

EL FENOMENO ECONOMICO Y CULTURAL DEL *BOOM* DE LA SOJA Y EL EMPRESARIADO INNOVADOR*

VALERIA A. HERNANDEZ**

Con la introducción, en 1996, de la soja transgénica¹ en el mercado local se concreta definitivamente el cambio de perfil productivo que comenzara, con cautela, en los '80. El fenómeno "sojero" fue tan contundente que llevó a analizarlo desde diversos ángulos e instituciones, tanto nacionales como internacionales². La adopción masiva y vertiginosa del llamado "paquete cerrado", formado por la soja genéticamente modificada y el herbicida glifosato, indujo una serie de transformaciones en el medio agropecuario y sus filiales agroalimentarias³ (aceiteras y harineras), a saber: la conquista de *nuevos espacios* productivos (extensión de la frontera agrícola, sustitución de ciertos productos –ganadería y cultivos regionales– por el nuevo paquete, etcétera); la tendencia a la *tercerización* de servicios (con su correlato, la generalización de la figura del "contratista"); una importante *concentración* de la producción (fenómeno que no es seguido por una concentración de la propiedad de

* Título del panel: "Siembra directa como fenómeno global", XIII Congreso de AAPRESID, El Futuro y los Cambios de Paradigmas, Rosario, agosto, 2005.

** Antropóloga, investigadora del Institut de Recherche pour le Développement, Francia (valeria.hernandez@bondy.ird.fr).

¹ Se trata de la soja con Resistencia al Glifosato (soja RG), invención de Monsanto comercializada en la Argentina en un primer momento por Nidera SA, bajo el nombre "soja roundup ready" (soja RR), resolución de la SAGPyA N° 167, el 25 de marzo de 1996. Luego de la soja RR fue aprobado el maíz resistente a lepidópteros, comercializado por CIBA-Geigy (el 16-01-98), unos meses después le tocó el turno al algodón resistente a lepidópteros, por Monsanto argentina SAIC (el 16-7-98). La lista completa de eventos aprobados hasta el momento se puede consultar en www.sagpya.mecon.gov.ar/new/0-0/programas/conabia/bioseguridad_agropecuaria2.php#eventos.

² Localmente, la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentos produjo una serie de documentos e informes a lo largo de la década del 90 y la actual, en los que se da cuenta –a través de una infinidad de gráficos y cuadros comparativos– de la evolución de dicho cultivo en el país (consultar sitio web: www.sagpya.mecon.gov.ar).

³ En particular ver Roberto BISANG: "Apertura económica, innovación y estructura productiva: la aplicación de la biotecnología en la producción agrícola pampeana argentina", *Desarrollo Económico*, IDES, vol. 43, N° 171, 2003, p. 413-442.

la tierra)⁴; una fuerte presencia del *capital financiero*⁵; la *transnacionalización* del sector insumos (semillas, biocidas, fertilizantes, etcétera) y una *resignificación* del mapa socio-institucional (roles y representación de las instituciones tradicionales y aparición de otras).

En el espacio social rural resultante coexisten diversas posiciones frente a los cambios aludidos, pero ningún actor, sea éste colectivo (asociaciones, sindicatos, cooperativas, movimientos...) o individual (agricultores/productores/empresarios/campesinos, profesionales, contratistas...), puede sustraerse al debate generado en torno de las transformaciones de la estructura social agraria y a la nueva dinámica productiva. En este contexto, la Asociación Argentina de Productores en Siembra Directa (Aapresid) no dudó en ubicarse del lado de los partisanos e incluso, en cierto sentido, promotores de las innovaciones tecnológicas y organizacionales. Sus miembros son pues protagonistas incontestables de ese salto que los especialistas del sector coinciden en calificar de fundamental y al cual *vox populi* se refiere como la "sojización del campo". Desde nuestra matriz antropológica, nos interesa caracterizar el perfil socio-productivo que estos actores del paisaje rural plantean como una nueva modalidad del espíritu empresarial. A la luz del material obtenido durante la investigación realizada entre 2003 y 2006⁶ (entrevistas individuales realizadas con los miembros directivos y socios de esta institución, de documentos periodísticos y de diversos materiales gráficos como actas de congresos, publicaciones especializadas, etcétera) es posible señalar tres ejes centrales en torno de los cuales construyen su perfil identitario. En primer lugar, se inscriben en la categoría de "empresarios", demarcándose radicalmente de quienes conciben como sus ancestros, los agricultores. En esta óptica se posicionan en tanto pioneros de un *métier* enteramente transformado. En segundo lugar, hablan de su relación con la tierra de una manera distanciada; ella sería un factor de producción secundario y jerárquicamente subordinado al elemento que construyen como principal, el conocimiento. Al mismo tiempo, se dedican con singular ahínco a un trabajo de producción simbólica en torno de este mismo factor aparentemente subestimado. En particular, insisten cada vez que tienen la ocasión (en los medios de comunicación, en Internet, en las entrevistas etnográficas, etcétera) sobre la autodenominación que recrearon, los "sin tierra", convirtiendo así este recurso productivo en un diacrítico de su identidad. Para terminar, el tercer argumento que hacen jugar en su perfil es su filiación directa con "la sociedad del conocimiento", de la cual ellos serían la vanguardia nacional o "los pastores"

⁴ TRIGO *et al.* reportan la desaparición del 32% de las explotaciones agrícolas entre 1992 y 1999. Estos autores también constatan que "entre 1993 y 1999, las explotaciones consideradas pequeñas pasaron del 85% al 69%, las medianas del 9% al 18% y las grandes del 6% al 13%. En 1999 la superficie controlada por las pequeñas explotaciones era del 28%, por las medianas del 23% y por las grandes del 49%" (TRIGO *et al.*, 2002, pp. 98-99). Este proceso no fue acompañado por una concentración de la propiedad, lo que hace pensar que una parte importante de pequeños y medianos agricultores alquilaron sus tierras.

⁵ Nos referimos al capital obtenido gracias a inversores extraagrarios que integran "pools de siembra" o fondos de inversión gerenciados generalmente por ingenieros agrónomos, a quienes se les propone una tasa de interés muy interesante (de hasta el 20-22%!). Ver M. POSADA y M. MARTINEZ DE IBARRETA: "Capital financiero y producción agrícola: los 'pools' de siembra en la región pampeana", *Realidad Económica*, N° 153, 1998, p. 112-135.

⁶ Se trata del programa "*Marchandisation des connaissances, développement de l'entreprise et globalisation*", IRD, (consultar: www.tem.ird.fr).

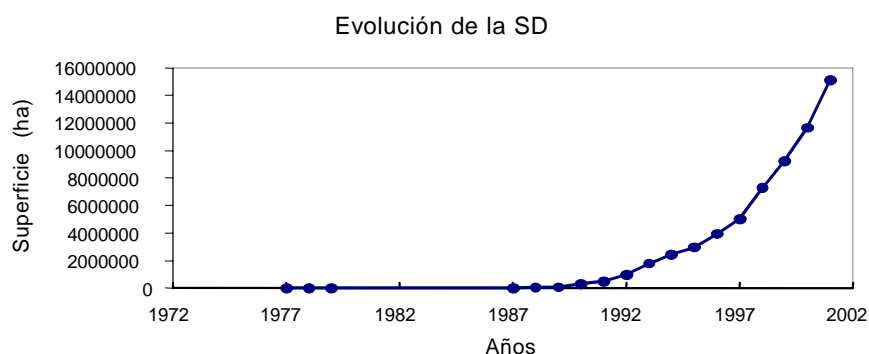
locales, quienes anuncian y promueven su advenimiento. En este escenario futurista, gobernado esencialmente por la ciencia y la técnica, están llamados a asumir el rol de "líderes" (*sic*), conscientes de la "responsabilidad social" que, en tanto grupo dirigente, tienen a fin de conducir exitosamente a sus conciudadanos hacia ese nuevo modelo socio-productivo –el nuevo "paradigma"–, basado en los bienes inmateriales típicos del "capitalismo cognitivo globalizado".

Para analizar esta producción identitaria es necesario, en primer lugar, exponer brevemente algunos elementos técnicos y materiales a los cuales hacen referencia los empresarios aapresidistas. En la segunda parte, nos concentraremos en el objeto central de este artículo: restituir la lógica del perfil recién señalado. En las conclusiones, se avanzarán algunas pistas para continuar el análisis del modelo socio-productivo propuesto por estos agentes, planteando una serie de interrogantes sobre las distintas formas de desarrollo sustentable, las alternativas y limitantes de emprendimientos concretos.

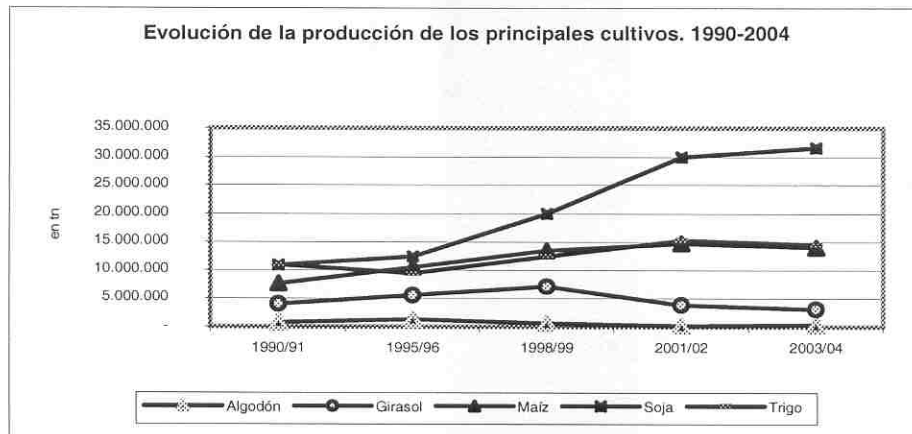
Punteo (incompleto) del fenómeno "sojero"

La adopción del "paquete tecnológico" (soja genéticamente modificada+herbicida glifosato) tuvo consecuencias importantes sobre la propia práctica del agricultor. En particular, nos interesa detenernos aquí en la articulación que se dio *de hecho* entre dicho paquete y la técnica de cultivo *siembra directa* (SD). Esta articulación no es ni técnicamente necesaria (se puede aplicar el "paquete" con labranza convencional y se puede hacer siembra directa con otros cultivos) ni temporalmente coincidente (la SD era practicada por algunos productores desde mucho antes de que llegara la soja RG a la Argentina). Tomando en cuenta la curva de adopción de la SD, se puede constatar la inflexión que produjo en su desarrollo la llegada al mercado local (campana agrícola 1996/97) de la soja RG.

Para comprender la articulación resultante del comportamiento de los productores es necesario detenerse brevemente en el aspecto procedural de la SD. Esta se diferencia de la siembra "convencional" en que elimina la roturación de la tierra (vía el



Fuente: Liliana Varela, UNGS.



Fuente: Ingeniera agrónoma Karina Alvarez, FAUBA.

arado), evitando su exposición a la erosión de los diversos agentes climáticos. Se conserva así la materia orgánica y la humedad de los suelos. Según los ingenieros agrónomos de la Maestría en Siembra Directa de la UBA, el punto problemático de la SD se sitúa en el plano del control químico de los agentes patógenos que amenazan los cultivos y es, justamente, este aspecto que queda superado gracias a la relación con el nuevo "paquete tecnológico". En efecto, antes de la llegada de la soja transgénica, era necesario preparar un "cocktail" de biocidas para proteger los sembradíos, cocktail siempre difícil de definir para cada parcela y para cada campaña agrícola. Pero con el combo comercial (soja transgénica + herbicida total glifosato) creado por Monsanto y licenciado a las semilleras locales, los productores pueden hacer siembra directa aplicando un único herbicida "a medida", reemplazando de este modo el eslabón problemático del sistema, el "cocktail".

Desde el punto de vista del trabajo consagrado por el agricultor, la asociación SD/paquete biotecnológico termina siendo triplemente interesante pues "en una sola vuelta de tractor" se resuelve la siembra, el control de patógenos y se cuida uno de los recursos esenciales, el suelo. Así, adoptando el sistema completo (SD+semilla genéticamente modificada+agroquímico), se obtiene una reducción sustantiva en el tiempo dedicado a cada campaña, el costo del personal y los gastos fijos (combustible, uso de tractor, etcétera). De resultas, la gestión de la explotación se ve sumamente simplificada (menos maniobras a campo, menos conflictos de personal, menos proveedores, etcétera). Si esta ecuación sedujo inmediatamente a los productores que pudieron asumir la inversión necesaria para acceder al nuevo modelo⁷, el precio que adquirió la soja en el mercado internacional terminó por convencer a los

⁷ El inconveniente más citado por los productores se refiere a los costos de inversión en el equipo para SD: es caro y sólo las grandes explotaciones logran rentabilizar tanto capital. En la Exposición Rural del 2005, el precio de un tractor mediano de SD rondaba los 150 mil dólares (llegando a un máximo de 250 mil dólares). En este sentido, el costo de la inversión inicial para adaptarse al paquete tecnológico SD + soja RG + glifosato es un elemento relevante que interviene en la explicación del fenómeno de concentración de la producción que hemos señalado anteriormente.

más reticentes. En definitiva, un "paquete tecnológico" a primera vista beneficioso para cierto tipo de productor, una estrategia comercial de las semilleras (financiamiento del paquete) perfectamente adaptada a las condiciones locales del sector agropecuario y un precio internacional más que interesante fueron los tres factores que determinaron objetivamente la coyuntura en la que se dio el llamado proceso de "sojización" del campo argentino⁸.

