

Los agronegocios aterrizan en la escuela: análisis de las estrategias educativas de AAPRESID y AACREA

María Dolores Liaudat

Becaria del CONICET y del
Centro de Investigaciones de Estudios sobre
Economía y Sociedad en la Argentina Contemporánea,
Universidad Nacional de Quilmes

Resumen

Este artículo aborda la entrada de los agronegocios en el sistema educativo, específicamente en las escuelas de nivel primario y secundario de nuestro país. El acercamiento a esta problemática se realiza a partir del estudio de las estrategias educativas de dos de las entidades que representan a los protagonistas de este modelo de desarrollo agropecuario: AAPRESID y AACREA. Por un lado, se analiza, el diseño organizacional de sus programas educativos (EduCREA y Aula AAPRESID); y, por otro lado, los discursos que divulgan en estas iniciativas. Desde una perspectiva teórico-metodológica que articula los aportes de Antonio Gramsci y del Análisis Crítico del Discurso, se toma como corpus de estudio la revista y el manual *Por el Campo* difundido por AACREA en los establecimientos educativos, y el material con que realizan Aula AAPRESID en las escuelas. A partir de este análisis, se avanza en la comprensión de las lógicas de construcción de hegemonía de los agronegocios hacia el interior del sector agropecuario y hacia el conjunto de la sociedad.

Summary

This paper focuses on the entry of agribusiness into the educational system, specifically in primary and secondary schools in Argentina. The approach to this problem is made from the study of the educational strategies of two of the entities that represent the protagonists of this agricultural development model: AAPRESID and AACREA. On the one hand, we analyze the organizational design of its educational programs (EduCREA and Aula APRESID), and, on the other, the discourses they spread within these initiatives. From a theoretical-methodological perspective that articulates the Antonio Gramsci's contributions and the Critical Discourse Analysis, we take as study corpus the magazine and manual titled “Por el Campo” distributed by AACREA in educational establishments, and the material used by Aula APRESID in schools. From this analysis, progress is made in the understanding of the agribusiness logics for building hegemony towards the interior of the agricultural sector and towards the whole of society.

Introducción

En las últimas décadas asistimos a importantes cambios en el modelo de producción agropecuario en nuestro país con el avance de los agronegocios¹. Para comprender la rapidez con que se han desarrollado estas transformaciones, es necesario indagar en los mecanismos de difusión de una nueva manera de concebir la tierra, las relaciones laborales y las tecnologías. La educación asume un rol clave para transformar las representaciones que los sujetos tienen sobre la actividad que realizan; y las grandes empresas del sector han tomado nota de esta cuestión otorgándole un papel muy importante al desarrollo de programas educativos.

Desde el ámbito académico se ha abordado la difusión de las ideas de los agronegocios principalmente a través del estudio de los núcleos discursivos de este paradigma en diferentes soportes como la prensa escrita o las publicidades (Carniglia, 2009; Biancardi, 2014; Toledo López, 2016). Sin embargo, existen pocas investigaciones que aborden las estrategias educativas para la enseñanza de esta concepción del mundo. El único abordaje específico podemos encontrarlo en Taraborrelli (2012) quien analiza la expansión desde mediados de los '90 de un sistema de posgrados en agronegocios donde se trabajan ideas como la flexibilidad, la innovación y emprendedurismo. Otras autoras han abordado secundariamente el papel de la educación dentro de estudios más generales sobre las transformaciones en el modelo agropecuario (Hendel, 2011; Córdoba, 2015; Gras y Hernández, 2016).

A pesar de estos aportes valiosos, aun no existen estudios más sistemáticos sobre la entrada de los agronegocios en el sistema escolar y menos aún investigaciones que analicen los

¹ Según los fundadores de este paradigma, John Davis y Ray Goldberg (Universidad de Harvard), los agronegocios constituyen una modelo de producción que plantea la integración vertical y horizontal de la agricultura y la industria. Conciben a la agricultura como una cadena de valor, con múltiples eslabones donde se desarrollan operaciones económicas, centrados en la satisfacción de la demanda.

discursos que se pregonan en estas estrategias pedagógicas. En este artículo, abordamos la irrupción de los agronegocios en la escuela, a partir del estudio de las estrategias educativas de dos de las entidades que representan a los “ganadores” de este modelo: AAPRESID y AACREA. Analizamos, por un lado, el diseño organizacional de sus programas educativos (EduCREA y Aula AAPRESID); y, por otro lado, los discursos que divulgan en estas iniciativas. Desde una perspectiva teórico-metodológica que articula los aportes de Antonio Gramsci y del Análisis Crítico del Discurso, tomamos como corpus de estudio la revista y el manual *Por el Campo* difundido por AACREA en los establecimientos educativos, y el material con que realizan Aula AAPRESID en las escuelas. A partir de este análisis, buscamos comprender las maneras de construcción de hegemonía de los agronegocios a través de las estrategias educativas y discursivas.

Perspectiva teórico-metodológica

En este estudio partimos de la concepción gramsciana de hegemonía como el conjunto de prácticas políticas y culturales desarrolladas por una clase fundamental, a través de las cuales logra la dirección de otros grupos sociales y construyen un bloque histórico que se mantiene unido en torno a su concepción del mundo (Portantiero, 1987). Para imponer esta hegemonía, no basta la coerción de los aparatos represivos del Estado, sino que es preciso lograr el consentimiento de las clases subalternas a través de las organizaciones culturales que actúan en la sociedad civil. Entre estas, la escuela y el sistema educativo en general, juegan un papel central ya que tienen una gran capacidad de influir sobre las representaciones y los discursos que asumen las clases subalternas y auxiliares, es decir sobre el sentido común. El conflicto de clases se convierte en el conflicto visible de otro tipo de conflicto más profundo, el de la

confrontación entre las construcciones intelectuales y valorativas de la realidad, que son siempre las que guían las conductas.

Si bien no existe en la obra de Gramsci un estudio sistemático sobre la educación y la escuela, es posible rastrear dos sentidos principales. Por un lado, *el carácter político* de la misma ya que la tarea educativa tiene que ver con la construcción, apropiación y distribución del poder, al mismo tiempo que “toda relación de hegemonía es necesariamente un rapport pedagógico” porque la clase burguesa debe educarse y educar (Gramsci, 2014). La función del Estado es crear y reproducir un tipo de civilización y de ciudadano a su medida, adecuando las acciones y los valores de las masas a las necesidades del aparato económico a través de la *formación de mano de obra* y de *conformidad social* con el modelo de desarrollo. Pero la relación hegemónica no es estática, existe una permanente lucha por disputar la dirección de la sociedad. En el marco de esta lucha el aparato educativo es un terreno central de la disputa entre fracciones de la misma clase y/o entre proyectos de clases estructuralmente antagónicas.

Por otro lado, la concepción de la *escuela como instrumento de preparación de intelectuales de diferentes categorías*. En la obra de Gramsci los intelectuales son los que cimientan la unidad entre estructura y superestructura mediante la elaboración y difusión de una determinada ideología. Esta unidad la construyen a través de estrategias pedagógicas, comunicacionales y organizativas. La formación de los intelectuales orgánicos de las clases dominantes tiene como espacio central al aparato educativo, especialmente en el nivel de grado y posgrado. Gramsci plantea que la división de la sociedad en clases, se expresa en la

división del sistema escolar², desarrollándose trayectos educativos para formar intelectuales de diferentes niveles: organizadores, administrativos y por último, mano de obra calificada.

Los dos programas educativos que analizaremos a continuación serán concebidos en función de estos dos sentidos: 1) la formación de la fuerza de trabajo y la construcción de consenso social respecto a los agronegocios; y 2) la formación de los intelectuales orgánicos a este modelo de desarrollo agropecuario.

Una de las principales perspectivas de análisis del discurso que articula con la teoría gramsciana, es el Análisis crítico del discurso. Desde esta visión intentaremos rastrear la construcción de un discurso ideológico con intención hegemónica sobre los agronegocios en los materiales que AAPRESID y AACREA difunden en el aula. A partir de la identificación de los núcleos conceptuales que comparten, examinaremos dos planos: 1) las estrategias discursivas que plantea Wodak (2003): referencia (categorización de la pertenencia, metáforas, metonimias), predicación (atribuciones de rasgos positivos o negativos), perspectiva (expresión de la implicación) y argumentación (justificación de los atributos positivos o negativos, utilización de *topoi* y presupuestos); y 2) siguiendo a Fairclough (2001) analizaremos el uso de la interdiscursividad (introducción de un género en otro) y de la intertextualidad. En relación a esta última, la estudiaremos en dos movimientos con pretensión hegemónica. Por un lado, en las características dialógicas o monológicas del discurso; y por el otro, la relación entre lo universal y lo particular. En cuanto a la primera, los discursos con vocación hegemónica, son los que presentan dialogicidad, es decir los que incorporan otras voces y las reubican en una determinada cadena equivalencias. En cuanto a la segunda, la relación hegemónica puede ser vista como la búsqueda de presentar mediante el discurso una visión particular del mundo como si fuera una visión general (Balsa, 2011).

