

RESUMEN

En las últimas décadas, la globalización, la evolución de los mercados y los nuevos flujos poblacionales, entre muchos otros factores, ayudan a entender que lo rural y lo urbano son dos espacios que están más conectados de lo que muchos piensan. Las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) están jugando un rol clave en esa situación.

Las nuevas generaciones de productores no sólo incorporan estas tecnologías a su actividad, cambiando incluso muchos de los modos tradicionales de hacer agricultura, sino que también conciben a estos dos “espacios” como complementarios. Los teléfonos móviles, en especial, se constituyen como una excelente plataforma para conectar la “rurbanidad”, un concepto clave que ayuda a entender este tipo de espacios híbridos en donde lo rural y lo urbano son parte de una misma realidad.

El presente trabajo ofrece un avance de la investigación desarrollada en Argentina, Estados Unidos y España, que busca comprender mejor cómo las TIC están impactando en las empresas de la agricultura familiar, focalizando en el rol que está jugando la juventud en un escenario complejo donde las transformaciones sociales están reconceptualizando las formas de hacer agricultura y redefiniendo trayectorias sociales, económicas y culturales de las sociedades en contextos híbridos.

PALABRAS CLAVE

jóvenes, tecnologías, comunicación, transformaciones, agropecuario

Youth and ICT: reshaping agriculture

ABSTRACT

In recent decades, globalization, the markets' evolution and new population flows, among other factors, help to understand that rural and urban are two spaces that are more connected than many think. The information and communications technology (ICT) are playing a key role in that situation.

The new generations of farmers not only incorporate these technologies to their activity, changing even many of the traditional ways of doing agriculture, but also conceive these two “spaces” as complementary. Mobile phones, in particular, constitute an excellent platform to connect the “rurbanity”, a key concept which helps to understand this type of hybrid spaces, where rural and urban are part of the same reality.

This paper provides preliminary findings of the research developed in Argentina, United States and Spain, which seeks to better understand how ICT is impacting in family farming practices, focusing on the role being played by youth in a complex scenario where social transformations are reshaping agriculture and redefining social, economic and cultural trajectories of the societies in hybrid contexts.

KEYWORDS

youth, technologies, communication, transformation, agriculture

INTRODUCCIÓN

ALGUNOS CAMBIOS Y DESPLAZAMIENTOS A LOS QUE PRESTAR ATENCIÓN

Latinoamérica fue hasta las décadas de 1970 y 1980, con excepción de algunos países, una región de campesinos, aunque esto ya no sea tan así, en tanto que el trabajo asalariado se ha diseminado aún más por el subcontinente. *De la reforma emergió un gran número de pequeños campesinos, pero siempre al borde del colapso*, sostiene Domínguez (2009:2004), aunque también se generalizó la proletarianización.

Aquellos que en el largo plazo se beneficiaron de la reforma agraria y, en especial, de las políticas neoliberales fueron los empresarios rurales o propietarios de latifundios y de haciendas convertidas en capitalistas. Los elementos que se encuentran bajo su control son el capital, la pericia técnica, los lazos comerciales y financieros, amén de la influencia política. En efecto —dirá Kay (2002:40)— los poderosos capitalistas rurales son un elemento fundamental en la adaptación pasiva a la globalización neoliberal.

El espacio rural latinoamericano ha venido evolucionando hasta enfrentarse hoy a un nuevo escenario de impronta territorial, de rescate cultural y vigilancia medioambiental, que permite visualizar a los asentamientos humanos y sus relaciones en un continuo rural-urbano, expresado, entre otros aspectos, en el desarrollo progresivo de actividades agrícolas no tradicionales y actividades no agrícolas en el medio rural. A las producciones tradicionales de la ganadería y la agricultura, se han sumado nuevas orientaciones productivas como el cultivo de bioenergéticos, plantas medicinales, el turismo rural, forestación, agricultura orgánica, agricultura sostenible, granjas de especies menores, empresas de servicios rurales y una mayor integración de la cadena agroproductiva y comercial con expresiones organizativas en el campo, la ciudad y sus contextos regionales, nacionales e internacionales.

Todo ello, ha producido cambios sociales, económicos, políticos y medioambientales que afectan a la agricultura y al medio rural y que redefinen nuevas demandas de la sociedad y el surgimiento de una nueva estructura de oportunidades, que adquiere matices propios en cada uno de los países, en especial, atendiendo las diferencias que pueden marcar los distintos niveles de desarrollo económico, social y humano.

Los pequeños y medianos productores agrícolas, especialmente los grupos históricamente desplazados —como los pueblos indígenas, los pequeños productores, las mujeres, los jóvenes, entre otros actores—, encuentran en estas oportunidades que ofrece el nuevo auge de la ruralidad, importantes espacios de desarrollo económico y de organización para aumentar sus niveles de participación económica, social, cultural y política y, consecuentemente, su nivel de vida. Esta nueva lectura de la ruralidad también ofrece a los productores agrícolas grandes, y a las cadenas agroproductivo-comerciales, espacios de responsabilidad, compromiso y participación (Jiménez Trejo, 2008) que deben repensarse también a partir de las nuevas coordenadas a las que venimos haciendo referencia.

La Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO)¹ concibe a la agricultura familiar como la producción agrícola, pecuaria, forestal, pesquera y acuícola que, pese a su gran heterogeneidad entre países y al interior de cada uno de ellos, posee algunas de las siguientes características: 1. acceso limitado a los recursos de tierra y capital; 2. uso preponderante de la fuerza

de trabajo familiar, siendo el y/o la jefe de familia quien participa de manera directa en el proceso productivo; 3. la actividad desarrollada es la principal fuente de ingresos del núcleo familiar, que pueden o no ser complementadas con otras actividades no agrícolas.

