

Las agendas sensibles del agro

Una interpretación de las percepciones contemporáneas de jóvenes argentinos

Catalina Castro Almeyra

<https://orcid.org/0009-0006-3163-5115>

<https://ror.org/04043k259>

ccastro@mail.austral.edu.ar

Buenos Aires, Argentina.

Fecha de finalización: 23 de abril de 2025.

Recibido: 12 de mayo de 2025.

Aceptado: 11 de noviembre de 2025.

Publicado: 2 de enero de 2026.

DOI: <https://doi.org/26422/aucom.2026.1501.cas>

Resumen

Este trabajo resume los resultados de tres investigaciones empíricas sobre la percepción contemporánea de los jóvenes urbanos de la Argentina sobre el agro, cuyos resultados arrojan una serie de emergentes coherentes e interconectados que se identifican como nuevas agendas sensibles. Las comparaciones con otros momentos históricos y coyunturas no son objeto de este estudio.

Existe una tensión discursiva y conceptual entre la producción agropecuaria argentina con su histórica licencia social para operar en el país, es decir, el grado de aceptación de sus prácticas y procedimientos por parte de la comunidad en la que opera; y el surgimiento de nuevos paradigmas y creencias reflejados en agendas que tienen relación con: (1) el ambiente, (2) el cuidado animal, (3) los alimentos y (4) el mundo digital. El objetivo es ofrecer una hipótesis teórica que ayude a comprender en este texto, estas agendas y el contexto en el que se desarrollan e insertan.



Estos temas que aparecen de manera recurrente en las investigaciones y, a su vez, conectan con agendas globales, desafían los procesos productivos actuales del agro. Emergen dentro de un público joven que percibe al agro y a la agroindustria como un importante actor económico, fundamental para Argentina y como parte de su identidad histórica y nacional, como así también, como un agente despreocupado por el cuidado ambiental, lo que genera una tensión entre identidad y percepción negativa.

Se intentará comprender esa tensión a través de conceptos como la teoría de la relevancia, la epidemiología cultural y la teoría de la posición, todas enmarcadas dentro un de paradigma de comunicación intersubjetivo.

Palabras clave: comunicación de agroindustria, agendas sensibles, ambiente, veganismo, alimentos.

Sensitive agendas in agriculture

An interpretation of contemporary perceptions among young Argentine youth

Abstract

This work summarizes the results of three empirical studies on the contemporary perception of urban Argentine youth regarding agriculture. The findings reveal a series of coherent and interconnected emerging trends that can be identified as new sensitive agendas. Comparisons with other historical moments and contexts fall outside the scope of this study.

There is a discursive and conceptual tension between Argentine agricultural production and its social license to operate in the country, that is, the degree of community acceptance of its practices and procedures, and the emergence of new paradigms and beliefs reflected in agendas related to: (1) the environment, (2) animal care, (3) food and (4) the digital world. The objective of this text is to offer a theoretical hypothesis that helps to understand these agendas and the context in which they are developed and inserted.

These recurring themes in the research, which also connect with global agendas, challenge the current productive process of agriculture. They emerge within a young public that perceives agriculture and agroindustry as important economic actors, fundamental for Argentina and part of its historical and national identity, while simultaneously viewing them as insufficiently concerned with environmental stewardship, revealing a tension between identity and negative perception.

An attempt will be made to understand this tension through concepts such as relevance theory, cultural epidemiology and position theory, all framed within an intersubjective communication paradigm.

Keywords: communication and agroindustry, sensitive agendas, environment, veganism, food.

Questões sensíveis na agricultura

Uma interpretação das percepções contemporâneas entre os jovens argentinos

Resumo

Este trabalho resume os resultados de três investigações empíricas sobre a percepção contemporânea dos jovens urbanos da Argentina sobre a agricultura, cujos resultados revelam uma série de elementos emergentes coerentes e interconectados que são identificados como novas agendas sensíveis. As comparações com outros momentos e situações históricas não são o objetivo deste estudo.

Existe uma tensão discursiva e conceitual entre a produção agropecuária argentina e sua licença social histórica para operar no país, ou seja, o grau de aceitação de suas práticas e procedimentos por parte da comunidade em que atua; e o surgimento de novos paradigmas e crenças refletidos em agendas relacionadas com: (1) o meio ambiente, (2) o cuidado dos animais, (3) a alimentação e (4) o mundo digital. O objetivo é oferecer uma hipótese teórica que contribua para compreender essas agendas e o contexto no qual se desenvolvem e se inserem.

Esses temas que aparecem recorrentemente nas pesquisas e se conectam com as agendas globais, desafiam os atuais processos produtivos da agricultura. Emerg em um público jovem que percebe a agricultura e a agroindústria como importantes atores econômicos, fundamentais para a Argentina e parte de sua identidade histórica e nacional, por um lado, bem como agentes desconectados ou despreocupado com o cuidado ambiental, o que gera uma tensão entre identidade e percepção negativa.

Tenta-se-á compreender esta tensão através de conceitos como a teoria da relevância, a epidemiologia cultural e a teoria da posição, todos enquadrados num paradigma de comunicação intersubjetivo.

Palabras - chave: comunicação do agronegócio, agendas sensíveis, meio ambiente, veganismo, alimentação.

Introducción

Este artículo ofrece una interpretación teórica de los resultados de tres investigaciones empíricas que forman parte de un proyecto de investigación sobre la percepción de los jóvenes sobre el agro, y las agendas en las que se inscribe, que busca dar cuenta de los desafíos del agro en su vinculación con la sociedad. El objetivo del artículo es comprender el proceso de generación de creencias sobre agendas sensibles y su replicación. En este caso entre el público joven y en relación con el agro¹.

Los temas o *issues* que se detectan actuando como agendas sensibles para el agro son (1) la preocupación por el ambiente, (2) por los animales y su cuidado, (3) la creciente conciencia alimentaria – mayormente traducida en el veganismo, que a veces refleja antiespecismo- y (4) el mundo digital, la relación con la tecnología y la innovación.

Los estudios de percepción se desarrollaron a través de tres investigaciones cualitativas (2018, 2021, 2023)², todas ellas con el *focus group* como método de recolección de datos, con el objetivo de explorar los emergentes acerca de las percepciones y creencias sobre el sistema agro en general en un público joven (entre 18 y 30 años) de ámbito urbano³.

En la primera investigación se detecta una serie de agendas emergentes referidas al sistema agropecuario y a la producción de alimentos. Luego, en la segunda investigación quedó de manifiesto que esas agendas, que se vislumbraban de manera incipiente, aparecían confirmadas,

¹ El prefijo *agro* se utiliza en este documento como denominador de un sistema productivo que abarca desde la producción primaria hasta la industrialización de alimentos y otros derivados. Incluye la producción de granos, ganadería, forestación y derivados. Agro equivale en este trabajo a agroindustria. También se contemplan las dimensiones de la gestión de los recursos y el desarrollo tecnológico.

² Fernández Pedemonte, D., Piazzardi, B., Pizarro, M., Pereira Vázquez, D., Mujica, G., Castro Almeyra, C. y Figueria, A.M. (2018); Fernández Pedemonte, D., Piazzardi, B., Di Giano, S., Castro Almeyra, C., Czajka, F., y Kraus, N. (2021); Fernández Pedemonte, D., Piazzardi, B., Di Giano, S., Castro Almeyra, C., Czajka, F., y Kraus, N. (2023).

³ Las investigaciones presentadas se desarrollaron dentro de las actividades de la Plataforma de Comunicación y Agro conformada por la Escuela de Posgrados en Comunicación y el Centro de Agronegocios y Alimentos de la Universidad Austral.

extendidas y profundizadas. Estas se refieren a cuatro aspectos esenciales: (1) la preocupación por el ambiente, (2) por los animales y su cuidado, (3) una creciente conciencia alimentaria – mayormente traducida en el veganismo y en su versión más extrema, el antiespecismo- y (4) la relación con el mundo digital, la tecnología y la innovación. En la tercera investigación se indagaron las percepciones de jóvenes estudiantes de los últimos años de carreras no directamente afines con el sistema agro, sobre el atractivo o no de ese espacio para su desarrollo profesional. La indagación buscó mapear el lugar del agro argentino en el imaginario de los jóvenes en relación con las posibilidades de desarrollo, teniendo en cuenta cómo se vincula ese escenario con las agendas en estudio.

El artículo busca interpretar, a la luz de la teoría, la emergencia de estas agendas sostenidas por consumidores con pleno acceso a la información, transformados en ciudadanos demandantes y exigentes de cualidades específicas en los productos y servicios que consumen, con un interés cada vez mayor por obtener información sobre los procesos de producción de los alimentos, su trazabilidad, el impacto de su producción en el ambiente, en su salud y en el bienestar animal.

