Anais de Artigos
VII Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais
ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 7 (2025)

Processo de midiatização e visibilidade: análise das ações do Ministério da Agricultura e Pecuária frente ao bloqueio de recursos do Plano Safra[1]

Mediatization and visibility process: analysis of the actions of the Ministry of Agriculture and Livestock in response to the blocking of resources from the Safra Plan

Milena Carolina de Almeida[2]
Caroline Kraus Luvizotto[3]

Palavras-chave: Comunicação; Agronegócio; Midiatização.

Resumo: Em 20 de fevereiro de 2025, o Governo Federal anunciou a suspensão de novas contratações de financiamentos subvencionados pelo Plano Safra 2024/25, desencadeando reações imediatas por parte dos stakeholders do agronegócio. O presente texto analisa as estratégias de comunicação adotadas pelo Ministério da Agricultura e Pecuária, órgão responsável pela mediação entre o governo e os agentes do setor agropecuário, frente à suspensão dos recursos. Os canais de comunicação digital do

[1] Trabalho apresentado ao VI Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais. POSCOM-UFSM e ECA-USP. Este texto apresenta resultados parciais de pesquisas financiadas pela Fapesp – Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (processos 2025/02747-3 e 2024/00985-1).

[2] Mestre em Comunicação pela Unesp – Universidade Estadual Paulista e doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Unesp. Bolsista da Fapesp – Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo. Membro do Centro de Ciências para o Desenvolvimento Smart B100 (CCD-SB100). Contato: milena.almeida@unesp.br.

[3] Doutora em Ciências Sociais. Livre-docente em Comunicação e Cidadania. Pesquisadora e docente permanente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Unesp – Universidade Estadual Paulista. Pesquisadora do Centro de Ciências para o Desenvolvimento Smart B100 (CCD-SB100). Contato: caroline.luvizotto@unesp.br.

Anais de Artigos
VII Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais
ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 7 (2025)

órgão foram analisados com base na metodologia de Análise de Conteúdo. Constatou-se que as estratégias de noticiamento refletem a influência do processo de midiatização sobre as ações institucionais e que a articulação entre visibilidade e invisibilização demonstra o reconhecimento e a apropriação de dinâmicas midiáticas pelo órgão.

Abstract: On February 20, 2025, the Federal Government announced the suspension of new subsidized loan contracts under the 2024/25 Plano Safra, triggering immediate reactions from agribusiness stakeholders. This paper analyzes the communication strategies adopted by the Ministry of Agriculture and Livestock, the agency responsible for mediating between the government and agricultural sector actors, in response to the funding suspension. The Ministry's digital communication channels were examined using Content Analysis methodology. The findings show that the news framing strategies reflect the influence of the mediatization process on institutional actions, and that the interplay between visibility and invisibility demonstrates the agency's recognition and appropriation of media dynamics.

Keywords: Communication; Agribusiness; Mediatization.

1. Introdução

O agronegócio brasileiro consolidou-se, nas últimas décadas, como um dos pilares da economia nacional, exercendo papel estratégico na composição do Produto Interno Bruto, na geração de superávits comerciais e no fornecimento de alimentos em escala global. Esse desempenho é resultado direto de um processo histórico de modernização do setor, impulsionado por políticas públicas implementadas a partir da

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 7 (2025)

década de 1960, que alicerçaram sua expansão em investimentos em pesquisa, extensão rural e crédito. A trajetória delineada por instituições como a Embrapa demonstra que, entre 1975 e 2017, a produção de grãos no Brasil multiplicou-se por mais de seis vezes, passando de 38 para 236 milhões de toneladas, mesmo com o crescimento proporcionalmente inferior da área plantada. Essa revolução técnica foi acompanhada por mudanças estruturais na relação entre o Estado, os produtores e a ciência, com a introdução massiva de pacotes tecnológicos e o fortalecimento de um modelo produtivista orientado à eficiência, padronização e maximização da produtividade (Luvizotto et al., 2024).

O desempenho do setor do agronegócio está fortemente ligado a políticas públicas de crédito e financiamento, especialmente o Plano Safra, criado em 2003 como principal instrumento estatal de estímulo à agricultura empresarial. A relação entre o Estado e os agentes produtivos do campo, contudo, não se limita ao plano econômico; ela envolve disputas simbólicas, ideológicas e comunicacionais, especialmente em contextos de crise ou tensão institucional.

Nesse cenário, compreender como o poder público se comunica com seus stakeholders torna-se essencial para avaliar a capacidade do Estado de mobilizar apoio, manter sua legitimidade e mitigar conflitos. A crise deflagrada em fevereiro de 2025, quando o Governo Federal anunciou a suspensão das novas contratações de financiamentos subvencionados pelo Plano Safra 2024/25, ilustra os desafios impostos às instituições públicas diante de rupturas na previsibilidade de políticas essenciais ao setor. A medida, anunciada por meio de ofício técnico do Tesouro Nacional, gerou reações imediatas por parte dos representantes do agronegócio, além de ampla repercussão midiática negativa, convertendo-se em uma crise de comunicação e governança.