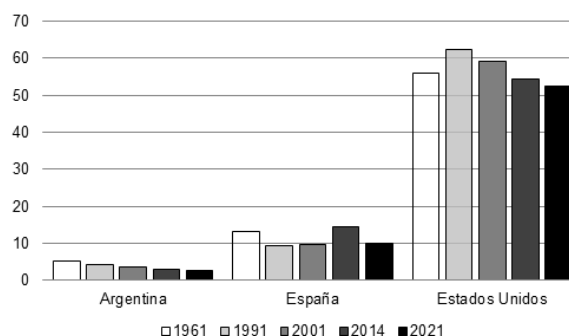
La definición de la Federación de Organizaciones Nucleadas en la Agricultura Familiar (FONAF) de Argentina, destaca la preponderancia del componente cultural que implica el ejercicio de la actividad y le asigna un rol fundamental en la *reproducción social de la familia en condiciones dignas*, en tanto cobra un rol decisivo la transmisión de valores, prácticas y experiencias entre generaciones (en D. N. Ramilo y G. Prividela, 2013:5).

A pesar de la predominante influencia de la industria y los servicios en la economía mundial, la agricultura familiar sigue desempeñando un crucial rol socio-económico; primero, porque concentra a más del 70% de las empresas agropecuarias en diversos países del mundo; segundo, porque mantiene su influencia clave en el creciente mercado de producción de alimentos. En los tres escenarios analizados para el caso de la presente investigación (Argentina, España y Estados Unidos), el negocio agropecuario sigue jugando un rol clave no sólo a nivel económico sino también a nivel cultural, local y regionalmente.

País	Valor agregado (% PBI)	U\$ Corrientes (miles de millones)	Tierra ocupada (% del total)
Argentina	7	34,7	54,4
España	3	32	54
EE.UU.	1	173,8	44,7

> **Tabla 1.** Agricultura: indicadores nacionales en tres países. Fuente: Base de Datos del Banco Mundial 2011 – 2013.

A pesar de la relevancia de la agricultura en la economía y la estructura social, la población rural y agropecuaria está decreciendo en los países observados, incluso cuando las proyecciones internacionales (FAO, 2013) están mostrando lo contrario a nivel global: la población rural mundial podría llegar a los 3.300 millones de personas en el año 2021, un 40% más que hace 60 años atrás. En contrasentido a esta tendencia, según las previsiones de la ONU para el 2021, Argentina tendrá 2,6 millones de personas menos en el campo que hace 60 años atrás; en el mismo periodo (1961 – 2021), Estados Unidos habrá expulsado a otros 3,4 millones del área rural hacia las ciudades y España hará lo mismo con 1,9 millones de personas.



> **Gráfico 1.** Evolución de la población rural. Fuente ONU 1961 – 2012.

El ámbito de reproducción y alcance de la actividad agropecuaria viene mutando a la par de los cambios sociales y económicos, destaca un grupo de especialistas ² a tal punto en que lo rural no es el único reducto en donde los productores familiares están desarrollando hoy la agricultura. La denominada “nueva ruralidad” capta cambios sustanciales en el agro, analiza Oscar Burtnik (Carosio, 2008:21): *una creciente pluriactividad, con empleos en ámbitos no rurales y diversificación de los ingresos de los campesinos. También cambios en la valoración de lo rural, así como también cambios en los estilos de vida.* En el camino de las transformaciones Cima-devilla y Carniglia (2009:11) notarán además la emergencia de “procesos de ruralización” de la sociedad en tanto dinámicas en las que lo urbano y lo rural se impactan mutuamente, en tanto que García Ramón, Tulla y Valdovinos (1995) llamarán la atención sobre el “neorruralismo” como un fenómeno migratorio con lógica inversa en donde la población urbana es la que se moviliza hacia la rural en búsqueda de otras oportunidades y mejores condiciones de vida.

El componente familiar de este tipo de empresas supone pensar en el rol decisivo que juegan las tramas vinculares y las dinámicas sociales y culturales. Esta integración aparece en una de las definiciones de comunicación pensadas desde el Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA) de Argentina: es la *relación con un otro/a diferente, que implica un hacer común con sentido de transformación; entendida desde la complejidad como espacio fluido y sin un afán de completitud. La comunicación es un proceso relacionante de la diversidad sociocultural, un espacio de vínculos entre actores sociales con diferentes formas de pensar y hacer, que construyen sentidos colectivamente*³.

En este contexto la teoría del actor-red que ha desarrollado Bruno Latour (2008) se constituye en un valioso aporte de herramientas conceptuales y metodológicas. *Esta teoría puede definirse, de algún modo, como un movimiento intelectual que, inspirado por el postulado de heterogeneidad, elaboró una serie de herramientas conceptuales para desentrañar las complejas redes que constituyen la producción de la verdad científica, las relaciones inseparables entre tecnología y sociedad*, analiza Correa Moreira (2012:56). Las sociedades están necesariamente atravesadas por diversas tecnologías, en una dinámica en la que ambos componentes se impactan entre sí. *Todos los ensambles son estructurados al mismo tiempo tanto por lo técnico como por lo social*, define Bijker (1995:273), en tanto Thomas, Fressoli y Lalouf (2013:10-12) se referirán a seres “socio-técnicos”.

De las tecnologías más recientes, se destacan las de la información y la comunicación (TIC) por introducir severos cambios en la vida cotidiana de la población: internet, dispositivos inalámbricos y sistemas de geoposicionamiento, entre muchos otros, no sólo han modificado el vínculo histórico entre la gente y sus instituciones sino que también han determinado nuevos modos de realizar una gran variedad de actividades. *La comunicación de masas está siendo transformada por la difusión de Internet y la Web 2.0, así como por la comunicación inalámbrica. La emergencia de la autocomunicación de masa desintermedia a los medios y abre el abanico de influencias en el campo de la comunicación*, relata Castells (2008).

Nestor García Canclini (2004:176) concluye que de la relación entre tecnología, sociedad, cultura y economía emerge una nueva temporalidad, cada vez más efímera y descartable: *las políticas industriales que vuelven inservibles los artefactos electrónicos cada cinco años (...) lo hacen simulando que ni el pasado ni el futuro*

importan. Logran convertir la aceleración y la discontinuidad de los gustos en estilo de vida permanente de los consumidores. De allí —agrega el autor— que resulte lógico que las culturas juveniles se consagren al “hiper presente”, ante las dificultades de saber qué hacer con el pasado o con el futuro.

Vale mencionar que en torno a los jóvenes⁴ han emergido en las últimas décadas nuevos enfoques que plantean disrupciones con las tradicionales miradas biologicistas predominantes. Ana Miranda (2013) comenta en este sentido que la “condición juvenil” hoy no debe ser entendida como una etapa de espera o moratoria social, sino, por lo contrario, de mucha actividad. En esta línea, Joaquín Casal (2013) destaca que la juventud debe ser comprendida en términos de transición biográfica o trayectoria des-estandarizada, compleja, influenciada por el capitalismo informacional.

