

LA CONSTRUCCIÓN DE UN AGRO SUSTENTABLE. UN ANÁLISIS DE LOS SENTIDOS Y LAS PRÁCTICAS EN TORNO AL AMBIENTE EN EXPOSICIONES AGRÍCOLAS

THE CONSTRUCTION OF A SUSTAINABLE AGRO. AN ANALYSIS OF THE SENSES AND PRACTICES RELATED TO THE ENVIRONMENT IN AGRICULTURAL SHOWS

Espoturno, Marina Eliana. Licenciada en Antropología. Instituto de Investigaciones en Ciencias Agrarias de Rosario, UNR, CONICET, FCA, Zavalla, Argentina. marinaina5@gmail.com

González, Diana Victoria. Licenciada en Antropología. Laboratorio de Investigaciones en Antropología Social, CONICET, FCNyM, UNLP, La Plata, Argentina. dianavgonzalez@hotmail.com¹²

RESUMEN

En este artículo analizamos desde una perspectiva socioantropológica cómo los sectores dominantes del agro pampeano abordan la problemática ambiental asociada a la producción agrícola en dos espacios de exposición: la muestra a campo abierto Agroactiva y el congreso de AAPRESID. Para ello, en los años 2016 y 2017 hicimos observaciones etnográficas y entrevistas en los mencionados eventos.

Entendemos que son espacios interesantes como “locus de observación etnográfica” ya que surgen como iniciativa de los sectores dominantes como ámbitos donde mostrarse y dar un mensaje al resto de la sociedad. En ellos pudimos observar una diversidad de sujetos e instituciones vinculados a la producción agropecuaria. En ese sentido, consideramos que constituyen espacios de sociabilidad y formación, donde circulan saberes y representaciones en torno a qué es ser un productor agropecuario hoy, y el lugar de la tecnología y la ciencia en la construcción de un “agro sustentable”.

Palabras clave: Exposiciones agrícolas, Ambiente, Sectores dominantes, Agronegocio

ABSTRACT

In this article, we analyze from a socio-anthropological perspective how the dominant segments of the pampean agriculture deal with the environmental

1 Artículo recibido: julio de 2019; aceptado: septiembre de 2019.

2 Una versión preliminar de este manuscrito corresponde a una ponencia presentada en la XII Reunión de Antropología del Mercosur, realizada en Posadas en diciembre de 2017.

problems associated to production in two exhibition spaces: Agroactiva show and AAPRESID congress. For this, in 2016 and 2017 the authors did ethnographic observation and interviews in those events.

Those are interesting spaces as “locus of ethnographic observation” since they are an initiative of the dominant segments as a field where they can show themselves and give a message to the rest of society. In them, we could observe a diversity of subjects and institutions linked to agricultural production. In that sense, we consider that they constitute spaces of sociability and education, where knowledge and representations circulate around what it is to be an agricultural producer today, and the place of technology and science in the construction of a “sustainable agro”.

Key words: Agricultural shows, Environment, Dominant segments, Agribusiness

INTRODUCCIÓN

En este artículo nos interesa analizar el abordaje y respuestas que los sectores dominantes del agro pampeano realizan sobre la problemática ambiental asociada a la producción agrícola, la cual constituye una de las dimensiones de la cuestión agraria en el siglo XXI (Azcué Ameghino, 2016). En esta ocasión nos centraremos en dos espacios de sociabilidad importantes para estos sectores, ya que no sólo suponen un lugar de encuentro, sino que son también una vidriera, un espacio donde mostrarse y dar un mensaje tanto para el interior del sector como hacia el conjunto de la sociedad: la exposición a campo abierto Agroactiva y el congreso de AAPRESID (Asociación Argentina de Productores en Siembra Directa). Estos eventos se realizan en la zona núcleo de la producción y gestión agropecuaria de Argentina, reuniendo a muchas de las instituciones, empresas, organismos gubernamentales vinculados a la producción, lo que los convierte en dos de los eventos más importantes en el calendario de muestras del sector agropecuario desde hace más de dos décadas. La construcción del material de campo se realizó a partir de observación etnográfica y entrevistas realizadas durante el congreso de AAPRESID en agosto de 2016 y la muestra Agroactiva en junio de 2017. En ambos casos también se realizó un registro fotográfico. Quisiéramos agregar que el trabajo que sigue a continuación toma como base una ponencia presentada por las autoras en ocasión de la XII Reunión de Antropología del Mercosur realizada en el año 2017; en esta oportunidad hemos avanzado sobre el análisis de los espacios de muestras, ferias y congresos, aspecto que no había sido considerado anteriormente.

Las exposiciones agrícolas en Argentina constituyen eventos de importancia. Sus orígenes pueden rastrearse y emparentarse con las Exposiciones Universales de mediados del siglo XIX, símbolos de las ideas de progreso y modernidad. En nuestro país, el surgimiento de este tipo de ferias coincide con el momento de constitución del modelo agroexportador. En ese sentido, la primera demostración a campo de maquinaria agrícola se realizó en 1871, en el marco de la Exposición Nacional de Córdoba, ideada por Domingo Faustino Sarmiento. Allí se reunieron empresarios, funcionarios y científicos con el objetivo de atraer inversiones y fomentar la aplicación de la ciencia en la industria (Podgorny, 2009). En 1875 tuvo su origen una de las más importantes y reconocidas a nivel nacional, la Exposición de Ganadería, Agricultura e Industria Internacional, conocida como “La Rural”, organizada por la Sociedad Rural Argentina en Buenos Aires. Durante el siglo XX, ferias de diverso tamaño fueron proliferando en todo el país, organizadas por las sociedades rurales locales. Hacia la década de 1990, y en consonancia con la difusión de un nuevo paquete tecnológico

de semillas transgénicas y maquinaria para las labores de siembra directa, surgieron las “megamuestras”³. La primera de ellas fue ExpoChacra, organizada desde 1992 por el diario La Nación. En 2003 el grupo multimedia Clarín creó FeriAgro y en 2006 se fusionaron ambos eventos para conformar ExpoAgro.

Desde un enfoque antropológico relacional, que prioriza las construcciones de sentido de los sujetos (Achilli, 2005), consideramos que los congresos y exposiciones del agro constituyen lugares privilegiados para la observación. Podemos decir que son espacios interesantes como “locus de observación etnográfica” ya que surgen como iniciativa de los sectores dominantes como ámbitos donde mostrarse y dar un mensaje al resto de la sociedad; además de condensar la presencia de diferentes sujetos e instituciones vinculadas a la producción agropecuaria. Así mismo, y recuperando autores/as que han trabajado sobre los espacios de ferias y exposiciones⁴, podemos referir algunas de sus principales características para el análisis. En primer lugar, y considerando que es uno de los objetivos más explícitos, podemos decir que son espacios de promoción de negocios. Allí se encuentran vendedores y consumidores, y también se alienta el desarrollo de determinadas actividades económicas (Zusman, 2011; Ruffini, 2012; Sorá, 2016). Por otro lado, entre sus objetivos es reconocible una “misión educadora” (Lluch, 2009). Esto ocurre tanto al propiciar la actualización y difusión de técnicas y conocimientos (Ruffini, 2012), como al generar una instancia de auto-celebración y campaña publicitaria para el conjunto de la sociedad civil y el Estado (Lluch, 2009). Son momentos privilegiados de interlocución con los gobiernos (Ratier, 2018a; Lluch, 2009; Ruffini, 2012 y Sorá, 2016). En ellos se expresan demandas, enfrentamientos, negociaciones y se instalan temas en la agenda pública.

Finalmente, y recuperando una mirada antropológica de estos espacios, suscribimos a algunas interpretaciones de los espacios feriales que los interpretan como rituales con fuertes componentes simbólicos. En ellos se seleccionan elementos identitarios y se presenta una imagen del sector que los organiza (Ruffini, 2012; Sorá, 2016). A su vez, estos espacios rituales instituyen diferencias entre los presentes, en términos de Ratier, “entre aquellos a los que les atañe el rito y aquellos a los que no les atañe, es decir, el rito trata de manera diferencial a aquellos a los que involucra” (2018b: 287).

Pensar en estos espacios de exposiciones y congresos, y abordar los sentidos y prácticas de los sujetos que las organizan en relación a la problemática ambiental, requiere también situarlos en un devenir y en un contexto particular del agro pampeano en que esta problemática emerge. Por ello resulta necesario dar cuenta de las transformaciones estructurales en la actividad agropecuaria.

