

## RECONSTRUYENDO SENTIDOS: LAS EMPRESAS AGRÍCOLAS Y SU DISCURSO VERDE

Autor: Lic. en Sociología Luciana Muscio

Becaria CONICET- Instituto de I&D Tecnológico

para la Pequeña Agricultura Familiar  
(IPAF) Región Pampeana-INTA

Calle 403 (1894), Villa Elisa, La Plata  
Provincia de Buenos Aires

Contacto: [lucianamuscio@yahoo.com](mailto:lucianamuscio@yahoo.com)

### Abstract:

La problemática ambiental emerge en los años '70 de la mano de los primeros movimientos ambientalistas que levantan las banderas del ecologismo y la conservación de especies. A partir de allí, desde los espacios de poder se pondrá en práctica un intento de cierre discursivo, a partir del cual sus postulados serán resignificados por la política y los intereses capitalistas. Su objetivo será despojar a estos discursos de su carácter disruptivo, que sin embargo no logran acallar.

En este trabajo nos ocuparemos de las empresas vinculadas a la producción agrícola, para indagar cómo éstas se han apropiado de los preceptos ambientalistas, legitimando su accionar en base a los principios de una sustentabilidad entendida en términos de aumento de productividad. A su vez, en esta reconstrucción de sentidos, nos acercaremos a explorar en la voz de los productores para indagar en que medida acciona sobre éstos el discurso verde las empresas.

La incorporación del "discurso verde" por parte del sector empresario abarca un amplio espectro. Ya sea en términos de "responsabilidad social empresarial" o como estrategia de marketing para la divulgación de sus productos, "pensar en verde" se ha vuelto rentable. En el caso de la agricultura este fenómeno tiene características particulares por tratarse de una actividad directamente relacionada con el uso y producción de bienes naturales. Teniendo en cuenta que este escenario fue uno de los primeros frentes de batalla de las denuncias ambientalistas por el uso de pesticidas (Carson, 1962; Bookchin, 1962), es notable cómo las empresas proveedoras de insumos agrícolas han logrado incorporar a sus estrategias de venta la utilización de postulados ambientales para su propio beneficio. Ello, además, implica la construcción de un "tipo ideal" de productor-consumidor

agrícola sustentable, consumidor en términos de tecnología e insumos que las empresas proveen, un paquete tecnológico cada vez más cerrado y excluyente.

Es necesario aclarar que estas estrategias no se llevan adelante sin oposición, el agro es un campo de tensión continua, donde se enfrentan posturas contrarias sobre qué se entiende por “sustentabilidad”. Este contexto ofrece una variedad de discursos y tecnologías contrapuestas que se presentan al productor a la hora de tomar sus decisiones acerca del uso del suelo. La exigencia social de producir de manera sustentable recae sobre estos agentes, aunque los criterios de qué implica esta forma de producción es un debate abierto con posturas antagónicas, donde las empresas, legitimándose en la ciencia y el avance tecnológico, ganan terreno.

**Palabras clave: sustentabilidad, empresas agrícolas, discurso verde, agricultura familiar.**

### **1. Sustentabilidad al servicio empresario: las principales empresas agrícolas**

El uso del término sustentabilidad se encuentra presente en la declaración de principios de las más importantes empresas proveedoras de insumos agrícolas. Compañías como Monsanto, Nidera, DuPont y Basf se declaran a favor del uso sustentable de los recursos, pero ¿qué entienden por ello? A continuación nos ocuparemos del examen de sus postulados, deteniéndonos en el análisis de su “visión, misión y valores” y los contenidos vinculados a la sustentabilidad presentes en sus páginas web. Nuestro objetivo es indagar en la construcción de sentido que las empresas crean alrededor de esta temática, y cómo validan sus productos y su accionar sirviéndose de consignas tomadas del discurso ambiental.