Encuadre teórico

Seguimos a Cannata⁴ (2016) en su consideración como agenda sensible a la confluencia de temas (*issues*), narrativas (discurso, valores y prácticas) y públicos activistas (agentes sociales) que crea una conflictividad latente habitual en el espacio público.

El surgimiento y persistencia de estas agendas deja de parecer un fenómeno aislado para convertirse en una tendencia que desafía a los modelos productivos actuales. Este cuestionamiento, a veces tácito otras veces explícito, se sustenta en una mirada profunda que podría traducirse en una nueva cosmovisión.

Ofrecemos un posible ángulo de análisis teórico sobre el desarrollo de estas agendas desde algunos aportes de Rom Harré, Dan Sperber y Michael Tomasello.

Harré (1999) suministra categorías para pensar el lugar desde donde se enuncian los diferentes temas a través del concepto de posición y su relación con los usos del lenguaje. A

⁴ Cannata, J.P. (2016). Diálogo académico sobre valores en contextos polarizados: el caso de las universidades de identidad Cristiana. *Documentos Core Currículum*. Universidad de Navarra. *Instituto Core Currículum*. <https://dadun.unav.edu/bitstream/10171/56526/3/Documento%20Core%20Currículum%20n.12%20Juan%20Pablo%20Cannata.pdf>

partir de Sperber (2005) se intentará dar una posible respuesta al fenómeno de las agendas, gracias a su concepto de *epidemiología de las representaciones*. A su vez, en *La relevancia. Comunicación y procesos cognitivos*, Sperber y Wilson (1991) plantean que cualquier explicación de la comunicación debe responder a dos preguntas: qué se comunica y cómo se logra esa comunicación. A estas preguntas agregamos otra: ¿por qué se comunica? Para abordar esta última cuestión seguimos a Tomasello (2007 y 2013). La infraestructura biológica y evolutiva es, según el autor, la base para el surgimiento de la cultura, la cual se caracteriza por el reconocimiento de los pares como seres intencionales. Según Tomasello, hay una base bio-psicológica que actúa como dispositivo que coadyuva en la generación de una comunidad y, por ende, de una cultura. Este enfoque le aporta una hipótesis explicativa a los análisis de Sperber sobre el comportamiento en la difusión y multiplicación de fenómenos culturales y a su teoría sobre la relevancia.

A partir de los aportes de estos autores intentaremos enmarcar una lectura teórica del resultado de las tres investigaciones sobre estas agendas emergentes, para luego aventurar la hipótesis de una posible coexistencia de dos paradigmas productivos enfrentados, el agroindustrial y el de una producción agroecológica y contraria a la producción animal.

Antecedentes

Los problemas relacionados con la producción a escala de alimentos han tenido, en los últimos cinco años, interesantes resultados de investigación que dan cuenta, con distintas conclusiones, del grado de incidencia en el ambiente de la agricultura y la agroindustria. Si se amplía el ángulo de análisis para incorporar la indagación sobre el veganismo y la interacción entre estas variables (veganismo, producción de alimentos, agroindustria) la producción científica es menor. Pero, si además se le suma la necesidad de conocer la percepción de los jóvenes sobre ese mismo problema, nos encontramos aparentemente con un vacío.

Si retrocedemos a 2018, en su libro, *¿Cómo pensaron el campo los argentinos? Y cómo pensarlo hoy, cuando ese campo ya no existe*, Hora manifiesta las acaloradas controversias que se suscitan alrededor de la agrobiología entre los entusiastas que ven en la práctica una oportunidad de crecimiento, expansión y cuidado del suelo, como resistencias que resaltan su impacto negativo (Hora, 2018, p.198).

Existe investigación que se relaciona con las temáticas de las agendas que hemos detectado en nuestras investigaciones de percepción. Hay antecedentes que se encuadran en el punto de vista del sistema agro desde una perspectiva filosófica que plantea la relación del ser humano con la naturaleza, los valores que la han regido y qué otros pueden plantearse para armonizar desarrollo y sostenibilidad, en este caso, haciendo foco en Latinoamérica (Rutti- Marín et al., 2022).

La industrialización de la agricultura en México es puesta en duda por crítica al modelo económico neoliberal y también por las consecuencias negativas, para el medio ambiente de varias regiones productoras, del uso de pesticidas y fertilizantes químicos, así como de la sobre explotación de acuíferos, suelos y zonas forestales. Ante ello, surge la pregunta de si resulta necesario un cambio de paradigma (Macías Macías y Sevilla García, 2021).

En relación con la seguridad alimentaria, la producción agropecuaria y el cuidado del ambiente, un estudio desarrollado en la comunidad de Florencia (Calquetá, Colombia) concluye que los problemas de hambre, malnutrición y pobreza se pueden mejorar con formación en educación ambiental y producción de alimentos en un marco de desarrollo sostenible, equitativo y equilibrado en lo ambiental, económico y social; donde la producción sostenible de alimentos sea el eje transversal de la educación ambiental y agropecuaria en las comunidades (Jurado Mejía y Hernández Londoño, 2023). Un estudio realizado en Brasil evaluó la evolución de la gestión ambiental y energética en la agroindustria, mediante la medición del consumo de energía y las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) en una empresa de transporte de granos. Los datos mostraron una evolución significativa de la eficiencia energética en comparación con el volumen transportado, lo que representa una reducción en las emisiones de CO₂ (De Lucca Ribeiro y Dos Reis Coutinho, 2023).

En la Argentina se realizó un estudio sobre la incidencia del concepto de servicio ecosistémico en las adecuaciones de las prácticas: los investigadores concluyen que el concepto no ha logrado permear los debates y en los casos en que se ha aplicado, ha quedado trunco, si bien están dadas las condiciones para aplicarlo por varios factores, entre ellos las posibilidades de financiamiento y la buena recepción por parte de los productores de tendencias internacionales (Peixoto Batista et al., 2019). Como ejemplo propositivo, una investigación basada en el sector panelero formula un modelo de gestión del conocimiento ambiental en la agroindustria, para adquirir, transferir y utilizar conocimiento técnico y tradicional en el nivel

tecnológico, económico, social y ambiental (Cruz Rodríguez y Bautista Rodríguez, 2021). Otro ejemplo propositivo es un estudio sobre acciones conjuntas y colaborativas en torno a las actividades agropecuarias como punto de partida para la educación medioambiental en colegios (Dutta, y Chandrasekharah, 2018).

Las percepciones de los riesgos asociados al cambio climático afectan las preferencias en el dilema entre medioambiente y crecimiento económico dependiendo de la situación económica individual, es el objeto de un estudio que aporta, además, una descripción de las actitudes medioambientales en América Latina (Armesto, 2021). En Europa, a su vez, un estudio resalta la importancia de la industria agroalimentaria, consolidada como la principal actividad industrial manufacturera, pero que se ve condicionada por las regulaciones de la Unión Europea. Estas han afectado al sector alimentario, que destaca por su interés por reducir el impacto medioambiental del sector debido al incremento de la preocupación por la seguridad alimentaria y por el bienestar animal (García et al., 2018).

Siguiendo con el impacto ambiental de la producción agropecuaria, pero vinculado con los hábitos de alimentación, un trabajo analiza las condiciones de producción para debatir las dimensiones de la seguridad alimentaria y la importancia de cambios en los hábitos de consumo en las ciudades, abogando por un menor consumo de carne, para modificar así el uso de la tierra en zonas rurales y minimizar la huella ambiental (Garibaldi et al., 2018). Un análisis enfocado en Francia cuestiona la validez de la concepción de los movimientos antiespecistas y veganos indagando en las representaciones sobre la relación entre lo humano y lo animal. Realiza un análisis histórico y antropológico de la domesticación animal y la relación entre humanos y animales y concluye resaltando los efectos negativos para la política y la salud humana de los movimientos animalistas, el antiespecismo y el veganismo (Lorenzo Sandoval-Aragón, 2021).