En la zona núcleo de Argentina, en la década de 1970, se abre una época

3 Denominadas así por sus organizadores. A esta categoría pertenece también Agroactiva.

4 Las ferias y exposiciones han sido abordadas como objeto de estudio en las ciencias sociales, especialmente en disciplinas como la historia. En ese sentido, recuperamos las investigaciones de: Andrea Lluch (2009), quien estudia la Exposición de la Industria del año 1924 -organizada por la Unión Industrial Argentina- y la Exposición de Artes e Industrias Británicas de 1931; Perla Zusman (2011), que indaga sobre la participación de Argentina en la Exposición Universal de Búfalo (Estados Unidos) del año 1901, donde se promocionaba el progreso industrial, tecnológico, económico y político de los diferentes países participantes; Martha Ruffini (2012), quien analiza las exposiciones organizadas por las sociedades rurales de la patagonia argentina durante el peronismo (1946-1955). Ya desde la antropología son referencias los trabajos de Hugo Ratier (2018a y 2018b) sobre la exposición de Palermo, y Gustavo Sorá (2016) que realiza una investigación sobre las ferias internacionales del libro.

caracterizada por nuevas formas de acumulación y valorización del capital en el campo. Representa una etapa distinguida por el aumento de la producción y la productividad basada en la aplicación de un modelo tecnológico de base industrial. A este proceso se lo conoció como “modernización” y tuvo efectos diferentes sobre los actores sociales del agro y los bienes naturales.

Este modelo agrario estaba basado en la utilización de tecnologías importadas para la intensificación productiva tales como: el uso de fertilizantes químicos, la bioingeniería genética (semillas seleccionadas) y el empleo de productos agroquímicos. Segrelles Serrano plantea que este modelo constituyó un “foco fundamental de dependencia y degradación ambiental” (2007: 4). Cloquell y otras señalan que el proceso puesto en marcha expresó “una nueva adecuación de la agricultura a los requerimientos del proceso de acumulación del capital” (Cloquell, Albanesi, Propersi, Preda & De Nicola 2007: 11), lo cual se fue haciendo visible en cambios en los estilos de vida, en las prácticas productivas, los usos del suelo, entre otras.

Las transformaciones producidas en el agro se dieron en el contexto de una serie de políticas económicas de corte neoliberal impulsadas desde el Estado que promovieron el abandono de las prácticas proteccionistas, una apertura al comercio exterior, la reducción del peso del sector público, la privatización de empresas, la subordinación de las políticas sectoriales a los equilibrios macroeconómicos y el sesgo hacia la producción de mercancías para la exportación (Teubal, 1999). Este escenario permitió la introducción de nuevas tecnologías y la “modernización” de los procesos productivos en el agro, a lo que se le asociaron también el incremento de la superficie dedicada a agricultura, la tendencia a la ampliación de las escalas productivas, la especialización en un cultivo, la disminución considerable de productores agropecuarios y los cambios en la residencia de estos.

Toda esta serie de transformaciones se asocian a lo que Gras y Hernández (2013) definen como la instauración de un nuevo paradigma: el del agronegocio. Las autoras señalan que este modelo o lógica productiva se configuró en Argentina en base a la articulación de cuatro pilares fundamentales: 1) tecnológico: centralidad de las biotecnologías y las tecnologías de la información, que se sumaron a los desarrollos de la Revolución Verde constituyendo “paquetes” cerrados; 2) financiero: actividad agrícola en función de la evolución de los mercados y el alza de los precios de las *commodities*; 3) productivo: concentración del uso de la tierra y tercerización del trabajo, no sólo físico sino también de gestión; 4) organizacional: estrategias empresariales y nuevas identidades asociadas a la profesionalización. Coincidimos con Hernández (2009) cuando plantea que sin lugar a dudas el agronegocio pudo instalarse debido a condiciones objetivas/estructurales que en interacción con factores del orden subjetivo colaboraron a que este modelo, esta forma de producir, se arraigue en el agro pampeano.

El peso del agronegocio a escala nacional se evidencia al considerar algunos datos. En primer lugar, es importante destacar que Argentina fue el primer país sudamericano en adoptar cultivos transgénicos, con la aprobación de la soja RR en 1996. A partir de este momento, el proceso de agriculturización y sojización se fue ampliando.

En la campaña agrícola 2015/16, se produjeron 122 millones de toneladas de los principales granos, destacando la producción de soja con 58 millones de toneladas, maíz con 39 millones y trigo con 11 millones de toneladas producidas (FADA, 2017). Incluso, amerita destacar que el Plan Estratégico Agroalimentario y Agroindustrial Participativo y Federal 2010-2020 (PEA) proyecta que para el

año 2020 la producción de granos alcance las 157,5 millones de toneladas, lo cual representa un 58% más con respecto al año 2010 (PEA, 2010: 96). Otro aspecto para señalar es que la producción primaria está fuertemente integrada a un sistema agroindustrial altamente transnacionalizado, con gran peso de empresas de biotecnología, químicas, semilleros y comercializadoras. Gran parte de la producción tiene destino de exportación: según un informe de la Bolsa de Comercio de Rosario (2017), el 46% de las exportaciones argentinas de 2016 correspondieron a granos, harinas, aceites, biodiesel y otros subproductos; lo que representó unos 26.500 millones de dólares.

Argentina ocupa el tercer puesto a nivel mundial (detrás de EEUU y Brasil), con 23,8 millones de hectáreas con transgénicos. Asociado a ello, como parte del paquete tecnológico, la superficie bajo siembra directa (SD) fue aumentando. Hacia la campaña 1989/90 representaba el 0,4% del total, para 1996/97 había ascendido al 14,8%. Durante la campaña siguiente, con la soja RR ya aprobada y el paquete tecnológico en marcha la superficie en SD pasó a representar el 21,5%, y en 2014/15 ya era el 90% (AAPRESID, 2016). La cantidad de agrotóxicos también aumentó luego de la aprobación de la soja transgénica. Considerando sólo el rubro de herbicidas podemos observar que su uso aumentó de 42 millones en 1995 a 252 millones en 2011 (INTA, 2012).

Bajo este nuevo paradigma se constituyeron en sectores dominantes los actores que, en conjunto, han tenido gran éxito en la promoción y fomento de la biotecnología como un aspecto fundamental del actual modo de acumulación. Estos son: productores del agronegocio, empresas comercializadoras de granos, segmentos del capital nacional orientados a la exportación, multinacionales de biotecnología, capital financiero, y el mismo Estado (Newell, 2009). Asimismo, los sectores dominantes han presentado al paquete tecnológico —compuesto por agrotóxicos, transgénicos y siembra directa— como necesario y beneficioso para toda la humanidad, logrando posicionar sus intereses particulares como generales. En palabras de Crehan (2004):

“Una clase o alianza de clases dominante es aquella que ha conseguido impulsar la creación de una cultura hegemónica que en realidad encarna su visión de mundo, pero que se presenta como representante no sólo de sus propios intereses, sino también de los intereses de la sociedad en su conjunto” (Crehan, 2004:117)

Cabe destacar que entendemos a la hegemonía desde una perspectiva gramsciana, no como una formación ideológica acabada y monolítica sino como un proceso problemático y disputado, construido entre la coerción y el consenso. En ese sentido, en nuestros respectivos trabajos de investigación, realizados en el marco de tesis doctorales en proceso, observamos que en relación al agronegocio existe un aspecto o punto de tensión que pone en cuestionamiento las formas de “hacer” dominantes. El foco de los cuestionamientos está puesto en lo que Gras y Hernández (2013) caracterizan como el pilar tecnológico del modelo, y dentro de este, específicamente en el uso de agrotóxicos. Lo ambiental constituye ese núcleo problemático. Las principales críticas y cuestionamientos surgen de algunos ámbitos de la sociedad (movimientos sociales, academia, asambleas de vecinos, ONG, e incluso productores) que se han manifestado en contra del uso masivo de agrotóxicos, impulsando y exigiendo legislaciones y políticas públicas para regular su uso y generar otras opciones productivas. En ese marco de tensión, los principales

cuestionados no demoraron en generar respuestas a las críticas recuperando, en muchos casos, un lenguaje ambientalista (Espoturno, 2015, 2018; González, 2016, 2018).