²Gramsci plantea: “(...) cada grupo social tiene un tipo de escuela propio destinado a perpetuar en estos estratos una determinada función tradicional, dirigente o instrumental” (1986: 379).

Los agronegocios aterrizan en la escuela: construyendo hegemonía desde el aula

La devaluación del año 2002 y el aumento de los precios internacionales de nuestros *comoditties* de exportación significaron un crecimiento económico muy importante para el sector agropecuario, al mismo tiempo que gran parte de la población argentina se encontraba bajo la línea de la pobreza. Mientras el hambre alcanzaba niveles récord, millones de hectáreas fueron volcadas a la producción de soja para la exportación, lo que provocó un cierto cuestionamiento social a los productores agropecuarios. Como respuesta, las principales empresas y entidades del sector (liderados por AAPRESID) lanzaron en el 2002 una serie de iniciativas, entre la que se destaca la campaña “Soja Solidaria”, que consistió en la donación de porotos de soja transgénica a comedores, hospitales, geriátricos y escuelas de barrios humildes. A medida que la frontera agrícola siguió avanzando de la mano de un paquete tecnológico (soja RR y glifosato) controlado por las multinacionales, emergieron críticas sociales y ambientales a este modelo de producción. Entre ellos cabe destacar el rol de las Madres de Ituzaingó y la campaña Paren de Fumigar –denunciando los efectos cancerígenos del uso excesivo de glifosato- y las acciones del Movimiento Nacional Campesino Indígena contra los desalojos perpetrados por empresarios sojeros. Frente a los crecientes cuestionamientos, las multinacionales y principales empresas del sector multiplicaron las iniciativas de intervención social para legitimar el modelo de los agronegocios y su actividad como empresarios, otorgándole un papel central a las estrategias educativas³. Pero quienes han desarrollado una política más sistemática de disputa al interior de las escuelas son AAPRESID y AACREA, dos entidades de perfil técnico que han ganado

³ Entre algunos de los principales programas desarrollados en las escuelas por las empresas del sector podemos nombrar: los programas “Nuestro Campo” (2007), “Cooperación Académica”(2006) “P.A.M.P.A” (2012) de Monsanto; “Potenciar Comunidades” de la empresa Los Grobo (2004); “Una escuela diversas miradas” (2006) de CRESUD; y “Cultivando Solidaridad” (2002) de Syngenta, entre otros.

en representatividad en los últimos años, a la par de las transformaciones en la estructura agraria y por su lugar de vanguardia en la divulgación de las tecnologías agropecuarias⁴.

Estas entidades representan actualmente a gran parte de los “ganadores” del modelo. Están compuestas tanto por grandes y medianas empresas agropecuarias que hace décadas actúan en el sector y se han adaptado a la nueva era profesionalizado su perfil, como por nuevos actores que invierten en el agro a la luz de las transformaciones de los agronegocios⁵. Sin embargo, es necesario remarcar algunas diferencias tanto en la composición de clase de ambas como en el modelo de intervención. Mientras AACREA está anclada principalmente en empresas familiares, y contempla tanto la actividad agrícola como ganadera, la composición de AAPRESID está asentada fundamentalmente en la producción agrícola -por la actividad que promueve inicialmente: la siembra directa- e incluye con más fuerza a empresas de formación reciente y a nuevos actores formados con capitales externos al sector agrario como los pools de siembra y las empresas multinacionales. En relación al funcionamiento, AACREA tiene como principal ámbito de intervención a las comunidades locales debido a la presencia territorial de los grupos que la conforman la entidad y de las empresas familiares; en tanto que AAPRESID propone un modelo empresarial que articula actores locales y globales y que tiene como interlocutor al conjunto de la sociedad poniendo en juego la función ideológica de la ciencia y la técnica (Gras y Hernández, 2016).

Ambas entidades le otorgan un lugar central a la batalla de ideas. En otro trabajo hemos observado cómo confluyen discursivamente en torno a cinco núcleos conceptuales que difunden en sus publicaciones y congresos: 1) una visión sobre la sociedad, el individuo y la tecnología vinculadas a los conceptos de sociedad del conocimiento, paradigma tecnológico y

⁴Para conocer más sobre las trayectorias de ambas entidades recomendamos leer Liaudat (2015a).

⁵ En los últimos años con la expansión de la frontera agraria, como así también de la referencia ganada por las entidades, estas han heterogeneizado su perfil social. Sin embargo, la dirección de las organizaciones sigue en mano de grandes empresarios.

empowerment; 2) la justificación moral de la actividad agropecuaria a partir de la insistencia en el problema del hambre en el mundo; 3) la concepción de la naturaleza como capital y la defensa del “desarrollo sustentable” como mecanismo de legitimación; 4) una mirada sobre la relación estado-empresa-sociedad civil vinculada a los conceptos de empresarios innovadores, desarrollo local y responsabilidad social empresarial; y 5) un modelo de desarrollo de la nación vinculado a una perspectiva histórica de tinte liberal, de largo aliento en nuestro país (Liaudat, 2015b).

EduCREA: promover la transformación del sistema educativo desde adentro.

Tras el congreso nacional de la AACREA de 2001, diversos grupos regionales presentaron la preocupación por realizar acciones ante la crisis social que vivía Argentina. Es así que comenzaron a participar de algunas instancias multisectoriales -como la Mesa de Dialogo constituida por iniciativa de la Iglesia Católica- y conformaron a su vez una comisión de solidaridad en AACREA. Estas iniciativas fueron enmarcadas bajo el concepto “responsabilidad social empresarial”. Con este término se refieren a una serie de acciones que realizan las empresas para atender a las consecuencias sociales, ambientales y económicas producto de su actividad, además de suponer cierto compromiso con el entorno local. A esta idea le subyace un intento de autoregulación que busca desplazar el rol del Estado apareciendo las empresas como agentes morales (Cafiero, 2011:6).

Recién fue en el 2004 cuando se materializó al interior de la organización esta apuesta de integración en la comunidad. El lema del congreso de ese año resumió la apuesta “Somos parte de una Argentina posible”. El mayor involucramiento social y político de la organización se visibilizó en la presencia de cientos de representantes de partidos políticos y ONGs. Pero el principal salto que se generó en este congreso fue el lanzamiento del proyecto

EduCREA, asumiendo un compromiso que ya muchos de sus miembros habían adoptado participando de actividades educativas en sus comunidades locales⁶. Los objetivos de este programa son: “Contribuir a la mejora de la calidad educativa de las comunidades con las que se vinculan los Grupos CREA, para construir entre todos una Argentina posible”; aportar “metodología, estrategias y conocimientos para mejorar la calidad educativa, promoviendo el desarrollo integral de las personas”; y articular “con instituciones públicas y privadas, contribuyendo en la generación de capital social en la comunidad”.

EduCREA consta de muchas líneas de trabajo entre las que podemos enumerar: el padrinazgo de escuelas (vinculo establecido entre los grupos CREA y escuelas de la comunidad); las practicas profesionalizantes (sistemas de pasantías de alumnos de escuelas agrarias en empresas CREA); los grupos CREA Escuelas (reuniones mensuales de representantes del sistema educativo para evaluar y planificar acciones); el desarrollo de una escuela de emprendedores (escuela no-formal impulsada por Los Grobo, miembro de AACREA); las “Justas del saber agropecuario” (encuentro para alumnos donde cada equipo de trabaja con metodología CREA a partir de la resolución de un caso de gestión de una empresa agropecuaria); los encuentros de escuelas primarias (espacio de intercambio y socialización entre las escuelas a fin de romper con el aislamiento y promover valores); las capacitaciones docentes y de directivos; los congresos de educación (evento organizado por escuelas de las comunidades, asociaciones y ONGs, con apoyo de empresas privadas) y diversas acciones vinculadas a la difusión de contenidos educativos sobre el agro.

