. Por fim, o tópico quatro propõe alternativas de como os Grupos de Interesse Não Personalizados podem contribuir efetivamente no combate às *fake news* e à desinformação no

agronegócio. Essa postura envolve o reforço na propagação da informação verdadeira, entre outras estratégias.

A presente pesquisa sustenta-se no modelo argumentativo e foi elaborada a partir do método dedutivo por meio de pesquisa bibliográfica, e é de perspectiva transdisciplinar, pois conjuga o Direito do Comércio Internacional, o Direito do Agronegócio, a Ciência Política.

2 DIPLOMACIA DO AGRONEGÓCIO E O PAPEL DOS ATORES PÚBLICOS E PRIVADOS

Após a Guerra Fria, em 1991, com ampla abertura comercial, as economias se tornaram mais complexas e passou a envolver, em múltiplos setores, um maior número de assuntos e de atores (GASPAR, 2015). Essa perspectiva modificou, inclusive, o cenário da diplomacia econômica, conceito que não equivale àquele geral destinado à definição de diplomacia.

A diplomacia pode ser conceituada como a atividade restrita às relações entre os Estados e conduzida por agentes dos Ministérios de Relações Exteriores, os diplomatas (MAGALHÃES, 1996). Contudo, as definições mais atuais do termo ampliam o seu âmbito, e incorporam outros protagonistas.

Nesse sentido, considera-se a diplomacia como mecanismo de representação, comunicação e negociação, por meio do qual os Estados e outros atores internacionais conduzem seus negócios (SANER; YIU, 2001). Nenhum desses, porém, se relaciona com a diplomacia econômica, em razão do seu propósito específico (BAYNE; WOOLCOCK, 2007), o que envolve diversos setores de interações nacionais e internacionais, como, por exemplo, o do agronegócio.

No Brasil, diversos agentes têm destaque no ramo do agronegócio, pois são verdadeiros provedores de informações. Destaque-se, nessa linha, os Grupos de Interesse Não Personalizados, que fazem circular a informação de modo ágil e estratégico, buscando influenciar os atores governamentais. Além disso, por trabalharem como categorias articuladas, também influenciam políticas em favor de suas demandas.

2.1 O agronegócio brasileiro e os Grupos de Interesse Não Personalizados

Para melhor esclarecer a atuação dos Grupos de Interesses Não Personalizados no agronegócio é necessário contextualizar o histórico evolutivo do setor, tanto na perspectiva interna quanto internacional.

No período posterior à Segunda Guerra, verificou-se o processo de expansão do comércio agrícola mundial, impulsionado pelos Estados Unidos, que foi acompanhado pela aceleração da industrialização da agricultura, bem como pela disseminação internacional do sistema de produção denominado agronegócio (MENDONÇA, 2015).

Na mesma época, os padrões de produção foram novamente intensificados devido ao aumento da demanda por alimentação. A superprodução, advinda do processo de aperfeiçoamento industrial e caracterizada por aumentos nos custos da manufatura e tempo de trabalho, criou uma tendência à crise (MENDONÇA, 2015).

A partir de 1960, com o começo desse soerguimento, o Brasil deu início à modificação de sua posição de importador e pequeno exportador para atingir o posto de maior exportador líquido de alimentos em nível mundial. No ano de 1970, a agricultura brasileira passou por processo de modernização, o que proporcionou significativo aumento da produtividade no setor (TRAJETÓRIA..., [2017?]). A abertura econômica e a liberalização comercial fizeram com que o governo brasileiro adotasse estratégias de estímulo à produção agrícola, o reforçou a posição do país no cenário internacional do agronegócio.

No entanto, apesar do impulso do desenvolvimento ter ocorrido na década de 1960, o auge dessa escalada ocorreu apenas recentemente, pois até meados do século XX o Brasil detinha economia agrícola tradicional, fazendo uso de tecnologias simples, sem maquinários e com a explora sucessiva de solos virgens como principal estopim para agricultura (KLEIN; LUNA, 2020).

Ao analisar o itinerário evolutivo, verificam-se a modificação e desenvolvimento na diplomacia negocial. Sobre a questão, Silvana Aline Soares Simon esclarece que:

A redemocratização, processo iniciado em 1985, e a posterior abertura da economia na década de 1990, durante o Governo Fernando Collor de Mello, introduziram mudanças na economia e na política domésticas. Essas mudanças, além de gerar mais espaço de atuação para a sociedade civil, fizeram com que o Brasil passasse a diversificar sua diplomacia, incorporando novos atores e desenvolvendo estratégias mais efetivas no mundo dos negócios. (SIMON, 2012, p. 6).

Ao conjugar o referido contexto e o decurso do tempo com o agronegócio, identifica-se que a escalada do setor teve um momento de desvio após a queda do valor do real, em 1999. Observou-se, desde então, o afluxo na ampliação do segmento, com mudança positiva, por exemplo, na quantidade de grãos produzidos. Também evidenciou-se o crescimento no

consumo de países asiáticos, que ingressaram no mercado importando grandes quantidades de alimentos (JANK; NASSAR; TACHINARDI, 2005).

Em continuidade, no período entre 1995 e 2003, incluindo os anos sob a vigência do plano real, verificou-se que o crescimento do agronegócio foi equivalente ou melhor que 3%. Foi precisamente a tenra melhoria na performance do agronegócio brasileiro que rendeu a ampliação do Brasil na participação do PIB mundial. O melhor desempenho se deu especialmente devido à expansão da cultura da soja (BENETTI, 2004).

O comportamento favorável do campo no período de 1995 até 2002, evidenciado na ampliação do PIB anual, ocorreu de maneira simultânea ao aumento expressivo nas participações globais dos valores relacionados à exportação brasileira do agronegócio, o que aumentou de 2,67% para 3,34%, e representou o acréscimo de 25%. Esses números apontaram o crescimento da inserção das produções agrícolas brasileiras no comércio global de produtos do setor (BENETTI, 2004).