En este escenario, Aapresid se presenta como el portavoz de la soja en tanto "emblema" (*sic*) nacional. Por ello resulta particularmente interesante estudiar, a través del material etnográfico (entrevistas individuales y colectivas, participación en actividades y espacios propios del sector, documentos gráficos, mediáticos, etcétera) el perfil identitario que los dirigentes de dicha asociación promueven. Como observaremos en las secciones que siguen, éstos reivindican para sí la figura de "empresario innovador" con el fin de significar una evolución mayor y profunda experimentada por el agro argentino en los '90. Evolución que, en su visión, está ligada al proceso de globalización y al advenimiento de la "sociedad del conocimiento". Antes de comenzar el ejercicio de caracterización identitaria, es preciso subrayar que éste se limitará aquí al modo en que los actores son construidos y se autopresentan en la esfera pública⁹, dejando para otra ocasión el análisis más general del campo social en toda su complejidad (ubicación de este grupo en el mapa social e institucional

⁸ La década del 90 ha sido objeto de varios libros que la analizan desde diferentes ángulos y en función de los diversos sectores (micro/macro; político, económico y social; educación, producción, salud, ciencia, estado, etc.). *La sociedad excluyente* de Maristella SVAMPA: publicada por Taurus, propone un análisis de fondo e integral sobre este período. Para publicaciones sobre el sector agrícola, ver 1) sobre el modelo económico y sus consecuencias, Horacio GIBERTI: "El crédito y la situación agropecuaria", *Realidad Económica*, N° 123, 1994, pp. 79-83; Edith OBSCHATKO: *El aporte del sector agroalimentario al crecimiento económico argentino 1965-2000*, Buenos Aires, Instituto Interamericano de Cooperación para la agricultura, 2003; Miguel TEUBAL: *Globalización y expansión agroindustrial: ¿superación de la pobreza en América Latina?* Buenos Aires, Ediciones Corregidor, 1995; 2) Sobre la cuestión de la difusión de los cultivos transgénicos: Roberto BISANG: 2003 (op. cit.); BANCHERO: C. (bajo la dirección de), *La difusión de los cultivos transgénicos en la Argentina*, Buenos Aires, Facultad de Agronomía UBA, 2003; J. BOCCHICCHIO, SOUZA y D. LECCO: "Organismos genéticamente modificados en Argentina. Estrategia de los actores en el proceso de difusión", *Sistemas Agroalimentares: Análisis e Perspectivas para América Latina, Unicamp-FEAGRI*, Campinas, 2003, mimeo; GRUPO DE REFLEXION RURAL: *Transgénicos y el fracaso del modelo agropecuario*, Bs. As., El tranvía, 2001; Walter PENGUE: *Cultivos transgénicos: Hacia dónde vamos*, Bs. As., Lugar editorial, 2000; Miguel TEUBAL: "Soja Transgénica y crisis del modelo agroalimentario argentino", *Realidad Económica*, N° 196, 2003, pp. 52-74; TRIGO *et al.*, 2002 (op. cit.); 3) sobre la reacción de los diferentes actores del sector: Eduardo BASUALDO y KHAVISSE: *El nuevo poder terrateniente*, Bs. As., Planeta, 1993; BASUALDO: "El nuevo poder terrateniente: Una respuesta", *Realidad Económica*, IADE, N° 132, 1995, pp. 126-149; R. BISANG, G. GUTMAN, C. ROIG y R. RABETINO: "Los institutos nacionales de investigación agropecuaria del cono sur: nuevos ámbitos y cambios institucionales", *PROCISUR- BID*, Serie de documentos N° 15, 2000, p. 43, Uruguay; CRAVIOTTI: "Las estrategias de los productores familiares, ante el cambio tecnológico en la región pampeana argentina", *Realidad Económica* N° 174, 2000, pp. 154-171; GIBERTI: "Modernizado e insatisfactorio sector agropecuario", *Realidad Económica*, N° 200, 2003, Buenos Aires; Norma GIARRACCA y Silvia CLOQUELL (bajo la dirección de): *Las agriculturas del MERCOSUR: El papel de los actores sociales*, Buenos Aires, La colmena - CLACSO, 1998; GIARRACCA: *La protesta social en la Argentina*, Bs. As., Alianza editorial, 2001; Mario LATTUADA: "Un nuevo escenario de acumulación. Subordinación, concentración y heterogeneidad", *Realidad Económica* N° 139, abril- mayo, 1996, pp. 122-145; 4) sobre los efectos de las transformaciones en el medio ambiente: M. A. ALTIERI: "Riesgos ambientales de los cultivos transgénicos", *Biodiversidad, sustento y cultivos*, N° 18, diciembre 1998, M. A. ALTIERI: "Diez razones que explican por qué la biotecnología no garantizará la seguridad alimentaria, ni protegerá el medio ambiente, ni reducirá la pobreza en el tercer mundo", *Realidad económica*, N° 173, 2000, pp. 43-45; M. A. ALTIERI y P. ROSSET: "La falsa panacea de la biotecnología en este país", 2001, mimeo.

⁹ En este sentido, entendemos que la entrevista etnográfica forma parte de los escenarios públicos en los que juegan su perfil los interlocutores de esta investigación.

más general, su relación con los otros modelos productivos y sus interacciones intersectoriales¹⁰).

Ruralidad, conocimiento y poder

Aapresid tomó forma institucional en el año 1989, como una asociación civil sin fines de lucro, aunque existía como espacio de intercambio entre productores desde mediados de los 70. Sus primeros 23 socios estaban preocupados por cuidar uno de los principales recursos productivos, el suelo, mediante la utilización de la siembra directa (SD). Y es justamente vía la SD que terminarán articulándose perfectamente, siete años más tarde, con la soja transgénica por las razones técnicas y de mercado expuestas en la sección anterior.

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 Aires¹¹. 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 reúne, una vez por mes, la comisión directiva y también los coordinadores y los delegados de los centros regionales¹². Luego de dieciséis años de existencia, Aapresid cuenta con más de 2000 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 las regalías a la multinacional Monsanto o de reinstaurar ciertas instituciones fiscalizadoras del sector eliminadas durante el gobierno de Carlos Menem.

De manera unánime, los miembros de la asociación que participan activamente en algún cargo directivo o administrativo reconocen que existe un "liderazgo" claro por parte del fundador y presidente de la Comisión directiva, Víctor Trucco (ronda los 60 años, bioquímico). Como nos dijo con bastante humor el hijo de un productor entrerriano: "Víctor está a la derecha de Dios. A la izquierda, está Gustavo Grobocopatel". Gustavo G. (ingeniero agrónomo), con sólo 46 años de edad, ya dirige una de las "empresas" más exitosas del campo argentino. Figura emblemática del grupo de "empresarios innovadores", es uno de los más solicitados por los medios masivos de comunicación, a los que responde con soltura y gran capacidad de síntesis. Como él mismo gusta presentarse, este "pastor de la sociedad del conocimiento" dirige un *holding* que siembra, según sus propias declaraciones, más de 100 mil hectáreas (entre las que explota en Argentina y países limítrofes¹³), posee sus

¹⁰ Un libro con los resultados de nuestra investigación sobre estos temas está previsto para su publicación en la primera mitad del 2008, título provisorio: *Biotecnología, agronegocios y liderazgos: las nuevas quimeras pampeanas*.

¹¹ Históricamente, las otras dos entidades rurales respecto de las cuales Aapresid se posiciona han sido identificadas con la capital del país: la Sociedad Rural y los grupos CREA (Consortios Regionales de Experimentación Agrícola, creados según el modelo de los grupos CETA franceses). Demarcarse de Buenos Aires es, entonces, hacer el intento de crear otro centro simbólico desde donde disputar y acumular poder.

¹² Cada regional está conformada por los socios de una determinada zona productiva, quienes deciden crear un grupo de intercambio de experiencias y problemáticas propias de la zona. En el momento de nuestro trabajo de campo sobre Aapresid, 2005/6, contaba con 23 regionales.

¹³ Según sus propias declaraciones, siembra "80 mil hectáreas de *commodities* en Argentina; 20 mil hectáreas en Uruguay y 6 mil en Paraguay" (2004b, "Red social del conocimiento", documento en Internet en: www.ideare.org/coloquio_sinte/sintesis_cuyo_grobocopatel.asp).

propias acopiadoras, molinos, infraestructura portuaria, etcétera. Además de estas figuras centrales, el núcleo fundacional se completa con cinco o seis productores de la región pampeana y con algunos actores de diversas profesiones (biólogos moleculares, abogados, administradores de empresas, etcétera).

Aapresid se presenta habitualmente como una "red de redes". La idea de red no es sólo una cuestión de moda; participa fundamentalmente del esfuerzo realizado por estos productores para anclarse en el mundo renovado e innovante de la "sociedad del conocimiento". En este sentido, vale la pena citar la descripción que Santiago Lorenzatti (32 años, coordinador del equipo técnico de la asociación) ofrece en su tesis de Maestría en Agronegocios (UBA):

"los directivos de Aapresid se definen como una red de productores innovadores, receptiva de los avances de la ciencia, que reúne la capacitación y la asistencia técnica, profesionalizando de ese modo la actividad agropecuaria"¹⁴ (punto 2.1.4, §5).

Según nos explicó un integrante de dicho equipo técnico cuando lo entrevistamos en sus oficinas rosarinas, Aapresid es un "club", al que "pertenecer" se constituye en marca de identidad individual en el mundo agrícola. Uno de los eventos claves del "club" es el encuentro anual. Casi 2000 participantes de todo el país se dan cita para escuchar, durante dos o tres días, a conferencistas de diversas esferas de actuación (agropecuaria pero también académica, política, económica...).

Dentro del mapa de las instituciones rurales, Aapresid cultiva un perfil más técnico que sindical (como la Federación Agraria Argentina -FAA-) o corporativo (como la Sociedad Rural Argentina -SRA-). Cuando sus miembros se sitúan con respecto a otras entidades, el punto de comparación más citado es la Asociación Argentina de Consorcios Regionales Experimentales Agrícolas (Aacrea resulta de la convergencia de todos los grupos CREA del país). Como Aacrea, Aapresid ofrece a sus socios publicaciones periódicas (gacetilla institucional, revistas técnicas por cultivo, manuales de los congresos), organiza espacios de encuentro y debate (congreso nacional anual, seminarios regionales, simposios, jornadas de "ensayo a campo", etcétera) y propone cursos de capacitación en su Instituto, creado 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.

Los tres ejes centrales del perfil identitario que señalamos en la introducción (empresario innovador, "sin tierra", líder de "la sociedad del conocimiento") dan cuenta de la vocación de estos actores por construir una distancia máxima con respecto al sector de origen: posicionados en el espacio virtual de la red, sus aspiraciones trascienden el mero negocio agropecuario para abrazar horizontes más excitantes como las biotecnologías o el agroturismo, creando nuevas lógicas económicas que combinan elementos antiguamente extranjeros entre sí. En el curso de las próximas secciones, analizaremos estos tres rasgos identitarios que van más allá del simple slogan o de un coyuntural efecto de moda. Según la hipótesis que sostenemos aquí, este

¹⁴ L. GEOCHEGAN, M. GIACOBBE y S. LORENZATTI: "Aapresid: Abordaje y análisis desde la nueva economía de los Agronegocios Alimentarios", *Maestría en Agronegocios y Alimentos, Facultad de Agronomía, Buenos Aires, UBA, 2002.*

esfuerzo consagrado a la producción de una identidad tan compleja es la contraparte simbólica del objetivo último, asegurarse la captación de una renta cada vez más importante, lo que supone tanto disputársela a otros como innovar en los modos de acumular valor. Las modalidades en que este actor emergente y, en consecuencia, aún frágilmente enraizado en la sociedad rural, interacciona con los otros personajes más tradicionales constituye entonces un interesante objeto de reflexión antropológico. En la medida en que las posiciones sociales, económicas y simbólicas de unos y otros atraviesan un intenso proceso de reelaboración, las antiguas definiciones, instaladas como evidencias compartidas, entran en crisis y esto puede ser observado en múltiples escenarios y a través de diferentes dispositivos analizadores. Es desde esta óptica que serán considerados aquí algunos de los procesos de resignificación de la actividad (agricultor/empresario), del espacio y de la temporalidad (campo/ciudad, sector rural/de servicios/industrial, etcétera) que estos actores protagonizan.

Primer eje: construcción en tanto *empresarios innovadores*

“Vinimos a agrandar la torta”¹⁵

Estos descendientes de familias inmigrantes “gringas”¹⁶, hablan de sí mismos utilizando la categoría de “empresarios” y no la de “agricultores”. Todos subrayan en las entrevistas etnográficas que si hay algo que caracteriza a los miembros de Aapresid es que ellos no son “hombres de campo” sino “innovadores” que despliegan su capacidad y saber en el sector rural. Ese saber es definido por los dirigentes aapresidistas como “visión”, “dirección estratégica”, “empowerment”, “capacidad de innovar y de adaptarse”, “acceso a la información”, a la financiación, a la infraestructura, a los servicios...

En un diálogo imaginario con la sociedad (“la gente”), Gustavo G. intenta transmitir en qué consiste este nuevo espíritu empresarial:

“La gente piensa que [el productor] es un chacarero arriba de un tractor o un hombre con sobretodo, fumando un habano en la *Sociedad Rural*. Pero la realidad de hoy son miles de hijos de gringos chacareros, haciendo siembra directa, con un *management* ultramoderno, con gestión del conocimiento, de los recursos naturales y humanos, y con un altísimo nivel de capacitación”¹⁷.

En esta descripción aparecen dos cuestiones centrales: en primer lugar, Gustavo presenta a los actores “de hoy”, es decir a sus consocios aapresidistas, como portadores de una visión particular, derivada del entrecruzamiento de la ciencia y el mercado. En efecto, protagonistas de la introducción de las nuevas tecnologías, son estos empresarios los que podrán “agrandar la torta agropecuaria” ya que la matriz productiva basada en la ciencia y la técnica producirá más valor agregado en las

¹⁵ Definición dada por Gustavo Grobocopatel en su conferencia del 21 de abril del 2005, en el marco del Seminario “La triguización de la Argentina”, organizado en el Hotel City, Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

¹⁶ Para una descripción sociológica ver los excelentes cuadros impresionistas en Gaston GORI: *La pampa sin gaucho*, Buenos Aires, Raigal, 1952; *El pan nuestro de cada día*, Bs. As., UNQ, 1986 (reedición 2001).

¹⁷ Gustavo GROBOCOPATEL: “La soja es causa nacional”, 2003, en RODRIGUEZ MUÑOZ: www.negociosnacionales.ar.

actividades tradicionales del sector. Pero no sólo eso: los frutos así producidos favorecerán obviamente a los productores, para luego desbordar sobre todos los eslabones de la cadena productiva, desde la industria a los servicios, del mercado local a la exportación, de las tradicionales agronomías de insumos agropecuarios a las nuevas empresas de biotecnología.

En segundo lugar, observemos el perfil socio-productivo definido por Gustavo G., en el que los actores de esta nueva ruralidad se demarcan simbólicamente, tanto respecto de sus colegas "de arriba" como de quienes ubican por "debajo" de ellos en la jerarquía socio-económica. En efecto, por un lado, construyen una distancia simbólica en relación a los tradicionales "estancieros", situados en la cima de la escala ruralista y generalmente asociados a la Sociedad Rural Argentina –SRA–: popularmente identificados como la "oligarquía terrateniente", se trata de productores que tienen tiempo para dedicarse a las tertulias organizadas en los salones de la alta sociedad, allí donde se fuman los caros habanos; son también, según el punto de vista avanzado por Aapresid, los garantes de la continuidad de los antiguos valores y de las representaciones *demodé* del sector agropecuario¹⁸.