Entre todas estas acciones, tomamos para analizar con mayor profundidad el padrinazgo de escuela por ser el programa más integral y el que más incidencia tiene sobre la propuesta

⁶Una encuesta realizada en mayo de ese año reveló la existencia de “un evidente interés por la educación entre los miembros del movimiento: Sobre un total de 286 entrevistados, 52 habían estado involucrados en gestiones educativas, entre las cuales se destacaban aperturas de escuelas, subsidios, donaciones, asesoramientos y diversos proyectos” (Clarín, 27/10/11).

pedagógica de las escuelas en las que trabajan. El padrinazgo de escuelas consiste en la firma de un acuerdo por dos años entre un grupo CREA y una escuela de su comunidad, preferentemente agrotécnica⁷. Se establece un régimen de pasantías y experiencias educativas de campo en establecimientos de los miembros del grupo CREA. Dentro de estos establecimientos hay un tutor encargado del seguimiento y evaluación del pasante. El/los directivo/s de la escuela y el miembro del grupo CREA a cargo del funcionamiento del programa, se reúnen para evaluar la repercusión del mismo y para identificar falencias o ajustes a realizar. Entre los actores implicados, además de los grupos CREA y las escuelas, se encuentra el Ministerio de Educación. En el XVII Congreso nacional de AACREA (2004) este firmó un convenio, por el cual se comprometía a informar a las autoridades jurisdiccionales del programa de padrinazgo y a complementar los aportes del grupo CREA. Este apoyo abierto del Ministerio al programa de AACREA visibiliza como una iniciativa supuestamente privada constituye en realidad una “función estatal” en el sentido gramsciano de un Estado integral, resultado de la interacción entre lo privado y lo público. Es decir, que cumple la tarea estatal de elevar a las masas en función de los intereses de las clases dominantes. A su vez, hacia el conjunto de la sociedad el apoyo del Estado permite realizar una operación metonímica propia de la construcción de hegemonía donde una parte se presenta como totalidad, es decir donde los intereses de los grupos a los que representa la entidad se presentan como beneficiosos para el conjunto de la sociedad. En este caso, los objetivos del programa son:

1. Fomentar la educación a través de pasantías individuales en establecimientos de integrantes del grupo CREA y desarrollar experiencias colectivas de investigación.

⁷Hoy existen más de 170 escuelas apadrinadas en una decena de provincias.

Estas pasantías se amparan en el decreto 340/92 firmado en 1992 en el marco de la transformación educativa neoliberal, que reforzó la vinculación de la educación pública con el sector empresarial. A través de las mismas, conquistan diferentes objetivos: difundir una forma de producción, de organización de la empresa agropecuaria y de incorporación de las tecnologías de punta; legitimar el modelo y entusiasmar a las nuevas generaciones; y capacitar concretamente mano de obra, formar “obreros-maquina” en términos de Gramsci que luego puedan ser incorporados en las empresas CREA.

2. Ayudar económicamente a las escuelas.

Esta ayuda se realiza a través de donaciones de equipamiento técnico en desuso y la compra voluntaria de cupones de padrinazgo por parte de los miembros del grupo CREA y/o de sus allegados (empleados, proveedores, amigos, etc.). De esta manera, al mismo tiempo que construyen una imagen de los empresarios agropecuarios preocupados por el bienestar de las comunidades donde están insertos, expresan que la única ética posible es el mercado. Desarrollan una forma de “filantropocapitalismo”⁸ sosteniendo como la única estrategia capaz de enmendar los desequilibrios y las injusticias que provoca el capitalismo la inversión social de los ricos. Mediante estas acciones legitiman el accionar de las empresas agropecuarias en la esfera local, y generan un marco cognitivo y discursivo que lleva a los destinatarios de estas donaciones a vincular a los grandes empresarios con la labor caritativa a gran escala. En definitiva, crean la concepción de que estos actores generan igualdad a largo plazo, y no desigualdad.

3. Promover el desarrollo personal a través de la formación de liderazgo para directivos y capacitaciones docentes en las escuelas apadrinadas.

⁸El término filantropocapitalismo fue acuñado por Matthew Bishop, editor de *The Economist* en su libro *Filantropocapitalismo: Cómo los ricos pueden salvar el mundo*.

Realizan capacitaciones docentes en diversas temáticas (educación en valores, incorporación de tecnologías en el aula, métodos pedagógicos) con organizaciones especializadas, y talleres para equipos directivos en lo que hace a la gestión de instituciones educativas. A través de estas capacitaciones, conquistan al menos tres objetivos. En primer lugar, formar intelectuales que sean capaces de transmitir una concepción general de la sociedad, y del modelo agropecuario, en particular; que lo enriquezcan y difundan como propio. Gramsci, rescata en diversos pasajes de su obra, el papel activo del maestro como dirigente intelectual, realizando el nexo entre la instrucción y la educación. En segundo lugar, pretenden demostrar que el método CREA -basado en compartir conocimientos y experiencias en aspectos técnicos en el campo- también puede ser exitoso en el plano social. Subyace una mirada sobre el conocimiento que supone dos niveles: formación de competencias para conducir cualquier empresa -incluso la educativa-; y factor directo de producción en su versión aplicada (Hernández, 2009:56). Por último, dichos programas se llevan adelante junto a ONGs como la Asociación Civil Educere y Fundación Compromiso que son financiadas por las multinacionales y megaempresas del sector y de otras ramas de la economía. A partir de la articulación con estas organizaciones y las empresas que las financian construyen redes con el objetivo de crear valor. De esta manera, trasladan al ámbito educativo una forma de trabajo que es crucial para el sector agropecuario en la actualidad: la constitución de redes (Córdoba, 2015)⁹.

Además de estas iniciativas, AACREA “apunta a que por medio de los contenidos curriculares se fomente la concientización de nuestras ventajas competitivas como país”

⁹ Córdoba plantea que si durante la primera década de la transformación del modelo de producción agropecuaria, la red se consolida como espacio de intercambio entre actores económicos sector, en un segundo momento, que abarca la última década, la red se extiende más allá de las fronteras del sector, tejiendo alianzas con distintos actores sociales y conformando flujos de conocimiento y prácticas hacia los territorios en las que estos se insertan (2015:34).

intentando generar influencia en la modificación de los planes de estudio en diferentes niveles educativos y en las estrategias de investigación. En abril de 2009 el Programa EduCreadio un salto en la intervención en este sentido al comenzar a elaborar la sección *Por el Campo* en la revista *Intercole* dirigida a chicos en edad escolar y sus familias. Esta revista pertenece a una productora de contenidos educativos, culturales y de interés general que trabaja con importantes empresas del país (CRESUD, Ledesma, miembros CASAFE) en el marco de las políticas de desarrollo sustentable y responsabilidad social de las mismas. La iniciativa de crear este material, la fundamentan a partir de una preocupación por zanjar la brecha que consideran que existe entre el campo y la ciudad. En este sentido, lo que finalmente los habría impulsado, fue el trabajo realizado por la consultora *Nuevos Vientos* (2007), la cual a partir de un relevamiento de los contenidos curriculares de las escuelas llegó a la conclusión que existe un gran desconocimiento e información errónea sobre el sector¹⁰. Es así que el principal objetivo de *Por el Campo* es hacer llegar a los niños y adolescentes otra información sobre el agro argentino, contando con los aportes de otras instituciones, entre ellas el INTA¹¹. Esta institución estatal le aporta legitimidad al material educativo, el cual de esta manera no se presenta meramente como la mirada particular de un sector del empresariado. En el 2012 esta estrategia se fortalece con la publicación del *Manual Por el Campo*, resultado de la compilación de diez capítulos de la sección y que cuenta con el agregado de dos actividades pedagógicas por tema.

Aula AAPRESID, en-red-ando la educación

¹⁰Sostienen, por ejemplo, que sólo el 0,7 por ciento en las EGB y el 1,4 por ciento en el Polimodal hablan de la agroindustria (*El campo ausente*, Nuevos Vientos, 2007).

¹¹Es importante destacar que el rol de esta institución se reestructuró desde la última dictadura militar en función de un enfoque productivista, alineado con los objetivos de modernización de la agricultura (Gargano, 2011).