No que se refere ao agronegócio e ao PIB, nos 10 anos anteriores, a agropecuária foi o setor com maior crescimento médio anual, isso se comparado à indústria e aos serviços (WEDEKIN, 2019). O desempenho das atividades agropecuárias não significa que elas sejam a locomotiva de crescimento nacional. Há evidências de que, apesar dos avanços, o setor não possui força para conduzir uma economia com dimensões como a brasileira (WEDEKIN, 2019). Isso ocorre também em países mais desenvolvidos e nos grandes emergentes. As explicações são à limitada participação da agricultura no PIB e ao menor efeito multiplicador das cadeias agroindustriais (WEDEKIN, 2019).

Ainda assim, apesar disso, o agronegócio tem sido identificado como portador essencial do crescimento econômico brasileiro. Em 2019, a somatória dos serviços e bens gerados no segmento chegou à R\$ 1,55 trilhão ou 21,4% do PIB do país (PANORAMA..., 2020).

Outro efeito positivo do cultivo no país foi o progresso urbano dos Municípios relacionados à lavoura do grão e, conseqüentemente, o crescimento desses entes federados. Os grãos geram milhões de postos de trabalho de forma direta e indireta, no campo e na cidade, e contribui para desenvolver o interior do Brasil, melhorando a qualidade de vida das pessoas. Municípios que produzem a soja têm melhor Índice de Desenvolvimento Humano (A SOJA..., 2018). Estados produtores de soja, por exemplo, têm arrecadação superior à média nacional (A SOJA..., 2018).

Desse modo, e considerando todo o construto evolutivo exposto, enfatiza-se que esse desenvolvimento e destaque do agronegócio brasileiro não é em vão. Nas engrenagens do seu funcionamento existem importantes atores com dinâmica de atuação diplomática.

No grupo dos atores não estatais estão as Organizações Não Governamentais, as empresas transnacionais e os Grupos de Interesse, que vêm conquistando espaço no campo da diplomacia (SHIMA, 2015). Esses atores canalizam reivindicações por meio da mídia, do engajamento político e da participação direta junto aos formuladores de política, evidenciando-se por meio da atuação e da organização baseadas na *expertise* técnica superior em relação aos representantes dos governos que, muitas vezes, não acompanham as profundas e rápidas transformações ocorridas no cenário internacional (SHIMA, 2015).

Ainda, os Grupos de Interesse, de modo geral, organizam-se por meio de confederações, associações, entes empresariais e conglomerados, construindo posições compostas por preferências dos atores (MILNER, 1997). Representam, então, interesses específicos, como os agrícolas, que atuam por meio de *lobbies* junto ao governo, com o objetivo de promover demandas no processo de formulação da política externa econômica (MILNER, 1997).

As confederações, como exemplo de Grupos de Interesses, traduzem as propensões gerais de determinado segmento da economia, tal como o Sistema CNA¹, composto pela Confederação da Agricultura e Pecuária do Brasil (CNA), que representa os produtores rurais brasileiros de pequeno, médio e grande portes, o Serviço Nacional de Aprendizagem Rural (SENAR), que atua na formação profissional rural e promoção social e na qualidade de vida de homens e mulheres do campo, e, ainda, o Instituto CNA, que desenvolve estudos e pesquisas na área social e no agronegócio (NAIDIN; VEIGA; RIOS, 2020, p. 104).

Como entidade de cúpula do setor agrícola, a CNA defende os interesses dos produtores junto ao Governo Federal, ao Congresso Nacional e aos tribunais superiores e, embora não façam parte de seu sistema formal, a CNA congrega associações e lideranças políticas e rurais em todo o país (NAIDIN; VEIGA; RIOS, 2020, p. 104). A CNA desenvolve, portanto, intensa atividade de articulação com órgãos do Poder Executivo e com o Poder Legislativo, buscando influenciar as políticas públicas que afetam o agronegócio.

Ao contrário das confederações, as associações representam setores econômicos com interesses específicos e têm o objetivo de influenciar a formulação de políticas que os favoreçam, de modo que a atuação dessas entidades varia de acordo com o seu peso e nível de influência (SHIMA, 2015). Entre as associações, cita-se a Associação Brasileira do

¹ O Sistema CNA, ligado à Confederação da Agricultura e Pecuária do Brasil (CNA), vincula-se à administração paraestatal. Segundo Diogo de Figueiredo Moreira Neto, a administração paraestatal “caracteriza-se pela instituição, por lei, de um *ente privado* criado para atuar ao lado do Estado, recebendo *delegação legal* para a prática de atividades administrativas públicas, mas sem vínculo de qualquer natureza com a hierarquia da Administração Pública. No direito positivo brasileiro, são exemplos de entidades tradicionais da *administração associada paraestatal*, os serviços sociais autônomos, expressamente excluídos da administração indireta.” (MOREIRA NETO, 2014, grifo do autor).

Agronegócio (ABAG), criada em 1993, que tem entre seus objetivos a contribuição para a integração internacional da economia brasileira (SHIMA, 2015). Além dessa, existem diversas associações setoriais empresariais no âmbito do agronegócio brasileiro, também atuantes na defesa dos interesses de seus associados (SHIMA, 2015).

Essas entidades, consideradas atores não estatais, passaram a demandar maior participação na formulação da política externa nacional, principalmente pelos impactos das negociações internacionais nos seus interesses (MACDONALD; WOOLCOCK, 2007). Contextualmente, observa-se maior organização e mobilização dessas instituições, o que influencia no processo de tomada de decisão governamental nas políticas nacionais e, também, nas negociações internacionais nos seguimentos de suas representatividades (MACDONALD; WOOLCOCK, 2007).

Como fruto dessa mobilização, aliada à intensificação das mídias sociais, o modelo de atuação de diversos Grupos de Interesses também foi alterado. Surgem, assim, o que se pode denominar de Grupos de Interesse Não Personalizados. Trata-se de agrupamentos cujo meio de comunicação predominante é o digital, e que reúnem pequenos espectros de determinado setor, interessados na promoção do comércio internacional e, por conseguinte, na melhor articulação da diplomacia econômica.