Con la ciudad de México como contexto, un estudio analiza las redes alternativas alimentarias como formas de activismo alimentario (por ejemplo, el agroecológico) desde el enfoque de los estudios de los movimientos sociales (Garavante, 2020). Un análisis comparativo de estrategias discursivas en documentales de no ficción veganos subraya el protagonismo que se otorga en ellos a las cuestiones medioambientalistas para la conversión dietética, la manera de plasmar la violencia contra los animales y el énfasis en la responsabilidad global de la producción de alimentos de origen animal en el impacto medioambiental, así como la recomendación de soluciones concretas (Burgos, 2024). Basándose en la teoría geográfica

feminista y del cuerpo, un análisis se enfoca en el papel del cuerpo en tres espacios del veganismo: en el establecimiento de culturas veganas mediante la construcción de “narrativas de verdad” compartidas, en el veganismo en una sociedad centrada en la carne y en el veganismo como un proyecto de creación de un nuevo mundo (Oliver, 2023). En relación con la percepción de los jóvenes sobre la agricultura como medio para transformar la economía de Nepal, un estudio (no cualitativo) con jóvenes muestra una percepción positiva y entusiasta de los jóvenes con respecto a la agricultura; sin embargo, consideran que es una actividad de pocos ingresos y de baja incidencia para la transformación económica del país. Las principales limitaciones que muestra el estudio para que los jóvenes se vuelquen a la actividad tienen que ver con el escaso acceso al crédito y mercados, con la mala percepción social de los agricultores, malos servicios de extensión y tecnología, entre otros (Khanal et al., 2020).

En cuanto a la percepción de la agricultura como espacio para el desarrollo profesional, en países en desarrollo en África, en un contexto de crisis de empleo, se detectó la agricultura como estratégica para la generación de empleo para los jóvenes, pero el estudio muestra varios desafíos para su mayor participación dentro de esta cadena de valor. El estudio cualitativo buscó conocer sobre las oportunidades que ofrece la agricultura, percepción del rol de los jóvenes dentro de la cadena de valor, percepción de los programas agrícolas de incentivos para jóvenes, quién tiene la responsabilidad por generar esta atracción y cómo es la dinámica de empoderamiento de los jóvenes en ese espacio. Uno de los emergentes y principales desafíos fue el escaso conocimiento de la actividad y carreras relacionadas con esta cadena de valor y los bajos estándares en los requisitos mínimos de los empleos. (Geza et al., 2023)

Aporte del trabajo: investigaciones sobre percepciones de los jóvenes sobre el agro

Las investigaciones en las que se basa este trabajo se sustentan en el siguiente supuesto:

La agroindustria constituye el principal proveedor de alimentos del país. En un contexto de subalimentación y de agendas sensibles que inciden sobre los hábitos alimentarios, esta centralidad del agro en la producción y disponibilidad de alimentos de calidad (seguridad alimentaria) lo pone en el centro de las miradas y eventualmente en la contingencia de enfrentar crisis públicas.

El problema de investigación radica en que los jóvenes urbanos, de acuerdo con los emergentes de las investigaciones, tienen un escaso conocimiento sobre el agro argentino, lo que

se traduce, según arrojan nuestras indagaciones, en distanciamiento y cristalización de prejuicios. Sin embargo, sus preocupaciones y propósitos se vinculan con dimensiones de la agroindustria, aunque ellos no lo reconozcan. Esto se traduce en una serie de agendas sensibles que atraviesan el mundo de la vida de los jóvenes y puede afectar las proyecciones de la actividad agropecuaria.

Metodología

Para seleccionar al público joven (de 16 a 30 años) como unidad de análisis se contemplaron dos hipótesis. La primera (positiva), que se trata de un público que arrastra menos prejuicios sobre el agro. La segunda (negativa), que se trata del público cuyo mundo de la vida se encuentra más alejado del mundo del agro. Además, se tomaron dos posiciones diferentes de los jóvenes en relación con el tema, jóvenes urbanos sin vinculación con el agro y los que sí la tenían. Se contempló, además, que fueran jóvenes preuniversitarios y universitarios por la expectativa de que estén más informados y compartan ideas y agendas con sus pares.

Como se expresó en la introducción, se realizaron investigaciones. La primera, “Percepción de los jóvenes sobre el Agro”, se realizó entre abril y junio de 2018. Su objetivo principal fue identificar las percepciones actuales de los jóvenes de la ciudad de Buenos Aires sobre el agro, para detectar las pautas de distanciamiento respecto del propio mundo de la vida. Los objetivos específicos fueron averiguar cómo se informan sobre el agro y conocer los temas con los que vinculan al sector y las asociaciones que establecen con este. Se realizó una investigación cualitativa, exploratoria, a través de cinco *focus groups* con jóvenes de 16 a 30 años no relacionados con el agro y jóvenes que sí tenían alguna vinculación, más un grupo de líderes de 25 a 40 años sin relación al agro los cuales posibilitaron observar el comportamiento individual, como así también la interacción social que activa el tema en esta comunidad. La tabla 1 muestra la conformación de la muestra.

Tabla 1. Conformación de la muestra para “Percepción de los jóvenes sobre el agro” (2018)

Grupos	Características	Edades (años)	Género
1	Jóvenes urbanos vinculados con el agro	16 a 20	hombres y mujeres
2	Jóvenes urbanos vinculados con el agro	21 a 30	hombres y mujeres
3	Jóvenes urbanos no relacionados con el agro	16 a 20	hombres y mujeres
4	Jóvenes urbanos no relacionados con el agro	21 a 30	hombres y mujeres
5	Líderes no vinculados al agro en contacto con jóvenes	25 a 40	hombres y mujeres

En la segunda investigación, “Percepción de los jóvenes sobre el agro y los alimentos”, el núcleo fue la percepción del agro en relación con la problemática de alimentos. En esta investigación se realizaron ocho *focus groups* con jóvenes entre 18 y 29 años, residentes en las provincias de Buenos Aires, Córdoba y Santa Fe. El trabajo de campo se realizó en agosto de 2021 (en contexto de pandemia) a través de la plataforma Zoom. En este caso los grupos fueron segmentados teniendo en cuenta: NSE (C1/C2 – C3), tamaño de la ciudad de residencia (Grandes ciudades / Ciudades chicas) y vínculo con el agro (Vinculados al agro – No vinculadas al agro). La tabla 2 muestra la composición de los grupos focales.

Tabla 2. Conformación de la muestra para “Percepción de los jóvenes sobre el agro y los alimentos” (2021)

Características	Cantidad de focus groups
Jóvenes de NSE C3 residentes en grandes ciudades sin vinculación con el agro	3
Jóvenes de NSE C1/ C2 residentes en grandes ciudades sin vinculación con el agro	2
Jóvenes de NSE C amplio ⁵ residentes en ciudades hasta 100.000 habitantes sin vinculación con el agro	1
Jóvenes de NSE C amplio residentes en grandes ciudades vinculados con el agro	1
Jóvenes de NSE amplio residentes en ciudades de hasta 100.000 habitantes vinculados con el agro	1
Total	8

En esta investigación se confirman y se profundizan algunos de los emergentes que se vislumbraban ya en 2018: cuestiones ambientales, alimentación, cuidado y bienestar animal y relación con la tecnología y la digitalización.

La tercera, “Percepción sobre el agro -y la agroindustria- como sector empleador o para el desarrollo de emprendimientos entre jóvenes universitarios que estudian carreras no vinculadas al agro”, desarrollada durante 2023, tuvo como objetivo general indagar acerca de la percepción del agro como espacio de desarrollo profesional y personal. Se tomaron como punto de partida los hallazgos de las investigaciones de 2018 y 2021 y se profundizó la indagación sobre la percepción del agro como marca empleadora y su evolución.

Se realizaron seis *focus groups* con estudiantes universitarios que se encontraban cursando sus últimos dos años de la carrera, en las siguientes plazas: Ciudad de Buenos Aires y gran Buenos Aires, La Plata, Córdoba, Rosario, Tandil, Salta, Neuquén, Santa Rosa, todas ellas capitales de provincia o grandes centros urbanos con oferta universitaria. Fueron segmentados

⁵ Incluye a los tres niveles C de NSE (C1, C2, C3).

por ciudades, género, universidad pública-privada y carrera universitaria dentro de cada grupo. Fueron entrevistados jóvenes entre 24 y 35 años que se encuentran cursando los últimos años de carreras universitarias que no están directamente relacionadas con el mundo del agro y la agroindustria. Se segmentó la muestra por lugar de radicación de la universidad: AMBA / resto del país. El trabajo de campo se realizó en el mes de septiembre de 2023 a través de la plataforma Zoom. La tabla 3 muestra la composición de los grupos focales.

Tabla 3. Composición de la muestra para “Percepción sobre el agro -y la agroindustria- como sector empleador o para el desarrollo de emprendimientos entre jóvenes universitarios que estudian carreras no vinculadas al agro” (2023)

Características	Cantidad de focus groups	Género	Universidad
Estudiantes de carreras sin vinculación con el agro de ciudades del interior del país de NSE C1 C2 y Alto	3	hombres y mujeres	pública y privada
Estudiantes de carreras sin vinculación con el agro de AMBA y ciudad de Buenos Aires de NSE C1 y C2	3	hombres y mujeres	pública y privada

En este caso se buscó conocer qué acerca y qué aleja a los jóvenes del agro como sector para el desempeño profesional, si visualizan oportunidades y cuáles son, y el atractivo que despiertan las marcas vinculadas al agro como marcas empleadoras. Asimismo, se pretendió explorar qué se interpreta como innovación en el agro y cuáles son las connotaciones en relación con este tópico. El análisis se enmarca en un contexto más amplio vinculado a la percepción de este segmento sobre el trabajo en la ciudad y en el campo y sobre el futuro del trabajo a partir de las funciones automatizables y la inteligencia artificial.