Por otro lado, con su perfil empresarial, se diferencian de quienes están situados "por debajo": los medianos y pequeños agricultores, históricamente asociados a la Federación Agraria Argentina –FAA– (los chacareros subidos al tractor). A estas filas pertenecen quienes "perdieron" con el *nuevo modelo agrícola*, ese mismo que designa "victoriosos" a los productores identificados con Aapresid. En la misma entrevista Gustavo G. reconoce que

"es cierto que hay 150.000¹⁹ productores menos, que se fundieron en la década pasada. O sea que esta competitividad de la soja se hizo con sangre. No fue una fiesta. ¿Y qué es la competitividad en la soja? Es la suma de innovaciones tecnológicas y organizacionales que pusimos en el campo durante los últimos 15 años".

La imagen de una competitividad hecha "con sangre" es muy fuerte, tanto como el enfrentamiento entre dos modos de interpretar el territorio, su gente y la relación entre ambos. Así queda cristalizado en la disputa protagonizada por Aapresid y FAA sobre las variantes del eslogan que tematiza el tipo de agricultura: "Una agricultura *sin* agricultores" dirán los primeros, para sintetizar la metamorfosis evolutiva que estaría sufriendo el medio rural como consecuencia de la introducción de las nuevas tecnologías biológicas, informáticas y relacionales; "Una agricultura *con* agricultores", replicarán los segundos, haciendo lugar al proyecto de los chacareros, quienes quieren seguir "viviendo de su trabajo" y se resisten a convertirse en "rentistas" o a pasarse al sector de los servicios como "contratistas"²⁰. Esta confrontación llega, en ocasiones puntuales²¹, a tomar ribetes algo violentos, aunque si se la considera de un modo más global, no parece encaminarse hacia una manifestación del tipo "el

¹⁸ Respecto de las representaciones construidas en torno de los "terratenientes", ver el esclarecedor aporte de Roy HORA: *Los terratenientes de la pampa argentina. Una historia social y política, 1860-1945*, Siglo XXI. Colección Historia y política (dirigida por Juan Carlos Torre), 2005 (en particular, los capítulos II y V).

¹⁹ En el 2002 (censo agropecuario) la cifra de productores que dejaron su actividad se ubicaba en 85.000; la tendencia no varió desde el 2002 a la fecha, con lo que se puede pensar que esta cifra ha ido en aumento.

²⁰ Documento de la FAA, "91 Congreso anual de la Federación Agraria Argentina. Trabajo, producción y equidad. Para volver a ser nación" (setiembre 2003). Ver también TEUBAL 2003, op cit.

²¹ En Congresos de la FAA, en declaraciones mediáticas, etc.

grito de Alcorta", tal como supo liderar la FAA a comienzos del siglo XX. Volveremos sobre este tema al momento de profundizar en los modelos sociales que acompañan a las dos orientaciones productivas en conflicto. Por el momento, nos interesa insistir particularmente en la operación simbólica resultado de la autopresentación de los "líderes" aapresidistas²²: en síntesis, con esta reconstrucción de las figuras sociales rurales del *terratiente* y del *chacarero* (o agricultor), los empresarios logran producir los dos actores ideológicos²³ que necesitan para asentar su propia identidad innovadora como representante de una opción superadora. En efecto, equidistantes respecto de los dos polos negativos (los de arriba/los de abajo), se sitúan más allá de esta lógica antigua, como actores portadores de valores "ultramodernos". Veamos a continuación el contenido concreto que le dan a esta "ultramodernidad".

De la producción a la gestión: la mediación de la red

Desde el punto de vista del nuevo empresariado rural, su actividad no se basa en el puro saber "agronómico" o en la simple práctica extractiva primaria sino que reconoce una fuente más originaria y fundamental: "Cualquier persona que tenga una buena idea y buen *management* puede sembrar²⁴". En esta afirmación aparece como crucial el "gerenciamiento" de los distintos factores y poco importa si este saber organizacional se aplica a la actividad agrícola, industrial o de servicios. De hecho, los miembros más emblemáticos de Aapresid despliegan sus actividades en una asombrosa cantidad de sectores y ramas productivas y comerciales. Reivindican este activismo como una estrategia que ellos se dan para lograr la "integración vertical" a través de una "articulación horizontal". Hablando de su *holding*, Gustavo G. explica que

"Otra de las actividades de esta empresa red es la coordinación de la red de proveedores de servicios. Es una integración vertical que está hecha en forma horizontal, donde producimos y vendemos insumos a productores que son clientes nuestros, comercializamos a través de una acopiadora y una corredora, eso va a un molino harinero propio y hacemos algo de exportación y eso finalmente va a la distribución, a los consumidores"²⁵.

La autocategorización como nuevo empresariado debe ser leída dentro de este esquema de cadena integradora, en donde la referencia a la *red* adquiere pleno significado y realiza, como iremos viendo con el correr del análisis, todo su potencial.

²² Descartamos aquí toda hipótesis voluntarista por parte de los actores, la cual supondría imputarles una conciencia explícita respecto de la actividad simbólica en cuestión.

²³ Gérard ALTHABE: "Production de l'étranger, xénophobie et couches sociales populaires", *L'homme et la société*, N° 77-78, 1985, pp. 63-73.

²⁴ Gustavo GROBOCOPATEL: suplemento *Cash*, *Página 12* (25 abril), 2004a.

²⁵ Gustavo GROBOCOPATEL: "Red social del conocimiento", 2004b, op. cit. En otra entrevista, vuelve sobre este tema: "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. *La integración es clave*. El Grupo factura u\$s 70 millones por todo concepto, (...), posee 7 mil cabezas de ganado, opera 1,5 millón de toneladas al año en los mercados a término, y acopia 480.000 toneladas de granos. De ese volumen total, comercializa 82% como *commodities* de exportación y para consumo interno, procesa 15% en el molino Bahía Blanca (60 mil toneladas anuales por u\$s 10 millones) y exporta 3% como *specialities*. El último paso en su expansión dentro del área agrícola fue la adquisición del molino Bahía Blanca, ubicado en el puerto Galván, único del país con acceso directo a los barcos". 2004a (op. cit.).

Observemos la primera ecuación que la noción de red permite resolver: en tanto empresarios de redes productivo-comerciales, se sitúan más allá de la histórica antinomia *industria vs. agricultura*. Su propia práctica, al investir los diferentes pasos de la cadena, cuestiona la tradicional frontera entre "actividad rural" y "actividad industrial": Gustavo G., ¿es un agricultor, un comerciante, un acopiador, un industrial...? Es todo eso y mucho más ya que, como "innovador", su horizonte es tan vasto como "las ideas" que sepa generar y gerenciar. Así, la posición reivindicada de empresario cuestiona conjuntamente la división productiva del trabajo y las identidades sectoriales a ella asociadas, propias del modelo fordista, y en su lugar instaaura/reconoce aquellas otras, más coherentes con "la sociedad del conocimiento" y ligadas al nuevo orden de globalización de la economía.

La apropiación de la idea "red" también permite avanzar sobre otros dos frentes: por un lado, orienta la construcción de un modo de comunicación propio al "club", por el otro, viabiliza la desterritorialización de las empresas. Abordaremos en lo que sigue cada uno de estos aspectos.

Red y virtualidad

La competitividad que logró la agricultura argentina es resultado de una innovación en cuanto al modo de gerenciamiento de la explotación. Esta es, a partir de ahora, administrada como una empresa investida por la lógica de la "red de redes", siguiendo la imagen de los "negocios" y superando el modelo de la tradicional empresa familiar rural²⁶:

"Nuestra empresa es una red de producción. Estamos sembrando 80.000 hectáreas de agricultura, de *commodities*, en la Argentina; 20.000 hectáreas en Uruguay y 6.000 en Paraguay. Pero esas siembras no las hacemos solos; las hacemos en distintas sociedades con los dueños de las tierras, con proveedores de servicio, con proveedores de insumos, a través de integraciones de distinto tipo, muy flexibles (herbicidas, pesticidas, semillas, etcétera). [...] Hoy, en la red de producción, las 80.000 hectáreas se hacen con cinco ingenieros agrónomos, pero con doce pymes de gerenciamiento agrícola asociadas; cada una de ellas, son empresas separadas, tienen dos o tres ingenieros agrónomos, van a riesgo con nosotros y son socios nuestros en la producción agrícola; contratos, pymes para labores, pymes para cosechas. Finalmente somos quince personas fijas y 135 empresas contratadas, que emplean alrededor de 480 personas directamente y mil quinientos en forma indirecta"²⁷.

La gestión de esta "empresa virtual" (*sic*) se realiza gracias a las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación (NTIC) y a una importante inversión personal en tiempo, dinero y energía para formarse en los nuevos cánones organizacionales (vía maestrías, postgrados, seminarios de agronegocios, *management* moderno, etcétera). Para seguir con el ejemplo de Gustavo G., su *holding* fue equipado con una infraestructura informática de última generación que pone en red los distintos centros neurálgicos, desde donde se gerencian una infinidad de pymes

²⁶ María Ducos: "Empresa familiar agropecuaria, ¿por qué y cómo?", *Revista CREA*, N° 160, 1993; María Ducos y Elisa Ulloa de Porrúa: *Empresa familiar agropecuaria*, Bs. As., Eudeba, 2003.

²⁷ Gustavo Grobocopatel: 2004b (op. cit.).

y contratistas: el "nodo" central se sitúa en la explotación de origen (la finca familiar de Carlos Casares); desde allí se establece la conexión *on line* con los otros nodos distribuidos en los cuatro puntos cardinales de la zona agrícola argentina. Para completar dicha infraestructura, en el 2002, se inauguró una sala de videoconferencia que sirve para dictar cursos al conjunto de los miembros de la red, realizando lo que él mismo bautizó como una "universidad virtual"; también le permite participar en eventos académicos del país y del mundo, estableciendo comunicaciones con agentes distribuidos en todo el globo. Es así que, paso a paso y gracias a la "red", estos empresarios avanzan en la segunda operación señalada: la construcción de su propio código de comunicación, sobre la base de las tres dimensiones que ellos le reconocen a la nueva organización societal basada en el conocimiento, es decir, la información digital, genética y relacional. Esta construcción de un modo de comunicación intrared no es menor en un mundo en que la "imagen" y la "comunicación" se vuelven factores claves a la hora de orientar la opinión pública y, por consiguiente, terminar influyendo en los poderes políticos. En este sentido, el espacio de intercambio construido por la red genera códigos de comunicación, permite hacer circular determinadas ideas y definiciones de la realidad, produciendo pertenencias y referencias comunes a los miembros de la red.

Veamos ahora el último aspecto que aquí evocaremos en relación a la red: el proceso de desterritorialización. El cambio del modo de administración de la empresa agropecuaria respecto de los antiguos cánones es radical. Aun si se lo compara con los sucesivos proyectos de "modernización" avanzados desde el Estado para el sector (como la experiencia "Cambio rural" cuyo objetivo fue concretamente acompañar logística y económicamente al productor para que se convierta en "empresario"), el hiato en cuanto a la percepción del propio *métier*, a la formación requerida para llevar adelante la gestión "ultramoderna" de la que habla Aapresid, a la definición de las fronteras del sector, es de orden cualitativo. Una de las consecuencias más importante de esta reorganización de los elementos en juego se refiere al estatus otorgado a la tierra, al tipo de relación material y simbólica con ella establecida. Santiago L., el joven coordinador técnico del staff de Aapresid, escribe en su tesis de maestría ya citada:

"el 75% de la agricultura argentina se realiza actualmente por productores cuyo eje competitivo no es la propiedad de la tierra. El eje es la coordinación de los agronegocios a partir de coordinar una red de contratos. A través de la coordinación, los productores 'sin tierra' llevan adelante gran parte de la producción agrícola, lo que incluye otros servicios conexos, con distinto grado de 'centralidad' "²⁸.

En esta lógica, que sitúa la "competitividad" en la *gestión* de la tierra y no en su propiedad, la expresión "los sin tierra" adquiere toda su relevancia. Descentrado el "eje" de la tierra, es puesto, sin ambages, en la formación: los agronegocios serán, en este nuevo universo, la panacea del saber necesario, la llave que abre la escurridiza puerta del éxito. El bien material "tierra" es así reemplazado en su rol motor por bienes inmateriales, entre los que la experticia de coordinador de redes es la más citada. Nuevamente, será Gustavo G. quien mejor sintetice el modo en que estos

²⁸ L. GEOCHEGAN, M. GIACOBBE y S. LORENZATTI: 2002 (op. cit.).

productores perciben la relación entre los distintos factores y su propio papel en la nueva dinámica rural:

"La propiedad no se está concentrando, lo que se está *concentrando es el gerenciamiento*. Gracias a este sistema de arrendamientos mucha gente pudo mantener su campo y se evitaron muchos remates. Nosotros no tenemos propiedad. Yo soy un sin tierra. El 80 por ciento de lo que siembro no es en tierra propia. Acá se destruyó el *mito del terrateniente*"²⁹.

El gerenciamiento del que habla Gustavo G. se hace a través del modelo de la red, tal como hemos observado anteriormente. Gracias a la inscripción en la semiótica de la red se disuelve la territorialidad de la empresa. Se trata de una operación central pues, como veremos a continuación, el establecimiento de esta distancia con respecto a la "tierra" es un elemento fundamental de la identidad social producida por estos actores.

Fundación imaginaria de la identidad colectiva: el empresario innovador como agente superador de históricas antinomias

Cerraremos el análisis de este eje haciendo una última precisión respecto del contenido específico que le dan a la noción de "empresario innovador". Tal como definen la figura del empresario, ella atenta de manera inexorable contra la del "propietario latifundista" (terrateniente: quien tiene/posee la tierra) fundamentalmente a causa del lugar otorgado al factor de producción "tierra", cosa que es un aspecto novedoso con respecto a anteriores formulaciones de la identidad empresarial en las que dicho factor mantenía su supremacía. Pero también amenaza la categoría de los "señores de la pampa"³⁰ por el hecho de que el nuevo actor, que se reivindica como el representante de otra concepción de la ruralidad, viene a disputarle una parte de su liderazgo político y social. Coherentes en su trabajo de producción de un actor ideológico al cual hemos hecho referencia en el punto anterior, estos empresarios reconstruirán una imagen del terrateniente que, aunque estereotipada, les permitirá, mediante el clásico juego especular, exponerse como aquellos que vienen a derribar mitos y a fundar paradigmas "democráticos", en un medio históricamente regido por órdenes de tipo oligárquico, revolucionando así el tradicionalista mundo rural. En este escenario de perfiles que se contestan mutuamente, ellos identifican con la figura positiva –en tanto "empresarios innovadores", adjudicándose los rasgos de la modernidad– enfrentada a una negativa –edificada sobre una caricatura de la "oligarquía terrateniente", con la cual compiten³¹. *Grosso modo*, reconstruyendo aquí

²⁹ Gustavo GROBOCOPATEL: 2004 a (op. cit.), cursiva nuestra.

