

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE VIÇOSA
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS, LETRAS E ARTES
DEPARTAMENTO DE GEOGRAFIA**

CAIO HENRIQUE DE MATTOS COELHO

**O MERCADO BRASILEIRO DE PICAPES MÉDIAS EM 2017:
UMA ANÁLISE SOB A INFLUÊNCIA DAS NOVAS FRONTEIRAS AGRÍCOLAS**

**VIÇOSA - MG
2019**

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE VIÇOSA
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS, LETRAS E ARTES
DEPARTAMENTO DE GEOGRAFIA**

**O MERCADO BRASILEIRO DE PICAPES MÉDIAS EM 2017:
UMA ANÁLISE SOB A INFLUÊNCIA DAS NOVAS FRONTEIRAS AGRÍCOLAS**

Monografia apresentada como uma das
exigências da disciplina GEO 484 (Monografia) para
obtenção do título de Bacharel em Geografia pela
Universidade Federal de Viçosa

Orientadora: Prof^a Maria Isabel de Jesus
Chrysostomo

Coorientador: Prof Higor Mozart Geraldo
Santos

CAIO HENRIQUE DE MATTOS COELHO

Monografia apresentada como uma das
exigências da disciplina GEO 484 (Monografia) para
obtenção do título de Bacharel em Geografia pela
Universidade Federal de Viçosa

Maria Isabel de Jesus Chrysostomo (Orientadora)
Doutora em Planejamento Urbano e Regional (UFRJ)

Higor Mozart Geraldo Santos (Coorientador)
Mestre em Geografia (UFJF)

Juniele Martins Silva
Doutora em Geografia (UNESP)

Marcelo Miná Dias
Doutor em Ciências Sociais (UFRRJ)

VIÇOSA - MG
2019

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus pela saúde em poder realizar esse trabalho e seguir com minha jornada. Agradeço aos meus pais pelo amor incondicional por toda educação e criação que me propuseram. Ao meu irmão, Cássio Mattos, por todo apoio e por todos os momentos e companheirismo desde seu nascimento. A todos os meus verdadeiros amigos que me apoiaram nos momentos mais difíceis e estiveram presentes também nos momentos mais alegres desta e de outras etapas, em especial: Lucas Martins, Heitor Carvalho, Thalyta Varejão e Humberto Paiva. À minha orientadora Maria Isabel de Jesus Chrysostomo por ser a pessoa mais importante da minha vida na UFV e juntamente ao meu coorientador Higor Mozart pela amizade e companheirismo que surgiram ao longo do processo e perdurará para além da vida acadêmica. E finalmente, aos professores da UFV que me proporcionaram lições em todos os aspectos, aos funcionários do DGE (Fábio Lopes, Gilmar Botelho e Patrícia dos Santos) e também aos vários momentos de aprendizagem que contribuíram para meu desenvolvimento e já fazem parte da minha história. Minha mais sincera gratidão, obrigado!

*“Não tenha medo por ser fraco,
Não tenha tanto orgulho por ser forte,
Apenas olhe dentro de seu coração”*

Michael Cretu

RESUMO

O mercado automotivo brasileiro possui inúmeras peculiaridades, mas assim como em outros países continentais a tendência é que ocorram preferências de acordo com a necessidade de determinada localidade. Dessa forma, buscamos compreender o porquê do domínio das picapes médias em alguns estados do país no ano de 2017, – sobretudo aqueles cujo o agronegócio é um setor dominante em suas economias – como é o caso dos estados pertencentes ao Arco Verde, Roraima, Amapá e principalmente os que constituem a Matopiba. Ressaltando que o recorte para o ano de 2017 foi proposto por ter sido um ano com números aceitáveis tanto para o agronegócio quanto para o mercado automotivo. Partindo desse princípio, a pesquisa demonstrou a partir de dados e bibliografia o quão discrepante é a relação entre o mercado automotivo dos estados que surgem como participantes das novas fronteiras agrícolas e os dados socioeconômicos de seus territórios. Uma questão também abordada foi que na maioria das vezes o desenvolvimento social não acompanhou o desenvolvimento econômico em determinadas localidades por decisões equívocas de gestão. Sendo assim, fatores como: políticas públicas, amplo marketing, incentivos fiscais e a concentração de renda podem ser os principais atores que possam vir a agravar problemas sociais e até mesmo criar discrepâncias mercadológicas. De tal forma, a concentração de recursos em muitos dos Estados das novas fronteiras agrícolas proporciona uma dinâmica de mercado onde automóveis de alto valor agregado tornam-se até mesmo mais presentes no ranking dos mais vendidos do que nos estados mais ricos da Federação (das regiões sul e sudeste, por exemplo). Junto a isso, as picapes médias acabaram sendo o segmento de luxo mais requisitado nas regiões supracitadas, essa categoria consegue unir itens básicos de conforto, segurança e ao mesmo tempo a robustez e capacidade de carga não encontrada em outros tipos de veículos de luxo.

Palavras-chave Novas Fronteiras Agrícolas - Desenvolvimento Socioeconômico - Mercado Automotivo - Picapes Médias

LISTA DE SIGLAS

ANFAVEA.....	Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores
CNA.....	Confederação Nacional da Agricultura e Pecuária do Brasil
DataSUS.....	Sistema Informatizado de Dados do SUS
EMBRAPA.....	Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária
FENABRAVE.....	Federação Nacional da Distribuição de Veículos Automotores
IDH.....	Índice de Desenvolvimento Humano
IDHM.....	Índice de Desenvolvimento Humano Municipal
IPEA.....	Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada
IVS.....	Índice de Vulnerabilidade Social
OMC.....	Organização Mundial do Comércio
ONU.....	Organização das Nações Unidas
PIB.....	Produto Interno Bruto
PNUD.....	Programa das Nações Unidas Para o Desenvolvimento
SUS.....	Sistema Único de Saúde

Lista de Figuras

Figura 1. Periodização da Expansão da Fronteira Agrícola Brasileira.....	16
Figura 2. Localização do Estado do Amapá e Sua Malha Rodoviária.....	22
Figura 3. Evolução do Índice de Gini nos Municípios da Matopiba Entre os Anos de 2000 e 2010.....	33
Figura 4. Propaganda de Uma Concessionária Ford Voltada Para Vendas Diretas	42
Figura 5. Propaganda da Montadora Ford Motors Voltada Para o Agronegócio.....	43
Figura 6. Propaganda da Montadora Ford Motors.....	44

Lista de Mapas

Mapa 1. Delimitação da Matopiba Proposta Pela Embrapa.....	24
Mapa 2. IDHM dos Municípios Pertencentes à Matopiba.....	28
Mapa 3. IVS nos Municípios Pertencentes à Matopiba.....	29
Mapa 4. IDHM Renda nos Municípios Pertencentes à Matopiba.....	30
Mapa 5. Distribuição dos Tipos de Veículos Mais Vendidos por Estados da Federação no Ano de 2017.....	55

Lista de Gráficos

Gráfico 1. Número de Municípios Por Macrorregião e Faixa da Prosperidade Social.....	31
Gráfico 2. Projeção de Grãos e Área Plantada na Matopiba no Período de 2015 - 2026.....	34

Lista de Tabelas

Tabela 1. O Conceito de Fronteira Segundo Autores Representativos.....	14
Tabela 2. Picapes Médias Vendidas no Mercado Brasileiro e Suas Especificações.....	37
Tabela 3. Exemplo de Picapes Médias Com Incentivos Fiscais Para Produtores Rurais.....	46
Tabela 4. Acumulado das Vendas Diretas e Sua Participação nas Vendas Totais no Ano de 2017.....	47
Tabela 5. Ranking dos Dez Modelos Mais Vendidos Nos Estados das Novas Fronteiras Agrícolas no Acumulado do Ano de 2017.....	49

Sumário

1. INTRODUÇÃO	10
2. AS NOVAS FRONTEIRAS AGRÍCOLAS NO BRASIL	12
2.1 A Colaboração do Poder Público no Surgimento das Novas Fronteiras Agrícolas	15
2.2 Dinâmicas Socioeconômicas nas Novas Fronteiras Agrícolas	20
2.3 A Potência das Novas Fronteiras Agrícolas: Matopiba	23
2.3.1 Caracterização da Nova Fronteira Agrícola da Matopiba	27
3. O MERCADO BRASILEIRO DE PICAPES MÉDIAS	36
3.1 As Picapes Médias Comercializadas no Brasil	37
3.2 A Participação do Mercado das Vendas Diretas	45
3.3 Vendas de Picapes Médias nos Estados das Novas Fronteiras Agrícolas	48
4. CONSIDERAÇÕES FINAIS	57
REFERÊNCIAS	60
ANEXOS	63

1. INTRODUÇÃO

Uma grande motivação para a execução desse trabalho é o interesse do autor pelas dinâmicas do mercado automotivo nacional e também a forma peculiar de como o mesmo se desdobra no mercado nacional – incluindo essa particularidade em concomitância com a expansão das novas fronteiras agrícolas.

No Brasil, a ascensão do agronegócio e do mercado automotivo justificada pelo interesse em compreender em que medida esses dois segmentos podem ser complementares, observaremos de que maneira a expansão das novas fronteiras agrícolas pode exercer influência direta nas dinâmicas do mercado brasileiro automotivo, especificamente segmento de picapes médias. O primeiro setor possui forte avanço nas regiões Norte e Nordeste do país e segundo a Confederação da Agricultura e Pecuária no Brasil (CNA), com percentuais de expressiva participação no Produto Interno Bruto nacional, ainda que com moderada desaceleração.

O setor da indústria automotiva detém sua importância devido o Brasil ser um dos dez maiores mercados em vendas no mundo, segundo a consultoria Jato Dynamics (2018), sendo um país com considerável presença de picapes médias fornecidas por montadoras provenientes de quase todos os continentes. A projeção para esse segmento é crescente, e juntamente com o quantitativo de vendas dos modelos atuais, o mercado brasileiro aguarda a chegada de inúmeros lançamentos para a categoria, segundo o portal Automotive Business (2018), fomentando ainda mais as vendas. O recorte proposto do ano de 2017 foi caracterizado por ser um de seus melhores resultados, tanto para o setor automotivo quanto para o setor agrícola.

A pujança de ambos os setores é benéfica para a economia do país, mas a questão é que enquanto o avanço das fronteiras agrícolas agravaria condições adversas, o recorde das vendas de picapes acontece justamente pela ocorrência dessa condição. Essa mencionada condição é a emergência da situação socioeconômica das novas fronteiras agrícolas, enquanto o avanço do agronegócio aprofundaria as desigualdades socioeconômicas e espaciais, o mercado automotivo de picapes médias se beneficia de consumidores de elevado poder de consumo resultante dessa concentração de renda. Não menos importante, sérios problemas ambientais provenientes de desmatamentos e queimadas para a abertura de novos espaços agrícolas somados às questões sociais como conflitos de terras e/ou excedente de mão de obra resultante da amplificação da mecanização do campo também são percebidos.

Na tentativa de compreender essas contradições o objetivo dessa pesquisa é demonstrar dados que comprovam a discrepância entre desenvolvimento social e econômico, ao mesmo tempo em que o acúmulo de riquezas não reflete uma melhoria socioeconômica a todos inseridos em determinada localidade. Junto a isso, apresentar fatores que influenciam o avanço do mercado automotivo nacional de acordo com especificidades regionais. Iremos dividir a pesquisa em três capítulos com o intuito de demonstrar o fenômeno supracitado, sendo assim, serão apresentadas em cada capítulo as seguintes colocações.

No primeiro capítulo *As Novas Fronteiras Agrícolas* foram caracterizadas e descritas as localidades que compõem essas novas fronteiras, de mesmo modo, seus estados constituintes e como o fenômeno do avanço veio a ocorrer em suas jurisdições. Vale ressaltar também a importância de aspectos relacionados aos conceitos de fronteira e região em âmbito geográfico e como estão inseridos no contexto analisado.

No segundo capítulo intitulado *A Potência das Novas Fronteiras Agrícolas: Matopiba* foi feita uma caracterização e o processo de surgimento da área, sendo também analisados os dados do Atlas de Desenvolvimento Humano no Brasil 2013, com um recorte do ano 2000 para o ano de 2010, com ênfase para a *nova fronteira agrícola da Matopiba (Maranhão, Tocantins, Piauí e Bahia)* - devido sua maior importância econômica, forte avanço do setor e crescimento, além dos agentes públicos e privados envolvidos. Além disso, os índices de Prosperidade Social corroboram para expor as discrepâncias entre social e econômico também nas fronteiras agrícolas de outros estados.

No terceiro capítulo *Mercado Brasileiro de Picapes Médias* foi feita uma análise sobre a dinâmica de mercado com um recorte sobre as vendas correspondentes ao ano de 2017 nos principais estados das novas fronteiras agrícolas, sendo expostos os modelos oferecidos no mercado nacional, suas especificações, campanhas de marketing voltadas aos consumidores do campo, incentivos fiscais e como sua contribuição afeta a forma como o mercado nacional se desdobra pelo território etc.

Como metodologia do trabalho, foram analisadas informações sobre as novas fronteiras agrícolas e alguns de seus principais dados socioeconômicos. Desse modo, o Atlas do Desenvolvimento Humano no Brasil divulgado pelo Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA), surgiu como uma importante contribuição, assim como bibliografias que cercam o tabu sobre a ascensão econômica dessas novas fronteiras sem que os indicadores sociais cresçam em semelhante ritmo. Como um auxiliador dos dados, foram incluídos também

mapas, imagens, gráficos etc. Além disso, relevantes autores com contribuições ao tema proposto pelo trabalho foram de suma importância no processo de elaboração.

Não menos importante, dados sobre o mercado automotivo foram fornecidos a partir do Portal da Federação Nacional da Distribuição de Veículos Automotores (Fenabreve), instituição responsável por contabilizar as vendas de automóveis e sua distribuição no mercado nacional. Leis e decretos publicados pelo governo também serviram de auxílio, assim como campanhas publicitárias voltadas para a temática do trabalho com vistas a enaltecer a análise que foi proposta. A natureza do trabalho destaca um fenômeno hegemônico que se desdobra no espaço geográfico das fronteiras agrícolas, sendo de importância a percepção e identificação dos fatores e agentes que corroboram com a discrepância entre os índices da população e o elevado consumo de produtos de alto valor agregado.

2. AS NOVAS FRONTEIRAS AGRÍCOLAS NO BRASIL

Segundo Ferrari (2014) e Souza (2017), a palavra *front* (anterior à fronteira) começou a ser usada de maneira mais abrangente em um mesmo contexto, porém em diferentes situações no cenário da ditadura militar. Para o primeiro, a noção de fronteira derivava dos fortes construídos por militares como barreiras e instrumentos de defesa contra invasores, sendo assim, esses bloqueios por si constituíam como uma fronteira e uma conotação de posse. Já o segundo autor menciona que a palavra vem em um sentido de avanço de tropas e conquistas de novos territórios, inclusive trazendo esse raciocínio para o modo capitalista de reprodução, que seria o avanço do domínio de novos espaços para sua reprodução.

Segundo Ferrari (2014, p. 20), o dicionário francês de Geografia coloca a fronteira como “plano ou linha de contato entre dois sistemas ou conjuntos distintos, onde, em geral, ocorrem fenômenos originais, trocas entre as duas partes, modificação de uma pela outra, exploração das diferenças pelos atores sociais.” De uma maneira geral, associa-se a palavra “fronteira” com a ideia de limitação proveniente de meios naturais como rios ou mares, por exemplo. Não muito distante, pensamos também num contexto de demarcação linear como base, mas a ideia das fronteiras já ultrapassou limites além desses conceitos básicos da palavra em si para parte da população, sendo que ao longo da história, diversos foram seus significados e contextualizações.

Desse modo, Ferrari (2014) adverte que possivelmente a origem desses conceitos básicos e relacionados à apropriação do espaço territorial com os aperfeiçoamentos

cartográficos do período do Renascimento com traçados e técnicas mais precisas representando linearmente as fronteiras. Ainda de acordo com o autor, “por demarcação linear entende-se a fixação da linha limite com a implantação de marcos sobre o terreno, permitindo identificar o fim ou começo de um domínio político territorial” (2014, p.19), levando a ideia da palavra para um sentido bem mais histórico que o uso iniciado pelos militares ao impor seus limites.

E justamente por mencionar a palavra *limite*, cabe aqui também a ressignificação da ideia de que limite e fronteira não são sinônimas. O limite é algo visível apenas em mapas, mas pode significar o marco de uma fronteira pela sua marcação linear, as fronteiras, por outro lado, são áreas zoneadas geograficamente sendo passíveis de extrapolar seus limites por expansão de sua área ou mesmo exercendo influência em uma rede local e/ou global. Desse modo, concebe-se o limite como algo abstrato e objeto de poder para exercer determinado controle espacial, enquanto a fronteira em si é o espaço de construção social onde as relações ocorrem (FERRARI, 2014).

Já para Raffestin (1993), em termos de limites e fronteiras, há um equívoco em privilegiar a linha ao invés da zona, e justamente para além dos limites desta que a influência pode vir a ser executada e extrapolar limites antes demarcados. Esse fato é percebido sobretudo em questões relacionadas ao meio agrícola, visto que na maioria das vezes produtores não estão satisfeitos com limites já estabelecidos e necessitam de mais áreas - ainda que o avanço da técnica tenha proporcionado aumento da produtividade em menores áreas utilizadas. Sendo assim, pode-se afirmar que embora distintos quanto às suas significações, ainda sim estarão ligados, de modo que segundo o autor

o limite é, portanto, uma classe geral, um conjunto cuja fronteira é um subconjunto. Ainda aí é particularmente estranho que só a fronteira tenha uma conotação política enquanto, de fato, todo limite possui uma, nem que seja só pelo fato de ele ser sempre a expressão de uma manifestação coletiva, direta ou indireta (RAFFESTIN, 1993, p. 166).