Resultados: Agendas sensibles del agro que emergen de las investigaciones

El sistema agro argentino aparece en el marco de creencias de los jóvenes, en general, como un sistema competitivo y pujante, pero esto no lo vuelve inmune ni exento de percepciones más problemáticas y complejas, no sólo entre los jóvenes, sino también en su relación con otros actores sociales y con la opinión pública en general.

Las investigaciones desarrolladas aportan datos sobre la tendencia creciente entre los jóvenes a cuestionar los procesos productivos, los alimentos, el cuidado ambiental y animal de un sistema agro que históricamente no había sido objetado en su licencia social para operar.

Las agendas, por las que se sienten interpelados y que emergen de las investigaciones, están vinculadas entre sí: el ambientalismo, reflejado en el interés por el cuidado del ambiente y puesto en relación con la incidencia de producción de alimentos; el antiespecismo, que se manifiesta en una alta preocupación por el bienestar y el cuidado animal, también en relación con la producción de alimentos, y que se traduce en una ideología que iguala en el nivel ontológico a los seres humanos y a los animales. Es una nueva conciencia alimentaria traducida en la preponderancia del veganismo, del cual el antiespecismo aparece como su versión más radical. El cuidado del ambiente aparece como temática central vinculado a un consumo más consciente donde se tiene en cuenta el impacto y responsabilidad no solo de las prácticas personales sino también sociales. Y en cuanto a lo referido al mundo digital, es en el teléfono donde está su mundo, es el dispositivo por donde se informan y relacionan.

Hay en este sentido un cambio de mirada sobre el lugar que ocupa el ser humano: a un modo de estar en el mundo más “ecocéntrico” y menos “egocéntrico”. Estas agendas no se circunscriben a un contexto local o vernáculo, sino que constituyen una tendencia global.

Si bien en las investigaciones aparece una continuidad y una profundización de estas agendas, en la de 2021 se acentúa la mirada ecocéntrica, la centralidad del cuidado animal, la preocupación en torno a la producción y consumo de lácteos, todo ello traducido en lo que podría aparecer como una nueva cosmovisión o paradigma: el veganismo y su versión más profunda de antiespecismo. “Somos una generación que se basa mucho en los derechos de todos, hasta incluso de los animales, del medio ambiente” (NSE C3 residente grandes ciudades sin vinculación con el agro).

El agro es reconocido por su capacidad de impulsar la economía, percepción identificada con la metáfora de motor del país y principal captador de divisas a través de las exportaciones; pero el vínculo tradicional que el campo tuvo históricamente con el considerado “ser” nacional se ha ido difuminando.

La Argentina respira campo... gran potencia agrícola, ayer del trigo hoy de la soja, llegó a vanagloriarse de su condición de “granero del mundo”. El campo fue, desde muy temprano, su único sector con verdadera capacidad exportadora y su verdadera locomotora de crecimiento (...). Identificado con las élites tanto como con las clases populares, el campo está tan arraigado en la cultura argentina que a nadie puede sorprender que el conjunto de motivos que evocan al mundo de las extensas planicies pampeanas ocupe una posición privilegiada en el repertorio de temas de lo nacional.

Hace mucho tiempo, sin embargo, que ese mundo rural es más evocado que conocido, más imaginado que experimentado (Hora, 2018, p. 13).

Esto responde, según Hora, a un proyecto de transformación social ideado por la élite dirigente, que venía de la mano del proyecto de urbanización. Hoy esta distancia entre la población de la ciudad y la del campo no sólo es empírica, sino también conceptual. Con los años se profundizó la centralidad urbana y, por ende, la distancia con el campo en el mundo de la vida de los jóvenes urbanos.

Para 1900, a la vez que se vanagloriaba de sus dorados trigales y sus valiosos ganados, la Argentina poseía una de las tasas de urbanización más elevadas del planeta, además de ciudades enormes y vibrantes como Rosario o Córdoba y sobre todo Buenos Aires, la mayor urbe de América Latina y de todo el hemisferio sur. Con el transcurso de los años, la gravitación de estas metrópolis no hizo sino crecer en importancia y, de manera silenciosa, fue dejando en un segundo plano al país rural (...). De allí que, para la mayor parte de los argentinos de las cuatro o cinco últimas generaciones, la experiencia de lo rural haya sido cada vez más fragmentaria, lejana e indirecta (Hora, 2018, pp. 13 y 14)

Si bien la producción del campo sigue ocupando en la percepción de los jóvenes un lugar estratégico para el desarrollo del país, esa vinculación, hoy más lejana, se traduce en desinformación que, por un lado, se refleja en algunos prejuicios, y por el otro, aumenta la brecha de conocimiento sobre los aspectos más innovadores del agro. Y la vinculación de las prácticas agropecuarias con el ambiente, sigue apareciendo como problemática. Un ejemplo es el concepto de “*agrotóxico*”, que emerge espontáneamente en la investigación de 2021 en el grupo de jóvenes NSE C3 residentes en grandes ciudades sin vinculación con el agro, al preguntar qué asociaciones podrían hacer con la palabra agroindustria.

Frente a un aparente desconocimiento y falta de vinculación con referentes del sistema agro, los pares de los jóvenes que tienen conocimiento directo del agro por cercanía familiar, estudios o profesión, aparecen como los interlocutores con mayor oportunidad de completar esa información. Estos pares que sí están vinculados con las prácticas agropecuarias, se sienten interpelados por las demandas y los cuestionamientos que les llegan desde sus propios grupos de pertenencia y que también los movilizan a ellos por ser miembros de la misma generación. “Hay mucha desinformación sobre ciertos temas que se vuelven masivos. Por ejemplo, lo de las mega granjas de cerdos, ahí es donde por ahí intervenimos porque nos preguntan, o lo de María

Becerra”⁶ (Jóvenes de NSE C amplio residentes en grandes ciudades vinculados con el agro, 2021). A su vez, aparece entre los jóvenes la preferencia a los estilos narrativos de información, estilos que se desgranar en las plataformas por las que se informan: Youtube, Instagram, TikTok, Twitter, entre otras.

Con respecto a lo que se añade en la investigación del año 2023 acerca del agro y la agroindustria como potencial espacio de desarrollo personal, profesional y de emprendimiento, aparecen ciertas fortalezas y debilidades que pueden relacionarse con los emergentes de las investigaciones anteriores.

Tabla 4. Fortalezas y debilidades emergentes

Fortalezas y debilidades	Declaraciones
Baja presencia y desconocimiento sobre el agro y la agroindustria como sector para el desarrollo profesional, pero con una imagen de potencial por ser reconocido como estratégico para Argentina	<p><i>“Hay mucha plata en el medio, pero no conozco nada” (AMBA);</i></p> <p><i>“En agroindustria veo laburo de campo, con semillas, animales” (AMBA);</i></p> <p><i>“Está bueno pensar en la producción de alimentos, hay lugares donde se están haciendo cosas nuevas, se está expandiendo la frontera agropecuaria y hay una buena perspectiva” (Interior);</i></p> <p><i>“Acá podés ver productos con valor agregado. Acá tenemos la destilería frutal más grande del mundo que es de pera, y se exporta todo a Alemania” (Interior)</i></p> <p><i>“La que más me gusta es el tema de energía, el petróleo, la energía renovable, hay mucho para aprender ahí” (Interior);</i></p> <p><i>“En agroindustria, Arcor es una empresa gigante y requiere muchos recursos” (AMBA)</i></p>
Identificación de la agroindustria con la exportación y el ingreso de divisas que construye el imaginario de salarios competitivos (no así cuando la percepción se asocia con trabajos rurales o “de campo” donde el trabajador se percibe con una situación más precaria)	<p><i>“Las pagas deben ser buenas, la agroindustria se maneja en dólares. Los sueldos deben ser buenos” (AMBA);</i></p> <p><i>“Yo voy con energía y agroindustria. Esos sectores son de materia prima, no hay tanto costo, es ganancia pura” (AMBA);</i></p> <p><i>“Es muy demandante. La gente que trabaja en el agro no conoce un feriado. Es un trabajo duro” (Interior)</i></p>

⁶ Se refiere al comentario público que hizo la artista desde sus redes sociales sobre lo que ella considera un mito de la industria láctea, el proceso de ordeño y los beneficios de la leche como alimento para los humanos (Tras los dichos de María Becerra, un tambero explicó cómo es el manejo de las vacas lecheras, 2021, 11 de agosto).