Um dos Grupos de Interesse Não Personalizados de destaque no cenário do agronegócio brasileiro é o Núcleo Feminino do Agronegócio (NFA). Embora não dotado de personalidade jurídica, o NFA reúne 31 produtoras rurais de diversos Estados brasileiros e busca compartilhar experiências e informações, com o intuito de aprimorar os “[...] processos dentro das propriedades” (AFINAL..., [2020?]). Ao realizar reuniões mensais – mas com contato permanente de suas membras –, o NFA também divulga o conhecimento ligado ao agronegócio, além de promover e estreitar tratativas comerciais e políticas.

Outro modelo de Grupos de Interesse Não Personalizados em expansão no país é o Grupo Pecuária Brasil Rosa (GPB Rosa). Com o escopo de amplificar a influência feminina no cenário do agronegócio. O GPB Rosa é um grupo exclusivo de mulheres desse ramo que, por meio de redes sociais, principalmente o *WhatsApp*, engaja as participantes nas mais diversas questões, principalmente técnicas, comerciais e políticas (GPB ROSA, [2016?]).

Em necessário recorte, nesse aspecto, destaca-se que a participação feminina no agronegócio vem ganhando cada vez mais espaço é o que se extrai dos dados a seguir:

As mulheres desempenham um importante papel na agricultura em todo o mundo, especialmente nos países em desenvolvimento, onde 43% da força de trabalho agrícola é feminina (Food and Agriculture Organization of the United Nations, 2018). No Brasil, por sua vez, a participação das mulheres nas atividades agropecuárias apresentou uma queda no período recente, passando de 24,5%, em 2004, para 19,6%,

em 2015. Dentre as atividades que compõem a agropecuária, notou-se que a maior demanda pela mão de obra feminina, em 2015, se concentrou mais intensamente na hortifruticultura (18,8%), na avicultura (12,2%), na produção de grãos (10,6%) e na bovinocultura (9,7%), principalmente aquela destinada à produção de leite. (GARCIAS; KUENNING; SHIKIDA; VEDANA, 2023).

Cabe destacar, no entanto, que a relevância e força desses Grupos de Interesse independe da ausência ou complexidade de sua estrutura jurídica; o papel desses atores no cenário da diplomacia econômica do agronegócio, por exemplo, está conectado à relevância das informações que são reunidas, aliando conhecimento à análise estratégica, seja no campo técnico, comercial ou político. Muitas vezes, destaque-se, considerando a rápida veiculação das notícias no meio digital, os Grupos de Interesse Não Personalizados podem vir a ter mais força do que os Grupos de Interesse dotados de personalidade jurídica, já que unem os setores de modo mais dinâmico, com respostas e articulações ágeis, inclusive no campo político. Desse modo, esses arranjos têm a capacidade de atravessar diversas esferas, inclusive em oposição a outros setores, até mesmo no plano internacional.

3 DESINFORMAÇÃO NO AGRONEGÓCIO

Para que seja possível avaliar a atuação dos Grupos de Interesse Não Personalizados e a propagação da informação no âmbito do agronegócio, bem como o combate às denominadas notícias falsas, é necessário tecer algumas definições e avaliar a questão no contexto da era tecnológica.

A comunicação é algo inerente ao desenvolvimento da humanidade, que sempre buscou o seu aperfeiçoamento ao longo do tempo (SANTOS, 2019). Com o desenvolvimento da tecnologia, o que antes era impensável tornou-se corriqueiro e habitual, desde o final do século XX, sobretudo com o advento da *internet* (SANTOS, 2019) e a propagação e livre circulação de notícias no meio *online*.

É pelos meios de comunicação que as notícias se revestem de forma e de conteúdo, para firmar e perpetuar determinado acontecimento (BAHIA, 2009). Na era digital, os meios de comunicação se tornaram cada vez mais ágeis e de acesso ainda mais disponível. Desse modo, os destinatários das notícias, que também podem manifestar as suas opiniões e expressões sobre ela, passam a ser passados a transmiti-la, conforme suas compreensões.

Sobre essa questão, considerando a existência das redes sociais, Juliana Marinho dos Santos afirma que:

As redes sociais digitais abrem ainda mais a Internet para o usuário comum, espectador, que passa a ter espaço para suas opiniões e publicações diversas. Dessa maneira, a notícia não é mais trazida apenas pelos veículos de comunicação, embora

eles tenham também participação intensa nas redes como forma de estender suas possibilidades de atuação. Qualquer pessoa, de posse de ferramentas digitais e Internet, diante de um acontecimento, tem a possibilidade de transmitir uma notícia em primeira mão. (SANTOS, 2019, p. 24).

Ainda no que se refere ao manejo das redes sociais, a mesma autora dispõe que as “Plataformas como o Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, WhatsApp, dentre outras, agregam bilhões de pessoas, que disseminam seus conteúdos diariamente, de acordo com seus valores, crenças, ideologias políticas e opiniões.” (SANTOS, 2019, p. 28).

De certo modo, portanto, é possível compreender a facilitação do acesso à informação, na era digital, como algo positivo, ainda mais simplificado e veloz pelo uso da *internet* e das redes sociais.

No entanto, as mentiras são tão antigas quanto as formas de interação e comunicação (ESPECIALISTAS..., 2017). Essa mesma simplicidade, conjugada com os mecanismos referenciados, apenas possibilitou a disseminação, cada vez mais rápida, de informações e dados inverídicos (BORTOLOTTI, 2018), que influenciam e impactam diversos setores, como do próprio agronegócio, comprometendo sua credibilidade.

Toda essa conformação, que envolve as formas de comunicação, a propagação das informações e a era digital se relacionam com o desenvolvimento do conceito de pós-verdade, se encontra estreitamente mais vinculada ao uso do apelo emocional para a formação da opinião individual e/ou coletiva, do que os próprios fatos objetivos. A interpretação é extraída do dicionário, que define pós-verdade como sendo a que “[...] se relaciona ou denota circunstâncias nas quais fatos objetivos têm menos influência em moldar a opinião pública do que apelos à emoção e crenças pessoais.” (PALAVRA..., [2016?]).