Corroborando para essa lógica de interdependência, Cataia (2008), afirma que o conceito de limite e fronteira está intrinsecamente ligada a um contexto sociopolítico. Sendo assim, o limite seria determinado pela capacidade de expansão e pressão de poder de determinado grupo sobre elementos localizados nas marginais dessas fronteiras. Além disso, as próprias fronteiras também exercem forte contexto sociopolítico ao mesclar as demandas de certos grupos com o Estado ao executar instrumentos de cunho político como leis, decretos, demarcações e regulamentações, como no caso da Matopiba.

Mas indo além de sua concepção sobre a ideia de *fronteira*, Martins (2008) faz uma revisão bibliográfica em sua obra sobre o conceito da palavra na visão de diversos autores com

relevância (Quadro 1) sobretudo no âmbito geográfico e os organiza como uma forma de compará-las. Vale ressaltar que a coletânea é resultante de inúmeros trabalhos já elaborados pelo autor relacionados à temática:

Tabela 1. O Conceito de Fronteira Segundo Autores Representativos

Autor	Ideias Sobre o Conceito de “Fronteira”
Friedrich Ratzel	As fronteiras são o órgão periférico do Estado, destacando-se duas características: fronteira como zona – as cidades – e fronteira como linha – traçado geodésico. Linhas e zonas são limites.
Rudolf Kjellen	As fronteiras são a epiderme dos Estados (uma análise mais da ciência política que da geografia).
Jacques Ancel	As fronteiras são isóbaras políticas, ou seja, linhas permanentes de tensão entre dois campos de força
Jean Gottmann	Afirma que o mundo não é uma “bola de bilhar”, sem fronteiras, porque o território é o “abrigo de um povo”, por isso a importância das fronteiras delimitando regimes políticos distintos.
Everardo Backheuser	Tomando as idéias de Ancel, Backheuser elabora uma “equação de pressão de fronteira” (Supan já havia proposto fórmula parecida), por considerar a fronteira como construção geopolítica dos Estados.
Karl Haushofer	A fronteira é a região da expansão. Um povo deve adquirir o “sentido” da fronteira, “esse precioso fator espiritual que mantém a vida”. A fronteira não corresponderia à linha geométrica do direito internacional.
Hildebert Isnard	As fronteiras são a cristalização dos limites da organização do espaço realizado por distintos projetos políticos, inclusive projetos não-estatais.
Michel Foucher	“A fronteira é uma descontinuidade geopolítica, com funções de delimitação real, simbólica e imaginária”. Considera as fronteiras segundo diádes, bem como a existência de fronteiras internas.
Claude Raffestin	A fronteira é zona camuflada em linha. As divisões político-administrativas são encaradas também como fronteiras (fronteiras internas), porque elas seriam a armadura de sustentação e vitalidade da fronteira externa. Zonas e linhas fariam parte de um sistema de limites.

Fonte e Organização: Márcio Antônio Cataia (2008, p. 16)

Perceba que na maioria das vezes, o Quadro 1 expõe a ideia de fronteira principalmente como uma zona de tensão e mais ainda com uma conotação político-territorial na concepção de parte dos autores supra destacados. Enaltecendo essa questão política, alguns dos próprios estados presentes na Matopiba possuíam pretensões separatistas por parte de algumas de suas regiões, curiosamente, todas com forte presença do agronegócio. Esse fenômeno diz respeito à apropriação de novas formas de condução e reprodução no território, até mesmo:

Para não ceder ao risco da simples descrição da forma, entendemos que toda questão fronteiriça é antes uma questão territorial – a fronteira nunca pode ser

dissociada do território, assim tratamos da forma e de seu conteúdo, uma forma-conteúdo. Já o território é interpretado pelo seu uso, diremos que as fronteiras são o resultado do uso político do território [...] todo uso do território supõe delimitação e demarcação, ou seja, implica em apropriação e regulação do espaço a ser usado (CATAIA, 2008, p. 22).

Dito isso, é possível afirmar de que se trata não apenas de uma questão espacial, mas também de uma dicotomia na forma como ambos os autores inseridos naquele espaço irão se comportar e desdobrar suas atividades. Essa abordagem conflitante entra em voga quando leva-se em consideração de que o tempo próprio dos camponeses voltados para a agricultura familiar não é o mesmo do grande produtor rural, cujo tempo é determinado pelas dinâmicas aceleradas da lógica do capital – incluindo o mercado automotivo de picapes médias como importante partícipe dessas dinâmicas, isso porque se trata de um mercado cujo seu sucesso é dependente de regiões com considerado acúmulo de capital.

2.1 A Colaboração do Poder Público no Surgimento das Novas Fronteiras Agrícolas

Quando pensamos no espaço agrícola brasileiro, imaginamos algo bem distante da dinâmica observada nas grandes cidades, mas trata-se de um equívoco, o campo assim como a cidade foi impactado diretamente pelas transformações do meio técnico-científico-informacional (SOUZA, 2017). E podemos pensar que as dinâmicas da globalização também se encontram em grande medida nos processos de ocupação, transformação e reprodução do espaço, uma das características do geógrafo nesse contexto é olhar para muito além do espaço físico.

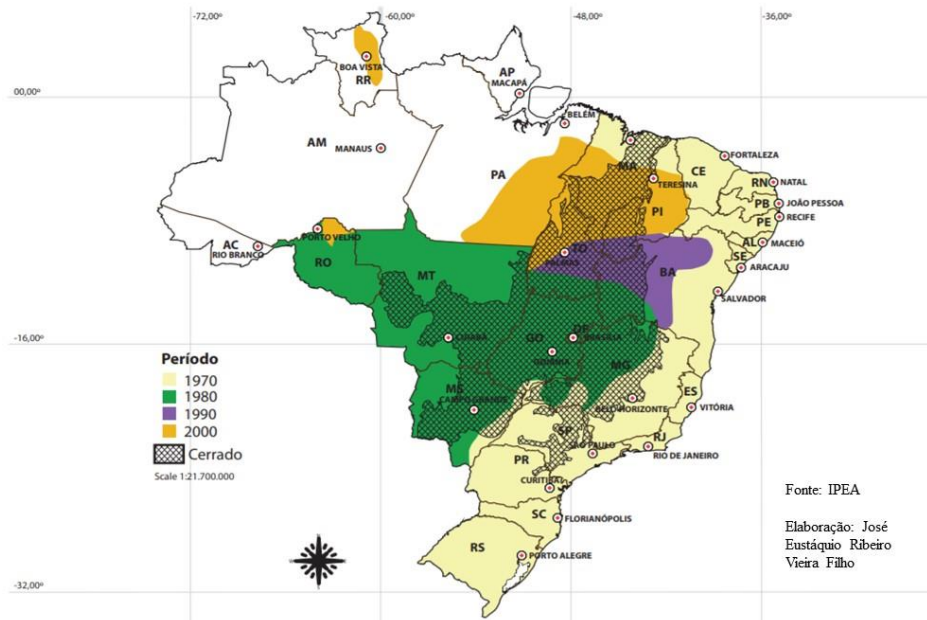
No caso das novas fronteiras agrícolas, as dinâmicas ali presentes tornam o espaço único, com fortes investimentos do poder público em projetos de infraestrutura e também em políticas de incentivos fiscais. Todas essas características tornam o ambiente propício para a reprodução do modelo capitalista por meio de maciços investimentos privados que junto à emergência da globalização acaba intensificando seus investimentos em produção - sobretudo - ao mercado externo. Segundo Souza (2017, p.67): “a região competitiva agrícola caracteriza-se como um recorte do espaço onde a atividade do agronegócio é muito relevante, tendo forças políticas e técnicas para promover o aprofundamento da agricultura científica globalizada.”

Esse conhecimento voltado para o campo busca também por soluções logísticas para o escoamento da produção, tornando esse espaço um importante participante da agricultura nacional, mas muitos dos benefícios desses projetos de engenharia não serão usufruídos por uma maior parte da população, sendo reservados à uma minoria populacional em conexão com

o mercado externo global. Todas essas transformações no espaço caracterizam as novas fronteiras agrícolas como uma área de especialização produtiva voltada para *commodities*¹. Mas não somente o campo, é de suma importância ressaltar que essas dinâmicas afetaram diretamente também as cidades inseridas nesse espaço, ou seja, o perímetro urbano tornou-se subordinado ao próprio campo (SOUZA, 2017).

Nesse contexto, podemos perceber que o espraiamento das fronteiras ocorre sobretudo em áreas menos densas e com grande potencial produtivo, no caso Brasileiro, da região central rumo à Norte, de imediato, Centro-Norte. Não somente em direção à Floresta Amazônica, causando entre outros fatores problemas socioeconômicos e também fortes impactos ambientais (DOMINGUES e BERMANN, 2012). Como é possível perceber na Figura 1 a seguir, o avanço se dá no sentido: Litoral, Centro-Oeste, Cerrado Nordeste e Regiões Norte, sendo as duas últimas fases consolidando-se como as novas fronteiras agrícolas Brasileiras:

Figura 1. Periodização da Expansão da Fronteira Agrícola Brasileira



Fonte: IPEA
Elaboração: José Eustáquio Vieira Filho (2015, p. 13)

¹ Produto oriundo do setor primário sem especificações de produção ou grandes modificações a partir da origem

Percebam na Figura 1 que a origem dos *fronts* se deu a partir das áreas litorâneas (período da colonização) em direção às áreas do Cerrado após a descoberta das novas técnicas de domínio do seu tipo de solo e em seguida em direção à região Amazônica por questões de proximidade territorial (VIEIRA FILHO, 2015). Vale lembrar que o avanço da fronteira agrícola muito além da proximidade entre o Cerrado e a Amazônia tem sua causa embrionária a partir do governo militar em meados dos anos 60, cujo lema “*Integrar para não entregar*” colocava em voga a ocupação e apropriação do território. Com o advento da preocupação ambiental, o desafio é promover o aumento da produtividade sem a expansão de novas zonas agrícolas por meio do desmatamento.

Ainda que o Brasil tenha aprimorado novas técnicas desde o surgimento da Revolução Verde a partir da década de 1970, proporcionando assim a esperada melhora da capacidade produtiva em menor espaço e menor custo sobre fatores tanto internos quanto externos que corroboram com a catalisação do avanço agrícola no Brasil. Entre os fatores externos estão os investimentos de capital estrangeiro no aperfeiçoamento e produtividade da cadeia nacional e o mercado consumidor, sobretudo a China, grande parceira comercial do Brasil em *commodities*. Entre os fatores internos estão programas de fomento à agroindústria, subsídios governamentais em tributos ou até mesmo a facilidade na aquisição e uso da terra fazem com que o país consolide seu setor primário. Todos esses cenários somados ao vasto tamanho do território, fazem com que seja mercadologicamente mais proveitoso e lucrativo para o agronegócio um avanço da fronteira agrícola do que apenas investimentos em produtividade nas propriedades já existentes. Junto a isso

é preciso compreender que a natureza da fronteira ora problematizada é produto de uma formação social (junção de modos de produção, com seus distintos períodos históricos) nos quadros de um capitalismo global, o que suscita o estudo de um capitalismo que se configura enquanto capitalismo de fronteira e que tem, na cidade, importante lócus de sua realização. (XAVIER, 2019, p. 10)

A questão é que se do ponto de vista do mercado, a expansão da produção é lucrativa, do ponto de vista sociocultural, essas fronteiras por vezes destoam de uma realidade muito próxima de suas áreas, gerando desigualdades, expropriações, conflitos e outros fenômenos provenientes desse avanço dinamicamente transformador em determinados locais. Por esse motivo, pode-se chamar de fronteira agrícola áreas que estão sob a emergência da transformação de suas dinâmicas – por vezes altamente destoante do restante de suas áreas de origem em prol de uma nova configuração socioespacial, econômica e política. Corroborando com as palavras supracitadas, podemos afirmar que dessa forma:

As áreas de fronteira agrícola no Brasil têm representado historicamente o desbravamento e a incorporação de novas terras ao setor agrícola de variadas maneiras e desenvolvendo atividades também distintas. Cabe ressaltar que muitas das áreas ainda chamadas de fronteiras já foram incorporadas aos processos agrícolas de produção capitalista, não mais apresentando características típicas dessas regiões (SÍCSU; LIMA, 2000, p. 110).

É pertinente comentar sobre o auxílio dos projetos militares nesse processo de expansão das fronteiras com sua intenção em ocupar áreas vazias visando a soberania e segurança nacional, mas pouco se fala que na Era Vargas essa estratégia já estava em voga, sendo repetida na década de 1950 pelo governo de Juscelino Kubitschek, nesse contexto, o destaque foi para o incentivo à exportação de *commodities* e manufaturados sob o comando do Estado e do mercado de capitais, objetivando a criação de um ambiente favorável à entrada de capital e tecnologia estrangeira. Como consequência, pode-se citar também a modernização das estruturas urbanas, a criação de novos meios de ocupação e dinamização da economia da Amazônia (SCHALLENBERGER; SCHNEIDER, 2010, p 211).

Araújo (1999) chama atenção para a internacionalização de regiões do país deixando-as com produção voltada para exportação em detrimento do mercado interno. Esse fator propicia o avanço da fronteira agrícola no país já que acelera a apropriação de terras com vistas a atender essa demanda internacional. Curiosamente, essa expansão agrícola tinha como intuito inicial ser uma política que viesse a amenizar as questões por disputas de terras, mas na verdade o problema só se agravou devido às demandas de novas áreas para aumento da produção do setor agrícola – acirrando conflitos preexistentes.

Uma das possíveis causas para tais conflitos talvez seja uma ausência de planejamento na distribuição no processo de expansão do território, sendo agravada a situação pela também falta de fiscalização adequada nos processos de aquisição de terras (PORCIONATO; CASTRO; PEREIRA, 2018). Não se trata de um processo isolado, mas cumulativo à uma historicidade das políticas públicas de ocupação – ou a ausência destas. Um exemplo que poderia ser ressaltado seria o período de Regime Militar a partir da década de 1960, cujo, a qualquer custo seria necessária uma exploração do território amazônico, seja por ocupação ou por pretensões desenvolvimentistas.

A multiplicação dos projetos de colonização na área da Amazônia Legal durante o Regime militar acabou levando o Estado as atuais orientações políticas e econômicas do governo federal. Neste contexto, a vertente reformista do Estatuto da Terra favorável à reforma agrária foi rapidamente suplantada pela de caráter modernizador. Com isto, a política agrícola de estímulo à pequena propriedade, estruturada para o abastecimento do mercado interno deu

lugar à empresa rural, associada aos interesses do mercado agro-exportador e de commodities (SCHALLENBERGER; SCHNEIDER, 2010, p 213).

Nos dias atuais, percebemos que as atividades do setor primário ditam as regras da região, muitas vezes criando bases industriais e sendo responsável pela emergência de novas cidades impulsionadas pelo dinamismo econômico e pela dispersão do setor terciário. Mas ao contrário do se pensa, muitos desses espaços dinamizados pela globalização não o tornam homogêneo, mas sim um espaço cada vez mais fragmentado e diferenciado, fato esse que não fica restrito apenas ao campo, mas também nos próprios espaços urbanos provenientes deste. (ELIAS; PEQUENO, 2007, p. 37)

Desse modo, as disputas no campo tornam-se inevitáveis e cada vez mais potencialmente passíveis de ocorrer, impactando principalmente aos que possuem o campo sua principal fonte de renda. Conclui-se então que esse processo histórico promove um crescimento econômico cada vez menos inclusivo e mais desigual, acentuando indicadores de pobreza. Desse modo, pode-se afirmar que:

a inserção dos espaços agrícolas do semi-árido e dos cerrados na produção e consumo agrícolas globalizados tem se dado de forma totalmente insustentável, por ocorrer com grande produção de riqueza, cada vez mais concentrada, paralelamente a uma enorme produção de pobreza, cada vez mais difundida, além de criar muitas novas desigualdades socioespaciais. (ELIAS, 2006, p. 46).

A forma como os processos da globalização atingem esses locais é particular, visto que é mantido pela ação de algumas das empresas que se apropriam do espaço – muitas vezes com pouca ou sequer interação com o poder público local – explorando o ambiente e renegando leis ambientais, fazendo uso de aparatos tecnológicos importados sem a necessidade de investimentos locais, exporta praticamente toda produção e deixa para o pequeno produtor apenas o excedente nacional não atendido. Além disso, é possível mencionar também a geração de vários conflitos, não somente por parte das empresas, mas também por grandes proprietários brasileiros inseridos nesse sistema de monocultura exportadora.

2.2 Dinâmicas Socioeconômicas nas Novas Fronteiras Agrícolas

Outra mudança que pode ser notada são os sistemas sociais provocados por essas apropriações no campo, uma vez que a territorialização mencionada ocorre em desacordo com as leis brasileiras. Ou seja, para além das já mencionadas políticas públicas voltadas ao capital exportador, nas fronteiras agrícolas é comum também o uso de meios violentos e o processo de grilagens (prática antiga no Brasil que consiste na falsificação de documentos para apropriação

irregular de terras). Em estados como Piauí e Maranhão, por exemplo, o número de incidentes do tipo é crescente e não são poucas as notícias sobre conflitos locais uma breve investigação do poder público constatou que a maior parte das terras do Piauí são devolutas (ELIAS, 2006, p 40).