Marcado interés por el agregado de valor de la mano de la agroindustria, que no sólo atrae por novedoso e innovador sino porque da respuestas a la mayor inquietud de los jóvenes: el ambiente, los alimentos y trato animal. Este aspecto a su vez genera un valor de percepción al aportar amplitud de perfiles requeridos para el desarrollo de los negocios en el sistema agropecuario

“Hay un pueblo en Córdoba que con la producción de cáscara de maní generan energía eléctrica, eso de usar desechos para generar algo nuevo es un modelo al que hay que apuntar, es lo genial de todo esto. Seguí amortiguando el impacto ambiental” (Interior) “No estamos pendientes, pero la IA se estaba incorporando en el campo. Se ve en la reutilización de los residuos” (AMBA); “No conocía. Lo de los tambos me genera impresión, pero me resulta esperanzador. Mi pareja trabaja en tecnología y siempre me dice que la tecnología va a avanzar tanto que va a ser para bien. Es interesante que se use a favor de la tecnología; Yo no tenía ni idea, la prensa del agro no siempre es buena” (AMBA)

Percepción controversial por el cuidado del ambiente y los recursos naturales

“Para mí se proyecta a la sustentabilidad, al uso responsable de los recursos. Quiere proteger y conservar los recursos” (Interior); “Pienso en agroindustria y pienso en algo negativo, que priorizan lo monetario y no nuestra tierra. Aunque tenga proyección económica creo que no podría trabajar ahí” (AMBA)

Sin embargo, la oportunidad y la fortaleza que se asocia con la agroindustria se debilita a causa del escaso conocimiento de tales desarrollos, combinados a su vez con desinformación acerca del perfil innovador del sistema agro, junto con la persistente imagen de precarización y débiles condiciones laborales. Además, también previo a la muestra del estímulo, aparecen dudas y cuestionamientos sobre la conciencia y el cuidado del ambiente por parte de la agroindustria, entre otras.

La complejidad que se le presenta al sistema agro con respecto a las agendas veganas y antiespecistas es que vienen de la mano de una discusión científica en la que se esgrimen pruebas, sumada a una cosmovisión (ecocentrista y antiespecista) de supuestos compartidos, que podríamos relacionar con un paradigma nuevo, inconmensurable con su antecesor. El antiespecismo sostiene la igualdad ontológica de los animales respecto al ser humano⁷. Esto hace que cualquier producción o actividad productiva sea o no con fines de alimentación, que tenga a un animal al servicio, es considerada un abuso o un tipo de esclavitud. Se promueve la liberación de los animales del dominio humano, considerándolos seres que sufren discriminación y explotación.

⁷ El término antiespecismo no figura en el diccionario de la Real Academia Española. Nos acercamos a una definición a través de su antónimo, el especismo, que se refiere a la “creencia por la cual el ser humano es superior al resto de los animales, y por ello puede utilizarlos en beneficio propio”. Real Academia Española. (s.f.).

Especismo. En *Diccionario de la lengua española*, <https://dle.rae.es/especismo>.

Siguiendo el crecimiento de esta agenda en particular, en la investigación de 2021, la lechería aparece como una actividad problemática por el trato de las vacas y los terneros. A este tópico se le suma el creciente cuestionamiento de las características nutricionales de la leche, e incluso de la necesidad del consumo de lácteos. Estos cuestionamientos inducen a una conversación y discusión pública entre los que sostienen esas agendas, el sistema agroalimentario y los profesionales de la salud. Para la epidemiología o propagación de estos temas y agendas, la clave será dar con la información que sea relevante para los individuos que adoptan la creencia o podrían hacerlo. Esta información relevante sostenida por la agenda será el vehículo para su replicación.

Una parte de la información es vieja: ya está presente en la representación del mundo que tiene el individuo (...). Otra parte de la información no sólo es nueva, sino que además no está conectada con nada en la representación del mundo que tiene el individuo (...). Otra parte de la información es nueva, pero está conectada con la información vieja. Cuando esos nuevos y viejos elementos de información interconectados se utilizan conjuntamente como premisas dentro de un proceso inferencial, es posible deducir ulterior información nueva: información que no habría podido inferirse sin esta combinación de viejas y nuevas premisas. Cuando el procesamiento de información nueva suscita esta clase de efecto de multiplicación decimos que es *relevante*. Cuanto mayor es el efecto de multiplicación, mayor es la relevancia (Sperber y Wilson, 1991, p. 65).

Discusión

En un cierto aire de época pareciera que la producción agropecuaria no está de moda: desde los argumentos esgrimidos y detallados por Yuval Harari (2017) en su libro *De animales a dioses* acerca de la influencia de la irrupción de la agricultura en la dieta, el estilo de vida y la cultura (pp. 95-116), así como textos sobre alimentación y hábitos donde se cuestionan las bondades nutricionales de determinados alimentos como la leche, el trigo o la carne; los cuestionamientos a la influencia de las emisiones de carbono de la ganadería y el uso de agroquímicos, denunciados como dañinos para la salud, hasta las discusiones sobre los desmontes, su origen y finalidad, entre otros temas.

El origen primigenio del crecimiento de nuestra especie vino de la mano de la revolución agrícola, del asentamiento, de los cultivos y de la domesticación de animales. Pero la revolución agrícola también es, según Harari, la culpable de una dieta más restringida y de peores condiciones en la calidad de vida.

Esta tensión ha ido llevando a la producción agro a generar una serie de respuestas que dan cuenta de los cuestionamientos y la impelen a: seguir desarrollando un modelo de gestión de los procesos con mayor transparencia; dosificación de químicos con sus respectivos controles; trazabilidad; generación de información y comunicación, entre otras, y una invitación a repensar ciertas prácticas sobre la base de la revisión científica.

Proponemos acercarnos a las cuestiones planteadas por estas agendas desde un análisis teórico con categorías y conceptos desarrollados por Rom Harré, Dan Sperber, Didree Wilson y Michael Tomasello.

En *La relevancia. Comunicación y procesos cognitivos*, Sperber y Wilson plantean que cualquier explicación de la comunicación debe responder a dos preguntas: qué se comunica y cómo se logra esa comunicación (Sperber y Wilson, 1991, p. 73). En este punto se acercan a Tomasello. Los primeros analizando cómo se manifiesta esa intención del emisor y luego la comprensión o inferencia del interlocutor, y el segundo, reconociendo en la evidencia de la intencionalidad la base para el surgimiento de la comunidad humana, cooperativa y cohesionada. “La capacidad de crear un terreno conceptual común (los supuestos en Sperber y Wilson)- atención conjunta, experiencia compartida, conocimiento cultural común- es un factor crítico para toda la comunicación humana, incluso para la comunicación lingüística con todas sus formas explícitas...” (Tomasello, 2013, p.15).

La base bio-psicológica que actúa como dispositivo para la generación de una comunidad y por ende de una cultura, aporta la base explicativa para incorporar en este análisis las reflexiones de Sperber sobre el comportamiento en la difusión y multiplicación de fenómenos culturales y su teoría sobre la relevancia.

Algunas ideas- creencias religiosas, recetas de cocina o hipótesis científicas, por ejemplo- se difunden tan eficazmente que, en distintas versiones, pueden acabar invadiendo, de forma duradera a poblaciones enteras. La cultura está constituida en primer y principal lugar, por ideas contagiosas de este estilo. Está formada también por todas las producciones (escritos, obras de arte, herramientas, etc.) cuya presencia en el medio compartido por un grupo humano permite la propagación de las ideas. Por tanto, explicar la cultura es explicar por qué y cómo hay ideas que son contagiosas (Sperber, 2005, p. 11).

Esas ideas, mensajes, informaciones, mitos, narraciones, etc,,. son compartidas desde la raíz de una genética cooperativa y empática entre seres que se reconocen mutuamente intencionales. Tomasello agudiza el enfoque de la cooperación humana sobre la base de una

tendencia y un reconocimiento de la intencionalidad y reciprocidad, Sperber se decanta por una explicación psicológica en lo que él llama una susceptibilidad hacia la cultura.

Cabe destacar que los productos culturales, tales como los mitos, la literatura y los rituales, entre otros, para Sperber y Wilson, no sirven para transmitir mensajes precisos y predecibles, lo que hacen es concentrar la atención de los oyentes en una determinada dirección, ayudan a imponer una cierta estructura de la experiencia común e intersubjetiva (Sperber y Wilson, 1991, p. 19). Esta ambigüedad, o polisemia, permite en un ámbito de difusión pública, una amplitud de lecturas o inferencias. Las manifestaciones de estas agendas, en varios casos plasmadas en mensajes pictóricos, lingüísticos y en performances, recurren en no pocas ocasiones a figuras metafóricas. Este tropo puede ofrecer una amplitud semántica y, así, abarcar a un público mayor, que, si no se identifica con algún supuesto, si el mensaje está bien diseñado, se identificará con otro. En el caso de las agendas a las que estamos aludiendo: cuestiones ambientales, producción de alimentos, veganismo e innovación, al estar interconectadas, pueden sumar en la amplitud del mensaje varias temáticas.