Los tópicos principales alrededor de los cuales construyen su ideología ambiental pueden resumirse en los siguientes:

- Sustentabilidad - crecimiento poblacional - recursos escasos
- Desarrollo sustentable - crecimiento económico
- Eco - eficiencia
- Innovación tecnológica y sustentabilidad

- Certificaciones y cumplimiento de las leyes ambientales
- Cambio climático

Detrás de estos conceptos encontramos las bases ideológicas del discurso hegemónico sobre el desarrollo sustentable y la Modernización Ecológica, proceso por el cual, despojada de su crítica antisistema, la cuestión ambiental paulatinamente es incorporada al discurso de la política de los países centrales y se transfiere a la esfera internacional (Hajer, 1995). Vemos, entonces, cómo estos principios se han masificado, sirviendo como recurso para las principales empresas proveedoras de insumos agrícolas en el país. En este sentido, las compañías buscan validar sus acciones, productos y tecnología, sirviéndose de estos discursos. A su vez, incorporan estos principios a su organización administrativa, industrial y de acción hacia la comunidad.

La utilización del discurso ambiental por parte de las compañías Monsanto, Nidera, DuPont y Basf se halla íntimamente ligada a las ideas malthusianas de aumento poblacional y escasez de recursos (Meadows, 1972), razón por la cual logran unir sustentabilidad a productividad e innovación tecnológica. La construcción de este discurso tecnologizante liga las necesidades de la población, el medioambiente y su beneficio económico como un conjunto sin contradicciones, por encontrarse respaldado por la ciencia y cierta normativa estatal e internacional.[1]

Estas ideas construyen un “tipo ideal” de productor-consumidor a imagen y semejanza de los intereses empresariales, respaldado por un halo de legitimidad difícil de franquear. Las empresas edifican sus estrategias de marketing en función de éstas, actuando sobre el imaginario de los productores y los agentes vinculados al agro. Las mismas son divulgadas a través de la publicidad comercial, los proveedores de insumos locales, asesores técnicos privados, así como en los espacios de formación académica y no académica que brindan a los productores y los estudiantes de carreras afines. Las prácticas llamadas tradicionales, o aquellas vinculadas a un uso menos intensivo de insumos tienen poca cabida en este ideario, que se erige en base a principios difíciles de cuestionar como “el hambre mundial” y el “saber científico”.

El caso de Monsanto resulta ilustrativo, por tratarse de una de las empresas proveedoras más importantes tanto a nivel local como mundial. A su vez es una de las más cuestionadas mundialmente por la producción de sus semillas genéticamente modificadas (OMG), el cobro de regalías y el herbicida glifosato a ellas asociado[2]. Por ello creemos no es casual que esta sea la

## XI INTI International Conference La Plata 2012

Equipo TAG Territorios Posibles UNLP-CONICET y Universidades asociadas del GDRI  
Groupe de Recherche CNRS INTI International Network of Territorial Intelligence  
Instituto IdhICS, Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación, Universidad Nacional de La Plata - CONICET

compañía con mayor despliegue de información y justificaciones en torno a la temática medioambiental -y cuestiones a ella asociadas como la salud-, en búsqueda de mayor legitimidad. Su importancia en el mercado local, en especial en la producción de soja, siendo éste el cultivo de mayor expansión en la última década, le otorga a la empresa un papel fundamental como formadora de sentido así como generadora de disidencias. Los siguientes datos económicos publicados por la empresa reflejan su importancia en el país:

Monsanto : ventas netas año fiscal 2010 (USD en miles)					
Paraguay	Argentina	Bolivia	Chile	Uruguay	Total
10.687	734.908	0	76.363	75	822.033

Fuente: "Reporte de Sustentabilidad. Monsanto Latinoamérica Sur" (Monsanto, 2011).

En el año 2009 Monsanto fue premiada por la revista Prensa Económica, junto al Ministerio de Industria y la Fundación Exportar, como la mayor exportadora de la Argentina en la categoría semillas (Monsanto, 2011).

