

ARTICULOS / ARTICLES

Genealogía de una elite rural: elucidación antropológica de una práctica de poder

Genealogy of a rural elite: anthropological elucidation of a practice of power

Valeria Hernández

Institut de Recherche pour le Développement, Francia
hernandez.vale@yahoo.com

Resumen

En este artículo se interroga la noción de *elite* en tanto herramienta conceptual para analizar las relaciones de poder tal como éstas se construyen en el mundo agrorural contemporáneo argentino. Con este objetivo estudiamos un grupo específico, los *empresarios innovadores* inscriptos en el modelo *agribusiness*, congregados en torno de la Asociación Argentina de Productores en Siembra Directa (AAPRESID). A través del material etnográfico generado en el marco de un trabajo de campo antropológico (2003-2007), se analizará el modo en que movilizan la identidad de *elite* como factor de legitimación de la posición material y simbólica ocupada en el escenario rural.

Palabras clave: Agronegocios; Desarrollo rural; Elite; Antropología política.

Summary

In this article the notion of *elite* is examined as a conceptual tool to analyze the power relationships like they are build in the contemporary Argentinian agro-rural world. For this purpose we studied a specific group, the *innovative entrepreneurs* enrolled in the *agribusiness* model, assembled in Asociación Argentina de Productores en Siembra Directa (AAPRESID). Through the ethnographic material generated within the scope of an anthropological fieldwork (2003-2007), it will be analyzed the way in which the identity of *elite* as a legitimacy factor for the material and symbolic position occupied in the rural scenario.

Key words: Agribusiness; Rural development; Elite; Politic anthropology.

Introducción

Con el objetivo de interrogar la noción de *élite desde una perspectiva antropológica*, abordamos el estudio de un grupo de poder que se presenta como siendo parte de la elite intelectual en su sector de actividad, el agropecuario. Se trata del grupo de dirigentes ruralistas que fundó la Asociación Argentina de Productores en Siembra Directa (AAPRESID), la cual tiene como socios a gran parte de las firmas transnacionales de agroinsumos, a las empresas nacionales más relevantes del sector agroindustrial y metalmecánico relacionado con el agro y a los mega empresarios más emblemáticos del *agribusiness* local y regional¹. Nos proponemos analizar cómo estos actores lograron articular el plano individual, institucional y social, para construirse como dirigentes/referentes



con reconocimiento social dentro y fuera del perímetro agrorural. Para ello, daremos cuenta de la dinámica de producción de la identidad colectiva, los escenarios que permitieron a dicho colectivo legitimar socialmente su posición de *dirigencia* de cara al conjunto de la sociedad y los dispositivos de pasaje de una esfera (económica, política, social, etc.) a otra (ideológica, simbólica, subjetiva), de un registro (local, cara a cara) a otro (global, virtual).

Consideraciones generales: abordaje metodológico utilizado y breve contextualización histórica

Un abordaje antropológico de la noción de *élite*

En la perspectiva analítica antropológica evocada, consideramos la elite como una identidad colectiva construida por actores que tienen un proyecto de poder, en una coyuntura particular. Por lo tanto, el objeto de análisis es *el proceso de producción de la identidad colectiva que un grupo de poder lleva adelante en un contexto socio-histórico específico*. En el caso que aquí nos ocupa, se trata de estudiar el proceso por el cual un grupo de productores agropecuarios logró legitimarse como dirigencia dentro del sector y, más allá de éste, a nivel del imaginario social, consiguió que su modelo de *negocio agrícola* permease el sentido común, haciéndolo propio (Schutz, 1987).

Metodológicamente, el empleo que aquí haremos de la noción de *élite* difiere en algunos aspectos del modo en que se la utiliza comúnmente en los estudios de elite. En efecto, en dichos estudios se observa como un recurso recurrente el *análisis de caso*. Generalmente, se abordan con suma fineza las prácticas sociales y de poder según la elite que se determine como objeto (la elite política, la elite económica, la elite intelectual son las más evocadas en esta bibliografía). Incluso, algunos estudios de elite recortan un colectivo social en relación con un determinado campo de actividad: la elite militar, la religiosa, la periodística, entre otras. En esta línea, el objetivo es focalizar en quienes integran ese selecto grupo de personas influyentes, desarrollando análisis de tipo conductual, con centro en los individuos y haciendo énfasis en “la toma de decisiones”. Estos estudios se proponen dar cuenta del modo en que los individuos forman parte, dados determinados atributos, de tal o cual elite, y logran influir en el curso político, económico, etc., de la vida social o de tal colectivo en particular. Sin embargo, un problema que se puede suscitar en este tipo de análisis de la acción social, fundamentalmente construido a partir de material empírico centrado en el individuo (relatos de vida, reconstrucción de trayectoria escolar, profesional...), es la dificultad para aprehender la dimensión social o, dicho de otra manera, la dialéctica parte/todo. En efecto, raramente se encuentra material referido a escenarios de interacción colectiva, interpretación de los sistemas de producción de esos discursos y de los sistemas de valores que los legitiman. Esto suele ser una de las falencias más difíciles de superar y al mismo tiempo resulta fundamental lograrlo, ya que “(...) el discurso no es

simplemente aquello que traduce las luchas o los sistemas de dominación, sino aquello por lo que, y por medio de lo cual, se lucha, aquel poder del que quiere uno adueñarse.” (Foucault, 1973, p. 12). Entonces, adueñarse del decir, del poder de nombrar la realidad, de darle un contenido más que otro, lograr que una visión del mundo sea adoptada por un colectivo social en tanto relato verdadero del mundo, expresa un tipo de poder, el del discurso, al que nos referiremos centralmente en el análisis que sigue. Para observar este poder en acto, debemos atender el escenario comunicativo en el cual aquél es jugado, sobre el cual dicho discurso ejerce su pretensión de poder. El escenario colectivo que elegimos para analizar en este trabajo es el congreso anual de la Asociación Argentina de Productores en Siembra Directa. Nos detendremos en las condiciones materiales y simbólicas de producción de esos congresos, articulando analíticamente la mirada del grupo sobre sí mismo, sobre el mundo y cómo ello dialoga con el contexto.

Por otro lado, al abordar la elite como una producción identitaria colectiva con voluntad de poder, estamos habilitando preguntas sobre los modos en que dicho grupo logra proyectar su visión del mundo no sólo sobre quienes están en posiciones subordinadas, sino también por sobre sus coetáneos de clase (en este caso, por ejemplo, la visión de desarrollo de las fracciones tradicionales terratenientes, o también de fracciones no agrarias, como las del mundo de la industria o de los servicios). Este tipo de interrogantes pueden explorarse mediante un acercamiento comparativo; esto es, contrastar diferentes entidades del sector agropecuario y ver las particularidades de AAPRESID en relación con las prácticas de poder o, como ellos gustan decir, construcción de “liderazgo”. Sin embargo, no utilizaremos esta metodología aquí sino que abordaremos los dispositivos de legitimación (tanto hacia la clase subalterna como hacia el interior de la clase dominante) movilizados por este grupo a través del análisis de las lógicas de acción y los registros comunicativos con los que el mismo logra producir un conjunto de preceptos morales aceptables socialmente (Boltanski y Chiapello, 2002). Partiendo del escenario de interacción colectiva anunciado (los congresos anuales), iremos viendo cómo lo que allí se juega va repercutiendo en otros campos de interlocución (mediático, académico, político) en los cuales los actores de AAPRESID construyen anclajes sólidos para su proyecto de poder. Observaremos cómo logran, así, tener injerencia en los asuntos sociales, orientar el curso del sector e instalar en el sentido común (Schutz, 1987) su “visión” del mundo (rural y no rural).

Contextualización del sector agropecuario argentino: 1990-2007

Para contextualizar brevemente la problemática bajo análisis, notemos algunos rasgos del escenario nacional en el que el grupo en estudio edificó su identidad colectiva. Desde hace algunos años, reaparece con vigor en el imaginario social la idea según la cual el destino de la Argentina está ligado al desarrollo de la matriz agroexportadora. Sería la producción

primaria la única capaz de garantizar, hacia adentro, un estado económico saludable y dinámico; y, hacia afuera, un saneamiento de la relación financiera y comercial con el mundo. Dicha matriz está sostenida centralmente por las *commodities agrícolas*, con la producción de soja transgénica² muy por delante del resto (maíz, trigo y girasol), por lo cual se abrió un debate en torno del “proceso de sojización” de la producción primaria argentina (Giarracca y Cloquell, 1998; Teubal, 2003; Pengue, 2008).

Como no podía ser de otro modo, los cambios en la base productiva (incorporación de nueva tecnología y reorganización del modo de producción) produjeron cambios a nivel de la estructura social, y reacomodaron los pesos específicos de las franjas que la componen. Tal como sintetizamos en otra ocasión (Gras y Hernández, 2009a), entre los censos agropecuarios nacionales realizados en 1988 y 2001 el número total de explotaciones agropecuarias disminuyó en cerca de un 21%, a la vez que se incrementó el tamaño medio de las que continuaban en actividad en un 25% para alcanzar 587 hectáreas en 2002. Si se consideran los distintos tamaños de explotaciones, se observa que la disminución alcanzó su mayor expresión (26%) entre las unidades de hasta 200 hectáreas. Asimismo, las explotaciones de más de 1.000 hectáreas aumentaron en su importancia relativa (en 2,3 puntos porcentuales), en especial las que se ubicaban en el tramo de 1.000 a 2.500 hectáreas (8,5%). Cabe destacar que, si bien las explotaciones de mayor tamaño (más de 10.000 hectáreas) disminuyeron en cantidad (-4,5%), controlaban mayores superficies (la variación es de 2,4%). Por otro lado, Gras (2006) muestra que, en el 2002, el estrato que conformaba la cúpula del sector agrario representaba el 0,9% del total de explotaciones y controlaba casi el 36% de la tierra (un 2,4% más que en el censo anterior). Entre 1988 y 2002, tal redimensionamiento fue acompañado de cambios en las formas de acceso a la tierra: la cantidad total de tierras bajo arriendo aumentó 52%, fundamentalmente a expensas de la forma propiedad. Un comportamiento similar tuvieron las explotaciones que combinaban propiedad y arrendamiento de la tierra: aumentaron 7,5%, y la cantidad de hectáreas operadas bajo esta forma se incrementó en un 48%. En el mismo período, las explotaciones con toda su tierra bajo propiedad disminuyeron 26%, y la cantidad de hectáreas en este caso decreció 11%. Estos números indican que la concentración de la producción se dio fundamentalmente mediante el sistema de arrendamiento de tierras, que dejó a los pequeños productores fuera de la actividad de producción directa (Gras y Hernández, 2009a).

A la par de estos cambios, se dio un aumento en la superficie total implantada y en la producción de los principales cultivos, pero muy particularmente en el de soja. Según el informe realizado por el Indec sobre la base de la comparación intercensal 1988-2002, la superficie implantada con oleaginosas, considerando primera y segunda ocupación, se incrementó en un 87%, siendo la que más se expandió durante el período considerado.

Dicho incremento se explica principalmente por la soja (las demás oleaginosas se redujeron), la cual aumentó en un 150% en la superficie implantada en primera ocupación. El crecimiento en la producción no se debió tanto a un aumento en el rendimiento por hectárea sino más bien a la expansión ininterrumpida del número de hectáreas incorporadas año tras año y, por otro lado, a la intensificación de la producción vía el doble cultivo (rotación con soja de segunda) y vía el sistema de intersembra³.

Tal como se ha dicho repetidamente en la literatura específica sobre la evolución de la estructura social agropecuaria argentina, la contraparte de la dinámica de concentración productiva fue (es) la expulsión y/o desplazamiento de los pequeños y medianos productores familiares, de los campesinos y de las poblaciones originarias (Gras, 2006; Barbeta 2009), quienes ocupaban tierras antes consideradas “marginales” para la agricultura y que, con el nuevo paquete biotecnológico, han podido ser incorporadas al régimen de producción de soja transgénica (Hernández y Fosa Riglos, 2010; Hernández e Intaschi, 2010). Sin embargo, como señaló un economista cuyos análisis muestran con optimismo el futuro del agro argentino basado en el nuevo paradigma (Bisang, 2005), este proceso de expulsión y/o desplazamiento no ha generado un movimiento de revuelta (del tipo del “Grito de Alcorta” en 1912) entre quienes se vieron afectados por las transformaciones en el modelo agroproductivo. Ello es interpretado por algunos autores (Regúnaga *et al.*, 2003; Llach *et al.*, 2004; Binsag y Sztulwark, 2005) como un signo que revela el consentimiento, o incluso la adhesión, por parte de los productores a la nueva dinámica productiva:

De esta manera el paquete tecnológico soja transgénica-siembra directa-glifosato ha contribuido a que los productores de los estratos más pequeños también puedan instrumentar planteos sustentables de agricultura permanente y que generen mayores retornos por unidad de capital y por hectárea que los modelos tradicionales de rotación agrícola-ganadera. (Regúnaga et al., 2003:66).

En la óptica de estos autores, el actual sistema de producción sería de tipo “ganador, ganador” pues reservaría un lugar para cada tipo de perfil socioproductivo (productor grande, mediano y pequeño; contratista, gerenciador, propietario de las tierras, etc.). En este sentido, plantean que el nuevo modelo sería un importante generador de empleo (Leach *et al.* 2004) y que la renta generada por este *commoditie* sería captada, principalmente, por los productores (en particular, serían los medianos y pequeños quienes se habrían beneficiado directamente por el nuevo paquete tecnológico; Trigo y Cap, 2006; Trigo y Villareal, 2009)⁴

Sin embargo, otros investigadores (Azcuy Ameghino, 2004; Slutzky, 2005; Manildo, 2009) han mostrado la presencia de movilizaciones sociales protagonizadas fundamentalmente por los movimientos campesinos, los pequeños agricultores y las agrupaciones de los

pueblos originarios. Estas manifestaciones fueron consolidándose a medida que el proceso de expansión de la soja transgénica progresaba sobre las zonas extrapampeanas. De resultas de ello, la soja terminó colonizando los territorios en los que aquellas poblaciones producían de otra forma y otras cosas. Dice al respecto Azcuy Ameghino (2004:269-270):

En suma, (...) es posible afirmar que entre 1993 y 2001 los chacareros pampeanos protagonizaron, a tono con los agravios recibidos, una de las décadas de luchas reivindicativas más intensas y reiteradas que registra el siglo XX.