Sobre a definição da pós-verdade, Rodrigo Seixas afirma que:

[...] a pós-verdade é o qualificativo das circunstâncias em que fatos objetivos são menos influentes na opinião pública que os apelos emocionais e as crenças pessoais. Assim posto, seria a pós-verdade não apenas um sinônimo de fake news, mas, sobretudo, de convicção (ANGENOT), vez que, falsas ou verdadeiras, as informações são divulgadas ou excluídas não pela sua veracidade, mas pela sua adequação às crenças/valores de cada sujeito. Tal indisponibilidade à verificação se daria, em tese, por razão do tipo de racionalidade instrumental, pragmatista e utilitarista (BOUDON), que configura a cognição e a retórica dos sujeitos. (SEIXAS, 2019, p. 16).

Cria-se, portanto, uma aproximação entre os interlocutores e destinatários, pela afinidade entre as ideias divulgadas, sobretudo nas redes sociais (FERRARI, 2018), o que facilita a divulgação de notícias falsas, nesse contexto apelativo. Sobre a questão, Mathew D’Ancona (2018, p. 57) afirma: “Essa é a característica que define o mundo da pós-verdade. A questão não é determinar a verdade por meio de um processo de avaliação racional e conclusiva. Você escolhe sua própria realidade como se escolhesse comida de um bufê.”. Na pós-verdade,

os envolvidos literalmente escolhem suas próprias verdades de acordo com a conveniência e possibilidade de auferir alguma vantagem, por simples desconhecimento ou pela falta de discernimento (D'ANCONA, 2018).

De modo convergente, Patrícia Campos Mello contextualiza o gigantismo dos números e o problema das informações falsas compartilhadas em redes sociais:

Essa avalanche de desinformação muitas vezes é impulsionada com recursos de marketing que fazem sobressair determinados conteúdo. No *Facebook* e no *Instagram*, por exemplo, é possível pagar para que um conteúdo atinja mais pessoas, seja visto mais amiúde ou alcance certos públicos (segmentados por idade, gênero, localização e outros parâmetros). No *Twitter* e *Facebook*, quanto mais engajamento (cliques e curtidas) tem o conteúdo, maior destaque ele recebe. No entanto, muitas vezes usam-se sistemas automatizados, os robôs ou bots, ou então pessoas contratadas, os trolls, para forjar maior engajamento em certos conteúdos e dar visibilidade a certo tema, simulando uma popularidade que ele não tem. Outra maneira de criar a impressão de que “todo mundo está falando sobre determinado assunto” e, assim, ofuscar outros temas é contratar agências que fazem disparos em massa no *WhatsApp* memes, textos, áudios ou vídeos que disseminam um ponto de vista. Uma vez “impulsionada”, a narrativa é então propagada naturalmente pelas redes orgânicas, que são as pessoas de carne e osso que acreditam naquilo que está sendo veiculado. Os americanos chamam isso de *firehosing*, derivado de *fire house*, mangueira de incêndio, trata-se da disseminação de uma informação, que pode ser mentirosa, em um fluxo constante, repetitivo, rápido e em larga escala. As pessoas são bombardeadas de todos os lados por uma notícia – sites de notícias, grupos de *WhatsApp*, *Facebook*, *Instagram* – e essa repetição lhes confere a sensação de familiaridade com determinada mensagem. A familiaridade, por sua vez, leva o sujeito a aceitar certos conteúdos como verdadeiros. Muitas vezes, esse será o primeiro contato que ele terá com determinada notícia – e essa primeira impressão é muito difícil de desfazer. (MELLO, 2020, p. 23-25).

Ainda, não se pode negar que, na era das *fake news*, os algoritmos contribuem para o espalhamento e endosso das notícias de forma instantânea e extremamente ágil, pois exibem com maior frequência os conteúdos de interesse, que se relacionam com a notícia falsa já exposta, por exemplo (SANTOS, 2019). Sobre a dimensão dos algoritmos e sua influência aos indivíduos ou grupos de pessoas, Giuliano da Empoli complementa:

Para além da dimensão física, é no terreno virtual que a adesão aos movimentos nacional-populistas encontra sua realização mais completa. Lá, os algoritmos desenvolvidos e instaurados pelos engenheiros do caos dão a cada indivíduo a impressão de estar no coração de um levante histórico e de ser ator de uma história que ele achava que estaria condenado a suportar passivamente [...] (EMPOLI, 2019, p. 122).

Na tentativa de mitigarem a difusão de notícias, dados e informações falsas, algumas das redes, empreendem esforços. o *Facebook*, por exemplo:

começou a trabalhar com sessenta agências de checagem de fatos que verificam conteúdo em mais de cinquenta idiomas. Quando algo é considerado falso ou enganoso, a plataforma reduz a distribuição do post ou insere um alerta, além de derrubar as postagens que podem levar a danos à saúde. O *Twitter* passou a remover tuítes de pessoas que duvidam ou refutam orientações” (MELO, 2020, p. 218). [...]

Mas quem são os órgãos ou sujeitos julgadores (agências de checagem) do que é, ou não, *fake news*? Qual legitimidade as possuem para essa atribuição? Sobre tensão entre a checagem de notícias falsas e o combate à desinformação, Patrícia Campos Melo informa que:

Com isso, a discussão sobre regulação das redes para coibir a epidemia de desinformação acabava, mais uma vez, binária. De um lado, Facebook, Google e Twitter resistindo a qualquer responsabilização, sob o argumento de que toda regulamentação vai resultar em perda de liberdade de expressão. Para combaterem *fake news*, essas plataformas sempre oferecem “educação midiática” e checagem de fatos. Achar que as pessoas vão sair do WhatsApp para checar em outras fontes a veracidade da informação é, no mínimo, fantasioso. Não dá para aceitar bovinamente o argumento de que qualquer regulamentação dos gigantes da internet vai acabar com a internet livre. Por outro lado, acreditar que uma lei despótica será a bala de prata para matar a desinformação também é ilusório. É preciso discutir com cuidado e ampla participação da sociedade civil como conceituar o que são notícias falsas e punir quem as financia e as espalha. (MELO, 2020, p. 210).