Sus estrategias discursivas se plasman tanto en el contenido de su página web y campañas publicitarias, como en la elaboración de un informe especial llamado "Reporte de Sustentabilidad. Monsanto Latinoamérica Sur" (Monsanto, 2011) elaborado para Argentina, Bolivia, Chile, Paraguay y Uruguay abarcando el año fiscal 2010. A través de estos canales la compañía plantea una comunicación directa con su público de interés.

La firma expresa que desde 2008 asume su compromiso con la "agricultura sustentable". El contenido de su página web revela que entiende por ello:

- a) Producir más
- b) Conservar más
- c) Mejorar la calidad de vida de las poblaciones

El principio productivista no requiere mayor explicación, la ideología de la empresa se sostiene sobre el aumento de la productividad, en vistas de un crecimiento indefinido sobre el que cabalga su beneficio económico. Lo llamativo es como logran vincular argumentativamente este principio con los siguientes.

“Conservar más” se traduce, a diferencia del concepto original del ambientalismo que es entendido como conservación de las especies y los espacios naturales, en un argumento que establece la relación: mejora de la conservación es igual al aumento de la productividad con menor uso de recursos:

“**Podemos producir más con menos recursos**, asumimos el compromiso de hacerlo con un tercio menos de recursos. Por eso reforzamos **nuestra meta de duplicar el rendimiento de los cultivos comprometiéndonos a lograrlo con un tercio menos de recursos como el suelo, el agua y energía, por unidad producida en comparación con el año 2000.**” (Resaltado en el original, [www.monsanto.com/global/ar](http://www.monsanto.com/global/ar))

Considerando que la base de estas ideas son el monocultivo y la eliminación de “plagas” y “malezas”, lejos se encuentra de los preceptos ecológicos que promulgan la defensa de la biodiversidad.

En el mismo sentido de incremento de la productividad relacionan el tercer postulado, donde “mejorar la calidad de vida de las poblaciones”, entre las que incluyen a los pequeños productores, se encuentra directamente relacionado con el aumento de la productividad entendida según sus criterios y en base a la adopción del paquete tecnológico provisto por la empresa.

La calidad de vida, por tanto, es entendida en función del principio económico productivista, para lo cual Monsanto ofrece la adopción tecnológica como un único criterio adaptable a todos por igual, sean grandes o pequeños productores.

Vemos, entonces, cómo los recursos argumentativos giran todos en torno al aumento de la productividad[3], como la llave mágica que de la mano de Monsanto traerá a todos felicidad.

Otra de sus estrategias es vincular OMG, medioambiente y salud a través del siguiente

argumento:

“Una de las principales consecuencias benéficas que tiene el uso de semillas genéticamente modificadas para el medio ambiente es que, a través de ellas, se puede reducir al mínimo o eliminar, según el caso, el uso de pesticidas que han probado ser altamente contaminantes.”([www.monsanto.com/global/ar](http://www.monsanto.com/global/ar))

En primer lugar el argumento plantea una relación inseparable entre producción agrícola y uso de pesticidas, cualquier otra forma de producción – llámese orgánica, agroecológica o ancestral- no es considerada, por ello “lo mejor” para la salud del hombre y el ambiente es el uso de las semillas producidas por la empresa, y sobre las cuales ejerce control. Otra cuestión interesante en este postulado es el recurso de la “prueba”. Sus OMG dicen reducir el uso de pesticidas que “han probado ser altamente contaminantes”, mientras se encuentran asociados al uso de un herbicida como el glifosato sobre el cual hay importantes luchas en torno a la “prueba” de su toxicidad que la empresa y otros organismos niegan[4].

Por su parte el “Reporte de Sustentabilidad. Monsanto Latinoamérica Sur” (Monsanto, 2011) desarrolla los anteriores argumentos, conjugando el análisis de la “performance económica, social y medioambiental a partir de las actividades y acciones realizadas durante el año fiscal 2010 en línea con nuestro compromiso con la Agricultura Sustentable” (Monsanto, 2011). El concepto de sustentabilidad se construye fundamentalmente en función de los avances de la empresa, en base a sus adelantos biotecnológicos –con especial énfasis en el control de plagas, rendimiento y resistencia de las semillas- y de mercado.