Hemos visto dos conclusiones muy disimiles en relación a los posicionamientos asumidos por los grupos sociales frente al proceso de consolidación del nuevo modelo agroproductivo comúnmente llamado “modelo sojero”. Esta polaridad del arco académico expresa o, mejor dicho, se revela como un síntoma del campo de relaciones de poder que nos proponemos analizar aquí. Como veremos, dicho campo de poder construye sus fronteras de modo trans-sectorial y polisémico, haciendo convergir sus acciones y discursos en función de una determinada visión de mundo/paradigma/modelo de desarrollo, lo cual implica una serie de postulados que exceden largamente los debates científicos o técnicos sobre el uso de tal o cual paquete agronómico o el modo de aplicar esta o aquella nueva tecnología. Cada modo de ver el mundo conlleva su propia matriz productiva (campesina, familiar, *agribusiness*) y responde de manera diferente a cuestiones centrales, como: qué características debe poseer la producción agropecuaria para ser “deseable”; cuáles son los rasgos que debe poseer el actor emblemático del paradigma; qué contenido concreto se les da a nociones como “desarrollo”, “sustentable”, “virtuoso”, “innovador”; qué modelo de país/sociedad se desea para sí mismo y como legado para las generaciones futuras. Las definiciones dadas sobre temas tan esenciales implican, a su vez, formas de relacionarse con la naturaleza y con los recursos disponibles y/o por generar en un territorio dado (tanto los recursos materiales como los simbólicos, sociales, institucionales, cognitivos, etc.). También suponen formas de concebir la producción (qué se produce, con qué y para quién se produce, etc.) y la organización del trabajo, poniendo de relieve los distintos intereses (de clase, de grupo, identitarios, entre otros) que se juegan en cada visión de mundo.

En las secciones que siguen, intentaremos mostrar cómo el grupo dirigente de AAPRESID logró su posición de liderazgo en el escenario recién descrito. Buscaremos comprender cómo movilizaron los rasgos identitarios para construir tal posicionamiento; a qué universo simbólico recurrieron; qué prácticas individuales y colectivas desarrollaron en tal proceso de promoción; cuál fue el auditorio al cual se dirigieron y qué tipo de adhesión convocaron. Como dijimos, utilizaremos como eje troncal de análisis uno de los materiales etnográficos trabajados en nuestra investigación, los congresos anuales organizados por la Asociación⁵, eje que será puesto en diálogo con otras fuentes de estudio (entrevistas, archivos periodísticos, documentos producidos por la AAPRESID...).

La producción de AAPRESID en tanto elite del “nuevo paradigma agrícola”

AAPRESID nació oficialmente en el año 1989 como una asociación civil sin fines de lucro, con 23 socios preocupados por cuidar uno de sus principales recursos productivos, el suelo, mediante la utilización de la siembra directa (SD). Y es justamente vía la SD que terminarán articulándose perfectamente, años más tarde, con la soja transgénica, por las razones técnicas y de mercado que detallaremos enseguida. Estos productores, inicialmente concentrados en la “zona núcleo”, decidieron radicar su domicilio legal en Rosario, provincia de Santa Fe, marcando así desde el inicio una distancia simbólica con respecto a Buenos Aires⁶. Sus oficinas se ubican en el mismo palacio donde funciona la Bolsa de Cereales de Rosario, la más importante del país junto con la de Buenos Aires. Allí se reúnen, una vez por mes, la Comisión directiva y también los coordinadores y los delegados de los centros regionales⁷.

Luego de 23 años de existencia, AAPRESID cuenta con más de 2.000 socios y un considerable capital social y simbólico ya que ha logrado posicionarse como una entidad de referencia dentro del sector agropecuario. Su opinión tiene peso específico a la hora de sentar una posición respecto de, por ejemplo, la oportunidad (o no) de pagar los *royalties* a la multinacional Monsanto o de reinstaurar ciertas instituciones fiscalizadoras eliminadas durante el gobierno de Carlos Menem. Dentro del mapa de las instituciones rurales, AAPRESID cultiva un perfil más bien técnico y no tanto sindical (como la Federación Agraria Argentina –FAA-) o corporativo (como la SRA). Cuando sus miembros se sitúan con respecto a otras entidades, el punto de comparación más citado es AACREA⁸, otra entidad técnica pero con mayor trayectoria en el sector. Como esta última, AAPRESID ofrece a sus socios publicaciones periódicas (gacetilla institucional, revistas técnicas por cultivo y manuales de los congresos), organiza espacios de encuentro y debate (congreso nacional anual, seminarios regionales, simposios, jornadas de “ensayo a campo”, etc.) y propone cursos de capacitación en su Instituto fundado en 1997 (sobre temas técnicos y operativos -ligados a los cultivos- así como otros más bien orientados a la formación gerencial, específica de este nuevo tipo de productor “empresario” que ellos representan).

El origen de AAPRESID: los mitos fundacionales

El discurso, por más que en apariencia sea poca cosa, las prohibiciones que recaen sobre él, revelan muy pronto su vinculación con el deseo y con el poder. (Foucault, 1973:13).

La tendencia de la dirigencia ruralista a posicionarse como actor determinante del modelo de desarrollo nacional forma parte del clásico alegato de este sector, desde la SRA hasta FAA, pasando por AACREA y demás entidades técnicas o gremiales. La leyenda anónima que

registramos grafitada en los muros de un pueblo del interior del país “*El país crece con el campo; nunca sin el campo; y jamás contra el campo*” sintetiza bastante bien esta visión ruralocéntrica del desarrollo nacional. En este sentido, no debería sorprender que AAPRESID se inscriba en dicho registro desde sus orígenes. Sin embargo, cada organización interpreta el liderazgo rural con acentos y especificidades que le son propios. Veamos, por medio de diversos materiales y documentos, cuáles fueron las inflexiones que este grupo de dirigentes le dio al paradigma *agribusiness*.

La versión que remonta más tempranamente la fundación de AAPRESID cita el año 1976, cuando, debido al golpe de Estado del 24 de marzo⁹, varios de los referentes y fundadores de la Asociación fueron expulsados de la universidad o del INTA por razones políticas (entre 1974 y 1979, cuatro de los referentes aapresidistas corrieron esta suerte). Decidieron entonces recomponer su experticia en el espacio asociativo fundando AAPRESID. Se organiza de este modo el primer núcleo de productores en torno de algunas figuras que aparecen en el discurso como “los fundadores”: entre ellos encontramos al presidente honorario de AAPRESID, Víctor Trucco (bioquímico, empresario, presidente honorario de AAPRESID), Rogelio Fogante (ingeniero agrónomo, empresario), Carlos Crovatto (de origen chileno, es uno de los expertos en siembra directa; algunos colegas argentinos lo reconocen como el que “trajo” el nuevo sistema de “labranza cero” al país) y Gustavo Grobocopatel (ingeniero agrónomo, director del holding *Los Grobo SA*, miembro de diversas comisiones en organismos y empresas del sector), quien se incorporará años más tarde al staff directivo. El hijo de un productor miembro de la Asociación definió, no sin cierto sarcasmo, los lugares que cada uno ocupa en el agro-panteón aapresidista: “*Trucco está sentado a la derecha de Dios. A la izquierda, está Grobocopatel*”. Entre todos los productores que inicialmente formaron parte del grupo “pionero” llegaban a una veintena, ubicados centralmente en las provincias de Santa Fe, Córdoba y Buenos Aires; esto es, el corazón de la zona núcleo agrícola pampeana¹⁰.

Podríamos decir que la prehistoria de AAPRESID corresponde al período que va desde el momento en que los pioneros evocados en los relatos de fundación comenzaron a organizar reuniones más periódicas, hasta el año 1989, en que se inscriben como asociación sin fines de lucro. Durante la década del '80 y primeros años de los '90, la tarea fue difícil para este grupo pues no lograba convencer a los agricultores de los beneficios de la SD. Sin embargo, el clima de época cambió radicalmente a partir de 1996, con la llegada de los primeros eventos transgénicos al país, ya que el paquete biotecnológico (soja RR + glifosato) supuso una fuerte sinergia con la siembra directa por razones de costo-beneficio que no tenemos lugar aquí para explicar en detalle (Hernández, 2007b y Gras y Hernández 2009a). De resultas de ello, el contexto que se dibuja hacia fines de los '90 es totalmente positivo para AAPRESID, que vio crecer rápidamente las demandas de adhesión, y obtuvo un

reconocimiento institucional con proyección nacional que la habilita, por ejemplo, como entidad “certificadora” de las buenas prácticas agrícolas en SD. Finalmente, logró construir un entramado local sólido a través de sus Centros Regionales y Nodos, que se fueron implantando en la geografía de expansión de la soja:



Fuente: <http://www.regionales.org.ar/>

Al comenzar nuestro trabajo de campo, preguntamos a nuestros interlocutores de qué se trata el sistema de Siembra Directa (SD). En sus respuestas, se insistía en el carácter de “revolucionario” del sistema ya que elimina la fase de laboreo de la tierra, práctica central en la modalidad de siembra convencional. Ricardo¹¹, un joven ingeniero agrónomo integrante del “staff técnico” de la Asociación, subrayó de este modo el *carácter innovador* que caracterizó al grupo fundador:

[...] estaban contra todo lo que se conocía en ese momento; contra lo que decía el INTA, los ingenieros agrónomos en general, los libros... Todos les decían que estaban locos, pero ellos sabían que tenían la razón; se animaron a probar la Siembra Directa en sus propios campos y les dio resultado. Lo más duro fue convencer a los socios o, como en mi caso, a mi propio padre. Era gente que desde generaciones venía arando, que es el ABC de la agricultura: sin arado no hay siembra, era un poco así. (Entrevista 2005, Rosario).

De este modo, quienes formaron este puñado de visionarios impulsaron lo que terminaría siendo mediatizada como “la segunda revolución verde”:

Víctor Trucco, titular de la entidad, señaló los desafíos que deben enfrentar los productores. ‘Para que nuestras empresas tengan futuro, debemos resolver limitantes de productividad, en un marco de sustentabilidad y competitividad’. Agregó: ‘Queremos hacer de la producción agropecuaria un negocio sustentable e incorporar la continuidad del tiempo en la economía’. Por eso es que propuso hablar de la Segunda Revolución Verde, inspirado por Borlaug. (Diario Clarín, Díaz, 1999).

En otras palabras, de la mano de la siembra directa lograron construir un perfil de vanguardia revolucionaria en el medio agropecuario.

Roberto Peiretti (1997:438), uno de los miembros fundadores, explica cuál era el escenario en aquellos tiempos pioneros:

Otro aspecto de la realidad que se repite en la mayoría de los países es el sentimiento de que el productor ha ido más adelante que el apoyo recibido de sus centros de investigación o de la

provisión de profesionales por parte de las entidades, como son las universidades. (...) Analizando la trayectoria de la investigación y la formación de profesionales, lamentablemente, han venido, en este caso en particular, por detrás de lo que los productores hemos ido desarrollando. Este desarrollo nos ha ido generando necesidades para las cuales no teníamos respuestas válidas.

Esta suerte de defección que se le atribuye al sistema formal de generación y transmisión del conocimiento científico y tecnológico (universidades, institutos, comunidad académica en general) es una condición inicial que legitima el rol que se autoasigna la Asociación: formular las respuestas que el productor necesita para incorporar tecnología a la producción agropecuaria. En esta dinámica “nosotros/ellos”, el “ellos” representa al establishment técnico y político, que no creía en el sistema de siembra directa, y el “nosotros” remite a quienes se animaron a innovar, luchando contra viento y marea (fundamentalmente contra los prejuicios de los que no creían en una agricultura sin arado), en pos del progreso y el bienestar del sector agropecuario.

La técnica de SD, cuya adopción es presentada como un acto desafiante/revolucionario, les permite inscribirse tanto en el campo económico-productivo como en el socio-político. Al insistir en “*lo solos que estaban*”, en “*el vacío dejado por las instituciones del sector*” en cuanto al conocimiento de la SD, logran construir la *necesidad* de su existencia, a la vez como institución productora de un *saber técnico* específico y como productora de un *espacio social de encuentro* para los actores del cambio. Este espacio será fundamental, como veremos, para construir colectivamente los sentidos que luego circularán por afuera del ámbito asociativo e, incluso, más allá del mundo rural (vía sus intervenciones en los medios masivos de comunicación, en el ámbito académico y en el político), en la sociedad argentina.

El grupo de pioneros articula permanentemente en su perfil identitario dos registros, el técnico y el simbólico: son *fundadores* de un “*nuevo paradigma agrícola*” (sic) que requiere no sólo de nuevas prácticas agronómicas sino también de un “cambio de mentalidades” (sic). Esta identidad bifronte es el rasgo por antonomasia de la producción de este grupo en elite: aquel núcleo pionero que fundó la Asociación no sólo adoptó ciertas tecnologías (sistema de siembra directa, semillas transgénicas, organización de la empresa en red, etc.) sino que, además, desarrolló una función de *promoción* y *difusión* de las mismas. Estas dos acciones (innovar y difundir la innovación) construyen lo propio del espacio colectivo en clave aapresidista; allí radica la diferencia respecto de “*el resto*”, sea que éste represente la ciencia, los otros productores o las otras asociaciones/instituciones del sector. Sobre ese *resto* se recortan en tanto “*pastores del conocimiento*”, una elite innovadora con origen rural pero con proyección global. Desde esta identidad articulan eficacia técnico-productiva (conferida al productor por la siembra directa + el paquete soja transgénica/glifosato) y

eficiencia simbólica, generan “la visión AAPRESID” y asignan contenidos a la realidad colectiva.

Al mirar con detalle los sucesivos congresos anuales -entre el primero (1992) y el último aquí considerado (2007)- es posible constatar una significativa evolución en su estructura organizativa, temáticas abordadas, perfil de los oradores y tipo de público al que están destinados los mensajes. Se distinguen, entonces, cuatro períodos: el primero, de 1989 a 1996, al que llamamos “era de la técnica”, se caracteriza por la centralidad que tiene para AAPRESID el sistema de siembra directa; el segundo periodo (1997 a 2000), al que bautizamos “paradigmático”, está dominado, justamente, por la tarea de dar contenido al nuevo paradigma agrícola y conducir la revolución paradigmática para imponerlo como “la nueva visión” dentro del sector; habiendo obtenido éxito en el periodo anterior, la tercera etapa de la Asociación (2001 a 2006) tiene como *leitmotiv* la “misión” de divulgar y construir legitimidad social para el nuevo paradigma (el trabajo de legitimación se extiende hacia afuera del sector); el último período (2006 en adelante) corresponde a lo que Kuhn (1982) llama “período normal”, en el cual se trata, para el caso de AAPRESID, de gestionar en lo cotidiano la posición de liderazgo que lograron obtener. En honor a la brevedad, en este trabajo no podremos decorticar en todos sus detalles cada uno de los períodos evocados¹² sino que iremos directamente a los núcleos característicos de los tres primeros períodos ya que en ellos se construyó la identidad de elite que nos interesa deconstruir.