AAPRESID nació en 1989 con el objetivo de difundir una nueva técnica de producción agrícola: la siembra directa. En el transcurso de los años, sin abandonar la promoción de la misma, ha adquirido mayor integralidad promoviendo primero un modelo de actividad agropecuaria, y hoy avanzando a la construcción de un modelo de país. Desde fines de los años ‘90 difundieron de manera sistemática y bajo el manto de la legitimidad de la ciencia una serie de contenidos sobre los agronegocios en el ámbito académico, específicamente en las carreras de agronomía y en los cursos de posgrados y maestrías dictados en universidades públicas y privadas (Gras y Hernández, 2016). Entre ellos podemos destacar el “Curso de Posgrado en agronegocios y administración de empresas” (llevado a cabo en Rosario en articulación con la Bolsa de Comercio y la Fundación Libertad) y el convenio firmado en el 2009 con la Facultad de Agronomía de la Universidad de Buenos Aires para organizar pasantías en campos de productores, prácticas pre profesionales para los alumnos y egresados de la facultad y la organización de eventos científicos y publicaciones técnicas de manera conjunta.

El fundamento de estos posgrados y eventos científicos es la Nueva Economía y Negocios Agroalimentarios (NENA), construcción teórica desarrollada por uno de los principales intelectuales orgánicos de los agronegocios a nivel local: Héctor Ordóñez (Liaudat, 2017). La NENA plantea al sistema agroalimentario como un nexo de contratos que conforman un sistema de agregación de valor orientado por la demanda del consumidor. En su adaptación a nivel local, propone la creación de denominaciones de origen que consiste en desarrollar no solo producción de *commodities* (productos sin mayor valor agregado: cereales, oleaginosas, carnes rojas) sino también de *specialities* (productos diferenciados, de identidad propia frente al cliente, de alto valor agregado). Esta elaboración teórica, que sostiene como inviables formas de producción alternativas, se pone en función de la formación de mano de obra

calificada para las grandes empresas del sector. En este sentido aportan a la construcción, en términos de Balsa (2017) de “subjetividades subordinadas”, es decir de actores que en lugar de priorizar un emprendimiento propio, elijen poner sus recursos (en este caso cognitivos) en función de la valorización del capital de otros.

En el año 2008 a partir del “conflicto del campo” los congresos nacionales de la entidad han fortalecido ese perfil más político, y la intervención de AAPRESID ha profundizado la apuesta por el sentido común de la sociedad mediante iniciativas educativas y comunicacionales. En este marco, en el año 2010 nace Aula AAPRESID, fundada por uno de sus socios Miguel Ángel Álvarez, en el 9º Encuentro Anual de Regionales. Este programa surge por la preocupación de la mirada que existe sobre el sector agropecuario en el país, por esto el principal interlocutor es el conjunto de la sociedad, buscando intervenir en el sentido común sobre el rol del campo y las características de quienes lo protagonizan. Con este objetivo, el territorio de intervención es el ámbito educativo, específicamente las escuelas de educación primaria y secundaria, terreno por el que pasan todos los sectores sociales y donde los niños y jóvenes internalizan determinadas concepciones del mundo como verdades científicas.

Con las Aulas AAPRESID difunden el impacto que tienen la producción agropecuaria y la biotecnología sobre el medio ambiente, la economía y la sociedad, disputando la visión sobre las realidad con otras concepciones sobre el mundo agropecuario a las cuales acusan de meros rumores, o de ser tendenciosas, ideológicas o políticas. En la página institucional de la entidad sostienen:

Aula AAPRESID se dedica (...) a la difusión de un modelo de producción que incluye biotecnología, siembra directa y buenas prácticas agrícolas. Y no estamos solos: en otras latitudes del mundo también se llevan a cabo acciones lúdicas y prácticas, acercando a la

comunidad, especialmente a los niños, la información correcta sobre qué se hace en agricultura y ganadería sustentable. El poder del conocimiento es más fuerte que cualquier rumor.

A través de esta iniciativa pretenden realizar una operación de desmitificación, por medio de la cual se ubica al resto de las discursividades en disputa como por fuera del ámbito del conocimiento “objetivo” y “verdadero” es decir, del “conocimiento científico” (Hendel, 2011:174). La entidad plantea que la visión de los alumnos esta distorsionada, y esto se debe a una falta de conocimiento sobre la agroindustria, que se expresa por ejemplo en los manuales educativos que tendrían definiciones erradas sobre la actividad. En relación a este plano, AAPRESID protagonizó una lucha férrea contra el manual “Educación Ambiental. Ideas y propuestas para docentes”, realizado en 2011 por el Ministerio Nacional de Educación y la Secretaría de Medio Ambiente. A partir del lobby realizado por esta entidad y por las corporaciones mineras con la Cámara Argentina de Publicaciones y diferentes gobernadores y ministros, lograron frenar la distribución de 350 mil ejemplares que ya se encontraban impresos. María Beatriz Giraudo (presidenta honoraria de AAPRESID) justifica esta intervención de la entidad, planteando que se iba a distribuir un material:“(…) donde la embestida contra el campo era aún más importante o el nivel de error acerca de cómo abordar la temática se profundizaba”. A su vez, en la misma entrevista sostiene: como veíamos que el tiempo pasaba y realmente no teníamos soluciones (...) lo que hicimos es instalar el proyecto Aula AAPRESID como la forma rápida de llegar a las escuelas y poder contar (...) lo que hacemos en la actividad agropecuaria”(2014).

La ejecución de los encuentros está a cargo de los Grupos Regionales Aapresid y actualmente se realizan alrededor de 150 aulas por año¹². La metodología consiste en la realización de charlas o talleres en base a un material -elaborado de manera centralizada por la entidad- que se pone a disposición de los grupos regionales para utilizar como presentación básica que podrá ser levemente modificada según los auditorios. La estrategia pedagógica para presentar estas ideas se ha ido perfeccionando con el tiempo. Así lo plantea uno de los socios en una nota publicada en la página de la entidad:

En las primeras Aulas AAPRESID era toda información (...) después de un tiempo nos dimos cuenta que debíamos involucrarnos con el mensaje y pasamos a contar ‘soy un productor agropecuario, vivo en el pueblo al lado tuyo. Durante el día voy al campo, trabajo ahí, estoy mucho más expuesto que vos’; empecé a mostrarles fotos con mi sobrino en el lote, cuando vamos a monitorear insectos, tratando de mostrar el costado humano (...).

En estas palabras, podemos observar que para disputar la *verdad* sobre el modelo agropecuario, no basta con aportar datos, sino que introducen otros recursos como la utilización de ejemplos de la vida cotidiana y la interpelación emotiva.

En esta búsqueda por profesionalizar las actividades frente al aula, se realizó este año el primer “Encuentro aulero”. El objetivo del mismo fue transformar a los socios de AAPRESID que realizan esta iniciativa en cuadros comunicadores que puedan difundir la concepción del mundo de la entidad en las escuelas¹³. Con este fin se realizaron talleres sobre creatividad y formas de comunicar sencillo (cómo contar historias de manera efectiva, cómo pensar conceptualmente); los objetivos programáticos de AAPRESID; el rol de los productores en los medios de comunicación y *storytelling* (speech, la oratoria y las estrategias

¹²Hasta el momento se han visitado más de 250 escuelas, en más de 80 localidades, más de 350 charlas destinadas a alrededor de 12500 asistentes.

¹³Algunos datos que dan cuenta del perfil de los *auleros* son: el 16% son mujeres, el 50% tiene menos de 40 años y el 84% son ingenieros agrónomos (www.aapresid.org.ar)

de comunicación). A través de estas instancias de formación buscaron formar diferentes tipos de intelectuales que denominan de la siguiente manera: “auleros técnicos” (que se especializan en el desarrollo de la base científica), “auleros emocionales” (que se capacitan para realizar presentaciones que generen impacto); “auleros persuasivos” (que trabajen para construir mensajes bien argumentados y empáticos) y “auleros creativos-experimentales” (que adapten nuevos formatos y aggiornen la actividad a los desafíos actuales). Es interesante el lugar que le otorgan al desarrollo de capacidades emotivas y carismáticas, siguiendo a Gramsci, no hay posibilidad de construcción de hegemonía “sin esta pasión, sin esta vinculación sentimental entre el intelectual y el pueblo-nación”. El objetivo del encuentro fue convertir a estos productores en “intelectuales condesados” (Gramsci, 2014:487) al constituirse en representantes ante la sociedad de una actividad económica de la cual son protagonistas. Cumplen dos tareas propias del intelectual orgánico (Liaudat, 2017): por un lado, la reproducción de la mirada sobre el agro de AAPRESID y su traducción a los diferentes escenarios donde llevan a cabo la actividad; y por otro lado, se constituyen en mediadores entre la clase social de la que forman parte y el resto de la sociedad.