Este informe incorpora además el concepto de Agricultura Certificada, que en alianza con la Asociación Argentina de Productores en Siembra Directa (AAPRESID), se presenta como un nuevo estadio del modelo tecnológico, asociando los insumos de la empresa y la Siembra Directa. Esta novedosa estrategia busca instalarse en Argentina y ganar mercados como un nuevo escalón de la “agricultura sustentable”, un paquete tecnológico cerrado que promete asegurar productividad bajo el control y cumplimiento de criterios ambientales ajustados a la tecnología del modelo hegemónico. De esta forma se construye un concepto de sustentabilidad cerrado, un “tipo ideal” de agricultor-consumidor agrícola sustentable, dependiente de los insumos y la tecnología de punta a la que acceden los sectores exitosos del modelo.

## **2. Manifestaciones en el territorio: un acercamiento a los productores familiares pampeanos**

Las estrategias de marketing y construcción de sentido de las empresas tienen por objetivo influir en los agentes productivos, expandiendo su injerencia en el mercado de insumos agrícolas. Los motivos de su éxito se encuentran relacionados con una variedad de causas que por cuestiones de espacio no vamos a desarrollar aquí (véase Gras y Hernández, 2009). A su vez, la adopción por parte de los agentes no siempre se produce de manera homogénea y acrítica. Si bien el avance de la agricultura registrado en la región pampeana es acompañado por la incorporación de tecnología con alto uso de insumos, en la apreciación de los agentes de tipo familiar sobre sus consecuencias ambientales es posible rescatar, en ciertos casos, prácticas y valoraciones que ponen en duda la inocuidad y beneficios de los insumos ofrecidos por las empresas. Las experiencias recogidas a partir de entrevistas realizadas a productores familiares en la Pcia de Buenos Aires[5] dan cuenta de esta realidad. Los datos arrojados por las entrevistas realizadas a productores agrícolas, ganaderos y mixtos dejan traslucir cómo, en especial en los dos últimos tipos, la incorporación del paquete tecnológico ofrecido por las empresas se produce de manera híbrida, conservando prácticas de manejo y rotación con ganadería cuya decisión se encuentra vinculada en parte a la búsqueda de conservación del suelo y la reducción del uso de agroquímicos. En algunos casos ello va acompañado de la incertidumbre sobre estos últimos, tanto en sus consecuencias para el ambiente como en las consecuencias sobre la salud de los seres humanos. El paquete tecnológico “sustentable” ofrecido por las empresas y el modelo tecnológico que las acompaña es puesto en duda por la práctica de estos agentes, quienes si bien utilizan en parte sus insumos, descreen del discurso legitimador que los acompaña. Su utilización en cambio esta más bien vinculada a la oferta del mercado, y a la necesidad de acceder a niveles de producción que les permitan afrontar los costos cada vez mayores de producción, arrendamiento y de vida de las familias.

Esta realidad deja traslucir que si bien la apropiación y dominación que intentan sostener las empresas sobre la cuestión ambiental se hace cada vez más presente en sus estrategias y discursos mediáticos, en el espacio rural sus intentos encuentran resistencias, concientes o no, que en algunos casos se traducen en prácticas. Es por ello que creemos que el “tipo ideal” de productor-consumidor construido por las empresas sigue funcionando como un tipo ideal que si bien ejerce influencia y suma voluntades, en el mismo sentido genera resistencias.

## XI INTI International Conference La Plata 2012

Equipo TAG Territorios Posibles UNLP-CONICET y Universidades asociadas del GDRI  
Groupe de Recherche CNRS INTI International Network of Territorial Intelligence  
Instituto IdhICS, Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación, Universidad Nacional de La Plata - CONICET

### Bibliografía:

- Bookchin, M (1962), **Our Syntetic Environment**, Nueva York, Knopf.
- Carson, Rachel (1962). **La primavera silenciosa**. Ed. Crítica. Barcelona. (Ed. Español 2010)
- Gras C. y Hernández V., coord. (2009.) La Argentina rural: de la agricultura familiar a los agronegocios. Bs. As. Ed. Biblos.
- Hajer, Maarten. (1995); *The politics of environmental discourse: Ecological Modernization and the Policy Process*, Oxford, Clarendon Press.
- Meadows, D.H; Meadows, D.L; Randers, J; Behrens, W.W: (1972), Los límites al crecimiento, Fondo de Cultura Económica.