³⁰ R. HORA: 2005 (op. cit.).

³¹ En los estudios rurales argentinos, la caracterización del grupo "terrateniente" ha sido objeto de complejos debates y aún hoy suscita discusiones apasionadas (entre quienes sostienen lecturas "clasistas" y quienes adoptan un marco de análisis liberal, entre quienes le asignan rasgos conservadores y quienes insisten en el rol de innovadores, etc.). Nos es imposible detenernos aquí en este interesante intercambio de argumentos pero es sin embargo necesario subrayar que los rasgos resumidos en este cuadro no se refieren a dicho debate sino que recogen el imaginario construido por los empresarios aapresidistas preocupados en diferenciarse respecto de "los de arriba". En tal sentido, tiene para nosotros el valor de una acción significativa de nuestros interlocutores y no el de una reconstrucción científica de una realidad dada.

los atributos que nuestros interlocutores distribuyen entre una y otra figura, se obtendría el siguiente cuadro:

Terrateniente	Empresario
Fundamentalmente centrado en la actividad ganadera	Implicado en una multiplicidad de sectores y ramas productivas.
Propietario de grandes extensiones de tierra (estancias).	Gerenciador de explotaciones en donde el porcentaje de tierra en propiedad puede ser relativamente bajo o, incluso, nulo.
Asociado a las familias criollas, es presentado como <i>"heredero latifundista"</i> , cuya residencia está generalmente en Bs. As.	Asociado a las familias de inmigrantes europeos, es evocado como descendiente del <i>"trabajador gringo"</i> . Fija su residencia en la explotación, en el pueblo vecino o en la capital de su provincia.
Despreocupado por la gestión cotidiana de sus explotaciones (ausentista), la delega en un capataz y en "la peonada" (trabajadores rurales de muy baja calificación).	Presencia y responsabilidad máxima en el gerenciamiento de la empresa. Su personal tiene, comparativamente, un alto nivel de profesionalización y, en cambio, disminuye fuertemente su número.
Poca integración vertical y casi inexistente articulación horizontal.	Fuerte integración vertical y permanente articulación horizontal, formando un sinfín de "pymes en redes".
Fuerte inversión de capital fijo y escasa relación con el capital financiero.	Escasa o nula inversión en capital fijo y fuerte relación con el capital financiero ³² y rentístico.
Ve a la Industria como su contrapartida antinómica.	Ve su rol productivo como articulado a la dinámica industrial (agronegocios, agroindustrial, agroalimentaria).

Sería un error abordar este cuadro como un testimonio a confrontar con los conocimientos eruditos sobre el sector agropecuario y sus actores³³. Para estos

³² Se trata de la relación con inversores en vistas de disponer de capital destinado a ampliar la escala: más hectáreas bajo una misma gerencia (en territorio nacional, extranjero o ambos).

³³ Insistimos en lo dicho en nota 32: con una superficial lectura de la bibliografía bastaría para desmentir la correspondencia de tales perfiles con las prácticas de los distintos grupos de productores (terratenientes, chacareros, colonos, etc.). Basten dos citas: la del reconocido aporte de Jorge Sabato (*La Pampa pródiga: claves de una frustración. El agro argentino y la adopción de tecnología entre 1950 y 1978: Un análisis a través del cultivo de maíz*, CISEA, 1982, Buenos Aires, Argentina) en donde muestra la multiplicidad de las actividades económicas que despliegan, desde principios del siglo XX, los grandes propietarios pampeanos, invistiendo en la esfera agropecuaria, comercial, industrial e incluso financiera y la de Roy HORA (2005, op. cit.), en la que analiza con gran detalle histórico el rol innovador jugado por los terratenientes en la época fundacional del sector agropecuario (fines del siglo XIX y comienzos del XX).

empresarios, no se trata en absoluto de restituir figuras socio-productivas en razón de una interpretación experta del mundo rural sino que están abocados a un trabajo de autopromoción socio-económica y, en ese sentido, la "verdad" de la reconstrucción de su realidad debe ser buscada en relación a su lucha por asentarse socialmente en un medio con actores fuertemente arraigados, por acaparar la mayor cantidad de renta posible y por conquistar cada vez más espacios de poder. Es necesario seguir avanzando en el análisis que aquí proponemos para profundizar en esta cuestión.

Segundo eje: subordinación ideológica del factor de producción "tierra" y valorización de los bienes inmateriales

"Nosotros, los sin tierra"

¿Cómo interpretar la reivindicación "los sin tierra" (creada originariamente por los campesinos brasileños desposeídos de ese recurso básico) por parte de quienes recorren sus empresas en camionetas 4x4, no más viejas de dos años, y a quienes, en ningún sentido se puede ubicar del lado de los excluidos del sistema? ¿Cómo debe interpretarse esta insistencia sobre el rasgo "los sin tierra": como un absurdo, como un puro y simple caso de "plagio" simbólico o como una producción de sentido que nos habla de procesos materiales e imaginarios protagonizados por los empresarios innovadores? En otras palabras, ¿a qué experiencia social se refieren cuando apelan a esta denominación? Desde Aapresid, los argumentos que se exponen para dar cuenta de dicha expresión tienen que ver con la coyuntura de los años 90, cuando muchos productores (medianos y pequeños) estaban sobreendeudados y, ante la alternativa del remate o de la venta de sus tierras, decidieron alquilarlas a quienes querían (y podían) "cambiar de escala". Redinamizado, el mercado de tierras y de trabajo conoció un nuevo impulso, favoreciendo la aparición de figuras como la del empresario innovador, un (nuevo) *sin tierra*:

"Hoy, el 70% de la producción está en manos de gente que no es propietaria de la tierra. Es decir que los que producimos en este país somos los sin tierra"³⁴.

Relevemos, antes que nada, la asimilación de "los sin tierra" a quienes "hoy" producen, es decir, los responsables del *boom* agrícola. Además de alertar sobre tal yuxtaposición reductora, es necesario subrayar la dificultad, a nivel estadístico, de corroborar o desestimar rigurosamente el porcentaje que avanza Gustavo G.. Lo que sí se puede decir con seguridad es que dicha afirmación sólo refleja *una parte* de la realidad agropecuaria. Al establecer tal correspondencia, quien ha sido bautizado por los medios de comunicación como el "Rey de la Soja", hipostasia su experiencia con la de otros productores, también "sin tierra", pero definitivamente no alineados detrás de su perfil. Para acercarnos a esta *otra encarnación* de "los sin tierra" observemos un diálogo que nos fue relatado por uno de los dirigentes fundadores de

³⁴ Gustavo GROBOPATEL: "Conocimiento, el mejor fertilizante para la soja", citado por Sandra CICARE: "Gustavo Grobocopatel, gurú de una nueva filosofía para la producción", *La Capital*, Rosario, 2004c.

Aapresid, a quien llamaremos Antonio M.³⁵, durante una entrevista en sus oficinas rosarinas:

“Se acerca una persona y me dice:

–Yo tengo campo, ¿qué puedo hacer?

–¿Cuántas hectáreas tenés?, le pregunto

–Tengo 200 hectáreas.

–¿Y te gusta el campo?

–No mucho.

–Bueno, le digo, te lo alquilo. Y si me hubieras dicho que te gustaba, te hubiese contratado.”

He aquí la mecánica que origina a estos otros “sin tierra”: ex productores devenidos, o bien rentistas o bien contratistas. Gracias al dinero obtenido por el alquiler o venta de sus explotaciones, fue posible comprar algunos equipos con los que ofrecer servicios a terceros (siembra, cosecha, fumigación, etcétera). Esta fuerza de trabajo es absorbida por aquellos otros “sin tierra” evocados por Gustavo G.

En otro momento de la entrevista, el dirigente aapresidista contextualiza la anécdota recién reseñada, dándole un sentido al situarla como un reflejo del nuevo “paradigma” que estaría emergiendo en el sector:

“Con este sistema se ha logrado una red de contratos: contrato por la renta de la tierra, por la siembra, por la pulverización, compra o contrato por los insumos. A veces, entonces, hay empresas proveedoras de insumos que se asocian (...) Pero ¿qué es lo importante? Que acá desaparece el productor. Hoy, en gran parte, el paradigma de la producción está basado en el productor, sobre todo en el pequeño productor. Entonces, el precio tiene que ser alto por que si no, ¿qué hace el pequeño productor? No llega. La capacitación del pequeño productor, evidentemente, es la de una persona que no puede manejar cosas muy complejas. Entonces, usa tecnología muy precaria, no tiene capital para invertir. En cambio [en el nuevo paradigma de la red de pymes], un pequeño productor consigue una pequeña renta que es la proporcional al patrimonio, a su capital, pero después se puede integrar como un dador de servicios, un gran dador o trabajar en otra cosa. (...). Pero digamos, es un cambio de paradigma. Pero eso que yo te digo, la gente no lo entiende. Mucha gente lo está viviendo, pero no lo ve como un cambio de paradigma. (...) Y esto ¿por qué te lo digo? Porque es fuente de oportunidad. Si yo soy ingeniero agrónomo, puedo capacitarme en un rubro, cualquiera, y tratar de hacer una empresa de servicios. Y ¿qué tipo de servicios? De conocimiento, como son las de monitoreo, las de fertilización, más todo lo otro: una empresa de *software* agropecuario, de mercado... ¡de lo que se te ocurra!”

En este paisaje rural reconfigurado por la presencia de los “sin tierra”, están quienes prestan servicios, pequeños o grandes, a los empresarios del conocimiento presentados por Gustavo G., esos otros “sin tierra” que administran las explotaciones como si fueran *holdings*. De la articulación entre ambas visiones resulta un sistema en donde grandes gerenciadorees contratan un sinfín de pymes, armando redes

³⁵ Los nombres de nuestros entrevistados son de fantasía para respetar su anonimato. En cambio, las citas que hemos utilizado a partir de fuentes secundarias *públicas* (diarios, congresos, documentos institucionales, etc.) respetan la autoría que figura en dichas fuentes (por ejemplo, todas las citas de Gustavo Grobocopatel son de este tipo y por lo mismo tienen su referencia en nota a pie de página).

que se renovarán incesantemente tal como nos explicará en breve Santiago L. Una nueva trama productiva se va erigiendo en el nuevo escenario, construyendo otra forma de institucionalidad producto de las renovadas relaciones sociales de producción.

A través de las diferentes descripciones del *métier* de agricultor presentadas hasta aquí, constatamos la presencia de un proceso de redefinición de nociones básicas (como producción/servicio, productor/prestatario, propietario/rentista, actividad agrícola/ actividad industrial entre otras) empleadas por la economía y la sociología rural. Este proceso es liderado por los propios actores, cuyas prácticas económicas y producciones simbólicas obligan así a revisar las herramientas conceptuales utilizadas, hasta no hace mucho tiempo, sin mayores problemas³⁶. Por ejemplo, sería interesante pasar revista a las categorías de actores utilizadas y analizar de qué manera las nuevas figuras interactúan con las más clásicas. Como un aporte inicial en esta dirección, resumiremos brevemente, y simplificando en extremo, los rasgos esenciales de los protagonistas de la "red de redes" observados hasta el momento. Se trata de una categorización más bien ideal, cuyo objetivo es centralmente señalar ciertas combinaciones de aquellos factores que intervienen en los diversos discursos y espacios de interacción (propiedad de la tierra, capital financiero/rentístico/fijo, actividad económica, etcétera).

Antiguos y nuevos perfiles del paisaje rural: heterogeneidad social y productiva

En primer lugar, haremos referencia al contratista o *prestador de servicios*. Si bien es un actor tradicional³⁷, es importante subrayar una evolución significativa en su actividad y en su posicionamiento simbólico en el sistema total contemporáneo. Este personaje, descrito por el dirigente aapresidista en su anécdota citada más arriba, tiene una función de pura oferta de servicios. Santiago L. ofrece una definición en su tesis de Maestría en Agronegocios (op. cit.), en donde lo presenta como el sucesor del colono inmigrante de principios de siglo XX. Durante tres años, explica, este colono trabajaba la tierra de otro, bajo un contrato llamado "de aparcería":

"...esos contratos han sido 'aggiornados' y, hoy en día, se trata de contratistas sobrevivientes que arriendan tierras de productores que infelizmente han quedado en el camino de los cambios de la última década. (...). Lo singular es el mercado de servicios que ofrecen los 'sin tierra'. Servicios de cosecha, pulverización, siembra... Este proceso es dinámico, competitivo y salvaje. Un 10% o 20% de estos prestadores de servicios sale del mercado cada año. Ellos son los que ponen un techo a los precios.

³⁶ Aunque no podamos desarrollar aquí en toda su extensión los argumentos necesarios, llamaremos la atención, al menos, sobre la imprescindible tarea de revisión de dichas herramientas a la luz de las tesis sostenidas por el capitalismo cognitivo (*Vers un capitalisme cognitif*, AZAÏS *et al.*, L'Harmattan, 2001) y por los marxistas críticos (Anselm JAPPE y R. KURZ: "Les habits neufs de l'empire", *Lignes*, Éditions Léo Scheer, 2003, France; JAPPE: *Les aventures de la marchandise. Pour une nouvelle critique de la valeur*, Paris, Denoël, 2003). En ambos casos, dicha revisión es emprendida a partir de considerar el doble rol del conocimiento como factor productivo y como norma ideológica en el desarrollo del capitalismo actual (ver Valeria HERNÁNDEZ: "Agenda para una antropología del conocimiento en el mundo contemporáneo", en *Etnografías Globalizadas*, V. HERNÁNDEZ, C. HIDALGO y A. STAGNARO, compiladoras, ediciones SAA, Bs. As., 2005, pp. 223-252).