En el 2016, en el marco del trabajo en red que pregonaba, Aula AAPRESID se sumó al programa del Ministerio de Agroindustria denominada ESCUELAGRO¹⁴ que promueve el vínculo entre las escuelas agrarias y los empresarios de la agroindustria. Se realizan microtalleres de diferentes temáticas que tienen que ver con lo que el actual gobierno nacional considera como las políticas de largo plazo para la agroindustria: biotecnología; alimentos; lechería; sustentabilidad; Buenas Prácticas Agrícolas (BPA); Buenas Prácticas de

¹⁴A partir del cambio de gobierno nacional en diciembre de 2015 se produjo un fuerte desembarco de los agronegocios en el Estado. Representantes del sector empresarial se hicieron cargo de las principales carteras del Ministerio de Agroindustria. En este marco, en febrero del 2016 asumió en la Dirección de Escuelas Secundarias, Agrarias y Rurales Victoria Zorraquín fundadora Educere (ONG financiada por empresas como El Tejar, Nidera, Monsanto y por AACREA). En abril de 2016, Zorraquín creó el programa ESCUELAGRO destinado principalmente a fortalecer el vínculo entre la educación y la agroindustria.

Manejo; mejora en la gestión agroindustrial. La participación de Aula AAPRESID en estos talleres, y la incorporación de sus materiales como bibliografía oficial de los encuentros, ha permitido amplificar la llegada de la entidad en las escuelas.

Análisis de los discursos difundidos en el aula: *Por el Campo* y el material institucional de AULA AAPRESID.

Los materiales que vamos a analizar, corresponden a tres géneros diferentes: la revista infantil, el manual escolar y el *powerpoint*. La revista *Intercolee*s de frecuencia mensual y tiene una tirada de 30 mil ejemplares. Se distribuye mensualmente, y en forma gratuita, en más de 220 colegios y escuelas de todo el país. La entregan los propios docentes en mano a cada alumno dentro de las aulas, gracias a un acuerdo personalizado entre la dirección y los padres o las cooperadoras de cada colegio. La sección *Por el Campo* se basa en la historia de un personaje ficticio, el “gauchito Tecno”, quien en cada número nos enseña la “realidad” del campo. El manual, por su parte, está compuesto de 10 capítulos de la sección *Por el Campo* más dos actividades pedagógicas por tema, una para alumnos de nivel primario y la otra para los de nivel secundario. Con la transformación de los artículos de la revista en un manual escolar, AACREA se apropia de un conjunto de estrategias de construcción de hegemonía que sostienen este tipo de producción de discurso pedagógico. Siguiendo a Orlandi (2003), este tipo de producción discursiva estanca la reversibilidad entre los interlocutores y la polisemia se encuentra contenida ya que el “agente del discurso” se presenta como único y oculta el referente por el decir (mediante definiciones rígidas, uso del verbo ser, conclusiones exclusivas). A través de estos mecanismos logran producir el efecto de objetividad y la “función tranquilizante” en tanto que se anulan las vacilaciones y ocultan la manifestación de la subjetividad.

Por su parte, Aula AAPRESID opta por el formato *powerpoint* para desarrollar el programa en todo el país. Se trata de una aplicación adecuada para exponer información de forma visual y agradable para captar la atención del interlocutor. Su uso comporta una serie de ventajas en dos sentidos. Por un lado, en la relación pedagógica ya que atraen la atención, ayudan al seguimiento del discurso oral, proyectan y potencian los puntos claves del discurso. Por otro lado, para la metodología de Aula AAPRESID ya que los *powerpoint* funcionan como soporte básico de elaboración sencilla y abierta a posibles modificaciones y profundizaciones en función de las realidades de las diferentes escuelas y regiones donde se realiza la propuesta. En este caso, trabajaremos con el *powerpoint* elaborado de manera centralizada por la entidad, y otro de carácter regional (grupo Lincoln) que fue completado por sus socios. Los materiales de ambas entidades tienen características multimodales (Kress y Van Leeuwen, 2001), están compuestos por textos cortos y le otorgan una gran importancia a las imágenes gráficas para la construcción de significaciones. Mientras la revista y el manual están realizados en base a la ilustración, el *powerpoint* recurre a las fotografías, los gráficos de barra y los mapas como forma de reforzar la veracidad de sus enunciados. Realizando una mirada comparada de estos materiales, observamos que *Por el Campo* presenta un abordaje integral de la actividad agropecuaria (incluyendo la ganadería ovina y vacuna, la producción fruti-hortícola, entre otros), mientras que el *powerpoint* de Aula AAPRESID está centrado en la actividad agrícola. Sin embargo, más allá de sus diferencias de contenidos, identificamos la presencia en común de tres de los cinco núcleos conceptuales que sostienen de manera institucional AAPRESID y AACREA adaptados en función del público al que están destinados. Estos son: 1) la existencia unproblema: el hambre en el mundo 2) una solución: más tecnologías 3) una estrategia de legitimación: el desarrollo sustentable.

Un problema: el hambre en el mundo

Uno de los tópicos principales que ordena ambos textos es la identificación de un problema central en el mundo: el hambre, y su consiguiente justificación a través de una causa que aparece reiteradamente: el impresionante aumento de la población. La construcción del hambre en el mundo como un problema está asociada a la concepción neomalthusiana que revive con fuerza en el mundo agropecuario a partir de la Revolución Verde. Mientras que las soluciones que proponía el propio Malthus en el siglo XVIII se vinculaban a la reducción de la población, desde la Revolución Verde se pensó en incrementar los rendimientos de los cultivos a través del avance científico y tecnológico para satisfacer la demanda de alimentos, cada vez más creciente en el mundo (Liaudat, 2015b). De esta manera aparece en *Por el Campo*:

Cada vez somos más en este planeta (¡dicen que en 2050 habrá casi 3 mil millones de personas más!), por lo cual necesitamos más alimentos y más energía. Pero sólo queda un 5% más de tierra cultivable y algunos recursos, como el agua y el petróleo, serán cada vez más escasos. ¿Cuál es la solución? Producir más y mejores alimentos en la misma cantidad de tierra y a precios accesibles para todos, pero usando responsablemente los recursos naturales y protegiendo el ambiente y la biodiversidad. Porque el gauchito también es responsable de cuidar el medioambiente cuando trabaja. (Nº 85, Julio 2014).

Con la población en aumento, en 2025 una hectárea deberá alimentar a 5 personas. Como en el planeta queda solamente un 5% de tierra cultivable, sólo con ciencia y tecnología podremos responder a estas demandas. (Nº 86, Agosto 2014).

En estos fragmentos de *Por el Campo* podemos observar la elaboración de una serie de operaciones discursivas con intención hegemónica. En primer lugar, en ambos fragmentos se construyen cadenas de equivalencias por las cuales se realiza una vinculación entre diversos significantes que no están debidamente fundamentados. Por ejemplo se encadenan los siguientes significados: “cada vez somos más”= “necesitamos más alimentos”= “hay que producir más”. Mediante este encadenamiento se apela a un lugar común o *topoi* basado en que hay un problema de falta de alimentos evadiendo otras discursividades que sostienen que el problema se centra en la redistribución de los mismos. En el segundo fragmento se elabora una cadena equivalencial que plantea: “las hectáreas deben producir más alimentos” = “quedan pocas hectáreas cultivables”=“solo con más ciencia y tecnología es posible alimentar al mundo”. En el mismo sentido se establece como lugar común la falta de producción para alimentar al mundo, y que esta únicamente es posible a través de la utilización de más tecnología. Es a partir de esta estrategia argumentativa que se busca construir una fundamentación moral de la actividad de los agronegocios, al mismo tiempo que se construye un interés particular (el incremento del uso de tecnologías y avance de la frontera agropecuaria para el aumento de la rentabilidad del empresario) como interés general (la producción agrícola como un aporte a las necesidades de un mundo hambriento).