### Fuentes:

- “Reporte de Sustentabilidad. Monsanto Latinoamérica Sur” (Monsanto, 2011)
- <http://www.monsanto.com/global/ar/Pages/default.aspx> (consultada 9/5/2012)
- [http://www.nidera.com.ar/Nidera/nuestro\\_compromiso.aspx?mnu=principios](http://www.nidera.com.ar/Nidera/nuestro_compromiso.aspx?mnu=principios) (consultada 8/5/2012)
- <http://www.agrosoluciones.dupont.com/esp/home.php> (consultada 8/5/2012)
- <http://www.basf.com.ar> (consultada 8/5/2012)
- Documental “El mundo según Monsanto” de Marie Monique Robin (2008) (<http://vimeo.com/13096415>, consultada 13/5/2012).
- Red de Médicos de Pueblos Fumigados (<http://www.reduas.fcm.unc.edu.ar/>, consultada 13/5/2012)
- Informe Técnico del Dr. Andrés Carrasco (<http://www.reduas.fcm.unc.edu.ar/efectos-teratogenicos-del-glifosato-dr-andres-carrasco/>, consultada 14/5/2012),

---

[1] Además de normas locales, las empresas continuamente se validan en base a informes de



organismos internacionales como la FAO así como ONG's de fiscalización internacional.

[2] Posiciones en contra de la compañía y sus productos se reflejan en el documental francés “El mundo según Monsanto” de Marie Monique Robin (2008) (<http://vimeo.com/13096415>, consultada 13/5/2012). A nivel local podemos mencionar, entre otros, la Red de Médicos de Pueblos Fumigados (<http://www.reduas.fcm.unc.edu.ar/>, consultada 13/5/2012) y el informe técnico del Dr. Andrés Carrasco (<http://www.reduas.fcm.unc.edu.ar/efectos-teratogenicos-del-glifosato-dr-andres-carrasco/>, consultada 14/5/2012), quienes denuncian las consecuencias nocivas sobre la salud y el desarrollo embrionario que serían ocasionados por el glifosato, principal herbicida fabricado por la empresa Monsanto bajo el nombre comercial Roundup.

[3] Otro actor fundamental en la construcción y sostenimiento de este argumento es el Estado. El recientemente presentado Plan Estratégico Agroalimentario y Agroindustrial Participativo y Federal (PEA) condensa estas ideas. El mismo plantea para 2020 una expectativa en el crecimiento de la producción, fundamentalmente agrícola, en un 60%, sostenido por un avance tecnológico que se declara sustentable.

[4] En el “Reporte de Sustentabilidad. Monsanto Latinoamérica Sur” se expresa: “De acuerdo al informe publicado por la reunión conjunta FAO/OMS (Organización para la Agricultura y la Alimentación de las Naciones Unidas), el glifosato posee baja toxicidad aguda, no es genotóxico (no provoca daños ni cambios en el material genético), no es cancerígeno (no provoca cáncer), no es teratogénico (no afecta el normal desarrollo embrionario); no provoca malformaciones, no es neurotóxico (no afecta el sistema nervioso) y no tiene efectos sobre la reproducción” (Monsanto, 2011).

[5] El desarrollo de estos temas son parte de mi tesis de maestría, la cual se encuentra en etapa final de elaboración. Para la misma fueron realizadas 19 entrevistas a productores familiares (usando como criterio de corte hasta un empleado permanente) de diferente perfil productivo (agrícolas, ganaderos y mixtos) pertenecientes al Partido de Lobería, ubicado en la región sudeste de la Pcia. de Buenos Aires, Argentina.