³⁷ Rubén DEVOTO: "Contratistas de servicio y contratistas de producción en la visión de los años 80", *Temas de investigación*, N° 39, 1989, EEA Pergamino, p. 9, INTA

Esas pymes en estadio terminal pujan los precios a la baja con tal de sobrevivir. Son reemplazadas casi automáticamente. El nacimiento, crecimiento, maduración y muerte de pymes en este mercado es dinámico. Esa es infelizmente y dolorosamente la clave del éxito de la competitividad de la agricultura: el mercado dinámico de las pymes prestadoras de servicios³⁸.

Como surge claramente de esta caracterización, el *prestador* es el eslabón más frágil de la red. Si bien existen diversos tipos y tamaños de empresas de servicios, salvo quienes han logrado consolidar sus prestaciones mediante importantes inversiones (varias cosechadoras, sembradoras, etcétera), comúnmente en base a la participación de capital financiero aportado por diversos sectores (industrial, especulativo internacional, medianos inversionistas nacionales, etcétera), el resto de los actores que integra esta categoría no controla ninguno de los "nodos" importantes³⁹ de la red. En su mayoría, se trata de ex productores que actualmente alquilan sus campos y con esta renta abren un comercio (taller mecánico, venta de insumos, etcétera) o compran alguna maquinaria para ofrecer servicios en su zona de residencia (fumigación, cosecha, pulverización, etcétera). El sustento familiar deriva de esta actividad.

En el extremo opuesto del *prestador de servicios* se encuentra el *empresario innovador* tal como lo vimos construirse aquí. Se trata de un actor que reúne, por un lado, capitales y, por el otro, mediante diversos tipos de contratos (arrendamiento de la tierra, asociación con el propietario, etcétera), logra disponer de un volumen importante de hectáreas que él entonces "gerencia". Puede o no poseer una parte de las tierras que explota. Uno de los tres hijos del dirigente aapresidista que citamos anteriormente explota en total unas 10.000 hectáreas, repartidas en diferentes sectores de la provincia de Entre Ríos y Santa Fe, sin ser propietario de ninguna. A su lado podemos reconocer un perfil como el de Gustavo G. quien, según sus propios dichos, es propietario de tan sólo el 20% de las tierras que gerencia (ciertas fuentes periodísticas calculan incluso que este porcentaje apenas alcanzaría el 10%). En la mayor parte de los casos, se trata de grandes explotaciones cuyas parcelas se distribuyen en tres cuartas partes de la geografía productiva del país, con el fin de "repartir" los riesgos en cada ciclo agrícola.

Bastante cercano al *empresario innovador*, es posible reconocer una tercera figura: el *administrador*. Este actor, que ha sido bien caracterizado por la literatura sociológica, no es propietario de las tierras que gerencia; objetivamente es un asalariado de alto nivel (un cuadro) que presta sus servicios a una empresa agrícola, un *pool* de siembra⁴⁰ o a las grandes sociedades anónimas internacionales⁴¹.

Generalmente diplomados en una facultad de agronomía y con una maestría en agronegocios, el *empresario innovador* y el *administrador* asimilaron con éxito la última evolución del modo de *management* agropecuario. Mayoritariamente, perte-

³⁸ L. GEOCHEGAN, M. GIACOBBE y S. LORENZATTI: *op. cit.* 2002, § 3.1.1.

³⁹ Un nodo importante es aquel en donde: se crean dinámicas económicas, se producen "buenas ideas"; se influye, a partir de una determinada lectura de una situación, sobre el resto de los miembros de la red; se filtra la información que va a ser distribuida en la red, etc.

⁴⁰ M. POSADA, M. MARTINEZ DE IBARRETA: "Capital financiero y producción agrícola: los 'pools' de siembra en la región pampeana", *Realidad Económica*, N° 153, 1998, p. 112-135.

⁴¹ Eduardo AZCUY AMEGHINO: *Trincheras en la historia: historiografía, marxismo, debates*, Buenos Aires, Imago Mundi, 2004. Eduardo BASUALDO: "Los grupos de sociedades en el agro pampeano", *Desarrollo económico*, N° 143, 1996, p. 809; BASUALDO: *op. cit.* 1995; BASUALDO y KHAVISSE: *op. cit.* 1993.

necen a familias que ya tenían una relación productiva con el sector rural y, en este sentido, se puede decir que la posición directiva alcanzada se fue construyendo gracias al aporte conjunto de un importante capital social, económico y cognoscitivo. Ambos basan su gestión en la "red de contratistas", ahorrando o disminuyendo fuertemente la inversión de capital fijo (fundamentalmente grandes maquinarias y equipos especializados) y reduciendo costos mediante la tercerización de la mano de obra⁴². El capital financiero juega un rol mayor en la medida en que permite el famoso "cambio de escala", el cual traducido a la práctica significa, por ejemplo, pasar de una empresa tipo "familiar" mediana de 1.000 a 3.000 hectáreas a una mega explotación –así, Gustavo pasó de tres mil quinientas hectáreas a nueve mil en los años ochenta y, diez años más tarde, a más de cien mil hectáreas⁴³.

En último lugar observemos al *productor-contratista*: es propietario de toda o de la mayor parte de las tierras que trabaja pero, para terminar de amortizar la compra de un tractor o para aprovechar al máximo sus equipos y su personal, siembra o cosecha para un tercero de la zona. Los productores del *grupo Cristóbal*⁴⁴, de la provincia de Entre Ríos, entran en esta categoría: propietarios de explotaciones medianas (entre 500 y 3.000 hectáreas), alternan distintas actividades (agricultura, ganadería, tambo, etcétera) y consagran un determinado capital a la compra de maquinarias y equipamiento. En general, el volumen de tierras a gerenciar resulta, en un primer tiempo, de la herencia familiar; las figuras legales tradicionalmente utilizadas por el grupo parental son la de *empresa familiar* o la de *sociedad de hecho*. En un segundo tiempo, dicha superficie puede extenderse gracias al arrendamiento o a la asociación con otros productores de la zona. Estas explotaciones combinan, en proporciones variables, mano de obra familiar y asalariada. Su economía familiar depende de las ganancias obtenidas de la explotación, a las que generalmente se adicionan otras derivadas de una actividad comercial (venta de productos agrícolas) o profesional (de los distintos integrantes del grupo familiar).

Estos pocos elementos bastan para constatar que se trata de actores tan lejanos de la figura del *campesino* como de la del *terrateniente* o el *gran empresario innovador*⁴⁵. A diferencia de estos últimos, el *productor-contratista* no describe su actividad en térmi-

⁴² Gustavo Grobocopatel explica en ese sentido: "(...). Por ejemplo, los ingenieros agrónomos que trabajaban con nosotros en relación de dependencia en la producción se desvincularon y formaron su pyme, que es proveedora de servicios de gerenciamiento agrícola a la red. Tratamos de tener cada vez menos gente en relación de dependencia y más pymes asociadas a la red". Grobocopatel, 2004b (op. cit.).

⁴³ Horacio ORDÓÑEZ y J. NICHOLS: "Caso Los Grobo", UBA-Universidad de Texas, 2003, p. 34.

⁴⁴ Durante el año 2005, realizamos un trabajo de campo que consistió en seguir la actividad de este grupo de productores con el fin de comprender, por un lado, su cotidianeidad y, por el otro, contrastar el modelo propuesto por Aapresid y la práctica productiva de actores caracterizados por la sociología rural como "productores familiares medios".

⁴⁵ Para una discusión sobre la clasificación de las explotaciones y/o productores en la Argentina ver: desde el punto de vista sociológico, GORI, *op. cit.*, 1952 y 1986; antropológico, Hugo RATIER: "¿Campesinos en la Argentina? Aproximaciones antropológicas", III CALAAR, UBA-UNC-NADAR, 2004; Roberto RINGUELET, S. ATTADENO, C. SALVA y A. ARCHENTI: "Tiempo de medianero", *Ruralia*, FLACSO, N° 3, 1992, p. 79-94. En el marco de un debate marxista a partir del concepto de clase, Azcuy AMEGHINO: *op. cit.*, 2004; Miguel MURMIS: "Tipología de pequeños productores campesinos en América Latina", *Ruralia*, FLACSO, N° 2, 1991, p. 29-56 y "Algunos temas para la discusión en la sociología rural latinoamericana: Reestructuración, desestructuración y problemas de excluidos e incluidos", *Ruralia*, FLACSO, N° 5, 1994, p. 43-68; MURMIS, C. CEPEDA y M. PRESICO: *Tipos de capitalismo y estructura de clases - La formación de la sociedad argentina*, Buenos Aires, La rosa blindada, 1974; MURMIS: "Agro argentino: algunos problemas para su análisis", en N. GIARRACA y S. CLOQUELL (bajo la dirección de): *Las agriculturas del Mercosur. El papel de los actores sociales*, Buenos Aires, La Colmena, 1988.

nos de "gerenciamiento" ni a su explotación a través de las nociones de "red de redes" o "holding", sino que sigue recurriendo a las conocidas categorías de "productor agrícola", "tamero" o "ganadero". Esto no significa que una buena parte de ellos no practique una versión simplificada del "espíritu empresarial" señalado por los dirigentes aapresidistas, sumando a las tierras de su propiedad otras arrendadas, y que no integre a *prestadores de servicio* en su manejo de la explotación (contratando, por ejemplo, el transporte de su producción hasta el puerto o la pulverización). No obstante la presencia de elementos en común con el perfil del empresario innovador, no se puede decir que este productor gestione su explotación poniendo en acción estrategias de integración vertical y horizontal, organizando su funcionamiento bajo la dinámica de red (con sus nodos, etcétera, lo que supondría una importante inversión en infraestructura "inmaterial" con una fuerte presencia de las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación), desarrollando una pluractividad transectorial, entre otros rasgos centrales (cf. sección precedente).

Ciertamente, en el plano imaginario estos hombres aspiran a "dar el salto", cambiar de escala y jugar en la "cancha de los grandes". En muchos casos, acuerdan el mismo valor al conocimiento, en su versión ciencia y técnica, que los empresarios innovadores y, en consecuencia, introducen poco a poco cambios en su modo de administrar la explotación. Aunque tímidamente, también comienzan a construir una relación más mediada con "la tierra": es posible constatar en las entrevistas que su ambición no es tanto la de comprar nuevas tierras sino más bien la de aumentar la superficie que gestionan. Un signo de esta situación es la repetición de relatos sobre tal o cual empresario que, mediante el "robo"⁴⁶ de parcelas en alquiler, estaría acaparando las mejores tierras de una región o provincia. En este sentido manifiestan una creciente preocupación: las parcelas en alquiler se hacen cada vez más escasas, lo que repercute evidentemente sobre el precio de la hectárea. Es evidente que para estos productores el *empresario innovador* funciona como su *alter ego* pero el capital necesario para "jugar en primera división" (*sic*) no los acompaña; esperan pues, pacientemente, hasta que las condiciones materiales les sean más favorables.

Paradigma... ¿y revolución?

De un eslabón a otro de la cadena, encontramos, diversamente combinados, el capital financiero, fijo y rentístico, la propiedad de la tierra, el conocimiento. Del *prestario puro* hasta el *empresario*, pasando por las figuras mixtas del *administrador* y del *productor-contratista*, cada categoría reinvierte estos elementos en distintas proporciones y dinámicas productivas. ¿Cómo es leído este mapa socio-productivo en clave Aapresid? Nuevamente aquí es central el rol jugado por la construcción de "los sin tierra" puesto que gracias a ella logran superar esta fragmentación social. En efecto, la igualdad de estos actores está dada por el hecho de enfrentarse al mercado unidos de las mismas condiciones: ser capaces de generar "conocimiento, una

⁴⁶ La idea de "robo" remite aquí a la práctica de ofrecer más quintales de soja por un campo que ya está en arriendo. De este modo, se logra convencer al propietario de que cambie de "arrendatario" y se suman así nuevas hectáreas para su explotación. En el caso de la provincia de Entre Ríos, en el 2005 el precio oscilaba entre 7 y 12 quintales de soja por hectárea, variando en función de la presión oferta/demanda y de cuán buena para la agricultura fuese la zona.

buena idea", dejando como factor secundario la cualidad de "propietario" del campo. Aún considerando los extremos de esta cadena, tanto el *prestario de servicios* como el *empresario innovador* son individuos que comparten el hecho de ser un "sin tierra" en la medida en que ambos logran armar su "negocio" más allá de la parcela que se tiene efectivamente en propiedad. Así interpretado el nuevo paisaje rural, *todos* son, en igual medida, empresarios y la posición de "ganador" se *conquista* gracias a la capacidad individual de innovar ("gestión del conocimiento"). En esta definición de la realidad se oblitera tanto la condición social de "heredero" (o no) de un pedazo de tierra (grande o pequeño), como la disponibilidad objetiva de un capital sociopolítico (red de amigos/conocidos) y la del capital financiero (disponibilidad para invertir), entre otras cosas.

Dos hipótesis centrales sustentan esta lectura (o, como prefieren decir los miembros directivos de Aapresid, "paradigma") del nuevo empresariado rural. La primera, implica que la propiedad de la tierra es un factor secundario con respecto a la posesión del conocimiento (la hemos llamado *subordinación de la relación de propiedad de la tierra*); la segunda hipótesis supone que el sistema no tiene ya como eje a la producción sino a los servicios. En definitiva, "todos somos dadores de servicios", están diciendo en sus múltiples locuciones los representantes de la Asociación, ya sea en los Congresos nacionales, en la revista, en su programa de radio "Darse cuenta", etcétera. "Todos somos empresarios", desde el que vende combustible para los tractores de SD, hasta el gerenciador de 200 mil hectáreas, pasando por los ingenieros agrónomos, los veterinarios, los sembradores, cosechadores, fumigadores y los mil y un prestatarios que aún no han desembarcado en estas tierras/nichos a conquistar. ¡Incluso una antropóloga, como es nuestro caso, puede aspirar a un lugar en esta nueva ruralidad! Así nos lo explicó uno de nuestros entrevistados, Ciro R., miembro fundador de Aapresid, para demostrar que otra lógica de trabajo gobernaba de ahora en más el mundo agrícola. Alguien tan ajeno a este universo como una investigadora en ciencias sociales podía pensar en montar una prometedora empresa de "delivery de comida para los nuevos actores":

"Mayormente, [antes] la gente trabajaba en una estancia. La gente vivía en el campo, los peones se iban a la mañana, venían a comer [al mediodía], daban una vuelta a la tarde. Ahora, esto [nuevo modelo productivo] ¿qué hace? Que una sembradora esté acá, otra en otro lado. Uno cosechando allá, otro en otra parte. Y esa gente tiene que comer: entonces el tipo va, se hace 50 km para buscar el asado, el pan, gasta combustible, tiempo, etcétera. Entonces, mejor, tenés un teléfono, pedís: -mira, para cuatro [personas]. Elegís el menú, comen a la una... Y un servicio, más tarde, te trae la cajita con la comida que vos elegiste. Ahora fijate, una cosa así, la cantidad de gente que hay alrededor, es el equivalente a ¿cuántos restaurantes, a cuántas comidas? [Antes], se pagaba muy caro, porque la gente, dice: -quiero comerme un asado; entonces, más o menos, a raíz de un kilo por tipo. (...) y la gente come mal, come siempre lo mismo. Vos, por ejemplo, le podés poner un servicio mucho mejor: un *delivery*."