Existem no Brasil algumas agências de checagem de *fake news*, mas o debate sobre a legitimidade de sua atuação precisa ser levantado, já que o cenário de crise, reforçado pelo contexto pós-pandêmico, por exemplo, atingiu os veículos midiáticos já debilitados financeiramente (MELLO, 2020).

A partir dessa composição argumentativa, compreende-se que, no contexto mundial, permeado pela tecnologia e a rápida difusão de dados e informações, tudo ou quase tudo se transforma em jogo de poder político. Com os grupos de interesse não é diferente. A busca pela verdade deve ocorrer tanto dentro dos grupos como fora deles, nas mídias digitais, no interior de confederações, associações, entre outros, para dirimir os erros de percurso, provocados pela divulgação aumentada das notícias falsas.

Retomando o objeto da presente pesquisa, nota-se que o agronegócio também é alvo das *fake news* e seus impactos. Ainda que o seguimento tenha como trazer à tona dados mais exatos e verídicos, de modo a minimizar a afetação da informação pela aferição de resultados mensuráveis (expostos em números, percentuais, valores, hectares, entre outras medidas), a multiplicidade de interpretações distorcidas de determinada informação, ainda que verdadeiras, por ser parte do jogo político, pode afetar negativamente o setor (SEIXAS, 2019, p. 16).

Nesse aspecto, a divulgação de notícias falsas é grave, porque provoca o descrédito geral no potencial de desenvolvimento do setor e sua interação com a população e as cidades, ampliando, assim, ainda mais, as dificuldades para o seu desenvolvimento.

A desinformação provocada pela circulação de notícias inverídicas ataca as principais cadeias produtivas, focando em temas sensíveis, como alimento seguro, meio ambiente e saúde pública. Esses temas são primordiais nos grandes acordos comerciais entre países. Sobre a utilização da *fake news* como estratégia de mercado, para além do nível nacional, Daniel Vidal Pérez descreve que:

Nesse contexto, considerando o caráter extremamente competitivo do comércio global, existem, por diversas vezes, atitudes não convencionais de certos países que tendem a denegrir ou eliminar o seu concorrente. Nesse campo, se encontram a disseminação proposital de doenças vegetais/animais ou, até mesmo, fake news questionando a qualidade ou o compliance ambiental dos alimentos produzidos em determinado país. O Brasil tem sofrido bastante neste campo e apresentado, na maioria das vezes, somente ações reativas. (PÉREZ, 2018, p. 48).

Apesar do uso das redes sociais e da *internet* na proliferação de mitos, preconceitos e notícias distorcidas, alguns atores denunciam essas condutas e informam que a distância entre os consumidores e as indústrias, assim como entre o campo e a cidade, contribuem para as tensões provocadas pela desinformação (MITOS..., 2021). Nesse contexto, mitos como o de que o agronegócio se opõe à agricultura familiar, ou de que os fazendeiros e produtores visam apenas o próprio lucro e são todos contrários as pautas do veganismo, efeito estufa, do consumo de água e do desmatamento, apenas agravam a questão (MITOS..., 2021).

No mesmo itinerário, e no empenho em combater o alargamento de notícias inverídicas, o pesquisador Décio Luiz Gazzoni, membro do Conselho Científico Agro Sustentável (CCAS), se manifestou a respeito de *fake news*, publicada na internet, que afirmava que no Paraná cada indivíduo consome 8,7 litros de agrotóxico por ano (FAKE..., 2018). O cientista rebateu a afirmação com uma análise fundamentada e exemplificativa, e associou as porções de venenos presentes nas plantas, como biodefensivos naturais, que são suas defesas contra pragas, além de informar que se o organismo humano não os metabolizasse e rapidamente os degradasse, permitindo que a dose letal fosse atingida, todos estariam mortos (FAKE..., 2018).

O relatório sobre notícias digitais 2018, realizado pelo Instituto Reuters, averiguou que, de 37 países pesquisados, o Brasil é o mais preocupado com a questão das *fake news*. De acordo com os dados, 85% dos entrevistados “concordam” ou “concordam fortemente” que se preocupam com o que é real e falso na *internet* (REUTERS INSTITUTE, 2018). Ainda assim, o cenário é preocupante, como já relatado.

Diante desse panorama, é necessário o investimento em educação nessa área, como ferramenta eficaz para a informação de qualidade (SANTOS, 2019). Entre as principais recomendações de conteúdo que bombardeiam os milhões de usuários da *internet*, entende-se que é fundamental a verificação do conteúdo se se trata de reportagem jornalística ou um artigo de opinião. O leitor e/ou ouvinte deve averiguar se o conteúdo advém de fonte dotada de credibilidade e de grande alcance. No setor do agronegócio, orienta-se a confirmação das informações junto às entidades e aos órgãos competentes de abrangência nacional, ou instituições de pesquisa, como a Embrapa, Ministério da Agricultura Pecuária e Abastecimento, Confederação Nacional da Agricultura, entre outros.

Tendo-se em vista esse contexto permeado pelas tensões negativas provocadas pelas *fake news*, compreende-se que o setor do agronegócio deve investir cada vez mais na propagação da veracidade das informações, deve-se trabalhar entre si e na interação com toda a sociedade e órgãos públicos, além da adaptação da linguagem, de modo que atinja o maior número de pessoas possíveis. Essa função de conectar ideias, dados, informações e pessoas também perpassa pela relevante interação dos Grupos de Interesse Não Personalizados, que deve buscar uma atuação democrática, como será demonstrado no tópico a seguir.