Un acercamiento para comprender la proliferación y pregnancia de estas agendas puede venir de la mano del concepto de epidemiología de las representaciones.

Una epidemiología de las representaciones es un estudio de las cadenas causales en las que estas representaciones mentales y públicas están involucradas: la construcción o recuperación de las representaciones mentales puede provocar que los individuos modifiquen su ambiente físico, por ejemplo, para producir una representación pública. Estas modificaciones del ambiente pueden provocar que otros individuos construyan sus propias representaciones mentales; estas nuevas representaciones pueden almacenarse y recuperarse más tarde y, a su vez, provocar que las personas que las tienen modifiquen su ambiente sucesivamente (Sperber, 2005, p. 63).

En esto, el marco desde donde se intenta establecer la comunicación es el contexto común.

(...) un contexto no se limita a la información sobre el entorno físico inmediato o a los enunciados inmediatamente precedentes: expectativas respecto al futuro, hipótesis científicas o creencias religiosas, recuerdos anecdóticos, supuestos culturales de carácter general, creencias sobre el estado mental del hablante, son todos elementos que pueden desempeñar alguna función en la interpretación (Sperber y Wilson, 1991, p. 28).

La comunicación, concluyen Sperber y Wilson, tiene éxito no cuando los oyentes reconocen el significado lingüístico del enunciado o de la imagen, sino cuando infieren el “significado” que el hablante le atribuye (Sperber y Wilson, 1991, p. 37). Esto es relevante para

las agendas que se vuelcan hacia el antiespecismo, que aboga en favor de los derechos de los animales concebidos como seres sensibles y sintientes, con misma dignidad que el ser humano, y cuestiona el concebirlos como objetos de consumo comestible o de producción de objetos por considerarlo un avasallamiento a su ser.

Ante las ideas comprendidas a medias, lo que se conoce como “argumento de autoridad” cobra su máxima importancia. El hecho de que las ideas y conceptos misteriosos puedan cumplir con facilidad los criterios de racionalidad no basta para garantizar su éxito cultural. Hay incontables misterios que compiten por el espacio mental y, en consecuencia, por el espacio cultural. ¿Qué ventajas poseen los misterios ganadores? Me atrevo a sugerir que son más evocadores y, por tanto, más memorables (Sperber, 2005, p. 2).

Y, además,

(...) lo que convierte la representación reflexiva en creencia es la autoridad que se concede a la fuente de la representación (...). Los legos también aceptan las creencias científicas sobre la base de la autoridad (...). Por ejemplo, la mayoría de nosotros sólo cree que $E=mc^2$ con una comprensión muy limitada de lo que significa esta fórmula y sin entender los argumentos que llevan a su adopción. Nuestra creencia, pues, es una creencia reflexiva de contenido misterioso, justificada por nuestra confianza en la comunidad de los físicos (Sperber, 2005, p. 88).

Lo interesante para pensar las agendas, su contagio y pregnancia es lo que explica el autor acerca de lo que pasa con este tipo de creencias reflexivas, en algunos casos comprendidas a medias. Al estar sujetas a múltiples reinterpretaciones, su contenido es de alguna manera indeterminado, endeble, y no puede probarse o defenderse para una aceptación racional total. Pero lo llamativo y lo que hace que perduren y se sigan expandiendo es que, “sin embargo, esto no convierte en irracionales estas creencias: se mantienen racionalmente si hay fundamentos racionales para confiar en la fuente de la creencia” (Sperber, 2005, p. 89).

Según los autores, la diferencia entre su modelo epidemiológico de transmisión cultural y el modelo de la salud es que en el primero, cada eslabón de trasmisión hace una interpretación y por ende hay una reelaboración. Al decir de Davies y Harré en *Posicionamiento: la producción discursiva de la identidad*, para quienes la intersubjetividad es una realidad conversacional cuyos mecanismos discursivos se apalancan en las conversaciones que la contextualizan, hay una retroalimentación conversacional y evolutiva. En este marco es interesante poner el foco en el lenguaje: “Conversaciones pasadas pueden considerarse objetables en el presente” (Davies y Harré, 1999, p. 218). Lo que se intenta explicar es que, como en el pasado, puede haber

consecuencias negativas, aunque no malintencionadas, al usar determinadas formas de hablar. Algunos ejemplos de cómo las palabras utilizadas sin esta intención, en un determinado contexto o conversación, como “explotación agropecuaria”, o cuando en ámbitos más específicos se habla de “descarte de vacas” refiriéndose a las que ya no se destinan a la producción de leche, o “guachera”, haciendo referencia al sector de crianza de los terneros, pueden resultar sensibles en una nueva conversación, contexto o, al decir de los autores, posición. Porque según Davies y Harré, las personas van cambiando de posiciones dentro de una misma conversación. El lenguaje es un signo de esa posición. Decir “agrotóxico” no es lo mismo que decir “fitosanitario” o “agroquímico”. Un hablante, cuando habla, se posiciona y posiciona al otro. “Las palabras elegidas por el hablante inevitablemente contienen imágenes y metáforas que asumen e invocan la manera de ser de los participantes involucrados” (Davies y Harré, 1999, p. 223).

Siguiendo a estos autores, los discursos compiten entre sí o pueden crear versiones de la realidad incompatibles o distintas. Los discursos se viralizarán de acuerdo con los contextos compartidos donde se desarrollan. Es entonces el discurso un proceso público polifacético y polifónico a través del cual los significados se obtienen y construyen progresivamente. Un ejemplo es el concepto de “agrotóxico”, que ha logrado penetrar en algunos de los discursos sostenidos por ambientalistas y que se generaliza como norma o concepto real (a falta de conocimiento de conceptos como agroquímicos o fitosanitarios) en otros públicos. Este análisis de Davies y Harré sobre el posicionamiento dinámico dentro de una conversación se vincula, por un lado, con la necesidad de pertenencia ya sugerida en las reflexiones de Tomasello, y, por el otro, en el análisis epidemiológico de Sperber. Así, según Harré:

El reconocimiento de uno mismo como portador de las características que lo ubican como miembro de varias subclases de categorías dicotómicas y no de otras; es decir, del desarrollo de un significado de uno mismo como perteneciendo al mundo en ciertas formas y viendo el mundo desde esa posición. Este reconocimiento implica un compromiso emocional con la categoría de pertenencia y el desarrollo de un sistema moral organizado alrededor de la pertenencia (Davies y Harré, 1999, p. 221).

Pensar al sujeto en una conversación como tomando una posición, es pensarlo como una construcción que es dinámica, incluso a veces contradictoria. Nos sirve esta categoría de la posición y construcción para explicar algunos emergentes de las investigaciones en relación con la percepción del agro, por un lado, como potencia y motor, con empresas de envergadura y reputación que aportan status y buena retribución salarial y, por otro lado, como percepción de

espacio de trabajo precarizado con débiles condiciones laborales, o baja reputación. Esta contradicción, para Davies y Harré, surgiría de que el posicionamiento está hecho por la sociedad y hay en ella una necesidad de remediación.

El posicionamiento, como lo usaremos, es el proceso discursivo donde las identidades se localizan en conversaciones en las que participantes, observable y subjetivamente coherentes, conjuntamente producen argumentos. Puede haber posicionamiento interactivo cuando lo dicho por una persona posiciona a otra. Y puede haber posicionamiento reflexivo cuando uno se posiciona a sí mismo... (Davies y Harré, 1999, p. 222).

Los individuos tienden a adherirse a todo aquello que refuerza su creencia y así no solo se va construyendo el grupo de pertenencia, sino que además se va expandiendo la agenda. Se va creando lo que Sperber y Wilson llaman entorno cognitivo mutuo, instancias en que operan los sistemas de cooperación y de pertenencia al grupo y de cohesión que analiza Tomasello, quien desarrolla una teoría sobre la actitud de cooperación natural de los seres humanos. Sostiene que esta disposición a colaborar y brindar información se basa en la concepción del otro como un semejante intencional que se presume que también en un futuro se pondrá a disposición para colaborar sobre la base de la reciprocidad. Y se radica en la necesidad de aceptación, en la construcción de reputación (sobre la base de la inclinación a dar información sin esperar nada a cambio) y el sentido de pertenencia (Tomasello, 2013, pp. 68 a 155).