Paralelamente ao avanço técnico e econômico do agronegócio, as práticas comunicacionais voltadas ao campo também passaram por reconfigurações significativas. O modelo tradicional de extensão rural, centrado em uma comunicação

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 7 (2025)

vertical, unidirecional e orientada à difusão de conteúdos técnico-científicos, foi gradualmente tensionado por abordagens críticas que defendem a participação ativa dos produtores na construção do conhecimento. A partir da década de 1980, influenciada por correntes freirianas, a comunicação rural passou a incorporar, ainda que de forma parcial, princípios dialógicos e educativos, visando à emancipação e ao protagonismo dos públicos do campo. No entanto, no contexto atual de digitalização das instituições e da midiatização das relações sociais, observa-se a persistência de estratégias comunicacionais ancoradas na lógica difusionista e na gestão da visibilidade (Luvizotto et al., 2024). Esse cenário coloca desafios importantes para as instituições públicas que atuam no setor, como o Ministério da Agricultura e Pecuária (MAPA), que precisam articular a comunicação institucional a contextos altamente sensíveis, como as crises de financiamento, sem romper com os vínculos de confiança estabelecidos com os agentes produtivos.

O episódio adquire contornos ainda mais complexos quando analisado sob a ótica do processo de midiatização, entendido como o fenômeno pelo qual os meios de comunicação, em especial os digitais, passam a ocupar papel estruturante na lógica de funcionamento das instituições sociais, moldando sua atuação e os modos de construção de sentido (Fausto Neto, 2012). A partir desse enquadramento teórico, este artigo investiga como o Ministério da Agricultura e Pecuária (MAPA), responsável por intermediar a relação entre o Estado e os produtores rurais, conduziu sua comunicação digital institucional diante da crise instaurada pela suspensão dos recursos do Plano Safra.

A hipótese central da investigação é que o MAPA adotou estratégias comunicacionais influenciadas pelas lógicas da midiatização, pautando sua atuação em uma articulação deliberada entre visibilidade e invisibilização. Essa estratégia visa tanto controlar a narrativa institucional em um ambiente de crise quanto modular a percepção pública sobre a atuação do Governo Federal junto ao setor agropecuário. Nessa perspectiva, o conceito de visibilidade, conforme proposto por Thompson (2008), é

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 7 (2025)

mobilizado para analisar os modos como determinados temas ou ações são colocados em evidência, ao passo que outros são estrategicamente omitidos ou silenciados. A esse conceito soma-se a noção de invisibilização, desenvolvida por Da Silva e Baldissera (2021), como prática deliberada de contenção da exposição midiática de eventos potencialmente danosos à reputação organizacional.

A escolha do objeto de estudo, a atuação comunicacional do MAPA, justifica-se pelo papel estratégico que o órgão exerce como ponte entre o Executivo e os agentes do agronegócio, especialmente em conjunturas de elevada sensibilidade política. Em um cenário de desconfiança crescente entre o setor e a gestão do presidente Luiz Inácio Lula da Silva, agravada por episódios como o remanejamento do Sistema Nacional de Cadastro Ambiental Rural para o Ministério do Meio Ambiente e os tensionamentos simbólicos com o Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST), a suspensão dos financiamentos do Plano Safra atuou como gatilho para um novo ciclo de desgaste entre governo e produtores.

A análise aqui proposta ancora-se na metodologia de Análise de Conteúdo, conforme sistematizada por Laurence Bardin (2011), aplicada ao corpus formado pelas publicações realizadas nos canais digitais oficiais do MAPA, site institucional, perfil no Facebook e perfil no Instagram, entre os dias 20 e 27 de fevereiro de 2025, semana em que se deu a crise. As unidades de registro foram delimitadas pelo termo “Plano Safra”, permitindo a identificação das unidades de contexto nos posts relacionados ao tema. O objetivo foi identificar como o órgão modulou sua comunicação para responder à crise, quais elementos foram enfatizados, quais foram silenciados e como se deu a temporalidade da exposição midiática.

Ao analisar um caso concreto de crise comunicacional em um dos setores mais estratégicos da economia brasileira, o presente artigo contribui para o aprofundamento do debate sobre as implicações da midiatização nas práticas de comunicação pública e institucional, evidenciando os dilemas, limites e contradições que permeiam o exercício

Anais de Artigos
VII Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais
ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 7 (2025)

da comunicação governamental em tempos de polarização, desconfiança e alta exposição.

2. A Trajetória de Lula e o Agronegócio no Brasil

Embora a agricultura e a pecuária estejam presentes no Brasil desde o início da trajetória de colonização do país, foi apenas a partir da década de 1990, que a denominação "agronegócio" surgiu para referenciar a parcela do setor de produção rural que vinha ganhando relevância na dinâmica econômica nacional e internacional, e assumindo um capital político cada vez mais proeminente, conforme detalha Lerrer (2020) ao analisar as edições da Agroanalysis, publicação desenvolvida junto à Fundação Getúlio Vargas e reconhecida como espaço de demarcação dos moldes que hoje o agronegócio brasileiro possui.