Período 1989-1996: La era de la técnica

Desde un primer momento, la convocatoria lanzada desde los congresos anuales fue claramente la de llevar adelante una doble transformación (conceptual y práctica) del productor y su empresa. Tal como lo expresaba en 1993 su presidente honorario y miembro del núcleo fundador, V. Trucco, en la ponencia de apertura del congreso (cuyo lema fue “La Siembra Directa y la Agricultura de Fin de Siglo”) se trataba, para esta Asociación, de fundar “un Nuevo Modelo de Agricultura que constituya la base de un proyecto viable para el Agro Argentino.” (Acta del II Congreso, 1993:17)¹³. Este nuevo modelo suponía pasar de una agricultura de “*Principios de siglo*”, basada en un crecimiento por incorporación de tierras a la producción, a una agricultura de “*Fin de Siglo*”, cuyo objetivo era “aumentar la Productividad Agrícola en forma Sustentable, Competitiva y Rentable”, para lo cual se apelaba a una “Tecnología básica”; esto es, “la Siembra Directa, en sustitución de los métodos Convencionales basados en las Labranzas.” (Prólogo, 1993: 22).

Asimismo, ya desde estos tiempos tempranos se expresa una voluntad de proyectarse hacia todo el país, como portadores de un modelo de desarrollo nacional; al respecto, en el Prólogo que presenta las ponencias del congreso de 1993 se explicaba que: “El título [del congreso anual: “Siembra directa: Agricultura de Fin de Siglo”] está animado por la

esperanza que Argentina reedite la prosperidad de los primeros años de este Siglo, que la Agricultura cumpla, en este resurgimiento, el papel que cumplió en aquel momento.” (Acta del II Congreso, 1993: 2).

Estos dirigentes se visualizan como líderes de un sector cuyo rol nacional apela a antiguos imaginarios: nuevamente se convoca la figura de una Argentina exitosa gracias al modelo agroexportador, lo cual no es ideológicamente ingenuo (Hora, 2005) en un país que tuvo una política de sustitución de las importaciones sumamente debatida y resistida por una importante fracción de la clase dominante local y sus socios transnacionales (Arceo, 2006; Basualdo y Arceo, 2004; Shorr 2004).

Desde quienes convocan a “dar el salto” hacia el cambio de modelo de una agricultura con agricultores hacia otra con empresarios, se describe en qué consiste la nueva práctica:

El sistema de Siembra Directa insume menos tiempo operativo, deja y requiere mayor tiempo intelectual (...). [El productor] Tendrá que tener la aptitud de capacitarse. Para esto integrar asociaciones, concurrir a reuniones de campo, congresos, visitar establecimientos modelos y leer, experimentar en su propio campo, consultar, anotar y discutir los resultados. (...) saber evaluar el resultado de su empresa, de los créditos, las inversiones, el mercado, la comercialización, las obligaciones impositivas, etc. (...) Debemos aprender el manejo de instrumentos modernos como la computación (...). (La Siembra Directa y la Agricultura de Fin de Siglo, Acta II Congreso, 1993: 19).

En esta agricultura de Fin de siglo, el productor tiene que aprender a pensar en términos de “negocio” y en función de generar “alianzas” con otros actores económicos, pues:

La aplicación de este modelo producirá beneficios no sólo a los productores sino que tendrá un impacto económico importantísimo por el efecto multiplicador que tiene la mayor generación de materias primas. (...). Así tendremos mayor actividad industrial y exportaciones, además se requerirán mayores insumos y maquinarias, con el correspondiente impacto sobre los sectores involucrados. Serán necesarios mayores servicios de transporte, bancarios, seguros, etc. Esta Alianza puede constituir una base de un modelo de crecimiento sustentable global de la Economía Argentina, que aproveche quizá su mayor ventaja competitiva: la producción de alimentos. (Prólogo, 1992: 22; las mayúsculas son del original).

La “Alianza” a la que convocan los dirigentes de AAPRESID se relaciona con la cantidad de actores que moviliza el nuevo sistema de siembra: el sector de la industria automotriz de maquinaria agrícola (que se ve convocado para adaptar las sembradoras convencionales a los nuevos requerimientos de “la directa” y para la producción de pulverizadoras, sobre todo a partir de 1996, con la soja RR que llevó al uso intensivo de glifosato); las empresas de agroinsumos; el capital financiero; los grandes grupos exportadores de granos, entre los actores más importantes asociados al “modelo”. Este llamado a los sectores de actividad económica directamente ligados al desarrollo de la producción primaria se hizo en un contexto histórico más que favorable para quienes lideraban el proceso que algunos llamaron “commoditización de la producción agropecuaria”. En efecto, en 1991, el plan de ajuste estructural llevado adelante por el gobierno menemista (1989-1999) desreguló el

mercado de bienes y de capitales, promulgó la ley de Convertibilidad (esto es, la paridad cambiaria peso/dólar) y privatizó los activos públicos. Estas condiciones macroeconómicas estimularon la libre circulación del capital financiero y, en contrapartida, desalentaron lo poco que aún quedaba en pie de la producción industrial nacional. Entre las medidas que más beneficiaron a la megaagricultura está la promulgación, en el año 1992, de la ley n° 24083 de Fondo común de inversiones, por la cual se dio cauce a la organización de los *pooles* de siembra, nichos privilegiados del capital financiero para su reproducción¹⁴. El segundo hito importante de la década data del año 1996, cuando se pone en el mercado local la soja resistente al glifosato (soja RR). Este cultivo transgénico asociado a la técnica de siembra directa produjo una reducción en los costos sumamente relevante para los productores. Al mismo tiempo, es el momento en que los precios internacionales de la soja se posicionan por arriba de los otros cultivos tradicionales en el país. En este escenario de “sojización” de la producción argentina, AAPRESID se afianza como *una elite ruralista* portadora de una visión de Fin de siglo.

El Modelo de Agricultura de Fin de Siglo promovido por AAPRESID

El activismo por crear Alianzas (con mayúscula) hacia afuera, fue de la mano de un trabajo de construcción de identidad hacia adentro de la Asociación. La incorporación de prácticas, herramientas y maquinarias específicas de SD fue desarrollando una jerga propia del grupo, ligada a esta experticia. Ello dio lugar a un entramado cada vez más denso de identificaciones *entre quienes comparten el camino del cambio*. El esfuerzo que la Asociación muestra en esta era de la técnica por crear modos de designar prácticas productivas novedosas, de medir el rendimiento, la rentabilidad, la ecuación costo-beneficio sobre la base de este sistema de siembra poco desarrollado en aquella Argentina de los '90, obligó a la dirigencia a construir, coordinadamente, soportes materiales y simbólicos propios. Este trabajo fundacional fue edificando las fronteras que identificaron un *adentro*, reconociendo el *perfil* AAPRESID como “agroinnovadores”, y un *afuera*, respecto del cual se autoasignaron el rol de líderes en el “cambio de mentalidades”.

Los dirigentes aapresidistas, transfigurados en expertos, transmiten en los congresos y otras acciones colectivas una concepción de la actividad que es también una alternativa tecnológicamente superadora de un antiguo y arraigado antagonismo del mundo agronómico, que enfrentaba a conservacionistas y productivistas. Nos decía en una entrevista un ingeniero agrónomo de la FAUBA, profesor de la Maestría de siembra directa:

[...] si conservamos el suelo, producimos poco; y si producimos mucho, lo degradamos. Pero, ¿qué pasa cuando aparece todo un paquete tecnológico que me permite aumentar la producción y conservar, o hasta mejorar los recursos, sobre todo el recurso fundamental de la producción agropecuaria que es el suelo? [...] Es por eso que este sistema es sustentable y esa fue la oportunidad que esta gente [AAPRESID] vio. (Entrevista 2005, José, 45 años).

AAPRESID aparece, entonces, como el ámbito en el que se creó un “círculo virtuoso”, basado en la experiencia razonada, a partir de la cual se obtuvieron conocimientos que libremente se brindaron de productor a productor. Esta “Agricultura de Fin de Siglo” es presentada como “*una alternativa para la pequeña, mediana y gran empresa*”, “*una estrategia para todos*”. Con estas fórmulas, los dirigentes aapresidistas discuten, por un lado, con quienes acusan al sistema propulsado por la Asociación de demasiado costoso (equipamiento, agroquímicos, necesidad de financiación), haciéndolo inaccesible para los pequeños productores y, por el otro, al aludir a un “todos” como conjunto de beneficiarios de esta estrategia, se llama a crear una identificación entre los intereses del sector agropecuario y los de la sociedad en general, puesto que el sistema SD desarrolla una “agricultura sustentable” *para la Argentina* (Actas IV congreso 1996:19). Así, todos *dentro del campo* y todos *fuera del campo* son convocados para sostener la expansión estratégica de la SD y, como consecuencia, de la Asociación.

El perfil del innovador aapresidista se basa en dos parámetros, lo natural y lo científico, entrelazados en la figura de una agricultura “moderna”, de modo tal que se producen cambios radicales en las prácticas productivas cotidianas que desarrolla el productor:

El sistema de Siembra Directa insume menos tiempo operativo, deja y requiere mayor tiempo intelectual: lectura, observación, experimentación y esto equilibra la relación entre trabajo intelectual y manual, (...) que sin duda será la característica del Futuro y hará de la Agricultura un trabajo más profesional. La reducción del tiempo operativo posee efectos centrales en el Nuevo Modelo Agropecuario y hace que la Siembra Directa sea un sistema a incorporar por pequeños y grandes productores. (La Siembra Directa y la Agricultura de Fin de Siglo, Acta II Congreso, 1993: 19).

En cuanto al tipo de emprendimiento que puede desarrollar el productor innovador, al utilizar su tiempo en mejorar el *management*, las dinámicas económicas pueden ser de dos tipos:

Crecimiento Horizontal: El requerimiento de menos tiempo por hectárea permite incrementar la escala, sobre todo para grandes productores, por el requerimiento de capital y administración. Crecimiento Vertical: Incremento de valor agregado a la producción aprovechamiento del tiempo disponible para efectuar otras actividades (porcinos, tambos, etc.). Incorporación de otras actividades: dar servicios a terceros o poseer otros trabajos no relacionados. *Productores Part-time*. (La Siembra Directa y la Agricultura de Fin de Siglo, Acta II Congreso, 1993: 19; la cursiva es nuestra).

Este pasaje concentra los elementos sobre los que se construye la “distinción” respecto de “el resto”; esto es, los factores que legitiman que un grupo se posicione en tanto elite innovadora por encima de sus pares. Estos elementos se reúnen en torno de la importancia del *conocimiento como capacidad intelectual* que lleva a la profesionalización de la agricultura del futuro. Por un lado, es la primera vez que, en un congreso o publicación de la Asociación, se hace referencia a la acomodación práctica que induce el modelo entre los “grandes productores” y los “productores part-time”: unos prestan servicios a los otros. Por

otro lado, se alude a uno de los rasgos más importantes del nuevo actor económico que impulsa la agricultura de fin de siglo: la diversificación de sus actividades. En efecto, si bien en esta descripción las producciones señaladas (tambo, porcinos, etc.) están dentro de las fronteras tradicionales de “lo agropecuario”, la noción de “part-time” abre una ventana hacia un perfil con competencias múltiples, y no necesariamente relacionadas con la producción directa de materia prima. En tercer lugar, la idea de construir el crecimiento vertical tiene su traducción en el entramado institucional, y proliferan la creación o reactivación de asociaciones ligadas a las cadenas por producto (tipo ASAGIR, MAIZAR, ACSOJA). Estos cambios subrayan la obsolescencia de las clasificaciones sociológicas: la tríada productor grande, mediano y pequeño ha quedado superada en estas nuevas combinaciones (trabajo intelectual, productor *part-time*), que hacen cada vez más difícil identificar la figura del *productor aapresidista* con el chacarero o con el protagonista de la agricultura familiar. La revolución paradigmática está en marcha.

Territorio de acción de la Agricultura de Fin de Siglo

En relación al territorio en el cual se inscribe el nuevo modelo vemos que, desde los primeros congresos, se estructura un mensaje multiposicionado local-global. Por un lado, la intención de construirse en tanto vanguardia innovadora del campo lleva a estos dirigentes a evocar un espacio de interlocución amplio, *global*, en el que explicitan su interés en problemáticas que atañen a la humanidad toda: en el Prólogo a las Actas del 1er Congreso de AAPRESID se expresaba la necesidad de “fundar una nueva agricultura sustentable que proteja el suelo y el ambiente y pueda dar lugar a una alimentación mejor y mayor para la humanidad que la reclama” (Acta I Congreso, 1992: 2). También colaboran con el posicionamiento global de la Asociación la selección de un perfil internacional de panelistas (venidos de diferentes academias internacionales) y una agenda temática que integra los debates y preocupaciones lanzados de los organismos multilaterales como FAO, UNESCO o BM. Otra iniciativa en la que trasciende la voluntad de presencia global de AAPRESID es su rol protagónico en la fundación de la *Confederación de Asociaciones Americanas para la Producción de Agricultura Sostenible*, ámbito en el que se reúne con sus homólogas latinoamericanas. Evoquemos asimismo la participación de muchos de los socios fundadores de AAPRESID en actividades de formación, organizadas para productores de la región y también para asociaciones técnicas de la Unión Europea, lo que los lleva a protagonizar una suerte de inversión de las históricas relaciones de dependencia Norte-Sur: en talleres de capacitación organizados en España o Francia, AAPRESID aparece como “agente de desarrollo” de los agricultores del Norte, ofreciendo sus saberes sobre SD y biotecnología.

Por otro lado, el polo *local* del territorio aapresidista surge cuando se trata de posicionarse como *líderes* respecto de un colectivo cuya unificación está dada por la pertenencia a un sector productivo específico. Así, apelan al imaginario de la revolución (“*la segunda revolución de las pampas*”); interrogan al Estado y el rol que debe desempeñar frente a los sujetos-ciudadanos que ellos encarnan; reflexionan sobre cómo influir en las distintas instancias del poder republicano, como el Congreso Nacional, para que promulgue, por ejemplo, la ley de protección de los suelos, reglamente la ley de biotecnología o trate la ley de biocombustible. Además, contactan a las universidades e institutos públicos de investigación para que asuman activamente un rol de productores de conocimientos certificados, dentro del proyecto aapresidista de un plan nacional e integrado sobre SD.

Fundando subjetividades: el cambio de mentalidades

Durante el período de construcción del grupo como *líder de una nueva agricultura*, dominó la premisa que invoca el “cambio de mentalidades”: aquellos *verdaderos* innovadores que puedan cambiar su mentalidad serán los depositarios de las “esperanzas como productores, tanto para seguir siéndolo en el futuro, como para contribuir con la Humanidad en la posibilidad misma de su existencia.” (Prólogo, Actas III Congreso 1994:12).