Podemos conjeturar que estas necesidades e inclinaciones operan y siguen operando de manera natural y son la base que conforma los grupos de pertenencia. La transmisión de las agendas compartidas puede responder en gran medida a esa necesidad y disposición de conformación del grupo y de circulación de información para su ampliación y cohesión.

Mientras que las creencias intuitivas generalizadas deben su distribución tanto a experiencias perceptivas comunes como a la comunicación, las creencias reflexivas generalizadas deben las suyas casi en exclusiva a la comunicación. (...) las creencias reflexivas no solo se sostienen conscientemente, sino que también se divulgan de forma deliberada (Sperber, 2005, p. 91).

Es de importancia tener en cuenta el contexto donde operan las manifestaciones de las agendas. El contexto guarda relación con la teoría de Sperber de la epidemiología de las representaciones. Así, explica, que cada nueva experiencia se añade a la gama de contextos potenciales, y esto juega un rol decisivo en la interpretación, porque el sujeto para realizar la interpretación contiene información derivada de enunciados precedentes (Sperber y Wilson,

1991, p. 29) y, añadimos, contextos que se enriquecen. Una ampliación a este concepto es otro utilizado en el mismo texto por los autores: el entorno cognitivo. “Las personas no tienen solo los conocimientos que realmente poseen, sino también los conocimientos que pueden deducir de los conocimientos que poseen” (Sperber y Wilson, 1991, p. 56), donde juegan un papel importante las creencias. Si como dicen, procesar información requiere trabajo y es una tarea constante para el ser humano, la acción comunicativa de las agendas, se manifieste como se manifieste, debe generar un efecto interpretativo acorde con la relevancia que le dará su público objetivo.

Aquellas representaciones que se multiplican y distribuyen de manera más o menos generalizada serán las más relevantes y, por ende, más reproducidas. En este sentido, para los emisores de mensajes con públicos objetivos puntuales es un desafío articularlos de manera tal que la intención comunicativa alcance el objetivo y además pueda ser relevante para públicos colaterales, (por llamarlos de alguna manera), es decir públicos susceptibles de inferir el significado y añadirlo a su contexto o entorno cognitivo. Volvemos a la conexión con el concepto de epidemiología: “Cuando el procesamiento de información nueva suscita esta clase de efecto de multiplicación decimos que es relevante. Cuanto mayor es el efecto de multiplicación, mayor es la relevancia” (Sperber y Wilson, 1991, p. 65).

A la pregunta de Sperber sobre por qué ciertas representaciones se convierten en culturales, y sumamos también la pregunta sobre por qué ciertas agendas emergentes comienzan a tener mayor visibilidad y adhesiones y cómo las representaciones públicas que hacen circular se van asimilando y modificando otras agendas o el ambiente, podemos responder desde el mismo Sperber y su teoría de la relevancia. Sería necesario un desarrollo más exhaustivo, pero a priori encontramos una relación y una complementación en ambos conceptos. Quizá aquella susceptibilidad psicológica a la cultura, vinculada con la teoría de Tomasello sobre la inclinación a la cooperación y necesidad de pertenencia, puede estar relacionada con la economía que se efectúa en términos de costo beneficio para el procesamiento de la información que desemboca en la teoría de la relevancia. Entonces aquellas representaciones que se multiplican y distribuyen de manera más o menos generalizada, de manera, al decir de Sperber, más contagiosa, serán las más relevantes y, por ende, siguiendo una lógica autopoietica, las más reproducidas. Así, como las representaciones tienden a transformarse cada vez que se retransmiten y se van alimentando en cada nodo de transmisión, éstas amplían el contexto cognitivo:

Una epidemiología de las representaciones es un estudio de las cadenas causales en las que estas representaciones mentales y públicas están involucradas: la construcción o recuperación de las representaciones mentales puede provocar que los individuos modifiquen su ambiente físico, por ejemplo, para producir una representación pública (Sperber, 2005, p. 63).

Esta especie de contagio conceptual (esa noción es nuestra, no de Sperber) sería para el autor parte de la disposición natural para elaborar conceptos. Se suma el rol de la comunicación en el desarrollo de las creencias y éstas, como base común para la comunicación y la función y características sobre los diferentes relatos o narrativas para la multiplicación de tales creencias. En este punto Sperber mismo trae el concepto de relevancia, para explicar el éxito de determinadas creencias y los factores (ecológicos o cognitivos) que la abonan.

Por nuestro modo de comprender el mundo, los datos requieren tramas, sentidos y contextos: medioambiente, animales, alimentos y tecnología son las temáticas comunes sobre las que se le requerirán nuevas maneras de abordaje comunicacional a través de narrativas que den sentido a la gestión. De narrativas que propicien la creación de un terreno conceptual común y experiencias compartidas (Tomasello, 2013), buscando la manera de concentrar los mensajes, y siguiendo a Sperber y Wilson (1991), haciendo foco en qué se comunica y cómo se ejecuta esa comunicación. La figura 1 representa algunos de los puentes comunicacionales y ejes posibles para una estrategia de vinculación a través de nuevas narrativas para la gestión del agro y su vinculación con las agendas que le son sensibles.

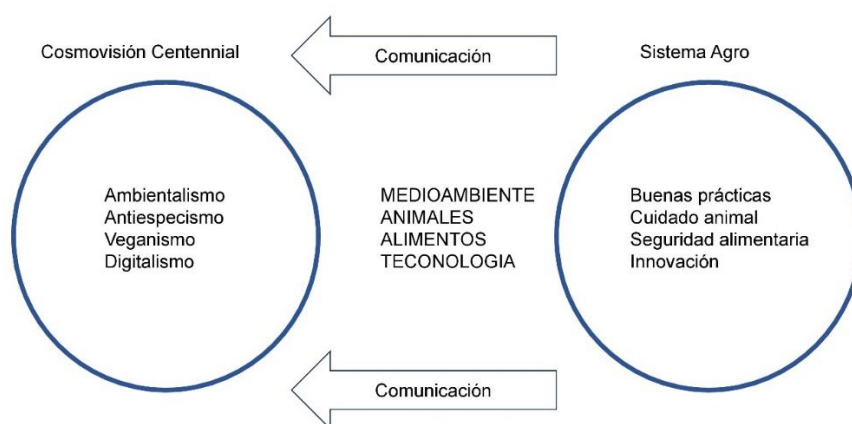


Figura 1. Fuente: *Los alimentos en una sociedad cambiante. La agro-bioindustria escucha a los jóvenes* (2021).⁸

⁸ En este trabajo el concepto digitalismo se presenta como mundo digital. En la figura se respeta el concepto utilizado en el informe de investigación original.

Conclusiones

A la producción agropecuaria se le plantean nuevos problemas, nuevos desafíos, no solo científicos, sino también culturales, que requieren nuevas respuestas.

No sabemos todavía si los cuestionamientos a los procesos y las prácticas de la agricultura, a determinados alimentos y formas de producción, la mirada problemática sobre la producción y el consumo de proteína animal e, incluso, la concepción antiespecista, constituyen la antesala de un cambio más profundo. Estas conversaciones están sucediendo, enmarcadas dentro de la crisis del cambio climático. No sabemos si el problema ambiental no resuelto es la etapa previa al surgimiento de nuevas respuestas a estos problemas. Previsiblemente, la respuesta vendrá de la mano de la biotecnología y la innovación en la misma agricultura.

Las agendas que emergen de las investigaciones y que implican zonas de sensibilidad para el desarrollo de la producción agropecuaria no solo en la Argentina, sino también a nivel global, tienen que ver con estas discusiones científicas y conversaciones en el discurso público. Es dentro de ese contexto común en donde emergen estas agendas relacionadas entre sí.

Un mensaje que ponga el foco en la cuestión ambiental y el uso de agroquímicos a la vez puede poner el acento en los modos de producción de los alimentos y su procedencia. Una manifestación de la agenda vegana, además de promover la alimentación basada en plantas, incorporará el argumento del maltrato animal y el cuidado del ambiente a través de la producción de proteína vegetal y no animal, promoviendo a su vez la agenda del cambio climático. En las manifestaciones del veganismo, por su cosmovisión, puede bajo una misma acción, emitir mensajes relevantes para un público amplio sobre ambientalismo, antiespecismo y alimentación. El mensaje ambiguo y amplio albergará las diferencias. Una explicación acerca de esta especie de fusión que se produce hacia adentro de las agendas puede derivarse de la idea que la comunicación es un proceso más bien de reconocimiento inferencial (Sperber y Wilson, 1991, p.20).