La noción de *paradigma* avanzada por Aapresid⁴⁷ comporta "una determinada visión del mundo" cuyo contenido es innovador y, por lo mismo, llaman a "darse

⁴⁷ Ver las ponencias del XIII Congreso cuyo lema fue "El futuro y los cambios de *paradigmas*", agosto de 2005, en particular ver: "Derrumbar mitos para aplicar nuevos paradigmas e innovar en la sociedad del conocimiento", Víctor TRUCCO; "Impulsar el cambio de paradigma", Héctor ORDOÑEZ y "Hay que incorporar el ser en el hacer", Enrique DI LUCCA.

cuenta" de que hay que "desafiar" los antiguos parámetros con los que se definía la realidad. Según la dinámica de sustitución paradigmática, este proceso supone una revolución puesto que se trata de un cambio total de un sistema a otro. En otras palabras, no hay negociación posible entre mundos que compiten por existir en un mismo espacio-tiempo. Entre la Sociedad Rural, la Federación Agraria Argentina, el Movimiento de Campesinos de Santiago del Estero y la Asociación Argentina de Productores en Siembra Directa difícilmente pueda existir una comunión de visiones sobre el sector rural sencillamente porque los moldes utilizados para hacer "la torta agropecuaria" (*sic* Gustavo G.) no coinciden. De hecho, los *empresarios innovadores* aapresidistas, últimos actores en entrar a escena con esta identidad colectiva, tienen razón en hablar en términos de "paradigma" pues lo que está en disputa es su capacidad para imponer otra receta y, sobre todo, otra repartición de esa abultada y apetitosa "torta".

Para terminar con la fórmula "los sin tierra", diremos que ella tiene un doble mérito. No sólo expresa una cierta realidad productiva (pues señala la subordinación de la propiedad de la tierra, una nueva división del trabajo –con una proliferación de los servicios, un rentismo productivo, etcétera–, una fuerte presencia del capital financiero y un rol creciente del conocimiento como factor productivo y como marco ideológico), sino que, además, subraya una paradoja del proceso de globalización: "los sin tierra" se encuentran tanto dentro como fuera del sistema. En efecto, es posible constatar que la dinámica capitalista actual genera tanto los "sin tierra" gerenciables/productores/prestatarios como "los sin tierra" en su sentido originario, es decir, los excluidos y/o despojados de sus parcelas (campesinos y/o pequeños productores quienes, obligados a vender sus campos, no pudieron reconvertirse en algunas de las otras ramas del sector agrícola sino que lo abandonaron, empobrecidos), en donde la "inmaterialidad" producto de la desterritorialización asume caras bien distintas en el orden de lo social.

Tercer eje: filiación a la sociedad del conocimiento

*"Conocimiento, el mejor fertilizante para la soja"*⁴⁸

En el mapa imaginario construido por estos nuevos agentes socioeconómicos, elementos como la *red de redes*, la *subordinación de la propiedad de la tierra* y su complementario *la capacidad gerencial* adquieren todo su potencial al hacerlos jugar en el nuevo modelo societal al que ellos aspiran: "la sociedad del conocimiento". Al describir su perfil productivo insisten sobre el espíritu abierto y la confianza en el futuro, la valorización de las innovaciones tecnológicas, la dependencia de su actividad con respecto al avance de la ciencia. Todos nuestros interlocutores han subrayado la importancia del conocimiento como factor dinamizante de la actividad agrícola, llegando incluso a reconocerle la misma importancia que a un fertilizante, un herbicida o un tractor. Así, en una de sus presentaciones, Gustavo G. explicaba a su auditorio que "en los últimos años, muchos propietarios o contratistas [*ie*, los "sin tierra"] entendieron que el conocimiento es un insumo indispensable para obtener cultivos

⁴⁸ Gustavo GROBOCOPATEL: 2004c (op. cit.).

competitivos y esto se ve en las ecuaciones económicas, donde el valor de la tierra va perdiendo importancia en la misma medida que se valoriza la administración y conducción del cultivo". En otras palabras, "aquí hay menos efecto naturaleza y más efecto conocimiento en el componente de la producción de la Argentina"⁴⁹.

La llamada *revolución verde* mostró con creces a los productores agropecuarios que la ciencia podía jugar un rol central en el manejo de las explotaciones. Sin embargo no es en ese registro que hunde sus raíces la convicción científicista que exhiben los miembros de Aapresid. Dicha adhesión se inscribe, más bien, en un postulado cuyo horizonte desborda el mero sector agropecuario para alcanzar al conjunto de la sociedad: capitalismo cognitivo, sociedades del conocimiento, economía postfordista... he aquí algunos de los epítetos utilizados para significar que, en la nueva configuración, el principal motor es el conocimiento. Este debate transdisciplinario sobre el rol del conocimiento, en el que se confrontan diversas miradas sobre lo político, lo social y lo económico⁵⁰, no ha sido aún clausurado. No tenemos espacio para desarrollar esta controversia aquí, pero no podemos dejar de interrogarnos acerca del tipo de "recuperación" que hacen los *empresarios innovadores* respecto de la misma en función de su proyecto particular y de su práctica socio-productiva. En este sentido parece pertinente examinar en detalle la manera en que construyen su propia referencia a la "sociedad del conocimiento", a través de la cual logran percibirse como asumiendo, por ejemplo, un rol de liderazgo en tanto "pastores del conocimiento"⁵¹. Como es sabido, todo "pastor" no solamente practica su fe sino que fundamentalmente la predica, buscando convertir a los infieles. En tal sentido, al postularse como "pastores" cuya prédica articula discurso y práctica, se posicionan en tanto vanguardia de aquella sociedad naciente y guías "responsables" para que sus conciudadanos logren entrar con éxito en el nuevo capitalismo gobernado por la lógica cognitiva. Con el objetivo de restituir la particular conceptualización de la *sociedad del conocimiento* ensayada por estos *empresarios innovadores*, presentaremos a continuación tres modalidades de reapropiación del factor conocimiento a través de las cuales observaremos cómo construyen la doble dimensión material y simbólica del escenario en el cual desplegarán su accionar protagónico.

Tres manifestaciones innovadoras del conocimiento: formaciones, medios de comunicación y emprendimientos biotecnológicos

Desde la explotación agropecuaria hasta las manifestaciones colectivas, pasando por los múltiples espacios que organizan la vida rural (ExpoChacra, Feriagro, la Exposición de la Sociedad Rural, etcétera), es posible identificar diversas traducciones de esta fascinación por el conocimiento que tienen los voceros de Aapresid. En primer lugar, subrayemos el incontable número de seminarios, coloquios, formaciones post universitarias, congresos, espacios de capacitación, etcétera, destinados al socio aapresidista, quien es llamado a renovar incesantemente su formación,

⁴⁹ Gustavo GROBOCOPATEL: 2004c (op. cit.).

⁵⁰ H. NOWOTNY, P. SCOTT y M. GIBBONS: *Re-thinking science. Knowledge and the public in an age of uncertainty*, 2001, Polity Press and Blackwell. Carlo VERCELLONE (compilador): *Sommes-nous sortis du capitalisme industriel?* París, La Dispute, 2003. Valeria HERNÁNDEZ: 2005 (op.cit.).

⁵¹ Gustavo GROBOCOPATEL: 2004b (op. cit.).

conforme avancen la ciencia y la técnica. Según el nuevo paradigma, el éxito en la gestión depende del saber agronómico, técnico y de *management* aplicado por el empresario. En este marco, una noción que aparece regularmente, y que por momentos adquiere cierta connotación mágica, es la de "agronegocios". Al respecto, Santiago L. escribe en su tesis:

"En este contexto, sólo serán competitivos en la globalización aquellos emprendedores capaces de innovar organizacionalmente a partir de distintas redes de contratos informales y formales. Esta es la forma en que en los agronegocios actuales se construye competitividad" (op. cit., apartado 3.1.1 § 6 y 7).

De un modo general, encontramos a los dirigentes de la Asociación como promotores de maestrías en agronegocios, formadores de *pools* de inversores en agronegocios, promotores o invitados en programas de televisión dedicados a los agronegocios⁵² y esta lista podría continuarse aún más. En este concepto parece realizarse, a la manera de los *empresarios innovadores*, la unión tan deseada entre el campo y la industria: se trata de los "negocios" realizados en el sector "agro" a través de los cuales esta burguesía rural se reserva un rol de primer plano. Aunque no podamos profundizar mucho más aquí sobre esta noción clave del nuevo paradigma, queremos sí subrayar que ella contiene uno de los principios centrales del accionar innovador, esto es: traspasar las fronteras clásicas de los sectores y ramas de actividad. Las consecuencias de este cambio son múltiples y con signo diferencial (positivo/negativo) para las distintas categorías sociales presentes en el sector agropecuario.

Mencionemos ahora un segundo tipo de manifestaciones en las que Aapresid integra el conocimiento como una suerte de icono identitario: en el stand que arman en ocasión de las ferias rurales anuales (Feriagro, Exprochacra...) o como slogan de un congreso anual ("La hora del *empowerment* o el poder del conocimiento")⁵³, de una mesa redonda, de un artículo periodístico, etcétera, este factor sirve como referente para establecer la comunicación con "la gente", siendo el mediador simbólico sobre el que se construye la relación con el "afuera". Estos empresarios han llegado incluso a poner en el aire un programa radial en una importante emisora (Continental), llamado *Darse cuenta*, cuyo objetivo es, según nos explicó en una entrevista el dirigente fundador Antonio M., establecer un diálogo con la sociedad para explicar las ideas de Aapresid, transmitir (predicar) su "visión" del mundo agrícola, su "paradigma".

Pero, si se quiere medir el peso efectivo otorgado por los directivos de la asociación al factor conocimiento es preciso detenerse, en tercer lugar, en un hecho social mayor: la fundación de una empresa de biotecnología Bioceres SA. El conocimiento aparece aquí ubicado en el nivel más alto de la escala de valores y se convier-

⁵² Informe sobre agronegocios, Diego Taraborelli, mimeo, 2006, UNGS.

⁵³ Para dicha ocasión, la asociación invitó a figuras prestigiosas del mundo científico (INTA, Conicet y Universidades a nivel nacional y, de la comunidad internacional vinieron, desde los EE.UU., un profesor de la Universidad de Harvard y desde Francia, un investigador del CNRS), quienes hablaron del "poder del conocimiento" como instrumento aplicado a la producción, dentro de los argumentos sostenidos por la corriente teórica que plantea el advenimiento de una Sociedad del Conocimiento o del "tercer capitalismo". El modo en que este arsenal teórico es reapropiado por estos empresarios y reinvestido dentro de la lógica productiva que ellos proponen merece, por sí sólo, un análisis a parte que excede los objetivos del presente artículo.

te en el motor de una máquina bastante compleja ya que están implicadas en su estructura diversas esferas y lógicas sociales. En el 2002, un grupo de 43 socios se convirtieron en "inversionistas" de esta empresa, aportando financiamiento a programas de investigación en biotecnología vegetal. Estos programas científicos se realizan en laboratorios del sector público, por lo cual fue necesario establecer convenciones entre Bioceres SA y los institutos a los cuales pertenecen dichas unidades de investigación en biología molecular y biotecnología. Los productores que decidieron invertir en esta empresa de "gerenciamiento del conocimiento", como la presenta uno de los biólogos del *staff* técnico en una entrevista, serán licenciatarios exclusivos de las patentes. Si confiamos en las cifras que actualmente barajan los pioneros de Bioceres SA, la empresa es todo un éxito: aunque todavía no haya resultados científicos patentados, las acciones compradas en el 2002/3 a 600 dólares, ¡dos/tres años más tarde valían 15.000!

Invertir en granos, invertir en cerebros... o de cómo gerenciar una empresa en la lógica del capitalismo cognitivo

Antonio M., miembro del consejo directivo de este emprendimiento cuenta el nacimiento de la idea. Así, explica que como Aapresid es una asociación sin fines de lucro, no se podían desarrollar aquellos proyectos que sus miembros más innovadores fueron concibiendo a través de su práctica cotidiana, en la que se entrecruzaban el conocimiento técnico y científico, el *savoir-faire* del agricultor y la disponibilidad de dinero que los buenos años del precio de la soja les habían dejado. Entonces, se vieron obligados a "salir" del marco asociativo y crear otro espacio que les permitiese desplegar completamente su capacidad inventiva. Antonio M. define Bioceres SA como "una empresa creada por empresarios agrícolas innovadores, con el objetivo de establecer un puente entre el sector público y el privado para realizar proyectos científicos, a través de los cuales se obtengan productos vegetales destinados al mercado".

Este desarrollo empresarial permite iluminar el modo en que lo social actúa sobre el marco normativo: cuando los productores se chocan con los límites impuestos por la lógica asociativa, desinvisten este espacio para instituir uno nuevo, definitivamente ligado al mercado, fundando Bioceres SA. En este relato vemos afirmarse un poco más el perfil de ciudadano de la nueva sociedad del conocimiento. La operación de creación de Bioceres SA supuso la articulación de tres campos sociales diferentes, con sus lógicas y sus actores: el sector rural, con los socios de Aapresid que participaron en esta creación (fundando la idea, comprando acciones, sosteniendo el proyecto, etcétera); el sector científico público, a través de los investigadores del INTA y del Conicet que aceptaron trabajar bajo el gerenciamiento de Bioceres SA; y el sector estatal, a través de sus institutos científicos y del personal administrativo que asumió la construcción del marco normativo-legal.