En segundo lugar, a través del conector adversativo “pero” se establece una concesión al discurso ambientalista, planteando el ideal productivista pero “usando responsablemente los recursos naturales”. De esta manera se lo desarticula de la cadena equivalencia de la ecología política que cuestiona el productivismo eficientista-¹⁵y se lo incorpora en la cadena dominante. Un discurso que pretende construir hegemonía siempre presenta un nivel de

¹⁵El discurso de la ecología política se centra en atacar la inconsistencia de un desarrollo tecnológico basado en los transgénicos, los cuales dependen de la utilización de altas dosis de agroquímicos.

dialogicidad, incorporando demandas de otros sectores sociales, pero transformando parte de su significado.

En tercer lugar, es importante rescatar quiénes aparecen como protagonistas en el texto. La reelaboración de la visión de lo social, que supone la disputa por la definición del modelo de desarrollo agropecuario, supone una re-interpelación de los sujetos. En este caso la responsabilidad de alimentar al mundo se encuentra en la figura abstracta de la naturaleza (“las hectáreas tienen que producir más”) o en la figura del “gauchito Tecno” quien además tiene la responsabilidad de cuidar el ambiente. Es interesante remarcar que en los discursos institucionales de ambas entidades (en los congresos, páginas y revistas) se interpela a los actores agropecuarios como “empresarios innovadores” (invitándolos a abandonar viejas identidades como la del gaucho o el chacarero), sin embargo, en los materiales difundidos en las escuelas no aparecen enunciados de esta forma los protagonistas del sector. Por lo contrario, se realizan dos operaciones hegemónicas. Por un lado, se recupera una figura mítica como la del gaucho, propia de la simbología nacional, asociada a ciertos valores positivos como la solidaridad, la valentía y la austeridad; pero se la articula con un nuevo valor: el afán por la innovación tecnológica. Por otro lado, se invisibilizan los actores protagonistas del sector. Esto podemos observarlo claramente en el *powerpoint* que difunde AAPRESID donde se realiza una despersonalización del sujeto a través de diversos mecanismos lingüísticos:

El rol fundamental y prioritario de la producción agropecuaria es la provisión de alimentos. Para el año 2050, la población mundial aumentará un 50% (de 7.000 millones a 9.500 millones). La agricultura ha podido dar respuesta a este incesante aumento de la demanda. Elevado costo en el plano ambiental (Dilema entre producción vs. Ambiente). (AAPRESID Lincoln, 6).

La humanidad se encuentra hoy en un dilema sin aparente solución entre el fantasma del faltante de alimentos para una demanda creciente en cantidad y calidad, y la destrucción de los recursos naturales para producirlos. (AAPRESID Lincoln, 30).

Identificamos en los modos de nombrar *quién hace qué*, una construcción discursiva que tiene dos efectos ideológicos. En primer lugar, al evitar las marcas de las personas del discurso se pretende construir objetividad, una operación característica del género científico. En segundo lugar, mediante diferentes estrategias lingüísticas se ocultan las desigualdades y las responsabilidades sobre los problemas sociales. A través del uso de la metonimia, reemplazando un sujeto personal por uno impersonal como “la agricultura” se le quita capacidad de agencia a los productores; en la utilización de un colectivo indeterminado como “la humanidad” se encubren las desigualdades de clase o entre naciones; bajo la construcción metafórica del “fantasma” se evita nombrar quien o quienes son los causantes del hambre en el mundo; y mediante la nominalización de la demanda, se oculta quienes estarían pidiendo más alimentos.

A su vez, podemos observar la introducción de marcas valorativas como “fundamental” y “prioritario” -en el marco de filminas que se encuentran repletas de datos- que muestran la implicación de los autores con lo que plantean, y permite imbricar el plano apreciativo de un modo tan intrincado que complica la elaboración del rechazo. En la misma clausula se articula una proposición y una valoración planteando dos de los tres planos que Therborn (1991) distingue en la interpelación ideológica: la definición de lo que existe y lo que es bueno. Al ubicarse estas implicaciones apreciativas dentro de un contexto comunicativo propio del género científico nos hace prever que el enunciado se va a enmarcar dentro del

mismo pero se contrabandea otro (el afectivo), dando lugar a una forma de interdiscursividad (Fairclough, 2001).

Por último, se plantea una estrategia argumentativa (presente también en muchos fragmentos de *Por el Campo*) mediante la construcción de un dilema, producir versus cuidado del ambiente, que no dejaría más alternativa que ser superado con más tecnologías. De esta manera, se sostiene el mismo *topoi* que en los materiales de AACREA (falta producción para alimentar al mundo), problema que únicamente podría ser solucionado a través de la utilización de más tecnologías.

Una solución: más tecnologías

Ambos materiales dedican un gran espacio a defender los avances tecnológicos aplicados al sector agropecuario. Especialmente construyen estrategias discursivas para predicar elementos positivos de los transgénicos y los agroquímicos:

Los OGM (organismos genéticamente modificados) nos permiten mejorar la producción de alimentos: al disminuir costos, aumentar la flexibilidad del manejo del cultivo, reducir el uso de insecticidas, limitar el uso de herbicidas de alto impacto en el ambiente, aumentar el rendimiento, mejorar la calidad de los granos producidos. (AAPRESID Lincoln, 152).

La biotecnología también contribuye al cuidado y a la limpieza del medioambiente, produce alimentos más nutritivos y saludables, y genera medicamentos y vacunas nuevas (...) ¿Te diste cuenta? No mencionamos monstruos, científicos despeinados ni calabazas gigantescas. Ellos, los científicos, transforman la ficción en realidad, pero con responsabilidad por las consecuencias que generan sus descubrimientos y siendo conscientes de que no son dueños

de la vida. Son solo actores, como vos, como nosotros, como todos los seres vivos (Manual Por el Campo, 28-29)

En ambos fragmentos podemos observar la atribución a los transgénicos de una gran cantidad de acciones positivas asociadas estrictamente a la actividad agropecuaria (“disminuir costos, aumentar la flexibilidad del manejo de cultivo”) y al bienestar del conjunto de la sociedad (“mejorar la producción de alimentos, contribuir al cuidado del medioambiente”). Teun Van Dijk (1999) estipula que la estrategia básica de todo discurso ideológico es la presentación de nuestros aspectos positivos y la negación/invisibilización de nuestros aspectos negativos. En el mismo sentido en las actividades pedagógicas propuestas en ambos materiales, observamos que las preguntas que realizan a los alumnos establecen beneficios con el uso de los transgénicos, y niegan o ponen en duda la existencia de desventajas. En el manual *Por el Campo* plantean: “¿en qué consiste la biotecnología tradicional?” “¿Cuáles fueron sus avances?” “¿Qué características tienen los productos transgénicos?” “¿Qué beneficios brindan los alimentos transgénicos?” (Manual *Por el Campo*, 31); y en la actividad que proponen en el *powerpoint* de AAPRESID preguntan: “¿Qué ventajas tienen las semillas transgénicas sobre las de origen natural? ¿Hay desventajas? (si las hay indicar cuales: sobre las personas? Sobre los animales? Sobre el ambiente?)” (AAPRESID Lincoln, 150). De esta manera, mediante la figura retórica de la pregunta realizan una aseveración sobre la existencia ventajas en los transgénicos, mientras ponen en duda la existencia de desventajas en los mismos.

En todos estos textos es interesante remarcar quienes son los protagonistas de estos atributos. En lugar de aparecer las empresas proveedoras de la biotecnología como sujeto de la acción, aparecen los transgénicos y los científicos con este rol. En relación a estos últimos, existe una

doble operación. Por un lado, hay una utilización de la ironía (“no mencionamos monstruos, ni científicos despeinados”), que responde indirectamente a las críticas a los transgénicos ridiculizando los argumentos de quienes las esbozan. Fairclough plantea que la ironía es una de las formas más importantes de la intertextualidad manifiesta (1992). Por otro lado, buscan construir en los interlocutores una identificación con los científicos planteando que son “solo actores, como vos, como nosotros, como todos los seres vivos”.