A continuación presentamos un análisis de lo observado en el Congreso de AAPRESID en el año 2016 y en la muestra Agroactiva en 2017. Tomamos al congreso de AAPRESID como un espacio de exposición porque además de consistir en un espacio de intercambio de conocimientos, tal como lo plantea la institución organizadora, funciona también como una exposición agrícola, en la que las principales empresas de insumos presentan las novedades tecnológicas que lanzan al mercado.

EL CONGRESO DE AAPRESID: DE LA MANO DE LA CIENCIA Y LA TECNOLOGÍA EN EL CAMINO AL *ECOPROGRESO*

Un spot que invitaba a formar parte del XXIV Congreso de AAPRESID “Resiliar” en agosto de 2016 anunciaba:

“Así como hace más de 20 años nuestro gran desafío como institución fue difundir la siembra directa, hoy nuestro gran desafío es difundir mejor lo que hacemos desde la comunidad agroalimentaria”

La institución, surgida en 1989 a partir de un grupo de *pioneros*, como suelen denominar a aquellos agricultores y profesionales que encabezaron las primeras experimentaciones con la técnica de siembra directa, lleva ya 25 años organizando congresos. Sin embargo, sus miembros suelen mencionar como antecedente a la Primera Reunión Técnica de Cultivos sin Labranzas realizada en 1977 en la localidad cordobesa de Marcos Juárez (Argentina). Allí se reunieron profesionales y técnicos con el objetivo de buscar soluciones a un problema ambiental que estaba comenzando a afectar la producción: la erosión (Alapin, 2008; Agrovoz, 2017).

Desde la asociación remarcan que hoy uno de los objetivos más importantes de las reuniones es comunicar no sólo hacia adentro del sector agropecuario, sino poder difundir su trabajo al resto de la sociedad. En ese sentido es que decimos que son vidrieras en las que se exponen saberes, productos, ideas pero también a la institución en sí misma. Miri (2007) analiza los congresos de AAPRESID con la premisa de que son una instancia en la cual se cristalizan aspectos identitarios. Distingue cambios en los temas y en la orientación general de los encuentros, principalmente a partir del año 2000, cuando se observa un pasaje de un perfil netamente técnico hacia una incorporación cada vez mayor de intelectuales y una preocupación por la opinión pública. En ese sentido, los organizadores del evento expresaban:

“Debíamos unir el conocimiento académico de avanzada con las prácticas de los productores y generar un ambiente de intercambio que produjera una mejora en la cultura productiva de nuestra comunidad. Hicimos un congreso donde profesionales, instituciones y productores tuvieran un lugar para intercambiar experiencias, saberes y promover el crecimiento de las prácticas sustentables convocando a expertos del conocimiento, interactuando con quienes deciden para hacer llegar nuestra voz.” (Spot publicitario “Resiliar”, 2016)

Ya en la invitación a “Resiliar” encontramos la visión de lo que para los organizadores debe ser el congreso: un espacio para promover la sustentabilidad basada en el conocimiento e influir en quienes toman las decisiones. Este último punto puede entenderse tanto como una referencia al sector político como a gerentes o accionistas de las grandes empresas de las que la asociación de productores, en términos de Newell (2009), es aliada. A su vez, como ha sido analizado para otros tipo de ferias, el espacio constituye un momento privilegiado de interlocución (Sorá, 2016), donde no sólo se instalan temas en la agenda de los gobiernos, sino también se indica la forma en que éstos deben ser abordados, en este caso, de la mano de “prácticas sustentables” que serán definidas por un “conocimiento experto”.

El XXIV Congreso se realizó, como desde ya hace varios años, en el Centro de Convenciones Metropolitano, ubicado en el predio de un shopping de la ciudad de Rosario (Santa Fe, Argentina). Un escenario acorde para la reunión, tanto por las dimensiones del evento, al que asistieron más de 4.000 personas, como por lo que implica en términos simbólicos la ciudad de Rosario, ya que es considerada un centro de negocios para la región, porque allí está emplazado uno de los principales puertos de salida de la producción agroindustrial del país, así como la Bolsa de Comercio de Rosario. Si bien no es la capital administrativa de Santa Fe, allí también están representadas instituciones del estado provincial.

La gran cantidad de auspiciantes del evento también da cuenta de su magnitud y de la amplia alianza hegemónica (Crehan, 2004). Dentro de la larga lista encontramos: empresas fabricantes o comercializadoras de agroquímicos, fábricas de maquinaria agrícola (la mayoría especializadas en pulverizadoras o sembradoras), firmas dedicadas a la investigación y desarrollo de microbiología agrícola, semilleros y entidades bancarias y aseguradoras, entre otras. También adhirió una gran diversidad de instituciones: el Ministerio de Agroindustria de la Nación, los gobiernos de las provincias de Buenos Aires, Santa Fe y Córdoba, universidades públicas y privadas, el Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA), la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), cámaras empresariales del sector agroindustrial, bolsas de comercio, embajadas de países europeos, colegios profesionales de ingenieros agrónomos, fundaciones y asociaciones civiles, destacando la participación de Fundación Libertad y ArgenBio⁵. Asimismo, participaron del evento diversos equipos de prensa y comunicación, entre los que encontramos suplementos de multimedios como Clarín o La Nación; portales web de noticias y programas de radio y televisión por cable. La mayoría de los auspiciantes y adherentes estuvo presente también con *stands* o con representantes en las charlas y conferencias. En el caso de los Ministerios de Agroindustria de la Nación⁶ y las dependencias de agricultura de las provincias de la “zona núcleo”, formaron parte también de la apertura del evento y fueron expositores de los paneles centrales.

Los asistentes al congreso debían atravesar varios sectores antes de ingresar a las salas de conferencias. El primero era el de la exposición de maquinaria agrícola, donde se podían apreciar los nuevos modelos de sembradoras y pulverizadoras. Este espacio era el único por el que se podía circular sin necesidad de acreditarse, podría entenderse como un espacio intermedio entre el acceso libre al predio en el

5 Fundación Libertad es una institución argentina que busca influir en las políticas públicas a través de la promoción del libre mercado. Por su parte, el Consejo Argentino para la Información y el Desarrollo de la Biotecnología (ArgenBio), se encarga de la difusión de las biotecnologías.

6 Desde el año 2018 dejó de existir como Ministerio y pasó a ser una Secretaría dependiente del Ministerio de Producción y Trabajo.

que estaba emplazado el evento -un shopping- y la exclusividad de lo que sucedía dentro del congreso en sí mismo. Desde allí se accedía al hall central, en el que estaban ubicados los escritorios donde se realizaban las inscripciones. Los socios no abonaban entrada, mientras que para los estudiantes el costo era de 1.000 pesos y para el público general ascendía a 3.700 (unos 252 dólares a la cotización de ese momento), lo que representaba un 54% del salario mínimo vital y móvil.

A unos metros de los escritorios, todavía en el hall de acceso, pero ubicados en un lateral, había cuatro pequeños puestos de asociaciones civiles, dos de los cuales se referían a “la lucha contra la desnutrición” o al “combate contra el hambre” (Registro de campo, 2016). Algunas de ellas están vinculadas a empresas agroindustriales mediante lo que se conoce como estrategias de Responsabilidad Social Empresarial. Queremos destacar que pese a que tenían una presencia en el congreso, estaban ubicadas en un lugar de paso, por fuera de donde ocurrían las actividades principales, y como plantea Ratier (2018b) instituyéndose una diferencia entre quienes estarían involucrados y quiénes no.

Luego de registrarse con un código impreso en la credencial de acreditación se podía ingresar al “salón comercial” en el que se encontraban los numerosos *stands* de las empresas auspiciantes. Ese espacio funcionaba como una antesala de los auditorios en los que se desarrollaban simultáneamente charlas y conferencias (Figura 1). Durante nuestro recorrido, pudimos observar cómo los participantes del evento, en su mayoría varones de mediana edad, circulaban charlando entre ellos e interactuando con las promotoras, que invitaban a participar en juegos y sorteos. Las publicidades de las empresas ocupaban un lugar destacado en el salón, muchas de ellas hacían hincapié en la tecnología y la innovación (Figura 2) como ejes para lograr la “sustentabilidad”. Estas constantes referencias a la sustentabilidad tienen la particularidad de aparecer como consignas o *slogans*, pero los sentidos asociados a la noción suelen ser difíciles de rastrear ya que no suelen explicitarse más allá de ciertas “frases hechas” y repetidas, como: “La sustentabilidad tiene tres patas: la pata económica, la social y la ecológica”.