El proceso de legitimación del liderazgo aapresidista es directamente proporcional al rol progresivamente central jugado por el conocimiento en la actividad productiva. Con un discurso que insiste sobre la incomprensión de los dirigentes de otras instituciones ruralistas más tradicionales (como Sociedad Rural o Federación Agraria), que no supieron “darse cuenta”, en el momento clave (es decir, cuando se introdujo el paquete biotecnológico), de que los productores necesitaban determinados conocimientos técnicos para mantenerse competitivos *dentro* del mercado nacional e internacional, esta dirigencia logró posicionarse con éxito en el cuadro dirigenal ruralista argentino.

Con el llamamiento a “fundar una nueva agricultura” (1992) se inicia una metamorfosis que, con el correr del período, terminó cristalizando en la fundación de un paradigma, del cual la SD será sólo uno de sus componentes. Ahora bien, promover una técnica particular de siembra es muy distinto de aspirar a liderar un cambio de paradigmas en el universo agroindustrial. El próximo período estuvo dominado por este nuevo desafío.

Período 1997-2001: El paradigma *agribusiness*

Esta segunda etapa tuvo como hilo conductor el despliegue y la complejización de la noción *faro* que guía las acciones de estos dirigentes: *paradigma*. El corrimiento por el cual pasaron de la simple difusión del sistema SD a la compleja definición de un *nuevo paradigma agroproductivo* (sintetizado en la noción de *agronegocios*) reorganiza y rejerarquiza los objetivos de la Asociación. En este sentido, en la revolución paradigmática que ellos lideran

se juega centralmente la estabilización del ideario *agribusiness* y del vocabulario que le corresponde.

En el marco de un *feedback* permanente entre los dirigentes, los socios, las otras asociaciones y la sociedad en su conjunto (vía los medios masivos de comunicación, las entidades educativas, el ámbito científico, etc.), se fue construyendo el contenido específico del nuevo paradigma y definiendo la geometría que el mismo alcanzará efectivamente. De tal modo, los destinos de una (la Asociación) y otro (el nuevo paradigma) quedan íntimamente imbricados: AAPRESID es portadora de una “visión” y su misión es guiar a sus socios, al sector y, si es posible, al país por el camino que les permita ver el mundo desde el prisma que ellos proponen. Recíprocamente, cuantos más productores, empresarios, instituciones, actores comprendan los fundamentos del nuevo paradigma, vean su importancia, no sólo para el “Agro Argentino” sino para la sociedad en su conjunto, lo asuman como propio y comiencen a practicar el “nuevo sistema agrícola”, entonces, mayor será la base social de la Asociación y la legitimidad de sus propuestas en todos los (otros) campos de intervención; esto es, el campo técnico, pero también (y sobre todo) el político, el económico y el ideológico. Incluso uno de los congresos del período siguiente, cuando el proceso de maduración del paradigma había concluido, llevó como slogan “El Futuro y los Cambios de Paradigmas” (XIII Congreso, 2005, Bolsa de Comercio de Rosario). En síntesis, la adopción del nuevo paradigma productivo, de AAPRESID como referente institucional y de sus dirigentes como líderes de un cambio revolucionario son procesos integrados y solidarios.

Claves del Nuevo Paradigma Agrícola

Al posicionarse como portadores de un nuevo paradigma, este grupo asume definitivamente la forma de una dirigencia en todas sus dimensiones. Esto se ve plasmado en las dinámicas de los congresos: desde el contenido de las ponencias, hasta el decorado material elegido para los congresos, pasando por una búsqueda estética para sus publicaciones o el *aggiornamento* del sitio web, todo debe colaborar a la edificación de la *imagen AAPRESID* en tanto espacio identificado con la *agricultura del conocimiento*.

En el artículo “AAPRESID y la siembra directa hoy” (Actas IV Congreso, 1996) se explica el rol central del conocimiento en la nueva agricultura, cuyo territorio es “la empresa”, en vistas de realizar el mejor “negocio agrícola”. En la conclusión, se expresa el deseo que movió a la escritura del artículo: brindar a los productores los “elementos que les permitan comprender mejor las reglas de este Nuevo Paradigma Agronómico”. El interés en el conocimiento hará que convoquen expertos en cuestiones como las biotecnologías, la administración y gestión empresarial, las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, entre las más relevantes. En los paneles dedicados a estos temas se explica que los factores

intervinientes en la nueva empresa (*agribusiness*) la complejizan de tal modo que sus contornos ya no coinciden estrictamente con “el campo” en términos geoterritoriales, ni con las potencialidades familiares en cuanto a las posiciones ocupadas por sus agentes, ni tampoco se limita a los saberes tradicionales en cuanto a los productos desarrollados por ella. Se habla, más bien, de los grupos de inversores, de la importancia de la planificación sobre la base de métodos profesionales para la “toma de decisiones”, de la diferencia entre los distintos tipos de mercado (a futuro, local, otros), de la estrategia de recurrir al servicio de contratistas. Además, se explicita la nueva racionalidad que debe, en adelante, orientar el análisis del negocio empresarial según la visión aapresidista: no ya la hectárea sino los tiempos operativos; no los costos sino la inversión en capital. La materialidad de la tierra (hectárea) y de los insumos utilizados (costos) son reemplazados en el nuevo esquema por factores inmateriales como la organización (tiempos operativos) y las finanzas (la inversión de capital).

En esta óptica, el rol de la Asociación es acompañar material y simbólicamente a los productores para que transiten con éxito este pasaje, lo cual supone, en parte, incorporar métodos y prácticas productivas y, en parte, construir una nueva identidad socio-productiva en el sector; esto es, transformar la subjetividad individual y el horizonte colectivo de la clase capitalista rural. En este sentido, los promotores del nuevo paradigma saben que deberán enfrentar las resistencias por parte de quienes aún adhieren al viejo esquema conceptual para interpretar el mundo. Para ayudar a superarlas, pondrán a disposición de los socios distintos ámbitos de formación que acompañen el proceso de cambio:

(...) somos conscientes que a pesar de nuestras certezas respecto de la excelencia de la producción bajo el Sistema de Siembra Directa, es muy grande el número de productores y técnicos que siguen aferrados a viejos conceptos y nosotros mismos debemos mejorar nuestro sistema de capacitación. Por este motivo, AAPRESID participará de un proyecto de capacitación de técnicos en conservación de suelos, que llevará adelante la Provincia de Santa Fe (PROSAP) con el apoyo financiero del Banco Mundial. Pero también AAPRESID está elaborando un proyecto de capacitación de técnicos, que aspira a contar con el apoyo directo del Banco Mundial y este año efectuará una experiencia piloto que cuenta con el apoyo al menos de una empresa.” (AAPRESID y la siembra directa hoy, IV Congreso, 1996:12).

En el marco del V Congreso Nacional realizado en 1997, cuyo lema fue *ASAP YA!* (Agricultura sustentable de Alta Producción Ya!), quedó explicitado el valor del conocimiento en todas sus dimensiones (práctica, intelectual, simbólica e ideológica):

Los productores organizados a través de AAPRESID queremos ejercer un liderazgo intelectual, técnico, productivo y estratégico. Deseamos ofrecer a los agricultores un estilo, un modelo, una forma y a la vez una esperanza o sea una misión que constituya la forma de insertarse y no sólo de superar estas circunstancias, las cuales además deben ser consideradas como una oportunidad. (...) Para nosotros ser productor es una “misión”, es servir a la sociedad produciendo sustentablemente, en armonía con la naturaleza y con el convencimiento que nuestra casa es el planeta entero. Esto hace que la producción, no sólo nos otorgue los réditos económicos indispensables, sino que también le confiera sentido a nuestra vida, motivo de orgullo, entusiasmo y esperanzas. El nucleamiento en AAPRESID obedece a nuevas razones,

puesto que no se produce por intereses relacionados a la escala económica o de tipo gremial sino que es de naturaleza intelectual, es la búsqueda de capacitación. En este sentido un productor aislado tiene la energía de una pila y rápidamente se descarga, mientras que si está asociado, comparte experiencias, intercambia conocimientos y está en red con otros productores y podrían decir que está conectado con el sol. (ASAP YA!: Discurso de bienvenida”, V Congreso, 1997:19).

En este discurso, intencionalmente general y para un auditorio amplio, el presidente de la Asociación conjuga cuestiones que van desde lo puramente económico a lo más subjetivo (orgullo, entusiasmo y esperanzas), al tiempo que integra lo individual a un proyecto colectivo global (cada uno conectado con “el sol”), en el que el fluido que recorre/conecta la red es “el conocimiento” en tanto energía vital. Dicho en una frase: AAPRESID es el sol, en torno del cual giran todos los planetas del universo *agribusiness*.

En este nuevo ciclo identitario, AAPRESID ha dejado completamente atrás su ambigüedad respecto del público al que dirige su mensaje-visión. Las ponencias de este período tienen como interlocutor no ya a los productores y/o agricultores, sino que estas figuras típicas del modelo anterior han sido superados por la figura del *empresario innovador*, cuya aspiración es desarrollar negocios en todos los ámbitos posibles, integrando cadenas productivas y estableciendo lazos horizontales y verticales entre actores económicos de los más variados horizontes geográficos, comerciales y financieros. Así, convocan a los socios a implicarse en todos los ciclos de la cadena agroindustrial, desde la producción al consumo, pasando por la distribución, la comercialización, etc. La empresa que aquí se propone es incompatible con la gestión familiar, modelo tradicional del mundo chacarero; asimismo, su geometría desborda el horizonte simbólico y material del pequeño agricultor y del campesino: primero, porque el ámbito desde el que se piensa “el negocio” en AAPRESID no es el doméstico sino que supone una red global de agentes económicos, instalados de cara al mercado internacional; y, segundo, porque los conocimientos necesarios para gerenciar la *empresa-red innovadora* no derivan de la experiencia cotidiana ni se heredan de generaciones anteriores sino que, dada la necesidad de articular saberes expertos diversos, se aprenden en el sistema de enseñanza superior de *management*, en las distintas formaciones profesionales post-universitarias (como Maestrías de Agronegocios, Administración de empresas y similares) o gracias al contacto con expertos o intelectuales afines a la innovación necesaria (biotecnólogos, financistas internacionales, consultores, entre otros). Si, en la era técnica (desde el origen hasta 1996), innovación rimaba con siembra directa, a partir de ahora (etapa paradigmática, 1997-2000), los saberes implicados en la *empresa-red innovadora* son de otra complejidad. Según transmite la Asociación con los ejemplos elegidos en las ponencias que sus dirigentes presentan en los congresos anuales o en los artículos que escriben en la revista asociativa, son innovadoras aquellas empresas que aspiran a desarrollar negocios en nichos como las agrobiotecnologías, los servicios

ambientales o los biocombustibles. Concordantemente, su CEO requiere competencias profesionales que suponen un *aggiornamento* permanente en centros de postgrado especializados, *workshops*, estadías en centros académicos extranjeros, etc. Un claro ejemplo de esta propuesta empresaria lo constituyen los emprendimientos como *Biolnta* o *Bioceres*¹⁵, cuya iniciativa y concreción obedecen a la dirigencia aapresidista. Esta (re)conceptualización de la empresa y de los agentes que la conducen es fundamental para comprender la transformación del perfil socioproductivo que estos actores introducen en sus prácticas y en el tipo de liderazgo que promueven en el sector. Gustavo Grobocopatel, un dirigente emblemático de este paradigma, describía al periodista de la revista *Fortune* la geometría de su empresa:

Lo que hicimos ahora es un holding –explica Grobocopatel–, un grupo económico en el cual tenemos un acuerdo de accionistas, un directorio y un área gerencial. De esta manera está totalmente separado el vínculo familiar de lo que es la empresa en sí, con lo cual se alcanza un criterio más objetivo en la toma de decisiones y se dejan en claro normas de inclusión y exclusión. (Fortune, 2003)

Y el periodista redondeaba el esquema:

Todo está dado para que el Grupo pueda cotizar en la Bolsa, que los empleados puedan tener acciones o incorporar inversores externos –el nuevo diseño de la empresa así lo permite–, aunque no fue ese el motivo del cambio y en principio no es la intención abrir el juego. La firma tiene integración vertical y horizontal; es decir, cuenta con productores, acopiadores, corredores y procesadores, pero además siembra desde el Chaco hasta Bahía Blanca en sociedades con clientes o con otros productores. Y desde hace un año también está en el Uruguay, con la empresa Agronegocios del Plata. (Fortune, 2003)

AAPRESID se empodera

La aspiración de liderar el modelo de desarrollo nacional tomó un vigor especial en este período, durante el cual se puso el acento en construir una “marca AAPRESID” (Entrevista Ricardo, 2005). Con el objetivo de consolidar una imagen socialmente aceptable, los dirigentes de la Asociación desplegaron acciones y estrategias cuyo alcance traspasó las fronteras del sector agropecuario, al tiempo que construyeron dispositivos específicos de intervención con el fin de influir en los grupos de poder y, sobre todo, constituirse ellos mismos como referentes.

La dinámica de los congresos de este período y del siguiente acompañó esta ambición, con transformaciones en todos los niveles. En primer lugar, cambió el decorado material elegido para el evento anual: en la era técnica, los congresos se organizaron generalmente en Villa Giardino, un tradicional pueblo de la provincia de Córdoba, ubicado “a medio camino”, por así decir, respecto de las residencias de los socios pioneros; en la nueva etapa, la “paradigmática”, se optó por un escenario urbano, la ciudad de Mar del Plata, y por el prestigiado Hotel Sheraton, uno de los clásicos centros en el que se organizan las

convenciones y eventos más relevantes a nivel nacional. Esta modalidad se mantuvo en los períodos siguientes: desde el 2002 y hasta el momento de escribir estas líneas, la convocatoria se realiza en la no menos importante Bolsa de Comercio de Rosario, corazón del mundo de la finanza; se mantiene así el decorado urbano, pero referido a aquella ciudad que, como dijimos, ellos quieren construir como polo de acumulación del poder agrorural que lideran. Todo converge para dar impulso a la imagen de una Asociación portadora de una agricultura globalizada, cuya mira está puesta en el mercado internacional y cuyas empresas-red son capaces de tender puentes hacia el resto de los sectores económicos del país, de la región y del mundo, construyendo alianzas estratégicas hacia adentro y también con los agentes transnacionales (finanzas, exportadores, agroinsumos, etc.).