Em sua análise, Lerrer (2020) demonstra que o conceito de agronegócio foi cunhado para substituir o estrangeirismo "agribusiness", proposto no contexto estadunidense no final da década de 1950, e ascendeu em meio à formatação de um polo oposto à luta pela reforma agrária enquanto política pública, que vinha sendo implementada durante os anos 1990. É diante neste cenário que se inicia uma relação permeada por complexidades entre o setor em formação e o ator político Luiz Inácio Lula da Silva.

Representante do Partido dos Trabalhadores (PT), sigla oriunda de movimentos populares e operários por melhores condições de trabalho, moradia, saúde, entre outras demandas sociais, Lula ingressou na cena pública sendo associado ao polo oposto ao agronegócio, por falas como a expressa em meio à campanha presidencial de 1994: "É um absurdo que uma pessoa como o Pedro Dotto tenha um latifúndio como ele tem no Acre, enquanto a maioria da população não tem sete palmos de terra para ser enterrada" (Folha..., 1994, s.p.).

A posição do político em relação aos movimentos sociais pela reforma agrária, ao longo das campanhas presidenciais em que concorreu nos anos de 1989, 1994 e

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 7 (2025)

1998, foi vista como ameaça aos interesses do setor do agronegócio, tendo em vista a centralidade da propriedade privada para a manutenção de produções rurais enquanto empresas, como ressalta Cavalcante (2019), a consolidação do agronegócio, associada à expansão da lógica capitalista na agricultura e à presença territorial de empresas que promovem esse modelo produtivo, transforma profundamente as formas de apropriação do território. Esse processo modifica tanto a função do espaço como ativo do capital quanto as dinâmicas de uso e ocupação da terra, impactando diretamente os mecanismos que sustentam a propriedade privada. Além disso, reforça estratégias que asseguram a continuidade e o avanço do latifúndio, da concentração fundiária e da permanência de estruturas desiguais no meio rural.

Em 2002, no entanto, na quarta vez em que participou de uma disputa presidencial, o petista adotou um tom flexível em relação à agenda prévia de compromissos públicos que havia estipulado (Machado, 2009), com uma postura conciliatória em relação aos interesses do setor, a ponto de trazer para o comando do Ministério de Agricultura, Pecuária - MAPA, após a eleição, uma das principais lideranças intelectuais laureadas pela referida Agroanalysis: Roberto Rodrigues. Eleito para dois mandatos presidenciais, que o mantiveram como presidente do Brasil até 2010, Lula deu continuidade a projetos de seu predecessor, Fernando Henrique Cardoso, em favor de potencializar o desempenho que o agronegócio vinha assumindo na dinâmica econômica nacional e transformar o Brasil no celeiro do mundo, por meio de ações como crédito rural, estímulo à modernização tecnológica e políticas de infraestrutura (Grisa, 2021), direcionadas tanto aos grandes produtores, quanto aos médios e às produções de agricultura familiar.

Depois de 12 anos, de volta às disputas presidenciais em 2022, Luiz Inácio Lula da Silva apostou na mesma estratégia adotada em 2002, trazendo para liderança do MAPA o ruralista Carlos Fávaro, como forma de demonstrar disposição para se aproximar de interesses do agronegócio nacional. Com um desempenho econômico mais relevante do que o apresentado há duas décadas e contando com uma articulação política substancial,

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 7 (2025)

incluindo bancada no Congresso Nacional, o agronegócio, no entanto, parece não estar aberto à aproximação de Lula como no passado, conforme o que o próprio ministro Fávaro descreveu durante uma entrevista no programa Roda Viva, do canal de TV aberta Cultura, quando listou motivos pelos quais grande parte dos produtores rurais não seria favorável à gestão do petista, sendo eles: o apoio declarado do setor ao predecessor e opositor do político, Jair Messias Bolsonaro; o remanejamento do órgão de regularização fundiária Sistema Nacional de Cadastro Ambiental Rural (CAR) para o Ministério do Meio Ambiente; a reação do governo às ocupações do Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST), que, segundo os representantes do setor, devia ser mais enérgica; a viagem de Lula com João Pedro Stédile, um dos principais líderes do MST, para a China, onde participaram de um encontro com o presidente Xi Jinping; a referência que Lula fez aos organizadores da maior feira agrícola do país, a Agrishow, como fascistas; e a presença de representantes do Governo em eventos do MST (Roda Viva, 2023).

Aos motivos listados por Fávaro, que em sua maioria estão relacionados ainda à associação de Lula ao polo oposto de interesse sobre a questão agrária, somam-se decisões adotadas pela gestão de Lula ao longo do ano de 2025 em relação a subsídios rurais, como o bloqueio de recursos do principal programa de crédito a grandes produtores: o Plano Safra.

3. O Plano Safra

Responsável por uma parcela significativa do Produto Interno Bruto e pelo superávit da balança comercial do Brasil, dominando aproximadamente metade do volume de exportações anuais, o setor agropecuário nacional é caracterizado por uma forte dependência ao crédito, fonte de financiamento historicamente consolidada e um dos principais condicionantes do desempenho das atividades do segmento (Servo, 2019). Essa dependência decorre, entre outros fatores, dos desdobramentos de políticas

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 7 (2025)

públicas implementadas ainda na década de 1960, para mitigar a escassez de alimentos que assolava a população, derivada de processos de industrialização, urbanização e aumento populacional. Para promover uma elevação na produtividade de áreas disponíveis para plantio e pecuária, o poder público lançou mão de estratégias alicerçadas em investimentos em pesquisa e desenvolvimento, extensão rural e crédito farto (Embrapa, 2017), incentivos que geraram resultados - entre os anos de 1975 e 2017, a produção de grãos, que era de 38 milhões de toneladas, cresceu mais de seis vezes, atingindo 236 milhões - e que moldaram a dinâmica do setor desde então.