4 A ATUAÇÃO DOS GRUPOS DE INTERESSE NÃO PERSONALIZADOS NO COMABTE A DESINFORMAÇÃO

A união dos grupos de interesse no agronegócio se deve, na era digital, ao uso facilitado da tecnologia e das redes sociais, principalmente com o surgimento do WhatsApp. Trata-se de aplicativo multiplataforma de mensagens instantâneas (ARAÚJO; PAULA; SOUZA, 2015) e chamadas de voz e vídeo que se tornou um canal de comunicação ágil e facilitada.

A afirmação pode ser corroborada pelo número de pessoas que utilizam a plataforma. A referida rede social apresentou, em 2014, média de 500 milhões de usuários, considerando o contexto mundial, sendo uma das mais usadas atualmente (ARAÚJO; PAULA; SOUZA, 2015).

Os produtores rurais não mantinham contato direto e frequente entre si e com o mercado antes da facilitação da comunicação pelas tecnologias de comunicação.

Com o desenvolvimento das ferramentas digitais e a utilização das tecnologias disponíveis, tornou-se mais facilitada a comunicação e o acesso à informação pelos produtores rurais (PESQUISA..., 2020).

O cenário permeado pela tecnologia propiciou a formação de grupos de interesse que, atualmente, trabalham em nível nacional para o crescimento e expansão do setor, facilitando o intercâmbio de informações técnicas, notícias e experiências, com o intuito de difundir mais conhecimento.

Esses grupos cresceram, principalmente, entre as mulheres, que já atuavam no seguimento e que também queriam ser reconhecidas como atores desse processo, pois dele sempre fizeram parte. A título de exemplo dessa configuração, a analista técnica do sistema Famasul explica que o crescimento da atuação das mulheres no âmbito agrícola está relacionado ao aumento da produção e de tecnológicas no agronegócio e que a atuação da mulher é ascendente, já que essas possuem nível de escolaridade superior aos homens, por buscarem maior capacitação profissional (TECNOLOGIAS..., 2022).

O crescimento desses grupos entre mulheres deveu-se ao fato de que elas ofereceram menos resistência a aderir às novas tecnologias digitais, tanto que as incorporaram ao seu cotidiano, utilizando-as em seus negócios, o que acabou transformando o agronegócio, conferindo-lhes maior empoderamento. Além disso, tais grupos integraram também mulheres de todas as regiões do Brasil, inseridas nas mais diversas culturas que, por meio da troca de experiências, perceberam dificuldades comuns no trabalho que realizam.

Assim como em outros setores, a agropecuária é, tradicionalmente, permeada pela presença e atuação masculinas, no entanto esse contexto vem sendo alterado (GARCIAS; KUENNING, SHIKIDA; VEDANA, 2023). Foram elaborados, então, grupos de trocas, de apoio técnico e pessoal, de crescimento profissional, que, também, promovem a consciência da real importância do posicionamento criado para o setor e para o país, a fim de que, somando forças, as mulheres lutem por um agronegócio mais justo, competitivo e sustentável, sempre atentas às demandas do comércio internacional – o objetivo primordial do desenvolvimento do agronegócio.

Inicialmente o objetivo principal desses grupos era o de unir as mulheres, a fim de fortalecer a classe. Em um segundo momento, tiveram também o propósito de levar informações técnicas e verídicas para outras mulheres com pouca menos experiência no seguimento.

O Congresso Nacional das Mulheres do Agronegócio, realizado anualmente no mês de outubro, tem o intuito de esclarecer a importância da diplomacia do agronegócio para toda a cadeia produtiva do setor, valorizando e incentivando a participação de diversos atores. A discussão ampla e clara da temática não só é indispensável, mas também permite a adoção de novas posturas do Brasil no comércio internacional.

O Núcleo Feminino do Agronegócio (NFA), criado por agropecuaristas, faz parte de amplo movimento nas posições de comando das companhias em todos os setores da economia e tem por objetivo unir forças entre mulheres do agronegócio. O NFA, sendo um Grupo de Interesse Não Personalizado, trata de temas como infraestrutura de produção, demandas de mercado, nutrição animal, pastagens, operações na bolsa de mercado, linhas de crédito, entre outros assuntos. Tem como foco a experiência de cada uma das integrantes tanto que hoje se tornou referência no assunto.

Com o crescimento dos referidos grupos, surgiu, também, a necessidade dessas informações serem repassadas às pessoas da sociedade civil, aumentando o engajamento social desses atores.

Isso se deve ao advento das novas tecnologias de comunicação e informação, bem como à criação das redes sociais, o que aproximou os grupos de interesse da coletividade, propiciando a troca de experiências. Esse desenvolvimento também acarretou a divulgação, em larga escala, de informações falsas. Nesse cenário, já relatado no tópico anterior, a preocupação que se manifesta é a de que esses Grupos de Interesse Não Personalizados, materializados em mídias como o WhatsApp, por exemplo, não funcionem como propagadores de desinformação.

Nesse sentido, cabe questionar: como proceder à checagem dessas informações? Compreende-se, portanto, que esses grupos de interesse têm o papel de auxiliar na desmistificação de notícias falsas e difundir, de forma simples, e para o maior número de destinatários possível, informações verdadeiras, com base científica e em análise de dados, combatendo, com qualidade técnica, as denominadas *fake news*.

Entende-se, desse modo, que a principal estratégia a ser adotada é a divulgação de informações para o maior número de pessoas possível, sem atacar ou desrespeitar a opinião de outros grupos e sem qualquer reação apelativa ou indecorosa.

Os Grupos de Interesse Não Personalizados podem criar serviços de checagem de fatos, os *fact checking*, que são instrumentos poderosos para checagem de notícias falsas, confrontando-as com dados, pesquisas e registros. Trata-se de instrumento que qualifica o debate público, por meio de uma apuração para checar qual é o grau de verdade das informações.

No Brasil, existem alguns verificadores de fatos independentes, como Agência Lupa (LUPA..., 2020), Aos Fatos (QUEM..., 2021), Fato ou *Fake*, Comprova e FactCheck.org, entre outros. No entanto, além de não serem robustos, é necessário ressaltar que esses serviços de checagem não são específicos para o agronegócio.