Con Bioceres SA estamos resueltamente frente a una típica empresa del "tercer capitalismo", ejemplo de la "economía basada en el conocimiento"⁵⁴: no hay cadena

⁵⁴ Yann MOULIER-BOUTANG, en VERCELLONE: 2003 (op. cit.).

de producción sino reuniones de trabajo; no hay capataz ni supervisor, porque no hay obreros sino gerenciadore de conocimiento y prestatarios de servicios; la producción es tan importante como la circulación, la cual se realiza a través de la organización de nodos en red. El negocio pasa por encontrar quién hace qué, dónde y cómo. La empresa administra los diferentes saberes y los orienta de quienes los poseen/generan hacia quienes los necesitan/consumen. Así, por ejemplo, no tiene laboratorios propios, ni empleados, ni aparatos sofisticados (y caros) sino que su "nicho competitivo" pasa más bien por saber elegir los proyectos de investigación que puedan interesar a los productores-inversores, por identificar los equipos científicos capaces de llevar adelante esos programas de investigación y por armar el edificio legal (convenios de investigación, contratos, etcétera) con los institutos públicos en los cuales esos equipos trabajan.

Se trata de toda una ingeniería basada en el *management* de una "red" por la que fluye capital económico, social y cognitivo. En palabras del director científico de la empresa, accionista y miembro del consejo directivo:

"Lo interesante acá es que los productores demandan sus necesidades; los investigadores argentinos las realizan; y después los mismos productores son los que van a consumir el producto; es decir, que la cosa cierra." (entrevista, 2005)

Efectivamente, "cierra" la articulación entre la oferta y la demanda, pero también "cierra" el "puente" entre el mercado y la ciencia que estos empresarios están construyendo. Gustavo G. vaticinará al respecto: "Una semilla en el laboratorio, una tonelada en el campo", frase que muestra a las claras el espíritu con el cual se inicia la incursión de estos productores en el sector de las biotecnologías.

La experiencia Bioceres SA constituye el primer capítulo del libro que "los sin tierra" y "pastores del conocimiento" están escribiendo; el segundo, relata la asociación de esta empresa y la filial "biotec" de un gran laboratorio farmacéutico argentino, a la que se sumará una agencia de investigación del Estado, para dar lugar a un instituto privado de productos biotecnológicos: Indear. Se da así un paso adelante en la lógica de "la sociedad del conocimiento" y "la red de redes" ya que, si en Bioceres SA sólo se trataba de "gerenciar proyectos de investigación", aquí además se deberán coordinar empleados directos e instalaciones. En efecto, Indear tendrá laboratorios propios, científicos trabajando bajo contrato, directores y veedores por parte del Estado. La concepción de este instituto forma parte de la misma dinámica que consiste en articular diferentes redes y esferas de interacción, dando lugar a un espacio *híbrido*. Producto de la intersección de tres dimensiones (productiva, científica y normativa), dicho espacio logra la integración de, al menos, dos lógicas de sociabilidad (la privada y la pública) y moviliza un conjunto bastante ecléctico de actores⁵⁵ y de intereses (obviamente los económicos, pero también pedagógicos –"formar tecnólogos", nos dijo un científico en una entrevista– y políticos –"crear un polo biotecnológico que pueda hacer frente al desarrollo brasileño", nos explicó un funcionario argentino).

⁵⁵ Los actores "clásicos" (investigador, funcionario, productor) pero también aquellos cuyos perfiles son resultado de "cruzamientos" inventivos de antiguos rasgos (investigador consejero empresario, un funcionario investigador, un productor científico, etc).

De empresarios rurales a ciudadanos pioneros de la sociedad global del conocimiento

Aunque aún quede mucho por presentar y analizar sobre ambos emprendimientos, por razones de espacio, detendremos aquí nuestro desarrollo⁵⁶. Concluiremos este apartado, entonces, abordando algunas cuestiones que ellos permiten iluminar en relación con el último elemento identitario que aquí propusimos deconstruir: la adscripción a la sociedad del conocimiento. En primer lugar, estos emprendimientos ponen en escena personajes que no podemos ya identificar completamente a la figura de agricultor. Se trata, en efecto, de personajes cuyo *métier* ha evolucionado de tal manera que desborda definitivamente las antiguas fronteras que circunscribían al "sector agrícola". En segundo lugar, permiten observar cómo el valor acordado al factor conocimiento se traduce materialmente (creación de las empresas), simbólicamente (creación de una filiación) e ideológicamente (legitimación de la norma tecnocientífica). En tercer lugar, vemos desplegarse iniciativas sociales que ponen en juego fundamentalmente dos características: la *flexibilidad social* y la *polivalencia cognitiva*. Retomaremos a continuación cada uno de estos tres puntos.

Estos *empresarios innovadores* ejercen un *métier* que desborda las fronteras tradicionalmente atribuidas al sector rural. En el espacio de comunicación así reconfigurado se posicionan como actores centrales y aspiran a ser reconocidos por sus pares en virtud de las dinámicas "ultramodernas" que han incorporado a los "agronegocios". En este sentido, las nuevas empresas de biotecnología deben ser consideradas como producciones sociales coherentes con el tipo de identidad empresarial reivindicada por los "sin tierra", ricos sin embargo en capitales e ideas, constituyendo formas de inscribir el valor conocimiento en su práctica-prédica. En efecto, es porque conciben su actividad como transversal, investida en las diversas ramas productivas y porque no se limitan al sólo sector agrícola, sino que integran verticalmente la cadena productiva, que estos hijos y nietos de "colonos" y "gringos", se convierten en el prototipo de los agentes de la sociedad del conocimiento. Dentro de esta lógica resulta totalmente legítimo invertir ya sea en el cultivo de soja, en la compra de un molino o en la creación de una empresa biotecnológica. No es por la pequeña ventana del sector agropecuario que miran su futuro, sino por la mega puerta del ADN, estudiado en los laboratorios que ellos financian. Aunque "la tierra" no sea su base fundamental de apoyo, es allí donde hacen pie para saltar más alto y más lejos, para *surfear* más rápido y más fluidamente en su mundo-red globalizado.

Segundo punto: ¿cómo revolucionar el campo e instaurar durablemente el nuevo paradigma en el cual el conocimiento es *al mismo tiempo* un bien material, simbólico e ideológico? Dentro del espacio imaginario en el que se mueven estos pioneros, la soja no es simplemente un producto primario sino uno de los "nodos", y no uno menor, de la red económico-social que construyen. La soja participa en él en tanto "emblema" pues resume, en su materialidad, elementos centrales del capitalismo cognitivo. Esta semilla es el resultado de una inversión considerable en capital finan-

⁵⁶ Para un análisis más extenso ver publicación prevista para el 2008 "Biotecnología, agronegocios y liderazgos: las nuevas quimeras pampeanas".

ciero, en saber científico y técnico, en estrategia comercial, todo ello dentro de la mecánica de globalización del mercado. No es sino en el marco de tal sistema que las afirmaciones como las que siguen encuentran su pleno sentido:

"La soja es la aliada de todos. La soja ha traccionado a toda la industria. Acá no es más 'el campo o la industria'; es 'el campo y la industria', y la soja es el emblema. ¿Por qué la soja es competitiva? Porque se hicieron innovaciones tecnológicas y organizacionales. La competitividad de la soja no depende del tipo de cambio ni del precio internacional, porque antes de que aumentara era competitiva⁵⁷".

Aquí, la afiliación a la sociedad del conocimiento está claramente reivindicada; pasa por el rol capital jugado por los saberes, sean éstos científicos, técnicos u organizacionales. En otras palabras, no se está ya frente a un mercado "clásico", donde se trata de la tasa de cambio o del precio internacional, sino frente a un nuevo mercado que obedece a la lógica del capitalismo cognitivo⁵⁸, en donde el valor es creado por el conocimiento. Una función importante que resulta de la inscripción en este linaje es que permite posicionarse en un modo de comunicación alternativo al fundado por los *terratinentes* quienes, según los nuevos actores, son portadores de una representación conservadora, corporatista y elitista del sector. Con esta pertenencia al mundo de las innovaciones, estos nuevos empresarios se autoexceptúan de demostrar su *pedigree* ya que el conocimiento no es un bien que se hereda sino algo que cada uno cultiva y, eventualmente, acumula al utilizarlo: cuanto más se hace uso de sus conocimientos más se aprende y, en consecuencia, se los multiplica. De todo esto resulta un espacio de significación que compite con aquel de los clásicos grupos de poder del campo argentino: la legitimidad social de los actores no reposa ya sobre valores tradicionales (recordemos la divisa de la sociedad rural argentina "cultivar el suelo es servir a la patria") sino que se basa en la implicación en esta sociedad que se va instalando con el tercer milenio, portadora de valores definitivamente laicos y democráticos como la ciencia, la técnica y el mercado para todos.

En esta misma línea argumental, insisten en el carácter "democrático" que tendría el hecho que los "sin tierra" puedan convertirse en productores exitosos, tanto como quienes, por ser herederos, poseen de antemano la base material sobre la cual construyen su logro. Gustavo G. irá hasta el punto de declarar, en el mismo momento en que la exclusión económica y social llegaban a una de las tasas más elevadas de los últimos 20 años, que:

"Muy pocos saben que la Argentina tiene el mercado de tierras y el mercado de servicios más desarrollado del mundo o que tiene uno de los sistemas más democráticos de movilidad social en el campo: una persona sin tierra puede sembrar porque alquila, ya que hay un mercado de tierras"⁵⁹.

Evidentemente su universo de referencia se encuentra más bien en la burguesía emergente, a la cual él pertenece, que en los miles de productores "desplazados"

⁵⁷ Gustavo GROBOCOPATEL: 2003 (op. cit.).

⁵⁸ Carlo VERCELLONE (compilador): 2003 (op. cit.).

⁵⁹ Gustavo GROBOCOPATEL: 2003 (op. cit.).

de sus explotaciones, para quienes la movilidad, si se puede hablar de movilidad, significó una caída estrepitosa en la escala social⁶⁰.

En la construcción de este espacio de significación colectivo, la norma tecnocientífica juega un rol central de legitimación ideológica:

"La soja y el campo argentino son el primer sector en entrar en la sociedad del conocimiento. Entonces, nosotros no tenemos que ver la soja como el cuco, como la causa de nuestros males, sino como fuente de inspiración"⁶¹.

Así establecida la interdependencia entre la soja y el ingreso al mejor de los mundos por venir, ¿cómo no considerarla un "*emblema*", una *causa nacional*", el "*Maradona de todos*" (*sic*)? En otras palabras, al orientar el debate sobre el "modelo sojero" hacia la cuestión moral (es algo bueno o malo) se explicita su dimensión ideológica: la soja transgénica es un producto de la tecnociencia, ello la hace intrínsecamente buena; por lo tanto, ¿cómo no suscribir las políticas que la sostienen (a ella y a quienes la cultivan, la venden, la promueven)?

Estableciendo así la legitimidad del sistema productivo "innovante" sobre la base de esta norma, los empresarios sustraen del debate público el contrato social que lo acompaña: es sobre el solo registro científico y técnico que se desarrollan los argumentos, se conduce el razonamiento, se intentan clausurar las controversias generadas en la sociedad respecto de los beneficios/perjuicios ligados a este sistema socioproductivo. *A contrario sensu*, las instancias representativas de los que "perdieron" (los 150.000 productores a los que se refirió Gustavo G. en cita anterior) intentan, razonablemente, reintroducir sistemáticamente en la discusión la reflexión sobre las consecuencias sociales, políticas y medioambientales implicadas en el nuevo "paradigma". Es en este sentido que deberíamos reinterpretar la controversia sobre "una agricultura *con/sin* agricultores": ella pone el eje en los actores, llamando a debatir sobre el modelo agrícola bajo el ángulo socio-político.

Para terminar, los emprendimientos biotecnológicos ponen en evidencia dos características originales movilizadas por sus fundadores: la *flexibilidad social* y la *polivalencia cognitiva*. En efecto, se necesita una indudable capacidad de adaptación (flexibilidad) para transitar exitosamente por todos los campos sociales involucrados en estos emprendimientos: de la explotación-empresa a la asociación; de allí a una comisión nacional de reglamentación de los transgénicos; luego, presentar una comunicación en un congreso científico de biotecnología vegetal; al día siguiente, dar una conferencia en una universidad norteamericana; más tarde, convocar a los socios de Aapresid para presentar el plan de inversión de un nuevo proyecto biotecnológico; la semana siguiente, jornada experimental a campo en España para enseñar y difundir la siembra directa...

Las agendas son complejas, los contextos nacionales varios y los ámbitos de intervención múltiples. En todos los casos, se trata de una práctica que, ante todo,

⁶⁰ C. CRAVIOTTI y C. GRAS [2006]: "De desafilaciones y desligamientos : Trayectorias de productores familiares expulsados de la agricultura pampeana", *Desarrollo Económico*, N° 181 (abril/junio), Buenos Aires; Carla GRAS y Valeria HERNÁNDEZ: "L'agriculture argentine dans la globalisation: connaissances et subjectivités", *Autrepart*, en prensa, París.

⁶¹ Gustavo GROBOCOPATEL: 2003 (op. cit.).

articula: actividades, espacios, lógicas, actores... Y para organizar todo correctamente, hay que ser capaz no sólo de posicionarse como interlocutor válido en cada contexto de intervención (flexibilidad social) sino que, además, es necesario conjugar modos de comunicación distintos o, incluso, contrapuestos. Es en razón de esta destreza que planteamos la noción de *polivalencia cognitiva* pues no son pocos los códigos que es necesario dominar si se aspira a tener una "entrada" en todos los campos sociales anteriormente señalados y ser reconocido como un actor legítimo, es decir, cuya palabra-prédica produce efectos materiales y simbólicos en dichos campos. No es poca cosa; y no cualquiera logra pasar de una negociación con una de las cinco multinacionales que manejan el mercado internacional de semillas, a una mesa de discusión con agentes del Estado para promover una determinada reglamentación nacional sobre OGM, luego a un congreso científico para discurrir sobre los beneficios del "paquete tecnológico" que adoptó masivamente el agro argentino, para finalizar exponiendo en una entrevista periodística, con gran pedagogía popular y eficacia discursiva, la visión del empresariado innovador sobre los agronegocios.