Podría pensarse que, de todas las generaciones, la influencia de las TIC es especialmente relevante en las más jóvenes. Esto puede obedecer a que el surgimiento y auge de los medios está enraizado en el nacimiento y evolución de las distintas generaciones de individuos, como así también en el desarrollo de los patrones culturales de los sujetos que las integran. Así, siguiendo el perfil trazado por el psicólogo Alejandro Schujman (2011), los “tradicionalistas” o “leales”, nacidos entre 1900 y 1945, crecieron en pleno auge de la radio; los baby boomers o “competitivos” (1945 - 1964), nacidos durante la explosión de la natalidad mundial, fueron testigos del nacimiento de la televisión; la Generación X (1964 - 1980), también conocida como la generación de los “escépticos”, estuvieron expuestos a una gama tecnológica más diversa, que incluyó desde los medios tradicionales hasta los primeros ordenadores y videojuegos; la Generación Y (1981 - 1992), conocidos también como los “pragmáticos”, hijos de los baby boomers, crecieron en el imperio de la hipertecnologización, junto al nacimiento de la web; y la reciente Generación Z (1992 en adelante), consumista y pesimista, forman parte de la revolución 2.0 y los medios sociales.

En los años noventa, con la gradual expansión de Internet, no sólo los temas de conversación se ampliaron, sino que cambió sustancialmente la naturaleza del diálogo: la interacción es en simultáneo, a través de múltiples pantallas, en tiempo real y sin necesidad de presencia física. Hoy los adolescentes disponen no sólo del teléfono de línea para comunicarse, sino, además, del celular para mandar mensajes y de Internet para enviar mails, chatear, tener un blog o estar en una red social (...). La vida social de los jóvenes hoy se mueve en dos esferas: la virtual (online), en los vínculos que los chicos establecen en el ciberespacio, y la real (offline), en el mundo de sus relaciones cara a cara. Los adolescentes entran y salen de ambos universos permanentemente, sin necesidad de distinguir sus fronteras de manera explícita, puntualiza Roxana Morduchowicz (2012:11).

En cierta forma, añade Feixa (2014:325), se trata de una evolución de las temporalidades que sigue las metáforas sobre los estados de la materia utilizadas por Bauman (2007): de la sociedad moderna (analógica) en estado sólido se pasó a la sociedad posmoderna (digital) en estado líquido; ahora se pasa a la sociedad “hipermoderna” o “hiperdigital” en estado gaseoso. La entrada y salida en las culturas juveniles no resulta un proceso lineal; por primera vez, concluye el autor catalán (2014:327), el translocalismo que imprime la era digital hace pensar que la cultura juvenil sobrepasa incluso a la juventud, lo cual hace posible una cultura juvenil sin jóvenes (Canevacci, 2000).

METODOLOGÍA

Desde hace décadas, las TIC vienen introduciendo cambios políticos, económicos, sociales y culturales, entre otros. Este proceso de transformación (que sigue su avance y evolución) ha adquirido diversos matices en las diversas sociedades. En este contexto, desencantados de una sociedad que los desplaza y excluye, los jóvenes ensayan sus propias formas de organización y adaptación a un mundo incierto. A partir de este escenario, la investigación aquí presentada parte del supuesto que, de la mano de las TIC, los jóvenes están configurando nuevas experiencias que conducen a renovadas modalidades de comunicación, gestión y organización de la empresa agropecuaria familiar.

En el camino por intentar dilucidar posibles respuestas a estas anticipaciones de sentido, se recurrió al estudio de casos múltiples (Miles y Huberman, 1991). Las unidades de análisis son jóvenes vinculados a la producción agropecuaria familiar, mayores de 18 años, hombres y mujeres, residentes en zonas rurales como urbanas. Paralelamente, se tomaron como unidades de información a referentes de organizaciones públicas, privadas y del tercer sector vinculadas a las juventudes y el mundo agropecuario.

Se seleccionaron tres casos de análisis, que si bien no buscan ser representativas de sus respectivos contextos regionales, ni mucho menos de las juventudes, sí se espera que logren dar cuenta de diversas realidades conviviendo que permitan luego establecer puntos en común, matices y contrastes. Es así que el trabajo de campo se realizó en tres distritos, de tres países específicamente seleccionados; uno en América del Sur, otro en América del Norte y un tercero en Europa:

- **Argentina, Provincia de San Luis:** ubicada en el centro-oeste del país, sobre el corredor bioceánico que conecta el Atlántico con el Pacífico. San Luis es una pequeña pero estratégica área en la producción agropecuaria de la región central, principalmente en el sector de la ganadería y los granos. Cerca del 85% de los productores de la región pueden enmarcarse dentro de la categoría de la agricultura familiar.
- **Estados Unidos, Estado de Washington:** localizado en el extremo norte de la costa oeste, limitando con Canadá. Las explotaciones familiares representan el 97,6% de todas las granjas del país y son responsables del 85% de la producción agropecuaria (USDA, 2014). Existen unas 160.000 personas trabajando en agricultura en el Estado de Washington, generando unos 49.000 millones de dólares en ingresos y representando el 13% de la economía estatal (WSFB, 2014).
- **España, Comunidad Autónoma de Cataluña:** emplazada en el extremo este del país, limitando con Francia. La mayoría de las 12 millones de granjas de la Unión Europea son de características familiares (UE, 2014). Si bien sólo el 30% de la tierra es utilizada para la producción agropecuaria, bastante menos que la media nacional (54%), Cataluña posee una fuerte estructura de recursos humanos dedicados al agro, con cerca de 60.000 productores trabajando, principalmente, en cultivos intensivos, fruticultura y ganadería (Idescat, 2009).

Se planteó la realización de una investigación teórica-empírica, de corte cualitativa, con el objetivo de explorar las modalidades comunicacionales de los jóvenes de la empresa agropecuaria familiar para luego intentar comprender las transformaciones que éstos pueden estar desplegando a partir de las TIC.