Sin embargo en las disputas hegemónicas el primer combate se libra por la legitimación o deslegitimación, no tanto de los discursos, sino de los enunciadore (Van Dijk, 1999). En el caso de AAPRESID hay una ofensiva clara contra el trabajo que realizó el doctor Andrés Carrasco (CONICET) sobre los efectos del glifosato. Entre todos los discursos críticos de los agroquímicos, este es el que mayor incomodidad desató en los defensores del modelo de los agronegocios. Tal vez el principal motivo de esta molestia, es que este estudio proviene del ámbito científico, espacio que ellos mismos han construido como voz legítima para defender los avances tecnológicos frente a los productores que se resisten a transformar sus modos de producción, y hacia el conjunto de la sociedad. La forma de cuestionar este estudio, sin deslegitimar a la “ciencia” como voz autorizada, es recuperando opiniones de ámbitos científicos de los países centrales. Bajo el título “Opinan los expertos”, plantean:

Keith Solomon, director del centro de toxicología de la Universidad de Guelph en Canadá, profesor emérito (...) investigador con más de 40 años de experiencia, con más de 350 publicaciones científicas, opina: “La investigación de Carrasco y su grupo no fue un buen trabajo de evaluación toxicológica(...) las condiciones son totalmente irreales. Y el hecho de que se haya inyectado directamente el glifosato en los embriones es totalmente estúpido, como el que decide tomarse un trago de plaguicida”(...)

La Unión Europea, a través de su Comité Permanente de la Cadena Alimentaria y la Salud Animal sección Productos para la Protección de Cultivos, dio a conocer el veredicto de las autoridades europeas encargadas de estudiar las conclusiones del trabajo del investigador del CONICET, Andrés Carrasco referido a los efectos del glifosato: “El estudio había sido realizado bajo condiciones muy artificiales, sumamente diferente a lo que puede ser esperado en circunstancias agrícolas (AAPRESID Lincoln, 162).

En estos textos podemos visualizar tres elementos. En primer orden, el lugar que le otorgan a indicar una serie de atributos de los enunciadores (país de pertenencia de los informes, trayectorias de investigación, instituciones internacionales) en pos de construir una posición de autoridad para que la información que brindan pueda ser interpretada por los destinatarios como verdades objetivas. En esta estrategia argumentativa observamos la existencia de dos presupuestos: 1) las investigaciones científicas de los países centrales son mejores que las de nivel nacional; y 2) los actores externos son neutrales, es decir no poseen intereses. En segundo orden, presenciamos la negación total del aporte que esta investigación realiza en el tema, no otorgando ningún tipo de concesión a los planteos de Carrasco. Según Fairclough (1992) el uso de la negación supone un propósito polémico y por medio de la misma se establece una afirmación que denota un grado de certeza sobre aquello que se predica, en este caso corresponde a la aseveración que el glifosato no tiene ningún efecto negativo. Por último, la principal herramienta en la estrategia argumentativa para atacar los argumentos del informe de CONICET es el uso de la metáfora que plantea que las condiciones en que hizo el estudio Carrasco, son tan artificiales, que las consecuencias son asimilables a que cualquier ser humano tome un trago de plaguicidas. La utilización de metáforas tiene una gran eficacia ideológica ya que permiten relacionar la información nueva con algún objeto o acción que es

conocido o cotidiano para quien la escucha o lee. Esta metáfora, que asimila el uso masivo de agroquímicos en la actividad agropecuaria con actividades de la vida cotidiana, es constantemente utilizada. Así lo plantea AAPRESID: “Tanto como los insecticidas que usamos en casa, los agroquímicos son potencialmente tóxicos si son utilizados sin los debidos cuidados” (AAPRESID, 16). Para dar mayor verdad a esta comparación en el *powerpoint* se observan imágenes de productos de la vida cotidiana (lavandina, azúcar, sal) que tendrían un nivel de toxicidad equivalente al del glifosato. En este caso la metáfora de la vida cotidiana tiene dos objetivos: desmitificar el supuesto peligro de los agroquímicos y plantear que todos somos iguales de responsables por los efectos contaminadores.

Una estrategia de legitimación: el desarrollo sustentable.

Estas ideas sobre el hambre en el mundo y la defensa de las nuevas tecnologías, se articulan en los discursos de AAPRESID y AACREA con una preocupación medioambiental resumida en la idea de “desarrollo sustentable”. Este concepto comienza a difundirse con fuerza hacia mediados de los '60 en diferentes círculos transnacionales estrechamente relacionados con las grandes empresas a nivel global como respuesta a los desastres ecológicos que dejó la Revolución Verde (Liaudat, 2015b). No es posible entender el discurso ambiental presente en EduCREA y Aula AAPRESID sino como respuesta al florecimiento de las voces críticas de parte de investigadores y movimientos sociales antes enunciados. De esta manera lo plantean en las aulas:

Una agricultura sustentable y con una misión que cumplir: dejarle a nuestros hijos un suelo más fértil que el que recibimos de nuestros padres (AAPRESID, 4)

De esto se trata la agricultura sustentable o sostenible, en otras palabras, es la que nosotros podemos aprovechar hoy y la que podrás aprovechar vos, tus hijos, tus nietos, tus bisnietos... generaciones enteras que seguirán alimentándose gracias al campo. (Por el Campo, N° 85, Julio 2014).

Con el paso de los años se han encontrado sustancias cada vez más eficientes para combatir las malezas, insectos y enfermedades y cada vez menos tóxicas. Si los productos se utilizan bien, son muy seguros y muy eficientes. De esta manera, se facilita el trabajo del gauchito Tecno, quien logra producir más alimento en el mismo territorio y en menor cantidad de tiempo. ¡Ganamos todos! (Por el Campo, N° 86 de Agosto 2014)

En estos fragmentos podemos observar la preocupación de ambas entidades por incorporar la cuestión ambiental en sus discursos. Existe un claro uso de la intertextualidad con los planteos ambientalistas, pero recuperando una visión del desarrollo sustentable sin el carácter crítico del discurso de la ecología política. Se plantea una especie de ambientalismo débil, del cual se extrajeron algunas ideas como que el crecimiento es condición sine qua non para enfrentar la cuestión ambiental y que existen alternativas tecnológicas para enfrentar los problemas ambientales (Pierri, 2005).

A su vez, en los discursos de ambas entidades podemos observar la interpelación a un “nosotros” inclusivo, mediante el cual realizan un planteo universalista necesario para cualquier construcción hegemónica. Superan la presentación de sus intereses como grupo o clase social, construyendo una identidad colectiva como sociedad. Un elemento clave de la ideología en la construcción de hegemonía es el proceso de deslizamiento, interpelar a la construcción de sujetos desplazados del lugar de antagonismo social (Balsa, 2011). En este

caso no solo se encubren las relaciones de desigualdad y dependencia estructural que existen en el interior de la cadena agroalimentaria sino los intereses diferentes que existen entre las clases y grupos sociales al interior de una misma sociedad. A través de esta operación presentan un interés particular (el aumento de la productividad y el avance tecnológico en pos de aumentar las ganancias) como preocupación para el bienestar general (“el nuestro, el de nuestro hijos, nietos, bisnietos”).

Reflexiones finales

La importancia del ámbito educativo para las entidades que representan a las empresas más importantes del actual modelo agropecuario es innegable. En el contexto de avance de los agronegocios, las escuelas aparecen en muchas ocasiones como baluarte de los valores e ideologías propias del modelo de desarrollo agropecuario tradicional basado en la presencia del productor en el territorio, la importancia del trabajo familiar y la integración de las diferentes actividades en la explotación. Por esto asume un papel central para los protagonistas de este modelo disputar la formación que se brinda en las mismas.

Tanto AACREA como AAPRESID dedican tiempo y recursos al desarrollo de estrategias educativas desplegadas por diferentes regiones del territorio nacional. Mientras EduCREA desarrolla una serie de estrategias diversificadas y tiene un anclaje más fuerte en las comunidades locales buscando construir legitimidad en las mismas y formar trabajadores para las empresas de los miembros de la entidad; Aula AAPRESID prioriza una política comunicacional, centrada en la apelación a la ciencia y la técnica, y destinada a disputar la concepción que el conjunto de la sociedad tiene sobre el modelo agropecuario. Ambas estrategias encarnan los sentidos que Gramsci le otorga a la educación: buscan formar fuerza de trabajo capacitada para la utilización de las nuevas tecnologías; pretenden construir

conformidad social con el modelo (promoviendo acciones de ayudas a las escuelas) e intentan formar a los docentes, directivos y socios como intelectuales orgánicos a los agronegocios a través de encuentros y capacitaciones.

En cuanto a los discursos que difunden en las aulas, identificamos la presencia común de tres núcleos conceptuales, que resumimos como: 1) un problema: el hambre en el mundo 2) una solución: más tecnologías 3) una estrategia de legitimación: el desarrollo sustentable. A través de estas ideas desarrollan una serie de operaciones hegemónicas.