Criado em 2003, durante o primeiro mandato presidencial de Luiz Inácio Lula da Silva, o Plano Safra foi descrito à época como um formato de investimento público no agronegócio, em reconhecimento ao setor como alavanca do desenvolvimento econômico do país e para favorecer a produção de alimentos básicos, de forma a atender o aumento da demanda que resultante de programas sociais do Governo, como o Fome Zero[4] (MAPA, 2003). Sob viés pragmático, o Plano Safra é delimitado como política pública voltada à agricultura empresarial - categoria integrada por grandes e médios produtores rurais - oferecendo montantes previamente delimitados na formatação de linhas de crédito com taxas de juros mais baixas e prazos alinhados às dinâmicas de produção rural. Além dele, subsídios governamentais são atribuídos aos produtores por meio de iniciativas complementares, dentre as quais ganham destaque o Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar - PRONAF, que beneficia produções de pequeno porte, e o Programa Nacional de Apoio ao Médio Produtor Rural - PRONAMP.

A lista de políticas de crédito rural conta ainda com programas em nível regional e estadual, além de vinculação a objetivos específicos, como a modernização de frotas e a manutenção de infraestrutura. Segundo Servo (2019), a lista de subsídios é resultado

[4] Programa social lançado em 2003, pelo então presidente Luiz Inácio Lula da Silva, cujo objetivo está em combater a fome e a pobreza extrema no Brasil.

de um cenário em que a modalidade de crédito rural "sofre significativa intervenção do poder público, como elevada regulamentação, direcionamento de recurso, fixação de juros, edição de programas de renegociação de dívida e concessão de subsídios explícitos e implícitos".

Anunciado anualmente pelo Governo Federal, o montante a ser disponibilizado através do Plano Safra tradicionalmente é revelado no mês de junho, poucos dias antes do início do "ano-safra", que no Brasil começa oficialmente em 1º de julho e vai até 30 de junho do ano seguinte. Desde sua criação, o Plano tem sido mantido por diferentes equipes governamentais de forma ininterrupta, variando apenas em volume de montante disponibilizado, taxas aplicadas e prioridades estabelecidas. Como ressalta Servo (2019), a participação do Governo desde a definição do montante até o formato de disponibilização, traduz uma forma do poder público em participar do planejamento, do custeio e do plantio das principais safras do país e, consequentemente, das dinâmicas do principal expoente do mercado brasileiro no panorama global. A referida proximidade, no entanto, também representa um risco, tendo em vista que o desempenho da política pública, ou eventuais adequações e rupturas que possam se estabelecer sobre ela, passam a incidir sobre a avaliação que o público faz sobre o próprio Governo, como é o caso do descontentamento do agronegócio nacional com o bloqueio do Plano Safra anunciado pelo Governo Lula.

4. O bloqueio do Plano Safra

Em 20 de fevereiro de 2025, o Governo Federal anunciou a suspensão de novas contratações de financiamentos subvencionados pelo Plano Safra 2024/25, programa que compreende um conjunto de linhas de crédito, incentivos e políticas agrícolas voltados especialmente para médios e grandes produtores rurais brasileiros (MAPA, 2024). A medida foi formalizada por meio de um ofício expedido pelo Tesouro Nacional e encaminhado diretamente às instituições financeiras autorizadas a operar o

crédito rural subsidiado (Toledo, 2025), sem intermediação pública prévia por parte do Ministério da Agricultura e Pecuária. A decisão surpreendeu o setor produtivo e gerou reações imediatas de atores estratégicos do agronegócio, tanto pela ausência de articulação prévia quanto pela percepção de instabilidade no cumprimento das promessas governamentais ligadas à política agrícola nacional.

Segundo informações divulgadas pela imprensa especializada, a motivação do bloqueio estaria relacionada a uma combinação de fatores estruturais e conjunturais: o aumento das taxas de juros, a elevação da demanda por crédito rural diante das oscilações de mercado e, sobretudo, as divergências entre o Poder Executivo e o Congresso Nacional em torno do orçamento e do teto de gastos públicos para o exercício de 2025. Diante da forte repercussão da medida, no dia seguinte ao anúncio, o ministro da Fazenda, Fernando Haddad, declarou a intenção do governo de editar uma Medida Provisória destinada à liberação de aproximadamente R$ 4 bilhões em créditos extraordinários, com o objetivo de restabelecer, ao menos parcialmente, o funcionamento do Plano Safra nos meses subsequentes (G1, 2025).