Las categorías de análisis giraron en torno a tres ejes: 1. formas de entender la juventud en el mundo agropecuario; 2. trayectorias comunicacionales y sociotécnicas; y 3. cambios desplegados a partir de las TIC en el ámbito de la empresa agropecuaria familiar.

El trabajo de campo se desarrolló durante los años 2013 y 2014 en los tres países antes mencionados, involucrando a un total de 202 individuos, de acuerdo al detalle de la Tabla 2:

País	Entrevistas	Talleres	Totales
Argentina	19	67	86 personas
EE.UU.	26	28	54 personas
España	45	17	62 personas
	90	112	202 personas

> **Tabla 2.** Trabajo de campo realizado durante los años 2013 - 2014.

DISTINTOS SIGNIFICADOS DE LA JUVENTUD CONVIVIENDO

Actualmente diversos estudiosos de las problemáticas juveniles coinciden en contraponer las características centrales del modelo hegemónico vigente durante la segunda posguerra con los rasgos preponderantes del modelo societal contemporáneo (Oddone, 2013), a partir de lo cual es posible identificar ciertas transformaciones que afectan al modelo industrial-salarial de finales de siglo veinte y dan a paso a tres disrupciones clave: la des-institucionalización, des-cronologización e individualización de las trayectorias de vida. Poner en tensión estas tres categorías permite contrastar y desbaratar el tradicional ciclo de vida tripartito de la sociedad industrial (adolescencia-adulthood-vejez), al plantear trayectos cada vez más aleatorios.

Las temporalidades en tiempos de la Sociedad Red cambian. El espacio de los flujos disuelve el tiempo al romper el orden de desarrollo de los acontecimientos, volviéndose simultáneos, favoreciendo la disolución del ciclo de vida tripartito y la arritmia social (Castells, 2001). Sobre esta base, se construye el modelo de las transiciones juveniles que se han vuelto mucho más diversas, prolongadas, complejas, desestandarizadas y reversibles (Biggart, Furlong y Cartmel, 2008).

Las temporalidades juveniles siguen reconfigurando las transiciones clásicas (familia-educación-trabajo) y combinando formas intransitivas propias de las culturas juveniles (subculturas, pos-subculturas, escenas, contrapoder) con formas virales potenciadas por la web social (Feixa, 2014; Bauman, 2007; Leccardi, 2005). La perspectiva de la transición puede entenderse como una vía teórica posible para superar algunos sesgos heredados de los enfoques históricos y abrir así el camino hacia un enfoque de la juventud más social y político, pero también más próximo a las elecciones racionales y las emociones de sus actores en tanto sujetos históricos y actores, protagonistas principales de su propia vida (Casals, 2013).

El lugar de los jóvenes en el agro: dos concepciones preponderantes

Definir la juventud en épocas de transformaciones constantes puede resultar una empresa difícil de lograr. El trabajo de campo realizado en Argentina, España y Estados Unidos da cuenta de diversos significados conviviendo en una misma realidad compleja. A partir de las entrevistas y talleres realizados es posible clasificar dos grandes grupos de significaciones o imaginarios en torno a los

jóvenes en el agro: 1. la que construyen los adultos y la 2. que conciben los jóvenes.

1. Los jóvenes según los adultos

En las organizaciones y sujetos mayores de 35 años consultados que están involucrados de alguna manera con empresas de la agricultura familiar, prevalece un enfoque tradicional sobre la juventud y los jóvenes:

- La juventud es considerada como un curso biológico de tres pasos consecutivos: niñez, adolescencia, adultez.
- Consecuentemente existe un periodo estandarizado para ser joven que puede oscilar entre los 8 y los 15 años o entre los 15 y los 25, de acuerdo a lo relevado.
- En promedio, existe una idea sobre que la gente joven no pueden organizarse efectivamente o bien son poco efectivos para arreglar sus propios problemas; por ello este grupo considera que los jóvenes necesitan ser conducidos por los adultos para aprender sus patrones o modelos de vida y repetir o adaptar las “buenas prácticas” en sus trayectos de vida.
- Ser productor agropecuario es algo que básicamente se pasa de generación en generación. Para este grupo, en las ciudades se encuentran los consumidores de alimentos y en el campo se encuentra el único motor del recambio generacional del agro. Es por ello que muchos de los adultos consultados asignan a la juventud agropecuaria el rol clave y determinante del cambio generacional en el campo como así también la responsabilidad de continuar con las tradiciones familiares. Abandonar la empresa familiar o el campo suele ser visualizado como una gran frustración, principalmente para los padres. Algunas de las organizaciones consultadas se encuentran dedicadas a encontrar estrategias posibles que permitan retener a los jóvenes en el mundo agropecuario, incluso cuando saben que muchos de ellos no quieren o no encuentran el escenario apto para quedarse y continuar con la actividad familiar.
- Educación, liderazgo y compromiso cívico son las temáticas priorizadas por los programas de intervención imaginados por los adultos para los jóvenes. El recambio generacional es la gran preocupación.
- En este escenario, las TIC son consideradas como una “mala influencia” para los jóvenes. Los adultos a menudo piensan que los móviles, computadoras y otros dispositivos los distraen y reducen la comunicación interpersonal. Usualmente piensan que las TIC están desconectando a la sociedad y promoviendo una comunicación menos humanizada. Las TIC aparecen en consecuencia como un recurso que necesita ser moderado y controlado. Algunos adultos creen que es importante (y posible) “educar” a la juventud acerca de los usos correctos de estas tecnologías.

2. Los jóvenes por los jóvenes

En las organizaciones y sujetos menores a 35 años, puede visualizarse un segundo grupo de concepciones y significados acerca de ser joven:

- La juventud es considerada como una construcción social y compleja, que no depende solamente de la condición etaria. Se identifican diferentes factores socio-culturales que influyen la construcción de esta categoría, como la diversidad, las

biografías personales, el contexto político, el marco familiar, entre otros.