En primer lugar, utilizan un conjunto de estrategias lingüísticas, entre las que podemos destacar: *estrategias de referencia* mediante la despersonalización en pos de construir objetividad y evitando nombrar a las empresas responsables de los efectos negativos del modelo; *estrategias de predicación* atribuyendo rasgos positivos al modelo tecnológico y excluyendo cualquier efecto negativo; *estrategias de argumentación* en base al uso de *topois* como que la causa del hambre en el mundo es la falta de producción, idea que no es explicitada porque no sobrevive a la crítica; y la puesta en *perspectiva* a través de muestras de implicación con la introducción de verbos de valoración en medio de discursos científicos que dificultan su refutación.

En segundo lugar, estos discursos realizan dos movimientos con pretensión hegemónica. Por un lado, se constituyen como dialógicos en el sentido que recuperan uno de los planteos críticos del modelo que más ha hecho mella en la sociedad: el discurso ambiental. Pero lo retoman quitándole sus aspectos más críticos (expresados en planteos como el de Carrasco) y lo articulan en una nueva discursividad donde eficientismo y desarrollo sustentable pueden convivir. Por otro lado, mediante la vinculación de diversos significantes y la utilización de recursos de interpelación, presentan los intereses particulares de los empresarios

agropecuarios como los intereses generales del conjunto de los actores agropecuarios y de la sociedad.

A través de estos programas educativos y de los discursos que instalan con los mismos, AAPRESID y AACREA disputan la hegemonía de los agronegocios al interior del sector y hacia el conjunto de la sociedad.

Bibliografía

- Balsa, J. (2011). “Aspectos discursivos de la construcción de la hegemonía”. En: *Identidades*. N° 1, Año 1, Diciembre 2011.
- Balsa, J. (2017). “Subjetividades subordinadas en la agricultura pampeana: procesos de concentración, recursos productivos y sujetos agrarios”. En: De Martinelli y Moreno (comps) *Cuestión agraria y Agronegocios. Tensiones en torno a la imposición de un modelo concentrador*. Bernal, Argentina: UNQ.
- Biancardi, M. S. (2014). “El medio, el campo y sus metáforas: análisis del discurso de la prensa acerca del uso de agroquímicos”. En: *La revista del CCC* (20), enero-julio 2014.
- Cafiero, M. B. (2011). “Las empresas y el movimiento de protección social: una discusión en torno a Karl Polanyi”. En: *Prácticas de oficio. Investigación y reflexión en Ciencias Sociales*, (7/8), agosto 2011.
- Carniglia, E. (2009). “Las noticias del agrobusiness. Prensa agraria mercantil y desarrollo rural”. En: Actas XXVII Congreso de la Asociación Latinoamericana de Sociología. Asociación Latinoamericana de Sociología, Buenos Aires, Argentina.
- Córdoba, M. S. (2015). *Viaje al corazón del negocio agrícola. Dispositivos de legitimación e intervención territorial del modelo de agronegocios en Argentina*. Tesis de Doctorado en Antropología Social. Buenos Aires, Argentina: Universidad de San Martín.
- Fairclough, N. (1992). *Discourse and Social Change*. Cambridge: PolityPress.
- Fairclough, N. (2001). *Discurso y mudanca social*, Brasilia: Editorial Universida de de Brasilia.
- Gárgano, C. (2011). “Ciencia, tecnología y dictadura: la reorganización de las agendas de investigación y extensión del Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (inta) durante la última dictadura cívico-militar argentina (1976-1983)”, *Realidad Económica*, (258), pp. 120-149.
- Gramsci, A. (1986). *Cuadernos de la Cárcel*. Tomo 4. México: Editorial Era.
- Gramsci, A. (2014). *Antonio Gramsci. Antología: Volumen 2*. -1era ed. (especial). Buenos Aires, Argentina: Siglo XXI.
- Gras, C. y Hernández, V. (2016). *Radiografía del nuevo campo argentino. Del terrateniente al empresario transnacional*. Buenos Aires, Argentina: Siglo XXI.
- Hendel, V. (2011). “La condición de la agro-biotecnología. Producción de conocimiento y construcción de hegemonía en la región pampeana argentina (2002-2010)”. En: Galafassi, G (comp) *Ejercicios de Hegemonía. Lecturas de la Argentina contemporánea a la luz del pensamiento de Antonio Gramsci*. Buenos Aires, Argentina: Herramienta.
- Hernández, V. (2009). “La ruralidad globalizada y el paradigma de los agronegocios en las pampas gringas”. En Gras, C. y Hernandez, V. (coords) *La Argentina rural De la*

- Agricultura familiar a los agronegocios*. Primera edición Buenos Aires, Argentina: Editorial Biblos.
- Kress, G. y van Leeuwen, T. (2001). *Multimodal discourse. The modes and media of contemporary communication*. London, England: Arnold.
- Liaudat, D. (2015a). “Las organizaciones empresariales en la era de los agronegocios: una caracterización de AAPRESID y AACREA”. En: *Revista Interdisciplinaria de Estudios Sociales*, (9), 2015.
- Liaudat, D. (2015b). “La construcción hegemónica de las entidades técnicas en el agro argentino: análisis de los discursos de AAPRESID y AACREA en la última década”. En: *Mundo Agrario*, 16 (32), septiembre 2015.
- Liaudat, D. (2017). “Los pastores del “nuevo paradigma”: intelectuales orgánicos y construcción de hegemonía de los agronegocios”. En: *Revista Trabajo y Sociedad*, (29). En prensa.
- Orlandi, E. [2003] (2009). *A Linguagem e seu funcionamento. As formas do discurso*. Campinas, Brasil: Pontes.
- Pierri, N. (2005). “Historia del concepto de desarrollo sustentable”. En: *¿Sustentabilidad? Desacuerdos sobre el desarrollo sustentable*. Colección América Latina y el Nuevo Orden Mundial. México: Miguel Ángel Porrúa, UAZ, Cámara de Diputados LIX Legislatura, capítulo 2, pp 27-79.
- Portantiero J. C. (1987). *Los usos de Gramsci*. Buenos Aires, Argentina: Grijalbo.
- Taraborrelli, D. (2012). “Discursos y prácticas agropecuarias. Un aporte desde la sociología pragmática”. En: *Aposta Revista de Ciencias Sociales* N°53, mayo y junio 2012.
- Thernborn, G. (1991). *La ideología del poder y el poder de la ideología*. México: Siglo XXI, pp. 15-17.
- Toledo López, V. (2016). “Un sentido para el agro. Hacia la comprensión de las estrategias dominantes a partir del análisis semiótico de publicidades del agronegocio”. En: *Question*, 1 (51), p 107-123, sep. 2016.
- Van Dijk, T. (1999). *Ideología. Una aproximación multidisciplinaria*. Barcelona, España: Gedisa,
- Wodak, R (2003). “El enfoque histórico del discurso”. En: Wodak, R y Meyer, M (comps) *Métodos de análisis crítico del discurso*. Barcelona, España: Editorial Gedisa.

Notas periodísticas:

- Clarín (2004). Una manito de los "chacrers". En: Suplemento Rural (27/11/2004)
- Brignone, Horacio (2014). AAPRESID y Monsanto sin límites. En: *Contrainfo*. Disponible en: <http://www.contrainfo.com/10825/aapresid-y-monsanto-sin-limites/>

Fuentes:

- Revista InterCole (2014). Sección *Por el Campo*. Números 85 y 86. Disponible en: <http://www.revistaintercole.com.ar/contenidos-por-el-campo/index.html>
- Programa EduCREA (2012). *Por el Campo. Manual de actividades sobre contenidos agropecuarios*.

Liaudat, M. D. (2017). “Los agronegocios aterrizan en la escuela: análisis de las estrategias educativas de AAPRESID y AACREA / Agribusiness lands at school: analysis of educational strategies of AAPRESID and AACREA”. *Estudios Rurales*, Vol. 17, N° 12. ISSN 2250-4001. CEAR-UNQ, Buenos Aires, primer semestre de 2017, pp. 40-74.

AAPRESID (2011). Charla Aula AAPRESID. Disponible en:
<http://www.aapresid.org.ar/recursos-pedagogicos/>

AAPRESID, Regional Lincoln. Cultivando oportunidades en los colegios. Diponible en:
<http://www.aapresid.org.ar/wp-content/uploads/2013/02/COC11.pdf>

Paginas:

www.aacrea.org.ar
www.aapresid.org.ar

Presentado: abril 2017

Aprobado: junio 2017