Figura 1: Salón comercial

Un ejemplo de la asociación entre tecnología y sustentabilidad es la campaña de la empresa australiana Nufarm, que promocionaba su

nuevo inoculante como “tecnología de punta” y lo comparaba con prácticas tradicionales, como tomar caña con ruda para protegerse de los males, a las que señalaba como supersticiones que no dan buenos resultados (Figura 3). De esta forma, la tecnología se presenta como la oposición al atraso y al desconocimiento, y se afirma la necesidad de llevar el conocimiento (científico e innovador) allí donde no está, cuestión que coincide con lo propuesto por los organizadores del evento. Consideramos que este aspecto puede reconocerse como parte de la “misión educadora” (Lluch, 2009) que caracteriza a este tipo de eventos.



Figura 2. Publicidad de la empresa Du Pont



Figura 3: Stand de la empresa Nufarm

Al recorrer esos pasillos también encontramos periodistas realizando entrevistas e incluso algunas personas que transmitían “en vivo” para las redes sociales desde sus celulares. El énfasis en la comunicación propuesto por AAPRESID era tal que había destinado además un sector del salón en el que se podía apreciar a través de un ventanal cómo trabajaba su *community manager*⁷.

Alrededor del salón comercial se ubicaban los auditorios donde se desarrollaron un total de 167 conferencias de distintas modalidades (charlas, paneles y talleres). Estos llevaban el nombre de auspiciantes: los principales eran Bayer y Rizobacter⁸, y los más pequeños se identificaban con el nombre comercial de agroquímicos comercializados por Du Pont y Basf⁹. Para ingresar había que identificarse, pasando el código por un lector que sostenían unas asistentes.

En la sala Bayer se realizó el acto inaugural con la participación de autoridades nacionales, provinciales y municipales. El auditorio contaba con butacas para aproximadamente 800 personas y pantallas LED circulares en los laterales que proyectaban continuamente publicidades (Figura 4). Estaba provisto de varias cámaras de filmación y un equipo con el que se emitía en

7 Este término se utiliza en la jerga empresarial para designar a la persona encargada de gestionar los medios de comunicación digital de las organizaciones.

8 Bayer es una empresa dedicada a la industria químico-farmacéutica y de producción de semillas. La compra de parte de esta de Monsanto la ubica como una de las más grandes a nivel mundial en el mercado de agroquímicos y semillas. Rizobacter es una empresa argentina que surgió dedicada a la fabricación de inoculantes biológicos para el cultivo de soja, y que luego amplió su cartera a otros productos (fertilizantes, insecticidas y fungicidas).

9 Junto con Bayer, conforman las tres empresas más importantes a nivel mundial en el mercado de agroquímicos y semillas.

vivo la traducción de las exposiciones que se realizaban en varios idiomas. La iluminación era tenue, con luces de tono violeta señalizando los pasillos, y en las pausas entre conferencias se podía escuchar música electrónica suave. Esta estética, que a través de la tecnología digital apela a cierta sofisticación, podemos vincularla a una construcción identitaria de estos sectores del agronegocio asociadas a una “cultura empresarial” e “innovadora” (Gras y Hernández, 2016).

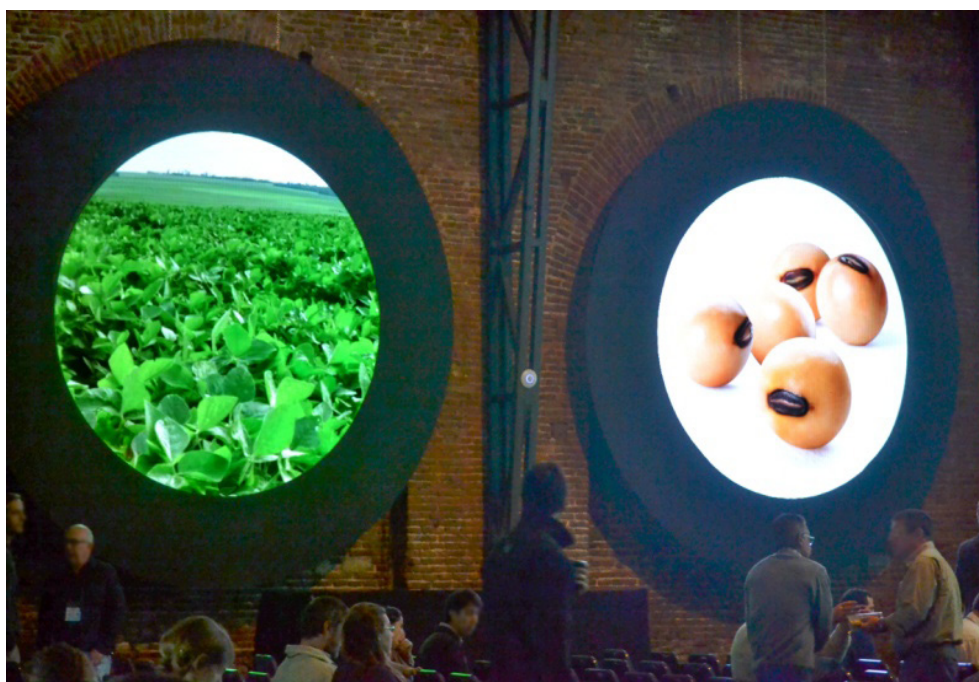


Figura 4: Interior de uno de los auditorios

En el acto inaugural, el presidente de AAPRESID, se refirió a los más recientes logros de la asociación: el crecimiento de la Red de Malezas Resistentes, proyecto que releva la aparición de plantas que no son afectadas por los agroquímicos; el éxito del sello de Agricultura Certificada¹⁰; la prueba piloto que están llevando a cabo, junto con el municipio de Bandera (Santiago del Estero, Argentina), para generar una certificación de aplicaciones periurbanas; la norma IRAM, que impulsaron junto con la Cámara de Sanidad Agropecuaria y Fertilizantes (CASAFE) para validar las Buenas Prácticas Agrícolas; el Sistema Chacras en el que trabajan con agricultura sustentable en articulación con universidades y el INTA; y el estudio de trazas de fitosanitarios en sangre para evaluar el impacto en la salud de estos productos.

En la selección que realizó el presidente de la asociación advertimos algunas cuestiones. Por un lado, observamos que AAPRESID busca validar sus acciones a partir del conocimiento científico producido por instituciones públicas, tanto universidades como el INTA. En este sentido, coincidimos con el análisis de Liaudat quien afirma que:

¹⁰ Agricultura Certificada (AC) es un programa de certificación del proceso productivo en el que se busca garantizar la sustentabilidad a partir de la implementación de la siembra directa y las Buenas Prácticas Agrícolas. (AAPRESID, 2017).

[Las instituciones técnicas del agro] “intentan construir la apelación a ideas que se presentan como verdades científicas, como la innovación a través de la incorporación de nuevas tecnologías. Se realiza una defensa a ultranza de la incorporación de los cambios técnicos como una realidad que se impone por el progreso histórico. De esta manera despolitizan y tiñen con un manto de neutralidad a la ciencia y a la tecnología.”(Liaudat, 2015:23).

A esto se le suma la alianza estratégica con instituciones públicas, lo que otorga una apariencia de mayor neutralidad a los estudios de impacto ambiental. Por otro lado, resulta evidente que las cuestiones percibidas como problemáticas por la sociedad, como el uso de agroquímicos, requieren también para su tratamiento del trabajo en conjunto con municipios y otras entidades que puedan “certificar” las prácticas como inocuas y sustentables.

El dirigente además señaló los desafíos que enfrenta la agricultura:

“Hay algunos aspectos que nos mantienen en alerta [...] nos preocupa el uso inadecuado de las nuevas tecnologías, roturar lotes con malezas resistentes no hace más que multiplicar los problemas, las soluciones obsoletas nos alejan del ecoprogreso” (Registro de campo, 3/8/2016).