- Consecuentemente, para este grupo, no existe una sola manera de ser joven en la actualidad. Esto lleva a comprender a los jóvenes en el amplio rango que puede ir entre los 10 y hasta los 40 años. La entrada y salida puede estar determinada por la emancipación familiar, lo cual puede suceder en diferentes rangos etarios.
- Los jóvenes creen posible conducir su trayecto de vida a propio gusto y bajo su responsabilidad, quizás tomando en consideración algunas buenas experiencias de quienes los antecedieron, aunque sin repetir modelos del pasado, cuestión que aparece como bastante resistida.
- Trabajar en el campo es algo que los jóvenes creen totalmente posible, sólo si les interesa o encuentran el lugar para desarrollarse con algunas “libertades mínimas”. A la gente joven consultada no le preocupa el recambio generacional; creen que no hay motivos para preocuparse puesto que ellos visualizan el ingreso de nuevos actores constantemente, quizás no en cuantía o de manera tan lineal como los adultos estaban esperando⁵. En consecuencia, ser productor familiar se trata de una elección personal, algo que incluso los sujetos pueden aprender por sí mismos o practicar incluso sin la necesidad de experiencia previa o tutoría familiar.
- Medioambiente, redes sociales y derechos civiles son los temas que prevalecen en los programas pensados por jóvenes para jóvenes. Desempleo, democracia, equidad social, corrupción, conectividad y contaminación son las principales preocupaciones.
- Para los jóvenes no hay mucho que discutir y aprender acerca de los efectos y usos de las TIC en el mundo contemporáneo. Ellos consideran a estas tecnologías como una herramienta incorporada generacionalmente, que puede ser útil para diversos propósitos. Lejos de considerar a las TIC como responsables de desconectar a los seres humanos, los jóvenes consultados creen que las tecnologías están moldeando nuevas formas de socialización y organización, diferentes de décadas anteriores, pero no por eso “menos humanas”. En este contexto, las TIC pueden (y deben) ser usadas para potenciar las prácticas sociales. En lugar de pugnar por espacios de formación tecnológica, las organizaciones de jóvenes piden incrementar el acceso libre a la información y mejorar la conectividad.

Respecto de esta última controversia, vale mencionar la reflexión de Morduchowicz (2012:15-16): *En ningún caso el chat o las redes han anulado la vida social de los adolescentes. Por el contrario, les ofrecen canales alternativos que se complementan con los tradicionales espacios de encuentro (...) Todo lo que se obtiene de Internet se termina de validar en el mundo de las relaciones persona a persona. Winocur (2006) agrega que “los intercambios virtuales no debilitan ni reemplazan las formas de encuentro y de sociabilidad tradicionales. Más bien pueden ubicarse como estrategias de reforzamiento y recreación de estos vínculos en el espacio virtual.*

En todo caso, lo que habría que considerar es que internet y los dispositivos móviles son las tecnologías que atraviesan a los jóvenes de hoy, así como los jeans fueron el fetiche de los 50, los discos de vinilo en los 60, la Polaroid SX-70 o la consola de juegos Atari en los 70, el Walkman en los 80 y el reproductor de CD en los 90. Mu-

chas veces la función ha sido la misma (comunicarse, mostrarse, divertirse), sólo que cambia el contexto socio-histórico-cultural, el dispositivo y la tecnología.

TRAYECTORIAS SOCIO-TÉCNICAS EN EL AGRO

La tecnología móvil, recientemente, ha permitido el ingreso de millones de personas al mundo interconectado. Las redes sociales cautivan a personas de todas las edades y geografías. La señal de internet se caza en cafés, plazas, colectivos, escuelas del campo y la ciudad, mientras nos movemos por una ruta. Es por eso que en el campo de las TIC (aunque también en muchos otros) buscar diferencias entre lo urbano y lo rural casi no tiene mucho sentido.

Estados Unidos, primero, España, luego, son dos de los países con mayor desarrollo en tal sentido, no sólo en infraestructura sino en cobertura y calidad de tráfico de datos. Si bien en Argentina resta aún mucho trabajo para mejorar la calidad del servicio móvil, el país viene experimentando un crecimiento exponencial del acceso de la población a la red de redes: en los últimos cinco años, ha pasado de 45 a 60 usuarios de internet cada 100 habitantes, según el Banco Mundial, llegando a más de 32 millones de personas (lo que equivale a una penetración cercana al 75%), de las cuales 20 millones son usuarios de Facebook. Lo interesante es que el consumo crece a pesar de la deficiente infraestructura tecnológica: la Unión Internacional de Telecomunicaciones ubica a la Argentina en el puesto número 58 en un índice que combina once indicadores para establecer el grado de desarrollo tecnológico de los países⁶.

La explosión de las conexiones a través de la red no sólo ha cambiado la manera de interactuar en las grandes ciudades. También las zonas rurales están siendo transformadas por la aparición de estas herramientas tecnológicas. Estados Unidos tiene una de las mejores integraciones de los espacios rurales y urbanos con la conectividad móvil; las leyes españolas obligan a las empresas de telecomunicaciones a ofrecer conexión a teléfono e internet a los pequeños pueblos y otras poblaciones dispersas; y en San Luis, incluso cuando la infraestructura tecnológica es pobre, la Provincia garantiza el acceso a WiFi por Ley a todas las poblaciones mayores a 20 habitantes.

Como tantos otros productores agropecuarios de la Argentina, Ricardo, de 59 años, elige a la Blackberry como su tecnología favorita ya que le permite gestionar sus negocios a distancia, sin importar en dónde se encuentre. *Antes de mi incorporación al mundo tecnológico, uno de los problemas que veía era el aislamiento que vivía el productor agropecuario al estar mucho tiempo en el campo. Ahora tenemos la posibilidad de estar trabajando online mediante el uso de estas tecnologías*, opina el productor del centro de la provincia de San Luis. Una pareja joven (de 25 años) de productores porcinos de Cataluña han distribuido antenas Wifi en su finca, no sólo para permanecer conectados siempre sino también para potenciar el intercambio y procesamiento de información que producen sus animales, que con el chip que llevan en sus orejas, hacen posible un sistema de trazabilidad productiva y sanitaria disponible en tiempo real, lo cual hace más eficiente la empresa familiar. Algo similar a lo que Peter (33 años) implementa en su tambo del oeste del Estado de Washington, lo cual permite monitorear producción y alertas sanitarias desde su Smartphone.