Contudo, a sinalização de Haddad não foi suficiente para conter a insatisfação dos stakeholders do setor agropecuário. A percepção dominante foi a de que o volume anunciado pela medida provisória estava aquém das necessidades do setor, o que intensificou a mobilização de entidades representativas e o discurso crítico por parte da imprensa e de parlamentares ligados ao agronegócio. Manchetes como “Suspensão do Plano Safra abre novo embate entre Lula e o agronegócio” (Oliveira; Ribas, 2025) demonstram o enquadramento adversarial adotado por diversos veículos jornalísticos. A Federação da Agricultura e Pecuária de Goiás, por exemplo, destacou que a suspensão impõe “um impacto severo aos produtores rurais, que dependem desses recursos para garantir a produção e a continuidade de suas atividades” (Federação da Agricultura e Pecuária de Goiás, 2025, s.p.).

Paralelamente, outras vozes institucionais manifestaram-se de forma crítica, ampliando o desgaste da imagem do governo perante o setor. A Frente Parlamentar da

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 7 (2025)

Agropecuária (Agência FPA, 2025), com ampla representação no Congresso Nacional, posicionou-se em defesa da retomada plena do crédito rural, denunciando a insegurança institucional provocada pela medida. A Associação dos Plantadores de Cana da Paraíba (Jornal da Cana, 2025) também manifestou preocupação com os efeitos do bloqueio sobre as cadeias produtivas regionais, cuja sustentabilidade depende da previsibilidade e da regularidade dos subsídios oficiais.

Nesse cenário de crise, o Plano Safra, tradicionalmente apresentado como símbolo do compromisso estatal com o desenvolvimento do agronegócio, foi reconfigurado discursivamente em um campo de disputa simbólica entre o Governo Federal e os representantes do setor. A interrupção abrupta dos contratos, seguida de uma resposta parcial e mal recebida, provocou uma deterioração das relações institucionais e expôs fragilidades na estratégia de comunicação pública do Executivo. A ausência de mensagens claras, tempestivas e articuladas com os públicos diretamente afetados contribuiu para a amplificação do conflito, evidenciando a centralidade da comunicação na gestão de políticas públicas em setores sensíveis da economia nacional.

A crise gerada pelo bloqueio do Plano Safra, portanto, não se limita ao campo econômico, mas insere-se no terreno simbólico das disputas por legitimidade entre governo e agronegócio. Mais do que uma decisão orçamentária, o episódio revelou os limites da atuação governamental em contextos de alta visibilidade pública, demandando não apenas respostas institucionais, mas também estratégias de comunicação capazes de sustentar a confiança dos stakeholders. Essa conjuntura torna-se, assim, um caso para a análise das práticas comunicacionais sob a perspectiva da midiatização, o que será aprofundado a seguir.

5. Análise de caso

Para verificar de que forma o Ministério da Agricultura e Pecuária se comunicou com seu público-alvo, na ocasião do bloqueio de recursos do Plano Safra, foram

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 7 (2025)

analisados os canais de comunicação digital do órgão, nomeadamente: o site institucional, o perfil no Facebook e o perfil no Instagram, ao longo da semana em que ocorreu o anúncio, ou seja, entre os dias 20 e 27 de fevereiro de 2025. Como metodologia, foi utilizado o arcabouço proposto por Laurence Bardin em Análise de Conteúdo (2011), com destaque à tipologia relacional, na qual unidades de registro são demarcadas para apoiar a identificação de unidades de contexto a serem analisadas. Especificamente neste trabalho, as unidades de registro demarcadas foram "Plano Safra", apoiando a identificação de unidades de contexto representadas pelos posts em mídias sociais e no site do Ministério.

A análise dos espaços digitais revelou duas publicações feitas no perfil do Instagram e duas no perfil do Facebook do Ministério da Agricultura e Pecuária, sobre a temática do Plano Safra. No site da organização, não houve publicação sobre o tema. Com base na observação do conteúdo publicado pela pasta nas mídias sociais, identificamos três fases de ação com diferentes estratégias. A primeira fase ocorreu no dia 20 de fevereiro, data do anúncio do bloqueio. Na ocasião, a estratégia utilizada foi a de invisibilidade, tendo em vista que os conteúdos divulgados não abordam a situação e dão destaque à ação de Lula na conclusão de acordos internacionais, redirecionando a visibilidade a pautas positivas para a imagem do Governo Federal junto ao setor. Os seguidores dos perfis do Ministério, no entanto, usam o espaço de comentários, nas publicações feitas em 20 de fevereiro, para cobrar explicações e posicionamentos do órgão, que não responde às provocações.

A segunda fase ocorreu em 22 de fevereiro, com uma postagem abordando o anúncio sobre a medida provisória — realizado um dia antes pelo Ministro da Fazenda, Fernando Haddad. A publicação reverbera o tema amplamente noticiado no dia anterior e faz com que a soma de comentários, curtidas e compartilhamentos ultrapasse a média de engajamento do público nas mídias sociais do Ministério em mais de 90%, com destaque à seção de comentários. Ao ir ao ar um dia depois do anúncio em uma página

voltada ao público rural, a publicação ampliou também o período de exposição, e consequente visibilidade, à decisão tomada pelo Governo Federal.

