**Los jóvenes viven Expoagro desde su propia zona**

*Con la convocatoria del Ateneo de la Sociedad Rural, la jornada inaugural de Expoagro tuvo su primer debate bajo el tema: “Comunicación: Campo – Consumidor”, brindado por el periodista Ricardo Bindi. “Tratamos de enfocarnos en temas que nos trascienden como jóvenes”, señaló Agustina Díaz Valdez, presidenta del Ateneo.*

En esta 12da. edición de Expoagro, el Ateneo de la Sociedad Rural Argentina le da vida a la Zona Joven con una serie de charlas que tienen lugar todos los días en su propio stand. Ayer fue el turno del debate abierto referido a la comunicación entre el campo y el consumidor, con el periodista Ricardo Bindi como expositor.

Agustina Díaz Valdez, presidenta del Ateneo de la Sociedad Rural, contó que “este es nuestro primer año; siempre la Zona Joven convoca a un Ateneo distinto, y esta vez nos tocó a nosotros”. Siempre con una orientación hacia el futuro, adquirir herramientas de dirigencia, de funcionamiento gremial y político institucional es uno de los objetivos principales de este grupo de jóvenes vinculados al sector agrario. Más allá de esto, Agustina destacó también que “queremos dar a conocer el Ateneo, cuáles son sus metas, qué es lo que se hace durante el año y tratar de conseguir nuevos contactos”.

El Ateneo realiza charlas cada semana en la Sociedad Rural con diferentes tópicos, y esa metodología trajo a Expoagro, donde todos los días se llevan a cabo disertaciones. “Tratamos de enfocarnos en temas que nos trascienden como jóvenes”, contó la joven dirigente.

**“Comunicación: Campo – Consumidor”**

El periodista Ricardo Bindi, responsable del portal Agrositio, llevó adelante la charla con un grupo de jóvenes que se interesaron en el tópico a tratar. “Yo prefiero analizar el tema desde la visión del vaso medio lleno”, expresó el periodista, remarcando que “en general tenemos esa costumbre de ver las cosas mal, pero creo que el consumidor conoce más de lo que creemos del campo. Estamos más cerca de lo que pensamos”.

“La visión actual del campo creo que se queda corta. Me parece que el desafío va más allá de comunicar, tenemos que mostrar realidades y después comunicarlas”, sentenció Bindi y luego definió con autocrítica: “Falta construir un poco más y después mostrar. Creo que si queremos mostrar lo que hay hoy no alcanza, y lo estamos mostrando mal”. En ese sentido, señaló: “la comunicación es imagen y contenido, medio y mensaje. Me parece que lo que nos está faltando a nosotros es agregarle más contenido al mensaje. El contenido pasa por un concepto que yo defino ‘ruralidad’, y que apunta a ver cómo podemos crear sociedades desarrolladas con la visión del siglo 21, y a partir de eso crear algo que sea tan impactante, tan positivo, que entusiasme al resto. Ahí me parece que está el desafío”.

“No toda la gente tiene mala imagen del campo; me parece que lo que hay es un grupo de personas muy ideologizadas que se han dedicado a bastardear todo lo que tenga que ver con ese tema, usando conceptos del siglo pasado, y eso ha denigrado un poco la comunicación.

Me da la sensación que tenemos que tratar de pasar esta etapa, y construir una comunicación nueva con un nuevo paradigma. Ahí juega mucho un concepto que a mí me encanta, que son los millenials. Con esa generación de 20 a 35 años, junto con otros más veteranos como yo y muchos más, va a haber una gran oportunidad de una construcción nueva”, pronosticó, y concluyó que “la comunicación con el consumidor hoy es mejor que hace muchos años. Se puede hacer mucho más, claro. Es difícil, pero se puede”.