El trabajo de campo ha revelado que el consumo de internet en los actores de la ruralidad viene creciendo paulatinamente en los últimos tiempos. De las entrevistas y talleres realizados se logró

detectar que a principios del nuevo siglo, cuando reinaban aún las computadoras de escritorio, los más jóvenes fueron quienes se encargaron de introducir a sus padres, abuelos y tíos al mundo de internet. Luego, con el auge de las computadoras portátiles, muchos de estos adultos (principalmente de estratos medios de la sociedad) se animaron a navegar por cuenta propia, aprovechando la creciente plataforma digital, que se extendió no sólo por los centros más urbanizados sino también en muchas poblaciones pequeñas.

En los últimos años, las redes sociales primero, la internet móvil después, hizo que muchos productores agropecuarios trasladaran al teléfono móvil muchas de las aplicaciones que hasta ese momento realizaban en un escritorio, cuestión que logra conectar las tres experiencias observadas, aunque con lógicos matices: Blackberry fue la herramienta predominante de interconectividad en Argentina; Tablets y laptops en Cataluña; mientras que los Smartphones con acceso 3G y, más recientemente 4G, marcaron la incursión de los sujetos productivos en Estados Unidos, con amplia cobertura móvil en sectores rurales. Pareciera entonces que el avance de la internet móvil está terminando por acercar la brecha entre las ciudades y el campo, lo cual no descarta que aún reste por hacer un enorme trabajo para llegar a la "inclusión digital" de la ruralidad.

Una brecha que también se estrecha y hasta se hace invisible no sólo cuando hablamos de tecnología. Desde hace unas décadas se suceden diversos cambios sociales en el ámbito agropecuario que han modificado las dinámicas tradicionales de la ruralidad: muchos habitantes urbanos comienzan a interesarse en el negocio del campo y, a la inversa, muchos agricultores comienzan a mirar con simpatía la idea de mudarse a los asentamientos urbanos. Junto a esto, se produce lo que Edelmira Pérez (2001:25) define como una "revaloración de lo rural", es decir, la visión de lo rural como una nueva, aceptable y mejor alternativa de vida; una dimensión que no opera aislada y marginalmente, sino que se integra, articula y colisiona con su contexto.

En este camino Cimadevilla y Carniglia (2009:16) remarcan la necesidad de ampliar nuestro léxico y hablar en términos de ruralidad: *ya no es el fenómeno de los actores, situaciones y prácticas que en ambientes y espacios rurales se impregnan de dispositivos, hábitos y códigos urbanos como los descriptos en las nuevas ruralidades de la "pluriactividad" (...) sino que es el caso de los actores y situaciones que en ambientes cotidianos recurren a la emergencia de los saberes, valores, prácticas y dispositivos que por asociación típica fueron y son considerados rurales (...) La ruralidad a la que nos referimos, puede entonces postularse como una condición social emergente y resultante de una diversidad de procesos de interpenetración y coexistencia de contrarios*", concluyen.

CAMBIOS DESPLEGADOS POR LOS JÓVENES A PARTIR DE LAS TIC EN LA EMPRESA AGROPECUARIA FAMILIAR

En la mayoría de los jóvenes contactados, las TIC ocupan un rol relevante y crucial en su vida. No resultará extraño entonces comprender que estas tecnologías también son parte de sus trayectorias laborales, con lo cual pueden pensarse en que a partir de las TIC los jóvenes están introduciendo cambios en algunos modos de gestionar la empresa agropecuaria familiar, obviamente, en los casos que la estructura familiar ha favorecido o contenido su inserción.

Cualquiera sea el rol que los jóvenes ocupen dentro de la empresa familiar, el análisis de las entrevistas y talleres realizados hace evidente cómo estos actores están introduciendo —muchas veces por primera vez— las TIC en el agro, complementando antiguos con nuevos modos de hacer y entender las cosas. Los siguientes son algunos de los puntos sobresalientes del trabajo de campo en tal sentido:

- A partir de las TIC, tanto jóvenes como adultos están encontrando salidas más eficientes para el monitoreo y planificación de la producción. Si bien el acceso a estas tecnologías sigue dependiendo del poder adquisitivo de los productores, lo cual suele excluir a muchos campesinos pequeños, la paulatina reducción de costos de ciertos dispositivos, tecnologías y servicios está abriendo un mundo de posibilidades a un número cada vez más importante de personas.
- Si bien la conectividad sigue limitando el desarrollo pleno de este tipo de herramientas en el campo, ciertas aplicaciones ya permiten gestionar información de manera offline que luego terminan de procesarse cuando los dispositivos logran conectarse. La movilidad permanente de la ciudad al campo hace que esto sea posible sin muchas complicaciones. Una limitante importante, en consecuencia, no está determinada tanto por la conectividad sino por la disponibilidad de software y aplicaciones que sean capaces de desenvolverse en estos contextos.
- Las generaciones más recientes conciben lo rural y lo urbano como espacios complementarios, más que opuestos, favoreciendo la concepción de espacios híbridos y contribuyendo a la reconfiguración socio-territorial de la empresa agropecuaria familiar. Más que rurales, estos jóvenes se conciben como agropecuarios, puesto que no pertenecen a un contexto determinado: recorren multitrayectorias, deambulan de la ciudad al campo y del campo a la ciudad, están en permanente movimiento.
- Las TIC están jugando un rol clave en conectar esta “rurbanidad”. Los teléfonos móviles aparecen como la principal herramienta utilizada por los jóvenes para navegar en estos espacios híbridos. La conexión inalámbrica permite saltar fácilmente algunas restricciones geográficas y alimentar nuevas formas de gestión y organización de la producción agropecuaria en la empresa familiar.
- Asimismo, no sólo los teléfonos móviles están introduciendo transformaciones en el modo de trabajar en el campo. Si tomamos las herramientas tecnológicas aplicadas a la denominada “agricultura de precisión”, puede identificarse un importante desplazamiento que va de los dispositivos de geoposicionamiento, como el GPS o los sensores infrarrojos, que fueron los primeros en producir información y automatizar algunos procesos en terreno, a las posibilidades que abren hoy los vehículos automatizados no tripulados, como los drones, que funcionan con energía limpia, y proveen gran cantidad y calidad de información en tiempo real, lo que permite la toma de decisiones rápidas.
- La web, las redes sociales y otras aplicaciones con fines similares, no sólo actúan en el plano de lo recreativo e informacional; también es posible identificar implicaciones socio-generacionales y narrativas.