Uma observação que podemos extrair do processo de expansão do campo brasileiro foi a forma não planejada de sua execução. Políticas públicas antes voltadas para ocupação do território sem regras e medidas claras, seguidas de um insustentável estímulo voltado para a formação de plataformas de exportação acabaram consolidando o país como agroexportador. Mas um processo tão agressivo e dinâmico foi incapaz de ser acompanhado pelo desenvolvimento social dessas regiões, investimentos das elites do agronegócio foram incentivados pelas medidas do próprio Estado.

Um das fronteiras conhecidas e, por conseguinte, mais emblemáticas do Brasil é a de Arco Verde, mais conhecida como Arco do Desmatamento. Situada na região norte e correspondendo aos Estados de Amapá, Pará, Amazonas, Maranhão e também Rondônia. A maior característica dessa fronteira não é apenas a sua expressiva produção agrícola, mas a logística implantada na região que se apropriou das condições naturais, isto é, da existência de grandes rios (Negro, Solimões, Amazonas, por exemplo) para na condição de hidrovias se tornarem conseqüentemente um modal de escoamento. Responsável pelo transporte de recebe atenção também de produtos do Mato Grosso e de uma vasta região com vistas a aumentar suas exportações. Essas rotas juntam se aos portos já existentes em Bacarema, Santarém, Itacoatiara e São Luís, sendo os dois primeiros no Pará, e os outros no Amazonas e Rondônia, respectivamente para o envio de produtos a mercados internacionais.

Na Região Amazônica, ainda existem frentes de subsistência e de expansão pioneiras. São características, por exemplo, da ocupação de Roraima, Amapá e Acre, e nestas é importante alertar para questões de infra-estrutura e de organização dos produtores a fim de compreender as dificuldades de sua evolução e suas perspectivas. Integrá-las a eixos de desenvolvimento é o principal desafio. Criar infra-estrutura e reduzir custos através de modernização tecnológica parece ser o caminho. (SICSÚ; LIMA, 2000, p. 123)

Essa redução do custo logístico seria sanada com a execução dos projetos do governo para a região, mas enquanto os empreendimentos não saem do papel a saída para contornar a situação foi o deslocamento menos custoso para os portos já mencionados na região Norte. Em termos de viabilidade, seriam descartados portos como os de Santos (SP) ou Rio de Janeiro (RJ), mesmo que mais demorado, o deslocamento por vias hídricas possibilita menos gastos e também maior capacidade de carga.

Essa adversidade da distância entre a região mencionada e os portos do sudeste seria sanada com a abertura de novas rotas proporcionadas pela sua localização geográfica em direção à Venezuela (Figura 2), o Estado de Roraima também se torna bem atrativo e se insere nessa configuração espacial junto aos Estados agrícolas já consolidados do Centro-Oeste, Arco do Desmatamento e também mais recentemente a área correspondente aos estados do Maranhão, Tocantins, Piauí e Bahia - mais conhecida como Matopiba. Condições climáticas favoráveis (como mais tempo de luz solar pela proximidade com a Linha do Equador) e também fatores como a facilidade na aquisição de novas terras, fazem de Roraima acaba sendo alvo também desse processo de avanço agrícola. No entanto, mesmo com seu baixo custo de aquisição de terras, cerca de 20 vezes menor que regiões mais consolidadas, seu maior entrave torna-se a infraestrutura e logística (PORTAL KLEFFMAN, 2018).

Figura 2. Localização do Estado do Amapá e Sua Malha Rodoviária



Fonte: Guia Geográfico (2018, s/p)

O avanço da fronteira também ocorre no estado do Amapá, assim como o de Roraima, devido as condições econômicas e geográficas favoráveis ao agronegócio, como o baixo valor da terra e também outro grande diferencial: possui um a existência do porto com uma localização excelente, pois é um dos portos brasileiros mais próximos da Europa, Estados Unidos e o Canal do Panamá (GREENPEACE BRASIL, 2017). Essa facilidade também beneficia países orientais compradores dos grãos brasileiros, tais como a China e países árabes por um custo x benefício favorecido pelo deslocamento da mercadoria.

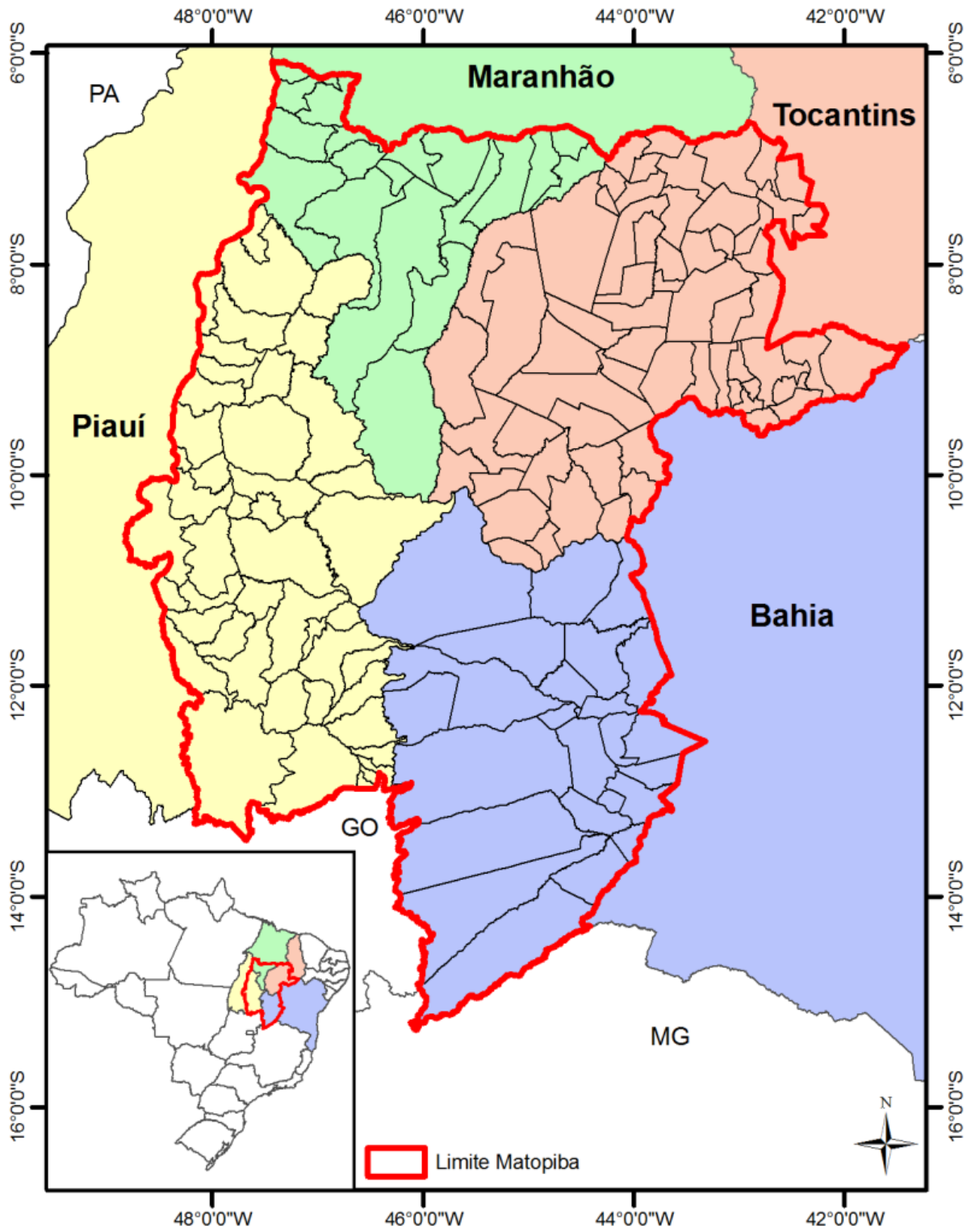
Nesse sentido, o estado do Amapá talvez seja um dos que mais dispõe terras em relação aos outros estados. Nesse contexto, tudo aparenta estar bem e prosperar, no entanto, a situação complica com os inúmeros problemas que essa migração proporciona com a população local. A questão é que por se tratar de uma fronteira igualmente nova, acaba herdando os mesmos problemas de ocupação de terras e igualmente pressão por parte de poderosos latifundiários que inúmeras vezes ali se instalam empregando meios por procedências ilegais.

É possível perceber até então o quanto as novas fronteiras agrícolas se tornaram partícipes importantes para o setor agrícola nacional e o quanto suas dinâmicas podem vir a serem analisadas por meio de alguns dados e resultados. No entanto, nenhuma das novas fronteiras agrícolas possuem a atenção que recebe a Matopiba e toda sua importância dada pelo setor agrícola e até mesmo pelo governo. Este último, inclusive se consolidou a nova fronteira com área demarcada e políticas públicas exclusivas para a região.

2.3 A Potência das Novas Fronteiras Agrícolas: Matopiba

Os estudos realizados pela Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária - Embrapa vão ao encontro de uma nova fronteira agrícola no início dos anos 2000, sendo seu avanço evidente ao ponto que superou as mais otimistas apostas. Nos referimos as dinâmicas da economia do agronegócio características dos estados do Maranhão, Tocantins, Piauí e Bahia, isto é, ao que passou a ser reconhecido como Matopiba (Mapa 1). Para Embrapa (2014) devido ao seu caráter extremamente dinâmico é uma das fronteiras mais promissoras do país. Logicamente, seu nome deriva dos estados cuja sua área ocupa parcialmente seus territórios, são eles: Maranhão, Tocantins, Piauí e Bahia.

Mapa 1. Delimitação da Matopiba Proposta Pela Embrapa



Fonte: ResearchGate (2015, s/p)

A oficialização da região foi feita pela Presidência da República e com forte apoio da Embrapa ao reconhecer a existência desse território dinamicamente diferenciado, entre as diretrizes deste espaço há de se destacar o art 2º do DECRETO Nº 8.447 que estabelece “... (I) desenvolvimento e aumento da eficiência da infraestrutura logística relativa às atividades agrícolas e pecuárias; (II) apoio à inovação e ao desenvolvimento tecnológico voltados às atividades agrícolas e pecuárias; (III) ampliação e fortalecimento da classe média no setor rural, por meio da implementação de instrumentos de mobilidade social que promovam a melhoria da renda, do emprego e da qualificação profissional de produtores rurais. (BRASIL, 2015).

Logo, não é fortuita a recorrente vinculação do padrão exportador de especialização produtiva ao suposto desenvolvimento econômico por meio da contundente defesa que determinados setores da sociedade e da grande imprensa fazem em relação ao agronegócio. Associado ao progresso no âmbito do discurso midiático e mesmo governamental, o agronegócio e as imensas possibilidades que com ele se apresentam (promotor de superávits na Balança Comercial; indutor e alvo de novas tecnologias e, mais recentemente, associado à tão propalada sustentabilidade) constroem a justificativa central para a exploração da nova fronteira agrícola (XAVIER, 2019, p. 25).

Esta região inventada e viabilizada para o agronegócio é resultante de inúmeros eventos internos e externos ao território brasileiro e à região, principalmente no que confere à afirmação do Brasil como país agroexportador na divisão internacional do trabalho, condição que se afirma nos anos 2000. Tal conjuntura permitiu o estabelecimento de conexões com diferentes partes do mundo, a partir da troca de informações, ordens, capitais e mercadorias, integrando a Matopiba à economia internacional (SOUZA, 2017). Reforçando ainda que:

ao assumir a dinâmica de mercado como pressuposto da organização espacial, estes modelos “naturalizariam” o capitalismo, como a única forma possível de conceber o desenvolvimento social, ao mesmo tempo em que trabalhavam para a manutenção do *status quo* de uma sociedade desequilibrada e desigual (COSTA GOMES, 1995, p. 65).

Importante ressaltar que essa regionalização não altera a fronteira e jurisprudência dos estados, mas é um trunfo para medidas administrativas e também o planejamento e execução de programas de cunho socioeconômico (em menor parte) e desenvolvimentista. No que diz respeito à palavra “regionalização”, não se pode deixar de caracterizar a questão da região em âmbito geográfico e também na contextualização da temática do trabalho. Diversas foram suas abordagens no decorrer das inúmeras fases da geografia, mas é certo de que em um cenário geral, a região possui sua essência mantida.

Costa Gomes (1995) menciona que a palavra *Regione* (derivada do Império Romano) representava as áreas em condição semiautônoma, mas ainda sim subordinadas ao governo central de Roma. Ou seja, mesmo que gozassem de certos privilégios e dispusessem de diferenciações culturais e socioespaciais, sua gerência não era plena e sim centralizada.

Ainda segundo o autor, esse plano de gestão era uma herança das subdivisões dos feudos durante a Idade Média como uma forma de ceder certa autonomia às regiões – embora sob uma administração centralizada. Esse fenômeno tornou-se obsoleto a partir da modernidade com a autoafirmação e criação de Estados modernos, apesar dessa forma de gestão ter retornado tempos sob a cunha de República Federativa, dessa vez com vários governos exercendo soberania em seus respectivos territórios.

Enquanto o Determinismo afirmava que a região natural era determinante nas dinâmicas sociais, o Possibilismo afirmava que a região é sim partícipe no processo, mas que o meio social era o principal agente e determinante no contexto das modificações espaciais (COSTA GOMES, 1995). A partir daí entra em voga a ideia de região geográfica sob forte influência da Escola Francesa, essa concepção traz também a questão da paisagem como resultante de características propriamente de determinada região e juntamente com as ações humanas – e seus fatores culturais – podem constituir um novo parâmetro espacial.

Isso sem levar em consideração as abordagens sobre região advindas das contextualizações da Nova Geografia e da Geografia Crítica, de certo modo, segundo Haesbaert (2010, p. 6): “Podemos afirmar que a região caminhou, ao longo da história do pensamento geográfico, mais ou menos como num pêndulo entre posições mais idiográficas ou valorizadoras das diferenças e posições mais nomotéticas ou que enfatizavam as generalizações”. Mas, concomitante a isso, não podemos esquecer de que em um contexto da geografia é indiscutível que:

No conceito de região, ou sua manifestação, há o pleno encontro do homem, da cultura com o ambiente, a natureza; a região é a materialidade desta interrelação, é também a forma localizada das diferentes maneiras pelas quais está interrelação se realiza. Dessa forma, a região era vista como o conceito capaz de promover o encontro entre as ciências da natureza e as ciências humanas, o produto-síntese de uma reflexão verdadeiramente geográfica. (COSTA GOMES, 1995, p.62).

Desse modo, a região torna-se homogênea juntamente à agentes sociais e suas ações, de certa forma, é possível observar também abordagens cuja região adota também um viés mercadológico, como é o caso do presente trabalho. No mercado automotivo brasileiro, por exemplo, os estados pertencentes à fortes regiões agrícolas são também os que mais apresentam números positivos na venda de picapes médias. Em um cenário como as Novas Fronteiras Agrícolas (em especial a criação da Matopiba), podemos notar a tamanha influência da região do agronegócio brasileiro nas medidas e decisões a serem tomadas pelo Estado. No entanto, para além de sua bem-sucedida criação por parte de seus demandantes, é igualmente necessária uma análise sobre características pós-efetivação.

2.3.1 Caracterização da Nova Fronteira Agrícola da Matopiba

“O Matopiba é um arquipélago de ilhas de prosperidade, num mar de pobreza e miséria rural.” (MIRANDA, 2015, p.1). Desse modo, ao observar a ascensão da região da Matopiba e todas as suas grandiosidades, podemos perceber que a mesma se consolidou como uma fronteira agrícola de alta importância no cenário nacional. No entanto, fazendo uma análise sobre como sua dinâmica atinge o meio socioeconômico, há de se ter cautela sobre suas reais pretensões desenvolvimentistas, assim como outras fronteiras antigas e em fase inicial.

Apesar de estudos evidenciarem a expansão acelerada da soja, outros, em contrapartida, demonstram as disparidades resultantes da prosperidade da produção; entre elas, a concentração da renda – ou seja, mesmo com o crescimento, a região sofre com graves problemas sociais. Portanto, o Matopiba convive paralelamente com a prosperidade do agronegócio e o problema de miséria e pobreza crônica da população local. (PORCIONATO; CASTRO; PEREIRA, 2018, p. 8).

A Matopiba encontra-se com um PIB per capita de R\$ 8 mil reais, menor que o nacional (R\$ 20 mil) e da região Nordeste (R\$ 10 mil). A desigualdade está enraizada até mesmo no setor terciário da região, visto que apenas 87% da renda bruta da região está concentrada em apenas 6% dos estabelecimentos que são considerados de elevado padrão. Observa-se uma gigantesca parcela (80%) dos estabelecimentos que caracterizam-se por serem precários e produzirem apenas 5% da renda da região. Já os intermediários (14%) possuem 8% da renda total regional (MIRANDA, 2015).