Por ello, las categorías aportadas por autores como Dan Sperber, Dediree Wilson, Michael Tomasello, Bronwyn Davies y Rom Harré, pueden ser de interés teórico para intentar comprender la lógica de la aparición, la perdurabilidad y la difusión de determinadas creencias que se transforman en agendas que sostienen determinadas representaciones y que se replican y van creciendo expansiva e intensamente, como se demuestra en el conjunto de las investigaciones desarrolladas en este trabajo.

Si estamos frente a un nuevo paradigma sobre las prácticas humanas y sus consecuencias ambientales, sobre la generación de alimentos y el lugar que ocupan los seres humanos en el planeta y cómo cambiando hábitos ancestrales o teóricamente naturales a la especie, puede modificar su salud y la ambiental, todavía queda mucho espacio de conversación y discusión por delante.

Referencias

- Armesto, A. (2021). Preocupación por el cambio climático, condiciones económicas individuales y priorización del medioambiente en América Latina. *Opinião Pública*, 27(1), 1–27. <https://doi.org/10.1590/1807-019120212711>.
- Burgos, E. (2024). From Cowspiracy to Seaspiracy: Discursive Strategies in Contemporary Vegan Advocacy Documentaries. *Communication & Society*, 37(1), 115–130. <https://doi.org/10.15581/003.37.1.115-130>.
- Cannata, J.P. (2016). *Diálogo académico sobre valores en contextos polarizados: el caso de las universidades de identidad cristiana*. Instituto Core Currículum. Universidad de Navarra, <https://dadun.unav.edu/bitstream/10171/56526/3/Documento%20Core%20Currículum%20n.12%20Juan%20Pablo%20Cannata.pdf>
- Cruz Rodríguez, J., Bautista Rodríguez, S. (2021). Modelo de gestión del conocimiento ambiental en la agroindustria. Caso sector penelero. *Revista Lasallista de Investigación*, 48-64. <https://revistas.unilasallista.edu.co/index.php/rldi/article/view/2673>.
- Davies, B. y Harré, R. (1999). Posicionamiento: la producción discursiva de la identidad. *Sociológica. Universidad Autónoma Metropolitana. Vol. 14* (39), 215-239.
- De Lucca Ribeiro, F. V., y dos Reis Coutinho, A. (2023). Gestão Ambiental E Energética No Agronegócio: Estudo De Caso Para O Transporte De Grãos Em Longa Distância. *Revista Gestão & Tecnologia*, 23(1), 93–112. <https://doi.org/10.20397/2177-6652/2023.v23i1.2122>.
- Dutta, D., y Chandrasekharan, S. (2018). Doing to being: farming actions in a community coalesce into pro-environment motivations and values. *Environmental Education Research*, 24(8), 1192–1210. <https://doi.org/10.1080/13504622.2017.1392485>

- Estrada, M. S., Lau, N. S., Venegas, E. Z., Flores, M. M., y Montano, J. J. (2003). El secuestro de carbono en la agricultura y su importancia con el calentamiento global. *Theoría: Ciencia, Arte y Humanidades*, 12, 65–71. <https://www.ubiobio.cl/theoria/v/v12/5.pdf>.
- Fernández Pedemonte, D., Piazzardi, B., Pizarro, M., Pereira Vázquez, D., Mujica, G., Castro Almeyra, C. y Figueria, A.M. (2018). Percepción de los jóvenes sobre el agro, Universidad Austral. <https://www.austral.edu.ar/wp-content/uploads/2024/08/Informe-de-investigacion.-Percepcion-de-los-jovenes-sobre-el-agro.-2018.pdf>
- Fernández Pedemonte, D., Piazzardi, B., Di Giano, S., Castro Almeyra, C., Czajka, F., y Kraus, N. (2021). Los alimentos en una sociedad cambiante. La agro-bioindustria escucha a los jóvenes, Universidad Austral. <https://www.austral.edu.ar/wp-content/uploads/2024/08/Informe-de-investigacion.-Percepcion-de-los-jovenes-y-agro.-2021.pdf>
- Fernández Pedemonte, D., Piazzardi, B., Di Giano, S., Castro Almeyra, C., Czajka, F., y Kraus, N. (2023). Percepción de los jóvenes universitarios sobre el agro/agroindustria como sector empleador y para el desarrollo de emprendimientos, Universidad Austral. <https://www.austral.edu.ar/wp-content/uploads/2024/04/Presentacion.-La-percepcion-de-los-jovenes-universitarios-sobre-el-agro-como-sector-empleador-y-para-el-desarrollo-de-emprendimientos.-EPC.-2024.pdf>
- García, A., Caraus, M., Iglesias, T., y Maldonado, J. J. (2018). Regulación, innovación y competitividad en el sector de la alimentación. *Economía Coyuntural, Revista de Temas de Coyuntura y Perspectivas*, 3(2), 33–56. http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2415-06222018000200003&lng=es&nrm=iso.
- Garibaldi, L. A., Andersson, G., Ferrari, C. F., y Pérez-Méndez, N. (2018). Seguridad alimentaria, medio ambiente y nuestros hábitos de consumo. *Ecología Austral*, 28(3), 572–580. <https://doi.org/10.25260/EA.18.28.3.0.768>
- Geza, W., Ngidi, M.S.C., Mudhara, M., Slotow, R., Mabhuadhi, T. (2023) Is there value for us in agriculture? A case study of youth participatios in agricultural value chains in KwaZulu-Natal, South Africa. *Cogent Food and Agriculture*, 9(2) <https://doi.org/10.1080/23311932.2023.2280365>.
- Harari, Y. N. (2017) *De animales a dioses*. Editorial Debate.

- Hora, R. (2018). *¿Cómo pensaron el campo los argentinos? Y cómo pensarlo hoy, cuando ese campo ya no existe*. Siglo XXI Editores.
- Jurado Mejía, A. G., y Hernández Londoño, C. E. (2023). Educación ambiental y producción agropecuaria sostenible: una estrategia para la seguridad Alimentaria. *Ánfora*, 30(55), 105–141. <https://publicaciones.autonoma.edu.co/index.php/anfora/article/download/945/751>.
- Khanal, S., Dhital, P.R., Christian, S.J. (2020) Farming the future: Youth enthusiasm and transforming Nepal's economy through agricultura, *Journal of Agricultura, Food Systems, and Community Development*, 10(2), 359-327. <https://doi.org/10.5304/jafscd.2021.102.027>.
- Lorenzo Sandoval-Aragón, S. (2021). Por una ética de la responsabilidad en la alimentación de origen animal: L'animalisme est un anti-humanisme. *Estudios Sociales: Revista de Alimentación Contemporánea y Desarrollo Regional*. 31(57), 1-7. <https://www.ciad.mx/estudiosociales/index.php/es/article/view/1054>
- Macías Macías, A y Sevilla García, Y. (2021). Desarrollo agroindustrial y degradación ambiental en México (1941-2021). *Observatorio Medioambiental*, 24, 195-228. <https://doi.org/10.5209/obmd.79522>
- Oliver, C. (2023). Creación de un mundo vegano en una sociedad centrada en la carne: las geografías incorporadas del veganismo. *Social & Cultural Geography*, 831-850. <https://doi.org/10.1080/14649365.2021.1975164>
- Peixoto Batista, J., Godfrid, J., Stevenson, H. (2019). La difusión del concepto de servicios ecosistémicos en la Argentina. Alcances y resistencias. *Revista SAAP*, 313-340. <https://doi.org/10.46468/rsaap.13.2.A4>
- Rutti-Marín, J. M., Chávez-Angulo, H. O., y Apestequia-Infantes, J. A. (2022). Estrategias medioambientales para la sustentabilidad: Desafíos ante la crisis global. *Revista de Filosofía*, 39 (Especial), 375–385. <https://doi.org/10.5281/zenodo.6456302>.
- Sperber, Dan (2005). *Explicar la cultura. Un enfoque naturalista*. Ediciones Morata.
- Sperber, D. y Wilson, D. (1991). *La relevancia. Comunicación y procesos cognitivos*. Editorial Visor.
- Tomasello, M. (2007). *Los orígenes culturales de la cognición humana*. Amorrortu Editores.
- Tomasello, M. (2013): *Orígenes de la comunicación humana*. Katz.

Tras los dichos de María Becerra, un tambero explicó cómo es el manejo de las vacas lecheras. (2021, 11 de agosto), *La Nación*. <https://www.lanacion.com.ar/economia/campo/tras-los-dichos-de-maria-becerra-un-tambero-explico-como-es-el-manejo-de-las-vacas-lecheras-nid10082021/>

***Roles de autoría**

La autora tuvo a su cargo todos los roles de autoría del trabajo. Manifiesta no tener conflicto de interés alguno.

Obra bajo licencia internacional [Creative Commons Atribución NoComercial CompartirIgual 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/).