En segundo lugar, detengámonos en el estatus de los oradores invitados: se trata de personajes cada vez más selectos, cuyo reconocimiento académico prestigia la Asociación, con el caso extremo del Dr. Norman Borlaug, considerado el padre de la revolución verde, quien recibió el Premio Nobel de la Paz en 1970. Desde este estrado, los expertos e intelectuales del “capitalismo de lo inmaterial” y de la “economía basada en el conocimiento”, oriundos de diversas academias internacionales, impartieron los conceptos centrales del nuevo paradigma. Franceso Di Castro (Investigador del Centre National de la Recherche Scientifique, Francia), Otto Solbrig (profesor del Centro de Estudios Latinoamericanos David Rockefeller, de la Universidad de Harvard), Juan Enriquez (Director fundador del Proyecto sobre Ciencias de la Vida de la Harvard Business School,), el ya citado Dr. Borlaug son algunas de las figuras de la ciencia internacional que, desde su *expertise* disciplinar (sociología, economía, biología), aportaron en cada congreso un nuevo *thematata*, el cual será rápidamente integrado por los dirigentes empresidistas al paradigma del empresariado innovador argentino.

Así, poco a poco y congreso tras congreso, se fue construyendo el idioma del nuevo negocio agrícola: innovación, *empowerment*, sociedad del conocimiento, agronegocios, red de redes, agricultura de precisión, tercerización de servicios, gobernabilidad, desarrollo limpio, buenas prácticas agrícolas, agricultura del conocimiento, biocombustibles, huella de carbono...: hete aquí algunos de los vocablos más altisonantes. En este sentido, los *líderes* internos y los principales oradores invitados se hacen cargo en sus alocuciones de explicar al auditorio la importancia de la “actitud innovadora”, la mecánica de la “sociedad del conocimiento” y el rol de las interacciones intra y extrasectoriales, con el objetivo de crear redes de producción cada vez más dinámicas, extendida y rentables, capaces de multiplicar tanto como sea posible las transacciones que realiza la empresa.

Este tráfico conceptual entre miembros de la *intelligentsia académica* y los dirigentes empresidistas también se dio a nivel local, cuyo caso por antonomasia es sin dudas la interacción con docentes de la Facultad de Agronomía de la UBA y del posgrado en

Agronegocios de esa misma Facultad. Así, un profesor fundador de dicho posgrado lanzó por primera vez a la arena pública (en una nota de *Clarín Rural*, Ordoñez 2001) el apelativo “los sin tierra” para caracterizar a estos nuevos actores rurales¹⁶. Muy rápidamente, las figuras emblemáticas de AAPRESID se hicieron eco de este apelativo y lo hicieron repercutir en distintos espacios, hasta el punto de convertirlo en uno de los rasgos identitarios por excelencia del *homo innovatum* (ver Hernández, 2007a, 2007b y 2009).

Como mediadores entre los expertos internacionales y los productores locales, este grupo asumió papeles cada vez más centrales en la red de instituciones rurales técnicas. Con capacidad para convocar a formadores y aprendices, la marca AAPRESID comenzó a obtener cierto reconocimiento por parte de actores relevantes del sector, como la Asociación Argentina de grupos CREA y el Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA). Al mismo tiempo, los dirigentes aapresidistas movilizaron dispositivos mediáticos, académicos y políticos, sobre los que repercutió la prédica desarrollada a nivel local. Todo este activismo en torno del nuevo paradigma les dio una apertura hacia el mundo, los obligó a interiorizarse sobre las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación (fundamentalmente el medio Internet) y los propulsó hacia debates y preocupaciones globales, reinterpretando los intereses y tiempos locales en función de dinámicas y tendencias internacionales. De resultas de ello, la propia identidad se conformó integrando estas lógicas y elementos “extra” sectoriales y “trans” nacionales.

En tercer lugar, en este período se trata de dar a conocer públicamente esta “visión” renovada del negocio que, aunque probada exitosamente desde el punto de vista económico, necesita de una legitimidad social para asentarse en el medio rural, sin provocar resistencias o incluso revueltas por parte de los que debían “reconvertirse” en los términos del nuevo modelo/paradigma. Se trata entonces de hacer hincapié en la *comunicación*. Por una parte, comunicación para continuar con el trabajo de formación y capacitación técnica; pero también, y sobre todo, para construir una adhesión ideológica a la matriz productiva *agribusiness*, dentro del sector y fuera de él (especialmente en la esfera política). Para lograr esta adhesión es necesario que se concrete el proceso de transformación de la autoimagen que “el campo” (habitantes e instituciones) tiene de sí mismo. En efecto, el nuevo modelo supone reemplazar “la chacra” por la empresa, el agricultor (o productor) por el empresario innovador, las instituciones corporativas por organizaciones más flexibles y transectoriales. Así, poniendo a prueba sus capacidades pedagógicas y de traductores del nuevo paradigma al servicio de sus colegas, en este período y el próximo, veremos desplegarse una intensa actividad militante y comunicacional.

Orientados por este objetivo, adoptaron un tono *quasi* milenarista al convocar a los productores a ser protagonistas de “*la segunda revolución de las pampas*” (Huergo, 2001). Los congresos anuales, las notas en los periódicos de distribución nacional (*Clarín* y *La*

Nación) y los programas radiales y televisivos fueron vectores idóneos para lograr la difusión del “sueño argentino” que estos dirigentes cogitan, como se ve en el siguiente párrafo del artículo que Víctor Trucco publicó en el diario *Clarín*, unos meses antes del cacerolazo de diciembre de 2001:

Cuando comenzaba el 9eno. Congreso Nacional de AAPRESID, la Argentina, una vez más, parecía al borde del abismo. El riesgo país estaba en los 1.600 puntos, la bolsa bajaba y los piqueteros cortaban las calles. En Mar del Plata, más de mil empresarios agrícolas participaban de esta convocatoria anual. Latía la vida en un país que parecía desfallecer. Latía un sueño que debemos compartir. (...) El mundo ha cambiado, se pasó del esfuerzo físico al esfuerzo intelectual. Del arado a la siembra directa. Del campo al laboratorio. Del cartero al e-mail. Debemos empezar a ver la realidad como un cambio de paradigmas permanente. (...) El capital no son las herramientas; el capital es el hombre, los recursos humanos, la juventud, la inteligencia, el trabajo, la organización, la creatividad, el conocimiento. El país no cambiará por la política, cambiará por los emprendedores. (...) Con orgullo podemos señalar que hemos contribuido con nuestras iniciativas a los logros más relevantes del agro argentino de los últimos años. Nadie puede negar lo que ha significado la siembra directa, la biotecnología y muchas otras tecnologías que hemos impulsado desde AAPRESID, las que han contribuido a las cosechas récord que alcanzamos en los últimos años. (...) En Mar del Plata empezó a latir un sueño argentino. Los protagonistas somos nosotros, con los recursos de este generoso suelo, nuestra tradición científica, nuestra cultura, el talento de los jóvenes y la garra que tenemos que poner para dar vuelta este partido. Ha llegado la hora de poner, de hacer, de ayudar. Para que este sueño no sea ilusión tiene que latir en el corazón de cada uno de nosotros. Ese es ahora el desafío. O evolucionamos innovando o perecemos esperando.

Esta militancia también tuvo buenos resultados en la promoción de las biotecnologías, directamente articuladas al sistema de siembra directa. Constituidos como *empresarios del conocimiento*, pasaron a ser ese nosotros-innovadores frente a los otros-convencionales. En su andar por el camino *biotech*, los líderes de estos emprendimientos fueron relacionándose, claro está, con la dirigencia internacional de la *new economy* (las multinacionales, los organismos multilaterales, las asociaciones *biotech* de tercer grado, etc.), pero también profundizaron su relación con las distintas comunidades locales implicadas en la promoción de la bioeconomía. Nos referimos a las comunidades científicas, políticas y civiles (ONGs, centros educativos formales e informales, iglesias, aparatos de comunicación masivos, entre otros), con asiento y acción en el país y la región. Como una acción colectiva contundente en este tema, organizaron un seminario sobre biotecnología en colaboración con un centro de estudios de la Universidad de Harvard, seminario al que invitaron a hombres de negocios y de la ciencia no sólo de la Argentina y de EE.UU., sino que también abrieron la convocatoria al Mercosur y Europa. Como resultado de esta iniciativa, publicaron en 1997 una suerte de manifiesto llamado “Por qué AAPRESID le dice si a la biotecnología”, el primero de una serie de documentos públicos sobre este tema.

Durante este período, la adhesión militante y material a las biotecnologías no sólo modificó la socialización *hacia adentro* del espacio asociativo, sino que también produjo un efecto *hacia afuera*, llevando la *imagen* AAPRESID a los diversos ámbitos de acción en los que se invistieron sus dirigentes. Con estos, llegaron los contenidos del “nuevo paradigma” a

sectores de actividad que poco conocían del agro hasta ese momento, con lo que se generó en esos ámbitos un interés por el “negocio agrícola”, definido en términos de la matriz *agribusiness*. Llegamos así a fines de 2001, comienzo de la III etapa (“visiones y misiones”) que identificamos en la periodización del camino recorrido por AAPRESID.

Período 2001-2006: De visiones y misiones

En primer lugar, es importante subrayar el peso que tuvo el contexto político nacional en relación con el giro político que dio la Asociación en este período. Como sabemos, la crisis del programa neoliberal en el 2001 precipitó la renuncia del presidente argentino del momento, el Dr. de la Rúa, y se instaló un clima de marcada movilización popular. Los distintos sectores de la sociedad se vieron impulsados a tomar parte de la vida política nacional; los ciudadanos se volvieron protagonistas del espacio social, laboral, vecinal y ensayaron distintas formas de participación que, en muchos casos, fueron novedosas en el medio en que se desarrollaron o en relación con la propia experiencia personal y colectiva de quienes las llevaron adelante (Auyero, 2002). Dentro del mundo agro-rural, las experiencias de movilización social abrieron diversos registros y, como no podía ser de otro modo, AAPRESID también se expresó en aquella clave política, reposicionando en la arena pública los temas que eran de su propio repertorio. Uno que aglutinó de manera importante la atención de la dirigencia aapresidista fue el de la biotecnología que, desde el 2000, venía siendo objeto de cuestionamientos fuertes por parte de los ambientalistas, en particular debido a una campaña de sensibilización organizada desde Greenpeace.

En 2001, a través de una nota periodística (en *Clarín*), Trucco interpelaba a la ciudadanía:

Todos los argentinos sabemos que nuestras suertes e infortunios están en gran medida relacionados con la economía. Nadie pone en duda que debemos exportar más. Por eso llama la atención que cuando logramos duplicar la producción de soja, gracias al empleo de la biotecnología, y Greenpeace realiza actividades ilegales para impedir que nuestros productos desembarquen, los argentinos no repudien este hecho, incluidos los propios miembros de la entidad.

Haciendo una muy sucinta contextualización de ese enfrentamiento recordemos que hacia fines de los 90 se hizo evidente la polarización de la estructura social entre “los que perdieron” y “los que ganaron” la partida neoliberal. Entre estos últimos, encontramos a nuestros interlocutores aapresidistas y a sus aliados en torno del modelo de *ruralidad globalizada* (Hernández 2007b y 2009). Por otra parte, mediáticamente y por vía de algunos análisis académicos críticos de dicho modelo, “los sojeros” fueron iconificados como el símbolo del proceso de concentración productiva que dejó fuera del sistema a miles de familias agropecuarias. En otras palabras, “los que ganaron” y “los sojeros” fueron las dos caras de la moneda fraguada por la reforma política y económica de los ’90, luego

consolidados con el fin de la convertibilidad. Correlativamente, se alinearon con “los que perdieron” la mayoría de los grupos anti-OGM (organismo genéticamente modificado) que apoyaron, lógicamente, la lucha de los movimientos campesinos y de las entidades gremiales o asociativas identificadas con la “agricultura familiar” (Federación Agraria, Movimiento de Mujeres en Lucha, etc.). Estos grupos renovaron su accionar político con el fin de revertir la tendencia expulsiva. Uno de los principales reclamos, fundamentalmente por parte de los movimientos campesinos y los pueblos originarios, fue el abandono de los cultivos transgénicos. En este sentido, la discusión sobre la aceptación/rechazo a los transgénicos se solapó con un debate más general sobre el proyecto de sociedad al que cada grupo adhería y pretendía promocionar en su territorio-hábitat. Atacar los OGM era atacar el paradigma *agribusiness*, y viceversa.

La dirigencia aapresidista, promotora del paquete biotecnológico (sojaRR + glifosato + SD + *management* en red) no podía sino sentirse directamente interpelada por la “campaña de los ambientalistas”, quienes además de subrayar los efectos concentracionistas del modelo, reclamaban la falta de un debate amplio y con participación ciudadana sobre los riesgos de los OGM y los herbicidas a ellos asociados. Como lo recordó un altísimo dirigente de la Asociación durante un intercambio que tuvimos en Rosario, cuando comenzaron a ver que los grupos anti-OGM eran recibidos por las autoridades de las entidades de su propio sector, se dieron cuenta de que también ellos debían desarrollar una acción política congruente con sus propios intereses:

[Los ambientalistas] se entrevistaron con la Sociedad Rural, en la cual nosotros éramos miembros del Comité. A nosotros nos pareció un disparate aceptar esa presión, porque realmente no tenía fundamento. Ahí decidimos, conjuntamente con Otto [Solbrig] -que era un amigo, venía a nuestros congresos-, hacer un Seminario en forma conjunta con el Instituto David Rockefeller para estudios latinoamericanos de la Universidad de Harvard. [Entonces] decir: “Esto no es una idea nuestra sino que tiene un apoyo científico”. [También] Pensamos en el MERCOSUR; entonces participaron productores e investigadores de Brasil, Uruguay y vinieron algunas personas relevantes fundamentalmente de Estados Unidos. De Harvard vino Enriquez. [También vinieron] Francesco Di Castri, Plamer, etc. Entonces hicimos con Otto dos congresos, dos seminarios. Por supuesto, ahí nosotros comenzamos a tener contacto con la CONABIA¹⁷, con investigadores como XX, ZZ¹⁸. (Entrevista a referente aapresidista, Rosario, 2005).

La estrategia de AAPRESID fue, entonces, intensificar su acción de promoción de la biotecnología, implicándose en todos los ámbitos de la vida social y política que estuviesen a su alcance. En este marco deben interpretarse las iniciativas lideradas por AAPRESID, como la creación del Grupo Biotecnología (en noviembre de 2000)¹⁹; la coordinación, edición y financiamiento del Libro Blanco de AAPRESID²⁰ y la creación y financiamiento del programa de radio AM llamado “Darse cuenta”.