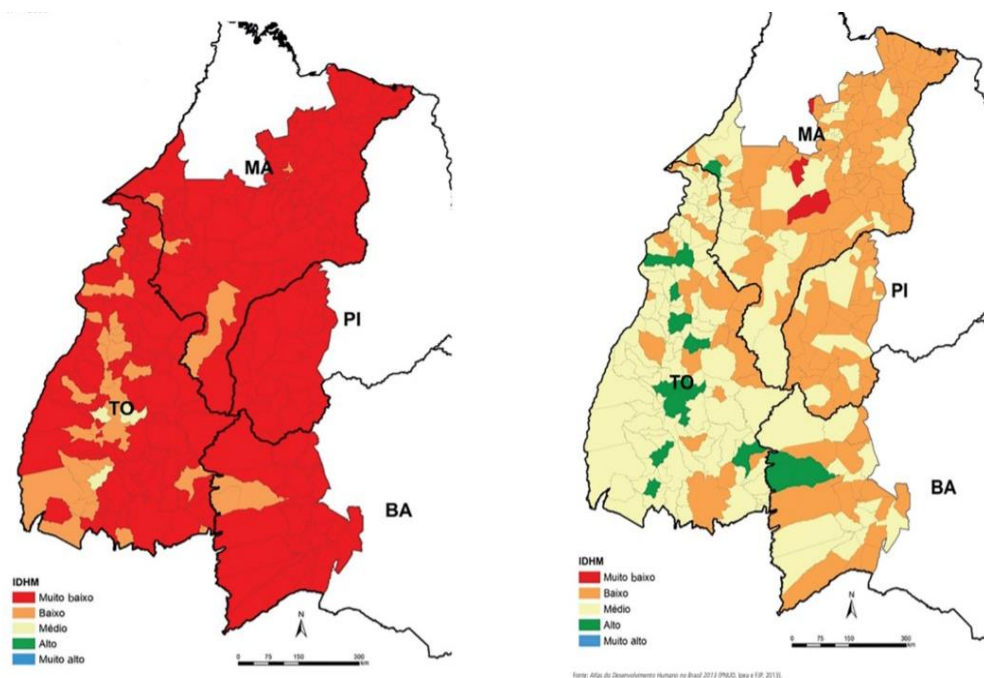
Ainda que suas fronteiras possuam um passado conflituoso e um presente em plena busca por resolução de problemas socioeconômicos, o Brasil foi considerado um país de alto desempenho pelo *Relatório de Desenvolvimento Humano 2013* emitido pela Organização das Nações Unidas (ONU). Isso porque o país foi reconhecido como um modelo a ser seguido com suas políticas de redistribuição de renda e desenvolvimento socioeconômico, mas sabe-se que ainda há inúmeras questões a serem resolvidas. Como será possível notar mais a frente, embora a região da Matopiba esteja em voga no cenário agrícola nacional, suas estatísticas e índices revelam sua fragilidade social omitida por sua pujança econômica.

Quando confrontamos os dados expostos pelo Índice de Desenvolvimento Humano Municipal (IDHM²) e sua variante voltada pra renda (IDHM Renda) com o Índice de

² O IDHM é um importante instrumento usado como medidor de dados sociais, sendo possível analisar possíveis mudanças nos índices sociais – nesse caso, um recorde do ano 2000 para o ano de 2010. Em um modo simples de

Vulnerabilidade Social (IVS) e o de Prosperidade Social, também o conhecido Índice de Gini, pode-se notar por meio dos mapas a seguir que a região apresenta índices muito baixo de qualidade de vida, o que demonstra que toda riqueza gerada pela produção agrícola é concentrada

Mapa 2. IDHM dos Municípios Pertencentes à Matopiba entre os anos de 2000 e 2010



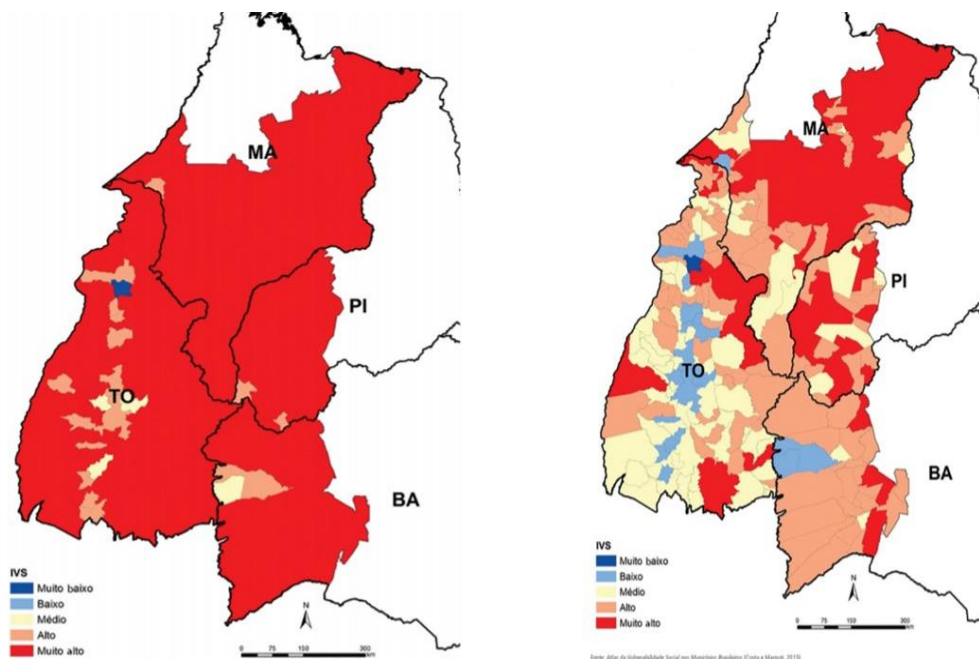
Fonte/Elaboração: Ipea (2018, p. 19 e 20)

Como demonstram os dados espacializados no Mapa 2, mesmo que entre os anos de 2000 e 2010 tenha ocorrido uma melhoria nos índices sociais, existem quatro municípios que ainda permanecem índices *muito baixo*. Por outro lado, não há sequer um município na região com IDHM *muito alto* – sendo que apenas 1 (um) município no estado do Maranhão (localizados na região) apresenta IDHM *alto*. No estado do Piauí a situação encontra-se mais delicada, nenhum município da parcela do seu território na região sequer possui IDHM *alto*. Curiosamente, nota-se que dos nove municípios com IDHM *muito alto* na região, a maioria deles se encontra no estado do Tocantins – sobretudo na Região Metropolitana de Palmas. Outra

explicação, o IDHM Brasileiro segue os mesmos parâmetros de análise do IDH Global, considerando fatores como longevidade, educação e renda. Sua escala vai de 0 a 1, sendo mais próximo desse último o ideal.

observação é que tais dados acompanham os índices de vários outros municípios brasileiros, já que muitos no restante do país ainda se encontram com *baixo* ou *médio* IDHM.

Mapa 3. IVS nos Municípios Pertencentes à Matopiba entre os anos de 2000 e 2010

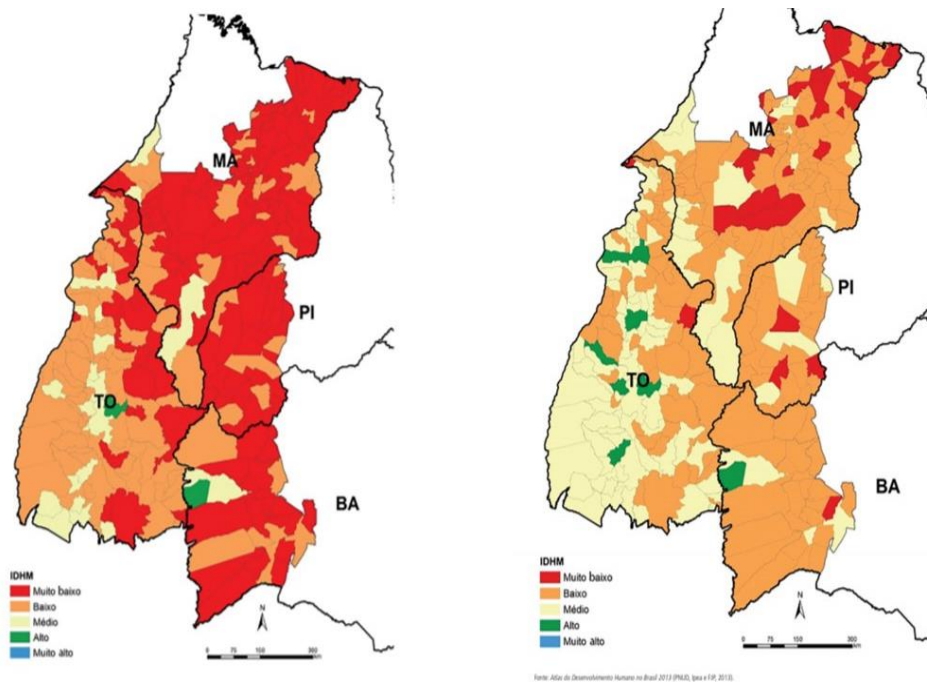


Fonte/Elaboração: Ipea (2018, p. 33 e 34)

Assim como o IDHM, é possível notar que houve melhora no IVS³ dos municípios da Matopiba entre os anos de 2000 e 2010, no entanto, o resultado geral está abaixo do ideal. Portanto, ainda que houvesse uma redução de 93% para 40% dos municípios com IVS *muito alta*, percebemos que cumulativo a esses 40% ainda há uma parcela com IVS *alta* (30%) e outra com IVS *média* (20%). Ou seja, apenas 10% dos municípios possuem IVS adequada – de acordo com IPEA. Atentem-se para duas curiosidades: o único município de toda região com IVS adequada no ano de 2000 manteve seu índice nas novas medições de 2010. E praticamente todos os municípios com bons índices de IDHM também possuem bons índices de IVS.

³ Um outro indicador que comprova o nível de precariedade da região - o índice de Vulnerabilidade Social (IVS) – nos auxilia a esmiuçar a situação em que determinadas populações estão sujeitas nesse cenário. Sua escala varia de 0 a 1, sendo o mais próximo um grande indicio de precariedade na localidade.

Mapa 4. IDHM Renda nos Municípios Pertencentes à Matopiba entre os anos de 2000 e 2010



Fonte/Elaboração: Ipea (2018, p. 47 e 48)

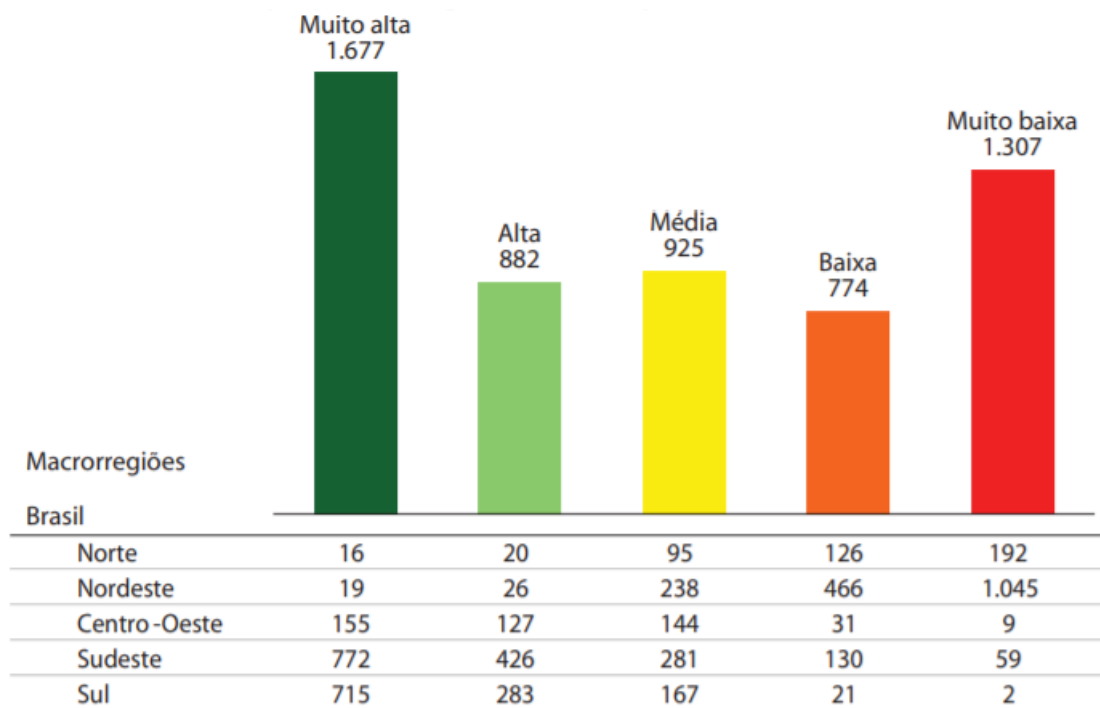
No âmbito do IDHM Renda⁴, ocorreu uma mudança para melhor do ano 2000 (58% com renda muito baixa) para o ano de 2010 (57% com renda baixa), mas ainda assim há um longo caminho a ser percorrido, visto que a maior parte dos municípios ainda são de *baixa renda* (IPEA, 2018). Vale lembrar também que uma elevação de renda não significa uma distribuição para toda população, visto que esse aumento pode estar concentrado nas mãos de poucos.

Depois de uma detalhada análise sobre a região da Matopiba, o importante índice da Prosperidade Social nos mostra que além dos estados constituintes da Matopiba, outros também carecem de melhorias em seus desempenhos socioeconômicos. Observe que as novas

⁴ O IDHM Renda, ainda que considerado como uma ramificação do IDHM, sua existência está inteiramente ligada ao IVS, isso porque a vulnerabilidade social possui como um de seus fatores justamente a renda e o consequente acesso da população a determinados serviços. Para isso, o uso de mapas semelhantes ao IDHM e IVS com dados do também do Ipea surgem como importantes materiais do estudo.

fronteiras agrícolas localizadas nas regiões Norte e Nordeste possuem em sua maioria municípios com índices em qualidade “baixa” e “muito baixa”, ao contrário da já consolidada fronteira agrícola do Centro-Oeste e também as regiões mais ricas do país – Sudeste e Sul.

Gráfico 1. Número de Municípios Por Macrorregião e Faixa da Prosperidade Social



Fonte/Elaboração: Atlas Vulnerabilidade Social dos Municípios Brasileiros. Ipea (2015, p. 76)

Como é possível perceber em mapas e dados anteriores, houve uma considerável melhoria no IDHM e no IVS na região ao longo de inúmeros contextos políticos e econômicos, mas ainda assim é possível perceber que os Estados componentes das novas fronteiras agrícolas (a prosperidade social⁵ engloba todas as novas fronteiras, além da Matopiba) precisam melhorar

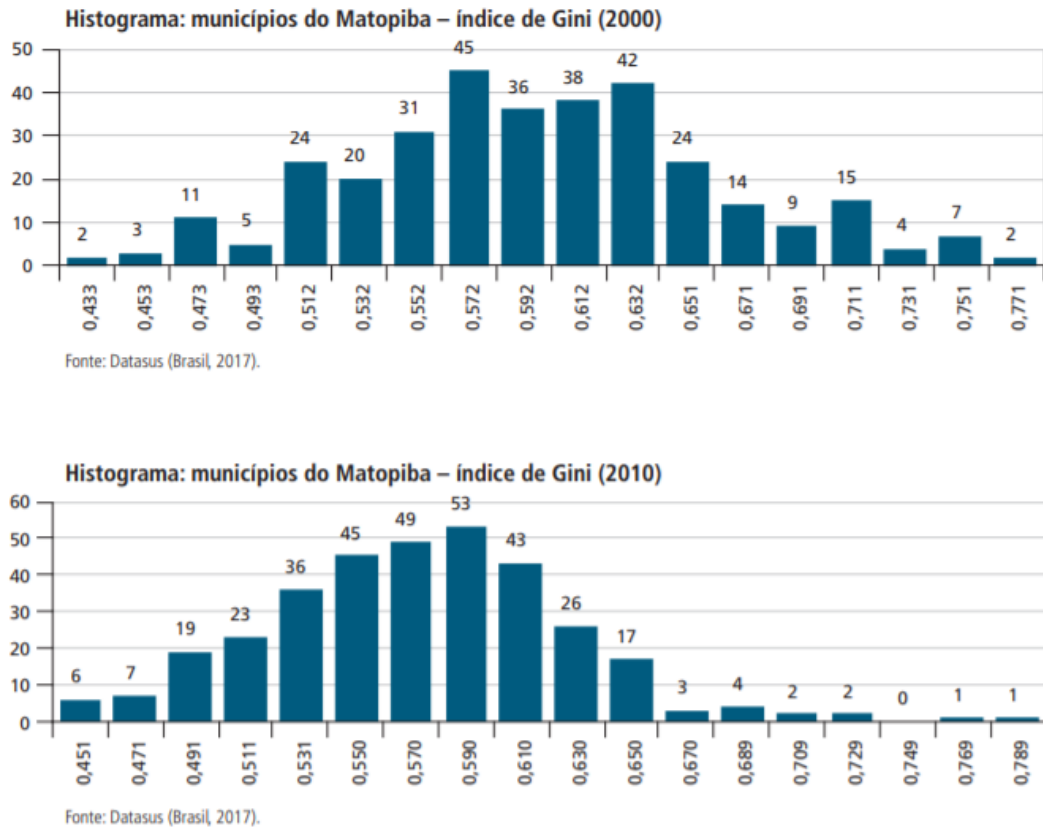
⁵ O índice de prosperidade social, o resultante do IDHM alto e uma vulnerabilidade social baixa, isto é, seu surgimento é fruto da união entre o desenvolvimento humano (IDHM) e também o Índice de Vulnerabilidade Social (IVS). Enquanto o primeiro analisa as oportunidades e trajetórias que alavancam avanços sociais, o segundo observa condições adversas que dificultam alcançar tais avanços. Sendo assim, a prosperidade social surge como o resultado dos dois mundos e possibilidade um certo entendimento. (COSTA; MARGUTI, 2015).

seus índices sociais. Talvez seja um claro exemplo em que, no Brasil, nem sempre o desenvolvimento econômico está diretamente associado ao desenvolvimento social – em semelhantes proporções, pelo menos. A dificuldade do Estado quanto à resolução/mitigação desses problemas é que as regiões de fronteira agrícola, a tecnologia e a própria concentração de terras encontram-se basicamente detidos por dois grandes agentes locais: os grandes proprietários fundiários e as grandes empresas do agronegócio (PEREIRA; PORCIONATO; CASTRO, 2018, p 48). Concomitante a concentração de terras, engloba-se também a concentração de recursos, para isso, o Índice Gini demonstra o quanto avançam determinadas dinâmicas socioeconômicas.