Por fim, a terceira fase consistiu em um anúncio sobre a assinatura e a publicação da medida provisória, em 26 de fevereiro, dois dias depois do fato ter ocorrido e repercutido em nível nacional. A publicação repercute a aprovação da medida, assim como dezenas de canais midiáticos fizeram, mas agrega novas informações ao tema, promovendo a visibilidade a novos fatos, o engajamento com o público e a expansão do período de exposição à agenda positiva do Governo Federal junto ao segmento do agronegócio, mesmo que o ápice da notícia já tivesse passado.

Para os objetivos deste trabalho, torna-se relevante compreender como o processo de midiatização, entendido como um fenômeno que leva as organizações a internalizarem lógicas midiáticas na sua atuação institucional, influencia a forma como os órgãos públicos comunicam crises e operam suas estratégias discursivas. Conforme propõe Fausto Neto (2012), essa lógica não se restringe à simples divulgação de informações, mas busca ocupar o lugar da própria imprensa na definição dos enquadramentos narrativos, projetando conteúdos que simultaneamente informam e orientam a cobertura midiática segundo os interesses institucionais. No caso do Ministério da Agricultura e Pecuária, observam-se indícios de uma tentativa de antecipação discursiva por meio de postagens e pronunciamentos que visaram tanto minimizar os danos reputacionais quanto engajar setores estratégicos do público agroprodutivo.

Essa atuação se insere na dinâmica que Thompson (2008) conceitua como “nova visibilidade mediada”, em que as instituições expõem seletivamente suas ações em ambientes digitais e públicos, ao mesmo tempo em que enfrentam a dificuldade de controlar a circulação e reinterpretação dessas exposições. Tal visibilidade, embora potencialmente benéfica à construção de imagem e à narrativa institucional, carrega o risco constante de ser ressignificada negativamente, especialmente em contextos de conflito ou tensão. Complementarmente, Da Silva e Baldissera (2020) introduzem o conceito de invisibilidade como contrapartida estratégica, menos discutida no campo

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 7 (2025)

acadêmico, mas recorrente nas práticas de comunicação organizacional. Para os autores, invisibilizar determinados aspectos ou informações, ao mesmo tempo em que se ilumina seletivamente outros, constitui uma manobra que desloca a função pública da comunicação em favor da lógica de desempenho e preservação institucional.

A adoção dessas estratégias não se pauta, necessariamente, por compromissos éticos ou pela promoção do interesse público. Pelo contrário, conforme sugerem Da Silva e Baldissera (2020), em contextos de crise, prevalece o imperativo técnico de mitigar riscos e preservar a legitimidade organizacional, mesmo que isso implique em omitir, silenciar ou descontextualizar aspectos relevantes da realidade. Em outras palavras, práticas de visibilidade e invisibilização são mobilizadas de forma instrumental, subordinando a transparência à gestão de imagem e à contenção de danos.

A hipótese que sustenta esta análise, portanto, é a de que o MAPA recorreu conscientemente a essas estratégias durante o episódio do bloqueio do Plano Safra, não apenas para proteger sua reputação em meio à crise, mas também para exercer um certo controle narrativo sobre os fatos. Tal controle opera por meio da escolha cuidadosa dos conteúdos veiculados nos canais digitais do ministério, compondo o que Silva (2018) denomina como "recortes de realidade". Segundo o autor, os reports institucionais não são descrições neutras, mas seleções orientadas por vieses e enquadramentos, que iluminam determinados elementos e ocultam outros. Como enfatiza: "Colocar algo sob a luz implica em deixar algo às sombras. Se 'tudo' recebe luz, é possível que nada prevaleça em termos de retenção e associação às 'imagens-conceito'" (Silva, 2018, s.p.).

Assim, a atuação comunicacional do MAPA diante do bloqueio do Plano Safra revela não apenas uma resposta técnica à crise, mas a internalização de dinâmicas típicas da midiatização, nas quais a comunicação institucional deixa de ser exclusivamente um vetor de informação pública para se tornar um instrumento de disputa simbólica.

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 7 (2025)

6. Considerações finais

Os resultados da pesquisa indicam que o MAPA empregou recursos comunicacionais que revelam a mimetização de práticas jornalísticas e estratégias de gestão de imagem institucional, operando segundo a lógica da exposição seletiva. A preferência pelo uso das mídias sociais, canais reconhecidos como os mais acessados por produtores rurais, segundo levantamento da ABMRA (2022), demonstra uma tentativa deliberada de controle do fluxo de informações e de estabelecimento de vínculos diretos com públicos estratégicos. No entanto, a repercussão negativa nos meios de comunicação, os posicionamentos críticos de entidades como a Frente Parlamentar da Agropecuária e a Federação da Agricultura e Pecuária de Goiás, bem como as manifestações críticas observadas nas seções de comentários das publicações, indicam que as estratégias adotadas não foram suficientemente eficazes para conter a crise reputacional.

A análise demonstrou que as estratégias de noticiamento utilizadas pelo MAPA foram orientadas pela tentativa de ampliação da exposição pública de pautas governamentais de interesse, com a incorporação de elementos da agenda federal à narrativa institucional. A escolha por utilizar redes sociais em detrimento do site institucional reforça essa dinâmica, evidenciando o alinhamento do órgão às exigências contemporâneas de performance comunicacional. Em termos teóricos, os achados corroboram a tese de que a midiatização impõe às instituições a necessidade de atuar conforme os imperativos de um ecossistema comunicacional que valoriza a temporalidade, a repercussão e a modelagem simbólica das narrativas.