Para tomar al menos una de estas manifestaciones, observemos el modo en que AAPRESID imprime su voluntad dirigencial en el Libro Blanco. A lo largo de sus 44 páginas,

desfilan, una tras otra, como en una suerte de compendio estratégico, las nociones centrales que fue tejiendo el imaginario aapresidista durante su corta historia: sociedad del conocimiento, darse cuenta, innovación, liderazgo, *empowerment*, paradigma.... Así, el Libro Blanco deviene un territorio en el cual la dirigencia esparce su visión, explicita los términos en los que debe darse la reflexión colectiva sobre el futuro y hace circular una guía para la construcción de ese país soñado, cuyo semblante esbozan con estos conceptos:

Queremos un país con futuro, inscripto en el irreversible y veloz proceso planetario que la Sociedad del Conocimiento define. Así podremos alcanzar el desarrollo, dotar a la vida entre nosotros de sentido y alejarla del pesimismo y del ciclo de promesas y frustraciones. (Mactas, 2004: 9).

La iniciativa de crear un programa de radio ("Darse Cuenta", cuya emisión comenzó el mismo mes en que el grupo de autores inició la redacción del Libro Blanco, abril de 2004, y cuyo conductor, Mario Mactas, es el autor de la introducción del Libro que acabamos de citar) también tuvo por objetivo llegar a un auditorio extra-agrario, con alguna inquietud sobre el futuro del país, como lo deja ver la elección de la frecuencia AM, y de la estación de radio con alta audiencia *Continental*.

Buscando en el material de archivo y documentos grises algún antecedente sobre la relación de AAPRESID con los medios radiales, en el 2003 aparece una nota en el diario *Clarín*²¹ en la que se informa sobre los premios otorgados por el "Círculo Argentino de Periodistas Agrarios" en el marco del Concurso Capa/Banco Galicia 2003 al mejor programa agropecuario, a la mejor entrevista y al mejor segmento. AAPRESID fue miembro del jurado. Cuatro meses después, el sábado 3 de abril de 2004, el diario *La Nación* anunciaba que los viernes, durante dos horas, AAPRESID comenzaba la producción del programa "Darse cuenta" (Mactas, 2004). El título del programa radial fue el mismo que utilizó AAPRESID para bautizar su congreso anual el año anterior (2003), y será el mismo que, con el tiempo, dio lugar a un sitio web, a una Fundación (presidida por V. Trucco) y a una revista, todas acciones lideradas por el mismo colectivo y con el perpetuo objetivo de difundir "el nuevo paradigma", la "visión", el "sueño" (es decir, el ideario *agribusiness*).

Tal como lo expone Héctor Huergo (2005) en su columna rural del diario *Clarín*:

*Aapresid no rehúye el combate: la cuestión de la comunicación del agro con la sociedad fue el eje de un panel comandado por el propio Víctor Trucco, y con la participación crucial de un periodista netamente urbano que "compró" lo que está haciendo el campo: Mario Mactas. Hasta el punto que, desde hace un tiempo, comparte con Trucco el programa radial "Darse cuenta", en una radio rosarina. (...) **Y el campo se dio cuenta que su poder creciente radica mucho más en la fertilidad de la mente**, que en la que recuperan de los campos gracias a la siembra directa. (Negritas nuestras)*

Con esta constatación (su poder radica en fertilizar con sus visiones la mente de sus interlocutores), la dirigencia aapresidista invirtió una gran parte de sus esfuerzos en sostener

y multiplicar los “aparatos” o dispositivos que le permitiesen realizar, en las mejores condiciones, dicha fertilización. En este orden de cosas, un año más tarde (2006), en ocasión del megaevento rural “Feriagro”, aparecía una nota de *Clarín Rural* que explicaba:

En AAPRESID sentimos que tenemos la responsabilidad —como miembros de la sociedad argentina— de involucrarnos en un "Darse cuenta" más amplio, que involucre temas que van más allá del agro, pero que tienen que ver con nuestro espíritu. Debemos comenzar una nueva etapa para el campo y el país, donde todos "nos demos cuenta" que podemos y debemos desarrollar una nueva cultura, basada en valores como ética, transparencia, respeto por la propiedad intelectual y fundamentalmente en la confianza. Ese es nuestro próximo desafío en AAPRESID, y Feriagro 2006 es testigo. (Lorenzatti, 2006).

Vemos aquí cómo se opera el pasaje del infinitivo “Darse cuenta” a la primera persona del plural, “nos demos cuenta”, pasaje esencial para consolidar la posición de liderazgo de cara a la sociedad. Desde este “nosotros”, la dirigencia aapresidista se proyecta a nivel nacional: Feriagro, puesta de testigo, pone de relieve ese *otro*, más general, al cual se dirige el “desafío”, la sociedad toda. En segundo lugar, se hace notorio el tipo de invocación al que apela ese despertar de la conciencia: en el contexto de una sociedad en la que los bienes inmateriales se vuelven importantes, el conocimiento como fuente de creación de valor también debe ser reconocido subjetiva y normativamente, a través de la propiedad intelectual; esto es, por ejemplo, se deben pagar a Monsanto los *royalties* por los cultivos transgénicos utilizados en el país y a Bioceres Semillas —empresa fundada por dirigentes de AAPRESID y cuyos accionistas son socios de esta asociación-, lo propio cuando ella ponga en el mercado sus productos biotecnológicos.

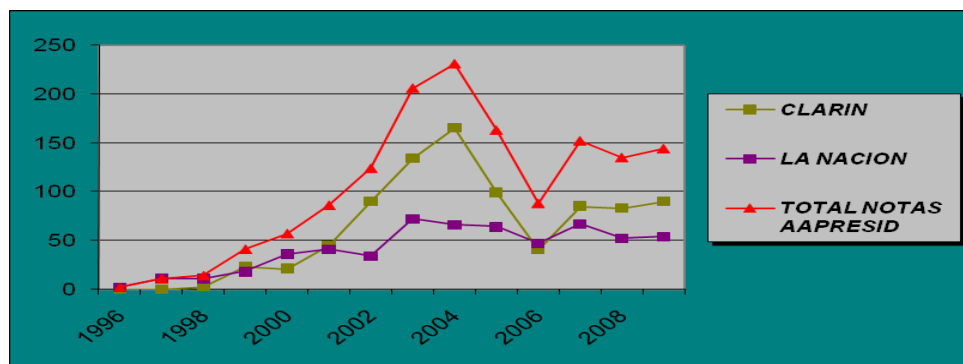
En este contexto, las acciones analizadas muestran cómo logran integrar, dentro de la idea de visión de país, los intereses del grupo económico del que forman parte; el reconocimiento buscado pretende legitimidad dentro y fuera del sector. Es este encastramiento —de lo económico (Polanyi, 1947) al interior de una visión global de sociedad deseable— el modo en que aspiran a dar continuidad al paradigma *agribusiness*. Para afirmar esta conjunción (entre visión de país e intereses de un grupo), ponen en juego una nueva dimensión del perfil identitario: la responsabilidad moral del empresariado del conocimiento. No sólo promotores de una filosofía respecto de los recursos naturales, no sólo predicadores de la nueva sociedad del conocimiento sino que, potenciando esos atributos ya asentados, la dirigencia aapresidista se manifestó en tanto *líder social moralmente responsable*. Hemos calificado esta aspiración de neopolítica en la medida en que las acciones emprendidas no se asumen como insertas en un juego de poder (ya sea de tipo sindical, ciudadano u otro) sino que se presentan como acciones impulsadas por una conciencia ética y moral, una cuestión de *responsabilidad* frente a la situación de caos y crisis generalizada. Con esta forma de definir su rol, el carácter político del liderazgo que proponen aparece diluido, como una suerte de sub-dimensión de lo social; a la imagen de un padre con su hijo (a quien

siempre se concibe subjetivamente como menor, aun si, jurídicamente, es mayor de edad) o, en registro religioso, de un pastor con su rebaño, estos líderes se sienten en la obligación (ética y moral) de conducir a los argentinos por la vía de entrada al nuevo modelo del que ellos, en tanto expertos del conocimiento, poseen la clave. La doctrina viene acompañada del ejemplo, el que, a su vez, se complementa con la dirección *responsable* del colectivo. La “visión”, el “paradigma” o el “cambio de mentalidades” no se plantea en términos de un programa político, pasible de discusión y sometido al campo de las fuerzas e intereses en pugna, cuya legitimidad deriva del voto, como es propio de la lógica política (sindical, etc.) en un sistema democrático-representativo. En este marco, impulsaron diversos proyectos de responsabilidad social empresaria y de involucramiento comunitario, entre otros, tanto a nivel de las empresas como a nivel de las instituciones del sector (por ejemplo, dando apoyo a iniciativas de la Sociedad Rural o de AACREA, para crear “líderes” locales en las comunidades del interior del país). Este accionar neopolítico tuvo las repercusiones buscadas: la presencia de AAPRESID se volvió cada vez más significativa y significativa. Apoyadas o criticadas, controvertidas o consensuales, en adelante las posiciones adoptadas por la Asociación no pasarán inadvertidas y dejarán huellas en la autopercepción de los actores del mundo rural, como veremos en el último apartado de este trabajo²².

Anclajes y aplicaciones materiales. A modo de reflexiones finales

Hemos deconstruido los modos concretos en que el grupo dirigencial de AAPRESID se construyó en líderes de “la segunda revolución de las pampas”, poniendo al servicio de una amplio auditorio las herramientas técnicas, conceptuales y simbólicas para darle sentido al cambio de paradigma agrícola. Vimos algunas de las iniciativas gracias a las cuales las nociones centrales de dicho paradigma lograron permear el colectivo social rural y, más allá de él, la sociedad toda. También argumentamos la idea según la cual la articulación tecnociencia/ideología *agribusiness* no estaba escrita desde un comienzo en el destino de este grupo de dirigentes aapresidistas sino que, por el contrario, mostramos cómo fueron construyéndola gracias a la interacción con actores de diversos horizontes geográficos y sectoriales. En su recorrido, avanzaron hacia nuevas trincheras, y produjeron contenidos singulares para el paradigma *agribusiness à la façon* argentina, fundando espacios institucionales coherentes con su proyecto de liderazgo y consolidando redes transectoriales exitosas que lograron inscribir en la lógica globalizadora del capitalismo contemporáneo. En los primeros años del 2000, una miríada de asociaciones, fundaciones, ONGs e instituciones de diverso carácter se pusieron en pie y marcaron el camino a recorrer, conduciendo al grueso de los actores del sector agropecuario argentino por el tamiz de la reconversión productiva. Como ejemplo, queremos terminar este recorrido observando algunas expresiones sociales en las que se deja medir el éxito que tuvo el proyecto de poder

que movilizó este grupo de dirigentes. En primer lugar, miremos el anclaje mediático de la Asociación. Si tomamos los dos diarios de alcance nacional, *La Nación* y *Clarín*, y cuantificamos los artículos que nombran o se refieren a AAPRESID, obtenemos la siguiente curva de evolución:



Fuente: Elaboración propia sobre la base de los sitios web de los respectivos diarios

Este grafico permite ver los años de intensa comunicación “hacia afuera” que desarrolló AAPRESID a partir del 2000, con un momento de intensificación entre 2002 y 2004; luego, un retorno entre 2005 y 2006, años en los que se concentraron en otras iniciativas -su programa de radio “Darse cuenta”, fundación de empresas de biotecnología, difusión del Libro Blanco ya citado, entre otras acciones-, para comenzar un período de estabilidad comunicativa a partir de 2007. Este comportamiento mediático se corresponde con el análisis que hemos desarrollado sobre las distintas etapas y metas de este grupo dirigente. Al complementar el acercamiento cuantitativo con uno más cualitativo (con foco en los contenidos de los artículos), vemos que hacia el 2002 evocan de manera cada vez más directa y explícita la vocación política de la dirigencia aapresidista. El ápice del ciclo es el 2004-2005, momento en el que, además de las iniciativas comunicativas recién citadas, se expande un segundo anclaje al que queremos referirnos aquí, el del campo educativo. De acuerdo con un relevamiento que realizamos en dicho período sobre la oferta de carreras, maestrías y postgrados en agronegocios²³, se constató un desarrollo sumamente importante en este tipo de formaciones:

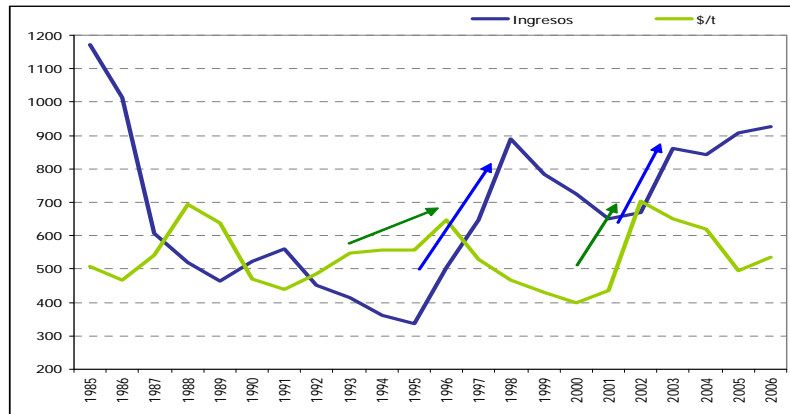
Formaciones con contenido de agronegocios entre 1998 y 2006

Institución Académica	Tipo de formación
Facultad de Agronomía-UBA	Maestría en Agronegocios y Alimentos
	Carrera de Especialización en Agronegocios y Alimentos
	Posgrados en Alta Dirección en Agronegocios
Facultad de Agronomía Sede de AACREA	Curso de Alta Dirección en Agronegocios y Alimentos
	Especialización en Agronegocios y Alimentos

Univ. de Belgrano	Magister en Agronegocios
Univ. Católica Argentina	Maestría en Gestión de la Empresa Agroalimentaria
Univ. del CEMA	Maestría en Agronegocios
Univ. Blas Pascal	Maestría en Agronegocios y Alimentos
Univ. Nac. de E. Ríos	Especialización en Alta Dirección de Agronegocios y Alimentos
Univ. Nac. de Mar del Plata	Maestría en Agronegocios Especialización en Agronegocios
Univ. Nac. de La Pampa	Lic. en Administración de negocios agropecuarios
Univ. de San Andres	Gestión integral en agronegocios
Fundación en Altos Estudios en Ciencias Comerciales	Técnico superior en gestión de agronegocios
Colegio Universitario IES siglo XXI	Técnico superior en administración agropecuaria
	Curso de planeamiento estratégico de empresas agropecuarias
	Administrador de empresas agropecuarias
Em-Tec. Innovadora de proyectos tecnológicos	Curso de administración y gerenciamiento rural
	Curso de administración financiera agropecuaria
Global Agro S.A	Curso de Posgrado en Alta Dirección en Agronegocios y Alimentos. (Certificado emitido por la FAUBA)
Instituto cooperativo de enseñanza superior	Técnico superior en agronegocios (cursando dos años más en la Univ. de Sgo. del Estero, se obtiene el título de Lic. en Agronegocios)
Grupo Los Grobo	Curso de Postgrado en Alta Dirección en Agronegocios convenio FAUBA-Los Grobo Agropecuaria
Univ. de la Cuenca del Plata (Corrientes)	Máster en agronegocios
Facultad de Ciencias Empresarias (Univ. Austral)	Máster en agronegocios
Univ. del Salvador	Posgrado en dirección de Agronegocios
	Máster en dirección de Agronegocios
AAPRESID	Posgrado en Agronegocios

Fuente: Elaboración D. Taraborrelli, sobre la base de datos de las páginas web de las respectivas formaciones académicas.