- Por un lado, las redes sociales, principalmente, se están configurando en ciertos casos como plataformas intergeneracionales de integración y comunicación, en donde jóvenes y adultos forman parte de redes de trabajo, recreación y comunicación.

- Paralelamente, nuevas narrativas del agro emergen en la era digital. En las tres experiencias observadas, las TIC están proveyendo diferentes oportunidades para hacer más visible el trabajo agrario. La web y Facebook, principalmente, ofrecen canales directos y desintermediados en donde los productores pueden contar cómo producen y qué ofrecen⁷. Por primera vez, muchos productores están pudiendo contar su propia historia. Esta situación provee a los consumidores de alimentos acceso al detrás de escena y a involucrarse con la historia humana y social detrás de los productos de consumo diario. Por su lado, los productores están descubriendo nuevas herramientas de comercialización. En consecuencia, las narrativas de la producción agropecuaria se renuevan, a partir de cierta re-apreciación de lo rural, potenciada por el poder de las herramientas digitales.

REFLEXIONES FINALES

La actividad agropecuaria vive históricos y desafiantes cambios. A los vaivenes de la economía y la política agraria mundial, la preocupación y realidad del recambio generacional está impulsando nuevos estándares socio-culturales y renovadas oportunidades para el desarrollo de la producción familiar.

La “rurbanidad” aparece como un concepto clave para entender algunos de los actuales cambios socio-territoriales en el mundo agropecuario. En este sentido, las TIC están promocionando espacios que permiten conectar espacios híbridos, en donde las nuevas generaciones están pudiendo encontrar algunas de las soluciones que los adultos no fueron capaces de visualizar anteriormente.

La presente investigación deja al descubierto no sólo la inexistencia de un modo homogéneo y unívoco de entender a las juventudes y sus problemáticas asociadas, sino también permite visualizar la coexistencia de diversas formas y niveles de penetración e incursión de las TIC en la empresa agropecuaria familiar.

Los cambios observados afectan sobre todo los modos de vivir y organizar la empresa, más que las prácticas productivas. Las nuevas generaciones valoran la rentabilidad de la incursión de las TIC en términos de gestión del negocio. Aún cuando no proveen saltos económicos altamente diferenciales, las tecnologías sí permiten disponer de mayor y mejor información que lleva a una optimización de la planificación de la empresa. La autogestión favorece además el teletrabajo, lo cual permite a los tomadores de decisión reducir el tiempo de permanencia en el terreno, haciendo compatible el trabajo con otras actividades, sobre todo recreativas, en el caso de los jóvenes entrevistados.

Los jóvenes son actores críticos en la actividad familiar. A través de sus experiencias, podemos entender mejor las dinámicas de transformación en la agricultura, debido a que sus estilos de vida y trabajo, como así también sus decisiones, no sólo determinan el futuro, sino también forman parte activa de la construcción del presente.

BIBLIOGRAFÍA

- BAUMAN, Z. (2012) *Modernidad líquida*, Buenos Aires: Fondo de la Cultura Económica.
- BENDIT, R. (2013) "Transiciones a la vida adulta. Principales dimensiones analíticas", Buenos Aires: FLACSO, Material del Curso "Jóvenes, educación y trabajo. Nuevas tendencias y desafíos", Cohorte 5.
- KAY, Cristobal (2002) "Agrarian reform and the neoliberal counter reform in Latin America", en Jacquelyn Chase (comp.), *The Spaces of Neoliberalism*, Bloomfield, Land, place and family in Latin America, Kumarian.
- BIJKER, W. E. (1995) *Of bicycles, Bakelites, and Bulbs*, Cambridge y Londres: The MIT Press.
- CALLACI, C. (1998) "La organización en la empresa familiar", Programa Cambio Rural, INTA EEA Rafaela, disponible online en http://rafaela.inta.gov.ar/cambiorural/empresa_familiarCR.htm.
- CANEVACCI, M. (2000) *Culture eXtreme: mutazione giovanili tra i corpo delle metropoli*, Roma: Meltemi.
- CAROSIO, N. (2008) *Educación a distancia, tecnología de la información y la comunicación y ruralidad: enfoque local y perspectiva global*, INTA, Buenos Aires.
- CASAL, J. (2013) "Pasado y futuro del estudio sobre la transición de los jóvenes", Buenos Aires: FLACSO, material del Curso "Jóvenes, educación y trabajo. Nuevas tendencias y desafíos", Cohorte 5.
- CASTELLS, M. (2000) "Internet y la Sociedad en Red, Iliçó inaugural del programa de Doctorat sobre la societat de la informació i el coneixement, Universidad Oberta de Catalunya, Barcelona.
- CASTELLS, M. (2001) *La era de la información. Economía, sociedad y cultura. Volumen I: La Sociedad Red*, México: Siglo XXI Editores.
- CASTELLS, M. (2008) "Comunicación, poder y contrapoder en la sociedad red (II). Los nuevos espacios de la comunicación", *Revista Telos* N° 75, abril-junio.
- CIMADEVILLA, G. (2000) "Aportes para nuevas lecturas de lo rural. Y algunos otros viejos problemas", Manaus (Brasil): Ponencia para el XXIII Congreso Intercom.
- CIMADEVILLA, G. y CARNIGLIA, E. (Coords.) (2009). *Relatos sobre la rurbanidad*, Río Cuarto: Editorial UNRC.
- COMISIÓN EUROPEA (2014) *Family Farming. In Agriculture and Rural Development*, Bruselas: Unión Europea, disponible online http://ec.europa.eu/agriculture/family-farming/index_en.htm
- CORREA MOREIRA, G. M. (2012) "El concepto de mediación técnica en Bruno Latour. Una aproximación a la teoría del actor-red", Montevideo: *Revista Psicología, Conocimiento y Sociedad* 2 (1), pp. 56-81.
- DOMÍNGUES, J. M. (2009) *La modernidad contemporánea en América Latina*, Buenos Aires: Siglo Veintiuno.
- FAO (2013) *FAO Statistical Yearbooks - World food and agriculture*, Roma: Naciones Unidas, disponible online en <http://www.fao.org/economic/ess/ess-publications/ess-year-book/en/#.VDwXPPI5O8A>
- FAOSTAT (2014). Static Division, FAO Database. Naciones Unidas, Roma. Disponible online = <http://faostat.fao.org/>
- FEIXA, C. (2014) *De la Generación @ a la #Generación. La juventud en la era digital*, Barcelona: NED Ediciones.
- GARCÍA CANCLINI, N. (2005) *Diferentes, desiguales y desconectados. Mapas de la interculturalidad*, Barcelona: Gedisa.
- GARCÍA RAMÓN, M. D., TULLA, A. F. y VALDOVINOS, N. (1995) *Geografía Rural*, Madrid: Ed. Síntesis.
- GIDDENS, A. (1991) *Modernity and self-identity: self and society in the late modern age*, Cambridge: Polity Press.
- GONZÁLEZ CANGAS, Y. (2003) "Juventud rural: trayectorias teóricas y dilemas identitarios", *Nueva Antropología* 2003, XIX (63), México.
- HINAMEN, P. (2002) *La ética del hacker y el espíritu de la era de la información*, Barcelona: Destino.
- JIMÉNEZ TREJO, L. A. (2008), "Desarrollo Rural en América Latina", en *Observatorio de la Economía Latinoamericana*, N° 99.
- LATOUR, B. (2008), *Reensamblar lo social. Una introducción a la teoría del actor red*, Buenos Aires: Manantial.
- LECCARDI, C. (2005) "Facing uncertainty. Temporality and biographies in the new century", *Oslo:Young*, N° 13 (2), pp. 123-146.
- MATZA, D. (1973) "Subterranean traditions of youth"; en H. Silverstein (ed.), *The Sociology of Youth: evolution and revolution*, Nueva York: McMillan.
- MASSONI, S. (2007) *Estrategias. Los desafíos de la comunicación en un mundo fluido*, Rosario: Homo Sapiens.
- MORDUCHOWICZ, R. (2008) *La generación multimedia. Significados y prácticas culturales de los jóvenes*, Buenos Aires: Paidós.
- MORDUCHOWICZ, R. (2012) *Los adolescentes y las redes sociales. La construcción de la identidad juvenil en Internet*, Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- MILES, M. B. y HUBERMAN, A. M. (1991). *Analyse des données qualitatives. Recueil de nouvelles méthodes*, París: De Boeck Université.
- MIRANDA, A. (2013) "Jóvenes, educación y trabajo", material del Seminario "Juventud, educación y trabajo: tendencias y desafíos", Buenos Aires: FLACSO.
- NEIMAN, G. y QUARANTA, G. (2007) "Los estudios de caso en la investigación sociológica", en Vasilachis de Giladino, I. (Coord.), *Estrategias de investigación cualitativa*, Buenos Aires: Ed. Gedisa, pp. 213-237.
- ODDONE, M. J. (2013) "El estudio sociológico de las generaciones", Buenos Aires: FLACSO, material del Curso "Jóvenes, educación y trabajo. Nuevas tendencias y desafíos", Cohorte 5.