A articulação entre visibilidade e invisibilização nas estratégias do Ministério, que incluiu não apenas os conteúdos publicados, mas também os momentos escolhidos para sua veiculação e os canais selecionados, evidencia a apropriação de dinâmicas

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 7 (2025)

midiáticas voltadas ao gerenciamento da exposição pública. Como discutido por Silva (2018), a comunicação institucional, especialmente em contextos digitais, constitui-se como um recorte intencional da realidade, no qual determinados aspectos são evidenciados enquanto outros são suprimidos. Tais estratégias, ao mesmo tempo em que buscam preservar a reputação institucional, também podem restringir o acesso público a informações relevantes, configurando o que se pode denominar de sequestro da comunicação pública em favor de objetivos organizacionais.

Ainda assim, o presente estudo identificou limitações claras na capacidade do MAPA de conter os efeitos da crise, mesmo após a liberação de novos valores em crédito agrícola. Tal constatação aponta para os limites do controle narrativo em contextos de elevada tensão entre atores sociais, como é o caso da dicotomia histórica entre o Governo de Luiz Inácio Lula da Silva e o segmento do agronegócio. A resistência ativa dos públicos envolvidos, expressa em críticas abertas, manifestações institucionais e interpretações dissidentes das mensagens oficiais, demonstra que, embora a midiatização amplie o alcance e a sofisticação das estratégias comunicacionais, ela não garante a adesão dos interlocutores, tampouco assegura o monopólio sobre os significados atribuídos aos fatos.

Esse entendimento converge com o conceito de "duplicidade da visibilidade" proposto por Thompson (2008), segundo o qual a ampliação da circulação das mensagens não implica, necessariamente, controle sobre suas repercussões. Ao contrário, quanto maior a exposição, maiores também os riscos de ressignificação e contestação por parte dos públicos. Nesse sentido, a pesquisa reforça o argumento de Da Silva e Baldissera (2020), ao demonstrar que, ainda que as organizações mobilizem estratégias cada vez mais elaboradas para moldar a opinião pública, os indivíduos e coletividades não se comportam de forma passiva frente às mensagens que recebem. Dotados de recursos cognitivos, sociotécnicos e organizativos, os públicos reinterpretam, contestam e articulam os conteúdos conforme suas experiências, interesses e posicionamentos.

Diante disso, torna-se fundamental reconhecer a centralidade da comunicação pública de qualidade como um bem coletivo. A garantia do acesso contínuo a informações plurais, transparentes e qualificadas constitui uma condição essencial para o exercício crítico e reflexivo da cidadania, especialmente em contextos de disputas simbólicas que envolvem políticas públicas, interesses econômicos e representações sociais. O caso analisado sugere que, embora o MAPA tenha recorrido a estratégias comunicacionais ancoradas nos preceitos da midiatização, sua atuação revelou tanto o domínio dos instrumentos utilizados quanto os limites estruturais do controle discursivo em um ambiente comunicacional descentralizado e altamente reativo.

Referências

ABMRA - ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE MARKETING RURAL E AGRO. **O perfil do produtor Brasileiro**. Disponível em: https://abmra.org.br/pesquisa-abmra-habitos-do-produtor-rural-abmra/. Acesso em: 17 ago. 2024.

AGÊNCIA FPA. **FPA fará a condução da articulação do Plano Safra junto à Fazenda**. Agência FPA, 25 fev. 2025. Disponível em: https://agencia.fpagropecuaria.org.br/2025/02/25/fpa-fara-a-conducao-da-articulacao-do-plano-safra-junto-a-fazenda/. Acesso em: 23 mar. 2025.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.

CAVALCANTE, Lucas. Agronegócio, questão agrária e território no Brasil: notas breves. **Boletim DATALUTA**, n. 141, set. 2019. Acesso em: 23 mar. 2025.

DA SILVA, D. W. S.; BALDISSERA, R. Organizational Communication and Invisibility Strategies and Reducing/Targeting Social Media Visibility. **Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social "Disertaciones"**, v.14, n.1, 2021 p.1-17. Disponível em: https://lume.ufrgs.br/handle/10183/218198. Acesso em: 12 mar. 2025.

EMBRAPA. **Trajetória da Agricultura Brasileira**. Disponível em: https://www.embrapa.br/visao/trajetoria-da-agricultura-brasileira. Acesso em: 12 mai. de 2025.

FAUSTO NETO, A. Mediação, midiatização: conceitos entre trajetórias, biografias e geografias. In: MATTOS, Maria Lília Dias de Castro; SANTI, Vilso Junior Chierentin (Orgs.). **Mediação e midiatização: conexões e desconexões na análise comunicacional.** São Paulo: Editora Unesp, 2012. p. 45-55. Disponível em: https://rephip.unr.edu.ar/server/api/core/bitstreams/d08b4b69-ee5b-4d94-934d-4ec9703e31ae/content. Acesso em: 12 mar. 2025.