Al término del análisis surge que esta importante *polivalencia cognitiva* y amplia *flexibilidad social* son complementarias y, juntas, contribuyen al cultivo de un espíritu pragmático y "abierto". Estos dos rasgos caracterizan a personas con diplomas universitarios, provistas de notables competencias comunicativas y socializadas dentro de valores resueltamente modernos (cientificidad, democracia, sociedad de mercado, etcétera). De un modo general, su posicionamiento tiene consecuencias importantes sobre el tipo de política sectorial que intentarán promover, sus estrategias de negociación con los poderes públicos, el perfil de los *partenaires* que van a buscar, la orientación de sus intervenciones en las instancias institucionales, la construcción de las alianzas, etcétera. Por ejemplo, si en las acciones sectoriales (asociación, integración, subordinación) o en las estrategias frente al Estado, los "terratenientes" apoyarán globalmente aquellas políticas que beneficien a los propietarios latifundistas (leyes e impuestos que no graven la tierra ociosa; oposición a la ley peronista de congelamiento de los contratos de alquiler), los nuevos empresarios innovadores, por su parte, optarán por establecer *lobbies* alrededor de intereses ligados a la dinámica de apropiación del conocimiento tales como la propiedad intelectual, la obtención de patentes, el marco legal de las convenciones públicas/privadas... Revisando el accionar de esta burguesía naciente con el fin de anclar durablemente sus negocios en la tierra de los ancestros, se observa que los elementos del perfil identitario que hemos examinado no se limitan a una simple carta de presentación sino que forma parte de la lucha por obtener una porción más importante del mercado agroindustrial. En efecto, ese combate se desarrolla también, y no tibiamente, en el campo de las representaciones puesto que la legitimidad ideológica del nuevo modelo es aún frágil.

Notas finales

Nos concentraremos en estas notas finales en torno de las implicaciones que la identidad analizada puede tener respecto de la producción de un espacio material y simbólico de poder. Sólo aspiramos aquí a plantear algunos interrogantes muy elabo-

rados y no a ofrecer respuestas puesto que ellas requerirían argumentos que exceden el objetivo del presente artículo.

Mas allá del campo, más acá de la red

Si el cultivo del "espíritu empresario" coloca a los nuevos actores más cerca del mundo del *business* que del sector extractivo-primario, y si la autopresentación como "los sin tierra" pone el eje de gravedad en el *management* y no en la producción, será a través de su filiación a la "sociedad del conocimiento" que lograrán despegar definitivamente del territorio rural para instalarse cómodamente en la órbita reticular de lo global. Desde el nuevo hábitat que supone "la red de redes" y con la práctica transectorial (agronegocios, agroindustria, cadenas) que supera las viejas antinomias (industria vs. agro), estos actores recomponen la tradicional representación de "el campo", proponiendo a la sociedad argentina un *aggiornamento* sustantivo de la misma: en adelante, este espacio será identificado con "desarrollo de punta", con "bienestar económico", con "ultramodernidad" y realización individual (la imagen de empresarios jóvenes al frente de desafíos productivos innovadores será corriente en los suplementos rurales de los diarios o en los reportajes radiales y televisivos, en parte).

Esta refundación del espacio rural no es menor, sobre todo si se tiene en cuenta que "el campo" constituye una entidad material y simbólica central en la construcción política y económica del país desde sus orígenes, cuyos elementos movilizados por el imaginario social han quedado bien reflejados en la literatura nacional⁶². Cristalizador de conflictos ideológicos, el sector "agropecuario" fue, alternativamente, denostado y enaltecido, objeto de políticas públicas benévolas o punitivas, caratulado de representante de la civilización o de la reacción conservadora. Proyectado por algunos como "el salvador" de la nación, sin el cual el país no hubiese desarrollado sus potencialidades naturales, culturales y societales, este sector fue para otros la causa del "atraso" y la falta de desarrollo moderno de la economía argentina por haberse basado en un "modelo agroexportador" cuyos productos no tenían "valor agregado". Así, durante ciertos períodos políticos, "el campo" asumió un rol secundario, cuya renta serviría en parte para financiar el desarrollo industrial, prácticamente inexistente hasta los años 40. En otros, este sector se beneficiaría con políticas de desfiscalización y de desregulación, siendo la última serie de este tipo la iniciada en 1991, bajo el gobierno menemista⁶³.

Como vimos, los *empresarios innovadores* se sitúan como agentes de un cambio superador de esta disyuntiva histórica. Según estos actores, los rasgos constitutivos del nuevo sistema socio-productivo convertirían en anacrónicos los términos mismos en que es pensada la relación entre ambas esferas de la vida económica: la representación "industria vs. agroganadería" debe ser reemplazada por la que ac-

⁶² Por nombrar las contribuciones más emblemáticas, *Don Segundo Sombra, Radiografía de La Pampa, El Facundo, Martín Fierro*.

⁶³ Osvaldo BARSKY y Jorge GELMAN: *Historia del agro argentino: desde la conquista hasta fines del siglo XX*, Grijalbo, Buenos Aires, 2001; Walter PENGUE: *Cultivos transgénicos: Hacia dónde vamos*, Lugar editorial, Bs As, 2000.

tualmente define, dicen ellos, la *interacción* productiva entre estos factores, reflejada por el dominio "agroindustria". Esta nueva composición del mapa económico conlleva su propio vocabulario –agronegocios, integración de la cadena productiva, etcétera– y sus propios agentes, quienes en la matriz imaginaria así reconfigurada se posicionan en el centro de la escena social y política⁶⁴. He aquí el mito fundacional cuyas raíces ideológicas, a falta de poder enterrarse en el tiempo de los ancestros para poder allí legitimar su autoridad (que es el caso de las familias patricias en el modelo de los terratenientes), se nutren de las ventajas prometidas por ese futuro hipermoderno al que estos empresarios aluden. En un país como la Argentina, en donde la utopía del "país potencia" reaparece como un refrán entre dos periodos de crisis, la apuesta que estos innovadores proponen a sus conciudadanos no resulta nada desdeñable: entrar en la sobremodernidad (vía las biotecnologías y las nuevas tecnologías de la información y la comunicación –NTIC–), incluso si se han saltado los últimos escalones del periodo de industrialización. Como si se pudiese hacer abstracción de la correlatividad de las etapas, inscribiéndose en una perspectiva más creacionista que evolucionista (o incluso dialéctica); como si se pudiese descartar el proceso para interesarse sólo en el modelo. Con su paradigma del *empowerment*, estos agentes de la sociedad del conocimiento salen a responder a quienes arguyen que actualmente la estructura de la economía ha vuelto a ser, como cien años atrás, la de un "país agroexportador". Según los argumentos avanzados por estos empresarios, no se trataría de la reproducción punto por punto del antiguo esquema ya que, en realidad, la estructura productiva de la economía agrícola contemporánea no estaría ligada a las riquezas "naturales" del país sino a las "cognoscitivas" (las biotecnologías, el *management*, las NTICs, la red...), a las que ellos supieron poner en sinergia con las primeras. En otras palabras, estaríamos frente a *otro* modelo exportador porque los productos agrícolas están reformateados por conocimientos científicos y técnicos, circulan a través de redes gerenciadas de manera innovadora, todo lo cual les da un alto valor agregado. La "materia prima" lleva incorporada bienes "inmateriales" (los nuevos conocimientos), con lo que una semilla no es sólo un compuesto orgánico, sino que es un complejo sistema que conecta-articula lo biológico, lo económico, lo científico, lo relacional.

Esta transformación no es menor en la medida en que es sobre esta base que los nuevos actores legitiman su aspiración de liderazgo. Si estos empresarios se presentan como líderes, con proyección nacional, ello es justamente porque se construyen social y políticamente como portadores de un paradigma que integra "la industria y el campo", para el que la ciencia y el mercado no son ya dos mundos paralelos sino que se interpenetran. En el *nuevo mundo*, las fronteras entre rural y urbano, entre producción y servicios, entre trabajador y propietario de los medios de producción, entre una ciencia "pura" y un mercado "interesado" no tienen ninguna consistencia. Los tres ejes identitarios analizados aquí forman el andamiaje simbólico que sostiene la subjetividad de este ciudadano de la *cité cognitiva*. Relegando bases más tradicionales (como la de la propiedad de la tierra o la "herencia colona")

⁶⁴ De hecho, tal como nos lo hizo notar Maristella Svampa en un intercambio personal, ésta sería la primera vez que, luego del Programa Desarrollista de los años sesenta, un grupo social se reivindica como portador de un proyecto nacional de desarrollo integral (social, político y económico).

sobre las que asentar su legitimidad, los *empresarios innovadores* se comprometen en la producción de sentidos nuevos, articulan distintas lógicas (la agrícola, ciertamente, pero también la gerencial, la financiera y la tecnocientífica), todo lo cual les permite establecer un espacio social, económico y político propio, dentro y fuera del sector de origen. A partir de dicho espacio construyen una posición de autoridad legitimada sobre valores "modernos" e "innovadores", cuestionando, por un lado, a la "oligarquía terrateniente", quien se vuelve una élite hostil al verse compelida a ceder una porción no menor de su parte de la "torta agrícola". Por el otro, este nuevo actor avanza sobre la porción de los pequeños y medianos productores, a quienes asigna distintas actividades dentro de las cadenas y redes productivas por él gerenciadas. En este caso, adopta un tono pedagógico, explicando a quienes deberán cambiar de rol que ello es consecuencia de una evolución histórica, una expresión del proceso (ineluctable) de modernización del sector rural. Los "pastores del conocimiento" harán jugar entonces su visión del mundo enseñando a los antiguos chacareros en qué consiste el nuevo paradigma que ellos promueven: hablarán del advenimiento de una sociedad nueva, en donde cada uno interpreta el papel que le ha sido asignado en la partitura escrita por los expertos del conocimiento, siguiendo la lógica histórica del "progreso". *Darse cuenta* (el programa radial antes mencionado) no es más que la formulación secular del púlpito desde el cual se imparte el contenido de dicho paradigma. En definitiva, como todo agente económico, los *empresarios innovadores* buscan maximizar su capacidad de acumulación económica, proyecto al que contribuye el trabajo de legitimación social en el que se comprometen, tal como hemos intentado mostrar. Se comprende entonces, más cabalmente, la importancia que le acuerdan a su perfil identitario, valor que justifica el esfuerzo dedicado a su producción pública, y al seguimiento por garantizar su reproducción en el tiempo: todo cuestionamiento sobre uno u otro de los rasgos emblemáticos es percibido por estos empresarios sin tierra y caballeros juramentados de la sociedad del conocimiento como una amenaza a su posibilidad de cooptar el valor acrecentado de la renta agrícola y los negocios conexos.

Para concluir, queremos indicar algunas pistas abiertas por la perspectiva de análisis aquí presentada. Fundamentalmente, nos referiremos a las relacionadas con el modelo de desarrollo contenido en el paradigma propuesto. Hoy en día, quien reflexione sobre dinámicas de desarrollo no puede eludir la cuestión de la sustentabilidad. En este sentido, es necesario interrogar el nuevo esquema socio-productivo innovador en cuanto a su capacidad para contribuir al desarrollo sustentable de los sectores de pertenencia de los actores (agrícola, científico, industrial, etcétera) y del país en general: ¿puede este modelo "del tercer capitalismo" ser una oportunidad de desarrollo para la Argentina? ¿en qué condiciones? ¿para qué tipo de actores sociales, representantes de qué intereses? Desde nuestra perspectiva antropológica, consideramos el modelo liderado por estos actores como una construcción sumamente novedosa de articulación entre mercado, ciencia y sociedad en el contexto de un país periférico, cuya dinámica es preciso analizar en profundidad a través de casos concretos, tal como los emprendimientos biotecnológicos señalados. Ellos fundan formas institucionales originales de entrecruzamiento entre la lógica científica y la de mercado, incorporando al Estado como

partenaire. Ni totalmente privados, ni totalmente públicos, estos espacios socio-productivos acogen a actores cuyas prácticas profesionales y campos de socialización son muy diferentes, actores que se ven confrontados a la tarea de creación de un nuevo código de interacción común, el cual tiene que ser *eficiente* respecto del objetivo productivo –obtener un producto biotecnológico exitoso en términos comerciales– y *satisfactorio* para los distintos perfiles subjetivos en interacción (investigadores, productores rurales, funcionarios).

Esta imaginativa y eficaz ingeniería social se presenta como un interesante objeto para futuras investigaciones en ciencias sociales, las que permitirían dar cuenta, entre otras cosas, de las condiciones de comunicación entre interlocutores que vienen de horizontes simbólicos y de prácticas profesionales diversas, cuyo motor es fundar un espacio productivo. De un modo general, estudios de este tipo permitirían analizar los procesos de redefinición de la frontera entre las “esferas/sectores” en interacción, las capacidades científico-técnicas y comunicativas necesarias al desarrollar de estos nuevos espacios socioproductivo, sus características institucionales y las identidades individuales y colectivas allí privilegiadas. En fin, no debería olvidarse el rol del Estado en el proceso de fundación de estos espacios: ¿mediador? ¿socio? ¿respecto de quiénes y representando qué intereses?

RESUMEN

Desde un punto de vista antropológico, este artículo focaliza en los grupos sociales que fueron protagonistas del cambio de modelo productivo verificado durante los 90 en el agro argentino. Quienes se presentan, desde la Asociación Argentina de Productores en Siembra Directa (Aapresid), como "empresarios rurales innovadores" construyen una identidad profesional acorde con una determinada manera de "ver" el sector, su evolución reciente y, fundamentalmente, su futuro. A partir del material etnográfico producido entre 2004 y 2006, anali-

zamos esta identidad empresarial y su "visión" de lo rural, aportando una interpretación que focaliza sobre el nuevo rol del conocimiento en el modelo productivo agroindustrial actual, el estatus de la tierra, la innovación organizacional de las redes, la aspiración de liderazgo de los nuevos actores y sus relaciones con las categorías sociales ya presentes en el sector. Se concluye con una reflexión acerca de "lo agrario" en este nuevo escenario trans-sectorial, según el paradigma de los agronegocios y los empresarios innovadores.

SUMMARY

Taking into account an anthropological point of view, this article is focused on social groups that have been playing an important role in the Argentinean agro-industrial model during the Nineties. People from the "Asociación Argentina de Productores en Siembra Directa" (Aapresid), representing the "Innovative rural businessmen" constructed a professional identity according to a particular way of regarding this industrial sector, his recent evolution, and, most important, its

future. Considering the ethnographic material produced between 2004 and 2006, we analyzed the identity of this businessmen, which focuses on the new role of the knowledge in the current agroindustrial model, the land status, the networked organizational innovation, the emerging leadership in the new context and the relationship with the established/settled social categories of this sector.

REGISTRO BIBLIOGRAFICO

HERNANDEZ, Valeria A.

"El fenómeno económico y cultural del *boom* de la soja y el empresariado innovador. *DESARROLLO ECONOMICO – REVISTA DE CIENCIAS SOCIALES* (Buenos Aires), vol. 47, N° 187, octubre-diciembre 2007 (pp.331-365).

Descriptores: <Empresarios rurales innovadores> <Nuevas tecnologías> <Sociedad del conocimiento> <AAPRESID> <Agronegocios>.