RAMILO, D. N. y PRIVIDERA, G. (2013) *La agricultura familiar en la Argentina: diferentes abordajes para su estudio*, INTA, Buenos Aires.

REGUILLO, R. (2012) *Culturas juveniles. Formas políticas del desencanto*. Buenos Aires: Siglo Veintiuno.

SCHUJMAN, A. (2011) *Generación Ni Ni*, Buenos Aires: Lumen.

THOMAS, H. y BUCH, A. (2008) *Actos, actores y artefactos. Sociología de la tecnología*, Bernal: Universidad Nacional de Quilmes.

TORRES, G. (Coord.) (2007) "Gestión de procesos de comunicación en apoyo al desarrollo territorial", PNTER 1314, INTA, Buenos Aires.

URRESTI, M. (2008) *Ciberculturas juveniles: los jóvenes, sus prácticas y sus representaciones en la era de internet*, Buenos Aires: La Crujía.

USDA (2014) Census of Agriculture, disponible online en <http://www.agcensus.usda.gov/Publications/2012/>

WASHINGTON STATE FARM BUREAU (WSFB) (2014) "Agriculture's contribution to Washington's economy", Olympia: WSFB, disponible online en <http://wsfb.com/agricultures-contribution-to-washingtons-economy/>

WINOCUR, R. (2002) *Ciudadanos mediáticos. La construcción de lo público en la radio*, Barcelona: Gedisa.

WOLTON, D. (2000) *Sobrevivir a internet*, Barcelona: Gedisa.

WORLD BANK DATABASE (WBD) (2014) "Agricultural indicators", Nueva York: Banco Mundial, disponible online en <http://data.worldbank.org>

NOTAS

- 1 Información extraída del portal de la FAO. Disponible en <http://www.fao.org/americas/perspectivas/agricultura-familiar/es/>
- 2 N. Giarraca, 1993; S. Gómez, 2001; C. Key, 2002; R. Thornton, G. Cimadevilla y P. Carricart, 2003; J. Bengoa, 2003; O. J. Burt-nik, 2008, entre otros.
- 3 PNTER 1314 "Gestión de procesos de comunicación en apoyo al desarrollo territorial", G. Torres (Coord.)
- 4 La ONU considera como jóvenes a la población que se encuentra entre los 15 y los 29 años. La OIT en cambio los ubica entre 15 y 24 (González Cangas, 2003) y la FAO considera que puede variar dentro de un amplio rango que va desde los 8 a los 40 años.
- 5 Aquí se destaca la incursión de muchos habitantes de las ciudades en el agro (el efecto neorural). Con matices, esto fue observado en los tres contextos estudiados: en Estados Unidos miles de jóvenes se están mudando al campo en búsqueda de mejor calidad de vida; en España es la difícil situación económica la que está empujando a los jóvenes al agro, uno de los sectores menos afectados; y en Argentina se identifican ambas situaciones.
- 6 Datos obtenidos de la base de datos del Banco Mundial (<http://data.worldbank.org/indicator/IT.NET.USER.P2>) y el PEW Research Center, citado en <http://www.internetworldstats.com/sa/ar.htm>. Consultas realizadas el 9 de junio de 2015.

- 7 Algunos ejemplos son: Dansdahlias.com, un portal de venta online de flores en el Estado de Washington, y Lagarbiana.cat, el portal de un grupo de jóvenes catalanes que comercializan harinas ecológicas.

§