Aquí destacamos el uso de la noción de *ecoprogreso*, que se presenta como un horizonte al que se debe llegar a partir del buen uso de las tecnologías más avanzadas. De nuevo encontramos la contraposición progreso-atraso, moderno-obsoleto, esta vez con el plus de que el futuro debe ser “verde”. Ya en el año 2009, la AAPRESID hizo uso de esta noción para denominar al Congreso: “La era del ecoprogreso”. El término parece conjugar dos nociones que refieren a diferentes paradigmas (Bageneta, 2015). Por un lado, la referencia al progreso tiene reminiscencias de una discursividad moderna-positivista e incluso desarrollista de fuerte presencia en el sector agropecuario que históricamente fue presentado como el motor económico y social de Argentina. Por otro lado, el prefijo “eco” es una clara referencia a cuestiones ecológicas que pueden asociarse al foco sobre el que recaen las principales críticas al sector. En términos de Leite Lopes (2006) podemos plantear que existe una ambientalización del discurso.

La asociación se presenta como pionera y líder en el cuidado del ambiente en la actualidad, en palabras de su presidente: “Por primera vez en la historia podemos dejarle a nuestros hijos mejores suelos de los que recibimos de nuestros padres” (Registro de campo, 3/8/2016). En ese sentido, la noción de ecoprogreso posibilita conciliar dos términos que parecerían antagonistas (ecología y progreso) a partir de la mediación de la ciencia, la tecnología y las Buenas Prácticas Agrícolas.

Las conferencias que sucedieron a la inauguración trataron temas muy diversos: aspectos generales de manejo agronómico, biotecnología, comunicación, tecnologías de la información y sustentabilidad. Sin embargo, en la mayoría de los casos encontramos un denominador común en lo ambiental. Esto se hacía presente en las exposiciones de los disertantes y también en las preguntas del público, tanto por los límites que imponen ciertos factores ambientales a la producción (por ejemplo la aparición de especies resistentes), como por la preocupación que el uso de algunos insumos está generando en diversos sectores de la población. Observamos también que las respuestas y propuestas relacionadas con los problemas ambientales se articulaban en torno al uso de “mejores tecnologías” y a la aplicación de protocolos y

certificaciones. Al mismo tiempo, entendemos que hay una intención por parte de los dirigentes de la AAPRESID de imprimir esa mirada en las políticas públicas destinadas al sector. El caso del convenio entre la institución y el municipio santiagueño de Bandera es un ejemplo de la injerencia de AAPRESID en la formulación de políticas que surgen como respuesta a cuestiones que están siendo señaladas como problemáticas, en este caso las aplicaciones de agroquímicos alrededor de zonas urbanas.

A partir de lo expuesto, consideramos que el congreso de AAPRESID es una usina de ideas sobre la producción y el ambiente. Lo ambiental está presente como problema a abordar y como imagen a consolidar sobre el sector, sobre todo a partir de la noción, de definición difusa, de sustentabilidad. En relación a lo anterior encontramos la idea de ecoprogreso, la cual se asienta en dos ejes vertebradores: la ciencia y la tecnología. Como adelantamos, todo esto suma a la construcción de una imagen que ese sector hace sobre sí mismo y con la fuerte finalidad de que sea la imagen que otros tienen acerca de ellos, objetivo para el cual la comunicación constituye un aspecto central.

AGROACTIVA: LA MUESTRA DE UN CAMPO SUSTENTABLE

Agroactiva es una muestra a campo abierto que surge en el año 1995 como iniciativa del Centro Industrial de Armstrong y el Club Defensores de la misma localidad del sur de Santa Fe (Argentina). Que sea una muestra a campo abierto implica que se realice en predios al aire libre que permiten la exposición de implementos agrícolas, de animales e incluso la realización de pruebas de maquinaria y técnicas de producción. El formato que tiene requiere que el espacio físico donde se lleva a cabo, que generalmente va variando en cada edición, sea cercano a localidades vinculadas a la actividad agropecuaria de la región pampeana. Esto significa cercanía con los lugares de residencia de los productores.

Según los organizadores, durante 3 años funcionó como una propuesta para la región y como alternativa frente a la que, en esos años, era la muestra más grande: la Expo-Chacra. El actual jefe de prensa comentaba en una entrevista:

“Agroactiva surgió para competir, entre comillas, para lo que en ese entonces era Expo-Chacra, que era una muestra monopólica entre las mega muestras a campo abierto. [...] entonces surgió como una alternativa muy regional, muy chica porque era organizada por empresarios; en sus ratos libres los titulares de empresas organizaban Agroactiva. Lo hicieron 3 años, de manera *amateur* por decirlo de alguna manera, con bastante poco éxito, honestamente, eran 50, 60 empresas y 3.000 personas el público” (Registro de campo, 1/6/2017).

Hacia la cuarta edición de la muestra, un empresario de Pergamino (Buenos Aires, Argentina) compró Agroactiva y la convirtió en una marca, contrató profesionales de diversas áreas y decidió organizarla como una empresa: Agroactiva S. A. A partir de ese momento, la muestra inició un crecimiento continuo en cuanto a la cantidad de asistentes, empresas e instituciones participantes. Los organizadores referencian que hacia el año 2007 se convirtió en la muestra agropecuaria a campo abierto “más grande del mundo”. Esta situación no sólo hay que entenderla como parte de una estrategia empresarial o de “profesionalización”, sino que hay que leerla a la luz del contexto socio-económico global, de Argentina en particular a partir del año 2002, y del lugar central en que se reposicionó la producción agropecuaria. Incluso,

recuperando a Sorá (2016), podemos decir que las muestras que son espacios de influencia en la configuración del mercado nacional no pueden dejar de vincularse con el mercado internacional y la legitimación que este otorga: “Internacionales son las ferias significativas para los profesionales. Los que tengan condiciones, año a año buscarán trashedar por un circuito de ferias en las que puedan adquirir capitales para reforzar sus acciones y posiciones en el mercado específico del que participan” (Sorá, 2016:22).

Durante 23 años de existencia la muestra ha ido variando no sólo en su tamaño y cantidad de concurrencia, sino también en su contenido: qué se muestra, cómo y quiénes participan. En esa transformación, la temática ambiental fue haciéndose un lugar. Al inicio, era una muestra de maquinaria agrícola, “fierrera”, ya que era el interés principal de los organizadores, todos ellos empresarios del sector metalmeccánico del “triángulo productivo de la maquinaria agrícola” de la provincia de Santa Fe¹¹. En ese entonces, el público de la muestra estaba compuesto principalmente por productores agropecuarios y contratistas de servicio a los que les interesaba comprar maquinarias. Con el tiempo, se incorporaron otros rubros a la exposición. En la edición del año 2017, los clásicos espacios de exposición de maquinaria agrícola y automotores ocupaban la parte central en el predio de la muestra. También había un sector de ganadería con aproximadamente 2.000 animales en pie y un lugar destinado a la gastronomía que estaba a cargo de un centro tradicionalista, y en el que se podía apreciar una imagen más típica del campo: maquinarias, hombres vestidos con bombachas de campo, boina, cocinando asado a la estaca. Esto contrastaba con otros espacios de estética más empresarial: carpas con computadoras, pantallas publicitarias y con cotizaciones de bolsa, hombres con pantalón de vestir y zapatos. Al lado del sector de comidas estaba ubicada la muestra de aeroplificadores, donde se desarrollaban exhibiciones de aviones fumigadores. En el ingreso al predio se encontraban las carpas de los medios de comunicación y en el extremo opuesto, el campo de pruebas de maquinarias y camionetas.



Figura 5: Vista aérea de la muestra Agroactiva, año 2017. Fuente: Agroactiva, 2017

11 Esta zona delimitada por las localidades de Armstrong, Las Rosas y Las Parejas, concentra la mayor producción de maquinaria agrícola, ya sea a partir de su fabricación, como de la realización de actividades conexas (fundición, agropartes).

En cuanto a las instituciones que participaron de la muestra encontramos distintos niveles del Estado con stands emplazados alrededor del sector central. Las referencias a la sustentabilidad eran evidentes en algunos de estos espacios. Se destacaba el de la Provincia de Santa Fe que contaba con una estructura de cinco carpas donde exponían el Ministerio de Ambiente, empresas de energías renovables y un sector de “emprendedores” regionales. Otra de las provincias presentes era Córdoba, en su stand se promocionaba el turismo y los productos artesanales y alimenticios de la región. También estaban presentes los municipios de Armstrong, con empresas locales del sector metalmeccánico, artesanos, clubes y escuelas locales; y el de Pergamino (localidad donde está asentada la empresa Agroactiva S. A.), que contaba con una campaña de reciclado de botellas plásticas y otra llamada Actúa en verde, la cual buscaba nuclear instituciones para “generar acciones ecológicas y sustentables”. Al igual que para el congreso de AAPRESID encontramos referencias vagas al sentido o los sentidos sobre la sustentabilidad. A partir de la observación pudimos inferir un predominio de referencias a una naturaleza prístina (ejemplificada en los humedales de Santa Fe y las sierras de Córdoba), valorada como paisaje.