O Coeficiente de Gini⁶ é importante para demonstração de desigualdade em determinada localidade, utilizado para analisar questões sociais entre os países do globo, sua aplicabilidade é de suma importância também em localidades em menores escalas, como regiões e municípios, por exemplo. Os dados a serem apresentados advém da plataforma online DataSUS, proveniente do Sistema Único de Saúde (SUS). O Brasil é um país historicamente desigual, mas ao longo do tempo vem conseguido amenizar essa situação, no caso da Matopiba, podemos afirmar que a situação é a mesma em um período de cerca de 10 anos, como é possível ver no abaixo:

⁶ O coeficiente de Gini foi concebido como um índice para a identificar as desigualdades nas distribuições de renda a determinada população, sendo o mais próximo de 0 uma sociedade mais equânime e sendo mais próximo de 1, uma sociedade mais desigual.

Figura 3. Evolução do Índice de Gini nos Municípios da Matopiba entre os anos de 2000 e 2010



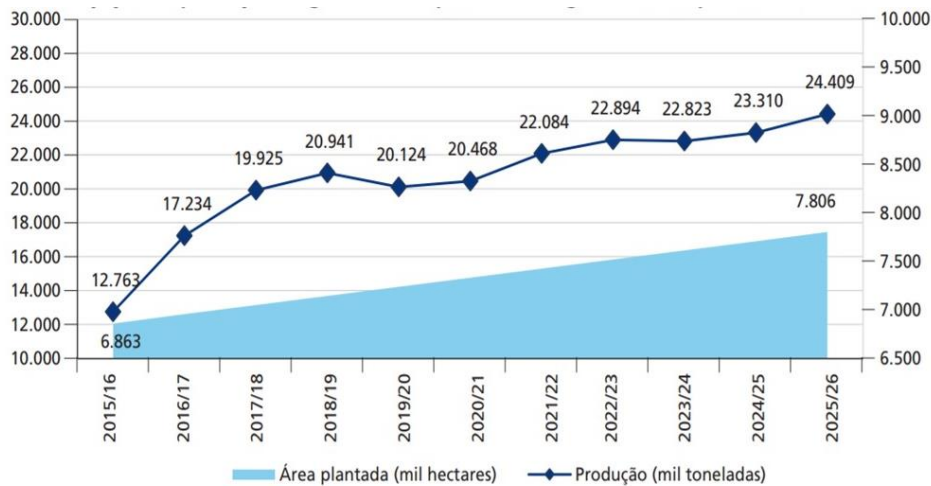
Fonte/Elaboração: Ipea (2017, p. 59)

Ao analisar o histograma, as conclusões a serem tomadas parecem ser bem otimistas, pois, segundo o IPEA (2018), houve diminuição da desigualdade em 74% dos municípios da região e aumento nos outros 26%. Mas ainda segundo o instituto, 34% dos municípios da região tiveram alguma apropriação dos mais ricos na economia em detrimento dos mais pobres e que ainda dentro dessa parcela, em 22% essa apropriação foi superior a 50%. Para completar, tanto os municípios com aumento de desigualdade quanto os municípios com diminuição desta, acabaram tendo apropriações por parte dos mais ricos, 24% no caso do primeiro e 60% no caso do segundo.

Se as previsões de redução de desigualdade e uma maior distribuição dos recursos ficaram aquém do ideal, o mesmo não pode ser dito em relação à produtividade da região. Inúmeros esboços mercadológicos foram traçados para a localidade para os próximos anos,

inclusive com inúmeros já promovendo satisfatórios resultados ao setor do agronegócio e também ao setor agroexportador, como é possível notar no (Gráfico 2):

Gráfico 2. Projeção de Grãos e Área Plantada na Matopiba no Período de 2015 - 2026



Fonte: Brasil
Elaboração: IPEA

Fonte/Elaboração: Ipea (2015, p.8)

Perceba a progressão do Gráfico 2 em relação à produção de grãos – sobretudo voltado para exportação. Mas uma informação que não pode deixar de ser inferida é a perspectiva de aumento em área plantada, mesmo com o advento da já mencionada Revolução Agrícola e sua contribuição para o aumento da produtividade, essa característica não eliminou as pretensões expansionistas dos agentes partícipes da fronteira. A emergência da anexação de áreas marginais das fronteiras é a talvez uma das principais evidências da influência que a Matopiba vem exercendo em âmbito regional. De acordo com os dados socioeconômicos apresentados, a tendência para os próximos anos passa a ser a manutenção de um possível aumento em progressão aritmética para os índices sociais e de aumento em progressão geométrica em termos de produtividade. Em outras palavras:

Os ganhos alcançados ao longo dos anos trouxeram um crescimento desigual para a região, pois a produção de commodities é considerada capital-intensiva, ou seja, há intenso uso de máquinas, colheitadeiras, insumos e toda variedade de tecnologias, com menor uso do fator trabalho, o que diminui a apropriação da renda pelos trabalhadores. Assim sendo, observou-se que o produto interno bruto (PIB) da região cresceu vigorosamente, porém a distribuição de renda não apresentou ampliação proporcional ao aumento da riqueza, ou seja, não se observou esse movimento na região, apenas seu crescimento. (PEREIRA; PORCIONATO; CASTRO, 2018, p. 47).

Desse modo, pode-se notar que muitas das políticas brasileiras de aproveitamento do território foram bem efetivas no que diz respeito a tornar o Brasil como uma grande plataforma de exportação do setor primário, no entanto, tais medidas e benefícios ficaram concentrados aos grandes possuidores de capital, renda e domínio do meio técnico-científico-informacional. Esse fenômeno não somente concentra a riqueza nas mãos de poucos, mas também acaba intensificando as desigualdades sociais que já existiam. Segundo Souza (2017), esta configuração regional produz um ambiente que apesar de apresentar uma visão modernizadora nada mais é do que uma esquizofrenia territorial. Integrado a um ambiente globalizado para poucos e com aumento da pobreza aos excluídos do sistema as cidades da região de Matopita são espaços de grandes disparidades sociais, como observado pelo autor:

As cidades avaliadas no MATOPIBA são comumente consideradas como “capitais do agronegócio” ou “polos do agronegócio”, uma forma de representar a pujança e o “ímpeto” dessas cidades na gestão das práticas produtivas agrícolas e não agrícolas de forma competitiva em âmbito local/regional. Esta repetição discursiva (disseminada pelos meios de comunicação) atinge parcela da população que incorpora esta fabulação do agronegócio como símbolo de modernidade e como sinônimo de desenvolvimento. (SOUZA, 2017, p. 170)

O que importa ressaltar é que a riqueza gerada nessa região engendra formas de consumo particulares já que são produzidas para um público como é o caso do consumo de automóveis. Veja no próximo capítulo o quanto essa questão, isto é, o consumo de um tipo de automóvel, é uma marca que caracteriza essas nessas localidades onde se situam as novas fronteiras agrícolas. De uma certa maneira, notar-se-á mais adiante a grande presença de automóveis de elevado valor agregado e o quão curioso é possível notar quão díspares são as relações entre o mercado automotivo x desenvolvimento socioeconômico dessas localidades. Para isso, primeiro será necessária uma breve compreensão do mercado automotivo de picapes médias no Brasil e como o mesmo se dinamiza no território nacional.

3. O MERCADO BRASILEIRO DE PICAPES MÉDIAS

As picapes ou caminhonetes podem ser definidas como veículos utilitários que dispõem de espaço aberto com capacidade de carga (caçamba) e sustentados por diversas dimensões de plataformas. A mais comum de todas as plataformas talvez seja a sustentada por chassi⁷, porém, no Brasil há também derivações de automóveis de passeio, ou seja, monobloco. Sendo assim, além dos tamanhos, pode-se dizer que há também diferentes motorizações, engenharias, tecnologias e etc.

Dentre todas as categorias, é notório que a mais importante do mercado brasileiro de picapes sejam justamente as médias, não somente por apresentar maior número de vendas, segundo os dados divulgados pela Fenabrave⁸. Mas essa característica não é a única atrativa no segmento, pois montadoras como a Ford Motors, alegam que a categoria das picapes é uma das mais lucrativas e, por esse motivo, é parte estratégica para seus futuros investimentos da empresa. Isso pode ser corroborado pelo fato de a categoria contar com mais representantes do segmento – em comparação com as picapes pequenas e grandes⁹.

O mercado automotivo brasileiro de picapes segue as características dos outros mercados globais, isto é, segundo a Fenabrave, seus modelos classificados como médios acompanham a tendência de peso em até duas toneladas e capacidade de carga em torno de 1.000 a 1.500 kg – com raras exceções como nos países da América do Norte, onde essa categoria das médias globais é considerada como pequena para seus padrões de mercado. De qualquer forma, não é comum que os modelos desses países sejam vendidos a nível global, seja pelo alto preço de posicionamento de mercado, seja também pela renda da população alvo.

Isso ocorre pois na América do Norte as picapes além de serem bem maiores, acabam sendo dotadas de equipamentos que nos outros mercados seriam encontrados apenas em segmentos de luxo. Por mais que no Brasil uma picape média represente *status*¹⁰, ainda sim estamos falando de um país com economia em desenvolvimento, ou seja, muitos desses equipamentos não são disponibilizados no país por questões de custos, já que uma picape média no Brasil já possui um custo elevado por si só. Agregar mais valor ao produto acabaria

⁷ Ao contrário de uma picape monobloco derivada de automóveis, uma picape que deriva de chassi possui suporte estrutural separando cabine e área de carga.

⁸ A Federação Nacional da Distribuição de Veículos Automotores é a instituição responsável pela contabilidade e divulgação dos dados sobre as vendas de automóveis e utilitários em todo território nacional.

⁹ Picapes como a Fiat Toro e Renault Oroch se encontram em uma nova categoria criada em 2015, que divide as picapes compactas das picapes médias.

¹⁰ Posição de prestígio e/ou destaque na sociedade

adentrando mercados de marcas *premium*¹¹ já consolidadas, embora as finalidades de utilização do produto sejam diferentes.

3.1 As Picapes Médias Comercializadas no Brasil

Ainda que o mercado possua projetos provenientes de mercados emergentes e, conseqüentemente com baixo custo de produção e materiais, pode-se observar que o mercado é caracterizado por várias representantes do mercado global. Curiosamente, muitos modelos ofertados no Brasil possuem qualidades de configuração de cada projeto que as destacam perante às concorrentes ou até mesmo acabam incrementando valor agregado à imagem da marca e seu respectivo produto. É interessante ressaltar também que muitas das picapes do mercado nacional possuem projetos paralelos entre países desenvolvidos e países de economia mais frágil. De fato, as maiores diferenças desse modelo seriam a quantidade e qualidade dos equipamentos inseridos nos produtos. Logo abaixo, é possível observar os produtos ofertados ao mercado brasileiro e suas especificidades levantadas pelo Jornal da Carro (28 de Março de 2018), portal pertencente ao Jornal Estado de São Paulo:

Tabela 2. Picapes Médias Vendidas no Mercado Brasileiro e Suas Especificações

MODELOS	PESO (KG)	TRANSMISSÕES	MOTORIZAÇÕES	CARGA (KG)	PREÇOS (2018)
Chevrolet S10	1.772	Automática de seis velocidades Manual de seis velocidades Manual de cinco velocidades	2.5 Flexível de 206 cv 2.8 Turbodiesel de 200 cv	1.378	De R\$ 114.490 a R\$ 191.190
Ford Ranger	1.859	Automática de seis velocidades	2.5 Flexível de 173 cv	1.341	De R\$ 108.420 a R\$ 190.990

¹¹ Produto de alta qualidade e alto valor agregado

		Manual de seis velocidades Manual de cinco velocidades	2.2 Turbodiesel de 160 cv 3.2 Turbodiesel de 200 cv		
Mitsubishi L200	1.900	Manual de seis velocidades Automática de cinco velocidades	2.4 Turbodiesel de 190 cv	1.050	De R\$ 126.990 a R\$ 174.990
Nissan Frontier	1.985	Automática de sete velocidades	2.3 Biturbodiesel de 190 cv	1.050	De R\$ 150.990 a R\$ 168.700
Toyota Hilux	1.805	Automática de seis velocidades Manual de seis velocidades Manual de cinco velocidades	2.7 Flexível de 163 cv 2.8 Turbodiesel de 177 cv	1.195	De R\$ 108.990 a R\$ 193.270
Volkswagen Amarok	1.901	Automática de oito velocidades Manual de seis velocidades	2.0 Turbodiesel de 140 cv 2.0 Biturbodiesel de 180 cv 3.0 V6 Turbodiesel de 226 cv	1.139	De R\$ 117.990 a R\$ 184.990

Fonte: Jornal do Carro/Estadão, 2018; Org: Caio Henrique

Como é possível notar na Tabela 2, praticamente todas as picapes possuem especificações semelhantes entre si, todas com motorizações não muito distantes uma da outra – mesmo que a disponibilidade seja menor em algumas. Capacidade de carga, câmbio, peso e até mesmo seus preços de aquisição acabam sendo semelhantes. Essas características acabam se tornando comuns devido à classe em que essas picapes se enquadram, isso porque grandes variações em dimensões ou preços fariam com que determinado modelo atingisse o mercado das intermediárias ou grandes, por exemplo.

Segundo *Jornal do Carro* (2018), a Chevrolet S10 foi uma das primeiras representantes do segmento de picapes, sendo sua chegada decorrente da abertura comercial promovida pelo período Collor. Na época, como o sucesso desse segmento foi acima do esperado, a empresa decidiu nacionalizar a produção. Repetindo a boa aceitação como modelo importado, a picape média se destacou também ao obter o primeiro lugar em vendas no mercado nacional por dez anos consecutivos como a mais vendida, segundo a Fenabrave. Isso explica o porquê a picape segue em produção desde 1996 até os dias atuais na planta da Chevrolet em São José dos Campos, mesmo que não seja a mais vendida atualmente, ainda possui boa colocação no ranking geral.

Outro modelo que representa bem a primeira safra de picapes do segmento no país é a também norte americana Ford Ranger. Sua unidade produtiva encontra-se na cidade de Buenos Aires, Argentina, segundo a assessoria da Ford. Trata-se da única representante das picapes médias que é vendida nos países norte-americanos sem profundas alterações, isto é, falando da única picape efetivamente global do segmento no Brasil, visto que suas concorrentes possuem projetos e estratégias mercadológicas focadas predominantemente para países emergentes.

No mercado de picapes, há também casos mais específicos, como o modelo Mitsubishi L200, em que a marca não trouxe o produto de forma oficial, mas concede o direito de venda a terceiros. Nesse caso, o Grupo Souza Ramos, representante oficial da marca Mitsubishi. Tal grupo trouxe a primeira geração do modelo ao país a partir da segunda metade da década de 1990 e segue vendendo sua geração atual produzida em sua fábrica na cidade de Catalão (GO). Embora nacionalizada, o grupo alega que o modelo possui diversos componentes importados que pagam altos impostos, mas essa não é uma peculiaridade do modelo. Lembrando que picapes produzidas na Argentina, ainda que não sofram taxaço de impostos por serem produzidas no Mercosul, acabam sendo igualmente caras por seus componentes serem importados de países que não fazem parte do acordo comercial do bloco do Cone Sul¹².

Entre os modelos, está a Volkswagen Amarok, modelo que demanda importação de vários de seus componentes da Alemanha, sendo uma das mais caras do segmento, atrás apenas da Toyota Hilux - de acordo com a Tabela FIPE (2018). Esta última, mesmo sendo a picape média mais cara disponível no mercado (segundo a Fenabrave) é também a mais vendida, em

¹² Países que não fazem parte do Mercosul ou não possuem acordo com o Brasil pagam imposto de importação de até 35% - limitado pela Organização Mundial do Comércio (OMC) - majorado para até 55% somados os impostos estaduais

grande parte pela imagem transmitida pela marca Toyota que conota ascensão social por parte dos consumidores comuns. Outra japonesa que já teve forte participação nas vendas é a Nissan Frontier, hoje não sendo uma das picapes mais vendidas, mas com fidelidade garantida por compradores que usualmente adquirem grandes quantidades do modelo na modalidade de vendas diretas, como será mostrado a seguir.

Ao observar o mercado automotivo das picapes médias, é notório que se trata de mais um nicho formado por veículos dotados de alto valor agregado e público alvo com renda para adquiri-lo. No entanto, esse posicionamento de produto é algo proposital, ou seja, uma estratégia do mercado que é de conhecer em suas pesquisas os mínimos detalhes de seus potenciais consumidores. Ainda que o Brasil possua um mercado não tão maduro como os países desenvolvidos, pode-se perceber que as disputas entre as marcas concorrentes torna-se acirrada. Nesse sentido, observa-se que as margens de lucro ficam cada vez mais comprimidas e qualquer espaço de mercado é inevitavelmente disputado entre as empresas que produzem as picapes para esse público consumidor.