La importancia de este espacio para la construcción de liderazgo aapresidista radica en que los futuros profesionales del agro y los “agentes de desarrollo” que idearán e instrumentarán las políticas públicas se nutren, entre otros, de los movimientos conceptuales que se generan en la academia. De hecho, tal como muestra el siguiente gráfico, el aumento de la matrícula de la Facultad de Agronomía de la UBA fue igualmente significativo, con dos picos, en 1996-1998 y en 2002-2004, momentos centrales del desarrollo aapresidista analizado anteriormente:



Ingresos en la FAUBA y cotización de los cuatro principales cultivos

Fuente: AACREA, sobre la base de UBA y Bolsa de Cereales

En suma, gracias a las alianzas tejidas con actores de la academia (Hernández, 2009), se abrieron espacios de formación en el nuevo paradigma, y la exposición de los alumnos de agronomía a los conceptos y prácticas del agribusiness fue *in crescendo* a partir de fines de los '90, incluso en universidad públicas.

El tercer y último anclaje que abordaremos aquí en relación con la eficiencia simbólica del accionar aapresidista se refiere a la capacidad de impregnación social que tuvo el paradigma por ellos liderado. Si bien la alta convocatoria que logran, año a año, los congresos de AAPRESID, la creciente y sostenida presencia de la voz de la Asociación en los principales diarios nacionales y la proliferación de los espacios de formación especializada cuyo contenido es el del paradigma *agribusiness* constituyen alegatos indiscutibles de lo profundo que caló la prédica de estos dirigentes, nos interesa rescatar un meticuloso trabajo realizado por Balsa y su equipo (2008, 2011), que analiza la ideología de los productores rurales pampeanos. A través de un cuestionario estructurado y de una serie de ejercicios asociativos, Balsa presenta a los productores tres formaciones ideológicas que recorren el debate público: la liberal-conservadora, la tecnologizante y la agrarista. De acuerdo con las definiciones explicitadas en dicho trabajo (Balsa 2008 y 2011), el paradigma aapresidista se corresponde centralmente con la ideología tecnologizante, y en segundo lugar, comparte un basamento general con la liberal-conservadora; es totalmente opuesta a la formación ideológica agrarista. Los resultados de esta investigación llevan a Balsa a concluir que:

De las tres formaciones discursivas que se disputan la arena pública en torno de la cuestión agraria, podemos concluir que la formación tecnologizante es la que mayor eficacia interpelativa presenta entre los productores rurales entrevistados, incluso sobre los de tamaño mediano o pequeño. (2008:78)

Asimismo, Balsa señala que, con base en la encuesta, no se puede indicar una relación explicativa entre los posicionamientos ideológicos observados y las características de los

productores (tamaño, tipo de tenencia, tipo de actividad, edad, etc.). En otras palabras, la “alta adhesión” al discurso tecnologizante es generalizada en todos los entrevistados (en total, 172 productores). Frases tecnologizantes como las que vimos en el paradigma AAPRESID (“hoy en el campo argentino el más competitivo no es el más grande, sino el que mejor sabe hacer”, “los productores agropecuarios ya no son chacareros sino que son empresarios” o “las nuevas tecnologías mejoraron mucho la situación de todos los productores rurales”) suscitaban niveles de aceptación extremadamente altos en todos los perfiles de productores. Incluso, aquellos productores que sostienen afirmaciones ligadas al ideario agrarista (en defensa del rol de Estado para defender a los pequeños productores o para legislar en contra de la extranjerización de la tierra) también acuerdan con las frases de la formación tecnologizante. Semejante nivel de interiorización del discurso aapresidista da cuenta de la posición hegemónica que logró adquirir la visión transmitida por estos dirigentes, entre otros. En efecto, si bien en un comienzo (mediados-fin de los ´90) entidades rurales como SRA, AACREA y FAA no profesaban el mismo convencimiento que AAPRESID sobre la superioridad del modelo *agribusiness*, con el tiempo fueron asumiendo dicha posición²⁴.

En definitiva, en el mapa material y simbólico aapresidista el productor se mueve en un mundo cuya coherencia pocas veces fue lograda en tantos planos a la vez: en el marco del congreso anual de la Asociación, durante tres/cuatro días, el productor (tanto los socios como la audiencia en general, ya que la convocatoria es abierta) comparte con sus pares un espacio de intercambio, en el cual escucha a prestigiosos académicos nacionales e internacionales discutir sobre las claves del paradigma *agribusiness*; en su hogar, cada fin de semana, tiene a su disposición el suplemento rural de *Clarín* o *La Nación*, con artículos que recogerán aquellos conceptos vertidos en el ámbito colectivo, pero expuestos en un marco tan prestigioso y legitimante como el mediático, a la vez que sazonados de editoriales y comentarios complementarios de otros actores del *agribusiness* (entrevistas a un director de la maestría de agronegocios de la UCA; una nota del ingeniero agrónomo del INTA sobre conservación de suelos gracias a la SD; foto y comentario sobre la última sembradora de SD de tal marca nacional; empresario de tal multinacional anunciando el lanzamiento de la última novedad en herbicidas...); durante la semana, podrá sintonizar en su radio el programa *Darse Cuenta*, en el que se volverán a evocar, con nuevas inflexiones de sentido aportadas por los invitados, aquellos mismos conceptos clave (*holding*, mercado a futuro, red de redes, *empowerment*, sociedad del conocimiento, etc.). La impresión que, finalmente, tendrá este productor y su entorno es que, aunque sea por una vez, todo el mundo parece estar de acuerdo sobre el rumbo que deben tomar las cosas: adoptar el paradigma tan proclamado por la dirigencia aapresidista; discutirlo o cuestionarlo sólo podría justificarse como un signo de fragilidad mental o de obstinación ideológica anacrónica.

Para finalizar, subrayemos el formidable proceso de recambio que se dio en la cúpula empresaria argentina durante los '90, recambio que conllevó una (re)conceptualización de lo que es (o debe ser) un dirigente o líder en las condiciones del capitalismo globalizado. Esa década fue un período bisagra, durante el cual cristalizó el proceso de desindustrialización y de transnacionalización de la economía argentina (iniciado con las reformas impulsada por el gobierno de facto cívico-militar, 1976-1983) y se consolidó la nueva dirigencia que hoy domina el escenario económico, político e ideológico nacional. El empresariado innovador, convertido al paradigma hegemónico de una *ruralidad globalizada*, es hoy el motor al que el discurso político le otorga un rol esencial en el plano del desarrollo nacional basado en la "agroindustria" (ver el Plan Estratégico Agroalimentario y Agroindustrial 2010-2016, lanzado por el gobierno de Cristina Fernández). En este artículo, vimos cómo instalaron un discurso empresarial centrado en la idea de "revolución paradigmática", ligándolo a la sociedad del conocimiento y presentándolo, entonces, como un modelo superador de la "agricultura de principios de siglo". Es en este contexto de innovación tecnológica que propulsaron los cambios dentro del ámbito productivo e institucional, los cuales fueron acompañados por acciones destinadas a construir una legitimidad social y política del nuevo modelo. Este trabajo sobre el imaginario social fue central; dedicaron mucho tiempo y energía para construir una imagen socialmente aceptable y para penetrar los más diversos estamentos del sentido común colectivo. Finalmente, se cristalizó una determinada "visión" del campo y de la sociedad, un sistema de valores por el que se operan inclusiones y exclusiones que delimitan el horizonte de sentido compartido.

Desde el momento de auge (2004-2005) hasta la actualidad, diversos hechos fuertes han sucedido en el escenario nacional: en primer lugar, el conflicto del 2008, cuyo disparador fue la nueva reglamentación de las retenciones; el segundo hecho que nos parece un síntoma del estado actual del campo de relaciones de fuerza es el juicio conocido bajo el nombre de "Ituzaingó", por el pueblo en el que reside la parte querellante. En ambos casos, los actores se movilizan en torno del paradigma *agribusiness*: ya sea porque son activos miembros del mismo y se ven amenazados por la acción del Estado, ya sea porque sufren sus consecuencias como habitantes del mismo territorio en el que se expande esa forma del negocio agrícola. Estas tensiones (producto, en el primer caso, de un Estado activo; o, en el segundo, de quienes se paran frente al "desierto verde" para afirmarse como habitantes) indican las grietas de la formación ideológica tecnologizante; es en estas grietas que las críticas al modelo *agribusiness* irán construyendo (o no) una alternativa de vida, con otra agricultura para producir otras cosas; en suma, otra visión de mundo.

Notas

(1) Esta Asociación fue analizada en el marco de una investigación más amplia sobre el proceso de apropiación de las biotecnologías en el sector agropecuario argentino. Esta investigación se desarrolló en dos etapas: la primera (2003-2007), tuvo como eje central la comprensión de los rasgos del modelo *agribusiness* y la segunda (2008-2012) focalizó en los efectos de dicho modelo sobre los territorios. Estas investigaciones recibieron financiamiento del Institut de Recherche pour le Développement (Francia) y de la Agence Nationale de Recherche, en el marco del programa INTERRA con la referencia ANR-09-STRA- 04 y del programa PICREVAT, ANR-08-VULN-008.

(2) En 1996 se comercializa por primera vez en el país un cultivo transgénico: la soja resistente al glifosato. A partir de allí, la expansión de las hectáreas cultivadas con organismos genéticamente modificados llevó a la Argentina a ocupar el segundo lugar de exportador de cultivos OGM a nivel mundial.

(3) Consiste en plantar de manera intercalada dos cultivos diferentes, maíz/soja o girasol/soja, durante el mismo período, de modo tal de mantener el cultivo más rentable, la soja, pero aprovechando el aporte de carbono de sus complementarios, girasol y maíz.

(4) Según Trigo y Villareal: “En el caso de la soja tolerante a herbicida los beneficios netos de sustitución por otras actividades agrícolas (girasol, algodón, pasturas) se distribuyeron de la siguiente manera: 77,45 % para los productores, 3,90% para los proveedores de semilla, 5,25% para los proveedores de herbicida y 13,39% para el Estado Nacional (en forma de derechos de exportación, aplicados desde 2002).” (2009: 18).

(5) Los congresos anuales de la Asociación son escenarios de interacción entre la dirigencia aapresidista, sus invitados-panelistas, los socios y el resto del sector, ya que la convocatoria es abierta a quien quiera inscribirse y pueda pagar la entrada. Fue precisamente por este carácter amplio de la convocatoria que los congresos fueron adquiriendo cada vez más relevancia para dicha dirigencia.

(6) Las otras dos entidades rurales respecto de las cuales AAPRESID se posiciona, la Sociedad Rural Argentina (SRA) y la Asociación Argentina de Consorcios Regionales de Experimentación Agrícola (AACREA), poseen sus oficinas centrales en Buenos Aires. Rosario, ciudad de una provincia agrícola por excelencia y puerto de exportación de materia prima agrícola, aparece entonces como un espacio alternativo propicio desde donde disputar el lugar de referente simbólico del sector y acumular poder de injerencia.

(7) Cada regional está conformada por los socios de una determinada zona productiva, quienes deciden crear un grupo de intercambio de experiencias y discusión sobre problemáticas propias de la zona. Al momento de iniciar nuestro estudio, AAPRESID contaba con 20 regionales.

(8) El primer grupo CREA fue fundado por Pablo Hary el 9 de marzo de 1957, en Henderson-Daireaux, provincia de Buenos Aires (Oteiza, 2008). A partir de allí comenzaron a conformarse los grupos Crea, que son un referente tecnológico para los productores.

(9) El 24 de marzo de 1976 se dio en la Argentina el golpe de Estado que llevó al poder a la dictadura cívico-militar que más vidas se cobró durante el siglo XX y que desarticuló económica, política y socialmente al país de manera devastadora.

(10) Completan el panel de los fundadores y socios pioneros que son reconocidos en las entrevistas como “referencias” de la Asociación: Cesar Belloso, Daniel Canova, Mario Nardone, Hugo Ghio, Mario Gilardoni, Alberto Marchioni, Nicolas Milatich, Gino Minucci, Antonio Palazzesi, Roberto Peiretti, Jorge Romagnoli, los hermanos Aldo y Heri Rosso. Todos ellos son productores de Santa Fe, Córdoba o Buenos Aires.

(11) Todas las citas de entrevistas etnográficas, como en este caso, se harán con seudónimos para respetar la condición de anonimato; en cambio, aquellas citas que hayan sido tomadas de fuentes secundarias públicas (artículos periodísticos, documentos de Internet, entrevistas televisivas,

comunicaciones en seminarios, congresos, etc.) irán seguidas de la nota bibliográfica correspondiente para respetar así el derecho de autor.

(12) Para un análisis pormenorizado, ver Hernández, 2013.

(13) Varias citas corresponden a ponencias y documentos cuya autoría es de V. Trucco, quien asumió un rol de “voz” y referente del colectivo (junto con Gustavo Grobocopatel y Héctor Ordoñez). En ese sentido, las citas deben ser leídas como representativas de un colectivo al cual ellos pertenecen y, en tanto dirigentes, representan.

(14) La década del '90 conoció la explosión de los así llamados “*pools* de siembra”, un modo de organizar la producción agrícola por el cual el agente fiduciario organiza los diferentes factores que intervienen en el proceso de producción agrícola y luego reparte las ganancias entre los participantes de acuerdo con lo convenido en el contrato (para profundizar, ver: Cristiano, 2007; Grosso, 2009; Hernández e Intaschi, 2011).

(15) Bioceres fue fundada en 2001 como una empresa “gerenciadora de conocimiento” (expresión recogida en diversas entrevistas); esto es, una empresa que financia proyectos de investigación desarrollados por laboratorios del sector público, y que obtiene en contrapartida una participación (total o parcial, según los acuerdos establecidos en cada caso) en la propiedad intelectual del producto biotecnológico resultante de la investigación. Por su parte, Biolnta es una empresa surgida de un convenio entre Bioceres y el INTA, firmado en 2003, por el cual Bioceres financia algunas actividades de investigación de los técnicos del Instituto público y, a cambio, gerencia la multiplicación, comercialización y licenciamiento de las nuevas variedades de trigo (ver Hernández, 2007b y 2009).