El Estado Nacional se encontraba representado por el Ministerio de Agroindustria de la Nación, que tenía varias mesas de informes y un sector de venta de libros que contenía principalmente materiales producidos por el INTA. Revisando la colección infantil, encontramos una publicación sobre el cuidado del ambiente. En ella había un poema que trataba sobre los beneficios de la siembra directa y una adivinanza en la que se describía a un monstruo que “mata los bichos” y contamina el suelo, el aire y el agua. Es interesante cómo en una misma publicación se evidencian las tensiones y diversidad de perspectivas que existen sobre procesos productivos, técnicas y tecnologías muy asociadas a las problemáticas ambientales. Esto da cuenta de que la hegemonía no es monolítica sino un proceso conflictivo y disputado, incluso al interior de instituciones de estado.

Otras instituciones estatales presentes eran el Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET) y la Facultad de Ciencias Agrarias de la Universidad Nacional de Rosario, que participaron de las distintas charlas ofrecidas en un espacio recientemente incorporado a la muestra: la “Tecnoplaza”, que contaba con una capacidad para 50 personas y se encontraba en el centro del predio. Consideramos que la inclusión de este espacio se asocia a una de las características de los espacios de muestras, ferias y exposiciones: propiciar la difusión de técnicas y conocimientos (Ruffini, 2012). En la Tecnoplaza el conocimiento privilegiado es de un tipo específico: el científico.

También participaron de la muestra entidades representativas de los productores agropecuarios, como Federación Agraria Argentina (FAA), Sociedad Rural Argentina (SRA) y Agricultores Federados Argentinos (AFA). El local de ventas de esta última institución hacía referencia a la sustentabilidad, en su diseño predominaba el color verde y las imágenes de animales y plantas que contrastaban con una vidriera donde se exponían agroquímicos (Figura 6). Otras entidades presentes eran AAPRESID, que también estaba en la Tecnoplaza ofreciendo charlas; y CASAFE con una muestra de máquinas pulverizadoras y cartelería sobre Buenas Prácticas Agrícolas (BPA) junto a un maniquí vestido con la indumentaria de protección adecuada para manipular agroquímicos. Las BPA son normas y recomendaciones técnicas para la producción, que incluyen el manejo de productos y procesos; según quienes las formulan, su correcta

aplicación garantiza el cuidado del ambiente. Si bien estas normas no son nuevas, ya que se formalizaron a través de tratados internacionales en la década de 1990, en Argentina su difusión ha crecido en los últimos años de manera coincidente con los cuestionamientos al modelo agrícola y a sus prácticas productivas (González, 2018).



Figura 6: Stand AFA- Agroactiva 2017



Figura 7: Stand YPF- Agroactiva 2017

Las empresas de insumos químicos y semillas también contaban con espacios de propaganda y ventas. Entre ellas, se destacaba el stand de YPF (Figura 7) por encontrarse en el centro del predio, y estar ambientado con reproducciones a gran escala de envases de agroquímicos. Es evidente que en la muestra convivían las alusiones a lo “verde” y la naturaleza con los productos más cuestionados por una parte de la sociedad en relación a los efectos sobre la vida. Sin embargo, lejos de las contradicciones que podrían suponer a priori, eran integradas “armónicamente” a partir de las BPA. En la muestra también tuvo lugar una “ronda de negocios internacionales” que se sumaba a los *stands* de las entidades bancarias y financieras e inmobiliarias.

A partir de la descripción, se desprende que las referencias a lo ambiental tienen un lugar en la muestra, que aunque no preponderante, resulta significativo, sobre todo a partir de la utilización de cierta estética “verde” y de las referencias explícitas a la sustentabilidad y a las Buenas Prácticas Agrícolas. Al indagar sobre el lugar de lo ambiental en la muestra, desde la organización reconocieron que no fue una decisión de ellos incluir este tema, sino que “indudablemente el cuidado ambiental y las Buenas Prácticas Agrícolas van ganándose un lugar de manera espontánea” (Entrevista, 1/6/2017), ya que resultan necesarias para pensar en la continuidad de la actividad agropecuaria. En palabras del jefe de prensa: “No hay un agro sustentable si no es con buenas prácticas y cuidando el medio ambiente” (Entrevista, 1/6/2017). Consideramos que es importante destacar la forma en la que, desde la organización de Agroactiva, se interpretó la presencia de la temática ambiental. Su apelación a la espontaneidad invisibiliza a los actores que impulsan la presencia de estos temas en la agenda pública, tanto a los que realizan cuestionamientos, como a los que se ven en la necesidad de dar respuestas.

La descripción también permite dar cuenta de la variedad de empresas e instituciones públicas y privadas presentes, lo cual influye en el tipo de público que se acerca a la muestra: desde productores, contratistas y empresarios, hasta familias de las localidades cercanas y contingentes de escuelas. Allí, aspectos más “tradicionales” del agro pampeano y de este tipo

de espacios como la maquinaria agrícola y productores recorriendo con sus familias, convivían con *stands* sobre inversiones, carpa de mesa de negocios y charlas, e incluso una especie de fiesta electrónica en la que se servía cerveza gratis a aquellas personas identificadas con una pulsera amarilla, el resto sólo podía ser espectador/a. Como Ratier (2018b) ha expresado para la exposición rural de Palermo, Agroactiva se puede pensar como un rito de institución en el que se consagra un orden de cosas, una diferenciación entre los presentes. Pese a que la muestra es accesible para el público en general, ya que pueden recorrer los diferentes espacios y entrar en las carpas, hay actividades o momentos que son reservados para un grupo selecto: por ejemplo, cualquiera podía entrar a la carpa de ronda de negocios pero no todos tenían algo que hacer allí.

Los organizadores de Agroactiva hacen una lectura sobre la diversidad de sujetos que asisten y apuntan a ellos a partir de diversificar la muestra. El jefe de prensa decía al respecto:

“Nosotros siempre decimos que somos una herramienta para el sector agropecuario. Reunimos durante 4 días a, en primer lugar a la oferta y la demanda, que son los expositores y el público interesado en comprar. Pero además es un gran centro concentrador de toda la cadena agroindustrial de la Argentina. [...] Vienen los pilotos aeroplantes, vienen operadores comerciales de distintos países, entonces se fue ampliando y creo que hoy es el mayor centro generador de negocios de la cadena agroindustrial de nuestro país” (Entrevista, 1/6/2017).

Además de ser un centro de generación de negocios, consideramos que la muestra también constituye un espacio de formación, de sociabilidad, donde circulan saberes, información, y se aporta a la construcción de una subjetividad y una imagen del agro local, donde lo ambiental forma parte de los temas de agenda. Entendemos que la creación de la “Tecnoplaza” contribuyó a ese aspecto. Las charlas allí realizadas fueron dictadas, en su mayoría, por profesionales de INTA, CONICET y universidades, mientras que algunas pocas estuvieron a cargo de representantes de empresas o asociaciones. La mayoría trató sobre manejo agronómico, pero también hubo sobre innovaciones tecnológicas, energía, políticas públicas, estando muchas de ellas atravesadas por la discusión ambiental. Asistimos a dos: “Norma IRAM 14130 de labores agrícolas”, presentada por AAPRESID y CASAFE, y “Aplicación de productos fitosanitarios en áreas periurbanas”, dictada por CASAFE.

Las conferencias nos permitieron aproximarnos al diagnóstico que hacen los sectores empresariales de la situación ambiental y a las propuestas de acción que plantean. A diferencia de los organizadores de la muestra, que atribuyen a la cuestión ambiental un surgimiento espontáneo en la agenda pública, desde las organizaciones que dictaron las charlas hubo un reconocimiento de que la problemática se vincula al cuestionamiento que existe por parte de la sociedad de ciertas prácticas agronómicas, sobre todo la aplicación de agroquímicos. Es esta situación, interpretada por ellos como un conflicto entre “campo y ciudad”, lo que los lleva a ocuparse de estos temas con el fin de “trabajar un poco en lo que es la aceptación pública de

toda la cadena de producción” (Registro de campo, representante de CASAFE, 1/6/2017).