Redução do ciclo de renovação do produto, adição de novos equipamentos, investimentos em itens de conforto e tecnologia etc são algumas das estratégias realizadas pelas montadoras para atrair mais clientes. Nas campanhas de marketing, por exemplo, duas características são enaltecidas pelas empresas de picapes médias no Brasil: força e *status*. Esses atributos se ligam diretamente ao público do agronegócio, especialmente aos estados onde observa-se a forte presença desse setor acabam competindo na mesma faixa de preço de automóveis *premium* consolidados mundialmente, como Mercedes, BMW e Audi – ainda que estes últimos não possuam os benefícios de um veículo do tipo *all-terrain*¹³.

Um dos produtos ofertados no país e o mais vendido do segmento - segundo a Fenabreve - possui justamente essa premissa desde sua criação, a Toyota Hilux. Tal modelo, por exemplo, recebeu seu nome em alusão às palavras “High” e “Luxury”, alto e luxo em inglês, respectivamente. De acordo com a montadora, seria uma forma de atrair os clientes que procurassem um veículo robusto para trabalho, mas ao mesmo tempo prezam pelo conforto de um automóvel de passeio. Desse jeito, a montadora consegue convencer o consumidor que ele pode adquirir um veículo tão luxuoso quanto o de marcas *premium* e, ao mesmo tempo, satisfazer suas necessidades de uso fora-de-estrada, ou seja, é capaz de atender as necessidades de um público que precisa ter um carro potente para realizar suas atividades.

¹³ Definição de veículos “todo-terreno” com tração nas quatro rodas (4x4) e suas vantagens para o uso em terrenos irregulares

Em casos à parte, também é comum a elaboração de campanhas que inferiorizam o produto de uma marca concorrente como forma de convencer o cliente que seu produto é melhor. O maior sucesso em publicidade da categoria ficou com a Nissan Frontier com a campanha “Pôneis Malditos”¹⁴, segundo o Jornal o Estadão (12 de Novembro de 2011), o material obteve mais de dez milhões de visualizações em seus primeiros meses de divulgação e rendeu mais de 10 prêmios de marketing nacionais e internacionais. O objetivo da campanha era enaltecer que a picape era a mais potente (na época) pois possuía um motor de 200 cavalos de força e, associava os “pôneis” à fraca motorização das concorrentes.

Outra montadora conhecida por suas publicidades, a Ford, possui *know-how*¹⁵ em propagandas voltadas para compradores do agronegócio e famosa por seus marketings, como a expressão “Raça Forte”, por exemplo. A montadora de origem norte-americana é também a campeã em vendas de picapes em seu país de origem e no mundo, segundo a empresa Focus2Move.¹⁶ No Brasil, a empresa replica apenas seu bem-sucedido *modus operandi*¹⁷ em escala global. Logo abaixo é possível notar uma de suas inúmeras campanhas:

¹⁴ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=BZ-rGoTOESE>

¹⁵ Detenção de habilidades específicas com plenitude em aplicá-las

¹⁶ Disponível em: <https://motorshow.com.br/conheca-as-10-picapes-mais-vendidas-do-mundo-em-2018/>

¹⁷ Modo de operação e/ou execução

Figura 4. Propaganda de Uma Concessionária Ford Voltada Para Vendas Diretas

 **Ford Mandacaru**
28 de julho de 2017 · 🌐

Se tem alguém que é tão raça forte quanto a nossa Ranger, é o agricultor brasileiro. E para comemorar esse dia especial, lembramos que pessoa física que comprove ser produtor rural consegue benefícios exclusivos na nossa Venda Direta. Entre em contato e tenha mais informações.



**O AGRICULTOR
É O VERDADEIRO
RAÇA FORTE.**

MAS A RANGER CHEGA BEM PERTO.

Fonte: Concessionária Ford Mandacaru (2018)

Percebam que na foto acima é possível notar que o anúncio remete tanto ao público-alvo voltado ao setor primário quanto também faz alusão ao público masculino referindo-se a robustez, incluindo o pacote na mão do agricultor evidenciando a característica “força” no contexto da publicidade. Para muito além de todo cenário proporcionado pela campanha, tais como: vestimentas, itens carregados e a própria paisagem, atente-se também que o enaltecimento voltado para a classe agricultora perante o produto ofertado. No entanto, não se trata de uma campanha de marketing isolada, determinadas características como essa são comumente elaboradas para o público-alvo do agronegócio, como poderá ser visto também nas Figuras 5 e 6:

Figura 5. Propaganda da Montadora Ford Motors Voltada Para o Agronegócio



Fonte: Ford Motors do Brasil (2017)

Observe a questão política inserida na Figura 5, cuja é possível notar um fator reconhecido da sociedade brasileira que é a falta de boas condições logísticas nos país e principalmente nos estados em que a maioria das fronteiras agrícolas se encontram. As condições de infraestrutura – ou a ausência dela – na maior parte dos estados é usada como um importante elemento na campanha afim de enaltecer as capacidades do produto, incluindo também a potência para o rebocar cargas pesadas, o carregamento de grãos produzidos e mesmo uma paisagem de característica “rústica-suja-bruta”. Além da força e brutalidade, algumas campanhas acrescentam também o fator emocional, como por exemplo na imagem a seguir:

Figura 6. Propaganda da Montadora Ford Motors

NO CAMPO, A CONFIANÇA ENTRE PAIS E FILHOS SUPERA TUDO. FAÇA CHUVA OU FAÇA SOL. SE FIZER CHUVA, MELHOR AINDA. A GENTE GOSTA MESMO É DE LAMA.

Ford

Diferencial traseiro blocante

7 air bags

Piloto automático adaptativo

5 ANOS GARANTIA

FORD RANGER. SUPERE DESAFIOS AO LADO DE QUEM VOCÊ CONFIA.

RAÇA Ford FORTE

Facebook / Andreta Ford

Minha escolha faz a diferença no trânsito.

Fonte: Grupo Andreta Ford (2018)

Observe na descrição dessa campanha (Figura 6) elaborada para o Dia dos Pais que juntamente ao apelo emocional – explícito pela lembrança paterna – são inseridos os já conhecidos fatores como força, robustez, potência, carregamento da produção e mais uma vez a questão da ausência de infraestrutura característica das regiões de fronteira agrícola já mencionadas. O eixo central dessas campanhas não é mera coincidência, justamente nos estados cujo agronegócio é o principal motor de suas economias também são regiões que adquirem a maior parcela do mercado de picapes.

Ainda que sejam usados como veículos de passeio também para habitantes de cidades urbanas, é inegável que a natureza de seus projetos seja para uso pesado no campo. Essa característica possibilita que o veículo ultrapasse as fronteiras do campo e torna o objeto (picape) também imponente no ambiente urbano, não somente pelos padrões socioculturais estabelecidos nessas regiões, mas também pela capacidade destacada que o produto executa sob inúmeras condições do território. Nesse caso, montadoras como a exemplificada fazem proveito

dessas características em suas campanhas e catalisam as dinâmicas do consumo desse segmento de produto.

Nesse caso, foi possível observar também as propagandas da montadora Ford Motors voltadas – especialmente – para a modalidade de vendas diretas, uma das formas mais usuais e comuns de se adquirir um veículo quando se é produtor rural. Essa modalidade das vendas diretas garante descontos generosos desde que comprovada a função de produtor rural pelas exigências da lei. De acordo com a Fenabreve, os benefícios das vendas diretas são de suma importância para esse mercado, levando em consideração também sua alta faixa de precificação em relação ao poder aquisitivo da população brasileira.

3.2 A Participação do Mercado das Vendas Diretas

A Lei nº 6.729/79 alterada em 1990 para Lei nº 8.132/90 – também chamada Lei Ferrari – por meio de seu redator, Renato Ferrari, estabelece diretrizes comerciais e logísticas na cadeia instalada no Brasil. Antes, não havia regras claras entre empresários e lojistas, bem como uma padronização na maneira de comercializar os produtos. Nesse contexto, em caso de irregularidades, ocorreriam incertezas quanto aos processos logísticos justamente por não haver uma regulamentação ou até mesmo documentação contratual prévia sobre os direitos e deveres dos lojistas e empresários.

Desse modo, a lei surge como uma grande ajuda não somente na regulamentação das vendas e distribuições, mas também como uma garantia dos direitos e deveres de empresários, vendedores e também os próprios consumidores. Concomitante a isso, abre-se a possibilidade de inserção da modalidade de vendas diretas no Brasil, antes restritas por não haver uma consideração em todos os processos entre a cadeia produtiva e a chegada do produto às mãos do consumidor.

A comercialização de automóveis por venda direta é uma modalidade muito comum nos Estados Unidos e em países da Europa, por exemplo. Ela consiste na negociação entre o comprador e a própria fábrica, sem a necessidade de logística entre fábricas e concessionárias e depois para o consumidor, ou seja, negocia-se o preço de fábrica. Essa está presente, mas apenas para a solicitação da aquisição por essa modalidade e pelo recebido da fábrica e posterior entrega do produto do consumidor (BRASIL, 1990). Há de se destacar que essa modalidade também favorece a compra por atacado, ou seja, em muitas montadoras quanto maior a

quantidade de veículos maior será o desconto concedido – desconto esse que fica a critério de cada montadora.

Dessa forma, a origem da lei se estabelece no art 20º da Lei nº 6.729/79 disciplina in verbis “Art. 20. A concessão comercial entre produtores e distribuidores de veículos automotores será ajustada em contrato que obedecerá forma escrita padronizada para cada marca e especificará produtos, área demarcada, distância mínima e quota de veículos automotores, bem como as condições relativas a requisitos financeiros, organização administrativa e contábil, capacidade técnica, instalações, equipamentos e mão-de-obra especializada do concessionário.” (BRASIL, 1979).

Montadoras como Volkswagen, Chevrolet e Nissan cedem descontos que partem de 5%, por exemplo. A importância do modelo comercial das vendas diretas é tão grande que torna indispensável sua influência no mercado nacional como um todo. Inclusive especificamente no segmento de picapes médias, as vendas para produtores rurais têm uma expressiva participação. Na tabela abaixo é possível observar alguns modelos com os descontos concedidos a essa modalidade:

Tabela 3. Exemplo de Picapes Médias Com Incentivos Fiscais Para Produtores Rurais

MODELOS	PREÇO	PREÇO FINAL
Nissan Frontier SL	R\$ 166.700	R\$ 149.900
Volkswagen Amarok S	R\$ 128.950	R\$ 110.252
Mitsubishi L200 Triton GL	R\$ 105.900	R\$ 97.400

Fonte: Canal Rural (2017); Org: Caio Henrique

Os dados da tabela revelam os preços de alguns modelos durante uma feira de produtos voltados à agricultura e agronegócio, no entanto, em concessionárias os descontos podem vir a se tornar ainda maiores, visto que as vendas diretas o processo de negociação é realizado diretamente com a fabricante – como já mencionado anteriormente. Como é possível perceber, alguns dos altos descontos concedidos (tabela 3) a produtores rurais nos faz entender o motivo de tais modelos estarem tão presentes em regiões do agronegócio. Acrescentamos ainda o fato de que por serem veículos que possuem alta capacidade de carga e desempenho

propício às estradas de campo são os preferidos pelos produtores rurais (Globo Rural, 2018). Curiosamente, esse benefício é usufruído – em sua maioria – por grandes produtores rurais e detentores de considerável renda, visto que por questões óbvias o pequeno produtor e/ou agricultor familiar não dispõe de recursos próprios para aquisição de um veículo acima de R\$ 100 mil reais.

Outro aspecto importante a ressaltar é que esses descontos acabam fazendo das vendas diretas um tipo de mercado com um viés quase autossuficiente em relação às vendas normais, ou seja, cria-se praticamente um nicho de mercado voltado especificamente para atender a esse público. Muitas montadoras, inclusive, disponibilizam versões específicas para esse modelo de mercado que se sobrepõem em vendas em relação às vendas para pessoas físicas. Essa estratégia de mercado pode ser percebida na tabela 4, a seguir, na qual nota-se que até mesmo a Fenabreve separa as vendas diretas das convencionais, devido a sua grande importância. Isso ocorre pois os descontos concedidos a essa modalidade de vendas faz com que alguns modelos alcancem números não atingidos na modalidade de vendas comuns.

Tabela 4. Acumulado das Vendas Diretas e Sua Participação nas Vendas Totais no Ano de 2017

Posição	Modelo	Total Vendas Diretas	% das Vendas Diretas no Total	Total 2017
1º	Fiat Strada	49.829	90,81%	54.870
2º	Fiat Toro	35.853	70,68%	50.723
3º	Volkswagen Saveiro	34.066	80,32%	42.414
4º	Chevrolet S10	19.946	65,53%	30.438
5º	Chevrolet Montana	14.289	96,08%	14.872
6º	Ford Ranger	12.429	69,71%	17.830
7º	Fiat Fiorino	8.828	80,64%	10.947
8º	Volkswagen Amarok	7.059	59,00%	11.964
9º	Toyota Hilux	6.834	19,88%	34.368
10º	Renault Oroch	6.203	56,15%	11.047
11º	Renault Master	5.047	81,65%	6.181
12º	Mitsubishi L200	2.781	27,96%	9.946
13º	Nissan Frontier	1.771	43,65%	4.057

*Picapes médias em azul

Fonte: Fenabreve (2018); Org: Caio Henrique

Outro fato interessante apontado pelos dados da Fenabreve (2018) diz respeito à quantidade que alguns dos modelos de veículos que são vendidos diretamente. Estes, representam um percentual significativo em termos de vendas. Como foi possível notar na Tabela 4, algumas das picapes médias se mantêm mais rentáveis comercialmente justamente por disporem dessa modalidade – alguns modelos possuem uma dependência sobre as vendas diretas que ultrapassa 50% do total de vendas acumuladas entre as modalidades – como é o caso de Chevrolet S10, Ford Ranger e Volkswagen Amarok.

É importante ressaltar que mesmo sendo veículos com certo conforto e status, sua vocação é voltada ao trabalho, por esse motivo, as vendas de picapes médias computadas pela Fenabreve se enquadram na categoria de Utilitários (veículos para trabalho) e não na de Automóveis de Passeio. Nesse caso, não apenas a Fenabreve, mas também a Anfavea (Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores) classifica também os modelos como veículos comerciais, ou seja, utilitários que suportam abaixo de 3,5 toneladas de carga, apesar de muitos consumidores adquirirem o produto para a utilização como um veículo de passeio.

3.3 Vendas de Picapes Médias nos Estados das Novas Fronteiras Agrícolas

Como já foi visto, cada produto ofertado no mercado possui suas peculiaridades, isso pode ser devido à origem, marca, características do próprio projeto ou até mesmo em relação as estratégias de marketing. Todos esses fatores tornam-se fundamentais em qualquer segmento automotivo do mercado, mas a capacidade fora-de-estrada, a confiabilidade e a localização das redes de concessionárias são os principais quesitos nesse segmento em específico.

De qualquer maneira, com condições de infraestrutura precária, necessidade de cargas ou mesmo robustez, por exemplo, não é uma surpresa que o sucesso desse tipo de veículo seja elevado em estados com forte agricultura – principalmente os que envolvem a nova fronteira agrícola. Toda questão para se refletir é que as vendas destes modelos se expandem em locais onde observam-se elevados problemas de desigualdade social e má distribuição da renda, ou seja, a presença desses automóveis com preço tão elevado (acima de R\$ 100 mil) pode ser mais um indicador da extrema concentração de renda nessas regiões de fronteira.

A peculiaridade é que em alguns estados nota-se a presença de mais de um desses modelos no ranking geral dos dez modelos de veículos 0km mais vendidos do ano de 2017 por estado. Ainda mais surpreendente que há casos em que modelos conseguem a proeza de alcançar o primeiro lugar – superando até mesmo modelos populares mais acessíveis. Aqui destacaremos os estados das novas fronteiras agrícolas ¹⁸com mais discrepâncias entre dinâmica de mercado e distribuição de renda, alguns menos evidentes, outros com a questão mais acentuada. Lembrando que aqui estarão explicitados tanto os automóveis de passeio quanto os utilitários – categoria em que as picapes médias estão inseridas.

Tabela 5. Ranking dos Dez Modelos Mais Vendidos Nos Estados das Novas Fronteiras Agrícolas no Acumulado do Ano de 2017.

ESTADO	POSIÇÃO	MODELO	TOTAL	% DO TOTAL DE 2017	TOTAL DE 2017
Acre	1°	Chevrolet Onix	446	0,24%	188.654
	2°	Volkswagen Gol	294	0,40%	73.919
	3°	Mitsubishi L200	243	2,44%	9.946
	4°	Hyundai HB20	232	0,22%	105.539
	5°	Toyota Hilux	230	0,67%	34.368
	6°	Volkswagen Saveiro	218	0,51%	42.414
	7°	Volkswagen Amarok	217	1,81%	11.964
	8°	Chevrolet Prisma	204	0,30%	68.988
	9°	Chevrolet S10	177	0,58%	30.438
	10°	Toyota Etios Sedan	177	0,56%	31.395
Amapá	1°	Chevrolet Onix	674	0,36%	188.654
	2°	Hyundai HB20	287	0,27%	105.539
	3°	Chevrolet Prisma	252	0,37%	68.988
	4°	Chevrolet S10	252	0,83%	30.438

¹⁸ O estado da Bahia não está presente pois apenas uma porção pequena do seu Estado localiza-se na Matopiba, promovendo distorção de dados por conta da Região Metropolitana de Salvador e de outras áreas do extenso território baiano.