(16) “Los sin tierra”, lejos de referirse al homónimo movimiento de campesinos de Brasil, identifica a los empresarios que concentran la mayor parte de las tierras que cultivan (cientos de miles de hectáreas) bajo la forma “arriendo”, por lo que Ordoñez explica que no se los debería comparar con los antiguos terratenientes, cuyo rasgo principal era justamente ser propietarios (Ordoñez, 2001).

(17) Comisión Nacional Asesora de Biotecnología Agropecuaria, creada en 1991.

(18) Menciona el apellido de dos investigadores que son referentes científicos de la comunidad local de biólogos moleculares especialistas en agrobiotecnologías.

(19) Según se presenta en la nota del diario *Clarín* que da cuenta de la creación de este grupo, el mismo “Se lanzó (...) para enfrentar los ataques contra los transgénicos, con entidades líderes de la cadena agroalimentaria.” Ver: <http://www.clarin.com/suplementos/rural/2000/11/04/r-00201.htm>

(20) El Libro Blanco sobre la Argentina, subtítulo “Un camino común”, es producto de un grupo de trece intelectuales, con diferentes raigambres políticas e institucionales (a excepción del ala izquierda de la política local). Con actividad tanto en el sector público como en el privado, en la vida económica, científica, política o cultural, todos tienen alguna relación con el agro, la economía o las biotecnologías. Además de hacerse cargo de la impresión y presentación del libro (en el marco del XII congreso anual que tuvo lugar en Rosario en agosto de 2004), AAPRESID aportó un importante capital humano: sus principales figuras participaron activamente en esta iniciativa y se dedicaron a difundir el libro en todos los ámbitos políticos, sociales y culturales a su alcance. Para mayor detalle, ver Hernández, 2013.

(21) Recuperado en: <http://www.clarin.com/suplementos/rural/2003/12/13/r-675287.htm>

(22) Es interesante notar que este carácter neopolítico evolucionó hasta que, en 2008, con el conflicto por las retenciones, las acciones del sector se afirmaron definitivamente en la arena política. Para un estudio iluminador de este conflicto y del rol de lo político en aquel escenario posterior al período que nos ocupa aquí, ver Gras, 2010.

(23) Este relevamiento, desarrollado entre 2003 y 2006, fue realizado en el marco de un programa más amplio sobre los conocimientos implicados en el modelo *agribusiness*, y participaron en el mismo Liliana Varela y Diego Taraborrelli, en aquel momento estudiantes bajo mi dirección, y becarios con financiamiento del IRD (Francia).

(24) Por falta de espacio no tenemos posibilidades de profundizar aquí en este tema pero resulta sumamente interesante observar la evolución que dichas entidades conocieron en el curso de los últimos 20 años en relación con el modelo *agribusiness*. Un libro sobre AAPRESID y AACREA, con la autoría de Carla Gras y quien escribe, está en curso de redacción, y en él, justamente, se abordan de modo comparativo ambas asociaciones.

Bibliografía

Auyero, J. (2002) *La protesta. Retratos de la beligerancia popular en la Argentina democrática*. Buenos Aires: Libros del Rojas - UBA.

Azcuy Ameghino, E. (2004) *Trincheras en la Historia. Historiografía, marxismo y debates*. Buenos Aires: Imago Mundi.

Balsa, J. (2008) "La ideología de los productores rurales pampeanos", *Realidad Económica*, N° 237, pp. 55-79.

Balsa, J. (2011) "Las disputas hegemónicas en torno a las cuestiones sociales agrarias de la pampa argentina en la actualidad". Ponencia presentada en el Alasru. Recuperada de: alasuorg/wp-content/uploads/2011/.../17-GT-Javier-Balsa.doc

Barbetta, P. (2009) "El derecho distorsionado: una interpretación de los desalojos campesinos desde un análisis del campo jurídico". En Gras, C. y Hernández, V. (edits.) *La Argentina Rural. De la agricultura familiar a los agronegocios*, pp. 235-256, Buenos Aires: Biblos.

Basualdo E. (2006) "La reestructuración de la económica argentina durante las últimas décadas: de la sustitución de importaciones a la valorización financiera". En Basualdo, E. y Arceo, E.: *Neoliberalismo y sectores dominantes*, pp. 123-178, Buenos Aires: CLACSO.

Binsag, R. y Sztulwark, S. (2005) *Tramas productivas de alta tecnología y ocupación. El caso de la soja transgénica en la Argentina*. Buenos Aires: Universidad Nacional de General Sarmiento.

Boltanski, L. y Chiapello, E. (2002) *El nuevo espíritu del capitalismo*, Madrid: Akal.

Craviotti, C. (2000) Las estrategias de los productores familiares, ante el cambio tecnológico en la región pampeana argentina, *Realidad Económica*, N° 174, pp. 154-171.

Cristiano, G. (2007) "El pool de siembra: una figura institucional en auge". Actas V Jornadas Interdisciplinarias de Estudios Agrarios y Agroindustriales. Buenos Aires, 7-8-9 de noviembre. En CD.

Debord, G. (1992) *La société du spectacle*. Paris. Editions du Seuil.

Díaz, D. (1999) "Congreso Sobre Siembra Directa en Mar del Plata. Golazo en directo que vino de media cancha", *Diario Clarín, Suplemento rural*, Sábado 21 de agosto. En: <http://www.clarin.com/suplementos/rural/Suplemento/1999/08/21/c-00601r.htm>

Foucault, M. (1973) *El orden del discurso*. Barcelona: Tusquets.

Gadamer, G. H. (1965) *Verdad y Método*. Bs. As.: Sigueme.

Giarraca, N. y Cloquell, S. (1998) *Las agriculturas del Mercosur: el papel de los actores sociales*. Buenos Aires: CLACSO- La Colmena.

Gras, C. (2009) "El nuevo empresariado agrario: sobre la construcción y los dilemas de sus organizaciones". En Gras, C. y Hernández, V. (eds.) *La Argentina Rural. De la agricultura familiar a los agronegocios*, pp. 213-234, Buenos Aires: Biblos.

Gras, C. (2010) "Estado, actores sociales y políticas económicas. Actores agrarios y formas de acción política en la Argentina contemporánea. Un análisis a partir de los grupos de 'autoconvocados' en la región pampeana". En Aronskind, Ricardo y Vommaro, Gabriel (compiladores) Bs. As.: Prometeo-UNGS, pp. 279-312.

Gras, C. y Hernández, V. A. (2008) Modelo productivo y actores sociales en agro argentino, *Revista mexicana de sociología*, n° 2, pp. 227-259.

Gras, C. y Hernández, V. (editores) (2009) *La Argentina Rural. De la agricultura familiar a los agronegocios*. Buenos Aires: Biblos.

Gras, C. y Hernández, V. (2010) "Renta, conocimiento e identidad. El estatus de la tierra en el nuevo modelo y las disputas por sus funciones". En Hernández, V. (comp.) *Trabajo, conflictos y dinero en un mundo globalizado*, pp. 227-258 Buenos Aires: Biblos.

Grosso, S.; Arrillaga, H.; Bellini, M.; Qüesta, L.; Guibert, M.; Lauxmann, S. y Rotondi, F. (2009) "Impactos de los pools de siembra en la estructura social agraria y en la gestión de la agricultura. Una aproximación de las transformaciones en el centro de Santa Fe". Actas VI Jornadas Interdisciplinarias de Estudios Agrarios y Agroindustriales. Buenos Aires, noviembre. En CD.

Hernández, V. (2007a) "El fenómeno económico y cultural del boom de la soja y el empresariado innovador", en *Desarrollo económico*, Vol. 47, N° 187, pp. 331-365.

Hernández, V. (2007b) "Entrepreneurs 'sans terre' et 'pasteurs de la connaissance' : Une nouvelle bourgeoisie rurale?". En Hernández, V.; Ould-ahmed, P.; Papail, J. y Phélinas, P. (editores) *Turbulences monétaires et sociales. L'Amérique latine dans une perspective comparée*, pp. 209-258. Paris : L'Harmattan. Colección «Sciences sociales et globalisation».

Hernández, V. (2009) "Ruralidad globalizada y el paradigma de los agronegocios en las pampas gringas". En Gras, C. y Hernández, V. A. (editores) *La Argentina Rural. De la agricultura familiar a los agronegocios*, pp. 39-64. Buenos Aires: Biblos.

Hernández, V. (2013) *Chimères des pampas: OGM, agrobusiness et leadership dans la ruralité argentine*. París: L'Harmattan. En preparación.

Hernández, V. e Intaschi, D. (2011) "Caleidoscopio socio-productivo en la pampa contemporánea: agricultura familiar y nuevas formas de organización productiva". En López Castro, Natalia y Prividera, Guido (compiladores) *Repensar la Agricultura Familiar. Elementos para desentrañar la complejidad agraria pampeana*. Buenos Aires: CICCUS, pp. 223-247.

Hora, R. (2005) *Los terratenientes de la pampa argentina. Una historia social y política, 1860-1945*. Buenos Aires: Siglo XXI. Colección Historia y política.

Llach, J.; Harriague M. M. y O'Connor, E. (2004) "La generación de empleo en las cadenas Agroindustriales". Buenos Aires: Fundación Producir Conservando. Mimeo.

Manildo, L. (2009) "Después de la emergencia. El movimiento de Mujeres Agropecuarias en Lucha: la consolidación en el espacio público y las pequeñas revoluciones domésticas". En Gras, C. y Hernández, V. (editores). *La Argentina Rural. De la agricultura familiar a los agronegocios*, pp. 257-276, Buenos Aires: Biblos.

Oteiza, V. (2008) "Influencia francesa en el mundo rural argentino en los siglos XIX y XX". Ponencia presentada en las IX Jornadas Nacionales y I Internacionales de Investigación y Debate "Territorios, Migraciones e Identidades en un mundo rural heterogéneo y en cambios", mimeo.

Pengue, W. (comp.) (2008) *La apropiación y el saqueo de la naturaleza: conflictos ecológicos distributivos en la Argentina del Bicentenario*. Buenos Aires: Lugar Editorial.

Regúnaga, M.; Fernández, S. y Opacak, G. (2003) *El impacto de los cultivos genéticamente modificados en la agricultura argentina. Programa de Agronegocios y Alimentos*. Buenos Aires: Facultad de Agronomía, Universidad de Buenos Aires.

Schorr, M. (2004) *Industria y nación*. Buenos Aires: Edhasa.

Slutzky, D. (2005) Los conflictos por la tierra en un área de expansión agropecuaria del NOA: la situación de los pequeños productores y los pueblos originarios, *Revista Interdisciplinaria de Estudios Agrarios*, N° 23, Universidad de Buenos Aires, en: <http://www.econ.uba.ar/planfenix/novedades/Area%20IV/Los%20conflictos%20de%20la%20tierra%20-%20Slutzky.pdf>

Schutz, A. (1987) *Le chercheur et le quotidien*. París: Meridiens Klincksieck.

Teubal, M. (2003) "Soja Transgénica y crisis del modelo agroalimentario argentino", en *Realidad Económica*, N° 196, pp. 1-14.

Trigo, E. y Cap, E. (2006) *Diez años de cultivos genéticamente modificados en la agricultura argentina*. Buenos Aires: Consejo Argentino para la Información y el Desarrollo de la Biotecnología – ArgenBio.

Trigo, E. y Villareal, F. (2009) *La agrobiotecnología en las Américas: una mirada a la situación actual y a las tendencias futuras*. San José de Costa Rica: IICA.

Bibliografía material secundario

-Actas de los congresos de AAPRESID años 1992 a 2007. Ponencias de las Actas citadas en el presente artículo:

"Prólogo", I Congreso Interamericano de Siembra Directa y 2das. Jornadas Binacionales de Cero Labranza, Villa Giardino, Córdoba, 25-28 de marzo de 1992.

"Prólogo" y "La Siembra Directa y la Agricultura de Fin de Siglo", II Congreso Nacional de Siembra Directa, *Agricultura de fin de siglo*, Huerta Grande, Córdoba, 8 y 9 de Septiembre de 1993.

"Prólogo: Cambiar la lógica", III Congreso Nacional de Siembra Directa, *Estrategia para una producción sustentable*, Villa Giardino, Córdoba, 31 de agosto al 2 de septiembre de 1994.

"Prólogo" y "AAPRESID y la siembra directa hoy", IV Congreso Nacional de Siembra Directa, *Una estrategia para todos*, Villa Giardino, Córdoba, 27 al 30 de marzo de 1996.

“ASAP YA!: Discurso de bienvenida” y “La enseñanza de la ASAP en la universidad”, V Congreso Nacional de AAPRESID, ASAP YA!, Mar del Plata, 20 al 23 de agosto de 1997.

Mactas, M. (2004): *Libro blanco sobre la Argentina. Un camino común*. Buenos Aires: AAPRESID.

Peiretti, R. (1997) Acta del V Congreso nacional de AAPRESID, pág. 438.

Diarios Clarín y La Nación entre 1997 y 2001. Notas citadas en este artículo:

Huergo, H.: “El agro, con un tanque de ideas”, en *Clarín Rural*, <http://www.clarin.com/suplementos/rural/2005/08/13/r-00301.htm>, 2005.

Huergo, H.: “La revolución se profundiza”, en *Clarín Rural*, <http://www.clarin.com/suplementos/rural/2001/09/01/r-00302.htm>, 2001.

Lorenzatti, S.: “Una invitación a "darse cuenta"”, en *Clarín Rural*, <http://www.clarin.com/suplementos/rural/2006/03/11/r-02811.htm>, 2006.

Ordoñez, H.: “Las ventajas ignoradas”, en *Clarín Rural*, <http://www.clarin.com/suplementos/rural/2001/09/15/r-00801.htm>, 2001.

Trucco, V.: “El juego de Greenpeace”, en *Clarín Rural*, <http://www.clarin.com/suplementos/rural/2001/02/03/r-00801.htm>, 2001.

Trucco, V.: “El sueño argentino”, en *Clarín Rural*, <http://www.clarin.com/suplementos/rural/2001/09/01/r-00801.htm>, 2001.

Ballesteros Ledesma, P. (2003) “El polémico rey de la soja”, Revista *Fortune*, 15 de setiembre, s/r.

Fecha de recibido: 17 de agosto de 2012.

Fecha de aceptado: 1 de marzo de 2013.

Fecha de publicado: 4 de junio de 2013.