En este marco, señalaban alarmados la proliferación de nuevas ordenanzas municipales creadas para limitar las pulverizaciones con agroquímicos mediante la delimitación de zonas de exclusión alrededor de los centros poblados. El representante de CASAFE se refería a ellas de la siguiente forma:

“Empezamos a ver que si nosotros poníamos en evaluación todas las distancias que se estaban estableciendo en el país nos daban promedio de 800 a 1.000 metros. Y si ponemos 1.000 metros en todas las localidades de Argentina, posiblemente estaríamos perdiendo un millón de hectáreas productivas hoy en nuestro país. Cuando el Ministerio de Agroindustria vió y trabajó estos números la verdad que se asustó un poco por la pérdida de producción que eso implicaba e hizo un llamado a diferentes instituciones públicas y privadas donde se empezó a trabajar” (Registro de campo, 1/6/2017)

Asimismo explicaba: “Esas distancias se estaban estableciendo sin una base científica, sin un conocimiento y solamente con lo que es la percepción pública” (Registro de campo, 1/6/2017). Se hace evidente una forma de concebir la ciencia aislada de lo que sienten o les sucede a los sujetos, y asociada a las ideas de neutralidad, instrumentalidad y certeza (Blois, 2017), en oposición a percepciones que nada tendrían que ver con lo que sucede en la realidad y que le generarían “pérdidas” a un “nosotros” bastante difuso en la forma en que es enunciado. No queda claro si ese “nosotros” es el país, el sector agropecuario, una parte de él, los empresarios, etc. Y consideramos que en esa opacidad del “nosotros” radica su efectividad.

Así, en su relato aparece, por un lado, la preocupación por los perjuicios económicos que podría desencadenar la legislación ambiental; y por el otro, la convicción de que dicha legislación debería fundarse sobre bases científicas y no en percepciones sociales infundadas. Expresan que el problema ambiental es un problema técnico y, por lo tanto, su resolución debería ser técnico-científica a cargo de expertos. En esa búsqueda, la respuesta que dan tiene consonancia con el diagnóstico tecnista. La plantean bajo la consigna “Ser y Parecer”, donde el “Ser” lo constituye la aplicación de “Buenas Prácticas Agrícolas” (BPA), y el “Parecer” se vincula con la estrategia comunicacional. En este binomio, las BPA constituyen la solución técnica eficiente a los problemas ambientales, es lo que los productores realizan “tranqueras adentro”. Lo que perjudicó al sector entonces, no es lo que los productores hacen cotidianamente, sino lo que no tuvieron en cuenta, el “Parecer”. Así fue expresado por el representante de CASAFE:

“Ha habido una gran falta de comunicar qué es lo que está haciendo, de comunicar que está implementando buenas prácticas y ahí es donde entra el “parecer” [...] porque uno puede ser el mejor haciendo las cosas pero si no comunica o si no comenta qué es lo que está haciendo el mensaje no llega y la visión de la sociedad puede ser una totalmente distinta a la que está ocurriendo” (Registro de campo, 1/6/2017).

Lo comunicacional es un aspecto que estos sectores consideran central para la resolución de los conflictos. En ese sentido señalan la necesidad de reforzarlo a través de la realización de campañas en redes sociales, eventos demostrativos (como el de aplicaciones aéreas y terrestres de agroquímicos), y el impulso de normas y certificaciones (Norma IRAM 14130, Agricultura Certificada).

Este recorrido nos permitió dar cuenta de que lo ambiental se fue haciendo un lugar en la muestra Agroactiva, aunque es evidente que no hay acuerdo en la forma de entender el lugar que ocupa: por un lado, tenemos una visión que entiende su irrupción desde la espontaneidad, y por el otro hay un claro reconocimiento de lo ambiental como una problemática a abordar. Más allá de las dos posiciones expuestas, la construcción de lo “sustentable” tiene relevancia y se realiza en relación con las BPA, destacando la importancia de lo técnico- científico para el abordaje de la problemática. A su vez, es evidente la necesidad y centralidad de “mostrar” esa sustentabilidad al resto de la sociedad.

REFLEXIONES FINALES

A partir de las descripciones y análisis presentados en este artículo pretendimos dar cuenta de cómo los sectores dominantes del agro pampeano abordan una de las problemáticas que ponen en el ojo de la tormenta a la producción agrícola. La cuestión ambiental no es sólo una preocupación de aquellos sectores de la sociedad que se sienten perjudicados, sino que para los sectores dominantes se ha convertido en un tema ineludible incluso en las exposiciones y congresos organizados por ellos. En este sentido, entendemos que estos espacios se constituyen como centrales para la construcción de sentidos al respecto, también para la circulación de saberes y promoción de prácticas que confluyen en la construcción de identidades de productores, empresarios y sobre el agronegocio en Argentina como “sustentable”.

Asimismo, consideramos que pueden pensarse a estos eventos como rituales con componentes futuristas y primitivos (Sorá, 2016). Por un lado, se realizan los lanzamientos de las novedades tecnológicas y productivas, presentadas generalmente como soluciones revolucionarias a los diversos problemas o demandas del sector, en este caso, condensadas en la idea de “ecoprogreso”. Por otro lado, también “se consensuan representaciones y se ratifican elementos del contrato social” (Sorá, 2016:20), se recupera cierta estética típica del agro y se reafirma al sector como motor de la economía nacional.

Más allá de las particularidades de cada una de las muestras, queremos reforzar la potencialidad del espacio de exposiciones para estudios que desde una perspectiva socio-antropológica relacional pretendan priorizar las construcciones de sentido. Consideramos que son espacios de sociabilidad y formación, donde circulan saberes, representaciones en torno a qué es ser un productor agropecuario hoy, el lugar de la tecnología y la ciencia en la construcción de un “agro sustentable”. En este sentido, dichos eventos tienen influencia en las formas de percepción de la producción agropecuaria, sus problemas y las formas legítimas de solucionarlos. Como decíamos al inicio del artículo, estas exposiciones y congresos son una vidriera, tanto para el público urbano, como para los diferentes tipos de productores agropecuarios

que asisten; pero también, como dice Ratier, “es para los nativos un espejo donde reconocerse” (2018a: 278).

Las exposiciones y congresos también se constituyen como un ámbito en el que se manifiestan relaciones de poder, se tejen y refuerzan alianzas, no sólo dentro del sector empresarial agropecuario, sino también con instituciones públicas. Se pretenden instalar temas en la agenda de los distintos niveles del Estado e incidir en la generación de políticas para el sector, siendo las vinculadas a la regulación ambiental unas de las más debatidas en la actualidad.

La problemática ambiental va ganando lugar a partir de la necesidad de dar respuesta a los cuestionamientos al modelo del agronegocio. Al verse afectada la “imagen” de todo el sector, de toda la cadena de producción, las empresas e instituciones impulsoras de este modelo despliegan una serie de estrategias. Por un lado, los cuestionamientos son señalados como percepciones que deben ser confrontados con ciencia. Esto está asociado a una idea de ciencia neutral y efectiva (en contraposición a prácticas tradicionales o a percepciones), y más si viene de la mano de instituciones públicas. En ese sentido podemos pensar a la ciencia como el lenguaje priorizado por los sectores dominantes del agro porque es el de los expertos, y al ser un lenguaje de poder se impone como forma de dirimir los conflictos. Por otra parte, evalúan como necesario reforzar la comunicación para que la sociedad (vista como algo externo) comprenda y conozca lo que “el campo” hace. De ahí surge la necesidad de mostrarse sustentables (la importancia de “parecer”) tanto en los discursos, las publicidades, como en la generación de políticas que avalen esa imagen (ej: programas de certificación). Lo ambiental es retomado no sólo como una forma de dirimir los conflictos sino también como una forma de asegurar el negocio.