	5°	Fiat Mobi	242	0,45%	54.270
	6°	Fiat Strada	215	0,39%	54.870
	7°	Fiat Toro	206	0,41%	50.270
	8°	Volkswagen Gol	182	0,25%	73.919
	9°	Ford Ka	177	0,19%	94.893
	10°	Mitsubishi L200	155	1,56%	9.946
Amazonas	1°	Chevrolet Onix	3.200	1,70%	188.654
	2°	Chevrolet S10	1.733	5,69%	30.438
	3°	Chevrolet Prisma	1.252	1,81%	68.988
	4°	Volkswagen Gol	1.084	1,47%	73.919
	5°	Hyundai HB20	1.058	1,00%	105.539
	6°	Fiat Mobi	944	1,74%	54.270
	7°	Fiat Toro	867	1,71%	50.723
	8°	Volkswagen Saveiro	739	1,74%	42.414
	9°	Ford Ka	706	0,74%	94.893
	10°	Fiat Strada	614	1,12%	54.870
Maranhão	1°	Chevrolet Onix	1.727	0,92%	188.654
	2°	Renault Sandero	1.341	1,99%	67.344
	3°	Hyundai HB20	1.321	1,25%	105.539
	4°	Volkswagen Gol	1.165	1,58%	73.919
	5°	Toyota Hilux	1.138	3,31%	34.368
	6°	Fiat Strada	1.078	1,96%	54.870
	7°	Ford Ka	1.043	1,10%	94.893
	8°	Toyota Corolla	1.000	1,51%	66.188
	9°	Chevrolet Prisma	862	1,25%	68.988
	10°	Fiat Toro	844	1,66%	50.723
Pará	1°	Chevrolet Onix	3.538	1,88%	188.654
	2°	Hyundai HB20	2.010	1,90%	105.539
	3°	Toyota Hilux	1.827	5,32%	34.368
	4°	Volkswagen Gol	1.791	2,42%	73.919
	5°	Chevrolet Prisma	1.786	2,59%	68.988
	6°	Fiat Strada	1.173	2,14%	54.870

	7°	Toyota Corolla	1.044	2,14%	66.188
	8°	Toyota Etios Hatch	996	2,37%	41.986
	9°	Fiat Toro	994	1,96%	50.723
	10°	Mitsubishi L200	964	9,69%	9.946
Piauí	1°	Chevrolet Onix	2.272	1,20%	188.654
	2°	Toyota Corolla	1.382	2,09%	66.188
	3°	Chevrolet Prisma	1.363	1,98%	68.988
	4°	Volkswagen Gol	1.311	1,77%	73.919
	5°	Hyundai HB20	813	0,77%	105.539
	6°	Toyota Hilux	736	2,14%	34.368
	7°	Fiat Strada	657	1,20%	54.870
	8°	Fiat Toro	650	1,28%	50.723
	9°	Ford Ka	614	0,65%	94.893
	10°	Toyota Etios Hatch	605	1,44%	41.986
Rondônia	1°	Chevrolet Onix	1.342	0,71%	188.654
	2°	Fiat Strada	1.025	1,87%	54.870
	3°	Toyota Hilux	883	2,57%	34.368
	4°	Chevrolet S10	810	2,66%	30.438
	5°	Volkswagen Gol	804	1,09%	73.919
	6°	Hyundai HB20	792	0,75%	105.539
	7°	Ford Ka	724	0,76%	94.893
	8°	Fiat Toro	536	1,06%	50.723
	9°	Chevrolet Prisma	502	0,73%	68.988
	10°	Fiat Siena	500	2,00%	24.955
Roraima	1°	Chevrolet S10	451	1,48%	30.438
	2°	Chevrolet Onix	305	0,16%	188.654
	3°	Volkswagen Saveiro	266	0,63%	42.414
	4°	Volkswagen Gol	242	0,33%	73.919
	5°	Fiat Strada	223	0,41%	54.870
	6°	Toyota Hilux	206	0,60%	34.368
	7°	Fiat Toro	182	0,36%	50.723
	8°	Mitsubishi L200	176	1,77%	9.946

	9°	Volkswagen Amarok	147	1,23%	11.964
	10°	Volkswagen Voyage	143	0,35%	40.822
Tocantins	1°	Volkswagen Gol	1.154	1,56%	73.919
	2°	Chevrolet Onix	812	0,43%	188.654
	3°	Toyota Hilux	598	1,74%	34.368
	4°	Toyota Corolla	492	0,74%	66.188
	5°	Chevrolet Prisma	461	0,67%	68.988
	6°	Mitsubishi L200	440	4,42%	9.946
	7°	Ford Ranger	415	2,33%	17.830
	8°	Hyundai HB20	401	0,38%	105.539
	9°	Fiat Strada	398	0,73%	54.870
	10°	Chevrolet S10	359	1,18%	30.438

*Picapes médias em azul
 Fonte: Fenabreve (2018); Org: Caio Henrique

Ao observar a Tabela 5, é possível perceber que os estados do Piauí e do Maranhão possuem considerado equilíbrio em suas vendas, embora sejam dois dos estados novos nas fronteiras agrícolas, aparentemente seus mercados estão com níveis de aquisição moderados para suas realidades, com apenas um modelo (Toyota Hilux) entre os mais vendidos. Situação praticamente oposta ao que ocorre nos Estados da região norte, com discrepâncias que perpassam de média a alta intensidade, curiosamente é também a região do país com menor ocupação urbana e maior avanço na ocupação de terras voltadas para agricultura (COSTA E MARGUTI, 2015).

Perceba também que em relação aos estados do Amazonas e do Amapá, a presença de picapes ainda surge de maneira modesta, porém em um estado com dinâmica econômica tão modesta quanto a do Amapá, duas picapes médias estão entre os dez veículos mais vendidos – uma delas empatando com o terceiro lugar, inclusive. Já no estado do Amazonas, a presença de uma das maiores e mais ricas cidades do país, bem como sua densidade e dimensão urbana amenizam tal desigualdade.

Essa amenização mencionada, refere-se especificamente à um grande quantia populacional como é o caso cidade de Manaus, onde a diversidade econômica propicia um maior número de faixas sociais e por consequência, a presença também de consumidores de

segmentos de menor valor agregado. Ou seja, ao contrário de diversos Estados da fronteira agrícola, o Amazonas detém grande parte do seu PIB proveniente das indústrias localizadas na Zona Franca de Manaus e não do agronegócio. O mesmo não ocorre aos Estados do Pará e Rondônia, por exemplo, como mencionados no *Capítulo 1*, ambos estão sob forte expansão no setor primário, podendo ser notada sua diferença em relação ao Amazonas.

A partir dos estados do Pará e Rondônia, percebemos que a presença do segmento surge de forma mediana, o primeiro semelhante ao contexto do estado do Amapá, pois assim como ele, não possui uma presença tão evidente de grandes agriculturas como é com a mineração paraense, por exemplo. O segundo já recebe grande expansão de terras, sendo partícipe do já mencionado Arco Verde do desmatamento. Vale destacar também a presença de duas picapes médias em terceiro (Toyota Hilux) e quarto lugar (Chevrolet S10) estando à frente até mesmo de populares já consagrados no mercado.

Quanto mais cedo um Estado é inserido nas novas fronteiras agrícolas, maior é a discrepância entre seus mercados automotivos com o poder de compra da população, acentuando cada vez mais a presença de picapes médias ao invés de segmentos mais baratos. Estados como Tocantins, Acre e Roraima tiveram forte expansão de suas terras por parte de agentes do agronegócio, no caso dos dois últimos, a baixa densidade urbana e o preço de suas terras catalisaram ainda mais o processo.

Ainda na Tabela 5, é possível averiguar pelos dados que os estados do Acre e Tocantins a presença de picapes médias em seus respectivos mercados é a mais evidente. Em ambos os estados é possível observar que em torno de 50% dos dez modelos mais vendidos são picapes médias. Nota-se que no mercado brasileiro, existem seis picapes médias, ou seja, conclui-se que mais da metade do segmento (perto de 70%) possui forte participação nesses dois estados. Como já mencionado esses dois estados estão situados no Arco Verde de desmatamento, com destaque para o Acre no que diz respeito ao próprio desmatamento e conseqüente - avanço da fronteira agrícola.

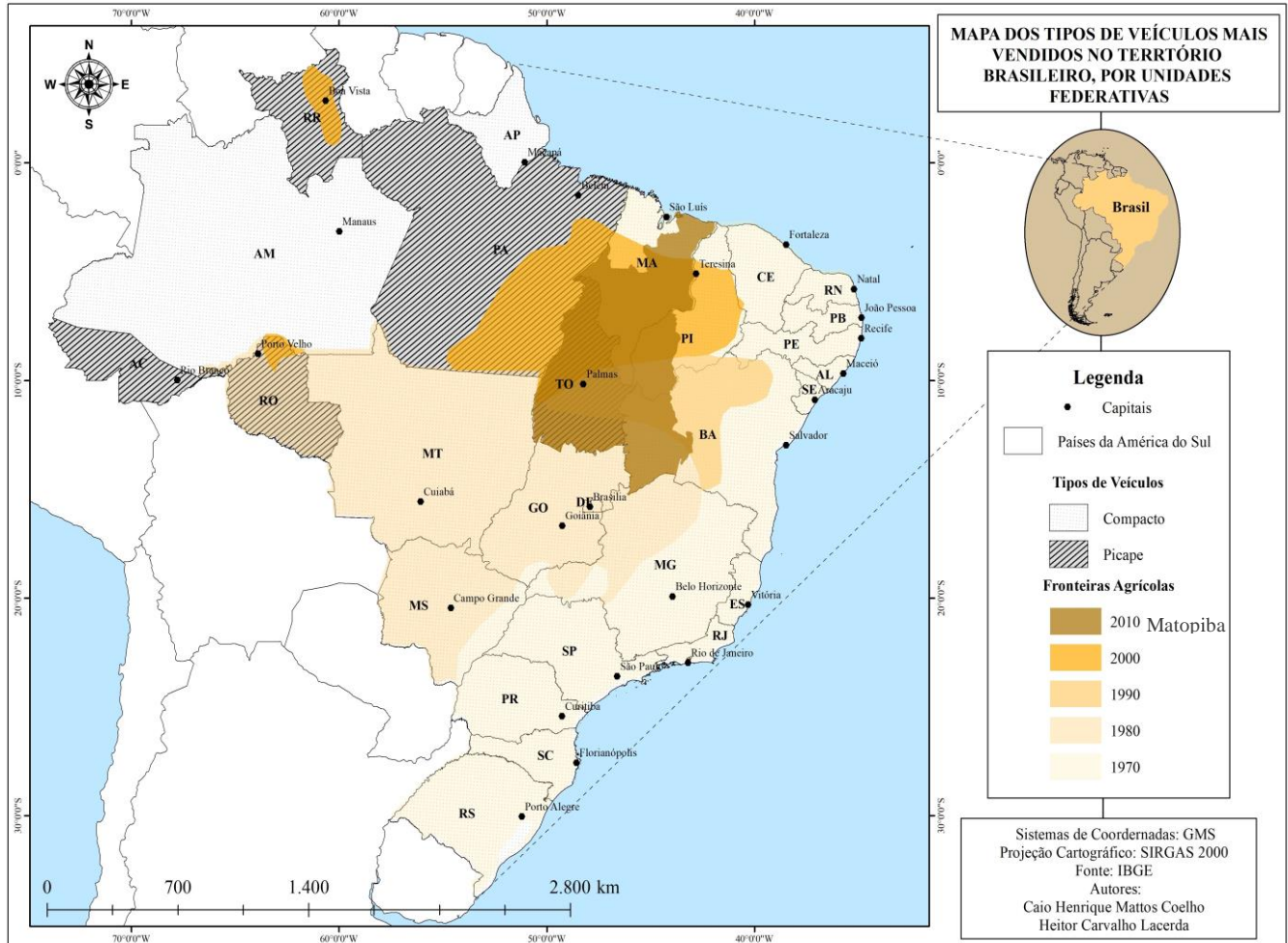
Mas nenhum dos casos anteriores possui tanta relevância quanto o de Roraima. Em termos geográficos, tal estado possui um relevo muito acidentado e sua peculiar localização geográfica em relação ao restante do país, tendo praticamente toda sua produção agrícola escoada pela Venezuela. Assim como em outros estados há uma deficiente e precária malha rodoviária, sendo a utilização de picapes uma necessidade que justifica a preferência por tais modelos, de fato.

Por fim, como é perceptível, no estado de Roraima, além de possuir a mesma grande proporção de outros segmentos também nos estados anteriores, ainda há a presença de uma picape média no primeiro lugar do estado com uma vantagem de mais de 30% em relação ao segundo colocado – um modelo popular. Junto a isso, vemos o cenário anterior se repetindo mais uma vez, uma proporção em torno dos 50% de picapes sobre os dez veículos mais vendidos entre todos os segmentos do mercado e ainda 70% do mercado de picapes médias presente no ranking.

Como efeito de comparação, no mesmo período de 2017, os estados mais ricos da federação (localizados nas regiões sul e sudeste) registraram apenas a Toyota Hilux presente em algum momento, mesmo assim, apenas na décima colocação e unicamente no Estado do Espírito Santo. Como a concentração de renda é menos acentuada nos Estados dessas duas regiões, vemos a presença de inúmeros tipos de automóveis, sobretudo com grande presença dos compactos, representando mais de 70% dessas regiões no acumulado de vendas da Fenabreve do ano de 2017 – divulgado em 2018.

Lembrando que esse fenômeno da pujança das picapes médias ocorre em estados cujo seus índices socioeconômicos estão entre os piores do país, mas concomitantemente, seus respectivos rankings de vendas totais possuem maior presença de veículos de alto valor agregado do que nos estados mais ricos da federação. Geograficamente falando, o que pode ser percebido é justamente uma concentração do mercado de picapes médias sobretudo nos estados pertencentes às novas fronteiras agrícolas, como é possível perceber no Mapa 5:

Mapa 5. Distribuição dos Tipos de Veículos Mais Vendidos Por Estados da Federação no Ano de 2017



Fonte: Fenabrave (2018); Elaboração: Heitor Carvalho, Caio Henrique

Ao observar o Mapa 5, fica nítido que justamente os estados do Arco do Desmatamento (região norte do Brasil) e também a maior parte da Matopiba (nesse caso, o estado do Tocantins) cooperam fortemente com as dinâmicas do mercado automotivo de picapes médias. Como já mencionado, são regiões com forte presença do agronegócio e fundamentais para o processo de ascensão da fronteira agrícola brasileira. Apenas como um adendo, observe que justamente onde grande parte das áreas em tom mais claro se encontram, vê-se a maior parte dos centros urbanos do país – justamente onde eram as áreas iniciais de colônia de exploração do país. Lembrando que: “a fronteira possui duas visões científicas: uma que trata da história política entre Estados nacionais e do limite de soberania de um poder central e a

outra local ou regional que trata do vivido e das interações entre populações em zonas fronteiriças” (FERRARI, 2014, p. 23).

Em uma breve caracterização em quatro importantes fases no que diz respeito à fase embrionária das fronteiras agrícolas até os dias atuais, podemos afirmar que – inicialmente – desde o período colonialista o Brasil carrega a herança de um território que deveria ser ocupado e utilizado. A partir da Era Vargas, uma maior presença do estado nas dinâmicas territoriais e auxílio no desenvolvimento do mercado nacional é percebida. A partir do Governo JK, uma maior designação da produção para o mercado exportador notada, incluindo anexação de novas fronteiras agrícolas, processo que foi catalisado na última grande fase que é a modernização da agricultura como vemos hoje e também o consolidado *status* de potência agrícola que o país carrega. Desse modo, observamos que: “O uso do território, que historicamente se dá de forma seletiva e desigual, revela-nos a face geográfica da desigualdade, dada por organizações territoriais e pelas normativas políticas.” (SCHALLENBERGER; SCHNEIDER, 2010, p. 217). Sendo assim, ao analisarmos a dinâmica dessas novas regiões agrícolas do país, podemos perceber o quão concentrado estão seus recursos, portanto:

Propomos manter o termo região, em sentido mais estrito, para esses espaços-momento que resultam efetivamente em uma articulação espacial consistente (ainda que mutável e “porosa”), complexa, seja por coesões de dominância sócio-econômica, política e/ou simbólico-cultural. Nesse caso cabe sempre discutir a força espacial/regional, ao mesmo tempo articuladora e desarticuladora, a partir dos sujeitos (sócio-econômicos e/ou culturais) e interesses políticos envolvidos. Muitas vezes é para ou em relação a apenas algum(ns) grupo(s) que a região efetivamente se constitui – e, nesse sentido, sem dúvida, o que representa articulação para uns pode representar desarticulação para outros. (HAESBAERT, 2010, p. 21)

Para muito além dos benefícios proporcionados pela forte pujança das novas fronteiras agrícolas como: um mercado automotivo nacional aquecido e com uma grande participação da venda de picapes (veículos de alto valor agregado) e concomitante a isso elevar o Brasil como referência internacional na exportação de produtos agrícolas. É preciso também atentar-se às adversidades que foram proporcionadas para que tais setores pudessem exercer tal desenvolvimento.