FEDERAÇÃO DA AGRICULTURA E PECUÁRIA DE GOIÁS. **Nota oficia**l: impactos da suspensão das linhas de crédito rural do Plano Safra 2024/2025. 21 fev. 2025. Disponível em: https://www.cnabrasil.org.br/noticias/nota-oficial-impactos-da-suspensao-das-linhas-de-credito-rural-do-plano-safra-2024-2025. Acesso em: 12 mar. 2025.

FOLHA DE S. PAULO. **Lula promete subsídio e reforma agrária**. Folha de S. Paulo, São Paulo, 8 jun. 1994. Brasil, p. 13. Disponível em: https://www1.folha.uol.com.br/fsp/1994/6/08/brasil/13.html. Acesso em: 24 jun. 2025.

G1. **Governo decide editar MP com crédito extra de R$ 4 bilhões para destravar Plano Safra**. G1, 21 fev. 2025. Disponível em: https://g1.globo.com/economia/noticia/2025/02/21/governo-decide-editar-mp-com-credito-extra-de-r-4-bilhoes-para-destravar-plano-safra.ghtml. Acesso em: 12 mar. 2025.

GRISA, C. Agronegócio e indústria na política externa brasileira no governo Lula (2003-2010)**. Estudos: sociedade e agricultura.** Rio de Janeiro, RJ. Vol. 29, n. 3 (2021), p. 545-573. Disponível em: https://lume.ufrgs.br/handle/10183/233882. Acesso em: 23 mai. 2025.

JORNAL DA CANA. **Asplan vê crédito do Plano Safra insuficiente e cobra recursos do FNE**. *Jornal da Cana*, 2025. Disponível em: https://jornalcana.com.br/eventos/uap/asplan-ve-credito-do-plano-safra-insuficiente-e-cobra-recursos-do-fne/. Acesso em: 23 mar. 2025.

LERRER, D. F. Revista Agroanalysis: a trajetória da afirmação do "agronegócio" e de consagração de seus agentes. **Contemporânea**, v. 10, n. 1 p. 273-304 Jan.–Abr. 2020. Acesso em: 24 jun. 2025.

LUVIZOTTO, Caroline Kraus; ALMEIDA, M. C.; TRINDADE, A. C.; PAIVA, C. N. F.; PRESTES, I. S. Digital Mobilization of Publics: The Articulation Between Women and Agribusiness Proposed by the Brazilian Confederation of Agriculture and Livestock. **Social Sciences**. v.13, p.279 - 290, 2024. Disponível em https://www.sciencepg.com/article/10.11648/j.ss.20241306.15 . Acesso em 15 jul. 2025.

MACHADO, E. Governo Lula, neoliberalismo e lutas sociais. Lutas sociais, n. 21/22, p. 23-34, 2009. Disponível em: https://revistas.pucsp.br/ls/article/download/18598/13797. Acesso em: 25 mai. 2025.

MINISTÉRIO DA AGRICULTURA, PECUÁRIA E ABASTECIMENTO. **Plano Agrícola e Pecuário: safra 2003/2004**. Brasília, DF: MAPA, 2003. Disponível em: https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/politica-agricola/todas-publicacoes-de-politica-agricola/plano-agricola-pecuario/plano-agricola-e-pecuario-2003-2004.pdf. Acesso em: 15 mai. 2025.

OLIVEIRA, W.; RIBAS, S. **Suspensão do Plano Safra abre novo embate entre Lula e o agronegócio**. Gazeta do Povo, 21 fev. 2025. Disponível em: https://www.gazetadopovo.com.br/republica/suspensao-do-plano-safra-abre-novo-embate-entre-lula-e-o-agronegocio/. Acesso em: 12 mar. 2025.

RODA VIVA. **Entrevista com Carlos Fávaro**. São Paulo: TV Cultura, 3 jul. 2023. 1 vídeo (1h34min), son., color. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=RLs9dnh__bA. Acesso em: 24 jun. 2025.

SERVO, F. **Desempenho recente da agropecuária brasileira**. Conjuntura Econômica, n. 43, maio 2019. Brasília, DF: Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada – IPEA, 2019. Disponível em: https://portalantigo.ipea.gov.br/agencia/images/stories/PDFs/conjuntura/190528_cc_43_nota_tecnica_agricola.pdf. Acesso em: 21 mai. 2025.

SILVA, D. W. S. da. **Comunicação organizacional e as estratégias de invisibilidade e de redução/direcionamento da visibilidade nas mídias sociais**. 2018. Tese (Doutorado em Comunicação e Informação) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2018. Disponível em: https://lume.ufrgs.br/handle/10183/180564. Acesso em: 23 mar. 2025.

THOMPSON, J. B. A nova visibilidade. **MATRIZes**, v.1, n.2, p. 15-38, 2008. Disponível em: https://revistas.usp.br/matrizes/article/view/38190. Acesso em: 22 mai. 2025.

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 7 (2025)

TOLEDO, L. R. **Plano Safra:** Tesouro suspende novas contratações de linhas de financiamento. Canal Rural, 20 fev. 2025. Disponível em: https://www.canalrural.com.br/agricultura/plano-safra-tesouro-suspende-novas-contratacoes-de-linhas-de-financiamento/. Acesso em: 12 mar. 2025.