BIBLIOGRAFÍA

- Aapresid. (2016). Estimación de superficie en siembra directa 2014-2015. Recuperado de <https://www.aapresid.org.ar/wp-content/uploads/2016/10/Estimaci%C3%B3n-de-superficien-en-SD-1.pdf>
- Achilli, E. (2005). *Investigar en antropología social. Los desafíos de transmitir un oficio*. Rosario: Laborde Editor.
- Agroactiva (2017). *Vista aérea de la muestra Agroactiva año 2017*. [imagen] Recuperado de: <https://www.agroactiva.com/agroactiva-2017-sera-en-armstrong-nucleo-de-la-industria-metalmechanica/>
- Alapin, H. (2008). *Rastrojos y algo más: Historia de la siembra directa en Argentina*. Buenos Aires: Teseo.
- Azcuy Ameghino, E. (2016). La cuestión agraria en Argentina Caracterización, problemas y propuestas. *Revista Interdisciplinaria de Estudios Agrarios*, (45), 5–50. Recuperado de http://www.ciea.com.ar/web/wp-content/uploads/2018/01/La-cuestión-agraria-en-Argentina.-Caracterización-problemas-y-propuestas_Eduardo-Azcuy-Ameghino-1.pdf
- Bageneta, J. (2015). Territorio, agronegocio y cooperativas: el caso de la Unión Agrícola Avellaneda (Santa Fe, Argentina), 1990-2010. En *Boletim Dataluta*, N° 92. Recuperado de http://www2.fct.unesp.br/nera/artigodomes/8artigodomes_2015.pdf
- Blois, P. (2017). *Ciencia, glifosato y formas de vida: una mirada*

antropológica sobre el debate en torno a los agroquímicos (Tesis doctoral). Facultad de Filosofía y Letras Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires. Recuperado de <http://repositorio.filo.uba.ar/xmloi/handle/filodigital/9970>

Bolsa de comercio de Rosario. (2017). Informativo Semanal. Mercados. Recuperado de <https://www.bcr.com.ar/es/print/pdf/node/71972>

Cloquell, S. (coord.); Albanesi, R.; Propersi, P.; Preda, G.; De Nicola, M. (2007). *Familias Rurales, el fin de una historia en el inicio de una nueva agricultura*. Rosario: Homo Sapiens.

Crehan, K. (2004). *Gramsci, cultura y antropología*. Barcelona: Ediciones Bellaterra.

Esporturno, M. (2015). La sojización, fase superior de la agriculturización. En *Revista de la Escuela de Antropología*, 21, 225-241.

Esporturno, M. (2018). Periurbano, cotidianidad social y agro-negocio en el sur santafesino. Un análisis desde los entramados locales. (Ponencia presentada en IX Jornadas de Investigación en Antropología Social Santiago Wallace, Facultad de Filosofía y Letras- UBA, Buenos Aires).

Fundación Agropecuaria para el Desarrollo de Argentina. (2017). El campo argentino en números. Recuperado de <http://fundacionfada.org/informes/el-campo-argentino-en-numeros-3/>

González, D. (2016). El argumento ambiental: conflicto por el uso de agrotóxicos en la región pampeana argentina. Ponencia presentada en Pre-Congreso ALASRU, Asociación Latinoamericana de Sociología Rural, Santiago del Estero.

González, D. (2018). Agronegocio y Estado en la promoción de las "Buenas Prácticas Agrícolas". Apuntes desde el trabajo de campo antropológico en una localidad del norte bonaerense. Ponencia presentada en IX Jornadas de Investigación en Antropología Social Santiago Wallace, Facultad de Filosofía y Letras- UBA, Buenos Aires.

Gras, C. y Hernández, V. (2013) *El agro como negocio. Producción, sociedad y territorios en la globalización*. Buenos Aires: Biblos.

Gras, C. y Hernández, V. (2016). *Radiografía del nuevo campo argentino. Del terrateniente al nuevo empresario transnacional*. Buenos Aires: Siglo XXI

Hernández, V. (2009). La ruralidad globalizada y el paradigma de los agronegocios. En C. Gras y V. Hernández *La Argentina rural. De la agricultura familiar a los agronegocios* (pp.39-63). Buenos Aires: Biblos.

INTA (2012). Evolución del mercado de herbicidas en Argentina. Recuperado de https://inta.gob.ar/sites/default/files/script-tmp-inta-economia_y_desarrollo_agroind-boletin1-2.pdf

Leite Lopes, S (2006). Sobre processos de "Ambientalização" dos conflitos e sobre dilemas da participação. En *Horizontes Antropológicos*, 12(25), 31-64. <https://doi.org/10.1080/140381901300165026>

Liaudat, M. D. (2015). La construcción hegemónica de las entidades técnicas en el agro argentino: análisis de los discursos de AAPRESID y AACREA en la última década. *Mundo Agrario*, 16 (32), 23-32. Recuperado de www.mundoagrario.unlp.edu.ar/article/download/MAv16n32a04/6860/

Lluch, A. (2009). Ferias y exposiciones: un campo de representación

del mundo empresarial argentino de principios del siglo XX. En M.S Di Liscia y A. Lluch (editoras) *Argentina en exposición. Feria y exhibiciones durante los siglos XIX y XX* (pp. 239-268). Sevilla: Consejo Superior de Investigaciones Científicas.

Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca de la Nación. (2010). Plan Estratégico Agroalimentario y Agroindustrial Participativo y Federal 2010-2020

Miri, G. (2007). ¿Un nuevo empresariado agrario? Ciencia, mercado y tecnología en la construcción de un perfil “innovador”. Un análisis desde los Congresos Anuales de la Asociación Argentina de Productores de Siembra Directa (AAPRESID) (1992-2007). IV Jornadas de Jóvenes Investigadores. Instituto de Investigaciones Gino Germani, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires: Buenos Aires. Recuperado de: <https://www.aacademica.org/000-024/25>

Newell, P. (2009). Bio-Hegemony: The Political Economy of Agricultural Biotechnology in Argentina. *Journal of Latin American Studies* Volumen 41(1), 27-57.

Podgorny, I. (2009). La industria y laboriosidad de la República. Guido Bennati y las muestras de San Luis, Mendoza y La Rioja en la Exposición Nacional de Córdoba. En: M.S Di Liscia y A. Lluch (editoras) *Argentina en exposición. Feria y exhibiciones durante los siglos XIX y XX* (pp.21-58). Sevilla: Consejo Superior de Investigaciones Científicas.

Ratier, H. (2018a). Cuadros de una exposición: la Rural y Palermo. Ruralidad, tradición y clase social en una más que centenaria exposición agroganadera argentina. Una etnografía. En H. Ratier (comp) *Antropología rural argentina. Etnografía y ensayos* (pp.201-286). CABA: Editorial de la Facultad de Filosofía y Letras Universidad de Buenos Aires.

Ratier, H. (2018b). La exposición “rural” de Palermo. Espacio de reconocimiento y socialización. En H. Ratier (comp) *Antropología rural argentina. Etnografía y ensayos* (287-293). CABA: Editorial de la Facultad de Filosofía y Letras Universidad de Buenos Aires.

Redacción Agrovoz. (12 de septiembre de 1977). Pioneros a nivel mundial: la siembra directa cumplió 40 años de su “nacimiento”. *Agrovoz*. Recuperado de: <http://agrovoy.lavoz.com.ar/agricultura/pioneros-nivel-mundial-la-siembra-directa-cumplio-40-anos-de-su-nacimiento>

Ruffini, M. (2012). “La Patagonia vestida de fiesta” .Las exposiciones rurales como espacios de sociabilidad y expresión de demandas (1946-1955). *Estudios Rurales*, 2 (3), 188-219. Recuperado de: <http://ppct.caicyt.gov.ar/index.php/estudios-rurales/article/view/1706/2259>

Segrelles Serrano, J. (2007). Una reflexión sobre la reciente reorganización de los usos agropecuarios en América Latina. *Anales de Geografía de la Universidad Complutense*, 27 (1). Recuperado de <http://web.ua.es/es/giecryal/documentos/documentos839/docs/reorgagropecuaria.pdf>

Sorá, G. (2016). Primitivas y futuristas: las ferias de libros bajo el prisma de la sociología. *Revista Bé Pé* (pp. 19-23). Recuperado de: https://issuu.com/kikillo/docs/160606_revista_bp_4

Teubal, M. (1999). Complejos y sistemas agroalimentarios. En N, Giarraca (Coord.) *Estudios rurales. Teorías problemas y estrategias metodológicas* (pp. 97-119). Buenos Aires: Editorial La Colmena

Zusman, P. (2011). Negociando representacionalmente el panamericanismo. Estados Unidos y Argentina en la exposición universal de Búfalo (1901). *Espaço e cultura* (29), 22-34. Recuperado de: <http://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/espacoecultura/article/viewFile/3529/2455>