Desenvolvimento aqui compreendido não somente em relação ao agronegócio, de fato, com características louváveis, mas sim o desenvolvimento dessas mesmas áreas em termos socioespaciais e não somente economicamente. Em grande medida, as políticas supracitadas voltadas para uma economia de exportação fortaleceram o agronegócio na medida em que propiciaram: “a renúncia ao modelo de desenvolvimento nacional e o propósito de um

desenvolvimento associado desconstituíram o Estado do controle dos processos econômicos, entregando-os às forças do mercado”. (SCHALLENBERGER; SCHNEIDER, 2010, p. 220).

A problemática da concentração – seja de terras ou econômica – em todo território nacional não foi sanada com a melhora econômica e também aumentou a diferença entre os mais ricos e mais pobres. Enquanto os lucros da indústria automotiva são enviados para as matrizes no exterior (já que o país não dispõe de uma montadora nacional) e os lucros do agronegócio acabam se concentrando nas mãos de poucos, todos os problemas socioeconômicos proporcionados por tal dinâmica ainda esperam soluções tão rápidas quanto a ascensão economia das novas fronteiras agrícolas. Por fim, essa mesma ascensão acaba tornando as picapes médias como um objeto sinônimo de prosperidade adquirida em termos socioculturais, ao mesmo tempo que transparece o aspecto da modernidade nos Estados em com maior destaque na agricultura comercial.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com a análise, podemos perceber que em ambos os cenários – tanto o setor agrícola quanto o mercado automotivo – há sinais de boas taxas de crescimento para os próximos anos. No entanto, devemos chamar a atenção para que esse crescimento benéfico não fique restrito apenas aos grandes produtores e altos níveis da sociedade e que toda essa benesse atinja uma maior camada da sociedade. Em um país com desigualdade e peculiar contexto histórico como o Brasil, necessita de uma reflexão sobre a não-distribuição igualitária desses recursos provenientes do campo ou até mesmo reforma agrária, mas com certeza é necessário que se façam políticas públicas que desacelerem a desigualdade do país.

Tal desigualdade proporciona dados de consumo e poder de compra alarmantes para as localidades analisadas, diversos outros produtos poderiam ser exemplificados, mas coube aqui uma análise sobre as picapes médias, dada sua discrepância no contexto entre poder de compra x renda e a participação do agronegócio nesta. Trata-se de um segmento com quase 100% dos modelos oferecidos no mercado nacional de origem importada e com posicionamento de preços, segundo a Tabela FIPE, figurando entre R\$ 100 mil e R\$ 200 mil reais, uma realidade distante até mesmo para a maioria dos habitantes de grandes centros urbanos.

Os incentivos fiscais proporcionados pelo governo aos grandes produtores, facilita a aquisição desses veículos a preços com generosos descontos e com capacidade *off-road* e robustez que muitas vezes não se encontra em produtos de tão valor agregado quanto, porém

da categoria automóveis de passeio. Com o investimento das montadoras em projetos mais confortáveis, sofisticados, maciças campanhas de marketing e manutenção de suas características já mencionadas, torna-se altamente vantajosa a aquisição de picapes médias por parte de agentes do setor agrícola. Esse mesmo cenário de fartura para um setor tão restrito nos faz pensar que a concentração de renda dessas localidades é tão elevada que mesmo automóveis de custo médio e baixo possuem presença quase que irrelevante devido ao público dessas localidades estar concentrado justamente nas faixas mais elevadas de mercado.

Seguindo os dados socioeconômicos analisados, pode-se imaginar uma projeção ainda mais grave para o quadro observado. Houve uma melhora do campo entre os períodos destacados de 2000 a 2010. Sim, mas nesses mesmos dez anos de modesta progressão social ocorreu uma grande evolução econômica para o agronegócio, fato é que essa riqueza multiplicada detém-se nas mãos de poucos. Ao contrário do que se imaginava, a população local em sua maioria não ocupa cargos de maior remuneração nesse contexto (serviços braçais, por exemplo), mas sim uma população migrante e qualificada de centros urbanos e até mesmo de outros estados, de fato, muito mais barato para as empresas do que investir em processos de qualificação dos habitantes da área.

Essa melhora nos índices de alfabetização proporcionaria melhores empregos e oportunidades para uma grande quantidade habitantes das novas fronteiras agrícolas melhorando índices sociais já mencionados como: Gini, IDH, IDHRenda, Prosperidade Social etc. Em conjunto com o estado, a promoção de obras de infraestrutura, ampliação de programas e projetos sociais, além da melhoria da “mais-valia urbana” nessas localidades, seriam notadas evoluções para ambos os lados (social e econômico). Mas infelizmente, mesmo sendo o caminho adequado, este acaba sendo um jeito mais demorado e custoso por parte da iniciativa privada ou mesmo para o próprio Estado.

Dessa forma, percebemos que o campo está se configurando da mesma forma que as grandes cidades, onde o global sobrepõe-se ao local e marginaliza a população excluída desse processo que por falta de recursos capitais ou detenção dos meios de produção encontram-se aquém de usufruir das benesses e oportunidades provenientes do sistema. Fica em aberto uma reflexão sobre como serão as coisas futuramente caso isso se perpetue, desmatamento em regiões para o avanço das fronteiras, expansão de terras produtivas monocultoras, concentração de renda e recursos nas mãos de poucos, crescimento econômico e poder de consumo em proporção desigual à população majoritária dessas localidades. E tudo isso para a produção de

bens voltados – em sua maioria para a exportação -, o Brasil dos brasileiros segue ao rumo do Brasil para os estrangeiros.

REFERÊNCIAS

- AUTOMOTIVE BUSINESS - Jato Dynamics.** Disponível em: <http://automotivebusiness.com.br/noticias?tag=Jato%20Dynamics> Último acesso em: 03/10/2019
- ARAÚJO, Tânia Bacelar. Por Uma Política Nacional de Desenvolvimento Regional. **Revista Econômica do Nordeste**, Fortaleza, v. 30, n. 2, p. 144-161, abr.-jun. 1999
- BECKER, Bertha. K. **Significância Contemporânea da Fronteira:** Uma interpretação Geopolítica a Partir da Amazônia Brasileira. In: *Fronteiras*. Brasília: Editora UnB, p. 60-89 1988.
- BERMANN, Célio; DOMINGUES, Mariana Soares. **O Arco de Desflorestamento na Amazônia: Da Pecuária à Soja.** *Ambiente & Sociedade*. São Paulo v. XV, n. 2, p. 1 -22, mai.-ago. 2012.
- BRASIL. **Decreto N° 8.447**, de 6 de Maio de 2015. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2015-2018/2015/Decreto/D8447.htm Último acesso em: 20/10/2018.
- BRASIL. **FENABRAVE – Federação Nacional da Distribuição de Veículos Automotores.** Disponível em: <http://www3.fenabrave.org.br:8082/plus/> Último acesso em: 29/01/2019
- BRASIL. **Lei nº 6.729/79**, de 28 de Novembro de 1979. Lei Ferrari. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/CCivil_03/Leis/L6729.htm Último acesso em: 15/10/2018
- BRASIL. **Lei nº 8.132/90**, de 26 de Novembro de 1990. Lei Ferrari (Alterações de 1990) Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/L8132.htm Último acesso em: 15/10/2018
- Campanha Pôneis Malditos**, Nissan Motors do Brasil. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=BZ-rGoTOESE> Último acesso em: 03/10/2019
- CATAIA, Márcio Antônio. *Fronteiras: Territórios em Conflito*. In: **Anais do XIII Encontro Paranaense de Estudantes de Geografia (EPEG)**. Universidade Estadual do Oeste do Paraná. Cascavel, 2008.
- COSTA, Marco Aurélio; MARGUTI, Bárbara Oliveira. **Atlas da Vulnerabilidade Social Nos Municípios Brasileiros**. Brasília : IPEA, 2015. 77 p
- ELIAS, Denise. Agronegócio e Desigualdades Socioespaciais, In: ELIAS, Denise e PEQUENO, Renato (Org), **Difusão do Agronegócio e Novas Dinâmicas Socioespaciais**, Fortaleza: Banco do Nordeste do Brasil, p. 25-82, 2006.
- _____. Ensaio Sobre os Espaços Agrícolas de Exclusão. **Revista NERA**, Presidente Prudente. Ano 9, nº. 8, pp. 29-51 Jan.-jun./2006

ENOSHITA, Evandro. **Conheça as Dez Picapes Mais Vendidas do Mundo em 2018**. Motor Show: Portal Terra, 28 de Junho de 2018. Disponível em: <https://motorshow.com.br/conheca-as-10-picapes-mais-vendidas-do-mundo-em-2018/> Último acesso em: 03/10/2019

FERRARI, Maristela. As Noções de Fronteira em Geografia. **Revista Perspectiva Geográfica**, UNIOESTE v.9, n.10. Marechal Cândido Rondon, 2014.

FORNARO, Alexandre Caselli. **Logística e Agronegócio Globalizado no Estado do Tocantins: Um Estudo Sobre a Expansão Das Fronteiras Agrícolas Modernas no Território Brasileiro**. Dissertação (mestrado) - Universidade Estadual de Campinas, Instituto de Geociências. Campinas, SP.: [s.n.], 2012.

FORTUNATTI, Leo. **Ford Apresenta Resultados Positivos com SUVs e Picapes**. Motor1.com Brasil, São Paulo, 28 de Outubro de 2018. Disponível em: <https://motor1.uol.com.br/news/273704/ford-eua-resultados-picapes-suv/> Último acesso em: 19/04/2019

FRANCO, Edson. **Montadoras Fazem Promoção de Picapes na Agrishow**. Canal Rural, UOL. Ribeirão Preto, 2017. Disponível em: <https://canalrural.uol.com.br/noticias/montadoras-fazem-promocao-picapes-agrishow-67217/> Último acesso em: 29/01/2019

GOMES, Paulo César da Costa. O Conceito de Região e Sua Discussão. In: CASTRO, Inês Elias. et al. (Orgs.). **Geografia: Conceitos e Temas**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1995, p. 49-76.

GREENPEACE BRASIL. **Amapá: No Olho do Furacão do Agronegócio e da Especulação Fundiária**. 25 de Setembro de 2017. Disponível em: <https://www.greenpeace.org/brasil/blog/amapa-no-olho-do-furacao-do-agronegocio-e-da-especulacao-fundiaria/> Último acesso em: 10/01/2019

HAESBAERT, Rogério. **Região, Regionalização e Regionalidade: Questões Contemporâneas**. Antares – Letras e Humanidades, n° 3 – Jan/jun, 2010.

MIRANDA, Evaristo. Matopiba: **Desenvolver a Agricultura ou os Agricultores?**. Instituto Plínio Corrêa de Oliveira, 8 de Junho de 2015. Disponível em: <https://ipco.org.br/matopiba-desenvolver-a-agricultura-ou-os-agricultores/#.W9kxNJNKhPY> Último acesso em: 20/10/2018.

JORNAL DO CARRO. **“Pôneis Malditos” Chega a 10 Premiações**. Estadão, 12/11/2011. Disponível em: <https://jornaldocarro.estadao.com.br/carros/poneis-malditos-chega-a-10-premiacoes/> Último acesso em: 03/10/2019

PORCIONATO, Gabriela Lanza; CASTRO, César Nunes; PEREIRA, Caroline Nascimento. **Aspectos Sociais do Matopiba: Análise Sobre o Desenvolvimento Humano e a Vulnerabilidade Social**. Texto para discussão / Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada. – Brasília, 2018.

PORTAL KLFF. **Soja: Na entressafra, Roraima Surge Como Nova Fronteira Agrícola**. Kleffman Group, 13 de Março de 2018. Disponível em:

<http://portalklff.com.br/publicacao/soja-na-entressafra-roraima-surge-como-nova-fronteira-agricola-1289> Último acesso em: 20/10/2018

QUINTANILHA, Sergio. **Setor Automotivo Começa a se Recuperar em 2017**. Automotive Business, 17/04/2017. Disponível em: <http://automotivebusiness.com.br/noticia/25646/setor-automotivo-comeca-a-se-recuperar-em-2017> Último acesso em: 03/10/2019

RAFFESTIN, Claude. **Por Uma Geografia do Poder**. São Paulo: Ática, 1993, parte 3, p. 143-217

REGHIN, Mariane; NIERO NETO, Nelson. **Especial Picapes: Fazendeiros Avaliam Quatro Modelos de Caminhonetes**. Globo Rural, 27 de Agosto de 2018 (atualizado em 29 de Agosto de 2018). Disponível em: <https://revistagloborural.globo.com/Noticias/Agricultura/noticia/2018/08/especial-picapes-fazendeiros-avaliam-quatro-modelos-de-caminhonetes.html> Último acesso em: 03/10/2019

REIS, Simony Lopes da Silva. A Territorialização do Capital Globalizado na Nova Fronteira Agrícola Nacional: MATOPIBA. **II Simpósio Baiano de Geografia Agrária: Entre a Teoria e a Prática, Articulações e Resistências**. Julho de 2017, Salvador – BA.

SANTANA, Werther. **Saiba Tudo Sobre as Picapes Médias Vendidas no Brasil**. Jornal do Carro, Estadão. São Paulo, 2018. Disponível em: <https://jornaldocarro.estadao.com.br/carros/dossie-picapes-medias/> Último acesso em: 29/01/2019

SCHALLENBERGER, Erneldo; SCHNEIDER, Iara Elisa. **Fronteiras Agrícolas e Desenvolvimento Territorial – Ações de Governo e Dinâmica do Capital**. Sociologias, Porto Alegre, ano 12, no 25, set./dez. 2010, p. 202-222

SICSÚ, Abraham; LIMA, João Policarpo. **Fronteiras Agrícolas no Brasil: A Lógica de Sua Ocupação Recente**. Nova Economia, v. 10, n. 01, p. 109-138, 2000.

SILVA, Magda Valéria. **A Indústria Automobilística em Catalão/Goiás: Da Rede ao Circuito Espacial da Produção da MMC Automotores do Brasil S.A.** Tese (Doutorado) – Universidade Federal de Uberlândia Programa de Pós-Graduação em Geografia. Uberlândia, 2011.

SOUZA, Glaycon Vinícios Antunes. **A Elaboração da Viabilidade Territorial Para o Agronegócio na Região da Matopiba**. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal de Uberlândia, Programa de Pós-Graduação em Geografia. Uberlândia, 2017.

VIEIRA FILHO, José Eustáquio Ribeiro. **Expansão da Fronteira Agrícola no Brasil**. Texto para discussão / Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada. - Brasília, 2016.

XAVIER, Glauber Lopes. **MATOPIBA: A Ocupação da Nova Fronteira Agrícola Nos Quadros do Padrão Exportador de Especialização Produtiva**. Revista CONFINS, Edição 39, 2019. Disponível em: <https://journals.openedition.org/confins/17590> Último acesso em: 03/10/2019

ANEXOS



Foto: Auto Informe

CHEVROLET S10**CHEVROLET****Preços (1º trimestre 2018):**
De R\$ 114.490 a R\$ 191.190**Motores:**
2.5 Flexível de até 206 cv
2.8 Turbodiesel de 200 cv**Transmissões:**
Automática de seis velocidades
Manual de seis velocidades
Manual de cinco velocidades**Peso:**
1.772 KG**Caçamba:**
1.378 KGFonte: Estádio
Elaboração: Caio Henrique

Foto: Motor Show

mitsubishi L200 TRITON SPORT**MITSUBISHI
MOTORS****Preços (1º trimestre 2018):**
De R\$ 126.990 a R\$ 174.990**Motores:**
2.4 Turbodiesel de 190 cv**Transmissões:**
Manual de seis marchas
Automática de cinco marchas**Peso:**
1.900 KG**Caçamba:**
1.050 KGFonte: Estádio
Elaboração: Caio Henrique



Preços (1º trimestre 2018):
De R\$ 150.990 a R\$ 168.700

Motor:
2.3 Biturbodiesel de 190 cv

Transmissão:
Automática de sete marchas

Peso:
1.985 KG

Caçamba:
1.050 KG

Foto: Auto Dash Board

NISSAN FRONTIER

Fonte: Estadão
Elaboração: Caio Henrique



Volkswagen

Preços (1º trimestre 2018):
De R\$ 117.990 a R\$ 184.990

Motores:
2.0 Turbodiesel de 140 cv
2.0 Biturbodiesel de 180 cv
3.0 V6 Turbodiesel de 226 cv

Transmissões:
Manual de seis marchas
Automática de oito marchas

Peso:
1.901 KG

Caçamba:
1.139 KG

Foto: Car Magazine

VOLKSWAGEN AMAROK

Fonte: Estadão
Elaboração: Caio Henrique



Foto: Encontra Carros

TOYOTA HILUX



TOYOTA

Preços (1º trimestre 2018):
De R\$ 108.990 a R\$ 193.270

Motores:
2.7 Flexível de até 163 cv
2.8 Turbodiesel de 177 cv

Transmissões:
Manual de cinco marchas
Manual de seis marchas
Automática de seis marchas

Peso:
1.805 KG

Caçamba:
1.195 KG

Fonte: Estadão
Elaboração: Caio Henrique



Foto: Auto Esporte

FORD RANGER



Preços (1º trimestre 2018):
De R\$ 108.420 a R\$ 190.990

Motores:
2.5 flexível de até 173 cv
2.2 Turbodiesel de 160 cv
3.2 Turbodiesel de 200 cv

Transmissões:
Manual de seis marchas
Manual de cinco marchas
Automática de seis marchas

Peso:
1.859 KG

Caçamba:
1.341 KG

Fonte: Estadão
Elaboração: Caio Henrique