Desse modo, entende-se que o melhor antídoto para as *fake news* é o plano da construção da comunicação, com foco nas especificidades do agronegócio, o que deve ser aprimorado por todos os atores que integram o referido seguimento.

5 CONCLUSÃO

Com o avanço da globalização, inserido no contexto de redemocratização, mudanças relevantes se destacaram em diversos seguimentos, em nível internacional e doméstico, na diplomacia econômica, o que afeta, entre outros, o agronegócio.

Associando-se essa conformação com a expansão dos meios de comunicação, permeados pela tecnologia, identificou-se a crescente participação de múltiplos atores no

seguimento, inclusive com a ampliação da inserção das mulheres, o que propiciou a formação de Grupos de Interesses não Personalizados.

No entanto, destacou-se que todo esse cenário, além dos avanços no agronegócio, também facilitou a propagação de dados, notícias e informações falsas nesse meio, o que é prejudicial e impacta negativamente o seguimento.

Apontou-se, então, que os atores privados que integram os Grupos de Interesse Não Personalizados desempenham papel fundamental para a tomada de decisão política, quer contribuindo com a sua experiência, quer expondo informações técnicas, as quais, muitas vezes, o poder público não tem conhecimento. Notou-se, assim, a relevância do trabalho dos grupos de interesse, não só para o aperfeiçoamento das atividades do agronegócio em nível nacional, mas também para atuar no combate às *fake news*.

A despeito da existência de ferramentas que servem ao combate à desinformação, e da expressiva participação dos Grupos de Interesse Não Personalizados nesse contexto, verificou-se que não existem, no setor do agronegócio, mecanismos específicos para tal operação.

Para que isso se aperfeiçoe é imprescindível que os grupos de interesse avaliem constantemente a própria atuação em relação à desinformação, além esclarecerem à sociedade civil o real papel do agronegócio (e suas limitações), fornecendo-lhes informações confiáveis, o que pode contribuir para o combate às *fake news*.

Ao final, confirmou-se a hipótese de pesquisa, qual seja, a de que os Grupos de Interesses Não Personalizados do agronegócio são essenciais no combate a desinformação no seguimento do agronegócio e devem sempre buscar a ampliação de sua atuação. Ainda, como resultado, apontou-se que o desenvolvimento de estratégias e serviços de verificação de notícias falsas específicos para o setor pode ser o caminho no permanente combate às *fake news*.

REFERÊNCIAS

A SOJA: a origem do grão. **Aprosoja Brasil**, [s. l.], 2018. Disponível em: <https://aprosojabrasil.com.br/a-soja/>. Acesso em: 15 abr. 2023.

AFINAL, o que é o NFA? **NFA**, [s. l.], [2020?]. Disponível em: <https://nfa-agro.com.br/afinal-oque-e-o-nfa/>. Acesso em: 10 abr. 2023.

BAHIA, Benedito Juarez. **História, jornal e técnica**: as técnicas do jornalismo. 5. ed. Rio de Janeiro: Mauad X, 2009. v. 2.

BAYNE, Nicholas; WOOLCOCK, Stephen. **The new economic diplomacy**: decision-making and negotiation in international economic relations. 2. ed. Ashgate: Cornwall, 2007.

BENETTI, Maria Domingues. A internacionalização real do agronegócio brasileiro - 1990-03. **Revista Eletrônica FEE**, Porto Alegre, v. 32, n. 2, p. 197-222, ago. 2004. Disponível em: <https://revistas.planejamento.rs.gov.br/index.php/indicadores/article/view/260>. Acesso em: 19 abr. 2023.

D'ANCONA, Matthew. **Pós-verdade**: a nova guerra contra os fatos em tempos de *Fake News*. Trad. de Carlos Szlak. Barueri: Faro Editorial, 2018.

EMPOLI, Giuliano da. **Engenheiros do caos**. São Paulo: Vestígio, 2019.

ESPECIALISTAS discutem pós verdade e fake news na divulgação científica. **Embrapa**, Brasília, DF, 2017. Disponível em: <https://www.embrapa.br/busca-de-noticias/-/noticia/30083814/especialistas-discutem-pos-verdade-e-fake-news-na-divulgacao-cientifica>. Acesso em: 19 abr. 2023.

FAKE news no agronegócio – cuidado com o que você lê. **Canal Rural**, [s. l.], 2018. Disponível em: <https://blogs.canalrural.com.br/agrosuperacao/2018/05/17/fake-news/>. Acesso em: 19 abr. 2023.

GARCIAS, Marcos de Oliveira; KUENNING, Mary Paulo Arends; SHIKIDA, Pery Francisco Assis; VEDANA, Roberta. Empoderamento feminino na agricultura: um estudo na lar cooperativa agroindustrial (Paraná). **Revista de Economia e Sociologia Rural**, Brasília, DF, v. 61, n. 2, 2023. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/resr/a/JCC8tzkrswMZfhqQKLmDyzz/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 10 abr. 2023.

GASPAR, Ricardo Carlos. A trajetória da economia mundial: da recuperação do pós-guerra aos desafios contemporâneos. **Caderno Metrópole**, São Paulo, v. 17, n. 33, p. 265-296, 2015. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/cm/a/rbnKdf7jR6gT3mLbcQmNgKG/?lang=pt>. Acesso em: 10 abr. 2023.

GPB Rosa [Grupo restrito]. [S. l.]: Whatsapp, [2016?]. Disponível em: <http://whatsapp.com>. Acesso em: 15 jan. 2023.

JANK, Marcos Sawaya; NASSAR, André Meloni; TACHINARDI, Maria Helena. Agronegócio e comércio exterior brasileiro. **Revista USP**, [s. l.], n. 64, p. 14-27, 2005. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/revusp/article/view/13387>. Acesso em: 15 jan. 2023.

KLEIN, Herbert S.; LUNA, Francisco Vidal. **Alimentando o mundo**: o surgimento da moderna economia agrícola no Brasil. São Paulo: FGV, 2020.

LUPA: a primeira agência de fact-checking do Brasil. [S. l.: s. n.], 2020. Disponível em: <https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/>. Acesso em: 15 jan. 2023.

MACDONALD, Kate; WOOLCOCK, Stephen. State actors in economic diplomacy. In: BAYNE, Nicholas; WOOLCOCK, Stephen. **The new economic diplomacy**: decision-making and negotiation in international economic relations. 2. ed. Ashgate: Cornwall, 2007. p. 63-76.

MAGALHÃES, José Calvet. **A diplomacia pura**. 2. ed. Venda Nova: Bertrand, 1996.

MELO, Patrícia Campos. **A máquina do ódio**: notas de uma repórter sobre fake news e violência digital. São Paulo: Companhia das Letras, 2020.

MENDONÇA, Maria Luisa. O papel da agricultura nas relações internacionais e a construção do conceito de agronegócio. **Contexto Internacional**, [s. l.], v. 37, n. 2, p. 375-402, 2015. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S0102-85292015000200002>. Acesso em: 15 jan. 2023.

MILNER, Helen V. **Interests, institutions, and information**: domestic politics and international relations. New Jersey: Princeton University Press, 1997.

MITOS e fake news sobre o agronegócio brasileiro. **Forbes**, [s. l.], 2021. Disponível em: <https://forbes.com.br/forbesagro/2021/03/mitos-e-fake-news-sobre-o-agronegocio-brasileiro/>. Acesso em: <https://forbes.com.br/forbesagro/2021/03/mitos-e-fake-news-sobre-o-agronegocio-brasileiro/>. Acesso em: 19 abr. 2023.

MOREIRA NETO, Diogo de Figueiredo. **Curso de Direito Administrativo**: parte introdutória, parte geral e parte especial. 16. ed. rev. e atual. Rio de Janeiro: Forense, 2014. *E-book*.

NAIDIN, Leane Cornet; VEIGA, Pedro da Motta; RIOS, Sandra Polónia. **Diplomacia Alimentar**: qual o apetite do Brasil no cenário mundial? A regulação internacional da produção e do comércio de alimentos. [S. l.]: Instituto Escolhas, 2020. Disponível em: https://www.escolhas.org/wp-content/uploads/2020/04/RELAT%C3%93RIO_Diplomacia-Alimentar_A-regula%C3%A7%C3%A3o-internacional-da-producao-e-comercio-de-alimentos_02abril2020.pdf. Acesso em: 15 abr. 2023.

PALAVRA do ano 2016. **Oxford Languages**, [s. l.], [2016?]. Disponível em: <https://languages.oup.com/word-of-the-year/2016/>. Acesso em: 15 abr. 2023.

PANORAMA do agro. **CNA**, Brasília, DF, jun. 2020. Disponível em: <https://www.cnabrasil.org.br/cna/panorama-do-agro>. Acesso em: 15 abr. 2023.

PESQUISA mostra o retrato da agricultura digital brasileira. **Embrapa**, Brasília, DF, 2020. Disponível em: <https://www.embrapa.br/busca-de-noticias/-/noticia/54770717/pesquisa-mostra-o-retrato-da-agricultura-digital-brasileira>. Acesso em: 10 abr. 2023.

QUEM somos. **Aos fatos**. [S. l.], 2021. Disponível em: <https://www.aosfatos.org/quem-somos/>. Acesso em: 15 jan. 2023.

REUTERS INSTITUTE. **Digital News Report 2018**. [S. l.], Reuters Institute; University of Oxford, 2018. Disponível em: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/digital-news-report-2018.pdf>. Acesso em: 15 abr. 2023.

SANER, Raymond; YIU, Lichia. International Economic Diplomacy: mutations in postmodern times. **Netherlands Institute of International Relations**, Annual Meeting of directors of diplomatic academies in Vienna, p. 1-41, 2001.

SANTOS, Juliana Marinho. **Análise discursiva sobre as fake news**: o debate político mediado pelas mídias sociais digitais na era da pós-verdade. 2019. Dissertação (Mestrado em Cognição e Linguagem do Centro de Ciências do Homem) – Universidade Estadual do Norte

Fluminense Darcy Ribeiro, Campos dos Goytacazes, 2019. Disponível em:
http://www.pgcl.uenf.br/arquivos/dissertacao_julianamarinho_final_020920191446.pdf.
Acesso em: 15 abr. 2023.

SEIXAS, Rodrigo. A retórica da pós-verdade: o problema das convicções. **Revista Eletrônica de Estudos Integrados em Discurso e Argumentação**, Ilhéus, n. 18, p. 122-138, abr. 2019.

SHIMA, Silvana Simon. **Diplomacia econômica brasileira**: as negociações agrícolas da rodada Doha. Curitiba: Appris, 2015.

SIMON, Silvana Aline Soares. **Diplomacia econômica brasileira**: as negociações agrícolas da Rodada Doha (2003-2008). 2012. Dissertação (Mestrado em Relações Internacionais) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2012. Disponível em:
<https://lume.ufrgs.br/handle/10183/67241>.

SIMON, Silvana Aline Soares. **Diplomacia econômica brasileira**: as negociações agrícolas da Rodada Doha (2003-2008). 2012. Dissertação (Mestrado em Relações Internacionais) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2012. Disponível em:
<https://lume.ufrgs.br/handle/10183/67241>.

TECNOLOGIAS fizeram mulheres dobrarem presença no agro. **Campo Grande News**, Campo Grande, 2022. Disponível em:
<https://www.campograndenews.com.br/economia/tecnologias-fizeram-mulheres-dobragem-presenca-no-agro>. Acesso em: 12 abr. 2023.

TRAJETÓRIA da agricultura brasileira. **Embrapa**. [s. l.], [2017?]. Disponível em:
<https://www.embrapa.br/visao/trajetoria-da-agricultura-brasileira>. Acesso em: 15 abr. 2023.

WEDEKIN, Ivan. **Política agrícola no Brasil**: o negócio na perspectiva global. São Paulo: WDK Agronegócio, 2019.